



Gültig ab 02.01.2012

Online Preisliste 2012

www.reisemobil-international.de
www.camping-cars-caravans.de

**REISE
MOBIL**
INTERNATIONAL

CAMPING, CARS &
caravans



DoldeMedien
VERLAG GMBH

ONLINE-WERBEFORMEN

- A Super Banner**
Position: direkt unter der Menüleiste, über die ganze Breite der Seite
- B Top Banner**
Position: erstes Banner in der mittleren Spalte, immer vor der ersten Newsmeldung. Bei Anklicken „weiter lesen“ öffnet sich auf einer Unterseite die komplette Meldung, das Top Banner wird auf dieser Unterseite ebenfalls angezeigt
- C Fullsize-Banner**
Position: in der mittleren Spalte, zwischen den aktuellen Newsmeldungen, in der Reihenfolge des Buchungseingangs
- D Halfsize-Banner**
Position: in der linken Spalte, in der Reihenfolge des Buchungseingangs
- E Skyscraper**
Position: in der rechten Spalte
- F Wallpaper (= Super Banner + Skyscraper)**
Position: direkt unter der Menüleiste, über die ganze Breite der Seite und in der rechten Spalte
- G Pop under**
Position: rechts und unten; wird vom Webbrowser im Hintergrund der geladenen Website geöffnet

Grundsätzlich gilt für alle Banner: Inhalt und Gestaltung sind frei wählbar – Firmenlogo, Text, Bilder, auch Flash, Animation, Videos, Anlieferung fertiger Daten, Erstellung durch den Verlag wird zum Selbstkostenpreis weiterberechnet.

- H Medium Rectangle**
Position: im gewünschten redaktionellen Text, an grafisch passender Position im Seitenlayout.
- J Mini Rectangle**
Position: im gewünschten redaktionellen Text, an grafisch passender Position im Seitenlayout.

Grundsätzlich gilt für alle Textteil-Formate

Medium Rectangle und Mini Rectangle sind – ähnlich wie Advertorials in Print-Magazinen – von redaktioneller Aufmachung. Deshalb sind nur Fotos und Schrift möglich, keine Logos, keine Animationen. Die Daten werden vom Verlag produziert, die Erstellung ist in den Schaltkosten bereits enthalten

RABATTE

10% Kombinations-Rabatt bei zeitgleicher Bannerschaltung auf www.reisemobil-international.de und www.camping-cars-caravans.de

Wir erstellen gerne ein individuelles Crossmedia-Angebot. Bitte wenden Sie sich an Ihren üblichen Ansprechpartner. (Kontaktdaten siehe Seite 3)



CAMPING, CARS & Caravans



A Startseite: 400,- € Größe: 947 x 90 Pixel
Folgeseite: 350,- € max. 40 KB (ist auf allen Seiten präsent)

B Startseite: 250,- €
Folgeseite: 225,- €
Größe: 468 x 120 Pixel max. 40 KB

C Startseite: 200,- €
Folgeseite: 175,- €
Größe: 468 x 120 Pixel max. 40 KB

D Start: 150,- €
Folge: 125,- €
Größe: 234 x 120 Pixel max. 40 KB

E Startseite: 400,- €
Folgeseite: 350,- €

Größe: 216 x 468 Pixel max. 60 KB

F Als Wallpaper (A+E)
Startseite: 700,- €
Folgeseite: 650,- €

G Startseite: 800,- €
Folgeseite: 700,- €

Größe variabel max. 50 KB (ist auf allen Seiten präsent)

Alle aufgeführten Preise sind Wochenpreise, Schaltung immer von Montag bis Sonntag. Weiter Online-Werbeformen auf Anfrage. Die gesetzliche Mehrwertsteuer wird auf den Netto-Rechnungsbetrag aufgeschlagen.



Magazin

08.07.2010
Luxus-Liner in Stade
Queen Mary Kurs Hamburg

01.07.2010
Startplatz Neuklostersee
Einladung zum Teich

26.06.2010
Vorstadt Biss
Ausblicken für das kommende Wochenende (2. bis 4. Juli)

26.06.2010
Reiseverkehr
Am Samstag droht das erste Chaos

24.06.2010
Springreiten in Europa
Hier stehen Sie am günstigsten

23.06.2010
Startplatz Lechbruck
Grüßli

18.06.2010
Ferienbeginn in 8 Bundesländern

18.06.2010
Produkttester gesucht
Die Bekleidungsfirma One-Chem stellt zum Gratis-Test bereit

18.06.2010
On Tour mit Bernd Bläsemark
Wagner unterstützt Lese- und Preisprojekte

18.06.2010
Sommerurlaub 2010
Luftverkehrsregeln

17.06.2010
ADAC-Greif
Aktuelle Kraftstoffpreise

14.06.2010
Stellenvermutungsgebühren in Europa

Luxus-Liner in Stade
Queen Mary Kurs Hamburg

H Startseite: 500,- €
Folgeseite: 400,- €

Größe: 300 x 200 Pixel max. 40 KB



Ausschließlich für Reisemobilisten hat die Städt. Touristik GmbH ein Eintragspaket für Queen Mary 2-Fare geschaffen! Von Samstag, 14. August bis Montag, 16. August heißt es "Die Hansestadt Stade und die Königin der Meere" zu erleben. Am 14. August läuft das tolle Kreuzfahrtschiff von der Nordsee in Richtung Hamburg ein. Bei dem Ankommen schiffen Reisemobilisten den großen Dampfer auf der Elbe entgegen. Das Paket enthält zudem eine Kulturveranstaltung in Stade, InvenioStad sowie eine Fahrt durch die Goslarregion Altes Land vor den Toren Hamburgs.

Das Reisemobilisten-Paket für 119 Euro pro Person umfasst die Startplatzgebühr für 72 Stunden, Elbe-Schiffahrt mit Startplatz, Bootausleihe, Bootführer durch das Alte Land mit Suppenmahlzeit auf einem Oberriff sowie die Stadler Open-Air-Veranstaltung. Anmeldungen bei der Städt. Touristik GmbH, Tel.: 04141402116 oder per Mail: info@stadler-touristik.de, Website: <http://www.stadler-touristik.de>, Website: <http://www.stadler-touristik.de>

J Start: 250,- €
Folge: 225,- €
Größe: 155 x 155 Pixel max. 40 KB

Alle aufgeführten Preise sind Wochenpreise, Schaltung immer von Montag bis Sonntag. Weiter Online-Werbeformen auf Anfrage.

Die gesetzliche Mehrwertsteuer wird auf den Netto-Rechnungsbetrag aufgeschlagen.

Technische Daten

Dateigrößen für Banner:

A Super Banner	max. 40 KB
B Top Banner	max. 40 KB
C Fullsize Banner	max. 40 KB
D Halfsize-Banner	max. 40 KB
E Skyscraper	max. 60 KB
F Wallpaper	max. 80 KB
G Pop under	max. 50 KB
H Medium Rectangle	max. 40 KB
J Mini Rectangle	max. 40 KB

Dateiformate:

*.jpg, *.png, *.gif, *.swf und Flash-Streaming

Datenanlieferung:

Standardwerbepformen: 3 Werktage vor Kampagnenstart
Sonderwerbepformen: 5 Werktage vor Kampagnenstart
Im Fall einer **verspäteten Anlieferung** ist eine ordnungsgemäße Erfüllung der Kampagne nicht mehr gewährleistet.
Eine Rückvergütung in Form einer Gutschrift ist nicht möglich.

Anlieferung der Werbemittel/Zusatzangaben per E-Mail an: **druckunterlagen@doldemedien.de**
Bitte halten Sie die maximale Dateigröße der unterschiedlichen Werbemittel ein.

Notwendige Daten:

Zur schnellen und zuverlässigen Bearbeitung und Zuordnung der Werbemittel sind folgende Daten anzugeben:

- Kundenname
- Kampagnenname
- Buchungszeitraum
- Platzierung auf der Site
- Werbeformat
- Ziel-URL
- alle Spezifikation bei Flashversionen

Flash Spezifikationen:

Zusätzlich anzugeben:

- Angabe der Flashversion, Klick-URL, Information über Actionscripte (sofern verwendet)
- GIF oder JPG als Fallback im Format der gebuchten Werbeform für User die kein Flash installiert haben
- Sniffer Code (wenn vorhanden)
- Max. 12 fps (Frames per Second)
- Trackingmethode der AdClicks: „Clicktag“-Methode, die Schaltflächen sollten auf der obersten Ebene liegen

Bei **Verlinkung** muss ein neues Fenster geöffnet werden.

Sound:

Die Verwendung von automatisch bzw. bei MouseOver startenden Sound-Elementen ist nicht zulässig. Der Ton darf nur durch den User selbst gestartet werden.

Motivwechsel:

Bei Motivwechsel teilen Sie uns bitte exakt mit, um welches Motiv und welche Platzierung es sich handelt. Sollte bei einer Anlieferung mehrerer Motive unterschiedliche Schaltungszeiträume innerhalb der gesamten Kampagnenlaufzeit gewünscht sein, teilen Sie uns dies bitte mit.
Bitte beachten Sie auch hier die Vorlaufzeit von 3 Werktagen vor dem geplanten Motivwechsel.

ANSPRECHPARTNER

Verlag:

DoldMedien Verlag GmbH
Postwiesenstr. 5 A
70327 Stuttgart
Telefon: 0711/1 34 66-90
Telefax: 0711/1 34 66-96
anzeigen@doldemedien.de
www.doldemedien.de

Gesamtanzeigenleitung:

Sylke Wohlschiess
Telefon: 0711/1 34 66-92
wohlschiess@doldemedien.de

Anzeigenberatung u. technische Rückfragen:

Roland Trotzko
Telefon: 0711/1 34 66-95
trotzko@doldemedien.de

Anzeigenberatung

Martin Mowitz
Telefon: 0711/1 34 66-97
mowitz@doldemedien.de
Julia Hechler
Telefon: 0711/1 34 66-23
hechler@doldemedien.de



www.reisemobil-international.de
www.camping-cars-caravans.de

Allgemeine Geschäftsbedingungen

1. Werbeauftrag

(1) „Werbeauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Schaltung eines Werbemittels oder mehrerer Werbemittel in Informations- und Kommunikationsdiensten, insbesondere dem Internet, zum Zwecke der Verbreitung.

(2) Für den Werbeauftrag gelten ausschließlich die 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. Bei Aufträgen für Werbeschaltungen, die sich auf Online-Medien und andere Medien beziehen, gelten die jeweiligen Allgemeinen Geschäftsbedingungen für das betreffende Medium entsprechend.

2. Werbemittel

(1) Ein Werbemittel im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen kann zum Beispiel aus einem oder mehreren der genannten Elemente bestehen:

– aus einem Bild und/oder Text, aus Tonfolgen und/oder Bewegtbildern (u.a. Banner)

– 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).

(2) Werbemittel, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als solche erkennbar sind, werden als Werbung deutlich kenntlich gemacht.

3. Vertragsschluss

(1) Vorbehaltlich entgegenstehender individueller Vereinbarungen kommt der Vertrag grundsätzlich durch schriftliche oder durch

E-mail erfolgende Bestätigung des Auftrags zustande. Auch bei mündlichen oder fernmündlichen Bestätigungen liegen die Allgemeinen Geschäftsbedingungen zugrunde

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

(3) Werbung für Waren oder Leistungen von mehr als einem Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten innerhalb eines Werbeauftrags (z. B. Banner-, Pop-up-Werbung ...) bedürfen einer zusätzlichen schriftlichen oder durch E-mail geschlossenen Vereinbarung.

4. Abkündigung

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

5. Auftragsverlängerung

Bei Abschluss ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 4 genannten Frist unter dem Vorbehalt vorhandener Kapazität auch über die im Auftrag genannte Menge hinaus weitere Werbemittel abzurufen.

6. Nachlassersatzung

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

(2) Der Auftraggeber hat, wenn nichts anderes vereinbart, rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Werbemitteln innerhalb eines Jahres entsprechenden Nachlass, wenn er zu Beginn der Frist einen Vertrag abgeschlossen hat, der aufgrund der Preisliste zu einem Nachlass von vornherein berechtigt. Der Anspruch auf den Nachlass erlischt, wenn er nicht innerhalb von drei Monaten nach Ablauf der Jahresfrist geltend gemacht wird.

7. Datenanlieferung

(1) Der Auftraggeber ist verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder technischen Vorgaben der Anbieter entsprechende Werbemittel rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern.

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

(3) Kosten des Anbieters für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderung des Werbemittels hat der Auftraggeber zu tragen.

8. Chiffrefreiwerbung

(1) Für den Fall, dass Chiffrefreiwerbung geschaltet werden kann, werden die Eingänge vier Wochen aufbewahrt oder gespeichert. Zuschriften, die in dieser Zeit nicht abgeholt oder abgerufen wurden, werden vernichtet bzw. gelöscht.

(2) Briefe, die das zulässige Format DIN A4 (Gewicht 50 g) überschreiten, sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Pakchen werden nicht entgegengenommen. Eingehende E-mails werden nur bis zu einer Datenmenge von 300 Kilobyte pro E-mail weitergeleitet.

9. Ablehnbefugnis

(1) Der Anbieter behält sich vor, Werbeaufträge - auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses - abzulehnen bzw. zu sperren, wenn

– deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt 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.

(2) Insbesondere kann der Anbieter 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 ein Link verwiesen wird und hierdurch die Voraussetzungen des Absatzes 1 erfüllt werden.

10. Rechtsgewährleistung

(1) Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber stellt den Anbieter im Rahmen des Werbeauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. 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) Der Auftraggeber überträgt dem Anbieter sämtliche für die Nutzung der Werbung in Online-Medien aller Art, einschließlich Internet erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrages notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen irtlich unbegrenzt übertragen und berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischer Verfahren sowie aller bekannten Formen der Online-Medien.

11. Gewährleistung des Anbieters

(1) Der Anbieter gewährleistet im Rahmen der vorhersehbaren Anforderungen eine dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe des Werbemittels. Dem Auftraggeber ist jedoch bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, ein von Fehlern vollkommen freies Programm zu erstellen. Die Gewährleistung gilt nicht für unwesentliche Fehler.

Ein unwesentlicher Fehler in der Darstellung der Werbemittel liegt insbesondere vor, wenn er hervorgerufen wird

– durch die Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungsoff- und/oder Hardware (z. B. Browser) oder

– durch Störung der Kommunikationsnetze anderer Betreiber oder

– durch Rechenaussfall aufgrund Systemversagens

– durch unvollständige und/oder nicht aktualisierte Angebote auf sogenannten Proxies (Zwischenspeichern) 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 Prozent der gebuchten Zeit) im

Rahmen einer zeitgebundenen Festbuchung entfällt die Zahlungspflicht des Auftraggebers für den Zeitraum des Ausfalls. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen.

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

(3) Sind etwaige Mängel bei den Werbungsunterlagen nicht offenkundig, so hat der Auftraggeber bei ungenügender Veröffentlichung keine Ansprüche. Das gleiche gilt bei Fehlern in wiederholten Werbeschaltungen, wenn der Auftraggeber nicht vor Veröffentlichung der nachfolgenden Werbeschaltung auf den Fehler hinweist.

12. Leistungsstörungen

Fällt die Durchführung eines Auftrages aus Gründen aus, die der Anbieter nicht zu vertreten hat (etwa softwarebedingt oder aus anderen technischen Gründen), insbesondere wegen Rechenaussfalls, höherer Gewalt, Streiks, 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 Auftrages nach Möglichkeit nachgeholt. Bei Nachholung in angemessener und zumutbarer Zeit nach Beseitigung der Störung bleibt der Vergütungsanspruch des Anbieters bestehen.

(1) Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsschluss und unerlaubter Handlung bestehen nur bei Vorsatz und grober Fahrlässigkeit des Anbieters, seines Vertreters oder Erfüllungsgehilfen. Dies gilt nicht für die Haftung für zugesicherte Eigenschaften und für die Verletzung wesentlicher Vertragspflichten; im letzteren Fall ist die Haftung auf den vorhersehbaren Schaden beschränkt.

(2) Bei grober Fahrlässigkeit des einfachen Erfüllungsgehilfen ist die Haftung gegenüber Unternehmen dem Umfang nach auf den vorhersehbaren Schaden beschränkt. Dies gilt nicht für die Verletzung wesentlicher Vertragspflichten.

13. Haftung

(1) Es gilt die im Zeitpunkt der Auftragserteilung im Internet veröffentlichte Preisliste. Gegenüber Unternehmen bleibt eine Änderung vorbehalten. Für vom Anbieter bestätigte Aufträge sind Preisänderungen allerdings nur wirksam, wenn sie vom Anbieter mindestens einen Monat vor Veröffentlichung des Werbemittels angekündigt werden.

14. Preisliste

(1) Die Zahl der Zugriffe auf das Werbemittel – die Anzahl des Aufrufs auf das Werbemittel – die Anzahl des Aufrufs auf das Werbemittel – die Anzahl des Aufrufs auf das Werbemittel

(2) Die Zahl der Zugriffe auf das Werbemittel – die Anzahl des Aufrufs auf das Werbemittel – die Anzahl des Aufrufs auf das Werbemittel

(3) Die Zahl der Zugriffe auf das Werbemittel – die Anzahl des Aufrufs auf das Werbemittel – die Anzahl des Aufrufs auf das Werbemittel

(4) Die Zahl der Zugriffe auf das Werbemittel – die Anzahl des Aufrufs auf das Werbemittel – die Anzahl des Aufrufs auf das Werbemittel

(5) Die Zahl der Zugriffe auf das Werbemittel – die Anzahl des Aufrufs auf das Werbemittel – die Anzahl des Aufrufs auf das Werbemittel

(6) Die Zahl der Zugriffe auf das Werbemittel – die Anzahl des Aufrufs auf das Werbemittel – die Anzahl des Aufrufs auf das Werbemittel

(7) Die Zahl der Zugriffe auf das Werbemittel – die Anzahl des Aufrufs auf das Werbemittel – die Anzahl des Aufrufs auf das Werbemittel

(8) Die Zahl der Zugriffe auf das Werbemittel – die Anzahl des Aufrufs auf das Werbemittel – die Anzahl des Aufrufs auf das Werbemittel

(9) Die Zahl der Zugriffe auf das Werbemittel – die Anzahl des Aufrufs auf das Werbemittel – die Anzahl des Aufrufs auf das Werbemittel

(10) Die Zahl der Zugriffe auf das Werbemittel – die Anzahl des Aufrufs auf das Werbemittel – die Anzahl des Aufrufs auf das Werbemittel

Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausübt werden.

(2) Nachlässe bestimmen sich nach der jeweils gültigen Preisliste. Werbeagenturen und sonstige Werbemittel sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preislisten des jeweiligen Anbieters zu halten.

15. Zahlungsverzug

(1) Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen und Einziehungskosten berechnet. Der Anbieter kann bei Zahlungsverzug die weitere

Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Zahlung zurückstellen und für die restliche Schaltung Vorauszahlung verlangen.

(2) Objektivi 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.

16. Kündigung

Kündigungen von Werbeaufträgen müssen schriftlich oder per E-mail erfolgen.

(1) Informationspflichten des Anbieters
Soweit nichts anderes vereinbart ist, obliegt es dem Anbieter, innerhalb von zehn Werktagen nach Ausführung des Auftrags folgende Informationen für den Auftraggeber zum Abruf bereitzustellen:

– die Zahl der Zugriffe auf das Werbemittel

– die Anzahl des Aufrufs auf das Werbemittel

– die Anzahl des Aufrufs auf das Werbemittel

– die Anzahl des Aufrufs auf das Werbemittel

– die Anzahl des Aufrufs auf das Werbemittel

– die Anzahl des Aufrufs auf das Werbemittel

– die Anzahl des Aufrufs auf das Werbemittel

– die Anzahl des Aufrufs auf das Werbemittel

– die Anzahl des Aufrufs auf das Werbemittel

– die Anzahl des Aufrufs auf das Werbemittel

– die Anzahl des Aufrufs auf das Werbemittel

– die Anzahl des Aufrufs auf das Werbemittel