

ONLINE FIRST: TÄGLICH FRISCHE NEWS

Neu: Jobbörse  
für die Pharmaindustrie



**pharmaonline.de**

DAS ONLINE-ONLY-INFORMATIONSPORTAL  
FÜR DIE PHARMAPRODUKTION, MANAGEMENT,  
TECHNIK & LOGISTIK IN D/A/CH

INFORMATIONEN FÜR ENTSCHEIDER  
IN DER PHARMAPRODUKTION

ACHEMA2018

 **FachPack**

**MEDIADATEN 2018**

pharmaonline.de

GÜLTIG AB JANUAR 2018, V1  
PHARMAINDUSTRIE-ONLINE.DE IST EIN SERVICE DER  
TROPAL MEDIA UG (HAFTUNGSBESCHRÄNKT)

## Inhaltsverzeichnis

PROFIL	Seite 3
THEMEN	Seite 4
FORMATE	Seite 6
JOB BÖRSE	Seite 10
PREISE	Seite 11
TECH SPECS	Seite 12
KONTAKT	Seite 14
AGB	Seite 16

**pharmaindustrie-online.de**

**Erscheinungsart und -weise:** online-only, 24/7

**Jahrgang:** 6. Jahrgang 2018

**Verlag:** Tropol Media UG (haftungsbeschränkt)

Mergenthalerallee 73-75, 65760 Eschborn

<http://www.tropol-media.de>

DEUTSCHE

FACHPRESSE

Tropol Media ist Mitglied  
der Deutschen Fachpresse.

## Angebot

pharmaindustrie-online.de ist das deutschsprachige B2B Technik- und Wirtschaftsportal für die Pharmaherstellung und -distribution.

Als reines online-only Informationsportal liefert pharmaindustrie-online.de tagesaktuelle Nachrichten, Unternehmensmeldungen, Produktvorstellungen, Lösungsansätze, Case Studies und Veranstaltungen.

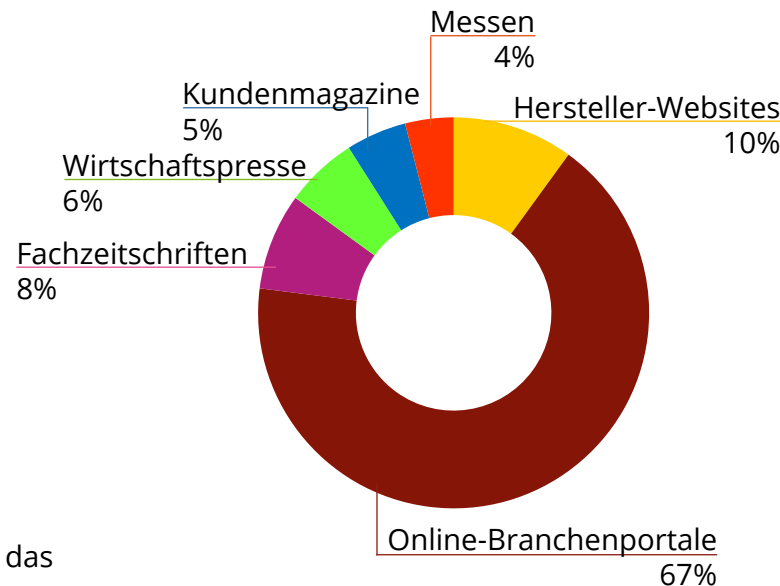
Geplante Sonderthemen und Messe-Specials für 2018:

- Pharmaprozesstechnik
- Achema
- Verpackungstechnik
- Automatisierungstechnik
- Armaturen

Das Anbieterverzeichnis „Marktplatz“ und das Interviewformat „Pharma-Talk“ runden das Informationsangebot auf pharma-industrieonline.de ab.

## Zielgruppe & Leserstruktur

Laut einer aktuellen pharmaindustrie-online.de-Umfrage aus den Jahren 2015/2016 bevorzugt 2/3 der Zielgruppe Online-Branchenportale als hauptsächliche Informationsquelle im Berufsalltag in Bezug auf Aktualität.



Unsere Leser sind Ingenieure, Techniker sowie alle am Entscheidungsprozess für den Einsatz und Kauf von Investitionsgütern beteiligten Mitarbeiter in der Pharmaproduktion.

## Green Information

Nachhaltigkeit, Umwelt- und Ressourcenschutz werden auf pharmaindustrie-online.de nicht nur thematisch behandelt, sondern sind uns ein wichtiges Anliegen.

- Unser Portal-Hosting erfolgt klimaneutral in Deutschland durch Ausgleichszahlungen für die Einspeisung von emissionsfreier Energie.
- Für alle umweltfreundlich gedruckten Werbematerialien werden CO<sub>2</sub>-Ausgleichszahlungen geleistet.
- Wir reisen soweit möglich mit öffentlichen Verkehrsmitteln.
- Wir nutzen Ökostrom.
- Wir sind nahe dran am papierlosen Büro, Ressourcenschonung wie Papiervermeidung sind für uns als Betreiber einer reinen Online-Plattform eine Selbstverständlichkeit.



## Themen & Termine

	Januar	Februar	März	April	Mai	Juni
<b>Messen / Veranstaltungen</b>		Lounges, Karlsruhe (06.-08.02.18)	MSR-Spezialmesse Rhein-Main, Frankfurt (07.03.18)	Hannover Messe, Hannover (23.-27.04.18)  Pharma-Kongress, Düsseldorf (24.-25.04.18)	MSR-Spezialmesse Rheinland, Leverkusen (16.05.18)	Achema, Frankfurt (11.-15.06.18)  Sensor+Test, Nürnberg (26.-28.06.18)
<b>Specials Website</b>	22.01.-02.03.18 Pharmaprozestechnik			07.05.-22.06.18 Achema-Special		
<b>Sondernewsletter</b>	Pharmaprozestechnik 30.01.18					Achema Preview 06.06.18 Best of Achema 21.06.18
<b>Newsletter</b>		22.02.2018	15.03.2018	19.04.2018	17.05.2018	



ACHEMA 2018



### Themen & Termine

	Juli	August	September	Oktober	November	Dezember
<b>Messen / Veranstaltungen</b>			MSR-Spezialmesse Südwest, Ludwigshafen (12.09.18) Fachpack, Nürnberg (25.-27.09.18)	MSR-Spezialmesse Rhein-Ruhr, Bochum (10.10.18)	SPS IPC Drives, Nürnberg (27.11.-29.11.18) Namur Hauptsitzung, Bad Neuenahr Valve World Expo, Düsseldorf (27.-29.11.18)	
<b>Specials Website</b>		27.08.-05.10.18 Pharma-Verpackungstechnik			12.11.-14.12.18 Automatisierungstechnik 12.11.-14.12.18 Armaturen für die Pharmaindustrie	
<b>Sondernewsletter</b>			Fachpack 19.09.18		Preview SPS IPC Drives 19.11.18	Armaturen für Pharma 13.12.18
<b>Newsletter</b>	17.07.2018	28.08.2018		16.10.2018		



Startseite Desktop



## Werbeformate Portal

**1A** Superbanner 728x90 Pixel  
oder  
Fullbanner 468x60 Pixel

**1B,C** Superbanner 728x90 Pixel  
oder  
Fullbanner 468x60 Pixel

**2** Billboard Banner  
845x250 Pixel  
Mobil: Fullbanner 468x60 Pixel

**3** Wide Skyscraper 160x600 Pixel  
oder  
Standard Skyscraper 120x600 Pixel  
Mobil: Fullbanner 468x60 Pixel

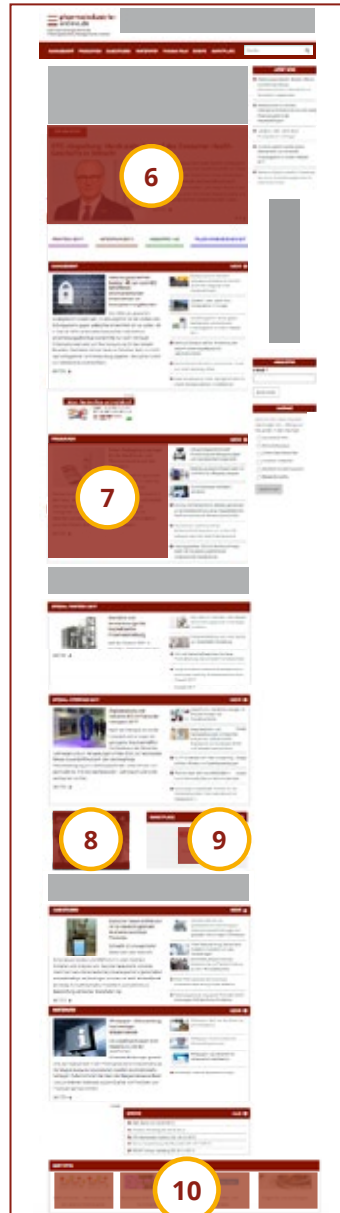
**4** Highlight Rectangle links  
300x100 Pixel oder  
Highlight Rectangle rechts  
300x100 Pixel

**5** Medium Rectangle  
300x250 Pixel

Artikelseite Desktop



Startseite Desktop



## Sonderwerbformate Portal

- 6 Topstory

---

- 7 Produkt-Advertorial  
Meldung, Bilder, Verlinkung oder  
Themen-Advertorial  
Meldung, Bilder, Verlinkung

---

- 8 Video

---

- 9 Premium - Unternehmenseintrag

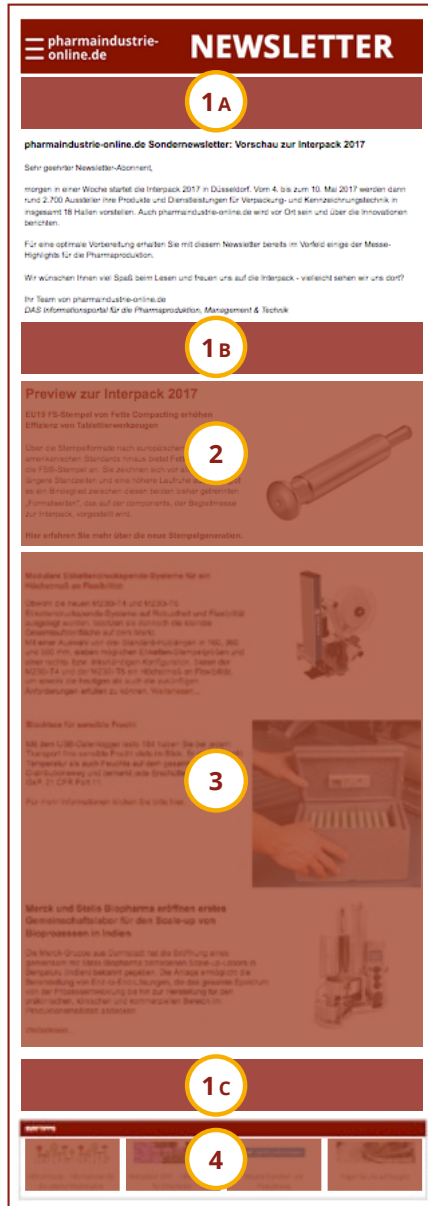
---

- 10 Surftipps

Artikelseite Desktop



## Werbeformate Newsletter



**1 A, B** Fullbanner  
468x60 Pixel

**1 c** Fullbanner  
468x60 Pixel oder  
Highlight Rectangle  
300x100 Pixel

**2** Top-Advertorial  
1. Position, Bild, Headline,  
Teaser, externe Verlinkung

**3** Produkt-/Themen-Advertorial  
Bild, Headline,  
Teaser, Verlinkung

**4** Surftipps



## Sonderwerbformate im Detail

### Produkt-Advertorial

- Erscheint auf der Startseite als Artikel in der Kategorie Produkte oder im gebuchten Special
- Bis zu vier Bilder möglich
  - Mit Link auf ihre Unternehmenswebsite
  - Meldung bleibt für den gebuchten Zeitraum auf der Startseite, davon längere Zeit in den ersten drei Positionen der Nachrichtenategorie.
  - Zusatzinfos können als pdf zum Download hinterlegt werden

### Themen-Advertorial

- Erscheint auf der Startseite als Artikel in der Kategorie Management, Events oder Case Studies
- Bis zu vier Bilder möglich
  - Mit Link auf ihre Unternehmenswebsite
  - Meldung bleibt für den gebuchten Zeitraum auf der Startseite, davon längere Zeit in den ersten drei Positionen der Nachrichtenategorie.
  - Zusatzinfos können als pdf zum Download hinterlegt werden

### Surftipp

Präsentieren Sie Ihren Online-Shop, neue Website oder eine besondere Online-Kampagne kostengünstig in der Kategorie Surftipp.

### Premium-Unternehmenseintrag Marktplatz

- Premieinträge stehen im Marktplatz an erster Stelle, erscheinen auf der Startseite und im themenrelevanten Kontext in Beiträgen. Sie werden deutlich prominenter als Basiseinträge präsentiert. Zusätzlich enthalten sind:
- Ihr Unternehmenslogo
  - Unternehmensprofil (ca. 1.000 Zeichen)
  - URL der Unternehmenswebsite / Faxnummer
  - Bis zu zehn suchmaschinenrelevante Keywords
  - Eintragung erfolgt in mehrere Kategorien (falls nicht vorhanden, wird Angebot nach Prüfung erweitert)

### Whitepaper

Mit einem Whitepaper stellen Sie die Innovationskraft und Lösungskompetenz ihres Unternehmens unter Beweis. Ihr Whitepaper erscheint direkt auf der Startseite und wird direkt auf Ihre Website oder eine entsprechende Datei verlinkt. Der Buchungszeitraum beträgt drei oder sechs Monate.

### Webcast

Webcasts sind eine zuverlässige Informationsquelle für Ingenieure und Techniker und bieten Hilfestellungen bei der Entscheidungsfindung. Präsentieren Sie Ihr Unternehmen und Ihre Produkte daher als Video-Stream oder On-Demand-Bewegtbild.

### Microsite

Eine Microsite auf pharmaindustrie-online.de ist eine eigenständige Aktionsseite für Ihre gezielte Werbeansprache. Auf der Microsite werden Ihr Zielthema und Ihre Botschaften redaktionell vorgestellt und von unterschiedlichen Perspektiven beleuchtet.

Von der Microsite aus wird direkt auf Ihre Website verlinkt. Sprechen Sie uns bitte an, wenn Sie sich für diese ansprechende Online-Werbemöglichkeit interessieren. Gerne sind wir Ihnen bei der Erstellung behilflich. Wir bieten Ihnen ein umfassendes Kommunikationspaket.


### Top-Advertorial


- Erscheint im Newsletter direkt als erste Meldung.
- Beinhaltet Vorschaubild, Teasertext, Link.
- Direkte Verlinkung vom Newsletter auf Ihre Website möglich.


### Produkt-/Themen-Advertorial

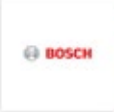
- Erscheint im Newsletter zum gebuchten Thema.
- Beinhaltet Vorschaubild, Teasertext mit Link auf Artikel.


## Jobbörse

- 

**Ingenieur Pharmatechnik (m/w)**  
 Personalberatung Straßer Inh. Heidi Straßer  
 München vor 5 Tagen  
 und sucht zum nächstmöglichen Zeitpunkt in unbefristeter Festanstellung einen Ingenieur Pharmatechnik (m/w)
- 

**Qualitätsingenieur im Bereich Pharma & Medizintechnik (m/w)**  
 Altran Deutschland S.A.S. & Co. KG  
 bundesweit vor 11 Tagen  
 aktuell bundesweit auf der Suche nach Qualitätsingenieur im Bereich Pharma & Medizintechnik (m/w) Altran ist führend auf dem Gebiet der Hightech-Ingenieurdienstleistungen. \* Erstellen und Pflege Qualitätsdokumenten
- 

**Project Manager (m/w) Pharmatechnik**  
 Bertrandt AG  
 Wiesbaden vor 6 Tagen  
 Abgeschlossenes Studium der Fachrichtung Pharmatechnik, idealerweise für die Pharma-Industrie - Reinraum- und Schleusenkonzepte im Pharma-Umfeld - Regelwerke (DIN, EN, VDE...) sowie der Pharma
- 

**Projektingenieur/in Pharmatechnik**  
 Valicare GmbH  
 Frankfurt am Main vor 7 Tagen  
 Abgeschlossenes Ingenieurstudium der Fachrichtung Maschinenbau, Verfahrenstechnik, Pharmatechnik oder vergleichbares Studium \* Planung und Realisierung von komplexen Pharma-Produktionsanlagen
- 

**Area Sales Manager (m/w) China**  
 Romaco Pharmatechnik GmbH  
 Karlsruhe vor 10 Tagen  
 Am Heegwald 11 - D-76227 Karlsruhe - Die Romaco Group ist weltweit einer der führenden Spezialanbieter von Verfahrens- und Verpackungstechnik.

Auf der pharmaindustrie-online.de Jobbörse suchen täglich Anwender und Ingenieure aus der Technik sowie kaufmännische Mitarbeiter aus Marketing und Vertrieb in der Pharmaproduktion nach interessanten neuen Herausforderungen. Nutzen Sie dies für Ihre Stellenanzeige. Gemeinsam finden wir den passenden Kandidaten für Ihre Vakanz:

### Top Job Basis

1 Stellenanzeige auf pharmaindustrie-online.de (permanent über der Trefferliste platziert) für 1 Monat, Preis: 490,- EUR

### Top Job Premium

1 Stellenanzeige auf pharmaindustrie-online.de (permanent über der Trefferliste platziert) + Social Media Promotion der Stellenanzeige für 1 Monat, Preis: 590,- EUR

### Top Job Premium Plus

1 Stellenanzeige auf pharmaindustrie-online.de (permanent über der Trefferliste platziert) + Social Media Promotion der Stellenanzeige + Stellenanzeige in einem pharmaindustrie-online.de Newsletter für 1 Monat Preis: 690,- EUR

## Werbebanner Portal

FORMAT		PREIS	LAUFZEIT
Billboard Banner*	845x250 Pixel	2.490,00 Euro	1 Monat
Super Banner (A)*	728x90 Pixel	890,00 Euro	1 Monat
Fullbanner (A)*	468x60 Pixel	670,00 Euro	1 Monat
Super Banner (B,C)**	728x90 Pixel	750,00 Euro	1 Monat
Fullbanner (B,C)**	468x60 Pixel	500,00 Euro	1 Monat
Standard Skyscraper*/***	120x600 Pixel	1.005,00 Euro	1 Monat
Wide Skyscraper*/***	160x600 Pixel	1.260,00 Euro	1 Monat
Highlight-Rectangle links*	300x100 Pixel	590,00 Euro	1 Monat
Highlight-Rectangle rechts*	300x100 Pixel	590,00 Euro	1 Monat
Medium Rectangle**	300x250 Pixel	1.020,00 Euro	1 Monat

- \* run of Site (ROS), rotierend (maximal 3 weitere Banner)
- \*\* Exklusivplatzierung auf der Startseite
- \*\*\* Mobil wird auf Wunsch ein Alternativ-Banner ausgespielt (Fullbanner)

## Weitere Werbemöglichkeiten Portal

Topstory		530,00 Euro	3 Tage
		1.000,00 Euro	1 Woche
Produkt-/Themen-Advertorial		450,00 Euro	3 Wochen
Video/Webcast	300x250 Pixel	875,00 Euro	1 Monat
Surftipp		265,00 Euro	1 Monat
Whitepaper		385,00 Euro	3 Monate
		630,00 Euro	6 Monate
Unternehmenseintrag Premium		520,00 Euro	12 Monate
Microsite		3.360,00 Euro	3 Monate
		5.635,00 Euro	6 Monate

## Werbemöglichkeiten Newsletter

Fullbanner	468x60 Pixel	635,00 Euro
Highlight-Rectangle	300x100 Pixel	410,00 Euro
Top-Advertorial		505,00 Euro
Produkt-/Themen-Advertorial (in Kombi mit Portal-Advertorial)		790,00 Euro
Surftipp		155,00 Euro
Stand-Alone-Newsletter		2.095,00 Euro



### Jahrespaket-Angebote

	<b>Bronze Paket</b>	<b>Silber Paket</b>	<b>Gold Paket</b>	<b>Platin Paket</b>
		1x Topstory Laufzeit: 1 Woche	1x Stand Alone Newsletter	1x Surftipp Laufzeit: 6 Monate
		2x Produkt- / Themen- Advertorial Laufzeit: 3 Wochen inkl. Newsletter Produkt- / Themen Advertorial	2x Topstory Laufzeit: 1 Woche	2x Stand Alone Newsletter
	1x Produkt- / Themen- Advertorial Laufzeit: 3 Wochen inkl. Newsletter Produkt- / Themen Advertorial	3x Produkt- / Themen- Advertorial Laufzeit: 3 Wochen inkl. Newsletter Produkt- / Themen Advertorial	3x Produkt- / Themen- Advertorial Laufzeit: 3 Wochen inkl. Newsletter Produkt- / Themen Advertorial	3x Topstory Laufzeit: 1 Woche
	1x Super Banner Portal Laufzeit: 1 Monat	1x Super Banner Portal Laufzeit: 3 Monate	1x Super Banner Portal Laufzeit: 6 Monate	4x Produkt- / Themen- Advertorial Laufzeit: 3 Wochen inkl. Newsletter Produkt- / Themen Advertorial
	Premium-Marktplatzeintrag Laufzeit: 1 Jahr	Premium-Marktplatzeintrag Laufzeit: 1 Jahr	Premium-Marktplatzeintrag Laufzeit: 1 Jahr	1x Super Banner Portal Laufzeit: 12 Monate
	Listenpreis: <del>2.200,-</del> EUR <b>Sonderpreis: 1.760,- EUR</b>	Listenpreis: <del>5.770,-</del> EUR <b>Sonderpreis: 4.325,- EUR</b>	Listenpreis: <del>12.325,-</del> EUR <b>Sonderpreis: 8.630,- EUR</b>	Listenpreis: <del>23.140,-</del> EUR <b>Sonderpreis: 15.000,- EUR</b>

## Konditionen / Technische Daten

### Lieferadresse:

- Bitte senden Sie die Werbemittel an:  
werbemittel@pharmaindustrie-online.de.

### Lieferfrist:

- Fünf Tage vor Kampagnenbeginn
- Verzögerungen durch verspätete Anlieferungen gehen nicht zu unseren Lasten.

### Meta-Informationen bei Anlieferung:

- Kunden- und Kampagnenname
- Buchungszeitraum
- Belegte Site und Platzierung
- Werbeformat und Klick-URL
- Ansprechpartner für Rückfragen
- Alt-Text (optional)

### Bei Flash-Bannern:

- Angabe der Flashversion
- Information über Actionscripte
- Zahlungsbedingungen

### Dateiformate Portal:

- GIF, JPG, PNG max. 45 KB\*
- HTML, FLASH (inklusive Click-Tag)  
max. 45 KB\*

### Flash clickTAG:

Der Flash-Banner muss nach dem clickTAGVerfahren arbeiten, d.h. die Ziel-URL sollte sich nicht in der SWF-Datei befinden.

Anstelle einer hartcodierten URL soll eine clickTAG-Variable in Flash verwendet werden.

Third-Party Banner Einbindungen über Java-Script können i.d.R. nicht responsive ausgespielt werden. Für die mobile Ausspielung ist daher ein zusätzlicher Banner (Fullbanner) notwendig.

### Dateiformate Newsletter:

- GIF (nicht animiert),  
JPG, PNG max. 45 KB\*
- Links ohne Redirect

\* Die für jedes Werbemittel angegebenen KB-Angaben sind Maximalgrößen und verstehen sich als die Gesamtsumme aller Daten, die das Werbemittel definieren.



## Kontakt

Ihre Ansprechpartner

Susanne Woggon  
Geschäftsführung, Marketing & Sales



Telefon: +49 (0)6196-6 52 54 56  
Telefax: +49 (0)6196-6 52 54 57  
Mobil: +49 (0)177-7 87 24 36

Email: [susanne.woggon@tropical-media.de](mailto:susanne.woggon@tropical-media.de)

Newsdesk / Redaktion

Telefon: +49 (0)6196-6 52 54 56  
Telefax: +49 (0)6196-6 52 54 57

Email: [redaktion@pharmaindustrie-online.de](mailto:redaktion@pharmaindustrie-online.de)

Hülya Akgün  
Design & Gestaltung



Email: [design@tropical-media.de](mailto:design@tropical-media.de)

## Impressum

Postanschrift:  
Tropal Media UG (haftungsbeschränkt)  
Mergenthalerallee 73-75  
65760 Eschborn  
Telefon: +49 (0)6196-6 52 54 56

Bankverbindung:  
Tropal Media UG (haftungsbeschränkt)  
Commerzbank  
Kontonummer: 276649100  
Bankleitzahl: 50040000  
IBAN: DE86 5004 0000 0276 6491 00  
SWIFT Code: COBADEFFXXX

pharmaindustrie-online.de ist ein Service der  
Tropal Media UG (haftungsbeschränkt).  
Unternehmenssitz: Eschborn  
Gerichtsstand: Amtsgericht Frankfurt am Main  
Handelsregistereintrag: HRB 94050  
Finanzamt Wiesbaden II



## Hungrig nach weiteren frischen News?

Entdecken Sie auf [LMV-online.de](http://LMV-online.de), dem online-only- Informationsportal für die Lebensmittelverarbeitung Food & Beverage, die ganze Welt der Lebensmittelproduktion und -herstellung. Mit Tropol Media erreichen Sie treffsicher und ohne Streuverluste ihre Zielgruppen. Mehr auf [www.lebensmittelverarbeitung-online.de](http://www.lebensmittelverarbeitung-online.de)



## Hier stimmt die Chemie

Entdecken Sie auf [chemieproduktion-online.de](http://chemieproduktion-online.de), dem online-only- Informationsportal für die Chemieproduktion, die ganze Welt der Chemieindustrie. Mit Tropol Media erreichen Sie treffsicher und ohne Streuverluste ihre Zielgruppen. Mehr auf [www.chemieproduktion-online.de](http://www.chemieproduktion-online.de)



Kombinieren Sie Ihren Kommunikationserfolg und fragen Sie nach einem attraktiven Kombiangebot.

Ihre Ansprechpartnerin  
 Susanne Woggon  
 Telefon: +49 (0)6196-6 52 54 56  
 Telefax: +49 (0)6196-6 52 54 57  
 Mobil: +49 (0)177-7 87 24 36  
 Email: [susanne.woggon@tropol-media.de](mailto:susanne.woggon@tropol-media.de)

PROFIL | THEMEN | FORMATE | PREISE | TECH SPECS | KONTAKT | AGB

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN DER TROPAL MEDIA UG (HAFTUNGSBESCHRÄNKT) FÜR DIE SCHALTUNG VON WERBEMITTELN

**1. Geltungsbereich**

(1) Die nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten für die Schaltung von Werbemitteln auf den von der Tropal Media UG (haftungsbeschränkt) betriebenen Internet- portalen. Sie regeln das Verhältnis der Tropal Media UG (haftungsbeschränkt), im Folgenden Auftragnehmer genannt, zu dem jeweiligen Auftraggeber in Bezug auf Eingehung und Abwicklung dieser Werbeaufträge.  
 (2) Die Gültigkeit etwaiger Allgemeiner Geschäftsbedingungen des Auftraggebers ist ausgeschlossen. Dies gilt auch für den Fall, dass den Allgemeinen Geschäftsbedingungen des Auf- traggebers durch den Auftragnehmer nicht ausdrücklich wider- sprochen wurde.  
 (3) Der Auftragnehmer ist berechtigt, seine Allgemeinen Geschäfts- bedingungen jederzeit zu ändern. Die geänderten Allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten als vom Auf- trag- geber genehmigt, wenn dieser nicht binnen eines Monats nach Bekanntgabe der Änderungen schriftlich oder per Mail wider- spricht.

**2. Werbeauftrag und Werbemittel**

(1) Werbeauftrag im Sinne dieser Allgemeinen Geschäfts- bedingungen ist der Vertrag über die Schaltung eines Werbe- mittels oder mehrerer Werbemittel auf einem oder mehreren vom Auftragnehmer betriebenen Internetportal(en).  
 (2) Werbemittel im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbe- dingungen können zum Beispiel aus einem oder mehreren der genannten Elemente bestehen: Aus einem Bild und/oder Text, aus Tonfolgen und/oder Bewegtbildern (z.B. Werbeanzeige, Whitepaper, Webcast, Produktbeitrag) oder aus einer sensi- tiven Fläche, die bei Anklicken die Verbindung mittels einer vom Auftraggeber genannten Online- Adresse zu weiteren Daten herstellt, die im Bereich des Auftraggebers liegen (z.B. Link).  
 (3) Werbemittel, die aufgrund ihrer Anordnung und/oder Gestaltung nicht als solche erkennbar sind, werden durch den Auftragnehmer als Werbung deutlich kenntlich gemacht.

**3. Vertragsschluss, Auftraggeber**

(1) Ein Vertrag wird grundsätzlich durch schriftliche oder durch E-Mail erteilte Bestätigung des Auftrags durch den Auftrag- nehmer abgeschlossen oder kommt durch das erstmalige Einstellen der von dem Auftraggeber übermittelten Werbemittel auf dem Internetportal des Auftragnehmers zu Stande.  
 (2) Auftraggeber im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbe- dingungen sind die unmittelbaren Vertragspartner. Dies kann eine Agentur sein, die Werbeaufträge im eigenen Namen und auf eigene Rechnung für einen Werbetreibenden abschließt, oder ein Werbetreibender, der dem Auftragnehmer selber unmittelbar Werbeaufträge erteilt.  
 (3) Soweit eine Agentur Auftraggeber und unmittelbarer Vertrags- partner des Auftragnehmers wird, so ist das Vertragsverhältnis zum Werbetreibenden ausschließlich Sache der Agentur, ein Vertragsver- hältnis zwischen Auftragnehmer und Werbetreibenden besteht nicht.  
 (4) Soweit eine Agentur ausnahmsweise nicht im eigenen Namen und auf eigene Rechnung, sondern als Stellvertreterin für den Werbetrei- benden handelt, so hat sie den Auftragnehmer hierauf schriftlich oder per Mail spätestens vor der erstmaligen Schaltung des Werbemittels unter Benennung von Namen und Kontaktdaten des Werbetreibenden hinzuweisen. Unterbleibt dieser Hinweis, gilt der Vertrag als mit der Agentur abgeschlossen und diese als Auf- traggeber im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen.

**4. Datenanlieferung**

(1) Der Auftraggeber ist verpflichtet, technisch und in sonstiger Weise einwandfreie, insbesondere den technischen Vorgaben des Auftragnehmers entsprechende Werbemittel spätestens fünf Werktage vor dem vereinbarten Veröffentlichungszeitpunkt zu übermitteln.  
 (2) Für ungeeignete oder beschädigte Werbemittel fordert der Auf- tragnehmer unverzüglich Ersatz an, sobald er dies erkennt.  
 (3) Im Falle der Verzögerung aufgrund der Übermittlung unge- eigneter oder beschädigter Werbemittel oder verspäteter An- lieferung von Werbemitteln wird der entstehende Mehraufwand gemäß der Preisliste in Rechnung gestellt. Ist in diesen Fällen eine ordnungs- gemäßige Erfüllung des Werbeauftrags nicht mehr möglich, kommt eine Rückvergütung in Form einer Gutschrift nicht in Betracht.  
 (4) Sofern der Auftraggeber eine Änderung des Werbemittels wünscht oder eine notwendige Änderung vom Auftraggeber zu vertreten ist, gehen die dadurch entstehenden Kosten zu Lasten des Auftraggebers.

**5. Sperrung und Ablehnung**

(1) Dem Auftragnehmer bleibt es vorbehalten, Werbeaufträge abzuleh- nen bzw. zu sperren, wenn deren Inhalt gegen Gesetze, behördliche Bestimmungen, Rechte Dritter oder Gerichtsurteile verstößt oder deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfah- ren beanstandet wurde oder für den Auftrag- nehmer die Schaltung wegen des Inhalts des Werbemittels, der Herkunft des Werbemittels oder der technischen Ausgestaltung unzumutbar ist.  
 (2) Nimmt der Auftraggeber bei bereits veröffentlichten Werbe- mitteln selbst nachträglich Änderungen der Inhalte des Werbe- mittels vor oder werden Daten, auf die durch einen Link verwiesen wird, nach- träglich geändert, ist der Auftragnehmer berechtigt, das Werbemittel zurückzuziehen, wenn die Voraus- setzungen des Absatz 1 vorliegen.

**6. Position des Werbemittels**

Die Vereinbarung einer Position eines Werbemittels erfolgt seitens des Auftragnehmers unter dem Vorbehalt, dass aus technischen Gründen eine Änderung der Position vorge- nommen werden kann. Eine Haftung des Auftragnehmers bei einer Änderung der Position aus technischen Gründen scheidet aus.

**7. Gewährleistung von Rechten**

(1) Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt, insbesondere Nutzungs- rechte in Bezug auf urheber-, marken- und persönlichkeitsrechtliche Ansprüche, und dass die Werbemittel nicht gegen gesetzliche Bestim- mungen verstoßen, insbe- sondere Jugendschutz- und Strafgesetze sowie wettbewerbs- rechtliche Regelungen. Es wird vom Auftrag- geber gewährleistet, dass die Werbemittel keine pornographischen, rassistischen, gewalt- oder kriegsverherrlichenden oder persön- lichkeitsrechts- verletzenden Inhalte haben. Der Auftraggeber stellt den Auftragnehmer im Rahmen des Werbeauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen oder Rechten Dritter entstehen können. Ferner wird der Auftragnehmer von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Auftragnehmer nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen.  
 (2) Der Auftraggeber überträgt dem Auftragnehmer 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, Zugänglich- machung, Bearbeitung, Entnahme aus einer Datenbank und zum Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durch- führung des Werbeauftrags notwendigen Umfangs. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen und berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie aller bekannten Formen von Online-Verbreitung.  
 (3) Der Auftraggeber ermächtigt den Auftragnehmer, den Werbeauftrag in angemessenem Rahmen und Umfang als Referenz zu verwenden sowie Werbeinformationen in ange- messenem Umfang an anerkannte Marktforschungs- unternehmen weiterzugeben. Sollte der Auftrag- geber diese Rechte nicht einräumen wollen, hat er dies dem Auftragnehmer schriftlich oder per Mail bei Vertragsschluss mitzuteilen.

**8. Gewährleistung des Auftragnehmers, Rügepflicht**

(1) Der Auftragnehmer gewährleistet im Rahmen der vorher- sehbaren Anforderungen eine möglichst dem jeweils üblichen techni- schen Standard entsprechende, bestmögliche Wieder- gabe des Werbemittels. Die Gewährleistung gilt jedoch nicht für unwesentliche Wiedergabe- oder Darstellungsfehler. Hierzu gehören insbesondere Fehler, die hervorgerufen werden durch die Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungssoft- / oder Hardware (z.B. Browser), Störung von Kommunikations- netzen, sofern dies nicht schuldhaft in den Verantwortungs- bereich des Auftragnehmers fällt, Rechne- rausfall aufgrund Systemversagens, durch unvollständige und/oder nicht aktualisierte Angebote auf so genannten Proxy oder durch einen Ausfall des Ad-Servers, der nicht länger als 24 Stunden (fortlaufend oder addiert) innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der vertraglich vereinbarten Schaltung andauert. Bei einem Ausfall des Ad-Servers über einen erheblichen Zeitraum (mehr als 10 % der gebuchten Zeit) im Rahmen einer zeitgebundenen Festbuchung entfällt die Zahlungspflicht des Auftraggebers für den Zeitraum des Ausfalls. Weitere Ansprüche sind ausge- schlossen.

(2) Im Falle von nicht gemäß Absatz 1 unwesentlichen Fehlern steht dem Auftraggeber ein Anspruch auf einwandfreie Ersatzwerbung in dem Umfang zu, in dem der Zweck des Werbe- mittels beeinträchtigt wurde. Die Ersatzwerbung kann in einer Verlängerung des Werbe- zeitraums oder in einer Ersatz- schaltung in einem vergleichbaren Umfeld erfolgen, dem hat der Auftragnehmer nach Aufforderung mit angemessener Frist- setzung durch den Auftraggeber zu entsprechen.  
 (3) Kommt der Auftragnehmer der Forderung nach Ersatz- werbung nicht innerhalb der vom Auftraggeber gestellten Frist nach, oder sollte eine Ersatzwerbung nicht gelingen oder unzu- mutbar sein, so steht dem Auftraggeber das Recht zu, vom Vertrag zurückzutreten oder zu mindern. Bei einem Fehler, der während der vereinbarten Werbezeit eintritt, ist bei einer Minderung oder einem Rücktritt die bereits gelaufene Werbezeit anteilig zu berücksichtigen.  
 (4) Sind die Fehler auf nicht offenkundige Mängel in den vom Auftrag- geber übermittelten Daten zurückzuführen, so stehen dem Auftrag- geber keine Ansprüche zu. Dies gilt zudem bei Fehlern in wiederholten Werbeschaltungen, wenn der Auf- trag- geber vor der nächstfolgenden Veröffentlichung nicht auf den Fehler hinweist.  
 (5) Der Auftraggeber hat die Pflicht, das Werbemittel nach der ersten Schaltung unverzüglich zu prüfen und etwaige Mängel schriftlich oder per Mail zu rügen. Die Rügefrist beträgt fünf Werktage, bei offenkun- digen Mängeln beginnt diese Frist mit Schaltung des Werbemittels, bei verdeckten Mängeln mit deren Entdeckung.  
 (6) Ansprüche aus dieser Gewährleistung verjähren innerhalb von 12 Monaten.

**9. Leistungsstörungen**

Fällt die Durchführung eines Auftrags aus Gründen aus, die der Auftragnehmer nicht zu vertreten hat, z.B. aus Gründen, die in der Software verankert sind oder aus anderen technischen Gründen, wegen Rechenerausfalls, höherer Gewalt, Streik, aufgrund gesetzlicher Bestimmungen, Störungen aus dem Verantwortungsbereich von Dritten (zum Beispiel anderen Providern), Netzbetreiber oder Leistungsanbietern oder aus vergleichbaren Gründen, so wird die Durchführung des Auftrags nach Möglichkeit nachgeholt. Bei Nachholen in angemessener und für den Auftraggeber zumutbarer Zeit nach Beseitigung der Störung bleibt der Vergütungsanspruch des Auftragnehmers bestehen.

**10. Haftung**

(1) Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungs- verletzung, Verschulden bei Vertragsschluss und unerlaubter Handlung bestehen nur bei Vorsatz und grober Fahrlässigkeit des Auftragnehmers, seines Vertreters oder Erfüllungsgehilfen. Dies gilt nicht für die Verletzung wesentlicher Vertragspflichten, in diesen Fällen beschränkt sich die Haftung auf den vorherseh- baren Schaden. Schadensersatzansprü- che aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind bei leichter Fahrlässigkeit beschränkt auf Ersatz des vorherseh- baren Schadens.  
 (2) Bei grober Fahrlässigkeit des einfachen Erfüllungsgehilfen ist die Haftung gegenüber Unternehmern dem Umfang nach auf den vorherseh- baren Schaden beschränkt. Dies gilt nicht für die Verletzung wesentlicher Vertragspflichten.  
 (3) Vorstehende Haftungsausschlüsse gelten nicht bei arg- listigem Verschweigen von Mängeln, für zugesicherte Eigen- schaften, für die Haftung aus dem Produkthaftungsgesetz sowie Schäden an Leben, Körper oder Gesundheit.  
 (4) Mit Ausnahme von Ansprüchen aus unerlaubter Handlung verjäh- ren Schadensersatzansprüche des Auftraggebers, für die nach dieser Ziffer die Haftung beschränkt ist, in einem Jahr gerechnet ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn.

**11. Mediadaten und Preisliste**

(1) Grundlage für die Berechnung der Vergütung sind die je- weils zum Zeitpunkt der Auftragserteilung über die Webseite des Auftragnehmers unter der URL www.lmv-online.de abruf- baren Mediadaten und Preislisten, die wesentlicher Vertrags- bestandteil sind.  
 (2) Der Auftragnehmer behält sich eine Änderung der Vergütung vor, soweit zwischen Vertragsabschluss und der vereinbarten Schaltung des Werbemittels mindestens drei Monate liegen. Der Auftraggeber ist über Erhöhungen mindes- tens einen Monat vor Schaltung des Werbemittels zu informieren. Ihm steht ein Rücktrittsrecht zu, dass er innerhalb von 14 Tagen nach Bekanntgabe der Erhöhung ausüben muss. Nach Ablauf dieser Frist gilt die Erhöhung der Vergütung auch

für bestehende Werbeaufträge als genehmigt.

**12. Zahlungsbedingungen**

(1) Bei Zahlungsverzug des Auftraggebers oder Stundung der Anzei- genvergütung ist der Auftragnehmer berechtigt, bank- übliche Zinsen zu berechnen. Bei Rücklastschriften ist er berechtigt, die dadurch ent- stehenden Kosten dem Auftraggeber zu berechnen. Weiter kann der Auftragnehmer bei Zahlungs- verzug die Ausführung eines laufenden Werbeauftrags bis zum Zahlungseingang unterbrechen, wenn er den Auftraggeber unter Fristsetzung zur Zahlung hierauf hingewiesen hat.  
 (2) Sofern an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers objektiv berechtigte Zweifel bestehen, ist der Auftragnehmer berechtigt, die Ausführung eines Werbeauftrags, bzw. die Fortführung eines laufenden Werbeauftrags von Vorauszahlungen sowie dem Ausgleich offener Rechnungsbeträge abhängig zu machen. In diesem Fall finden vereinbarte Zahlungsziele keine Berück- sichtigung.  
 (3) Sofern die Abrechnung der Vergütung auf AdImpressions oder AdClicks basiert, so ist Grundlage hierfür das Reporting des vom Auftragnehmer genutzten AdServers. Reporting- Reklamationen können nur während der Laufenden Schaltung eines Werbemittels gemacht werden. Nach Erhalt des End- Reportings sind Reklamatio- nen ausgeschlossen.  
 (4) Rechnungserstellung erfolgt zum Tag der erstmaligen Schaltung des Werbemittels, Zahlungsziel ist 30 Tage nach Rechnungsdatum.  
 (5) Nettopreise verstehen sich zusätzlich der gesetzlichen Mehrwert- steuer, Rabatte bestimmen sich nach der jeweils gültigen Preisliste.  
 (6) Die Agenturprovision beträgt 15 Prozent.

**13. Kündigung, Stornierung**

(1) Sofern die Beendigung eines Auftrages von einer Kündigung abhängig ist, hat diese schriftlich oder per E-Mail zu erfolgen. Das gleiche gilt für eine Stornierung vor Beginn der Ausführung eines Werbeauftrags. (2) Kündigungen sind bei laufenden Werbeaufträgen nur mit einer Frist von zwei Wochen zum Monatsende möglich.  
 (3) Eine kostenfreie Stornierung ist nur möglich bis spätestens zehn Werktagen vor der vereinbarten Ausführung des Werbe- auftrags, also der erstmaligen Schaltung des Werbemittels. Für Stornierungen bis zu fünf Werktagen vor Schaltung werden Stornogebühren in Höhe von 50 Prozent fällig, für Stornierungen bis zu drei Werktagen vor Schaltung 80 Prozent. Bei späteren Stornierungen wird die gesamte Vergütung fällig.

**14. Datenschutz**

(1) Bei Abwicklung des Werbeauftrages werden die geltenden da- tenschutzrechtlichen Bestimmungen von beiden Vertrags- parteien berücksichtigt.  
 (2) Sollte der Auftraggeber durch Verwendung spezieller Techniken, wie z. B. dem Einsatz von Cookies oder Zählpixeln, Daten aus der Schaltung von Werbemitteln gewinnen oder sammeln, sichert der Auftraggeber zu, dass er bei Erhebung, Verarbeitung und Nutzung von personenbezogenen Daten die Vorgaben der geltenden Daten- schutzregelungen einhalten wird.  
 (3) Sofern beim Auftraggeber anonyme oder pseudonyme Daten aus dem Zugriff auf die Werbemittel anfallen, ist ihm eine Auswertung im Rahmen der jeweiligen Kampagne gestattet. Darüber hinaus ist ihm eine weitere Verarbeitung oder Nutzung für eigene Zwecke oder die Weitergabe an Dritte oder die Erstellung von Profilen aus dem Nut- zungsverhalten der User des Online-Portals des Auftragnehmers oder deren Nutzung nicht gestattet. Handelt es sich bei dem Auftraggeber um eine Agentur, so ist die Auswertung von derart gewonnenen Daten für die Werbetreibenden im Rahmen der jeweiligen Kampagne keine Weitergabe an Dritte.

**15. Aufrechnung / Abtretung**

(1) Eine Aufrechnung kann nur mit unbestrittenen oder rechts- kräftig festgestellten Forderungen des Auftraggebers erfolgen.  
 (2) Eine Abtretung von Forderungen aus dem Werbeauftrag durch den Auftraggeber bedarf der vorherigen, schriftlich oder per Mail erteilten Zustimmung durch den Auftragnehmer.

**16. Anwendbares Recht, Gerichtsstand, Erfüllungsort**

(1) Es gilt ausschließlich deutsches Recht.  
 (2) Erfüllungsort ist der Sitz des Auftragnehmers.  
 (3) Gerichtsstand ist der Sitz des Auftragnehmers.