

Die **Aachener Zeitung** und **Aachener Nachrichten** bietet Ihnen mit ihrem Internet-Angebot ein reichweitenstarkes Umfeld für Ihre Werbung. Kombinieren Sie die vielfältigen Printprodukte der beiden Tageszeitungen mit maßgeschneiderten, effizienten Werbemöglichkeiten in den Online-Portalen von www.az-web.de und www.an-online.de.

Sie treffen hier auf eine aufgeschlossene, kaufkräftige Zielgruppe mit hohem Bildungsniveau aus dem gesamten Euregio-Gebiet (Aachen, Düren, Heinsberg, Jülich, aus der Eifel und aus dem angrenzenden Belgien sowie den Niederlanden).

Da wir unsere Plattformen und User sehr genau kennen, erhalten Sie bei uns eine auf Ihr Kampagnenziel abgestimmte individuelle Beratung, auch für **Crossmedia-Konzepte**.

Nutzen Sie die Schnelligkeit des Internet und passen Sie Ihre Werbemittel jederzeit an geänderte Bedürfnisse an und profitieren Sie gleichzeitig von den komfortablen Dialogmöglichkeiten durch Verlinkung.

IVW-Zahlen Juni 2006 Aachener Zeitung und Aachener Nachrichten gesamt:
Visits 318.875, Pls 2.385.650

Informieren Sie sich hier detailliert über unsere **Standard-Werbeformen**.
Hier finden Sie attraktive **Sonderformen** auf unseren Webseiten.

Gerne stehen wir Ihnen zur Verfügung und informieren Sie über die verschiedenen Online-Insertionsmöglichkeiten:

0241/5101-277 oder f.mantler@zeitungsverlag-aachen.de

Wählen Sie unter folgenden **Standard-Werbeformen**:

Standard-Werbeformen auf den Webseiten der Aachener Zeitung www.az-web.de und Aachener Nachrichten www.an-online.de

	Format	TKP
Superbanner	728 x 90 Pixel, max. 25 KB	25,-€
PopUp/PopUnder	200 x 300 Pixel oder	
	250 x 250 Pixel, max. 15-20 KB	50,-€
Rectangle	180 x 150 Pixel, max. 25 KB	50,-€
Medium Rectangle	300 x 250 Pixel, max. 25 KB	55,-€
Skyscraper	120 x 600 Pixel, max. 20-25 KB	35,-€
Layer Ad	450 x 450 Pixel, max. 15-20 KB	65,-€
TeaserAd/Button	160 x 67 Pixel, max. 15 KB	15,-€

TKP (Tausender-Kontaktprice): Preis für 1000 Einblendungen einer Online-Anzeige
 Mindestabnahme: 50 000 Kontakte

Alle TKP zzgl. MwSt. und gegebenenfalls abzüglich 15% Agenturprovision.

Es gelten die **Allgemeinen Geschäftsbedingungen** zur Schaltung von Werbemitteln bei www.az-web.de und www.an-online.de.

Preisliste gültig ab 1. Oktober 2006.

Hier finden Sie attraktive **Online-Sonderwerbeformen**.

Technische Daten und Beschreibungen zu Standard-Werbeformen:

Superbanner (728 x 90 Pixel, max. 25 KB)

Banner gehören zu den am häufigsten eingesetzten Werbeformen im Netz. Super Banner nutzen in der Regel die gesamte Seitenbreite einer Website aus. Sie zeichnen sich somit durch ihre überdurchschnittliche Präsenz und die Alleinplatzierung am Kopf der Seite aus. Die komplette Aufmerksamkeit der User fokussiert sich auf diesen grossformatigen Banner. Die meisten Banner werden mittlerweile in DHTML, Java und Flash erstellt und lösen somit Interaktion aus.



TKP 25,- €

PopUp/PopUnder (200 x 300 Pixel oder 250 x 250 Pixel, max. 15-20 KB)

Ein PopUp ist ein eigenes, kleines Werbefenster, das im Vordergrund der gerade geöffneten Website eingeblendet wird und sehr hohe Aufmerksamkeit erzielt. Beim PopUnder wird das Werbefenster erst sichtbar, wenn das Browserfenster geschlossen wird.

TKP 50,- €

Rectangle (180 x 150 Pixel, max. 25 KB)

Medium Rectangle (300 x 250 Pixel, max. 25 KB)

Ihr Name stammt von der Form ab, die sie besitzen. Rectangles (Rechtecke) werden direkt im redaktionellen Umfeld einer Website platziert. Durch die Integration in den Inhaltsbereich der Website wird eine starke Aufmerksamkeit für Ihre Werbebotschaft erreicht. Rectangles sind vergleichbar mit Textteilanzeigen im Printbereich.



Rectangle TKP 50,- €

Medium Rectangle TKP 55,- €

Technische Daten und Beschreibungen zu Standard-Werbeformaten:

Skyscraper (120 x 600 Pixel, max. 20-25 KB)

Der Skyscraper ist eine hochformatige Werbefläche, die in der Regel rechts neben dem Inhalt der Website platziert ist. Der Skyscraper bietet viel Platz für Ihre Werbebotschaft und eignet sich besonders für Brandingkampagnen.



TKP 35,- €

Layer Ad (450 x 450 Pixel, max. 15-20 KB)

Der Layer Ad ist eine Flash-Werbeform und legt sich als „schwebender Eyecatcher“ direkt über den Inhalt des Werbeträgers, ohne ein eigenes Browserfenster zu öffnen. Diese besonders auffällige Werbeform bietet maximale Möglichkeiten bei der Kreation und eignet sich für Marken ebenso wie für Markeneinführungs-Kampagnen.

TKP 65,- €

TeaserAd/Button (160 x 67 Pixel, max. 15 KB)

TeaserAd/Button sind kleine Werbeformate, auf denen Sie sich kurz und knapp präsentieren und auf Ihre eigene Homepage verlinken können.

ab TKP 15,- €

Gerne stehen wir Ihnen zur Verfügung und informieren Sie über die verschiedenen Online-Insertionsmöglichkeiten:
0241/5101-277 oder f.mantler@zeitungsverlag-aachen.de

Folgende Sonderformen sind auf unseren Webseiten möglich:

Die TKP für die folgenden Werbeformen erhalten Sie auf Anfrage.

Wallpaper (Kombiformat Banner/Skyscraper)

Das Wallpaper nimmt die gesamte Bildschirmseite ein und wird meistens für die Homepage gebucht. Es bietet sich für Imagekampagnen an, da es die Tonalität des zu bewerbenden Unternehmens optimal transportieren kann.

Nutzen Sie dieses Medium für eine ausführliche Darstellung Ihrer Produkte und Dienstleistungen.



Sponsoring

Das Sponsoring ist keine festgelegte Werbeform und eignet sich für Werbebotschaften, die sich nicht in ein oder zwei Sätzen ausdrücken lassen.

Sponsoring erstreckt sich vom Channel-Sponsoring über Webseiten-Sponsoring bis hin zu Exklusiv-Platzierungen in unseren Newslettern. Es bietet viel Platz für die Präsentation von Logos, Links und Claims und ist hervorragend für Image-Kampagnen geeignet.

Beliebte Werbeformen für das Sponsoring sind Textlinks, Gewinnspiele, Buttons und Banner, die gegebenenfalls noch mit einem Zusatz wie „Sponsored by“ oder „Powered by“ versehen werden.

Content integration (Inhaltssponsoring)

Integrieren Sie Ihre Werbung im Look & Feel unserer Webseiten im redaktionellen Angebot. Im Vordergrund steht jedoch der informative Charakter Ihrer Werbung, bzw. erscheint es dem Betrachter so.

Verbinden Sie so Ihren guten Namen mit ausgewählten redaktionellen Inhalten.

Viele Formen sind möglich. Mit Content integration unterstützen Sie die Markenbildung für Ihre Produkte und Dienstleistungen.

Die TKP für die folgenden Werbeformen erhalten Sie auf Anfrage.

Digitale Beilage (PDF-Format)

Ihre Beilagen, Sonderveröffentlichungen, Prospekte oder Präsentationen übernehmen wir in digitaler Form auf unsere Webseiten. Die einzelnen Seiten werden online abgebildet. Der User kann sich durch einfaches Vor- und Zurückblättern online durch Ihre Beilagen klicken. Auf Wunsch verlinken wir die Beilage mit Ihrer Webseite. Auch tagesaktuelle Beilagen und Angebote aus der Aachener Zeitung kann der User hier einsehen und noch nach dem Erscheinungstermin in der Zeitung finden.

Interstitial

Interstitials sind Werbeeinblendungen, die beim Aufruf einer bestimmten Seite oder Rubrik aktiviert werden – ähnlich wie Unterbrecherwerbung im TV. Sie verschwinden nach Ablauf einer definierten Zeit. Der Vorteil liegt hier darin, dass der Nutzer aus seiner Erwartungshaltung heraus dem nun auftauchenden Interstitial viel Aufmerksamkeit schenkt.

Microsite (Advertorial)

Bei der Microsite wird eine kleine Website zwischen die ursprüngliche Werbung und die Website des Werbenden geschaltet. Klickt der Besucher zum Beispiel auf ein Banner, so gelangt er zunächst auf diese Zwischenseite, die einen Bezug zwischen dem Banner und der Website des Werbenden herstellen soll. Ihr Format ist HTML und sie ist optimal geeignet zur redaktionellen Vorstellung von Produkten und Gewinnspielen.

Weitere Sonderwerbeformen und Festplatzierungen auf Anfrage.

Generell gilt eine Mindestabnahme von 50.000 Kontakten.

Alle TKP (Tausender-Kontaktpreis) zzgl. MwSt. und ggf. abzüglich 15% Agenturprovision.

Preisliste gültig ab 1. Oktober 2006.

Dateiformate: GIF (empfohlen für Grafiken), JPEG (empfohlen für fotoähnliche Vorlagen)

Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen zur Schaltung von Werbemitteln im Zeitungsverlag Aachen.

Hier finden Sie unsere [Standard-Werbeformen](#).

Gerne stehen wir Ihnen zur Verfügung und informieren Sie über die verschiedenen Online-Insertionsmöglichkeiten:

0241/5101-277 oder f.mantler@zeitungsverlag-aachen.de

Crossmedia-Konzepte

Unter Crossmedia-Marketing verstehen wir die Nutzung von verschiedenen auf einander abgestimmten Kommunikationskanälen zur Bewerbung eines Produkts oder einer Dienstleistung.

Als Ergänzung zum klassischen Kommunikationsmix werden insbesondere die neuen, elektronischen Medien eingesetzt. Die Werbeträger werden untereinander vernetzt, um ihre spezifischen Stärken optimal zu nutzen.

Im Idealfall weckt eine Print-Anzeige bei der gewünschten Zielgruppe Interesse, erzielt Aufmerksamkeit und vermittelt Informationen. Schalten Sie dann parallel entsprechende Online-Pendants, können Sie als Werbetreibender schneller, umfangreiche und effektive Interaktions- und Branding-Möglichkeiten nutzen. Belegen Sie darüber hinaus verschiedene Rubriken auf den Internet-Sites unseres Webauftrittes, erreicht die Werbebotschaft die Zielgruppe mit nur minimalen Streuverlusten. Eine cross-mediale Kommunikation sorgt also für eine Vertiefung der Kontakte und ein höheres Involvement der User.

Gerne können Sie sich in einem persönlichen Gespräch mit unseren Medienberatern informieren, wie Sie die einzelnen Mediengattungen effizient und kostengünstig einsetzen können.

Darüber hinaus stehen wir Ihnen für Informationen über alle Online-Werbeformen jederzeit zur Verfügung:

0241/5101-277 oder f.mantler@zeitungsverlag-aachen.de

Allgemeine Geschäftsbedingungen zur Schaltung von Online-Werbemitteln im Zeitungsverlag Aachen

1. Werbeauftrag

- (1) „Werbeauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Schaltung eines Werbemittels oder mehrerer Werbemittel in Informations- und Kommunikationsdiensten, insbesondere dem Internet, zum Zwecke der Verbreitung.
- (2) Für den Werbeauftrag gelten ausschließlich die Allgemeinen Geschäftsbedingungen sowie die Preisliste des Anbieters, die einen wesentlichen Vertragsbestandteil bildet. Die Gültigkeit etwaiger Allgemeiner Geschäftsbedingungen des Auftraggebers oder sonstiger Inserenten ist, soweit sie mit diesen allgemeinen Geschäftsbedingungen nicht übereinstimmen, ausdrücklich ausgeschlossen. Bei Aufträgen für Werbeschaltungen, die sich auf Online-Medien und andere Medien beziehen, gelten die jeweiligen Allgemeinen Geschäftsbedingungen für das betreffende Medium entsprechend.

2. Werbemittel

- (1) Ein Werbemittel im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen kann zum Beispiel aus einem oder mehreren der genannten Elemente bestehen:
 - aus einem Bild und/oder Text, aus Tonfolgen und/oder Bewegtbildern (u. a. Banner),
 - aus einer sensitiven Fläche, die bei Anklicken die Verbindung mittels einer vom Auftraggeber genannten Online-Adresse zu weiteren Daten herstellt, die im Bereich des Auftraggebers liegen (z. B. Link).
- (2) Werbemittel, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als solche erkennbar sind, werden als Werbung deutlich kenntlich gemacht.

3. Vertragsschluss

- (1) Vorbehaltlich entgegenstehender individueller Vereinbarungen kommt der Vertrag grundsätzlich durch schriftliche oder durch E-Mail erfolgende Bestätigung des Auftrags zustande. Auch bei mündlichen oder fernmündlichen Bestätigungen liegen die Allgemeinen Geschäftsbedingungen zugrunde.
- (2) Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag im Zweifel mit der Werbeagentur zustande, vorbehaltlich anderer schriftlicher Vereinbarungen. Soll ein Werbungtreibender Auftraggeber werden, muss er von der Werbeagentur namentlich benannt werden. Die Anbieter sind berechtigt, von den Werbeagenturen einen Mandatsnachweis zu verlangen.
- (3) Werbung für Waren oder Leistungen von mehr als einem Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten innerhalb eines Werbeauftrags (z. B. Banner-, Pop-up-Werbung ...) bedürfen einer zusätzlichen schriftlichen oder durch E-Mail geschlossenen Vereinbarung.

4. 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. 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. 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 Fehlschlägen 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. Datenschutz

Der Werbeauftrag wird unter Berücksichtigung der geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen abgewickelt.

18. Erfüllungsort/Gerichtsstand

Erfüllungsort ist Aachen.

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.