

fratz

MEDIADATEN 2019

PRINT & ONLINE (Infos S. 9/10)



- REGIONAL
- MODERN
- INFORMATIV
- BELIEBT
- ETABLIERT

» FÜR IHREN
WERBE-
ERFOLG!

Mitglied
im



Familien
Magazin
Netzwerk



... ist das **moderne, kostenlose Familienmagazin** für aktive Leute mit Kindern. Seit über zehn Jahren bündelt fratz regelmäßig alle wichtigen Infos und Anregungen für das Leben als Familie **in Darmstadt und Südhessen.**

... erscheint **fünfmal jährlich** in einer Auflage von **20.000 Exemplaren.**

... wird intensiv gelesen: Zielgruppengerechte Inhalte, ein klarer regionaler Bezug, die übersichtliche Gliederung sowie das moderne Layout sorgen für eine **hohe Akzeptanz** und eine **starke Leser-Blatt-Bindung.**

... ist prall gefüllt mit **interessanten, gut recherchierten Beiträgen** aus den Bereichen **Familienleben, Ratgeber, Freizeit, Medien und DIY.** In der Rubrik ‚Schön & Gut‘ präsentiert fratz **ausgewählte Empfehlungen** für Produkte oder Dienstleistungen.

... ist **stark vor Ort:** Lokale Themen mit Familienbezug sowie die Rubrik ‚Aufgeschnappt‘ bündeln alles Wissenswerte aus der Region.

... gibt es nicht nur als Printmagazin: Auf www.fratz-magazin.de finden die Leser jede Menge interessante Artikel, Infos, Adressen und einen tagesaktuellen Terminkalender, attraktive Gewinnspiele und vieles mehr.

GEGRÜNDET 2005

AUFLAGE **20.000 Exemplare**

ERSCHEINT **5 x jährlich kostenlos**

- Dezember/Januar/Februar
- März/April
- Mai/Juni
- Juli/August/September
- Oktober/November

VERBREITUNG **600 Auslagestellen,** Wissenschaftsstadt Darmstadt, Landkreis Darmstadt-Dieburg, Kreis Bergstraße, Kreis Offenbach, Kreis Groß-Gerau

FORMAT **DIN A4**

UMFANG mind. 52 Seiten

ONLINE www.fratz-magazin.de

Mitglied im Familienmagazin Netzwerk FMN:
www.familienmagazin.net

FAMILIEN IM FOKUS

fratz richtet sich vor allem an **(werdende) Eltern mit Kindern zwischen 0 und 14 Jahren**, an Erzieher, Pädagogen sowie an **aktive Großeltern**.

Die Hauptnutzer von fratz sind Mütter und Väter **zwischen 25 und 49 Jahren**. Aber auch Kinder ab Grundschulalter spricht das Magazin direkt an. fratz wird intensiv gelesen und von den Lesern überaus positiv bewertet.

REICHWEITE: STARK IN DER REGION

Durchschnittlich 1,6 Personen pro Haushalt lesen fratz, das sind in Summe **über 30.000 Leser pro Ausgabe**. Rund 80% der Leser sind zwischen 30 und 49 Jahre alt. Zum größten Teil lesen Frauen das Heft (85%). **74% der Leser lesen fratz von vorne bis hinten. 40% der Leser bewahren einzelne Artikel/Anzeigen oder sogar das ganze Magazin auf.** Mehr als die Hälfte der Leser hat Abitur.

Dank der gezielten Verteilung an **rund 600 ausgewählten Auslagestellen** in Darmstadt und den umliegenden Kommunen erreichen Sie mit fratz Ihre

Zielgruppe **direkt, flächendeckend und ohne Streuverluste!**

ÜBERZEUGT IN INHALT UND AUFMACHUNG

fratz bietet gut recherchierte Beiträge aus der Lebenswelt von Familien mit **vielen praktischen und alltagserprobten Infos**, die man für das Leben mit Kindern bzw. Enkeln in Darmstadt und Umgebung benötigt. Mit seinem umfangreichen Veranstaltungskalender und dem Gruppen- und Kursangebot ist fratz ein „Must-have“ für Familien in der Region.

Ebenso finden sich im fratz regelmäßig Medien-, Spiel- und DIY-Tipps, Rezepte sowie spezielle Seiten für Kinder. Und das alles modern und übersichtlich präsentiert.

Deshalb beurteilen auch 95% unserer Leserinnen und Leser den Gesamteindruck von fratz als gut bis sehr gut!

Basis Umfrageergebnisse: fratz-Leserumfrage aus 2013, Auswertung von 277 Teilnehmern.

ZIELGRUPPE Mütter und Väter zwischen 25 – 49 Jahren sowie interessierte Großeltern

REICHWEITE Über **30.000 Leser** je Printausgabe. Rund **45.000** Besuche monatlich auf der **fratz-Homepage**.

BEWERTUNG 95% der Leser beurteilen den **Gesamteindruck** von fratz als **gut bis sehr gut!**

*„Lieber fratz, ihr seid klasse! Lese Euch seit Jahren und warte sehnsüchtig auf die nächste Ausgabe.“
(Eva M.)*

„Seit vier Jahren ist das fratz-Magazin regelmäßig in unserem Haushalt. Und sollten wir mal kein Magazin auf dem Tisch haben, besuchen wir auch sehr gerne eure Homepage. Besonders oft nutzen wir euren Veranstaltungskalender. Super, dass es so engagierte Leute wie euch gibt!“ (M. Hirsch)

ATTRAKTIVES UMFELD FÜR IHRE WERBUNG

Das **Verhältnis zwischen Werbung und Redaktion** wird von 85% der Leser **positiv bewertet**, 76% der Leser **empfinden die Anzeigen als informativ oder nützlich**.

Werbeanzeigen werden bewusst in einem **stimmigen redaktionellen Umfeld** platziert. Das wertet Ihren Werbeauftritt deutlich auf!

fratz garantiert eine **direkte Ansprache Ihrer Zielgruppe** und sichert eine **kontinuierlich starke Präsenz** bei den Familien in der Region!

NACHHALTIG

Werben mit **Langzeitwirkung**: Im fratz sind Ihre Werbeanzeigen **zwei bis drei Monate lang** bei mehr als 30.000 Lesern pro Ausgabe **präsent**!

Lokale Freizeittipps und der umfangreiche Veranstaltungskalender, regionale Seiten sowie zielgruppenspezifische Angebote lassen die Leser das

Magazin **regelmäßig zur Hand nehmen** – **Ihre Werbung bleibt dadurch ständig im Blick!**

FLEXIBEL

Egal ob klassische Anzeigen oder Advertorials (PR-Anzeigen): **Verstärken Sie Ihre Printwerbung durch aktuelle Online-Angebote** auf

www.fratz-magazin.de

Eine ideale Plattform, um tagesaktuell auf Ihre Angebote und Aktionen hinzuweisen.

MASSGESCHNEIDERT

Daneben bieten wir Ihnen weitere interessante Werbemöglichkeiten, etwa per Beilage oder Beihefter, als Advertorial, Gewinnspiel oder Produktipp. Auch zu **individuellen Kooperationsmodellen und kreativen Werbekonzepten** beraten wir Sie gerne!

**KEIN TEXTER ZUR HAND...
GRAPHIKERIN IM URLAUB...
AGENTUR ÜBERLASTET...**

Für die Entwicklung und Gestaltung Ihrer Anzeigen oder Werbemittel fehlt die Zeit? Sie brauchen professionelle Unterstützung in Sachen Text, Konzeption oder Design?

Sprechen Sie uns einfach an, gerne machen wir Ihnen ein Angebot!

info@fratz-magazin.de
Tel. 0 61 51 / 387 27 61



Etwa die Hälfte der Auflage wird in der Wissenschaftsstadt Darmstadt verteilt, die übrige Hälfte im Umland.

AUFLAGE UND ERSCHEINUNG

20.000 Exemplare. Fünf Ausgaben jährlich.

- Dezember/Januar/Februar
- März/April
- Mai/Juni
- Juli/August/September
- Oktober/November

VERBREITUNGSGBIET

fratz erscheint im Großraum Südhessen: Wissenschaftsstadt Darmstadt, Landkreis Darmstadt-Dieburg, Kreis

Groß-Gerau, Kreis Offenbach, Kreis Bergstraße. Etwa 10.000 Exemplare liegen im Stadtgebiet Darmstadt aus, die weiteren 10.000 Exemplare im Umland.

VERTRIEB

fratz wird an rund **600 Stellen in Darmstadt und Umgebung** ausgelegt. Überall da, wo Eltern, Großeltern und Kinder sind:

- Kindergärten, Kitas, Horte
- Grundschulen
- Arztpraxen
- Familienzentren
- Kliniken, Hebammenpraxen
- Ämter und Verwaltungen
- Kinderfachgeschäfte, Buchhandlungen und Einzelhandel
- Bildungseinrichtungen
- soziale und kulturelle Einrichtungen
- Apotheken, Reformhäuser
- Gastronomie uvm.

fratz ist auch im **Jahresabo** für 15 € erhältlich. [Bestellungen](#) über fratz-magazin.de

AUSLAGESTELLEN

Gerne legen wir fratz auch im Rahmen unseres Verbreitungsgebietes **in Ihrer Praxis, Einrichtung oder in Ihrem Laden** aus (Mindestabnahme 10 Exemplare). Anruf oder Mail genügen: Tel. 06151 / 387 2761, Mail: info@fratz-magazin.de

TECHNISCHE ANGABEN

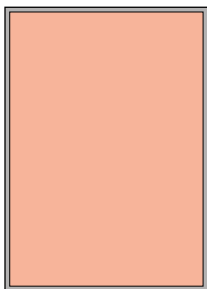
Druck: Rollen-Offset-Druck
Format: DIN A4
Satzspiegel: 195 mm x 276 mm
Anschnitt: rundum 3 mm
Farbprofil: PSO LWC Improved

DRUCKVORLAGEN

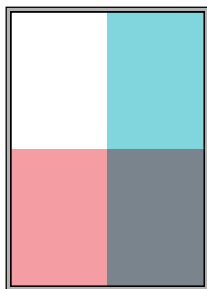
Anzeigenvorlagen per E-Mail an den Verlag als druckoptimiertes pdf, tif oder jpg mit eingebundenen Schriften und mind. 300 dpi im RGB-Modus. Fotos mit einer Auflösung von 300 dpi bei entsprechender Länge und Breite. Geringe Farbabweichungen im Rahmen des Offsetdrucks sind möglich.

Alle Angaben Breite x Höhe in Millimeter.

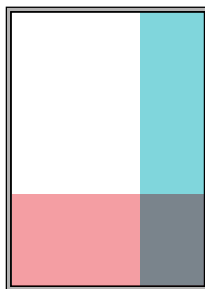
Anzeigen im Anschnitt sind inklusive 3 mm Beschnitt an allen vier Seiten berechnet



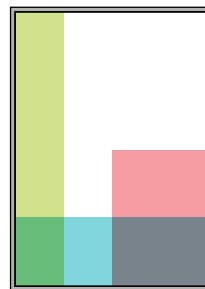
1/1 Seite
195 x 276 mm
Anschnitt:
216 x 303 mm



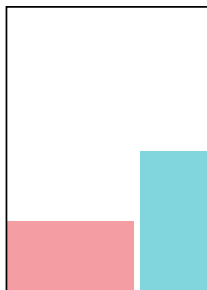
1/2 Seite
quer 195 x 135 mm
Anschnitt: 216 x 147 mm
hoch 95 x 276 mm
Anschnitt: 106 x 303 mm



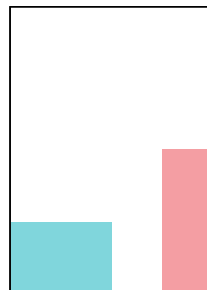
1/3 Seite
quer 195 x 89 mm
Anschnitt: 216 x 101 mm
hoch 62 x 276 mm
Anschnitt: 75 x 303 mm



1/4 Seite
Ecke 95 x 135 mm
Anschnitt: 108 x 160 mm
quer 195 x 67,5 mm
Anschnitt: 215 x 80 mm
hoch 45 x 276 mm
Anschnitt: 58 x 303 mm



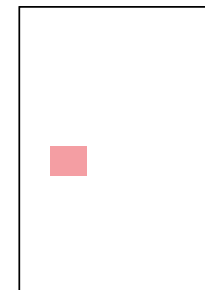
1/6 Seite
hoch 62 x 135 mm
quer 129 x 67,5 mm



1/8 Seite
quer 95 x 67,5 mm
hoch 45 x 135 mm



1/12 Seite
Viereck 62 x 67,5 mm



Stopper
38 x 30 mm
Nur im Terminkalender.

SONDERGRÖSSEN

Sondergrößen sind auf Anfrage möglich.

Format (4c)	Ortspreis* (in € netto)	Grundpreis** (in € netto)
1/1 S.	1.680,-	1.976,-
1/2 S.	840,-	988,-
1/3 S.	560,-	659,-
1/4 S.	420,-	494,-
1/6 S.	280,-	329,-
1/8 S.	210,-	247,-
1/12 S.	140,-	165,-

Stopper

Format B 38 x H 30 mm, Platzierung im Bereich Kurse, Gruppen, Terminkalender. Buchungszeitraum innerhalb zwölf Monate. Nur mit SEPA-Lastschrift!

	Ortspreis* (in € netto)	Grundpreis** (in € netto)
2 Ausgaben	119,-	132,85
3 Ausgaben	149,-	171,35
5 Ausgaben	199,-	228,85

* Ortspreise gelten für Kunden aus dem Verbreitungsgebiet von **fratz** bei direktem Abschluss ohne Vermittler/Agentur.

** Grundpreise gelten für Kunden außerhalb des **fratz**-Verbreitungsgebiets und für Agenturen.

ANZEIGENSCHLUSS

Termine siehe Seite 9

PLATZIERUNGSZUSCHLAG

Umschlagseiten

U2 oder U3 = 10%

U4 (Heft-Rückseite) = 15%

Andere Platzierungswünsche auf Anfrage.

RABATTE | MALSTAFFEL

2 Ausgaben 5 %

3 Ausgaben 10 %

5 Ausgaben 15 %

Buchungszeitraum: innerhalb von 12 Monaten

AGENTURRABATT

15% AE auf den Grundpreis bei Vertragsabschluss über Werbe- oder Mediaagentur.

Early-Bird

bei Buchung bis zum **15. Januar** von mindestens zwei Ausgaben für das Erscheinungsjahr gibt es für eine Anzeige Ihrer Wahl zusätzlich **10 % Rabatt**



BEILAGEN

Beilagen in Form von Flyern, Karten, Broschüren sind möglich. Die Beilagen müssen maschinell zu verarbeiten sein und an der Längsseite eine geschlossene Kante besitzen. Höchstformat 210 x 297 mm (DIN A4). Muster bitte an den Verlag.

Je 1.000 Exemplare: 49 € netto
Teilbelegung ab 5.000 Exemplare, Selektion nach PLZ möglich. **Gesamtauflage: 980 € netto**

SONDERWERBEFORMEN

Umschlagklappen, Beihefter, Tip-on-Medien o.ä. sind möglich und werden im Einzelfall geprüft; Preise auf Anfrage.

SONDERBEILAGEN

Zu Schwerpunktthemen gibt es im fratz Sonderbeilagen mit Langzeitwirkung. Geplant ist für 2019 der beliebte

›Geburtstagsplaner‹ (Okt/Nov) AZ: 26.08.2019
Auflage: 20.000, Format DIN lang (105 x 210 mm).

Anzeige/Eintrag 1/3 S. 4c **125 € netto**
Anzeige/Eintrag 2/3 S. 4c **250 € netto**
Anzeige/Eintrag 1/1 S. 4c **375 € netto**

ADVERTORIAL PRINT

Advertorials sind redaktionelle Beiträge, Präsentationen von Produkten oder Dienstleistungen, die als Anzeige gekennzeichnet werden.

›› Advertorial Printmagazin

Die Preise richten sich nach der Größe und entsprechen den regulären Anzeigenpreisen für Bildanzeigen (siehe Seite 7).

Inhalt: 1 Foto + Text (1.000 Zeichen).

Hinweis: Eine Buchungsbestätigung erfolgt erst nach redaktioneller Prüfung; wir behalten uns vor, Inhalte abzulehnen, die nicht zu unserem Image und unseren Wertvorstellungen passen.

GEWINNSPIELE

Präsentieren Sie Produkte oder Dienstleistungen aufmerksamkeitsstark über eine Verlosungsaktion. Inhalt: Titel/Produkt (50 Zeichen) + Text 500 Zeichen + Foto + Link/Kontakt. Kennzeichnung als

Anzeige. Die Gewinnabwicklung (Versand) übernimmt der Auftraggeber.

Kombi Printausgabe + Online 149 € netto
Nur Online (Laufzeit 4 Wochen) 89 € netto

PRODUKTTIPP ›SCHÖN & GUT‹

Setzen Sie Ihre Produkte ins rechte Licht: im Rahmen der fratz-Rubrik ›Schön & Gut‹ (Anzeigensonderveröffentlichung).

Inhalt: Titel/Produkt (50 Zeichen) + Text 500 Zeichen + Foto + Link/Kontakt.

Kombi Printausgabe + Online 149 € netto
Nur Online (Laufzeit 4 Wochen) 89 € netto



THEMEN & TERMINE PRINTMAGAZIN

SAISON	AUSGABE NR. ZEITRAUM	ERSCHEINT	GEPLANTE SCHWERPUNKTE	REDAKTIONS- / UND ANZEIGEN- SCHLUSS	DRUCKUNTERLAGEN + TERMINKALENDER	ANLIEFERUNG BEILAGEN
FRÜHJAHR/ OSTERN	78/19 März April	27.02.2019	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Im Wald mit Kindern</i> • <i>Eifersucht in der Familie</i> 	01.02.19	10.02.19	19.02.19
FRÜHSOMMER	79/19 Mai Juni	26.04.2019	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Feste unter freiem Himmel</i> • <i>Rituale im Alltag</i> • <i>Haustiere</i> 	01.04.19	10.04.19	19.04.19
SOMMER	80/19 Juli August September	27.06.2019	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Tagesausflüge in die Region</i> • <i>Kultur für und mit Kindern</i> • <i>Familienkutschen</i> 	01.06.19	10.06.19	19.06.19
HERBST	81/19 Oktober November	26.09.2019	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Schulformen</i> • <i>Manieren, Höflichkeit, Ordnung</i> • <i>Vertrauen ist gut, digitale Kontrolle besser?</i> • <i>Kindergeburtstagsplaner</i> 	01.09.19 26.08.19	10.09.19	19.09.19
WINTER	82/19 Dezember Januar Februar	28.11.2019	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Weihnachten steht vor der Tür</i> • <i>Guter Schlaf für alle</i> • <i>Das kleine 1 x 1 der Hausmittel</i> 	01.11.19	10.11.19	19.11.19

Änderungen vorbehalten

DAS ONLINE-PORTAL FÜR FAMILIEN IN SÜDHESSEN

fratz-magazin.de ist die ideale Plattform, um Eltern und Großeltern anzusprechen. **Nutzen Sie das Portal für Ihre klassische Bannerwerbung, für Advertorials (gesponsorte Beiträge), Gewinnspiele oder Produkttipps. Außerdem können Sie Ihr Unternehmen im Adressverzeichnis im Terminkalender promoten.**

FRATZ TERMINKALENDER

Einträge von Veranstaltungen in den [fratz-Terminkalender](#) können von jedem registrierten Nutzer direkt online vorgenommen werden, die Rechnungsstellung erfolgt automatisch. Folgende Tarife sind buchbar:

BASIS: Titel (50 Zeichen), Text (100 Zeichen), Adress- und Kontaktdaten, kein Link, Veröffentlichung in der Print-Ausgabe nicht garantiert.

Kostenfrei!

KOMFORT: Zusätzlich zu „Basis“: Kurztext (max. 250 Zeichen), Link auf eigene Website, Langtext (bis zu 1.500 Zeichen), bis zu 3 Bilder, verbindlicher Abdruck im Printmagazin.

19 € (inkl. MwSt.)

PREMIUM: Zusätzlich zu „Komfort“: Top-Platzierung und Hervorhebung im Online-Kalender und auf der Startseite für 4 Wochen vor Veranstaltungsbeginn. **49 €** (inkl. MwSt.)

Hinweis: Für größere Kontingente (20 oder 50 Komfort- oder Premium-Einträge) gewähren wir Sonderkonditionen, sprechen Sie uns bitte dazu an!

WER BIETET WAS? – ONLINE-ADRESSVERZEICHNIS

Wer sein Unternehmen, seine Dienstleistung oder Angebot dauerhaft präsentieren möchte, nutzt dafür den Eintrag im [fratz Online-Adressverzeichnis](#). Folgende Tarife sind online buchbar:

BASIS: Firmenname, Anschrift und Beschreibung mit max. 100 Zeichen. Kein Link. **Kostenfrei!**

KOMFORT: Zusätzlich zu „Basis“: Beschreibung mit max. 750 Zeichen, Link auf eigene Website, Logo, bis zu 5 Bilder. **89 €** (Jahresabo; inkl. MwSt.)

PREMIUM: Zusätzlich zu „Komfort“: Top-Platzierung und Hervorhebung auf der Startseite für 4 Wochen. **119 €** (Jahresabo; inkl. MwSt.)

GEWINNSPIELE

Inhalt: Titel/Produkt (50 Zeichen) + Text 500 Zeichen + Foto + Link/Kontakt. Kennzeichnung als Anzeige. Die Gewinnabwicklung (Versand) übernimmt der Auftraggeber. [Online-Beispiel](#)

Kombi Printausgabe + Online **149 € netto**
Nur Online (Laufzeit 4 Wochen) **89 € netto**

PRODUKTTIPP „SCHÖN & GUT“

Inhalt: Titel/Produkt (50 Zeichen) + Text 500 Zeichen + Foto + Link/Kontakt. [Online-Beispiel](#)

Kombi Printausgabe + Online **149 € netto**
Nur Online (Laufzeit 4 Wochen) **89 € netto**

ONLINE-ADVERTORIALS

Redaktionelle Beiträge, Präsentationen von Produkten oder Dienstleistungen. Die Beiträge werden als Anzeige gekennzeichnet. Umfang: Max. 1.500 Zeichen, bis zu 3 Fotos, Link auf die eigene Website. **249 € netto**

NEWSLETTER

Aufmerksamkeitsstarke Promotion im fratz Newsletter: Bewerben Sie direkt und persönlich Ihre Veranstaltung, Ihren Eintrag im Adressverzeichnis, Ihren Produktipp „Schön & Gut“ oder Ihr Gewinnspiel. **99 € netto**

TECHNISCHE ANGABEN

Dateien im Format jpg, gif oder html. Werbemittel können animiert sein. Ø 25.000 Seitenaufrufe monatlich.

PLATZIERUNG Bannergröße

Wallpaper ① ②

Leaderboard ①

Skyscraper ②

Rectangle ③

Contentbanner ④

PREIS
(Laufzeit
4 Wochen)

SET-FORMATE

Desktop/PC (B x H, Pixel)	Tablet (B x H, Pixel)	Smartphone (B x H, Pixel)
728 x 90 px + 160 x 600 px	320 x 320 px	320 x 320 px
728 x 90 px	300 x 250 px	300 x 250 px
160 x 600 px	300 x 250 px	300 x 250 px
300 x 250 px	300 x 250 px	300 x 100 px
468 x 60 px	300 x 100 px	300 x 100 px

550 €

290 €

260 €

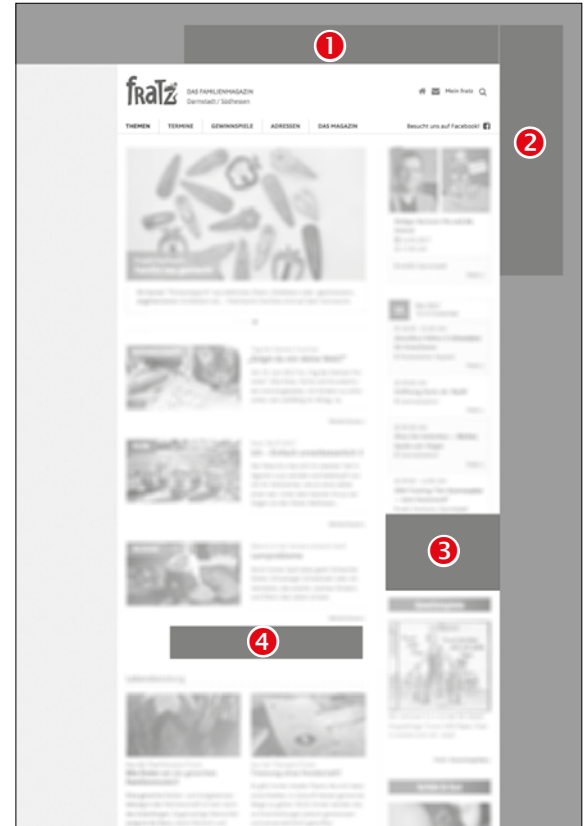
220 €

160 €

Alle Preise netto, jeweils für einen Buchungszeitraum von einem Monat. Banner können mit max. drei weiteren Motiven rotieren. Für die Darstellung auf mobilen Geräten müssen die Bannermotive als Set in den oben angegebenen Formaten angeliefert werden. Eine Skalierung ist nicht möglich.

RESPONSIVE DESIGN

Egal ob auf dem PC, auf dem Laptop, Tablet oder Smartphone: **Die fratz Website lässt sich zuhause oder unterwegs auf jedem mobilen Gerät ganz bequem nutzen.**

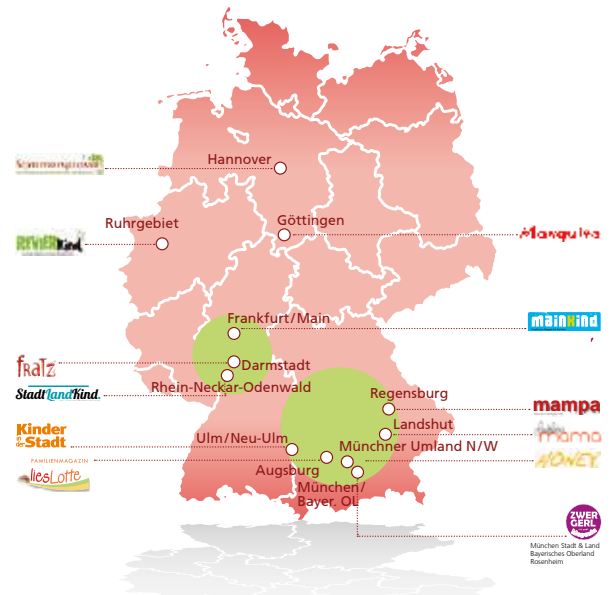


das!
Familien
Magazin
Netzwerk

Das FamilienMagazinNetzwerk (FMN) ist eine Kooperation und ein Zusammenschluss regionaler Familienmagazine mit einer **Gesamtauflage von 259.000 Exemplaren**. fratz ist Gründungsmitglied dieses Netzwerks. Das FMN ist besonders stark in Hessen und Bayern vertreten.

Mit dem Netzwerk decken wir die einkommensstärksten Regionen in Deutschland ab und bieten Ihnen **eine zielgruppengenaue, flächendeckende Werbemöglichkeit in qualitativ hochwertigen Magazinen**.

<i>Sommersprosse</i>	Hannover
<i>RevierKind</i>	Ruhrgebiet
<i>Mosquito</i>	Göttingen
<i>MainKind *</i>	Frankfurt
<i>fratz *</i>	Darmstadt
<i>StadtLandKind *</i>	Rhein-Neckar-Odenwald
<i>Mampa</i>	Regensburg
<i>Kinder i.d. Stadt</i>	Ulm
<i>Honey</i>	Münchner Umland
<i>Landshuter Mama</i>	Landshut
<i>liesLotte</i>	Augsburg
<i>Zwergerl</i>	München



*** STARKE RHEIN-MAIN-KOMBI MIT 65.000 AUFLAGE: DIREKT DIE FAMILIEN IN DER METROPOLREGION ANSPRECHEN!**

Interessiert? Wir beraten Sie gerne und schicken Ihnen die aktuellen Mediadaten zu, Anruf oder Mail genügt. Ansprechpartner ist u.a. »fratz – Das Familienmagazin«, Tel. 06151/387 2761, info@fratz-magazin.de. Mehr Infos auch auf www.familienmagazin.net

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN (AGB)

fratz – Das Familienmagazin wird von VRM Gratismedien GmbH, Erich-Dombrowski-Str. 2, 55127 Mainz, herausgegeben.

Die nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten für alle Werbeaufträge an VRM Media Sales GmbH („Herausgeber“) für Werbung in Printmedien und Online-Medien; weiterhin für alle Online-Werbeaufträge auf Online-Portalen, Online-Zeitschriften, Internetpräsenzen, mobilen Applikationen und Ähnlichem von VRM Media Sales GmbH, die von dem Kunden („Auftraggeber“) beauftragt werden. Gegenbestätigungen des Auftraggebers unter Hinweis auf eigene Geschäfts- bzw. Einkaufsbedingungen wird hiermit widersprochen. Abweichungen zu diesen AGB werden nur wirksam, wenn diese von VRM Gratismedien GmbH schriftlich bestätigt wurden.

Der Herausgeber behält sich vor, diese AGB zu ändern, insbesondere bei einer Änderung der gesetzlichen Vorschriften oder der höchstgerichtlichen Rechtsprechung, mit dem Ziel, diese AGB entsprechend den Erfordernissen der geänderten Rechtslage anzupassen. Im Falle einer Änderung der AGB wird der Herausgeber diese unverzüglich auf seiner Internetseite, einsehbar unter www.fratz-magazin.de/agb.html veröffentlicht.

I. FÜR ANZEIGEN UND FREMDBEILAGEN IN MAGAZINEN, ZEITUNGEN UND ZEITSCHRIFTEN (PRINTMEDIEN)

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel, z. B. die Einlage von Beilagen, Werbeflyern (nachfolgend insgesamt als „Anzeigen“ bezeichnet) eines Werbetroibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckchrift des Herausgebers zum Zweck der Verbreitung. Der Anzeigenauftrag kommt mit Absendung der Auftragsbestätigung und Zugang derselben beim Auftraggeber zustande. Ist der Zugang der Auftragsbestätigung beim Auftraggeber nicht festzustellen und liegt keine gegenteilige Mitteilung des Auftraggebers vor, kommt der Vertrag mit der Veröffentlichung der Anzeige zustande.

2. Anzeigen sind im Zweifel vor 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 Erscheinung 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. Mit der Erteilung eines Auftragsauftrages erkennt der Auftraggeber die Allgemeinen Geschäftsbedingungen sowie die

Mediadaten, einsehbar unter www.fratz-magazin.de/mediadaten.html an. Bei privaten Anzeigenaufträgen gilt dies, wenn der Auftraggeber nach Hinweis auf die Anwendung der Geschäftsbedingungen den Auftrag ohne Widerspruch erteilt. Neue Anzeigenpreise treten mit dem aus den Mediadaten ersichtlichen Zeitpunkt in Kraft. Dies gilt auch für laufende Rahmenverträge (Abschlüsse) und Anzeigenaufträge. Für Einzelaufträge, die vor Bekanntgabe der neuen Mediadaten erteilt wurden, gilt der alte Preis, sofern die Anzeige oder Beilage innerhalb von acht Wochen erscheinen soll.

5. Stornierungen durch den Auftraggeber bedürfen der Schriftform und sind bis zum Zeichenschluss kostenfrei möglich. Der Zeichenschluss ist in den Mediadaten genannt. Nach Ablauf dieser Frist werden im Falle einer Stornierung 50 % des Anzeigenpreises fällig. Soweit Anzeigen vom Herausgeber gestaltet wurden und aus Umständen nicht abgerufen werden, die der Herausgeber nicht zu vertreten hat, werden diese gemäß Ziffer 21 berechnet

6. Die Werbungsmitler sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbetreibenden an die Mediadaten des Herausgebers zu halten. Die vom Herausgeber gewährte Mitteilungsvergütung darf an den Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

7. Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung der Anzeige erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber überträgt dem Herausgeber sämtliche für die Nutzung der Werbung in Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur unbeschränkten 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. Der Auftraggeber stellt den Herausgeber im Rahmen des Werbeauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner wird der Herausgeber von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung vom Auftraggeber freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Herausgeber nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen.

8. Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen. Der Auftraggeber stellt grundsätzlich den Herausgeber von Ansprüchen Dritter frei, die dies aus der Ausführung des Auftrages, auch wenn er sistiert sein sollte, gegen den Herausgeber erwachsen. Der Herausgeber ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Erscheinen sistierte Anzeigen, so stehen auch dem Auftraggeber daraus keinerlei Ansprüche gegen den Herausgeber zu. Der Herausgeber wendet bei Ent-

gegennahme und Prüfung der Anzeigentexte die geschäftsübliche Sorgfalt an, haftet jedoch nicht, wenn er von den Auftraggebern irreführlig oder getäuscht wird. Durch Erteilung eines Anzeigenauftrages verpflichtet sich der Inserent, die Kosten der Veröffentlichung einer Gegendarstellung, die sich auf tatsächliche Behauptungen der veröffentlichten Anzeige bezieht, zu tragen, und zwar nach Maßgabe des jeweils gültigen Anzeigentarifs.

9. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unrichtigem oder unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Wenn bei Wiederholungsanzeigen der gleiche Fehler unterläuft, ohne dass dieser nach dem ersten Auftreten durch den Auftraggeber sofort reklamiert wurde, erkennt der Herausgeber einen Ausgleichsanspruch nur für eine Anzeige an. Erscheint eine vereinbarte Ersatzanzeige nicht in angemessener Frist oder erneut nicht einwandfrei, kann der Auftraggeber von dem Vertrag zurücktreten.

10. Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen. Sachschadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Herausgebers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Herausgebers für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Gegenüber Kaufleuten ist 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 zwei Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden. Eine Haftung für leichte Fahrlässigkeit ist in jedem Fall ausgeschlossen. Der Schadensersatz ist der Höhe nach, soweit dies gesetzlich zulässig ist, in erster Linie auf eine Ersatzanzeige, hilfsweise auf den Wert der Anzeige, bei Beilagen auf den Herstellwert der Beilagen beschränkt.

11. Bei fernmündlich aufgegebenen Anzeigen bzw. bei fernmündlich veranlassenden Änderungen wird keine Haftung für die Richtigkeit der Wiedergabe übernommen.

12. Zusätzliche mündliche Vereinbarungen erhalten erst durch schriftliche Bestätigung der Anzeigenverwaltung Gültigkeit.

13. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Herausgeber 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 Herausgeber zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Herausgebers beruht.

14. Aufträge und Anzeigen, die erklärtermaßen ausschließ-

lich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollten, müssen so rechtzeitig beim Herausgeber eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Zeichenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Es besteht kein Ausschluss von Konkurrentenanzeigen. Sollen Anzeigen von Konkurrenten des Auftraggebers auf derselben, einer gegenüberliegenden Anzeigenseite oder in sonstiger Form ausgeschlossen werden, bedarf es einer entsprechenden schriftlichen Vereinbarung. Der Auftraggeber kann nicht verlangen, dass eine Anzeige oder Beilage an einer bestimmten Stelle veröffentlicht wird, es sei denn, die Vertragsparteien haben ausdrücklich etwas Anderes schriftlich vereinbart.

15. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeige erkennbar sind, werden als solche vom Herausgeber beispielsweise mit dem Wort „Anzeige“, „Anzeigensonderveröffentlichung“ oder „Verlagsveröffentlichung“ deutlich kenntlich gemacht.

16. Der Herausgeber 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 Herausgebers abzuhelfen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Herausgeber unzumutbar ist. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

17. Für die rechtzeitige Lieferung von Texten und einwandfreien Anzeigen- bzw. Druckerunterlagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Vorlagen fordert der Herausgeber unverzüglich Ersatz an. Der Herausgeber gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckerunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Die Pflicht zur Aufbewahrung von Druckerunterlagen endet spätestens vier Wochen nach Ablauf des Auftrages bzw. Erscheinens der Printausgabe.

18. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlungen leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber vierzehn Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Alle Rechnungen des Herausgebers sind umgehend nach Rechnungszugang ohne Abzug fällig, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Die Rechnungsstellung per Email ist zulässig und löst die Fälligkeit der Forderung aus. Sämtliche Preise verstehen sich als Nettopreise in Euro, zuzüglich der im Zeitpunkt der Anzeigenveröffentlichung geltenden gesetzlichen Mehrwertsteuer. Nimmt der Auftraggeber am SEPA-Lastschriftverfahren (SEPA-Firmenlastschrift) teil, wird ihm der Bankzugang spätestens einen Werktag vorher angekündigt. Der Einzug wiederkehrender Zahlungen mit gleichen Beträgen wird einmal jährlich angekündigt.

19. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in Höhe von 8% über dem aktuellen Diskontsatz der Europäischen

Zentralbank sowie die Einziehungskosten in voller Höhe berechnet. Der Herausgeber berechnet für jede Mahnung eine Gebühr in Höhe von 8,00 €. Der Herausgeber kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlungen verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Herausgeber 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 Auslag offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

20. Der Herausgeber 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 Herausgebers über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

21. Soll der Herausgeber eine Anzeige texten und/oder gestalten, ist eine entsprechende Vereinbarung zu treffen. Ist die Übermittlung von Korrekturabzügen dabei ausdrücklich individualvertraglich vereinbart, werden diese im pdf-Format erstellt. Der Auftraggeber ist verantwortlich für die inhaltliche Richtigkeit der Korrekturabzüge. Soweit der Auftraggeber nicht innerhalb einer ihm gesetzten Frist Änderungs-wünsche schriftlich geltend macht, gilt der Korrekturabzug als genehmigt. Ist eine Frist nicht ausdrücklich bestimmt, so beträgt sie eine Woche ab Zugang der Korrekturabzüge beim Auftraggeber. I.U. werden Korrekturabzüge nicht erstellt. Er stellt der Herausgeber für den Auftraggeber Texte, Grafiken oder ähnliche schutzrechtfähige Leistungen, erhält der Auftraggeber hieran ein zeitlich auf den Anzeigenauftrag befristetes, einfaches und nicht übertragbares Nutzungsrecht. Jeder Anzeigenentwurf, der vom Herausgeber entworfen und umgesetzt wurde, bleibt – unabhängig von dem Umstand der tatsächlichen Veröffentlichung – alleiniges Eigentum des Herausgebers. Eine Weiterverwendung (Vervielfältigung, Verbreitung oder öffentliches Zugänglichmachen) außerhalb des Anzeigenauftrags ist nur mit ausdrücklicher schriftlicher Zustimmung des Herausgebers zulässig. Ohne diese Zustimmung hat der Herausgeber einen Anspruch auf die übliche Vergütung für entsprechende Leistungen, mindestens jedoch 150,00 Euro. Im Übrigen werden Leistungen für Anzeigenerstellung und / oder -gestaltung sowie vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen gegenüber ursprünglich vereinbarter Ausführungen mit einem Stundenstund von 80 € netto berechnet, soweit nichts Anderes vereinbart ist. Die Abrechnung erfolgt im 15-Minuten-Takt.

22. Aus einer Aufgabeminderung 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 Mediadaten oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder – wenn eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittlich verkaufte bzw. 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 25 % beträgt. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Herausgeber dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.

23. Der Herausgeber erhebt, verarbeitet und speichert Daten zur Auftragsabwicklung, Pflege der laufenden Kundenbeziehung sowie zum postalischen Versand von Informationen zu Angeboten und Dienstleistungen. Diese Kundendaten werden gem. § 33 BDSG elektronisch gespeichert. Die Daten werden Dritten nicht direkt zugänglich gemacht und stets nach den Bestimmungen des Bundesdatenschutzgesetzes behandelt. Die Daten werden zur Vertragsabwicklung verarbeitet und genutzt. Eine Weitergabe der Daten an Dritte erfolgt nicht, sofern dies nicht zur Erfüllung des Vertragsverhältnisses mit dem Kunden erforderlich ist bzw. hierzu nicht eine gesetzliche oder behördlich angeordnete Verpflichtung besteht. Mit der technischen Durchführung der Datenverarbeitung werden teilweise externe Dienstleister als Auftragsdaten-verarbeiter im Sinne des Bundesdatenschutzgesetzes beauftragt.

24. Erfüllungsort ist der Sitz des Herausgebers. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Herausgebers. Soweit Ansprüche des Herausgebers nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. 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 Herausgebers vereinbart.

II. FÜR DAS WERBEGESCHÄFT IN ONLINE-MEDIEN

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. Für den Werbeauftrag gelten ausschließlich die Allgemeinen Geschäftsbedingungen sowie die Mediadaten des Herausgebers, die einen wesentlichen Vertragsbestandteil bilden. Bei Aufträgen für Werbeschaltungen, die sich auf Online-Medien und andere Medien beziehen, gelten die jeweiligen Allgemeinen Geschäftsbedingungen für das betreffende Medium entsprechend.

2. 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 Wegbildern (u.a. Banner),
- aus einer sensiblen 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),
- aus mobilen Applikationen (Apps).

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

3. Vorbehaltlich entgegenstehender individueller Vereinbarungen kommt der Vertrag grundsätzlich durch in Textform oder durch mündlich zu erfolgende Bestätigung des Auftrags zustande. Auch bei mündlichen oder fernmündlichen Bestätigungen liegen die Allgemeinen Geschäftsbedingungen zugrunde. Soweit Werbegutentragende Aufträge erteilen, kommt der Vertrag im Zweifel mit der Werbegatur zustande, vorbehaltlich anderer schriftlicher Vereinbarungen. Soll ein Werbungtreibender Auftraggeber werden, muss er von der Werbegatur namentlich benannt werden. Die Herausgeber sind berechtigt, von den Werbungtreibern einen Mandatsnachweis zu verlangen. 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. 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. Auftragsweiterung: 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. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Herausgeber 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 Herausgeber zu erstatten. 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 Mediadaten 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. Der Auftraggeber ist verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder technischen Vorgaben der He-

erausgeber entsprechende Werbemittel rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern. Die Pflicht des Herausgebers zur Aufbewahrung des Werbemittels endet sechs Wochen nach seiner letztmöglichen Verbreitung.

8. Kosten des Herausgebers für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen des Werbemittels hat der Auftraggeber zu tragen.

Der Herausgeber 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 Werbeamt in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder
- deren Veröffentlichung in der Herausgeber wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist. Insbesondere kann der Herausgeber 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 vorangegangenen Absatzes erfüllt werden.

9. Rechtsgewährleistung: Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber stellt den Herausgeber im Rahmen des Werbeauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner wird der Herausgeber von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung vom Auftraggeber freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Herausgeber nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen. Der Auftraggeber überträgt dem Herausgeber sämtliche für die Nutzung der Werbung in Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlicher urheberrechtlicher Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur unbeschränkten 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.

10. Der Herausgeber 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 Darstellungs-

soft- und/oder Hardware (z.B. Browser) oder
- durch Störung der Kommunikationsnetze anderer Betreiber oder
- durch Rechenerausfall aufgrund Systemversagens oder
- 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 25 % der gebuchten Zeit) im Rahmen einer zeitgebundenen Festbuchung entfällt die Zahlungspflicht des Auftraggebers für den Zeitraum des Ausfalls. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen. Bei ungenügender Wiedergera- bequalität des Werbemittels hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatz- werbung, 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 Auftrags. Sind etwaige Mängel bei den Werbungsunter- lagen nicht offenkundig, so hat der Auftraggeber bei un- genügender Veröffentlichung keine Ansprüche. Das Gleiche gilt bei Fehlern in wiederholten Werbeschaltungen, wenn der Auftraggeber nicht vor Veröffentlichung der nächstfolgenden Werbeschaltung auf den Fehler hinweist.

11. Fällt die Durchführung eines Auftrags aus Gründen aus, die der Herausgeber nicht zu vertreten hat (etwa software- bedingt oder aus anderen technischen Gründen), insbeson- dere wegen Rechenerausfalls, höherer Gewalt, Streik, auf- grund gesetzlicher Bestimmungen, Störungen aus dem Verantwortungsbereich von Dritten (z.B. anderen Providern), Netzbetreibern oder Leistungs-Herausgebern oder aus ver- gleichbaren Gründen, so wird die Durchführung des Auftrags nach Möglichkeit nachgeholt. Bei Nachholung in angemessener und für den Auftraggeber zumutbarer Zeit nach Besei- tigung der Störung bleibt der Vergütungsanspruch des He- rausgebers bestehen.

12. Die Haftung des Herausgebers für Schäden, die durch grobe Fahrlässigkeit oder Vorsatz verursacht worden sind, sowie eine Haftung bei Verletzung von Leben, Körper und Gesundheit bleibt von der folgenden Haftungsbeschränkung unberührt. Der Herausgeber haftet unabhängig vom Rechts- grund, insbesondere wegen Verzugs, Nichterfüllung, Schlech- terfüllung oder unerlaubter Handlung nur für Schäden, die durch schuldhaftes Verletzen eines wesentlichen Vertrags- pflicht in einer das Erreichen des Vertragszwecks gefäh- renden Weise verursacht wurde. Die Haftung ist auf den ver- tragsstypischen Schaden begrenzt, mit dessen Entstehen der Herausgeber bei Vertragsschluss aufgrund der zu diesem Zeitpunkt bekannten Umstände rechnen musste. Der Scha- denbetrag ist in diesen Fällen begrenzt auf das Dreifache der Vergütung des einzelnen Anzeigenauftrages. Die vorste- henden Haftungsausschlüsse und -beschränkungen gelten im gleichen Umfang zugunsten gesetzlicher Vertreter, son- iger Organe, leitender und nichtleitender Angestellter sowie

sonstiger Erfüllungsgehilfen des Herausgebers. Für Störungen des Telekommunikationsnetzes (bspw. Internet) haftet der Herausgeber nicht. Für den Verlust von Daten haftet der He- rausgeber nach den Maßgaben der vorstehenden Absätze nur dann, wenn ein Datenverlust nicht durch angemessene Datensicherung durch den Kunden vermeidbar gewesen wäre.

13. Es gelten die im Zeitpunkt der Auftragserteilung im In- ternet veröffentlichten Mediadaten, einsehbar unter www.fratz-magazin.de/mediadaten.html Gegenüber Unternehmen bleibt eine Änderung vorbehalten. Für vom Herausgeber be- stätigte Aufträge sind Preisänderungen allerdings nur wirksam, wenn sie vom Herausgeber mindestens einen Monat vor Ver- öffentlichung des Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Rücktritts- recht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden. Nachlässe bestimmen sich nach den jeweils gültigen Mediadaten. Werbeagenturen und sonstige Werbemittler sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Ab- rechnungen mit den Werbungtreibenden an die Mediadaten des jeweiligen Herausgebers zu halten.

14. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen und Einziehungskosten gemäß I. Ziffer 19 berechnet. Der Heraus- geber kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Zahlung zurückstellen und für die restliche Schaltung Vorauszahlung verlangen. Objektiv be- gründete Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftragge- bers berechtigen den Herausgeber, auch während der Lauf- zeit des Vertrages, das Erscheinen weiterer Werbemittel ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich of- fenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

15. Kündigungen von Werbeaufträgen müssen schriftlich oder per Textform erfolgen.

16. Der Werbeauftrag wird unter Berücksichtigung der gel- tenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen gemäß I. Ziffer 23 abgewickelt.

17. Erfüllungsort ist der Sitz des Herausgebers. Im Geschäfts- verkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffent- lichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichem Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Herausgebers. So- weit Ansprüche des Herausgebers 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 Auf- traggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Kla- gerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Ver- tragschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Ge- richtsstand der Sitz des Herausgebers vereinbart, wenn der Vertrag schriftlich geschlossen wurde.

Darmstadt, den 1. Juli 2018

ZAHLUNGS- UND GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

Es gelten unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen (s. S. 13–15). Irrtümer und Änderungen vorbe- halten. Rechnungen sind zahlbar bei Erhalt. Alle Preise netto zzgl. der ge- setztl. Mehrwertsteuer. Mit dem Er- scheinen der Preisliste 15 vom 01.12.2018 verlieren alle bisherigen Preislisten und AGBs für „fratz – Das Familienmagazin“ ihre Gültigkeit.

Commerzbank AG, Mainz
IBAN: DE07 5504 0022 0211 4080 01
BIC: COBADEFF550
USt-IdNr.: DE149025723

BÜROZEITEN

Sie erreichen uns persönlich am be- sten MO – FR zwischen 9.00 und 14.00 Uhr.
Gerne natürlich auch per E-Mail.

KONTAKT

fratz – Das Familienmagazin
Berliner Allee 65
64295 Darmstadt
Tel. 0 61 51 / 387 2761

info@fratz-magazin.de
www.fratz-magazin.de
[www.facebook.com/ fratzFamilienmagazin](https://www.facebook.com/fratzFamilienmagazin)

FRATZ ERSCHEINT BEI

VRM Gratismedien GmbH
Erich-Dombrowski-Straße 2
55127 Mainz
Postfach 3120
55021 Mainz

Geschäftsführung:
Hans Georg Schnucker,
Dr. Jörn W. Röper, Bernd Koslowski

Irrtümer und Änderungen vorbehalten.

Stand 22.1.2019.