Mediadaten 2026

Print | Online | Newsletter

Mediainformationen Nr. 52, Stand: November 2025.
Preisliste gültig seit 15.12.2024.
Die Preisliste ersetzt alle bisher erschienenen Mediadaten.

sicherheits.berater

Informationsdienst für Sicherheit in Wirtschaft und Verwaltung

TeMedia Verlags GmbH • Alte Heerstraße 1 • 53121 Bonn, Deutschland • Telefon: +49(0)228 96293-80 • info@sicherheits-berater.de • www.sicherheits-berater.de

Inhaltsverzeichnis

sicherheits.berater

1 | Titelporträt 5

1.1 Profil 5
1.2 Redaktion und Inhalte 5
1.3 Zielgruppen und Reichweite 5

2 | Print 5

2.1 Profil und Erscheinungsweise 5
2.2 Technische Angaben 5
2.3 Themen- und Erscheinungsplan 2026 6
2.4 Anzeigenformate und Preise 8

3 | Online 7

3.1 Profil und Reichweite 7
3.2 Werbeformen, Preise 8
3.3 Sonderformate und Digitale Inhalte 8
3.4 Technische Daten 8

4 Newsletter 9

4.1 Profil 9
4.2 Werbeformen und Preise 9
4.3 Vorteile einer Newsletter-Platzierung 9
4.4 Technische Anforderungen 10

5 | Kombipakete & Crossmedia 11

5.1 Konzept 11
5.2 Standard-Kombipakete 11
5.3 Erweiterte oder individuelle Kombinationen 11
5.4 Vorteile crossmedialer Buchung 11
5.5 Planungshinweis 11

6 | Konditionen 12

6.1 Allgemeine Angaben 12
6.2 Zahlungsbedingungen 12
6.3 Nachlässe, Rabattstaffeln 12
6.4 Agenturprovision 12
6.5 Stornierungen 12
6.6 Haftung und Reklamation 13
6.7 Gültigkeit 13

7 | Ansprechpartner & Kontakt 14

8 | Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen & Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften 15

9 | Allgemeine Geschäftsbedingungen für das Werbegeschäft in Online-Medien 17

1 | Titelporträt

1.1 | Profil

Der **Sicherheits-Berater** ist das führende Fachmedium für Sicherheit in Wirtschaft und Verwaltung im deutschsprachigen Raum.

Seit mehr als fünf Jahrzehnten bietet er Entscheidern, Planern und Verantwortlichen in Unternehmen und Behörden praxisnahe Fachinformationen.

Dank seiner einzigartigen Kombination **aus Fachwissen, Praxisbezug und redaktioneller Unabhängigkeit** ist der **Sicherheits-Berater** eine feste Größe in der deutschsprachigen Sicherheitslandschaft.

Kernmerkmale:

- Redaktionelle Qualität mit hohem Nutzwert
- Mehrkanalige Reichweite: Print | Online | Newsletter
- Hohe und langjährige Abonnentenbasis
- Etablierte Plattform für Fachinformationen, Anzeigen und Markenkommunikation

Erscheinungsweise 2026:

Die Printausgabe des Sicherheits-Berater erscheint **monatlich (12 Ausgaben pro Jahr)** mit Themen-Specials und digitalen Angeboten.

Abonnenten erhalten jede Printausgabe zusätzlich in digitaler Form über www.sicherheits-berater.de.

1.2 | Redaktion und Inhalte

Redaktionskonzept

Im Mittelpunkt steht die Vermittlung von Wissen mit **direktem Praxisbezug**.

Beiträge werden überwiegend von erfahrenen Sicherheitsberatern und Fachautoren verfasst – auf Basis realer Projekte, aktueller Regelwerke und bewährter Verfahren.

Der **Sicherheits-Berater** liefert seinen Lesern **klare Analysen, Handlungsempfehlungen und Checklisten**, um Sicherheitsstrategien wirksam umzusetzen.

Thematische Leitlinien:

Das redaktionelle Spektrum deckt alle wesentlichen Bereiche moderner Unternehmens- und Behördensicherheit ab:

- Physische Sicherheit, Werks- und Objektschutz
- IT- und Informationssicherheit, Cyber Security, OT Security
- Business Resilience (Krisen-, Notfall- und BCM-Management)
- Brandschutz und Evakuierung
- Sicherheitszentralen und Leitstellen
- Rechenzentren und IT-Infrastrukturen
- Recht, Haftung und Compliance
- Sicherheit durch Technik (Video, Zutritt, Detektion)
- Architektur zur Unternehmenssicherheit
- Methodiken und Werkzeugen für Sicherheitsverantwortliche
- Aktuelle Sicherheitslage und Branchentrends

Ziel der Redaktion:

Komplexe Sicherheitsthemen verständlich, anwendungsorientiert und lösungsbezogen aufzubereiten – für Fachleute, die Entscheidungen treffen und Verantwortung tragen.

1.3 | Zielgruppen & Reichweite

Der **Sicherheits-Berater** richtet sich an Fach- und Führungskräfte mit Sicherheitsverantwortung in Unternehmen, Behörden und Institutionen.

Funktionen:

- Sicherheits- und IT-Sicherheitsbeauftragte
- Leiter Sicherheitsmanagement, Werks- und Objektschutz
- RZ- und Infrastrukturverantwortliche
- Krisen-, Notfall- und BCM-Manager
- Brandschutz- und Arbeitsschutzverantwortliche
- Unternehmensleitung, Revision, Controlling

Branchen:

- Industrie, Produktion und Energieversorgung
- Banken, Versicherungen und Finanzdienstleister
- Öffentliche Verwaltungen und KRITIS-Sektoren
- Verkehr und Logistik, Handel und Dienstleistung
- Betreiber von Rechenzentren und kritischen Infrastrukturen
- Hersteller und Dienstleister für Sicherheitslösungen

Reichweite und Leserbindung:

In Fachkreisen wird der **Sicherheits-Berater** intensiv genutzt und geschätzt. Er zählt zu den etablierten Fachmedien für Sicherheit in Unternehmen und Behörden.

Durch die regelmäßige Nutzung der Print-, Online- und Newsletter-Angebote wird eine hohe Wiedererkennung erreicht und eine stabile, fachlich klar definierte Leserschaft aufgebaut.

Zudem ermöglicht die Kombination aus Print, Online und Newsletter eine präzise und cross-mediale Ansprache sicherheitsrelevanter Entscheidungsfunktionen.

DAS SAGEN UNSERE LESER:

» *Die Inhalte des Heftes und der Schreibstil sind sehr gut und sollten auch so beibehalten werden. Mit der Art der Darstellung der Inhalte hat der Sicherheits-Berater ein Alleinstellungsmerkmal, gerade wegen der oft sehr direkten Schreibweise – Es wird nicht um den heißen Brei geredet, sondern man kommt direkt zur Sache – Das macht den Sicherheits-Berater aus und gerade deshalb macht es Spaß, ihn zu lesen.* «

2.1 | Profil und Erscheinungsweise

Die Printausgabe des Sicherheits-Berater erscheint ab 2026 **monatlich in 12 Ausgaben**, jeweils am **15. des Monats**.

Jede Ausgabe bietet aktuelle Fachbeiträge, Analysen und Checklisten zu sicherheitsrelevanten Themen aus Wirtschaft, Verwaltung und Technik – verfasst von erfahrenen Fachautoren und Sicherheitsexperten.

Abonnenten stehen die Inhalte jeder Ausgabe zusätzlich **digital im Online-Archiv** unter www.sicherheits-berater.de zur Verfügung.

Publikationsdaten

- **Jahrgang:** 52. Jahrgang (2026)
- **ISSN:** 0344-8746
- **Auflage:** 1.000 Exemplare (Standardausgaben)
- **Erscheinungsweise:** monatlich, jeweils am 15. des Monats
- **Anzeigen-, Beilagen- und Druckunterlagenschluss:** gemäß Kapitel 2.3 „Themen- und Erscheinungsplan“

2.2 | Technische Angaben

- **Druckverfahren:** Offset
- **Druckformat:** DIN A4 (210 × 297 mm)
- **Satzspiegel:** 175 × 243 mm
- **Anschnitt:** rundum 3 mm
- **Bindung:** Rückenstichheftung
- **Druckdatenformat:** PDF/X-3, 300 dpi
- Ein farbverbindliches Referenz-PDF wird empfohlen, um Farbabweichungen zu vermeiden.
- **Datenanlieferung:** druckunterlagen@sicherheits-berater.de
- **Druckunterlagenschluss:** gemäß Themenplan

2.3 | Themen- und Erscheinungsplan 2026

1. Halbjahr

Ausgabe	ET	AS | DU	Fokusthemen	Anbieterübersicht	Branchenevents
1	15.01.2026	19.12.2025	Cyber Security in der Energiewirtschaft | Veranstaltungssicherheit | Trends, Branchenprognosen	Cyber Security	IBIT Fachtagung Veranstaltungssicherheit, 27.-28.01. | E-world, 10.-12.02.
2	15.02.2026	26.01.2026	Sicherheit im Ausland | Cyber Insurance: Rechts- u. Haftungsgrundlagen | Sicherheitsbeleuchtung	Cyber-Versicherungen	11. SIMEDIA-Jahresforum „Sicherheit im Ausland", 24.-25.02. | Light & Building, 08.-13.03.
3	15.03.2026	23.02.2026	Drohnen und Luftsicherheit | Cloud vs. Digitale Souveränität	Europäische Cloud-Anbieter	16. Luftsicherheitstage, 18.-19.03.,
4	15.04.2026	23.03.2026	Krisenkommunikation | RZ-Sicherheit und RZ-Planung | Innentäter – verkanntes Risiko	Spezialdienstleister Incident Management	17. SIMEDIA-Netzwerktreffen Krisen- und Notfallmanager, 23.-24.04. | Data Centre World, 06.-07.05.
5	15.05.2026	22.04.2026	NIS2- u. KRITIS-konforme Sicherheitskonzeption | Sicherheit durch Werksfeuerwehren | Pentests – wie sie wirklich ablaufen	Externe physische Penetrationstests	Interschutz, 01.-06.06. | Feuertrutz, 24.-25.06. | 6. SIMEDIA-Netzwerktreffen Site Security 10.-11.06. | Tech Riders Summit, 17.-18.06.
6	15.06.2026	20.05.2026	SCM Security – Sicherheit entlang der Lieferkette	SCM-Sicherheitslösungen und -dienstleistungen	17. SIMEDIA-Jahresforum Leitstellennorm DIN EN 50518, 24./25. 06. | SicherheitsExpo, 01./02.07. | 10. SIMEDIA-Jahresforum Drohnen in der Unternehmenssicherheit, 02. 07.

ET = Erscheinungstermin | **AS** = Anzeigenschluss | **DU** = Druckunterlagenschluss

Redaktionelle Änderungen aus aktuellem Anlass möglich. Veranstaltungstermine unter Vorbehalt.

2.3 | Themen- und Erscheinungsplan 2026

2. Halbjahr

Ausgabe	ET	AS | DU	Fokusthemen	Anbieterübersicht	Branchenevents
7	15.07.2026	24.06.2026	Resilienz für Cyberlagen	Trainings und Software	
8	15.08.2026	27.07.2026	Messevorschau und Programm SECURITY | Business Continuity Management – what's new?	Neuheiten der Security Essen	Security, 22.-25.09.
9	15.09.2026	25.08.2026	KI – Fluch und Segen für die Unternehmenssicherheit | Blackouts/Stromausfall	LLM-KI nach Stärken und Schwächen | USV, Notstromanlagen	3. SIMEDIA-Jahresforum „KI in der Unternehmenssicherheit", 29. -30.09. | FLORIAN, 08.-10. 10., Dresden
10	15.10.2026	24.09.2026	Moderne Zutrittskontrolle mit KI, VoIP u.a. | Glas und Sicherheit	Sicherheitsglas | Kameras und Sensorik für KI-Auswertung	it-sa, 27.-29. 10. | glasstec, 20.-23.10. | 22. SIMEDIA-Jahresforum Videotechnik & Videoüberwachung, 28.10., Berlin | 21. SIMEDIA-Jahresforum Modernes Zutritts- und Berechtigungsmanagement, 03.-05.11.
11	15.11.2026	26.10.2026	Messevorschau und Konferenzprogramm PMRExpo | Predictive Maintenance als Sicherheitswerkzeug	Neuheiten der PMRExpo	MUTEC, 05./06. 11. | protekt, 10.-11.11. | 4. SIMEDIA-Jahresforum Sicherheit für Museen und Kulturschätze, 24./25.11. | PMRExpo, 24.-26. 11., Köln
12	15.12.2026	24.11.2026	White Hackers	Digitale Pentests (Software und Services)	VdS-BrandSchutzTage, 02.-03. 12. | CCC-Kongress, 12/2026

ET = Erscheinungstermin | **AS** = Anzeigenschluss | **DU** = Druckunterlagenschluss

Redaktionelle Änderungen aus aktuellem Anlass möglich. Veranstaltungstermine unter Vorbehalt.

sicherheits.berater

2.4 | Anzeigenformate und Preise

Format	Seitenanteil	Satzspiegel (mm)	Anschnitt (mm)	s/w	4c *
175 x 243 mm; 210 x 297 mm (+ 3 mm Anschnitt)	1/1 Seite	175 × 243	210 × 297 (+3 mm)	1.000,00 €	1.500,00 €
175 x 123 mm; 210 x 142 mm (+ 3 mm Anschnitt); 85 x 243 mm; 95 x 297 mm (+ 3 mm Anschnitt)	1/2 Seite hoch	85 × 243	95 × 297 (+3 mm)	600,00 €	900,00 €
	1/2 Seite quer	175 × 123	210 × 142 (+3 mm)	600,00 €	900,00 €
175 x 84 mm; 210 x 102 mm (+ 3 mm Anschnitt); 62,5 x 243 mm; 72,5 x 297 mm (+ 3 mm Anschnitt)	1/3 Seite hoch	62,5 x 243	72,5 × 297 (+3 mm)	400,00 €	600,00 €
	1/3 Seite quer	175 x 84	210 x 102 (+3 mm)	400,00 €	600,00 €
175 x 60 mm; 210 x 80 mm (+ 3 mm Anschnitt); 85 x 131 mm	1/4 Seite hoch	85 × 131	—	250,00 €	400,00 €
	1/4 Seite quer	175 x 60	210 × 80 (+3 mm)	250,00 €	400,00 €

Alle Preise zzgl. MwSt. | Rabatte für Mehrfachbuchungen gemäß Kapitel 6 „Konditionen“, Kombibuchungen gemäß Kapitel 5 „Kombipakete & Crossmedia“.

3.1 | Profil und Reichweite

Die Website des **Sicherheits-Berater** bündelt Fachinformationen, Branchennews und Hintergrundberichte auf einer zentralen digitalen Plattform.

Unter www.sicherheits-berater.de sind alle Inhalte der Printausgabe sowie ergänzende digitale Beiträge und Services zu finden.

Zugangsmodell:

Abonnenten haben uneingeschränkten Zugriff auf das vollständige Online-Archiv und alle Artikel im Volltext.

Nicht-Abonnenten können die Teaser sämtlicher Beiträge einsehen – auch jener, die hinter der Paywall liegen – und erhalten so einen Überblick über Themen und Aktualität des Informationsdienstes.

Inhalte und Funktionen

- **Für Abonnenten:**
  - Volltext-Archiv aller Fachbeiträge und Printausgaben seit 2019
  - ePaper-Ansicht der aktuellen Ausgaben
- **Frei zugänglich:**
  - Tägliche Branchenmeldungen und Fachnews über unseren LinkedIn-Newsfeed
  - Veranstaltungskalender mit nationalen und internationalen Security-Events
  - Glossar mit verlinkten Fachbegriffen und Quellen
- **Online-exklusive Inhalte (frei oder im Abonnement):**
  - Digitale Zusatzinhalte wie Anbieterübersichten, Themenseiten oder ergänzende Fachbeiträge
  - Verfügbarkeit je nach Inhalt frei zugänglich oder im Abonnement

Reichweite (Durchschnittswerte 2025)
(Basis: Webanalyse Januar–September 2025)

- Durchschnittliche monatliche Seitenaufrufe: 3.717
- Durchschnittliche Besuche pro Monat: 1.414
- Zugriffsverteilung nach Endgeräten:
  Desktops: 69 % | Smartphones: 20 % | Andere: 11 %
- Hauptnutzungszeiten: werktags 6–22 Uhr

Die Website erreicht eine klar definierte Fachleserschaft aus der gesamten D-A-CH-Region – insbesondere Sicherheitsverantwortliche, Planer und Entscheider in Industrie, Verwaltung und Dienstleistung.

3.2 | Werbeformen, Preise

Digitale Werbeflächen werden im redaktionellen Umfeld platziert und sind auf Desktop, Tablet und Smartphone gleichermaßen sichtbar.

Format	Platzierung	Größe (px)	Preis / Monat*	Anmerkungen
Billboard	Header (Startseite & Rubriken)	1.140 × 120	890,00 €	Hohe Sichtbarkeit, mobil als Medium Rectangle
Leaderboard	oberhalb Content	728 × 90	490,00 €	mobil als Large Mobile Leaderboard (320 × 100)
Halfpage Ad	Sidebar	300 × 600	890,00 €	mobil als Large Mobile Leaderboard (320 × 100)
Medium Rectangle	Sidebar	300 × 250	490,00 €	Standard-Format für Text- und Teaser-integration

Alle Preise zzgl. MwSt. | Mindestlaufzeit: 1 Monat | Laufzeit-Rabatte: 6 Monate – 10 %, 12 Monate – 15 %

Rabatte für Mehrfachbuchungen gemäß Kapitel 6 „Konditionen“, Kombibuchungen gemäß Kapitel 5 „Kombipakete & Crossmedia“.

Bannerwechsel während der Laufzeit ist möglich.

Anlieferung der Werbemittel mindestens 5 Arbeitstage vor Schaltungsbeginn per E-Mail an: daten@sicherheits-berater.de

3.3 | Sonderformate und digitale Inhalte

Neben klassischen Bannerplatzierungen bietet der Sicherheits-Berater individuelle digitale Kommunikationsformen mit hoher redaktioneller Einbindung:

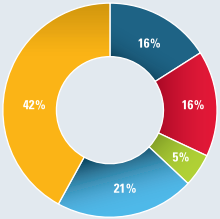
- **Online-Dossiers:** Thematische Sonderseiten zu Fachthemen mit redaktionellen Beiträgen, Partnerinhalten und Downloads
- **Whitepaper-Integration:** Download-Angebote mit Lead-Generierung
- **Event-Promotion:** Verlinkung von Veranstaltungen im Branchenkalender
- **Advertorials:** gekennzeichnete Fachbeiträge im redaktionellen Stil

3.4 | Technische Daten

- Dateiformate: PNG, JPEG, GIF (statisch oder animiert)
- Max. Dateigröße: 150 KB
- Verlinkung: frei wählbare URL (Tracking optional)
- Responsive Darstellung automatisch optimiert
- Reporting: Zugriffszahlen und Klickstatistik

Wie nutzen Sie die Fachzeitschrift primär?

- Nur die gedruckte Ausgabe, als Abonnent
- Nur die gedruckte Ausgabe, als Mitleser (Umlauf)
- Falls als Mitleser: Wie viele Kollegen lesen das Magazin noch?
- Nur online auf Sicherheits-Berater.de
- Sowohl Print wie online



4 | Newsletter

sicherheits.berater

4.1 | Profil und Reichweite

Der **wöchentlich (mittwochs)** erscheinende **Newsletter** liefert kompakte Fachinformationen, Branchenmeldungen und Veranstaltungshinweise direkt ins Postfach seiner Leser.

Er ergänzt die Print- und Online-Ausgabe um aktuelle Kurzmeldungen, Themenschwerpunkte und Leseempfehlungen – schnell, prägnant und stets mit unmittelbarem Praxisbezug.

Empfängerkreis: rund 1.000 registrierte Adressen, bestehend aus Abonnenten, Fachinteressierten und Branchenvertretern aus dem gesamten deutschsprachigen Raum.

Durch seine **redaktionelle Nähe** erzeugt der Newsletter **hohe Aufmerksamkeit** und eignet sich ideal für zielgruppenspezifische Markenkommunikation in der Sicherheitsbranche.

4.2 | Werbeformen und Preise

Innerhalb des Newsletters stehen klar gekennzeichnete Anzeigenplätze für Text- und Bildanzeigen zur Verfügung.

Format	Leistungsumfang	Preis
Textanzeige Standard	■ Headline (max. 40 Zeichen) ■ Teasertext (max. 590 Zeichen inkl. Leerzeichen), ■ Link auf Wunsch-URL ■ Bild oder Logo	250,00 €
Top-Platzierung/ First-View	■ Textanzeige Standard in der oberen Hälfte des Newsletters, exklusive Position	350,00 €

Alle Preise zzgl. MwSt. | pro Aussendung | Rabatte für Mehrfachbuchungen gemäß Kapitel 6 „Konditionen“, Kombibuchungen gemäß Kapitel 5 „Kombipakete & Crossmedia“.

Werbemittel sind **5 Arbeitstage vor Versandtermin** einzureichen.

4.3 | Vorteile einer Newsletter-Platzierung

- **Hohe Sichtbarkeit:** Platzierung in unmittelbarer Nähe zu redaktionellen Inhalten
- **Zielgruppengenauigkeit:** adressiert ausschließlich sicherheitsaffine Fachleser
- **Schnelle Reaktionszeit:** wöchentlicher Erscheinungsrhythmus ermöglicht kurzfristige Kampagnen
- **Crossmediale Wirkung:** kombinierbar mit Print- und Online-Schaltungen

4.4 | Technische Anforderungen

- Dateiformate: PNG oder JPEG
- Bildgröße 700 x 400 px (Breite x Höhe)
- Textlieferung im Word- oder TXT-Format
- Verlinkungen bitte als vollständige URLs angeben

5 | Kombipakete & Crossmedia

sicherheits.berater

5.1 | Konzept

Der **Sicherheits-Berater** bietet Werbetreibenden ein **integriertes Kommunikationsumfeld**: Fachlich hochwertige Inhalte, definierte Zielgruppen und präzise Reichweiten in **Print, Online und Newsletter** ermöglichen eine konsistente Ansprache über mehrere Kontaktpunkte hinweg.

Insbesondere durch thematisch aufeinander abgestimmte **Crossmedia-Kombinationen** von Print-Anzeigen, Online-Bannern und Newsletter-Schaltungen lassen sich Reichweite und Wiedererkennung deutlich steigern.

5.2 | Standard-Kombipakete

Paket	Leistungsumfang	Preis (netto)
Kombi Basic	1× Printanzeige 1/2 Seite, 4c 1× Textanzeige Standard im Newsletter (1 Ausgabe)	1.000,00 €
Kombi Plus	1× Printanzeige 1/2 Seite, 4c 1× Online-Banner (Medium Rectangle 300 × 250 px, 1 Monat)	1.250,00 €
Kombi Premium	1× Printanzeige 1/2 Seite, 4c 1× Textanzeige Standard im Newsletter (1 Ausgabe) 1× Online-Banner (Medium Rectangle 300 × 250 px, 1 Monat)	1.450,00 €

Alle Preise zzgl. MwSt. | Paketpreise sind bereits rabattiert und nicht mit der Rabattstaffel aus Kapitel 6 kombinierbar. | Größere Formate sind gegen Aufpreis buchbar.

5.3 | Erweiterte oder individuelle Kombinationen

Neben den Standardpaketen bieten wir Ihnen maßgeschneiderte Kombinationen an – etwa für wiederkehrende Themen, redaktionell flankierte Sonderausgaben oder branchenspezifische Fokuskampagnen.

Motivwechsel, Laufzeitverlängerungen und Kombinationen mit digitalen Sonderformaten (z. B. Online-Dossiers) sind nach Absprache möglich.

5.4 | Vorteile crossmedialer Buchung

- **Erhöhte Reichweite** – unterschiedliche Nutzungssituationen (Print, Online, Newsletter)
- **Konsistentes Erscheinungsbild** über alle Kanäle
- **Effizientere Budgetnutzung** durch Kombirabatte
- **Planungssicherheit** über einheitliche Laufzeiten und Ansprechpartner

5.5 | Planungshinweis

Für thematisch abgestimmte Kampagnen empfiehlt sich eine frühzeitige Abstimmung mit Redaktion und Anzeigenabteilung, um Inhalte, Termine und Positionierungen optimal zu verzahnen.

6 | Konditionen

6.1 | Allgemeine Angaben

Diese Mediadaten ersetzen alle zuvor gültigen Preislisten.

Alle genannten Preise verstehen sich zzgl. der jeweils geltenden Mehrwertsteuer.

Abweichungen oder Sondervereinbarungen bedürfen der Schriftform.

6.2 | Zahlungsbedingungen

- **1 % Skonto** bei Zahlung innerhalb von 8 Tagen
- **15 Tage netto Kasse, zzgl. MwSt.**
- Rechnungsstellung erfolgt nach Veröffentlichung bzw. Schaltungsbeginn.
- Bei Neukunden oder größeren Volumina kann Vorkasse vereinbart werden.

6.3 | Nachlässe, Rabattstaffeln

Nachlässe werden gewährt, wenn innerhalb eines Buchungsjahres Anzeigen oder Werbeschaltungen in mehreren Ausgaben bzw. Kanälen erscheinen.

Die Rabatte gelten kanalübergreifend innerhalb der Medienangebote der **TeMedia Verlags GmbH**.

Anzahl Anzeigen/Schaltungen	Rabatt auf Gesamtpreis*
2 Schaltungen	10 %
4 Schaltungen	12 %
6 Schaltungen	30 %
12 Schaltungen	40 %

* Rabatte beziehen sich auf den Gesamtwert der Einzelbuchungen. | Paketpreise (Kapitel 5.2 „Standard-Kombipakete“) sind bereits rabattiert und nicht zusätzlich rabattfähig.

6.4 | Agenturprovision

Mediaagenturen und Werbevermittler erhalten eine AE-Provision von 15 % auf den Nettopreis nach Abzug eventueller Rabatte.

Die Provision entfällt bei Zahlungsverzug oder nicht autorisierten Wiederverkäufen.

6.5 | Stornierungen

Stornierungen bedürfen der Schriftform.

- Bis zum Anzeigenschluss: stornofrei
- Nach Anzeigenschluss: 50 % des Auftragswertes
- Nach Druckunterlagenschluss oder Schaltungsbeginn: 100 % des Auftragswertes

6.6 | Haftung und Reklamation

Für fehlerhafte oder beschädigte Druckdaten übernimmt der Verlag keine Haftung.

Ansprüche bei technisch bedingten Abweichungen oder Übermittlungsfehlern sind ausgeschlossen, soweit sie den Anzeigenerfolg nicht wesentlich beeinträchtigen.

Reklamationen sind innerhalb von **vier Wochen nach Rechnungsdatum** schriftlich geltend zu machen.

6.7 | Gültigkeit

Diese Konditionen gelten für das Kalenderjahr **2026** und treten mit Veröffentlichung der Mediadaten in Kraft. Änderungen vorbehalten.

Daten der Printausgabe

Für alle Anfragen rund um Anzeigen, Kooperationen oder redaktionelle Themen stehen Ihnen die folgenden Ansprechpartner zur Verfügung:

Bereich	Name / Funktion
Anzeigen & Mediaplanung	**Alice M. W. Hoffmann** +49 (0)228 96293-21 anzeigen@sicherheits-berater.de
Redaktion	**Dr. Klaus Reckert**, Chefredaktion +49 (0)228 96293-82 chefredaktion@sicherheits-berater.de
Verlagsleitung	**Peter Stürmann** **Rainer A. H. von zur Mühlen** +49 (0)228 96293-80 info@sicherheits-berater.de
Druckunterlagen	druckunterlagen@sicherheits-berater.de
Online-Daten (Banner, Newsletter)	daten@sicherheits-berater.de

Verlagsanschrift

TeMedia Verlags GmbH
Alte Heerstraße 1
53121 Bonn, Deutschland

Telefon: +49 (0)228 96293-80
E-Mail: info@sicherheits-berater.de
Internet: www.sicherheits-berater.de

Rechtsverbindliche Unternehmens- und Registernachweise entnehmen Sie bitte dem Impressum auf www.sicherheits-berater.de.

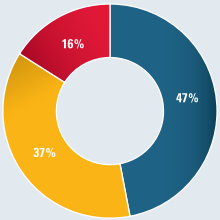
Rechtlicher Hinweis

Für alle Anzeigenaufträge und Fremdbeilagen gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften sowie für Online-Werbung (BDZV), jeweils in der aktuell gültigen Fassung.

Redaktionelle und werbliche Inhalte werden grundsätzlich getrennt voneinander veröffentlicht.

Empfinden Sie die Berichterstattung im Sicherheits-Berater als

- vertrauenswürdig
- neutral und seriös
- mal so, mal so
- genauso werbegetrieben wie alle anderen Medien auch [0 %]



8 | Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften

1. „Anzeigenauftrag" im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungstreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zwecke der Verbreitung.

2. Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.

3. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.

4. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.

5. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.

6. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.

7. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen.

Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige" deutlich kenntlich gemacht.

8. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden.

Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

9. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.

10. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Schadenersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen. Schadenersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für den Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt.

Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts beschränkt.

Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

11. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zugesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

12. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

13. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber vierzehn Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

14. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Bezahlung zurück stellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen.

Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

15. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

16. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckstöcke, Matern und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

17. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres, die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder – wenn eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigter Mangel, wenn sie

bei einer Auflage bis zu 50.000 Exemplaren 20 %

bei einer Auflage bis zu 100.000 Exemplaren 15 %

bei einer Auflage bis zu 500.000 Exemplaren 10 %

bei einer Auflage über 500.000 Exemplaren 5 % beträgt.

Darüber hinaus sind bei den Abschlüssen Preisminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.

18. Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein.

Dem Verlag kann einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A4 (Gewicht 50 g) überschreiten, sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann dennoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren / Kosten übernimmt.

19. Filme werden nthalt 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, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

9 | Allgemeine Geschäftsbedingungen für das Werbegeschäft in Online-Medien

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 Werbeauftritts (z.B. Banner-, Pop-up-Werbung ...) bedürfen 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 seit Vertragsabschluß abzuwickeln.

5. Auftragserweiterung

Bei Abschlüssen 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. 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.

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 Änderungen des Werbemittels hat der Auftraggeber zu tragen.

8. Chiffrewerbung

1. Für den Fall, dass Chiffrewerbung 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 A 4 (Gewicht 50 g) überschreiten, sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen werden nicht entgegengenommen. Eingehende E-Mails werden nur bis zu einer Datenmenge von 300 Kilobyte pro E-Mail weitergeleitet.

9. Ablehnungsbefugnis

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 einen Link verwiesen wird und hierdurch die Voraussetzungen des Absatzes 1 erfüllt werden.

10. Rechtegewährleistung

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 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.

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 Darstellungssoft- und/oder Hardware (z.B. Browser) oder
- durch Störung der Kommunikationsnetze anderer Betreiber oder
- durch Rechnerausfall 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 Fehlschlagen oder Unzumutbarkeit der Ersatzwerbung, hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrags.

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 nächstfolgenden Werbeschaltung auf den Fehler hinweist.

12. 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 Rechnerausfalls, 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.

13. Haftung

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 letzten Fall ist die Haftung auf den vorhersehbaren Schaden beschränkt. Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind bei leichter Fahrlässigkeit beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens.

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

14. Preisliste

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.

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. Nachlässe bestimmen sich nach der jeweils gültigen Preisliste. Werbeagenturen und sonstige Werbemittler 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. 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.

16. Kündigung

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

17. 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 bereitzuhalten:

- die Zahl der Zugriffe auf das Werbemittel
- die Ausfallzeit des Ad-Servers, soweit sie eine zusammenhängende Stunde überschreitet.

18. Datenschutz

Der Werbeauftrag wird unter Berücksichtigung der geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen abgewickelt.

19. Erfüllungsort/Gerichtsstand

Erfüllungsort ist der Sitz des Anbieters.

Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichem Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Anbieters. Soweit Ansprüche des Anbieters nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Es gilt deutsches Recht.

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, ist als Gerichtsstand der Sitz des Anbieters vereinbart, wenn der Vertrag schriftlich geschlossen wurde.