

INTERIORMAGAZIN

DESIGN | INNENARCHITEKTUR | EINRICHTUNG

Mediadata 2024

Das **interiormagazin.com** für **Deutschland, Österreich** und die **Schweiz** ist ein Design- und Innenarchitektur-Magazin, das sich speziell an **Architekten, Innenarchitekten** sowie an Menschen richtet, die sich für gutes Design und herausragende Innenarchitektur begeistern.

Das **interiormagazin.com** zeigt seinen Lesern ausgewählte Projekte mit beispielhafter internationaler Innenarchitektur und Architektur.

INTERIORMAGAZIN

DESIGN | INNENARCHITEKTUR | EINRICHTUNG

Unser Online-Magazin berichtet über zeitgenössisches Design, moderne Raumgestaltung und herausragende Innenarchitektur.

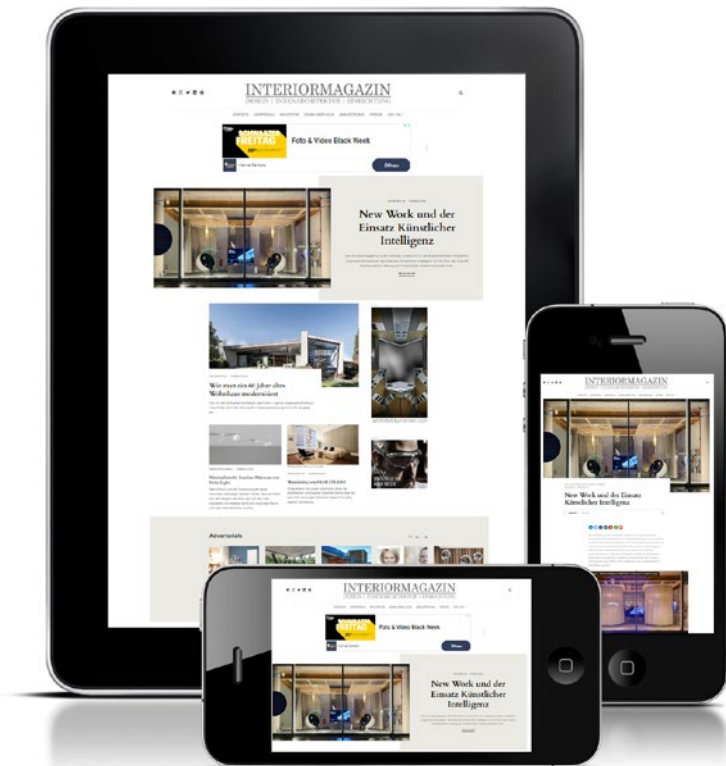
Wir schreiben in regelmäßigen Beiträgen über aktuelle Trends in der Innenarchitektur, neue Materialien und Oberflächen sowie innovative Designkonzepte.

Erfahrung

Wir sind fest mit unserer Zielgruppe verwurzelt. Die Redakteure des **interiormagazin.com** kennen den Alltag von Innenarchitekten und Architekten aus ihrer eigenen beruflichen Praxis.

Inhalte

Das **interiormagazin.com** steckt voller gestalterischer Ideen und richtet sich an alle Leser, die Freude am Wohnen und Einrichten sowie an Design und Kunst haben und stetig auf der Suche nach Inspiration sind.



Auflage

Das **interiormagazin.com** ist in **Deutschland, Österreich** und der **Schweiz** über die landesspezifischen Domains **.de .at .ch** erreichbar.

Verbreitung

Mit täglich aktualisierten Artikel, Berichten und Reportagen erreichen wir mit allen unseren Medien, wie u.a. der AZ/Architekturzeitung, dem INTERIORMAGAZIN, der Baufachzeitung, der FASSADEN Fachzeitung, der HOTEL Fachzeitung, der DACH Fachzeitung, der SHK Fachzeitung, dem Licht+Leuchten Magazin und dem ingenieurmagazin.com international monatlich bis zu

- ca. 500.000 Besuche
- ca. 1.900.000 Seitenaufrufe

Social Media

Wir sind in den führenden Social Media Netzwerken vertreten. Tausende Nutzer haben sich für den täglichen Empfang unserer aktuellen Informationen und Nachrichten entschieden.

+20 %

505,4Tsd.

Impressions ?

+5 %

1,3Tsd.

„Merken“-Vorgänge ?

+23 %

1,5Tsd.

Klicks auf Links ?

Unser Kanal „Architektur“ erreicht bei Pinterest (Bild oben) ca. 500.000 Impressionen pro 30 Tage und ca. 3.000 Follower.

Im beruflichen Netzwerk linkedin hat unsere Redaktion mehr als 9.500 persönliche Kontakte, dazu kommen ca. 1.300 Kontakte bei Xing.

Bei Facebook hat die Redaktion ca. 5.000 Freunde, dazu kommen 3.000 Mitglieder in der Gruppe „Architektur“.

Wir erreichen über unseren Newsletter ca. 6.000 Leser.

Online Marketing bietet zahlreiche Vorteile

Internetpublikation wie das **interiormagazin.com** haben keine Auflagebeschränkungen; beinahe alle redaktionellen Inhalte bleiben unbeschränkt international erreichbar und bieten daher ein attraktives und stabiles Umfeld für Online-Werbung.

Eine große und internationale Reichweite gehört zu den größten Vorteilen von Online-Fachpublikationen. Aufgrund der strikt branchenbezogenen Berichterstattung treten kaum Streuverluste auf.

Marketingmaßnahmen im Internet können leicht gemessen werden. Hierfür stehen viele Werkzeuge zur Verfügung.

Online-Werbung ist dauerhafter und somit präsenter. Eine Marketingbuchung mit 12 Monaten uneingeschränkter Schaldauer ist nicht ungewöhnlich und erreicht zuverlässig fast jeden Leser.

Einige unserer Werbeformen können von sogenannten Adblockern nicht entfernt werden können. Ihre Werbung wird also zuverlässig ausgespielt.

Videos und Filme sind selbstverständlich als Werbeformen möglich und können ein Produkt odereine Innovation ausführlich und verständlich erklären.

Ihre Ansprechpartner

Deutschland (Nielsen komplett), Österreich, Schweiz, International



Rolf Mauer
 anzeigenservice@archpublica.com
 Telefon +49 (0) 711 550 49 865

Nord - Deutschland (Nielsen I, II, V, VI), Niederlande, Belgien

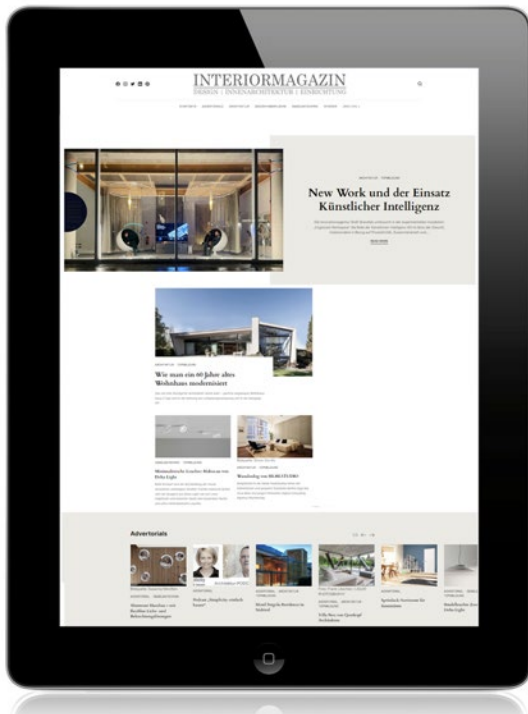


Corinna Benner
 benner@archpublica.com
 mcb medienservice corinna benner
 Telefon +49 (0) 2129 92 87 92

Süd - Deutschland (Nielsen IIIa, IIb, IV, VII), Österreich, Schweiz, Italien



Marc Kurowski
 kurowski@archpublica.com
 liberty.communications
 marc kurowski
 Telefon +49 (0) 7195 90 70 293



*Online-Marketing erschliesst Ihr innovatives Potenzial,
denn Architekten arbeiten online*

Werbung kann mit Ortsbezug ausgespielt werden. Sie können eine Werbemaßnahme innerhalb der D-A-CH Region gezielt länderbezogen adressieren.

Messbare Resultate stellen im Marketing einen Quantensprung dar und ermöglichen ein objektives Feedback von Ihrer Zielgruppe.

Online Marketing zeigt Ihr innovatives, unternehmerisches Potenzial auf zeitgemäße Art mit Bild, Text und Video.

Die Art der Informationsgewinnung hat sich in den letzten Jahrzehnten vollständig verändert, denn Menschen aus allen Berufsgruppen nutzen das Internet als Informationsquelle.



Leser-Struktur-Analyse

Wir haben 2017 eine Leseranalyse mit 176 zufällig ausgewählten Teilnehmern durchgeführt. Die Teilnehmer der Leseranalyse wurden aus unseren Zielgebieten Deutschland, Österreich und der Schweiz ausgewählt. Leser außerhalb des D-A-CH Gebietes konnten nicht an dieser Umfrage teilnehmen.

Das **interiormagazin.com** wendet sich mit den Domains **www.interiormagazin.de**, **www.interiormagazin.at** und **www.interiormagazin.ch**, bevorzugt an Leser aus Deutschland, Österreich und der Schweiz.

Weltweit konnten wir im Jahr 2017 Leser aus 158 Ländern feststellen. 83 Prozent aller Leser kommen aus den D-A-CH Ländern, weitere 6 Prozent arbeiten im Rest Europas. Aus Nordamerika besuchten uns 5 Prozent und aus Asien 6 Prozent der Leserschaft.

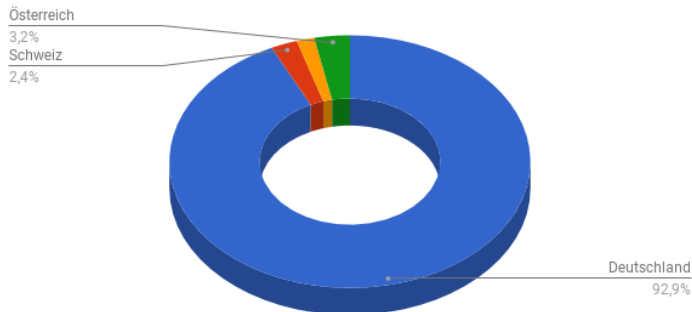
Verbreitung in D-A-CH

92,9 Prozent unserer DACH-Leser arbeiten in Deutschland, 3,2 Prozent in Österreich und 2,4 Prozent in der Schweiz. 1,5 Prozent der Umfrageteilnehmer machten keine Angabe.

Zum Vergleich: In Deutschland gibt es 132.805 eingetragene Architekten¹⁾, in der Schweiz arbeiten nach Angabe von statista 7.300 Architekten und in Österreich 5.200 Architekten. (Stand 2016, geschätzt)

1) Stand 1.1.2017, Angabe der Bundesarchitektenkammer

In welchem Land arbeiten Sie?



Altersstruktur

7,9 Prozent unserer Leser sind jünger als 30 Jahre. 31,7 Prozent sind 30 - 39 und 34,9 Prozent zwischen 40 und 49 Jahren.

19 Prozent sind im Alter von 50 - 59 Jahren und nur 6,5 Prozent sind 60 Jahre alt oder älter.

Beruflicher Status

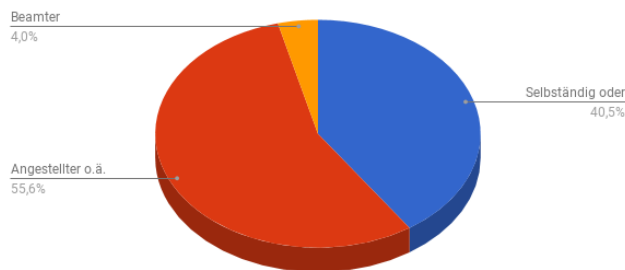
Die größte Lesergruppe mit 55,5 Prozent Anteil ist angestellt. Selbstständig oder freiberuflich tätig sind 40,5 Prozent. Die Gruppe der Beamten ist 4 Prozent groß.

Tätigkeitsmerkmale

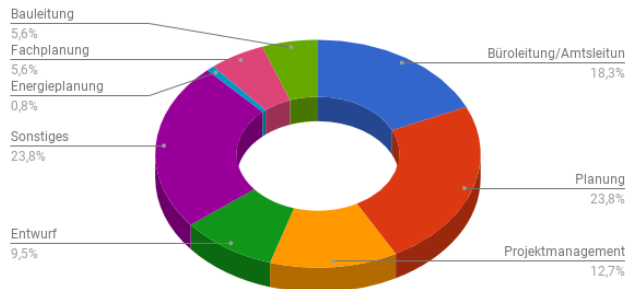
Die Gruppe der Büroleiter und Amtsleiter ist 18,3 Prozent groß. In der Planung sind 23,8 Prozent tätig und im Projektmanagement arbeiten 12,7 Prozent unserer Leser.

Mit dem Entwurf neuer Gebäude beschäftigen sich 9,5 Prozent, mit der Bauleitung 5,5 Prozent und mit der Fachplanung ebenfalls 5,5 Prozent. Die kleinste Gruppe bilden die Energieplaner mit 0,8 Prozent und 23,8 Prozent unserer Leser konnten sich nicht eindeutig zuordnen.

Welchen Berufsstatus haben Sie?



Welches Tätigkeitsmerkmal trifft überwiegend auf Sie zu?



Bürostruktur

24,6 Prozent unserer Leser arbeiten in einem Architekturbüro oder Unternehmen mit mehr als 50 Mitarbeitern. 5,5 Prozent unserer Leser arbeiten in einem Architekturbüro mit 20 und 49 Mitarbeitern.

In Büros mit 5 bis 19 Mitarbeiter sind 31,8 Prozent beschäftigt.

27 Prozent sind in Architekturbüros beschäftigt mit einer Mitarbeitergröße zwischen 2 und 4 Personen. 11,1 Prozent sind Ein-Personenbüros.

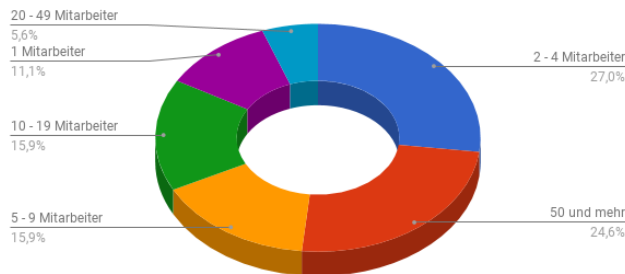
Umsatzvolumen

6,3 Prozent unserer Leser arbeiten für Architekturbüros mit einem Umsatzvolumen von über 50 Millionen Euro und 8,7 Prozent der Büros setzen zwischen 25 und 50 Millionen Euro um.

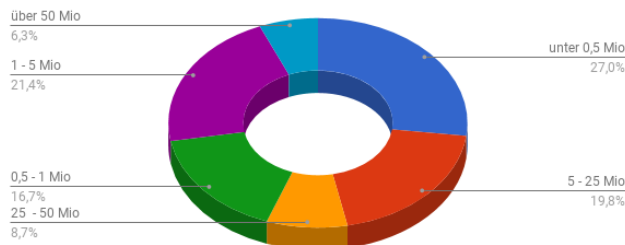
19,8 Prozent unserer Leser sind für Architektur- und Ingenieurbüros tätig die ein Umsatzvolumen von 5 bis 25 Millionen Euro haben. Bei 21,4 Prozent beträgt der Umsatz zwischen einer und fünf Millionen.

43,7 Prozent tätigen ein Umsatzvolumen von unter einer Million Euro.

Wie viele Beschäftigte hat Ihr Büro/ Unternehmen/Behörde?



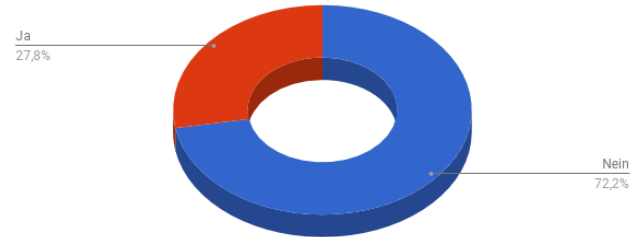
Wie hoch schätzen Sie das Bauvolumen Ihres(r) Büros/ Unternehmens/Behörde im Jahr?



Entscheidung zwischen Print und Online

Nur noch 27,8 Prozent der Leser unserer Umfrage haben eine gedruckte Architekturzeitschrift abonniert. Fast drei Viertel der Leser verzichten auf abonnierte Printmedien.

Haben Sie persönlich eine gedruckte Architekturzeitschrift abonniert?



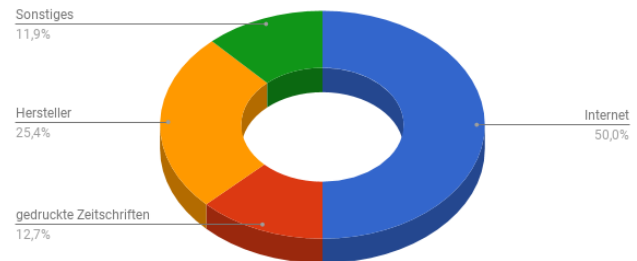
Informationsquellen

Es ist kein Wunder, dass sich unsere Leser zu 50 Prozent über das Internet informieren, wenn sie fachplanerische Fragen haben.

Ein Viertel der Leser informiert sich direkt beim Hersteller.

12,7 Prozent der Leser holen ihre Fachinformationen aus Architekturzeitschriften im Papierformat und 11,9 Prozent wählen andere Informationsquellen.

Wie informieren Sie sich über fachplanerische Fragen?



Themenplan

Januar

Innenwände, Trennwände, Oberflächen, Fliesen, Parkett, Tapeten, Beleuchtung, Bäder, Küchen, Sanitärausstattung

Februar

Mobiliar, Büroeinrichtung, Möbel- und Raumkonzepte, Digitale Planungs- und Bauprozesse, Software, Smart Home, intelligente Haustechnik

März

Bäder, Küchen, Heizungstechnik, Sanitärtechnik, Klimatechnik, Lüftungstechnik, Elektrotechnik, Lichttechnik, Aufzüge

April

Decken, Böden, Innenputze und -farben, Feuchte-, Wärme-, Brand- und Schallschutz, Sanierung, Renovierung, Treppen

Mai

Holzwerkstoffe, Innenausbau, Inneneinrichtung, Materialien, Bäder, Sanitärausstattung, Sprechanlagen, Smart Home, Haustechnik, Hausautomation, Wegeleittechnik

Juni

Küchen, Küchenmöbel, Küchenausstattung, Stoffe, Textilien, Fliesen, Beläge, Tapeten, Farben,

Juli

Möbel, Armaturen, Licht, Beleuchtung, Medien, Oberflächen, Fliesen, Teppiche, Parkett, Bodenbeläge, Raumteiler, Heizkörper, Kamine, Öfen

August

Rolläden, Markisen, Sonnenschutz, Jalousien, Verglasung, Heizkörper, Kamine nachhaltige Bauprodukte im Innenausbau

September

Oberflächen, Büroräume, Wände, abgehängte Decken, Trockenbau, Akustikelemente, Bäder, Küchen, Smart Home, Haustechnik, Hausautomation

Oktober

Inneneinrichtung, Möbel, Büroeinrichtung, Möbel- und Raumkonzepte, Materialien, Stoffe, Textilien, Fliesen, Beläge, Tapeten, Farben, Trennwandsysteme, Lichttechnik, Beleuchtung

November

Sanierung, Trennwände, Heizkörper, Türen, Bodenbeläge, Innenputze und -farben, Trockenbau, Raumgestaltung, Bodenbeläge, Raumteiler, Armaturen, Sanitärausstattung

Dezember

Bäder, Küchenmöbel, Küchenausstattung, Wände, Decken, Innenausbau, Oberflächen, Software für Architekten, Ingenieure und Planer

Newsletter

Der **Newsletter** des **interiormagazin.com** informiert über das aktuelle Architekturgeschehen und internationale Projekte aus den Bereichen Innenarchitektur und Architektur. Wir veröffentlichen wichtige Termine und stellen unseren Lesern in **Deutschland, Österreich** und der **Schweiz** die neuesten Produkte und Innovationen vor.

Verbreitung

Der Newsletter des **interiormagazin.com** wird per E-Mail an über **6.000** Empfänger in Deutschland, Österreich und der Schweiz sowie an weitere Empfänger weltweit versandt. Rund 15 Prozent der Newsletter-Empfänger haben ihren Wohnsitz in der Schweiz und in Österreich, 80 Prozent kommen aus Deutschland, der Rest ist räumlich nicht definiert. Die Abonnenten des Newsletters sind zu 95 Prozent **Innenarchitekten** oder **Architekten**.

Hinzu kommen 5 Prozent Fachplaner oder Architekturinteressierte.

Werbung im Newsletter

Newsletter-Meldung mit hoher Leserakzeptanz als kombinierte Text-Bild-Anzeige im Layout der redaktionellen Meldungen mit einem Bild im Querformat und zusätzlich 500 Zeichen Text. Bild und Text können auf Wunsch verlinkt werden.

Newsletter pro Aussendung 990,- Euro

Newsletter standalone 1900,- Euro
(Preise netto)



Advertorial

Eine der effizientesten Möglichkeiten, den Bekanntheitsgrad eines Unternehmens oder eines Produktes unter Innenarchitekten, Architekten und Planern signifikant zu steigern, ist Online-Marketing mit einem über 12 Monate erscheinenden Advertorial im **interiormagazin.com**.

Advertorials sind Werbeflächen, die sich über eine ganze Seite erstrecken und deren Inhalt frei gestaltet werden kann. Diese Darstellung, ähnlich redaktionellen Beiträgen, kann von Werblockern nicht erkannt und ausgeblendet werden.

Advertorial und zusätzlich Werbefläche auf der Startseite

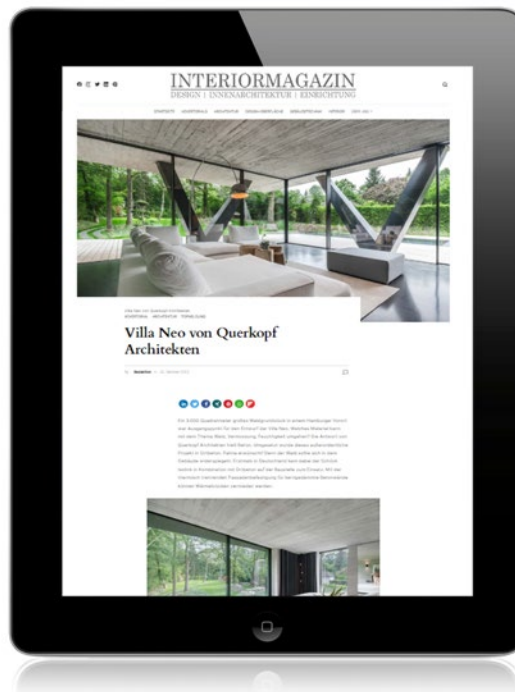
Auf der Titelseite des **interiormagazin.com** wird zusätzlich eine Werbefläche mit dem Titel des Advertorials prominent und gut sichtbar in ständiger Rotation eingeblendet.

Von dort gelangt man direkt zu Ihrer Präsentation. Hier haben wir eine ganze Seite für Sie reserviert. Sie können Ihr Unternehmen, Ihre Dienstleistung oder Ihre innovativen Produkte in einem redaktionellen und professionellen Umfeld 12 Monate lang mit Texten, Videos, Grafiken und vielen Bildern präsentieren.

Vorteile

Mit unserem suchmaschinenoptimierten Advertorial können Sie bei einem überschaubaren Werbebudget nachhaltig auf Ihre innovativen Produkte oder Dienstleistungen aufmerksam machen.

Advertorial 12 Monate 1990,- Euro (netto)



Crossmedia

Mit einer Werbeanzeige oder einer Unternehmens- bzw. Produktpräsentation in einem unserer Medien erreichen Sie ohne Streuverluste **Entscheider und Fachleute wie Architekten, Fachplaner, Fachhandwerker und Ingenieure.**

Die **AZ/Architekturzeitung** ist eine Publikation für Architekten, Ingenieure, Ziviltechniker, Innenarchitekten, Landschaftsarchitekten und Stadtplaner in **Deutschland, Österreich** sowie in der **Schweiz**.

Die **HOTEL Fachzeitung** liefert Nachrichten, Informationen und Hintergründe über neue Projekte in **Deutschland, Österreich** und in der **Schweiz** und berichtet über internationale Trends zu den Themen Neubau, Sanierung, Technik und Hotelbetrieb.

Die **BFZ Baufachzeitung - Deutschland, Österreich, Schweiz** - bietet Entscheidungshilfen für Führungskräfte, Entscheider, Unternehmer, Architekten, Bauingenieure, Ingenieure, Handwerker, Ziviltechniker, Planer, Firmeninhaber und Geschäftsführer.

Das **Licht+Leuchten Magazin** informiert zum Thema Leuchten, Licht, Beleuchtung, Beleuchtungstechnik und Lichttechnik für Endverbraucher, Bauherrn, Investoren, Lichtplaner, Innenarchitekten, Architekten und Elektroplaner in **Deutschland, Österreich** sowie in der **Schweiz**.

ingenieurmagazin.com ist eine Fachpublikation für Bauingenieure und Fachplaner sowie Fassadenplaner, Gebäude-Energieberater und Ingenieure für Haus- und Gebäudetechnik, Facility Management sowie Ziviltechniker in **Deutschland, Österreich** und in der **Schweiz**.

ARCHITEKTURZEITUNG HOTEL FACHZEITUNG BAUFACHZEITUNG



LICHT.LEUCHTEN MAGAZIN SHK FACHZEITUNG ingenieurmagazin®



Preise

Newsletter

Werbung als Advertorial im Newsletter	990,-	Euro
Werbung als Standalone Newsletter an ca. 6.000 Abonnenten Beschreibung auf Seite 11	1900,-	Euro

Advertorial für 12 Monate

Advertorial + Banner auf Titelseite mit Beschreibung auf Seite 12	1990,-	Euro
--	--------	------

<i>Werbung</i>	Format in Pixel	Preis / Monat	
Superbanner	max. 728 x 90	1090,-	Euro
Billboard	max. 970 x 125	1490,-	Euro
Skyscraper	max. 120 x 600	1020,-	Euro
Half Page	max. 300 x 600	1290,-	Euro
Rectangle	max. 300 x 250	1090,-	Euro

(Monatspreis gilt für 20.000 Ad Impressions, alle Preise netto)

Datenaustausch

Datenanlieferung:
mindestens fünf Werktage vor Schaltbeginn per E-Mail

Technische Spezifikationen/Dateiformate: SWF, GIF, JPG, HTML5 oder PNG

Preise in Euro. Allen Preisen ist der jeweils gültige gesetzliche Mehrwertsteuersatz hinzuzurechnen.

Individuelle Werbeformen auf Anfrage.

Zahlungsbedingungen:
Zahlung innerhalb 8 Tagen ohne Skonto

Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) für Anzeigenschaltungen

1. Auftrag

a. »Anzeigauftrag« im Sinne dieser AGB ist der Vertrag über die Schaltung eines Anzeigemittels oder mehrerer Anzeigemittel in Informations- oder Kommunikationsdiensten, insbesondere dem Internet, zum Zweck der Verbreitung.

b. Für den Anzeigauftrag gelten ausschließlich diese AGB und die in diesen Mediadaten beschriebenen Preise und Rabatte. Die Gültigkeit etwaiger Allgemeiner Geschäftsbedingungen des Auftraggebers ist ausdrücklich ausgeschlossen. Mit dem Erteilen eines Anzeigauftrags erklärt sich der Auftraggeber mit diesen Bestimmungen einverstanden.

2. Anzeigemittel

a. Ein Anzeigemittel kann aus einem oder mehreren genannten Elementen bestehen, beispielsweise aus einem Bild und/oder Text und/oder Bewegtbildern, aus einer sensitiven Fläche, die bei Interaktion die Verbindung mittels einer vom Auftraggeber genannten Online-Adresse zu weiteren Daten herstellt, die im Bereich des Auftraggebers oder einem Dritten liegen (zum Beispiel über einen Link).

b. Alle Anzeigemittel werden auf dem Server des Auftragnehmers vorgehalten und gespeichert.

c. Anzeigemittel werden in geeigneter Weise mit dem Wort »Anzeige« kenntlich gemacht.

d. Für die Schaltung von Anzeigemitteln kommen grundsätzlich die Formate in Frage, die in der jeweils gültigen Preisliste ausgewiesen sind. Sonderformate und alternative Anzeigeformen sind nach Rücksprache möglich.

3. Vertrag

a. Vorbehaltlich entgegenstehender individueller Vereinbarungen kommt der Vertrag grundsätzlich durch schriftliche (per Post, Fax oder E-Mail) Bestätigung des Auftrags zustande.

b. Soweit Anzeigeneigenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag im Zweifel mit der Anzeigagentur zustande, vorbehaltlich anderer schriftlicher Vereinbarungen.

4. Abnahme

a. Dem Auftraggeber wird nach Schaltung des Anzeigemittels ein Link zur Webseite mit der Anzeigenplatzierung zugesandt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, die Website, auf der das Anzeigemittel platziert ist, unverzüglich nach der ersten Schaltung zu untersuchen und etwaige Fehler spätestens innerhalb von 3 Tagen mitzuteilen. Nach Ablauf dieser Zeit gilt die Werbung im Sinne von § 640 BGB als abgenommen.

b. Bei der Buchung von Newslettern, werden diese dann versendet, wenn das eingebaute Anzeigemittel bei uns eingegangen ist. Der Eingang beziehungsweise die Zusendung durch den Auftraggeber gilt als Abnahme im Sinne von § 640 BGB.

5. Ablehnung

Wir behalten uns vor, Anzeigaufträge anzunehmen oder abzulehnen.

6. Abwicklungsfrist

Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht des Auftraggebers zum Abruf einzelner Anzeigemittel eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Vertragsschluss abzuwickeln.

7. Datenlieferung

a. Der Auftraggeber ist verpflichtet, die Ziel-URL, mit der das Anzeigemittel über einen Link mit der Internetseite des Anzeigetreibenden verknüpft wird, während der gesamten Insertionszeit eines Auftrags abrufbar zu halten. Sollte der Auftraggeber Störungen bei der Verlinkung des Anzeigemittels mit der Ziel-URL feststellen, so wird der Auftraggeber uns von diesen Störungen unverzüglich in Kenntnis setzen.

b. Anzeigemittel sind in der Regel bis spätestens drei Werktage vor Schaltungsbeginn anzuliefern. Für Sonder-Anzeigeformen gilt eine Frist von fünf Werktagen.

c. Wir übernehmen für die gelieferten Anzeigemittel sowie weitere Materialien keine Verantwortung und sind nicht verpflichtet, diese an den Auftraggeber zurückzugeben. Der Auftraggeber trägt die Gefahr der Übermittlung des zur Veröffentlichung bestimmten Materials, insbesondere die Gefahr für den Verlust von Daten.

e. Für ungeeignete oder beschädigte Vorlagen fordern wir Ersatz an. Bei nichtordnungsgemäßer Anlieferung, insbesondere verspäteter Anlieferung oder nachträglicher Änderung wird keine Gewähr übernommen.

f. Sofern der Auftrag wegen nicht ordnungsgemäßer, insbesondere verspäteter oder unterliebener Anzeigemittel nicht durchgeführt werden kann, ist der Auftraggeber zur Zahlung einer Entschädigung in Höhe der vereinbarten Vergütung verpflichtet.

8. Kündigung

Wir sind zur schriftlichen (per Post, Fax oder EMail) außerordentlichen Kündigung berechtigt, wenn der Auftraggeber seiner Zahlungspflicht trotz zweimaliger Mahnung nicht nachgekommen ist, ein Insolvenzverfahren über sein Vermögen beantragt wird oder wiederholt gegen vertragliche Pflichten verstoßen wurde. Im Fall der außerordentlichen Kündigung können wir mit sofortiger Wirkung die Schaltung des oder der Anzeigemittel absetzen.

9. Stornierung

Eine kostenfreie Stornierung ist nur möglich bis spätestens 5 Werktage vor dem vereinbarten Schaltungstermin. Die Stornierung muss dabei schriftlich (per Post, Fax oder E-Mail) erfolgen. Bei einer kurzfristigeren Stornierung sind wir berechtigt, bis zu 80 Prozent des Netto-Auftragswerts für das noch auszuliefernde Kampagnenvolumen zu berechnen. Daneben wird der Preis für bereits geschaltete Online Werbung in Rechnung gestellt. Dabei wird der für das geringere Volumen geltende Rabattsatz zugrunde gelegt.

10. Platzierung

a. Der Insertionszeitraum bestimmt sich individuell nach den gebuchten Kontakten, dem gebuchten Zeitraum (Festplatzierung) oder nach dem gebuchten Zeitraum und den gebuchten Kontakten.

b. Enthalten Anzeigaufträge Platzvorschriften, so gilt der Anzeigauftrag an sich unter allen Umständen als verbindlich erteilt, auch wenn den Platzvorschriften nicht entsprochen werden kann. Für angenommene Platzvorschriften werden die tariflichen Sätze berechnet.

11. Gewährleistung

a. Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung des Anzeigemittels erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber stellt uns und unsere Vermarktungspartner im Rahmen des Anzeigauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die, insbesondere aufgrund des/der Anzeigehalte, wegen eines Verstoßes gegen Rechte Dritter (insbesondere gewerbliche Schutzrechte, Urheberrechte, Persönlichkeitsrechte, etc.) und/oder die guten Sitten entstehen.

b. Der Auftraggeber überträgt uns sämtliche für die Nutzung der Werbung in Online-Medien aller Art erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen und berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie aller bekannten Formen der Online-Medien.

Herausgeber: Rolf Mauer, Veielbrunnweg 43, 70372 Stuttgart

archpublica