

immobilien **münchen** report

mediadaten gültig ab 01.01.2012



immobilienreport münchen

Der Newsletter „immobilienreport münchen“ erscheint zweimal im Monat. Der Versand erfolgt kostenfrei per Email. Die Empfänger sind vor allem private und institutionelle Anleger am Münchner Immobilienmarkt. Im Verteiler sind zudem die professionellen Marktteilnehmer. Dazu gehören Architekten, Bauträger, Projektentwickler, Makler, Banker, Hausverwalter sowie Mieter von gewerblichen Immobilien vom Einzelhandel bis zur Logistikfläche. Nicht zuletzt Münchner Bürger, die sich über den regionalen Immobilienmarkt informieren wollen. Die Publikation darf zu Informationszwecken kostenlos ausgedruckt oder elektronisch verteilt werden.

www.immobiliereport.de

Im Internetauftritt des „immobilienreport münchen“ bietet eine ideale Ergänzung zum Newsletter. Unter „www.immobiliereport.de“ werden tagesaktuelle Nachrichten veröffentlicht, aber auch umfangreiche Marktdaten und Studien. Hier finden Sie alle Ausgaben des „immobilienreport münchen“ und die Mediadaten. Über ein Suchsystem können bereits veröffentlichte Artikel dieses Mediums nach Personen und Unternehmen gefunden werden.

das profil | der herausgeber

PROFIL immobilienreport münchen erscheint regelmäßig seit Januar 2011. Er richtet sich vor allem an private und institutionelle Anleger sowie an die Teilnehmer des Münchner Immobilienmarktes. Der immobilienreport bietet den Lesern wichtige Informationen wie Preise, Mieten, Nebenkosten sowie zu den Entwicklungen und Neubauprojekten in einzelnen Stadtteilen. Ziel ist es, in diesen Markt mehr Transparenz zu bringen. Der „immobilienreport münchen“ bietet Hilfestellung bei Entscheidungen um die Immobilie. Die Inhalte sind aber nicht als Kauf- oder Verkaufsempfehlungen zu verstehen.

Die Berichterstattung folgt nach einer klaren Einteilung in die Ressorts Wohnen, Gewerbe und Architektur. Der Service-Teil im Newsletter enthält wichtige Marktdaten in komprimierter Form. Eine mehr ins Detail gehende Aufbereitung der Informationen für die professionellen und interessierten Marktteilnehmer vor Ort bietet der Internetauftritt unter den Seiten Stadtbezirke.

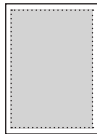
HERAUSGEBER „immobilienreport münchen“ und „www.immobilienreport“ werden von Ulrich Lohrer herausgegeben. Er ist für den redaktionellen Inhalt verantwortlich. Der ausgebildete Volkswirt sammelte vier Jahre Erfahrung als Berater in einem Finanzdienstleistungsunternehmen, bevor er zum Journalismus wechselte. Als Redakteur und später als Ressortleiter in den Wirtschaftsmagazinen Finanzen und €uro des Axel Springer Konzerns und des Finanzen Verlages berichtete er 14 Jahre über Themen Immobilien, Steuern, Recht, Versicherung sowie private und soziale Altersvorsorge. Aktuell ist er als freier Journalist für Wirtschaftsmedien wie Capital, €uro, Handelsblatt.com und Wirtschaftskurier tätig. Sein journalistischer Anspruch ist es, anspruchsvolle und wichtige Informationen den Lesern des „immobilienreport münchen“ spannend und verständlich zu vermitteln.

erscheinungstermine

Ausgabe	Erscheinungstag	geplante Themen	Anzeigenschluss	Druckunterlagenchluss
01/2012	11.01.2012	Münchner Freiheit	02.01.2012	06.01.2012
02/2012	25.01.2012	Mittersending/Hotels	16.01.2012	19.01.2012
03/2012	08.02.2012	Obergiesing/Energieeinsparverordnung	30.01.2012	02.02.2012
04/2012	22.02.2012	Universität	13.02.2012	16.02.2012
05/2012	07.03.2012	Oberföhring	27.02.2012	01.03.2012
06/2012	21.03.2012	Obermenzing/Eigentum&Wohnen	12.03.2012	15.03.2012
07/2012	11.04.2012	Neuperlach	26.03.2012	29.03.2012
08/2012	25.04.2012	Maxvorstadt	16.04.2012	19.04.2012
09/2012	09.05.2012	Harlaching/Hausverwaltungen	30.04.2012	03.05.2012
10/2012	23.05.2012	Laim	14.05.2012	17.05.2012
11/2012	06.06.2012	Luitpoldkaserne	28.05.2012	31.05.2012
12/2012	20.06.2012	Schwabing-Ost/Lärm	11.06.2012	14.06.2012
13/2012	04.07.2012		25.06.2012	28.06.2012
14/2012	18.07.2012		09.07.2012	12.07.2012
15/2012	08.08.2012		30.07.2012	02.08.2012
16/2012	22.08.2012		13.08.2012	16.08.2012
17/2012	05.09.2012		27.08.2012	30.08.2012
18/2012	19.09.2012		10.09.2012	13.09.2012
19/2012	03.10.2012	EXPO REAL 2012	24.09.2012	27.09.2012
20/2012	24.10.2012		15.10.2012	18.10.2012
21/2012	07.11.2012		29.10.2012	01.11.2012
22/2012	21.11.2012		12.11.2012	15.11.2012
23/2012	05.12.2012		26.11.2012	29.11.2012
24/2012	19.12.2012		10.12.2012	13.12.2012

anzeigenformate

Anzeigenformate im Newsletter „immobilienreport münchen“



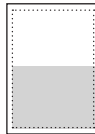
1/1 Seite

im Beschnitt

216 mm x 303 mm

im Satzspiegel

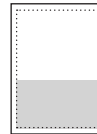
182 mm x 267 mm



1/2 Seite

216 mm x 150,5 mm

182 mm x 132,5 mm



1/3 Seite

216 mm x 104,5 mm

182 mm x 86,5 mm

Weitere Anzeigenformate und Textfeldanzeigen nach Absprache. Bei Anzeigen im Beschnitt sind jeweils 3 mm Beschnitt an den Außenkanten mit eingerechnet

Datenformate:

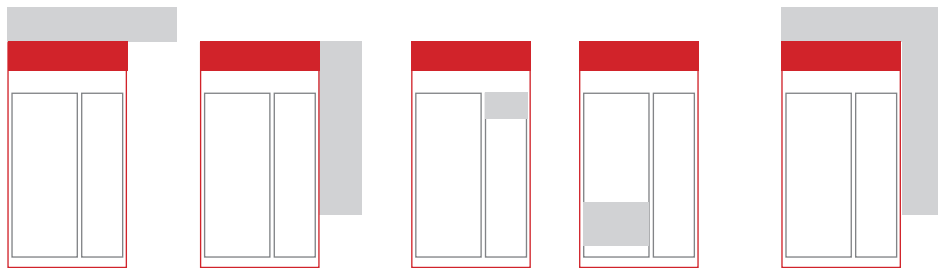
- Druckfähiges PDF
- Offene Dokumente: Indesign (bis CS5) mit Bildern und Schriften
- Weitere Formate nach Absprache

Datenabgabe:

- per Email: media@immobilienreport.de
- oder an Postadresse: Ulrich Locher, Thalkirchner Straße 47e, 80337 München

anzeigenformate

Online Anzeigenformate auf www.immobilienreport.de



Werbeform	Super Banner	Skyscraper	Rectangle	Medium Rectangle	Tandem Ad (Super Banner + Skyscraper)
Mindestformat (Pixel)	728 x 90	120 x 600	180 x 150	300 x 250	728 x 90 + 120 x 600
Dateigröße	30 KB	30 KB	30 KB	30 KB	60 KB

Kombinationen und weitere Varianten:

Kombinationen von Anzeigen des Newsletters und des Online-Auftritts sind möglich. Sie können genau auf Ihre Zielgruppe unter Minimierung von Streuverlusten abgestimmt werden. Über die Möglichkeiten und Varianten informiert Sie gerne unsere Mediaberatung.

anzeigenpreise

Sonderformate
auf Rücksprache
möglich

Anzeigenpreise im Newsletter „immobilienreport münchen“

Belegung	bei Einzelschaltung	bei 12 Ausgaben	bei 24 Ausgaben
1/1 Seite	2250 Euro	1575 Euro	1125 Euro
1/2 Seite	1700 Euro	1100 Euro	775 Euro
1/3 Seite	1300 Euro	920 Euro	650 Euro

Online Anzeigenpreise* auf www.immobiliereport.de

Werbeform	einmalig	sechs mal	zwölf mal
Super Banner	650 Euro	435 Euro	325 Euro
Scyscraper	650 Euro	435 Euro	325 Euro
Rectangle	330 Euro	220 Euro	165 Euro
Medium Rectangle	900 Euro	600 Euro	450 Euro
Tandem Ad	1500 Euro	1000 Euro	750 Euro

*für eine Laufzeit von 4 Wochen.

Weitere Formate und Preise nach Anfrage. Preise verstehen netto pro Anzeige (zzgl. ges. MwSt.).

allgemeine Geschäftsbedingungen

Der Verkauf aller Inserate und sonstigen werblichen Inhalte erfolgt auf der Grundlage der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen unter Ausschluss entgegenstehender Geschäftsbedingungen des Auftraggebers.

1. Werbeauftrag

(1) „Werbefauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag zwischen dem Herausgeber des „immobilienreport münchen“ und dem Betreiber der Website „www.immobiliereport.de“ (nachfolgend „Anbieter“) und einem Werbetreibenden oder sonstigen Inserenten (nachfolgend „Auftraggeber“) über die Schaltung einer Anzeige oder eines Werbemittels in Informations- und Kommunikationsdiensten oder im Internet, zum Zwecke der Verbreitung.

(2) Für den Werbeauftrag gelten ausschließlich die vorliegenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen sowie die Preisliste des Anbieters, die einen wesentlichen Vertragsbestandteil bildet. Die Gültigkeit etwaiger Allgemeiner Geschäftsbedingungen des Auftraggebers oder sonstiger Inserenten ist, soweit sie mit diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen nicht übereinstimmen, ausdrücklich ausgeschlossen.

2. Werbemittel

(1) Ein Werbemittel im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen kann zum Beispiel aus einem oder mehreren der nachfolgend genannten Elemente bestehen: aus einem Bild und/oder Text, aus Tonfolgen und/oder Bewegtbildern (u. a. Banner, Button), aus einer sensitiven 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, Hyperlink).

(2) Werbemittel, die aufgrund ihrer Gestaltung oder des Werbeumfeldes nach Einschätzung des Anbieters nicht als solche erkennbar sind, werden vom Anbieter als Werbung deutlich kenntlich gemacht, ohne dass dies einer Genehmigung des Auftraggebers bedarf. Der Anbieter ist bei der inhaltlichen Gestaltung des Umfeldes des Werbemittels grundsätzlich frei, soweit vertraglich nicht etwas anderes schriftlich vereinbart wurde.

(3) Der Auftraggeber hat sicherzustellen, dass über die Werbemittel nicht auf irgendwelche Daten oder andere Websites zugegriffen werden kann, die gegen geltendes Recht oder gegen Rechte Dritter verstoßen und insbesondere keine sittlich anstößigen (insbesondere rassistischen, pornografischen, gewaltverherrlichenden, beleidigenden oder obszönen) Inhalte aufweisen. Sollte dies der Fall sein, so gelten die Punkte 9 und 10 dieser AGB entsprechend.

3. Vertragsschluss

(1) Vorbehaltlich entgegenstehender individueller Vereinbarungen kommt der Vertrag grundsätzlich durch schriftliche oder durch E-Mail erfolgende Bestätigung des Auftrags durch den Anbieter zustande. Auch bei mündlichen oder fernmündlichen Bestätigungen liegende Allgemeinen Geschäftsbedingungen zugrunde.

(2) Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag im Zweifel mit der Werbeagentur zustande, vorbehaltlich anderer schriftlicher Vereinbarungen. Soll ein Werbetreibender Auftraggeber werden, muss er von der Werbeagentur namentlich benannt werden. Der Anbieter ist berechtigt, von den Werbeagenturen einen Mandatsnachweis zu verlangen.

(3) Werbung für Waren oder Leistungen von mehr als einem Werbetreibenden oder sonstigen Inserenten innerhalb eines Werbeauftritts (z. B. Banner-, Pop-up-Werbung etc.) bedarf einer zusätzlichen schriftlichen oder durch E-Mail geschlossenen Vereinbarung.

4. Abwicklungsfrist

Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht des Auftraggebers zum Abruf einzelner Werbemittel eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres ab Vertragsabschluss abzuwickeln.

5. Auftragsverweiterung

Der Anbieter erbringt ausschließlich die im jeweiligen Werbeauftrag aufgeführten und vereinbarten Leistungen. Der Auftraggeber ist jedoch berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Punkt 4 genannten Frist unter dem Vorbehalt vorhandener Kapazität auch über die im Auftrag genannte Menge hinaus weitere Werbemittel, gegen gesonderte Vergütung, abzurufen. Eine solche Auftragsverweiterung bedarf der schriftlichen Vereinbarung.

allgemeine Geschäftsbedingungen

6. Nachlasserstattung

(1) Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Anbieter nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschiedsbetrag zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Anbieter zu erstatten.

7. Datenanlieferung

(1) Der Auftraggeber ist verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder den technischen Vorgaben des Anbieters entsprechende Werbemittel rechtzeitig und vollständig vor Schaltungsbeginn anzuliefern sowie sicherzustellen, dass durch die Werbemittel keine Gefahren ausgehen, etwa durch Viren oder sonstige technische Probleme. Sollten dem Anbieter aus der Verwendung der vom Auftraggeber überlassenen Werbemittel Schäden entstehen, hat der Auftraggeber für diese einzutreten.

(2) Die Pflicht des Anbieters zur Aufbewahrung des Werbemittels endet sechs Monate nach seiner letztmaligen Verbreitung.

(3) Kosten des Anbieters für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen des Werbemittels hat der Auftraggeber zu tragen. Ab dem im Angebot angegebenen Anlieferungstermin sind Änderungen von Größen, Formaten, Ausstattungen und Platzierungen nur nach Absprache möglich. Der Auftraggeber trägt die Gefahr der Übermittlung des zur Veröffentlichung bestimmten Materials, insbesondere die Gefahr für den Verlust von Daten.

(4) Datenträger oder sonstige Unterlagen des Auftraggebers werden ihm nur auf sein Verlangen und auf seine Kosten zurückgesandt. Die Gefahr hierfür trägt der Auftraggeber.

8. Ablehnungsbefugnis

(1) Der Anbieter behält sich vor, Werbeaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – abzulehnen bzw. zu sperren, insbesondere wenn nach seiner Auffassung deren Inhalt gegen geltendes Recht oder behördliche Bestimmungen verstößt, Rechte Dritter verletzt werden oder deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder deren Veröffentlichung für den Anbieter wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist. In diesen Fällen wird der Anbieter den Auftraggeber unverzüglich darüber informieren, dass er das Werbemittel nicht veröffentlichen bzw. sperren wird. Ansprüche jeglicher Art des Auftraggebers gegen den Anbieter sind in diesem Zusammenhang ausgeschlossen.

(2) Der Anbieter kann ein bereits veröffentlichtes Werbemittel zurückziehen, wenn der Auftraggeber nachträglich Änderungen der Inhalte des Werbemittels selbst vornimmt oder die Daten nachträglich verändert werden, auf die durch einen Link verwiesen wird, und hierdurch die Voraussetzungen des Absatzes 1 erfüllt werden. Absatz 1 Satz 2 gilt entsprechend.

(3) Der Anbieter ist berechtigt, die Veröffentlichung eines Werbemittels von einer vorherigen schriftlichen Zusicherung des Auftraggebers über die rechtliche Zulässigkeit der Werbung bzw. von der Abgabe einer Freistellungserklärung durch den Auftraggeber abhängig zu machen und/oder die Dateien auf Kosten des Auftraggebers von einer sachverständigen Stelle auf rechtliche Zulässigkeit prüfen zu lassen.

(4) Eine Prüfpflicht des Anbieters bezüglich der Rechtmäßigkeit des Werbemittels besteht jedoch nicht.

9. Rechtsgewährleistung des Auftraggebers und Umfang der Übertragung der Nutzungsrechte

(1) Der Auftraggeber gewährleistet und sichert zu, dass er alle zur Schaltung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt, keine Rechte Dritter (insbesondere gewerbliche Schutzrechte, Urheberrechte, Persönlichkeitsrechte etc.) oder sonstigen gesetzlichen Bestimmungen verletzt und die Werbemittel keine sittlich anstößigen Inhalte (vgl. Punkt 2 Absatz 3) aufweisen. Der Auftraggeber stellt den Anbieter im Rahmen des Werbeauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung entsprechender gesetzlicher Bestimmungen oder der Rechte Dritter geltend gemacht werden. Ferner wird der Anbieter von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Anbieter nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen.

(2) Absatz 1 gilt bei Einleitung eines strafrechtlichen oder behördlichen Verfahrens gegen den Anbieter aufgrund eines Werbemittels entsprechend.

(3) Der Auftraggeber überträgt dem Anbieter sämtliche für die Nutzung des Werbemittels in Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, öffentlichen Zugänglichmachung, Übertragung, Sendung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang.

allgemeine Geschäftsbedingungen

Die in Absatz 3 genannten Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen und berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannter technischer Verfahren sowie aller bekannter Formen der Online-Medien.

10. Gewährleistung des Anbieters

(1) Der Anbieter gewährleistet innerhalb vorhersehbarer Anforderungen eine dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe des Werbemittels.

(2) Bei ungenügender Wiedergabequalität des Werbemittels hat der Auftraggeber Anspruch auf eine einwandfreie Ersatzwerbung, jedoch nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Bei Fehlschlägen, Unzumutbarkeit oder Unmöglichkeit der Ersatzwerbung hat der Auftraggeber nach Maßgabe der gesetzlichen Bestimmungen ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrags.

(3) Sind etwaige Mängel bei den Werbungsunterlagen nicht offenkundig, so hat der Auftraggeber bei ungenügender Darstellung/Wiedergabe keine Ansprüche, soweit die ungenügende Darstellung/Wiedergabe hierauf beruht. Das Gleiche gilt bei Fehlern in wiederholten Werbeschaltungen, wenn der Auftraggeber nicht vor Veröffentlichung der nächstfolgenden Werbeschaltung auf den Fehler hinweist. Der Auftraggeber hat das in Auftrag gegebene Werbemittel unverzüglich nach seiner ersten Schaltung zu prüfen und einen eventuellen Mangel, der sich zeigt, unverzüglich schriftlich gegenüber dem Anbieter anzuzeigen. Bei fehlender Mangelanzeige gilt die Ausführung des Auftrages als genehmigt. Bei rechtzeitiger Mangelanzeige beschränkt sich die Haftung des Anbieters auf Nacherfüllung in Form der Nachbesserung bzw. Ersatzveröffentlichung. Im Falle des Fehlschlagens bzw. der Unmöglichkeit der Nacherfüllung kann der Auftraggeber die Herabsetzung der Vergütung oder die Rückgängigmachung des Vertrages verlangen.

11. Leistungsstörungen

Fällt die Durchführung eines Auftrags aus Gründen aus, die der Anbieter nicht zu vertreten hat (etwa softwarebedingt oder aus anderen technischen Gründen), insbesondere wegen Rechenerausfalls, höherer Gewalt, Streik, aufgrund gesetzlicher Bestimmungen, Störungen aus dem Verantwortungsbereich von Dritten (z. B. anderen Providern), Netzbetreibern oder Leistungsanbietern oder aus vergleichbaren Gründen, so wird die Durchführung des Auftrags nach Möglichkeit nachgeholt. Bei Nachholung in angemessener und für den Auftraggeber zumutbarer Zeit nach Beseitigung der Störung bleibt der Vergütungsanspruch des Anbieters bestehen. Falls der Auftrag nicht innerhalb angemessener und zumutbarer Zeit nachgeholt werden kann, hat der Auftraggeber Anspruch auf Rückzahlung der von ihm insoweit entrichteten Vergütung. Weitere Ansprüche des Auftraggebers sind ausgeschlossen.

12. Haftung

Eine Haftung des Anbieters auf Schadens- oder Aufwendungsersatz – gleich aus welchem Rechtsgrund – besteht nur, wenn der Schaden bzw. die Aufwendungen auf Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit des Anbieters zurückzuführen sind oder durch schuldhaftes Verletzung einer verkehrswesentlichen Pflicht (Kardinalpflicht) in einer das Erreichen des Vertragszwecks gefährdenden Weise vom Anbieter verursacht wurden. Haftet der Anbieter nach den vorstehenden Grundsätzen dem Grunde nach, ohne dass Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit vorliegt, so ist die Haftung des Anbieters der Höhe nach auf den typischen Schadens- bzw. Aufwendungsumfang, der zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses vernünftigerweise voraussehbar war, und auf das für die betreffende Anzeige zu zahlende Entgelt begrenzt. Die vorstehenden Haftungsbeschränkungen bzw. -ausschlüsse gelten nicht bei schuldhafter Verletzung von Leben, Körper und Gesundheit, für Haftungsansprüche nach dem Produkthaftungsgesetz sowie im Falle einer vertraglich vereinbarten verschuldensunabhängigen Einstandspflicht. Soweit die Haftung des Anbieters nach den vorstehenden Regelungen ausgeschlossen oder beschränkt ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung ihrer Organe, Arbeitnehmer, Vertreter und Erfüllungsgehilfen.

13. Preisliste

(1) Es gilt die im Zeitpunkt der Auftragserteilung aktuell veröffentlichte Preisliste. Für vom Anbieter bestätigte Aufträge sind Preisänderungen allerdings nur wirksam, wenn sie vom Anbieter mindestens einen Monat vor Veröffentlichung des Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden.

(2) Eventuelle Nachlässe bestimmen sich nach der jeweils gültigen Preisliste.

(3) Wird der Auftrag durch den Auftraggeber nicht innerhalb der vereinbarten Laufzeit erfüllt, d. h., ruft der Auftraggeber die Werbung nicht innerhalb der Laufzeit ab oder gerät er mit der Zahlung der Rechnungen in Verzug, erfolgt eine Rückbelastung entsprechend den im Tarif festgelegten Rabattstufen.

allgemeine Geschäftsbedingungen

14. Zahlungsverzug

(1) Zahlungsansprüche des Anbieters sind zahlbar spätestens 14 Tage nach Rechnungszugang. Die Rechnungsstellung erfolgt mit Veröffentlichung der ersten Werbeschaltung. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden gegenüber Privatkunden Zinsen in Höhe von 5 % über dem Basiszinssatz bzw. im Geschäftsverkehr 8 % über dem Basiszinssatz berechnet. Der Anbieter kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Zahlung zurückstellen und für die restliche Schaltung Vorauszahlung verlangen.

(2) Objektiv begründete Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers berechtigen den Anbieter, auch während der Laufzeit des Vertrages das Erscheinen weiterer Werbemittel ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

15. Kündigung

(1) Kündigungen von Werbeaufträgen müssen schriftlich oder per E-Mail erfolgen. Die Stornofrist beträgt 6 Tage vor Kampagnenbeginn.

(2) Stornogebühren werden in folgenden Fällen dem Auftraggeber berechnet:

- Storno 5 Tage vor Kampagnenbeginn: 30 % des Netto-Kampagnenwertes
- Storno 2 Tage vor Kampagnenbeginn: 50 % des Netto-Kampagnenwertes
- Storno 1 Tag vor Kampagnenbeginn und später: 100 % des Netto-Kampagnenwertes

16. Datenschutz

Der Werbeauftrag wird unter Berücksichtigung der geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen abgewickelt. Bestandsdaten werden nur zur Ausführung und Abwicklung des Auftrages gespeichert und verwendet und ggf. an beteiligte Kooperationspartner/Erfüllungsgehilfen weitergegeben. Ansonsten erfolgt eine Weitergabe, Verarbeitung und Nutzung der Bestandsdaten nur, sofern der Auftraggeber einwilligt oder dies datenschutzrechtliche Vorschriften oder ein anderes Gesetz zulässt.

17. Erfüllungsort/Gerichtsstand/sonstige Regelungen

(1) Erfüllungsort für sämtliche Leistungen nach dem Werbeauftrag ist der Sitz des Anbieters.

(2) Gerichtsstand für sämtliche Streitigkeiten aus dem Werbeauftrag im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichem Sondervermögen ist der Sitz des Anbieters. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, gilt als Gerichtsstand der Sitz des Anbieters als vereinbart.

(3) Der Werbeauftrag und diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen unterliegen ausschließlich deutschem Recht.

(4) Ergänzungen und/oder Abänderungen des Werbeauftrages oder dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen bedürfen der Schriftform. Dies gilt gleichermaßen für die Aufhebung des Schriftformerfordernisses selbst.

(5) Sollten eine oder mehrere Bestimmungen des Werbeauftrages oder dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen unwirksam sein oder werden, so wird dadurch die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen nicht berührt. Die unwirksame(n) Bestimmung(en) werden vielmehr im Wege der ergänzenden Vertragsauslegung durch eine solche Regelung ersetzt, die dem von den Vertragsparteien mit der/den unwirksamen Bestimmung(en) erkennbar verfolgten wirtschaftlichen Zweck möglichst nahekommt. Entsprechendes gilt für die Ausfüllung etwaiger Regelungslücken.

Herausgeber

Ulrich Lohrer

Thalkirchner Straße 47e, D-80337 München
ulrich.lohrer@immobilienreport.de

Telefon 089/76 70 20 48 | Telefax 089/76 70 20 50

Steuernummer 183/527/53560

Bankverbindung Münchner Bank eG, München

BLZ: 701 900 00

Kto-Nr.: 11 95 778