



## Mediadaten 2010

FORUM Print und FORUM online





## Allgemeine Angaben

---

<b>Herausgeber:</b>	MLP Finanzdienstleistungen AG, Alte Heerstraße 40, 69168 Wiesloch	<b>Druckauflage:</b>	450.000
<b>Internet:</b>	www.forum-mlp.de	<b>Teilauflage allgemein:</b>	345.000
<b>Projektleitung:</b>	Christian Maertin, MLP Unternehmenskommunikation	<b>Teilauflage Mediziner:</b>	105.000
<b>Anzeigenmarketing:</b>	SIGNUM communication Werbeagentur GmbH Lange Rötterstraße 11 68167 Mannheim	<b>Distribution:</b>	MLP-Kunden (Einzelversand: 96,7%)
<b>Ansprechpartner</b>		<b>Mediadaten online:</b>	www.forum-mlp.de
<b>Anzeigen:</b>	Caroline Westenhöfer	<b>Seitenpreis:</b>	(1/1 Seite, 4c) 10.610,- Euro
<b>Telefon:</b>	+49 621 33974 112	<b>Zuschläge:</b>	U2 (nur 4c): 11.670,- Euro U3 (nur 4c): 11.140,- Euro U4 (nur 4c): 7.500,- Euro
<b>Fax:</b>	+49 621 33974 333	<b>Rabatte:</b>	ab 2 Anzeigen 5 % ab 3 Anzeigen 8 %
<b>E-Mail:</b>	westenhoefer@signum-web.de	<b>Agenturprovision:</b>	15 %
<b>Erscheinungsweise:</b>	zweimal pro Jahr	<b>Zahlungsbedingungen:</b>	Zahlbar sofort nach Rechnungsempfang ohne Abzug. Bei Bankeinzug und Vorkasse gewähren wir 3% Skonto.
<b>Heftformat:</b>	210 mm x 297 mm	<b>Rücktrittstermin:</b>	Datum des jeweiligen Anzeigenschlusses
<b>Verarbeitung:</b>	Klebebindung	<b>Bankverbindung:</b>	Volksbank Kur- und Rheinpfalz eG BLZ 547 900 00 Kto.-Nr. 5 197 600 USt-IdNr. DE 143 867 709
<b>Satzspiegel:</b>	186 mm x 271 mm	<b>Geschäftsbedingungen:</b>	Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen
<b>Grundschrift:</b>	Celeste		
<b>Umfang:</b>	74 Seiten		

## FORUM – Leserportrait

### Mehr Männer als Frauen lesen FORUM:

Männer	77
Frauen	23

### FORUM-Leser sind besonders jung:

Unter 30 Jahre	14
30 bis 34 Jahre	21
35 bis 39 Jahre	27
40 bis 44 Jahre	17
45 bis 49 Jahre	8
50 Jahre und älter	13

### Etwas weniger als die Hälfte der FORUM-Leser hat sich für Kinder entschieden:

Kinder im Haushalt	43
Keine Kinder im Haushalt	57

### FORUM-Leser arbeiten als:

Angestellte	70
Selbstständige	19

#### und zwar im Bereich\*

Betriebs-, Volkswirtschaft	21
Medizin	21
Ingenieurwissenschaften	17
EDV, IT	13
Naturwissenschaften	6
Werbung, Marketing	4
Rechtswissenschaft	4
Politik, Verwaltung	4
Erziehung, Pädagogik	3
Journalismus, Publizistik, Verlagswesen	2
andere Bereiche	12
nicht Berufstätige	11

\* zum Teil Mehrfachangaben

### FORUM-Leser verdienen überdurchschnittlich gut (mtl. Haushaltsnettoeinkommen):

Unter 2.000,- Euro	14
2.000,- bis unter 3.000,- Euro	22
3.000,- bis unter 4.000,- Euro	21
4.000,- Euro und mehr	33
Keine Angabe	10

### Dafür geben FORUM-Leser bevorzugt Geld aus:\*

Altersvorsorge	66
Gesunde Ernährung	62
Haus, Wohnung	59
Reisen	55
Gesundheit, Wellness	42
Bücher	38
Sport	31
Versicherungen	27
Kleidung	26
Autos	18

\* zum Teil Mehrfachangaben

### Die Mehrzahl der FORUM-Leser legt Wert auf die eigenen vier Wände:

Besitz eines Hauses oder einer Eigentumswohnung	58
Kein Immobilienbesitz	40
Keine Angabe	2

Alle Angaben in Prozent.

Quelle: Ergebnisse einer schriftlichen Erhebung durch einen einer Teilaufgabe der Ausgabe 3/2006 von FORUM beigelegten Fragebogen.

## FORUM – Leserportrait

### Lesefrequenz pro Ausgabe:

Die meisten FORUM-Leser nehmen ein Heft mehrfach zur Hand.

Einmal	39
Mehrmals	61

### Lesedauer pro Ausgabe:

Eine halbe bis eine Stunde	55
Eine bis zwei Stunden	22
Ungefähr eine Viertelstunde	13
Länger als zwei Stunden	6
Nur wenige Minuten	4

### FORUM-Leser interessieren sich besonders für:\*

Reisen	63
Sport	49
Lifestyle	41

\* zum Teil Mehrfachangaben

### Hohe Markentreue der FORUM-Leser: (Dauer der Kundenbindung zu MLP)

10 Jahre und mehr	35
6 bis unter 8 Jahre	16
2 bis unter 4 Jahre	15
4 bis unter 6 Jahre	12
8 bis unter 10 Jahre	9
Keine Angabe	8
Seit weniger als 2 Jahren	5

Alle Angaben in Prozent.

Quelle: Ergebnisse einer schriftlichen Erhebung durch einen einer Teilaufgabe der Ausgabe 3/2006 von FORUM beigelegten Fragebogen.

# FORUM – Verbreitungsanalyse

## Geografische Verbreitungsanalyse

Wirtschaftsraum	Anteil an tvA in % Exemplare	
Inland	96,7	414.976
Ausland	3,3	14.090

<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA) (Inland und Ausland)</b>	<b>100</b>	<b>429.066</b>
---	------------	----------------

### Verbreitung nach Nielsen-Gebieten

Bundesland	In %	Exemplare
Nielsen 1: Hamburg, Bremen, Schleswig-Holstein, Niedersachsen	14,4	59.691
Nielsen 2: Nordrhein-Westfalen	21,9	90.682
Nielsen 3 a: Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland	15,0	62.327
Nielsen 3 b: Baden-Württemberg	20,0	83.062
Nielsen 4: Bayern	16,3	67.494
Nielsen 5: Berlin	5,1	21.302
Nielsen 6: Brandenburg, Sachsen-Anhalt, Mecklenburg-Vorpommern	3,2	13.144
Nielsen 7: Thüringen, Sachsen	3,8	15.776
Sonstige:	0,4	1.498
<b>Tatsächlich verbreitete Inlandsauflage</b>	<b>100</b>	<b>414.976</b>

### Verbreitung nach Bundesländern

Bundesland	In %	Exemplare
Baden-Württemberg	20,0	83.062
Bayern	16,3	67.494
Berlin	5,1	21.302
Brandenburg	1,2	5.053
Bremen	0,8	3.471
Hamburg	3,1	13.014
Hessen	9,7	40.350
Mecklenburg-Vorpommern	1,0	3.994
Niedersachsen	7,8	32.454
Nordrhein-Westfalen	21,9	90.682
Rheinland-Pfalz	4,3	17.718
Saarland	1,0	4.259
Sachsen	2,8	11.814
Sachsen-Anhalt	1,0	4.097
Schleswig-Holstein	2,6	10.752
Thüringen	1,0	3.962
Sonstige	0,4	1.498
<b>Tatsächlich verbreitete Inlandsauflage</b>	<b>100</b>	<b>414.976</b>

## FORUM – Termine und Technische Daten

### Termine

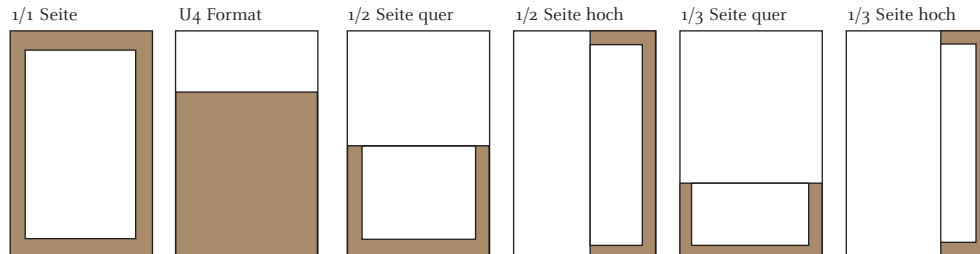
Heft-Nr.	Anzeigenschluss	Druckunterlagenschluss	Erscheinungstermin
1/2010	11.01.2010	18.01.2010	12.03.2010
2/2010	13.08.2010	20.08.2010	19.10.2010

- Druckverfahren:** Vierfarbiger Rollenoffset, Euroskala nach ISO 12647-2, Medienstandard 2007.
- Dateiformate:** Bei allen Dateiformaten bitte grundsätzlich beachten: Optimierung der Daten für 70er-Raster, Bildauflösung mindestens 300 dpi, keine Sonderfarben. Bitte liefern Sie die Anzeige als Composite-Highend-PDF nach dem PDF/X 1a:2001 Standard (Output Intent: ISO Coated v2 300) FOGRA 39L an. Eine Anleitung zur korrekten PDF-Erzeugung findet sich in der Rubrik Download unter [www.pdfx-ready.ch/](http://www.pdfx-ready.ch/). Um ein anderes Datenformat abzusprechen, kontaktieren Sie bitte SIGNUM.
- Begleitunterlagen und Farbkontrolle (Proof):** Grundsätzlich ist ein Proof der angelieferten Daten nötig. Bei fehlenden Proofs kann für die Farbwiedergabe keine Gewähr übernommen werden. Geringe Farbabweichungen gegenüber dem Proof sind durch das Druckverfahren begründet und können nicht beanstandet werden. Der Verzicht auf die Grundfarbe bei Anlage von Farbanzeigen ist ohne Einfluss auf die Berechnung der Anzeige. Sonderfarben oder Farben, die nicht mit der verwendeten Farbskala erreicht werden können, sind nicht möglich.

- Datenübertragung:** Per E-Mail (bis 4 MB) oder per Upload via Internet oder FTP-Server. Unter [www.signum-web.biz/kundenupload](http://www.signum-web.biz/kundenupload) können Daten auf dem SIGNUM-Server abgelegt werden (max. 8 MB pro Sitzung). Bei größeren Datenmengen ist ein Upload via FTP-Server empfehlenswert. Nutzerkennung und Passwort bitte telefonisch erfragen.
- Datenanlieferung:** SIGNUM communication Werbeagentur GmbH  
Lange Rötterstraße 11  
68167 Mannheim
- Ansprechpartnerin:** Caroline Westenhöfer
- Telefon:** +49 621 33974 112
- Fax:** +49 621 33974 333
- E-Mail:** [westenhoefer@signum-web.de](mailto:westenhoefer@signum-web.de)

## FORUM – Formate und Preise

Satzspiegel			Anschnitt*		Farbigkeit	
	Breite in mm	Höhe in mm	Breite in mm	Höhe in mm	sw	4c
1/1 Seite	186	271	210	297	8.957,-	10.610,-
1/2 Seite quer	186	127	210	144,5	4.899,-	5.804,-
1/2 Seite hoch	91	271	101	297	4.899,-	5.804,-
1/3 Seite quer	186	90,5	210	108	3.268,-	3.870,-
1/3 Seite hoch	55,5	271	65,5	297	3.268,-	3.870,-
2/1 Seite Bunddurchdruck	--	--	420	297	--	18.006,-
U <sub>2</sub>	--	--	210	297	--	11.670,-
U <sub>3</sub>	--	--	210	297	--	11.140,-
U <sub>4</sub>	--	--	210	237	--	7.500,-



Umschlagseiten können ausschließlich in 4c gebucht werden. Konditionen für Beileger/Beikleber auf Anfrage. Für angeschnittene Anzeigen wird kein Aufpreis berechnet. Alle Preise in Euro zzgl. der gesetzlichen MwSt.

\*Bei angeschnittenen Anzeigen muss eine Beschnittzugabe von je 5 mm an alle Seiten hinzugerechnet werden. Bitte keine Passkreuze platzieren.

## FORUM online – Kurzprofil



### FORUM im Internet: [www.forum-mlp.de](http://www.forum-mlp.de)

- Interessant und nutzwertig: Aktuelle Infos zu Finanz- sowie Karriere- oder Lifestyle-Themen.
- Direkt und persönlich: Social-Media-Anwendungen wie Twitter-Channel oder RSS-Feeds.
- Immer und überall: Unterwegs auch optimiert für Smartphones (wie Apple iPhone oder BlackBerry) nutzbar.

### FORUM online – aktuell und umfassend

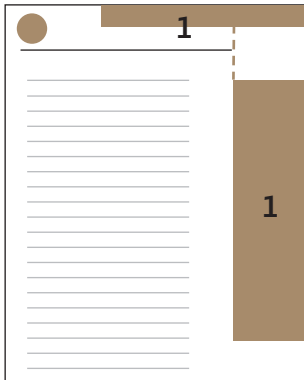
Ergänzend zum Kundenmagazin FORUM bietet MLP seinen Kunden und Interessenten mit FORUM online ein journalistisch professionell aufbereitetes und multimediales Online-Portal – mit aktuellen Informationen sowie Hintergründen zu Karriere, Finanzen oder Leben und Lifestyle. Darüber hinaus finden sich im attraktiven Angebot spannende Reisereportagen, interessante Kundenportraits oder informative Videos, darunter ein monatlicher Finanzmarktausblick.

Zudem bündelt der MLP-Newsletter FORUM aktuell mehrmals im Monat per E-Mail die wesentlichen Inhalte der Website. Dieser stark genutzte Info-Service sorgt zusätzlich für regelmäßigen Traffic auf [www.forum-mlp.de](http://www.forum-mlp.de).

Eng verzahnt mit FORUM richtet sich auch [www.forum-mlp.de](http://www.forum-mlp.de) an eine vornehmlich akademische sowie finanzstarke Zielgruppe – und ist damit das ideale Umfeld für zielgerichtete sowie nachhaltig erfolgreiche Werbemaßnahmen.

# FORUM online – Bannerwerbung

Werbeform	Platzierung		Preis in Euro
	Breite in Pixel	Höhe in Pixel	
1. Wallpaper*	728	90	auf Anfrage
	160	600	auf Anfrage
2. Superbanner	728	90	auf Anfrage
3. Skyscraper	160	600	auf Anfrage



\*Bitte liefern Sie zwei separate Dateien.

Dateiformate: .jpg, .gif, .swf, (sowie alternativ ein Fallback .gif). Maximale Größe: 40 KB.

Datenanlieferung bitte bis spätestens drei Werktage vor Schaltungsbeginn.

E-Mail: [westerhoefer@signum-web.de](mailto:westerhoefer@signum-web.de)

Gern überliefern wir Ihnen die aktuellen Zugriffszahlen für [www.forum-mlp.de](http://www.forum-mlp.de) auf Anfrage.

## FORUM Print: Allgemeine Geschäftsbedingungen

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbetreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zwecke der Verbreitung.
2. Auftraggeber ist der Werbetreibende, der die Anzeigenplatzierung in Auftrag gibt. Auftragnehmer ist der Verlag, vertreten durch die Anzeigenagentur SIGNUM communication Werbeagentur GmbH.
3. 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 die erste Anzeige zur Veröffentlichung innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abzurufen. Die weiteren Anzeigen sind innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzurufen.
4. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 3 genannten Frist, auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus, weitere Anzeigen abzurufen.
5. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Auftragnehmer 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 Auftragnehmer zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Auftragnehmers beruht.
6. Die Aufnahme von Anzeigen und Fremdbeilagen in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift erfolgt dann, wenn der Auftraggeber erklärt hat, dass die Anzeige oder Fremdbeilage in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift erscheinen soll, und dies vom Auftragnehmer ausdrücklich bestätigt worden ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
7. Textteilanzeigen 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 Auftragnehmer mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
8. Der Auftragnehmer behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form abzulehnen, wenn der Auftragnehmer aufgrund pflichtgemäßen Ermessens einen Verstoß der betreffenden Anzeige gegen Gesetze, behördliche Bestimmungen oder die guten Sitten feststellt oder die Veröffentlichung erkennbar für den Auftragnehmer unzumutbar ist oder den Interessen des Auftragnehmers oder verbundener Unternehmen entgegensteht. Beilagenaufträge werden nicht durchgeführt, wenn die Beilagen durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten. Darüber hinaus kann der Auftragnehmer Beilagenaufträge aus technischen und vertrieblichen Gründen bis zur Vorlage eines Musters der Beilage und ihrer Billigung ablehnen. Oben Gesagtes gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Die Ablehnung eines Auftrags 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 Auftragnehmer unverzüglich Ersatz an. Der Auftragnehmer 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 auf eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Auftragnehmer eine ihm hierfür gestellte angemessene Nachfrist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Rücktrittsrecht. Der Auftragnehmer haftet nicht für einfache Fahrlässigkeit. Dieser Haftungsausschluss gilt nicht im Fall des Fehlens zugesicherter Eigenschaften. Gegenüber Nichtkaufleuten haftet der Auftragnehmer jedoch bei Verzug oder Unmöglichkeit für vorhersehbare Schäden auch bei einfacher Fahrlässigkeit, jedoch nur bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Auftragnehmer darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten für grobe Fahrlässigkeit ein Ersatz 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 zurückgesandten Probeabzüge. Der Auftragnehmer berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

12. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 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 Zahlungen werden nach der Preisliste gewährt.
13. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie Einziehungskosten berechnet. Der Auftragnehmer kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Auftragnehmer berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrags und von dem Ausgleich offstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
14. Der Auftragnehmer liefert nach der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Auftrags werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Auftragnehmers über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
15. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckvorlagen und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte und zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
16. Erfüllungsort ist der Sitz des Auftragnehmers. Gerichtsstand ist, soweit das Gesetz zwingend nichts anderes vorsieht, der Sitz des Auftragnehmers.

#### ZUSÄTZLICHE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN DES AUFTRAGNEHMERS

- a) Die allgemeinen und unsere zusätzlichen Geschäftsbedingungen, die Auftragsbestätigung und die jeweils gültige Preisliste sind für jeden Auftrag maßgebend. Der erteilte Auftragsauftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Auftragnehmer rechtsverbindlich.
- b) Bei fernmündlich aufgegebenen Anzeigen bzw. bei fernmündlich veranlassenden Änderungen und Abbestellungen übernimmt der Auftragnehmer keine Haftung.
- c) Platzierungsvorschriften werden nur durch ausdrückliche Bestätigung des Auftragnehmers anerkannt.
- d) Sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen ist, treten neue Tarife bei Preisanpassungen auch für laufende Aufträge sofort in Kraft.
- e) Bei höherer Gewalt, Arbeitskampf, Beschlagnahme oder Betriebsstörungen hat der Auftragnehmer Anspruch auf volle Bezahlung der Anzeigen, wenn die Aufträge mit 80 % der garantierten verkauften Auflage erfüllt sind. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte verkaufte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht. Alle weiteren Ansprüche auf Erfüllung oder Schadenersatz sind ausgeschlossen.
- f) Bei Druckvorlagen, die zusätzliche Satzkosten verursachen, werden diese in Rechnung gestellt. Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden dieselben erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Werbetreibende bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche. Bei Überschreitung der im Terminplan festgelegten Daten für die Übersendung der Druckunterlagen kann keine Gewähr für eine einwandfreie Druckwiedergabe übernommen werden. Die Pflicht der Aufbewahrung von Druckunterlagen erlischt 3 Monate nach dem Erscheinen der Anzeige, sofern nicht aus-

drücklich eine andere Vereinbarung getroffen worden ist. Fehlende oder fehlerhaft gedruckte Kontrollangaben ergeben keinen Anspruch für den Auftraggeber.

- g) Für die Anwendung eines Konzernrabattes auf Tochtergesellschaften ist der schriftliche Nachweis einer Kapitalbeteiligung von mehr als 50% erforderlich.
- h) Die Werbemittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbetreibenden an die Preisliste des Auftragnehmers zu halten. Die vom Auftragnehmer gewährte Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.
- i) Bei Kunden/Werbeagenturen, die zum ersten Mal mit dem Auftragnehmer in Geschäftsverbindung treten, kann Vorausrauskasse bis zum Anzeigenschlusstermin verlangt werden.
- j) Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit des Anzeigentextes/Bildmotivs. Dem Auftraggeber obliegt es, den Auftragnehmer von Ansprüchen Dritter freizustellen, die diesem aus der Ausführung des Auftrags, auch wenn er storniert sein sollte, gegen den Auftragnehmer erwachsen. Der Auftragnehmer ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Der Auftragnehmer ist berechtigt, Werbung für Arznei- und Heilmittel von einer schriftlichen Zusicherung des Verantwortlichen über die rechtliche Zulässigkeit abhängig zu machen und/oder auf Kosten des Auftraggebers die Werbevorlage von einer sachverständigen Stelle auf die rechtliche Zulässigkeit überprüfen zu lassen.

## FORUM online: Allgemeine Geschäftsbedingungen

### 1. Allgemeines Geltungsbereich

Diese Bedingungen der SIGNUM communication Werbeagentur GmbH, Lange Rötterstraße 11, 68167 Mannheim (nachfolgend „SIGNUM“ genannt) gelten ausschließlich; entgegenstehende oder von diesen Bedingungen abweichende Bedingungen des Auftraggebers erkennt SIGNUM nicht an, es sei denn, SIGNUM hätte ausdrücklich schriftlich ihrer Geltung zugestimmt. Die vorliegenden Bedingungen gelten für alle Leistungen von SIGNUM im Rahmen der Schaltung von Anzeigen in „forum-mlp.de“. Die vorliegenden Bedingungen gelten gleichfalls für alle künftigen Anzeigengeschäfte mit dem Auftraggeber, auch wenn sie nicht nochmals ausdrücklich vereinbart werden und gelten auch dann, wenn SIGNUM in Kenntnis entgegenstehender oder von diesen Bedingungen abweichender Bedingungen des Auftraggebers den Auftrag dem Auftraggeber gegenüber vorbehaltlos ausführt. Anbieter des Werbemediums ist die MLP Finanzdienstleistungen AG. SIGNUM gibt Auftraggebern die Möglichkeit, in dem o. g. Werbemedium Werbung zu schalten.

### 2. Definitionen

#### a. Werbeauftrag

Werbefauftrag im Sinne dieser Bedingungen ist der Vertrag über die Schaltung eines Werbemittels oder mehrerer Werbemittel in Informations- und Kommunikationsdiensten, insbesondere im Internet, zwecks Verbreitung. Werbung für Waren oder Leistungen mehrerer Anbieter oder sonstiger Inserenten im selben Werbefauftritt (Banner, Popup usw.) bedarf einer schriftlichen Sondervereinbarung.

#### b. Werbemittel

Werbemittel im Sinne dieser Bedingungen bestehen aus einem oder mehreren der folgenden Elemente: Bild, Text, Tonfolge, Bewegtbild (Banner) oder einer Schaltfläche, die beim Anklicken über eine vom Auftraggeber angege-

bene Online-Adresse auf weitere Daten des Auftraggebers verweist (Link). Werbemittel, die anhand ihrer Gestaltung nicht als solche erkennbar sind, werden entsprechend gekennzeichnet.

### 3. Vertragsabschluss

Anzeigenaufträge sind erst nach schriftlicher Bestätigung durch SIGNUM rechtsverbindlich. Mündliche Nebenvereinbarungen bedürfen ebenfalls der schriftlichen Bestätigung durch SIGNUM. Mündliche oder fernmündliche Bestätigungen sind jedoch keinesfalls als Bekundung des Willens zum Abschluss einer Sondervereinbarung zu deuten. Erhält SIGNUM einen Auftrag von einer Werbeagentur, kommt der Vertrag, sofern nichts anderes vereinbart ist, im Zweifel mit dieser Agentur zustande. Wird der Auftrag von einem Werbetreibenden erteilt, so muss die Agentur dessen Namen nennen. SIGNUM behält sich vor, von Agenturen einen Mandatsnachweis zu verlangen.

### 4. Platzierung der Werbung

SIGNUM wird die Platzierung von Werbemitteln im Rahmen der jeweils gebuchten Werbemaßnahmen unter größtmöglicher Berücksichtigung der Wünsche des Auftraggebers vornehmen. Soweit nicht anderes vereinbart ist, hat der Auftraggeber keinen Anspruch auf eine bestimmte Platzierung oder den Ausschluss von Werbung für Waren oder Dienstleistungen seiner Konkurrenten. Soweit der Auftraggeber eine bestimmte Anzahl von PageImpressions/AdImpressions/Newsletter-Abos für eine Werbemaßnahme gebucht hat, weist SIGNUM darauf hin, dass die Angaben von PageImpressions/AdImpressions/Newsletter-Abos zwangsläufig auf Erfahrungswerten der Vergangenheit beruhen. Sollten die PageImpressions/AdImpressions/Newsletter-Abos ausnahmsweise nicht erreicht werden, wird der Schaltungszeitraum der Werbemaßnahme bis zum Erreichen der

gebuchten PageImpressions/AdImpressions/-News-letter-Abos verlängert. Ist die dabei vom Auftraggeber gebuchte Platzierung für die verlängerte Werbezeit bereits an einen anderen Kunden vergeben, ist SIGNUM berechtigt unter angemessener Berücksichtigung der Interessen des Auftraggebers auf eine vergleichbare Platzierung auszuweichen.

Die Laufzeit der Werbemittel richtet sich zunächst nach den speziellen Bedingungen des gebuchten Werbemittels wie in den Mediadaten angegeben; im Zweifelsfall gilt folgende Laufzeit:

- bei einer Buchung nach PageImpressions/AdImpressions nach dem Zeitraum bis die Anzahl der gebuchten PageImpressions/AdImpressions erreicht ist.
- bei einer Buchung nach Zeit, nach dem gebuchten Zeitraum gem. Preisliste und zwar berechnet ab dem Tag der Online-Stellung.

### 5. Kündigung

Die Kündigung eines Werbefauftrags bedarf der Schriftform. Die Kündigungsfrist beträgt für beide Vertragsparteien zwei Wochen zum offiziellen Datenanlieferungstermin. Datenanlieferungstermin ist der Termin, zu dem der Auftraggeber gemäß vertraglicher Vereinbarung SIGNUM die erforderlichen Daten zur Verfügung zu stellen hat.

#### 6. Ablehnung

SIGNUM behält sich vor, Werbeaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Auftrags – abzulehnen oder zu sperren, wenn ihr Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder wenn die Veröffentlichung für SIGNUM oder den Anbieter des Mediums unzumutbar ist. Das gilt auch für den Fall, dass ein Auftrag die Nennung und Bewerbung von Konkurrenzprodukten der MLP AG bedingt. Insbesondere können SIGNUM und der Anbieter ein bereits veröffentlichtes Werbemittel zurückziehen, wenn der Auftraggeber den Inhalt nachträglich ändert oder Daten sich ändern, auf die per Link verwiesen wird, und wenn dadurch die Voraussetzungen des Ablehnungsvorbehalts erfüllt sind.

#### 7. Datenanlieferung

Bei nicht ordnungsgemäßer, namentlich bei verspäteter Anlieferung der Daten oder nachträglicher Änderung der angelieferten Daten durch den Auftraggeber, übernimmt SIGNUM keine Gewähr für die vereinbarte Verbreitung des Werbemittels. Der Auftraggeber ist verpflichtet, vollständige, einwandfreie und geeignete Werbemittel rechtzeitig vor der Schaltung anzuliefern. Die Pflicht beider Vertragsparteien zur Aufbewahrung des Werbemittels endet drei Monate nach dessen letzter Verbreitung. Kosten, die SIGNUM oder dem Anbieter des Mediums durch vom Auftraggeber ausdrücklich gewünschte oder zu vertretende Änderungen des Werbemittels entstehen, trägt der Auftraggeber. Die Vorhaltezeit multimedialer Inhalte beträgt vier Monate ab Beginn der Laufzeit. Während dieser Zeit sind die Inhalte im Onlinearchiv des Angebotes enthalten und abrufbar.

Im Fall der Überschreitung des Datenanlieferungs-termins durch den Auftraggeber hat SIGNUM einen Anspruch auf die komplette vereinbarte Vergütung.

#### 8. Rechte

Der Auftraggeber sichert zu, dass er alle zur Schaltung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt. Dies gilt insbesondere für das Presse-, Wettbewerbs- und Urheberrecht. Der Auftraggeber hält SIGNUM und den Anbieter des Mediums von allen Ansprüchen Dritter frei, die sich aus der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen ergeben. Dies gilt auch für die Kosten einer eventuell erforderlichen Rechtsverteidigung (Anwalts- und/oder Gerichtskosten). Der Auftraggeber ist verpflichtet, SIGNUM und den Anbieter nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Wahrung ihrer Rechte gegenüber Dritten zu unterstützen.

Der Auftraggeber überträgt SIGNUM und dem Anbieter sämtliche zum Einsatz des Werbemittels in Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen Urheber-, Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Bearbeitung, Entnahme aus einer Datenbank und zum Abruf, und zwar zeitlich, örtlich und inhaltlich in dem zur Erledigung des Auftrags nötigen Umfang. Die genannten Rechte werden in sämtlichen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen und berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie aller bekannten Formen der Online-Medien. Für die Inhalte fremder, verlinkter Internetangebote wird keine Verantwortung übernommen. SIGNUM macht sich die Inhalte verlinkter Webseiten nicht zueigen.

#### 9. Gewährleistung

Im Rahmen der vorhersehbaren Anforderungen gewährleisten SIGNUM und der Anbieter des Mediums die nach dem jeweiligen Stand der Technik bestmögliche Wiedergabe. Dem Auftraggeber ist bekannt, dass es derzeit tech-

nisch unmöglich ist, elektronische Werbung absolut fehlerfrei zu programmieren. Eine nicht wunschgemäße Darstellung des Werbemittels ist insbesondere in folgenden Fällen weder SIGNUM noch dem Anbieter anzulasten:

- Verwendung einer ungeeigneten Darstellungssoftware und/oder Hardware (Browser),
- Störung der Kommunikationsnetze anderer Betreiber,
- Rechenerausfall bei Dritten (externen Providern),
- Unvollständige oder veraltete Angebote auf sogenannten Proxies (Zwischenspeichern),
- Ausfall des Netzservers von weniger als 24 Stunden (fortlaufend oder addiert) in den ersten 30 Tagen nach dem vertraglich vereinbarten Beginn der Schaltung. Fällt bei terminierter Festbuchung der Netzserver über einen erheblichen Zeitraum aus, so ist der Auftraggeber für die Dauer der Störung von der Zahlung entbunden. Weitergehende Ansprüche sind ausgeschlossen.

Im Falle einer mangelhaften Wiedergabe eines Werbemittels hat der Auftraggeber Anspruch auf Minderung oder mangelfreien Ersatz, jedoch nur soweit der Werbezweck beeinträchtigt wurde. Lässt SIGNUM eine zur Nachbesserung gesetzte angemessene Frist verstreichen oder ist Ersatz unmöglich, so hat der Auftraggeber das Recht zur Minderung oder Stornierung. Gehen Fehler bei der Veröffentlichung auf nicht offenkundige Mängel in den Werbemitteln zurück, so hat der Auftraggeber diesbezüglich keinerlei Ansprüche gegen SIGNUM. Dies gilt auch bei Fehlern in wiederholten Werbeschaltungen, wenn der Auftraggeber nicht vor der nächsten Schaltung auf den Fehler hinweist.

#### 10. Leistungsstörung

Unterbleibt die Erledigung eines Auftrags aus Gründen, die SIGNUM nicht zu vertreten hat, etwa wegen Rechnerausfalls, höherer Gewalt, Streiks, behördlicher Anordnungen, Störungen aus dem Verantwortungsbereich Dritter (z. B. externer Netzbetreiber oder Dienstleister) oder aus vergleichbaren Gründen, so wird die Durchführung nach Möglichkeit nachgeholt. Der Vergütungsanspruch von SIGNUM bleibt bestehen.

#### 11. Haftung

SIGNUM haftet nach den gesetzlichen Bestimmungen, sofern der Auftraggeber Schadensersatzansprüche geltend macht, die auf Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit, einschließlich von Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit seiner Vertreter oder Erfüllungsgehilfen beruhen. Soweit SIGNUM keine vorsätzliche Vertragsverletzung angelastet wird, ist die Schadensersatzhaftung auf den vorhersehbaren, typischerweise eintretenden Schaden begrenzt. Gegenüber Unternehmern haftet SIGNUM auch bei leicht fahrlässiger Verletzung unwesentlicher Vertragspflichten nicht. Die Haftung wegen schuldhafter Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit bleibt unberührt; dies gilt auch für die zwingende Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz. SIGNUM ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen auf Beeinträchtigung der Rechte Dritter zu prüfen.

#### 12. Preisliste

Es gilt die zum Zeitpunkt der Auftragserteilung veröffentlichte Preisliste. Eine Änderung der Preise bleibt vorbehalten. Bei von SIGNUM bestätigten Aufträgen werden Preisänderungen allerdings nur wirksam, wenn SIGNUM diese mindestens einen Monat vor Veröffentlichung

des Werbemittels ankündigt. Preiserhöhungen berechtigten den Auftraggeber zum Rücktritt. Das Rücktrittsrecht muss binnen 14 Tagen nach Erhalt der Preismitteilung ausgeübt werden. Nachlässe bestimmen sich nach der jeweils gültigen Preisliste. Agenturen und sonstige Mittler sind verpflichtet, sich in Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit Werbetreibenden an die Preisliste zu halten. Sie dürfen die von SIGNUM gewährte Mittlungsvergütung ihrem Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben.

#### 13. Fälligkeit der Vergütung

Sofern der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Vergütung im Zeitpunkt des Erscheinens der Werbeanzeige fällig.

#### 14. Zahlungsverzug

Bei Zahlungsverzug schuldet der Auftraggeber einen pauschalen Verzugszins in Höhe von jährlich acht Prozent über dem Basiszinssatz, mindestens jedoch in Höhe von jährlich zehn Prozent. SIGNUM kann für die Dauer des Verzugs die Ausführung des Werbeauftrags aussetzen und für künftige Schaltungen Vorauszahlung verlangen. Bestehen begründete Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers, so kann SIGNUM noch während der Laufzeit eines Werbeauftrags ungeachtet des ursprünglichen Zahlungsziels die Schaltung weiterer Werbemittel vom Ausgleich offener Rechnungsbeträge und von der Vorauszahlung künftiger Schaltungen abhängig machen. Durch Auslandsüberweisungen anfallende Kosten trägt der Auftraggeber.

#### 15. Vertragsänderungen- oder Ergänzungen

Änderungen oder Ergänzungen dieser Bedingungen bedürfen ebenso wie Nebenabreden zur Wirksamkeit der

Schriftform. Dies gilt auch für Änderungen der vorliegenden Schriftformklausel.

#### 16. Erfüllungsort und Gerichtsstand

Es gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland. Die Bestimmungen des UN Kaufrechts finden keine Anwendung. Ausschließlicher Gerichtsstand für alle Streitigkeiten aus dem auf diesen Bedingungen basierenden Vertrag ist der Geschäftssitz von SIGNUM, zurzeit Mannheim. Sollten einzelne Bestimmungen dieser Geschäftsbedingungen ganz oder teilweise unwirksam sein oder werden, so bleibt die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen hiervon unberührt.

MLP Finanzdienstleistungen AG

Alte Heerstraße 40

69168 Wiesloch

Tel 06222 308 8310

[www.mlp.de](http://www.mlp.de)