

# MEDIADATEN DIGITAL 2024



## INHALT

Verlagsangaben		3
Werbemittelanlieferung & Zahlungsbedingungen		4
Porträt		5
Displaywerbung		7
Newsletter		8
Contentwerbung		10
Social Media		17
Allgemeine Geschäftsbedingungen		18
Kontakt		23



**1 | Mitgliedschaften** LA-PHARM / IVW / SZV

**2 | Organ** Zentralorgan für die Apotheken der Bundesrepublik Deutschland

**3 | Herausgeber** ABDA – Bundesvereinigung Deutscher Apothekerverbände e.V.

**4 | Verlag** Avoxa – Mediengruppe Deutscher Apotheker GmbH  
Apothekerhaus Eschborn  
Carl-Mannich-Straße 26  
65760 Eschborn  
Telefon +49 6196 928-0  
E-Mail [anzeigen-kontakt@avoxa.de](mailto:anzeigen-kontakt@avoxa.de)  
Internet [www.avoxa.de](http://www.avoxa.de)  
[www.pharmazeutische-zeitung.de](http://www.pharmazeutische-zeitung.de)

**Geschäftsführung** Metin Ergül, Peter Steinke

**5 | Redaktionsleitung** Alexander Müller, Sven Siebenand  
Telefon +49 6196 928-272  
Telefax +49 6196 928-275  
E-Mail [pz-redaktion@avoxa.de](mailto:pz-redaktion@avoxa.de)

**6 | Anzeigenleitung**

Ramona Luft-De Filippis  
Telefon +49 6196 928-221  
E-Mail [r.defilippis@avoxa.de](mailto:r.defilippis@avoxa.de)

**Assistenz**

Daniela Kreiner  
Telefon +49 6196 928-222  
E-Mail [d.kreiner@avoxa.de](mailto:d.kreiner@avoxa.de)

**Leitung Digital Sales- & Projektmanagement**

Vera Noll (Nord)  
Telefon +49 6196 928-826  
E-Mail [v.noll@avoxa.de](mailto:v.noll@avoxa.de)

**Sales Manager Online**

Michael Pradel (Süd)  
Telefon +49 6196 928-106  
E-Mail [m.pradel@avoxa.de](mailto:m.pradel@avoxa.de)

**Online Anzeigen Disponentin**

Anna Hutsch-Sengül  
Telefon +49 6196 928-230  
E-Mail [a.hutsch-senguel@avoxa.de](mailto:a.hutsch-senguel@avoxa.de)

**7 | Vertriebsleitung**

Maria Scholz  
Telefon +49 6196 928-242  
E-Mail [m.scholz@avoxa.de](mailto:m.scholz@avoxa.de)

# WERBEMITTELANLIEFERUNG UND ZAHLUNGSBEDINGUNGEN

<b>Preisliste</b>	1/2024, Stand 01.01.2024, gültig ab 01.01.2024
<b>E-Mail-Adresse für Aufträge</b>	auftrag@avoxa.de
<b>E-Mail-Adresse für Werbemittel</b>	online@avoxa.de
<b>Technische Spezifikationen</b>	Entnehmen Sie der separaten Präsentation „Technische Spezifikationen“ oder auf Anfrage
<b>Lieferfristen</b>	Banner: 7 Tage vor Kampagnenstart Content-Formate: 10 Tage vor Kampagnenstart Themenspecial: 30 Tage vor Kampagnenstart
<b>Anlieferung</b>	Alle Formate, Pfade und Zählpixel müssen https vollständig unterstützen Einbindung von Click-Tags möglich
<b>Aussteuerung</b>	Auslieferung der Display-Werbemittel in Rotation
<b>AE-Provision</b>	10 %
<b>Zahlungsbedingungen</b>	Netto innerhalb 14 Tagen nach Rechnungsdatum, Bankeinzug 3 % Skonto
<b>Bankverbindung</b>	Deutsche Apotheker- und Ärztebank IBAN: DE35 3006 0601 0001 0865 10 BIC: DAAEDEDXXX
<b>Rücktrittsrecht</b>	Bis 14 Tage vor Kampagnenstart kostenfrei Erfolgt ein Storno nach dieser Frist, wird der bestätigte Preis in Rechnung gestellt.  Bei Contentwerbeformaten mit längerer Vorlaufzeit ist der Rücktritt bis 8 Wochen kostenfrei. Erfolgt ein Storno nach dieser Frist, wird 50 % des bestätigten Preises in Rechnung gestellt. Ab 14 Tagen vor Kampagnenstart ist der volle Betrag fällig.

## **PTA-Forum online – beratungsrelevant und praxisnah**

Das Tochter-Magazin der Pharmazeutischen Zeitung liefert eine aktuelle Berichterstattung und Beratungswissen für die Zielgruppe PTA.

**[www.pta-forum.de](http://www.pta-forum.de)**

### **Charakteristik**

- Hochwertige, praxisnahe Inhalte, anschaulich aufbereitet
- Zielgruppenrelevante Themenspecials
- Responsives Design – hervorragende Sichtbarkeit der Werbemittel auf allen Endgeräten
- Imagetransfer von der Pharmazeutischen Zeitung
- Wöchentliche Themen- und Nachrichten-Newsletter



## Hohe Reichweite in der Zielgruppe PTA

Auf die Webseite des PTA-Forums greifen 33 % der PTA/Pharmazie-Ingenieure zu.<sup>1</sup>



<sup>1</sup> LA-PHARM 2020, Nutzer pro Monat – Reichweite bei der Zielgruppe PTA/Pharm.-Ing. (BRD Gesamt)

<sup>2</sup> Google Analytics + IVW, September 2023

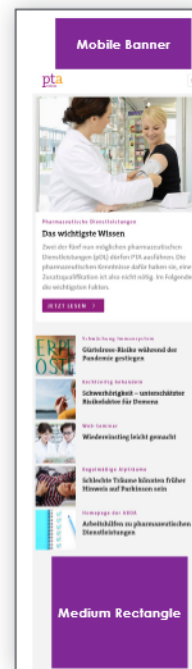
# DISPLAYWERBUNG

## Werbeformate

Format	Rotation	Mobil sichtbar
<b>Superbanner</b> 728 x 90 px	35 €	
<b>Billboard</b> 800 x 250 px	80 €	
<b>Medium Rectangle/Content Ad</b> 300 x 250px	55 €	✓
<b>Halfpage Ad</b> 300 x 600 px	75 €	✓
<b>Interscroller</b> 300 x 600 px	80 €	✓
<b>Mobile Banner</b> 300 x 75 px	40 €	✓
<b>Multiscreen AdBundle</b> (728 x 90 px + 800 x 250 px + 300 x 75 px + 300 x 250 px)	50 €	✓
<b>Multiscreen AdBundle – Premium</b> (800 x 250 px + 300 x 250px)	65 €	✓

Mindestbuchungsvolumen 10.000 AI, Auslieferung in Rotation

Rabattstafel (pro Buchung), Auslieferung als Bannervolumen on top  
 50.000 AI: 5 % 100.000 AI: 10 % 200.000 AI: 15 %  
 Mindestbuchungsvolumen: 20.000 Ad Impression, Auslieferung in Rotation  
 Third Party Cookies können nur bei Displayformaten eingebunden werden.



Targeting: Geo, Zeit möglich; zzgl.  
 10 % Aufschlag auf den TKP  
 Spezifikationen der Werbeformate entnehmen  
 Sie bitte der separaten Präsentation  
 „Technische Spezifikationen“ (Seite 12 – 13).

# NEWSLETTER

## Themen-Newsletter

Themenplan auf Anfrage.

- Aktuelle Berichte und Hintergrundinformationen zu beratungsintensiven Apothekenthemen, z. B. Haut, Erkältung, Arzneipflanzen etc.
- Wöchentlicher Versand, mittwochs
- über 11.600 Abonnenten<sup>1</sup>

### Werbeformate<sup>2</sup>

- **Newsletter-Banner** 850 €  
440x110 px / 300 x 250 px
- **Newsletter-Teaser** 1.150 €  
Bild-/Text-Teaser;  
Link auf externe Landingpage
- **Newsletter-Advertorial** 1.550 €  
Bild-/Text-Teaser;  
Link zur Microsite



Hohe Öffnungsrate: Ø 50% – 55 %

<sup>1</sup> Stand September 2023

<sup>2</sup> Spezifikationen der Werbeformate entnehmen Sie bitte der separaten Präsentation „Technische Spezifikationen“ (Seite 12 – 13).

pta  
Forum

PTA-Forum – unser Thema "Füße"

>> zum Thema  
**Füße**

**Zarte Haut und gesunde Nägel**  
**Pflegeprogramm für die Füße**  
Im Sommer möchten die meisten an Vorlesungen getragenen Füße häufig in Sandalen oder Flip-Flops. Damit es an der frischen Luft kein gutes Finger machen, brauchen sie plus eine Entspannung Pflege.

**Therapie**  
**Fuß- und Nagelpilz: Behandlung braucht Geduld**  
Füßpilz ist hartnäckig, ansteckend und weit verbreitet. Nicht selten greift die Infektion auch auf die Nägel über. Bei der Therapie ist viel Geduld gefragt.

**Lacery® Creme**  
**Begleite die Fußpilz den Kampf an – mit Lacery® Creme**  
Lacery® Creme bekämpft Fußpilz effektiv mit 3-in-1 Effekt, wirkt schnell ein und tut nicht weh. Ledt nur die Lacery® Creme enthält den hochwirksamen Wirkstoff Amoxicillin zur Bekämpfung von Fußpilz. **Stärker bei Heuschupfen!**

**Körper entspannen**  
**Langes Stehen im Job – das bringt Entlastung**  
Viele Menschen arbeiten in Berufen, in denen sie ständig stehen – das gilt nicht nur für den Einzelhandel, die Gastronomie oder Arbeitsamt vom Platzbedarf auch für Apothekenpersonal. Experten erklären, was Entlastung bringen kann.

**OTC-Beratungstisch**  
**Bifonazol**  
In der Serie «OTC-Beratungstische» findet PTA-Forum die wichtigsten Hinweise zu ausgewählten OTC-Präparaten für die Beratung übersichtlich zusammen. **Stärker bei Heuschupfen!**

**Stärker bei Heuschupfen!**  
**immunoBON**  
Die Mikrosymbiose mit Bienenstaub-Ethik. **in jeder Apotheke erhältlich**

Pflege-Tipps aus der Apotheke

Teaser

Banner



# NEWSLETTER

## Nachrichten-Newsletter

- Aktuelle Nachrichten und Hintergrundinformationen für die PTA
- Wöchentlicher Versand, samstags
- über 3.900 Abonnenten<sup>1</sup>

### Werbeformate<sup>2</sup>

- **Newsletter-Banner** 260 €  
440x110 px / 300 x 250 px
- **Newsletter-Teaser** 400 €  
Bild-/Text-Teaser;  
Link auf externe Landingpage
- **Newsletter-Advertorial** 700 €  
Bild-/Text-Teaser;  
Link zur Microsite



Hohe Öffnungsrate: Ø 70% – 80 %

<sup>1</sup> Stand September 2023

<sup>2</sup> Spezifikationen der Werbeformate entnehmen Sie bitte der separaten Präsentation „Technische Spezifikationen“ (Seite 12 – 13).

The screenshot shows a newsletter layout for PTA Forum. At the top is the PTA Forum logo. Below it is the section 'PTA-Forum – Themen der Woche'. There are several article teasers, each with a small image and a title. One article is titled 'Haut ist dünn wie Mai' and another 'Krankheitsausgelöst'. A large banner advertisement is visible, titled 'Für Haare voller WER!' with a woman's face. Below it is another article 'Sauer hält gesund' and 'Chronischer Pruritus'. At the bottom, there is a 'Teaser' advertisement for 'Lesaryll Creme' with the headline 'SAGEN SIE FUSSPILZ DEN KAMPF AN!' and 'Tagen Sie Fußpilz den Kampf an mit Lesaryll Creme'. A purple arrow points to the banner, and another purple arrow points to the Lesaryll Creme advertisement.

Banner

Teaser

# CONTENTWERBUNG

**Content-Werbeformen fügen sich harmonisch in das redaktionelle Umfeld ein und erzielen dadurch eine hohe Werbewirkung.**

- **Webseiten-Teaser:** Schlankes Format für kleines Budget. Ihre Bild-/Text-Meldung auf der Webseite, mit Verlinkung zu Ihrer Landingpage.
- **Webseiten-Advertorial:** Webseiten-Teaser mit Verlinkung zu einer für Sie erstellten Microsite auf PTA-Forum.
- **NewsAd:** Aufmerksamkeitsstark und wirksam. Ihre Bild-/Text-Meldung auf der Startseite und im Newsletter im Paket; Verlinkung zu Ihrer Landingpage.
- **Online-Advertorial:** Ideal für ausführliche Produkt- und Unternehmensinformationen. Ihre Bild-/Text-Meldung auf der Startseite und im Newsletter verlinken auf eine für Sie erstellte Microsite auf PTA-Forum online.
- **e-Learning:** Umfangreich und interaktiv, inkl. flankierender Displaywerbung.
- **Online-Themenspecial:** Ihr umfangreiches Content-Werbepaket im themenspezifischen Umfeld, inkl. flankierender Displaywerbung.

# CONTENTWERBUNG

## Webseiten-Teaser/Webseiten-Advertorial

Ihre Werbebotschaft im redaktionellen Kontext, in den aktuellen Meldungen auf PTA-Forum online (Startseite).

### Werbepakete<sup>1</sup>

#### Webseiten-Teaser

Bild-/Text-Teaser auf der Startseite und Verlinkung auf externe Landingpage

1 Woche: 550 €

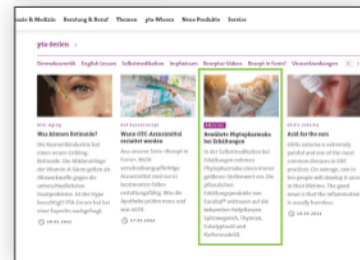
#### Webseiten-Advertorial

Bild-/Text-Teaser auf der Startseite und Verlinkung auf Microsite

1 Woche: 900 €

<sup>1</sup> Spezifikationen der Werbeformate entnehmen Sie bitte der separaten Präsentation „Technische Spezifikationen“ (Seite 20 – 23).

### Teaser Startseite



### Microsite



# CONTENTWERBUNG

## NewsAd

Hohe Aufmerksamkeit Ihrer Werbebotschaft durch Platzierung in den aktuellen Nachrichten. Nutzen Sie das NewsAd beispielsweise für folgende Zwecke:

- Image-Kampagnen
- Produkt-Kampagnen
- Veranstaltungshinweise

### Werbepaket<sup>1</sup>

- Bild-/Text-Teaser auf der Startseite
- 1 x Bild-/Text-Teaser im wöchentlichen PTA Themen-Newsletter (1 Aussendung, Mittwoch)
- Verlinkung zur gewünschten Zielseite

**Laufzeit:** 1 Woche

**Preis:** 1.450 €

<sup>1</sup> Spezifikationen der Werbeformate entnehmen Sie bitte der separaten Präsentation „Technische Spezifikationen“ (Seite 20 – 23).



# CONTENTWERBUNG

## Online-Advertorial

Für erklärungsbedürftige Produkte und Kampagnen mit hoher Authentizität ist das Online-Advertorial bestens geeignet. Die integrierte Microsite ermöglicht die Platzierung vertiefender Informationen.

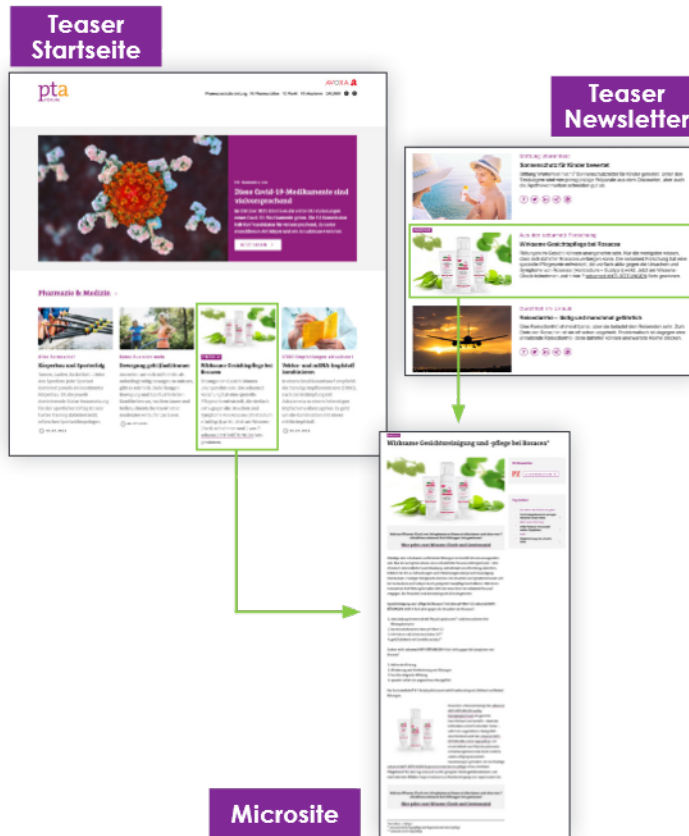
### Werbepaket

- Bild-/Text-Teaser auf der Startseite
- 1 x Bild-/Text-Teaser im wöchentlichen PTA-Themen-Newsletter (1 Aussendung, Mi.)
- Microsite (inkl. 3 ext. Links)

**Laufzeit:** 1 Woche

**Preis:** 1.750 €

Spezifikationen der Werbeformate entnehmen Sie bitte der separaten Präsentation „Technische Spezifikationen“ (Seite 20 – 23).



# CONTENTWERBUNG

## Online-Advertorial mit Wissens-Check

Buchen Sie Ihr interaktives Online-Advertorial mit Wissens-Check und optionaler Gewinnspielanbindung. Platzieren Sie die Vorteile Ihres Produkts und testen Sie anschließend das Produktwissen der PTA dazu.

### Werbepaket<sup>1</sup>

- Bild-/Text-Teaser auf der Startseite (14 Tage)
- 2 x Bild-/Text-Teaser im PTA-Newsletter im wöchentlichen PTA Themen-Newsletter (2 Aussendungen, Mittwoch)
- Microsite mit Wissens-Check (inkl. 3 ext. Links)

**Laufzeit:** 2 Wochen

**Preis:** 3.600 €

Optional mit Gewinnspielanbindung  
zzgl. 600 € (nicht AE-fähig).

Gewinne werden vom Kunden zur Verfügung gestellt und versendet.

<sup>1</sup> Spezifikationen auf Anfrage

### Startseite Wissens-Check

pta FORUM

Herzlich willkommen zum Online Wissens-Check

Mit freundlicher Unterstützung von Paraxil® Lipogel.

Viel Spaß & Erfolg!

Fachzeitschrift



### Teaser Newsletter

Leserbrief und Informationsmagazin

Leserbrief und Informationsmagazin

Herzlich willkommen zum Online Wissens-Check

Herzlich willkommen zum Online Wissens-Check

Herzlich willkommen zum Online Wissens-Check

### Teaser Startseite

**Tattoos und Piercings**  
Anders schön

**PRIP im HV**  
Selbstmedikation bei Nagelpilz

**AMTICOL**  
Jetzt am Wissens-Check teilnehmen!

### Microsite

**Bephras**  
Bephras erfordert eine konsequente Lid-Hygiene

Jetzt am Wissens-Check teilnehmen!

- geruchslos
- schmerzlos
- ohne Konservierungsstoffe
- ohne Antibiotika
- ohne Kortikosteroide
- ohne Hormone
- ohne Paraben
- ohne Phosphorsäure
- ohne Natriumchlorid
- ohne Natriumfluorid
- ohne Natriumcitrat
- ohne Natriumhydroxid
- ohne Natriumacetat
- ohne Natriumphosphat
- ohne Natriumtartrat
- ohne Natriumhydrogencarbonat
- ohne Natriumhydrogensulfid
- ohne Natriumhydrogensulfat
- ohne Natriumhydrogensulfid
- ohne Natriumhydrogensulfat
- ohne Natriumhydrogensulfid
- ohne Natriumhydrogensulfat

# CONTENTWERBUNG

## Online-Themenspecial

### Positionieren Sie Ihre Produktempfehlung im exklusiven Themenumfeld.

Belegen Sie eine redaktionelle Strecke rund um Ihr Wunschthema.

### Werbepaket

- 2 x Bild-/Text-Teaser im Thema
- 2 x Bild-/Text-Teaser auf der Webseite im wöchl. Wechsel
- 4 x Bild-/Text-Teaser im Newsletter
- 2 x Microsite
- 15.000 AI Multiscreen AdBundle (Auspielung ROS und im Thema)
- Crossmedia: redaktioneller Hinweis in der Printausgabe PTA-Forum

**Laufzeit:** 4 Wochen

**Preis:** 4.150 €

**Themenseite**

**Microsite 1**

**Microsite 2**

<sup>1</sup> Die Redaktion behält sich die Prüfung des Themas auf Eignung für die Zielgruppe vor.

Spezifikationen der Werbeformate entnehmen Sie bitte der separaten Präsentation „Technische Spezifikationen“ (Seite 20 – 23).

# CONTENTWERBUNG

## E-Learning

**Aktuelles Wissen ist unerlässlich für die fachgerechte Beratung in der Apotheke. Mit unseren interaktiven Formaten haben Sie die Möglichkeit, wichtiges Produktwissen zu vermitteln und mit Ihrer Zielgruppe zu interagieren.**

### E-Learning Werbepaket

- Bereitstellung der Fortbildungsinhalte auf PTA-Forum
- Implementierung der Fragen im Fortbildungstool
- Teilnehmermanagement

### Mediapaket:

- 2 x Bild-/Text-Teaser auf der Webseite im wöchtl. Wechsel
- 4 x Bild-/Text-Teaser im Newsletter
- 1 x Microsite
- 30.000 AI Multiscreen AdBundle ROS

**Laufzeit:** 4 Wochen

**Preis:** 4.950 €



#### Microsite 1

**TEASER**  
**Bei Schlafstörungen individuell beraten**




© PTA-Forum

Apfelblütenhonig mit Schlafstörungen können sich eine ideale Kombination sein, um eine individuelle Beratung. Diese Kombination kann bei Schlafstörungen zu natürlichen Schlafhilfen beitragen, die ohne verschreibungspflichtige Medikamente auskommen und nicht mit anderen Medikamenten wie Stress, Angst und Ängsten interagieren und nicht mit anderen Schlafmitteln interagieren. Weitere Informationen sind erhältlich, indem Sie den Link klicken oder sich für eine kostenlose Beratung kontaktieren. Bitte beachten Sie, dass dies keine individuelle Beratung ist.

Das können Sie sich am besten selbst bei PTA-Forum ansehen.  
**Bei Schlafstörungen individuell beraten**

#### Newsletter-Teaser

**ANZEIGE**  
**SCHLAFPHASEN**




**Schlafstörungen**  
**Individuell beraten bei Schlafstörungen**

Bestehende Lebensumstände, verschiedene Grunderkrankungen, aber auch manche Pharmakotherapien können einen erholsamen Nachtschlaf beeinträchtigen oder gar verhindern. Apothekenkunden wünschen sich eine fundierte und einfaches individuelle Beratung. Anregungen und Fachwissen bietet Ihnen die aktuelle **zertifizierte Fortbildung** zu diesem Thema.

**Teil gelernt! Dann geht es weiter zur Prüfung.**  
Mehrere Antwortmöglichkeiten können richtig sein.

**Zertifizierte Fortbildung: Schlafstörungen**



**Wählen Aussagen zu Schlafstörungen treffen auf:**

- Es wirkt antidepressiv.
- Es kann die Wirkung vieler Kontrazeptiva beeinträchtigen.
- Es wirkt stark beruhigend.
- Eine Dosisanpassung kann zu Abhängigkeit führen.
- Es wirkt stimulierend auf den Reizapparat.

Bitte klicken Sie an, was Sie für richtig halten, dann auf den blauen Pfeil (mehrere Antworten sind möglich).

Live 30

**Prüfung abschließen**

Die Schlafmedienberatung können Sie bei der jeweils zuständigen Landesapothekenkammer (LAK) einreichen.  
Zertifizierte Fortbildung „Schlafstörungen“ ist ein Angebot des PTA-Forum, ein Service der Online-Veranstaltung von Dr. Wilfried Schulze-Greif, Dr. Gert Kahlbach.  
Förderkennzeichen:

**Optional: Gewinnspielanbindung und redaktionelle Erstellung**



# SOCIAL MEDIA PAKET

Instagram und Facebook



Mit relevanten Themen richten sich die Social Media Kanäle von PTA Forum an die Zielgruppe PTA, Pharm. Ing., approbierte Mitarbeiter und Pharmaunternehmen.

Communitygröße: Instagram ca. 5.010 Follower<sup>1</sup>  
Facebook ca. 880 Follower<sup>1</sup>

- Platzierung innerhalb der Community
- Inklusive gezielter Beitragsbewerbung

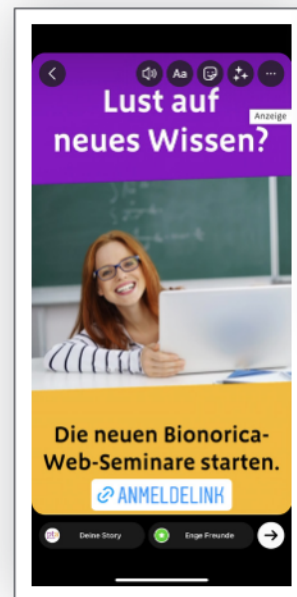
## Werbekombinationen Instagram und Facebook:

Photo Ad: 350 €

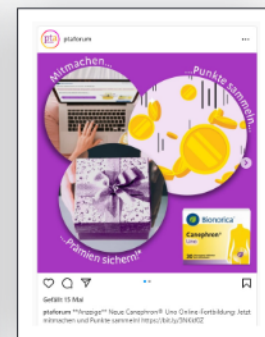
Video Ad: 600 €

Story Ad: 450 €

Facebook



Instagram



<sup>1</sup> Stand September 2023

# ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN der Avoxa – Mediengruppe Deutscher Apotheker GmbH

## für Print- und Online-Werbung

(Stand 3/2023)

### 1. Geltungsbereich der AGB

- 1.1. Für sämtliche Verträge über die Veröffentlichung von Werbemitteln in gedruckten und elektronischen Medien von Avoxa gelten ausschließlich die jeweils aktuellen AGB von Avoxa für Print- und Online-Werbung sowie die zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses aktuelle Preisliste von Avoxa, deren Regelungen einen wesentlichen Vertragsbestandteil bilden. Abweichende oder entgegenstehende Geschäftsbedingungen des Kunden werden nur dann Vertragsinhalt, soweit Avoxa ihnen ausdrücklich schriftlich zustimmt.
- 1.2. Diese AGB gelten gegenüber Unternehmern im Sinne von § 14 BGB sowie Verbrauchern im Sinne von § 13 BGB.
- 1.3. Die in den Mediadaten für das jeweilige Medium (Fachmedien, Publikationsmedien und Online-Medien) enthaltenen besonderen Bedingungen gehen diesen AGB vor.

### 2. Begriffsbestimmungen

- 2.1. „Werbeartrag“ im Sinne der AGB ist der Vertrag über die Veröffentlichung eines oder mehrerer Werbemittel in Druckerzeugnissen, Onlinemedien und anderen Informations- und Kommunikationsdiensten von Avoxa. Ein Werbeartrag kann auf einzelne Werbemittel oder für eine festgelegte Anzahl von Werbemitteln bezogen sein. Zudem können feste Termine für einzelne Schaltungen oder eine bestimmte Laufzeit der Werbemittel vereinbart werden.
- 2.2. „Werbemittel“ im Sinne dieser AGB können Bilder, Texte, Tonfolgen, Videos, Hyperlinks und Kombinationen aus den genannten Elementen sein, insbesondere auch Stellenanzeigen und Stellengesuche. Form und Inhalt des einzelnen Werbemittels werden durch den Auftrag und die Auftragsbestätigung definiert.

### 3. Vertragsschluss

- 3.1. Der Vertrag zwischen Avoxa und dem Kunden kommt zustande, indem Avoxa den vom Kunden aufgegebenen Auftrag (Angebot) schriftlich oder per E-Mail bestätigt (Annahme).
- 3.2. Aufträge für Werbemittel können schriftlich, per E-Mail, Telefax oder per Internet aufgegeben werden. Avoxa haftet nicht für Übermittlungsfehler.
- 3.3. Werbung für Waren oder Leistungen von mehr als einem Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten innerhalb eines Werbemittels bedürfen einer gesonderten, ausdrücklichen Zustimmung von Avoxa.

- 3.4. Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag mit der Werbeagentur zustande, wenn nicht die Werbeagentur den Kunden vor Vertragsschluss ausdrücklich benennt und auf Verlangen von Avoxa die Bevollmächtigung nachweist.

### 4. Urheber- und Nutzungsrechte

- 4.1. Trotz der Zahlung des Entgeltes durch den Kunden werden diesem keine Nutzungsrechte an etwaigen Urheberrechten an den Werbemitteln übertragen, es sei denn, etwas Anderes wurde schriftlich vereinbart.
- 4.2. Sofern die von Avoxa dargestellten Werbemittel durch den Kunden selbst bzw. durch vom Kundenbeauftragte Dritte erstellt wurde, räumt der Kunde Avoxa hiermit für die Dauer des Vertragsverhältnisses ein einfaches Nutzungsrecht ein, die Werbemittel in Bezug auf alle Nutzungsarten zu nutzen, die im Zusammenhang mit der Veröffentlichung der Werbemittel stehen, einschließlich dem Recht der Veränderung. Sofern die von Avoxa dargestellte Werbemittel von einem vom Kunden beauftragten Dritten erstellt wurde, sichert der Kunden zu, dass er sich von dem Dritten für die Dauer dieser Vertragsbeziehung ein einfaches Nutzungsrecht einschließlich des Rechts zur Veränderung hat übertragen lassen.

### 5. Rechte und Pflichten des Kunden

#### 5.1. Bereitstellen der Werbemittel

- 5.1.1. Der Kunde ist verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format und den technischen Vorgaben von Avoxa entsprechende Werbemittel rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern. Die technischen Vorgaben und Anzeigenschlusstermine bzw. Lieferfristen können den auf unserer Internetseite veröffentlichten Mediadaten für das jeweilige Medium entnommen werden. Sind keine Größen vereinbart oder vorgegeben, wird das Werbemittel mit der für das Werbemittel üblichen Größe gedruckt und abgerechnet.
- 5.1.2. Avoxa kann die vom Kunden gelieferten Vorlagen bearbeiten, soweit dies zur Schaltung des Werbemittels im jeweiligen Medium erforderlich oder ratsam ist.
- 5.1.3. Die Kosten für eine vom Kunden nach Datenanlieferung gewünschte oder zu vertretende inhaltliche Änderung des Werbemittels trägt der Kunde. Hat Avoxa die Gestaltung des Werbemittels für den Kunden ausgeführt, so ist eine Verwendung dieser Vorlage zum Zweck anderweitiger Veröffentlichungen nur mit ausdrücklicher Zustimmung von Avoxa gestattet.

5.1.4. Werbemittel, aus deren Gestaltung und Inhalt sich nicht unmittelbar ihre Eigenschaft als Werbung ergibt, können von Avoxa nach eigenem Ermessen in angemessener Form ausdrücklich als Werbung kenntlich gemacht, ohne dass dies einer Zustimmung des Kunden bedarf. Zu einer Überprüfung der Werbemittel ist Avoxa jedoch nicht verpflichtet.

5.1.5. Bei Werbemitteln zur Veröffentlichung in Online-Medien, hat der Kunde sicherzustellen, dass über die Werbemittel nicht auf Websites oder Daten zugegriffen werden kann, die gegen geltendes Recht oder Rechte Dritter verstößen oder unzumutbare Inhalte, insbesondere rassistischer, gewaltverherrlichender oder pornografischer Natur, aufweisen. Dasselbe gilt für die Werbemittel selbst.

5.1.6. Bei nicht ordnungsgemäßer, insbesondere unvollständiger, fehlerhafter oder ungeeigneter, insbesondere nicht den technischen Vorgaben entsprechender sowie bei verspäteter Anlieferung des Werbemittels ist Avoxa nicht zur Schaltung des Werbemittels verpflichtet. Werden erkennbar ungeeignete oder beschädigte Vorlagen rechtzeitig angeliefert, so fordert Avoxa Ersatz an. Eine Anlieferung ist rechtzeitig, wenn sie mindestens 3 Werktage vor einem vereinbarten Druckunterlagenschluss erfolgt. Der Druckunterlagenschluss hängt vom Titel ab.

5.1.7. Die Pflicht von Avoxa zur Aufbewahrung des Werbemittels endet drei Monate nach dessen letztmaliger Veröffentlichung. Datenträger, Fotos oder sonstige Materialien/Unterlagen des Kunden werden diesem nur auf Verlangen und auf seine Kosten und Gefahr zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet ebenfalls drei Monate nach der letztmaligen Veröffentlichung.

## 5.2. Rechteeinräumung durch den Kunden

5.2.1. Der Kunde hat sicherzustellen, dass er alle zur Schaltung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt und keine Rechte Dritter oder sonstige gesetzliche Bestimmungen verletzt.

5.2.2. Der Kunde sichert insbesondere zu, dass der Inhalt seines Werbemittels

(a) nicht gegen gesetzliche Vorgaben (z. B. Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz oder Heilmittelwerbegesetz) oder behördliche Verbote verstößt;

(b) „verborgene“, irrelevante oder irreführende Keywords enthält;

(c) keine Art von Schneeballsystem, „Club-Mitgliedschaft“, Direktvertriebs- oder Handelsvertreertätigkeit oder sonstige Geschäftsmöglichkeiten beinhaltet, für die eine finanzielle Vorleistung oder regelmäßige Zahlungen verlangt oder die nur mit Provisionen vergütet werden (es sei denn, aus der Stellenanzeige geht hervor, dass es sich um eine reine Provisionsvergütung handelt und die zu verkaufenden Produkte/Dienstleistungen genau beschrieben sind) oder das Anwerben anderer Mitglieder, Untervertriebshändler oder Unteragenten verlangt;

(d) nicht gegen Rechte Dritter verstößt, insbesondere keine fremden Marken oder Logos enthält, deren Nutzung dem Kunden nicht gestattet ist;

5.2.3. Der Kunde stellt Avoxa von allen Ansprüchen Dritter wegen der Veröffentlichung von Werbemitteln frei. Avoxa ist nicht verpflichtet zu überprüfen, ob ein Auftrag die Rechte Dritter beeinträchtigt.

Der Kunde räumt Avoxa sämtliche zur Vertragserfüllung erforderlichen Nutzungsrechte an den Materialien ein. Die Rechteeinräumung umfasst insbesondere das Recht, die Materialien ganz oder teilweise unter Verwendung sämtlicher digitaler oder analoger Übertragungs- und Abruf-techniken sowie aller fester und mobiler Empfangsvorrichtungen und –mittel online zur Verfügung zu stellen.

## 5.3. Abwicklungsfrist

5.3.1. Ist im Rahmen eines Werbeauftrags das Recht des Kunden zum Abruf einzelner Werbemittel eingeräumt, sind diese innerhalb des laufenden Kalenderjahres ab Vertragsschluss abzurufen, sofern zwischen den Parteien nicht anders vereinbart.

5.3.2. Wird das Recht zum Abruf innerhalb dieser Zeit nicht ausgeübt, verfällt der Anspruch ersatzlos. Die nicht abgerufenen Werbemittel gelten in diesem Fall dennoch als erbracht. Der Vergütungsanspruch von Avoxa bleibt hiervon unberührt.

## 5.4. Stornierung

Die Bedingungen und Fristen für die Stornierung von Werbeaufträgen oder Teile derselben ergeben sich aus den Mediadaten für das jeweilige Medium. Insbesondere kann aber, sobald ein Werbemittel online erschienen ist, die Printanzeige und eine eventuelle Zusatzbuchung nicht mehr storniert werden.

## 6. Leistungen von Avoxa

### 6.1. Schaltung des Werbemittels

Avoxa erbringt die Leistungen nach Maßgabe des jeweils gebuchten Leistungspaketes. Avoxa veröffentlicht das Werbemittel zum vereinbarten Zeitpunkt bzw. im vereinbarten Zeitraum in den vereinbarten Druckerzeugnissen und/oder Online-Medien. Jobcenter-Praktikums-Anzeigen sowie Firmenprofile erscheinen nur online.

Ist kein Zeitpunkt für den Beginn der Veröffentlichung des Werbemittels vereinbart worden, so erfolgt die Veröffentlichung unverzüglich nach Abschluss des Vertrags. Die Printanzeige erscheint in der gebuchten Ausgabe. Die Online-Anzeige erscheint gemäß der Buchungsbestätigung.

Online-Werbemittel im Bereich des Stellenportals und des PZ-Marktes werden hingegen erst nach Freigabe durch den Anzeigenverkauf veröffentlicht. Werden Werbemittel freitags nach 14:00 Uhr aufgegeben, wird das Werbemittel erst am darauffolgenden Montag freigegeben und veröffentlicht.

Avoxa steht es frei, die Anzeigen- und Erscheinungstermine kurzfristig dem Produktionsablauf entsprechend anzupassen.

## 6.2. Informationspflichten von Avoxa bei Online-Werbung

Soweit nichts anderes vereinbart ist, stellt Avoxa im Fall von Online-Werbung von Bannern und Content-Formaten dem Kunden innerhalb von 14 Tagen nach Schaltung der Online-Werbung auf Anfrage folgende Informationen zur Verfügung:

- Die Zahl der Views und Klicks auf das Werbemittel;
- Die Ermittlung der generierten Vergütungseinheiten erfolgt ausschließlich durch Kampagnenreports, die mittels eines von Avoxa – Mediengruppe Deutscher Apotheker GmbH verwendeten Ad-Servers (AdSpirit) erstellt werden;
- Da es durch das erforderliche Zusammenspiel mehrerer technischer Systeme zu Zählunterschieden kommen kann, können abweichende eigene Erkenntnisse und Zählungen des Werbekunden für Korrekturen der Kampagnenreports nicht unmittelbar herangezogen werden. Bei begründeten Zweifeln an der Richtigkeit der Kampagnenreports kann der Werbekunde deren Überprüfung unter Einschaltung des Supportteams des AdServer-Dienstleisters von Avoxa – Mediengruppe Deutscher Apotheker GmbH verlangen. Die Kosten für diese Überprüfung werden, wenn die Zweifel sich nicht bestätigen, vom Werbekunden getragen;
- die Ausfallzeit des Servers, soweit sie eine zusammenhängende Stunde überschreitet.

Dies gilt nicht für das Stellenportal und den PZ-Markt.

## 6.3. Chiffrewerbung

- 6.3.1. Im Fall von Chiffrewerbung werden die Eingänge vier Wochen aufbewahrt oder gespeichert. Zuschriften, die in dieser Zeit nicht abgeholt oder abgerufen wurden, werden vernichtet bzw. gelöscht.
- 6.3.2. 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 3 Megabyte pro E-Mail weitergeleitet.

## 7. Ablehnungsbefugnis

- 7.1. Avoxa behält sich ohne Anerkennung einer entsprechenden Prüfpflicht vor, auch angenommene Werbeaufträge – und auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Werbeauftrags – nach sachgemäßem Ermessen abzulehnen bzw. zu entfernen. Dies gilt insbesondere wenn
- deren Inhalt gegen Gesetze, behördliche Bestimmungen oder Rechte Dritter verstößt oder
  - deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder
  - deren Veröffentlichung für Avoxa wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist. Unzumutbar für Avoxa ist insbesondere die Veröffentlichung von Werbemitteln deren Inhalt den Interessen der deutschen Apothekerschaft zuwiderläuft.

Gleiches gilt für den Fall, dass die in dem Werbemittel verwendete bzw. beworbene Ziel-URL einen der oben genannten Ablehnungsgründe erfüllt.

- 7.2. Die Ablehnung bzw. Entfernung wird dem Kunden von Avoxa unverzüglich mitgeteilt. Der Kunde ist in diesem Fall berechtigt, Avoxa eine geänderte Version des zu schaltenden Werbemittels und/oder der Ziel-URL, auf die verlinkt werden soll, zu übermitteln. Die Bedingungen für die neue Version des Werbemittels bleiben gleich. Die für den Austausch bzw. die Änderung entstehenden Mehrkosten können dem Kunden nach Nachweis durch Avoxa in Rechnung gestellt werden.
- 7.3. Geht dieser Ersatz bzw. die neue URL, nicht mehr rechtzeitig für die Einhaltung des ursprünglich vereinbarten Veröffentlichungstermins bei Avoxa ein, hat Avoxa einen Anspruch auf Entschädigung in Höhe des vollen Auftragswerts. Dies gilt nicht, wenn Avoxa das Vorliegen eines Ausschlussgrundes zu Unrecht angenommen hat. Dem Kunden bleibt es unbenommen, nachzuweisen, dass kein oder ein wesentlich geringerer Schaden entstanden ist.
- 7.4. Hat Avoxa ein bereits veröffentlichtes Werbemittel aus den oben genannten Gründen aus Online-Medien entfernt, bleibt der Vergütungsanspruch von der Entfernung des Werbemittels unberührt. Dies gilt nicht, wenn Avoxa das Vorliegen eines Ausschlussgrundes zu Unrecht angenommen hat.
- 7.5. Avoxa ist berechtigt, die Veröffentlichung eines Werbemittels, insbesondere bezüglich Arznei- oder Heilmitteln, von einer vorherigen schriftlichen Zusicherung des Kunden über die rechtliche Zulässigkeit der Werbung bzw. von der Abgabe einer Freistellungserklärung abhängig zu machen und/oder die Werbemittel auf Kosten des Kunden von einer sachverständigen Stelle auf rechtliche Zulässigkeit prüfen zu lassen. Eine Prüfpflicht von Avoxa bezüglich der Rechtmäßigkeit der Werbemittel besteht jedoch nicht.

## 8. Gewährleistung

- 8.1. Bei fehlerhafter Veröffentlichung des Werbemittels ist Avoxa zur Nacherfüllung durch Berichtigung oder fehlerfreie Wiederholung der Schaltung des Werbemittels verpflichtet, sofern der Zweck des Werbemittels noch erreichbar ist. Dies gilt nicht, wenn das Verschulden für die fehlerhafte Veröffentlichung beim Kunden liegt, insbesondere im Fall von Übermittlungsfehlern.
- 8.2. Ist der Zweck des Werbemittels nicht mehr erreichbar oder ist die Ersatzwerbung fehlgeschlagen oder unzumutbar, kann der Kunde vom Vertrag zurücktreten oder Minderung verlangen, jedoch nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Dies gilt ebenfalls nicht, wenn das Verschulden beim Kunden liegt.
- 8.3. Sollen gleichartige Werbemittel wiederholt geschaltet werden, obliegt es dem Kunden, die Darstellung des Werbemittels unverzüglich nach der ersten Schaltung zu überprüfen. Mangelhafte Darstellungen hat er daraufhin unverzüglich zu rügen. Die Rügefrist beginnt bei versteckten Mängeln mit ihrer Entdeckung. Unterlässt der Kunde eine Mängelrüge, so hat er keine An-

sprüche wegen einer fehlerhaften Darstellung der Werbemittel in den nachfolgenden Schaltungen. Unterbleibt die Mängelrüge, so gilt die Lieferung von Avoxa als einwandfrei und genehmigt. Dies gilt nicht für Verbraucher.

- 8.4. Dem Kunden ist bekannt, dass es auch im Rahmen eines ordnungsgemäßen Geschäftsbetriebs zum Ausfall von Servern kommen kann. Avoxa gewährleistet daher eine dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe des Werbemittels. Bei einem Ausfall des von Avoxa für die Schaltung des Werbemittels genutzten Servers über einen, im Verhältnis zur Dauer der Schaltung des Werbemittels, erheblichen Zeitraum im Rahmen einer zeitgebundenen Schaltung eines Werbemittels, entfällt die Zahlungspflicht des Kunden anteilig für den Zeitraum des Ausfalls. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen. Als nicht erheblich gilt insbesondere ein Ausfall des Servers von insgesamt nicht mehr als fünf Prozent des gebuchten Zeitraums.
- 8.5. Die Gewährleistungsansprüche sind nicht abretbar. Sie verjähren abweichend von den gesetzlichen Regelungen bereits nach einem Jahr. Dies gilt nicht, wenn der Kunde Verbraucher ist. Schadenersatzansprüche wegen der Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit oder aufgrund von grob fahrlässig oder vorsätzlich verursachten Schäden sind von der verkürzten Verjährung ausdrücklich ausgenommen. Diese unterliegen der unverkürzten gesetzlichen Verjährungsfrist.
- 8.6. Im Übrigen richten sich die Mängelansprüche nach dem Gesetz.

## **9. Ausfall oder Verschiebung des Werbeauftrages**

- 9.1. Fällt die Durchführung eines Werbeauftrages aus redaktionellen oder technischen Gründen, wegen höherer Gewalt, Streik, aufgrund gesetzlicher Bestimmungen oder sonstigen Gründen aus, so wird die Durchführung des Werbeauftrages nach Möglichkeit entweder vorverlegt oder nachgeholt. Sofern es sich nicht um eine unerhebliche Verschiebung handelt, wird der Kunde hiervon informiert. Als nicht erheblich gilt insbesondere ein Ausfall von insgesamt nicht mehr als fünf Prozent des gebuchten Zeitraums.
- 9.2. Die Information erfolgt vor der Verschiebung, sofern dies zeitlich vernünftigerweise möglich ist. Unter den gleichen Voraussetzungen wird der Kunde informiert, wenn der Werbeauftrag in ein anderes als das vorgesehene Umfeld eingebettet wird. Sofern der Kunde der Verschiebung der Durchführung des Werbeauftrages bzw. der Einbettung in ein anderes Umfeld nicht binnen einer Frist von fünf Arbeitstagen nach entsprechender Information in Textform widerspricht, gilt dies als Einverständnis des Kunden.
- 9.3. Bei Vorverlegung oder bei Nachholung in angemessener und für den Kunden zumutbarer Zeit bleibt der Vergütungsanspruch von Avoxa bestehen.
- 9.4. Im Fall, dass der Werbeauftrag weder vorverlegt noch nachgeholt werden kann oder im Fall, dass der Kunde der vorgeschlagenen Vorverlegung, Nachholung oder Einbettung in ein anderes

Umfeld widerspricht, entfällt der Vergütungsanspruch von Avoxa für die betroffene Schaltung des Werbemittels. Hat der Kunde hierfür bereits Zahlungen geleistet, hat er einen entsprechenden Anspruch auf Rückzahlung. Weitere Ansprüche des Kunden sind ausgeschlossen.

## **10. Haftung**

- 10.1. Die Haftung von Avoxa auf Schadens- und Aufwendungsersatz für leichte Fahrlässigkeit ist, insbesondere wegen Verletzung von Pflichten aus dem Schuldverhältnis und aus unerlaubter Handlung, ausgeschlossen, es sei denn, Avoxa hat eine wesentliche Vertragspflicht verletzt, also eine Pflicht, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrags überhaupt erst ermöglicht oder auf deren Einhaltung der Kunde regelmäßig vertrauen darfin. In diesem Falle ist die Haftung von Avoxa auf den vertragstypischen und vorhersehbaren Schaden begrenzt, mit dessen Eintritt Avoxa bei Vertragsabschluss aufgrund der bekannten Umstände rechnen musste.
- 10.2. Die Haftung von Avoxa für Schäden aus der Verletzung von Körper, Leben oder Gesundheit, für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit, für das Fehlen einer garantierten Beschaffenheit und nach dem Produkthaftungsgesetz ist jedoch unbeschränkt.
- 10.3. Mit Ausnahme von Ansprüchen aus unerlaubter Handlung verjähren Schadenersatzansprüche des Kunden, sofern er Unternehmer ist und für die nach dieser Ziffer die Haftung beschränkt ist, in einem Jahr gerechnet ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn.
- 10.4. Soweit die Haftung von Avoxa ausgeschlossen oder beschränkt ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung ihrer Angestellten, Arbeitnehmer, Mitarbeiter, Vertreter und Erfüllungsgehilfen.

## **11. Linking/Framing, Ort der Veröffentlichung**

- 11.1. Der Kunde wird darauf hingewiesen, dass nach dem gegenwärtigen Stand der Technik nicht ausgeschlossen werden kann, dass die auf unseren Internet-Seiten dargestellten Werbemittel durch andere Internet-Anbieter kopiert, gelinkt und/oder mit Hilfe von Frames, als eigenes Angebot getarnt, zusätzlich veröffentlicht werden. Sollte es zu einem unberechtigten Kopieren, Linking und/oder Framing kommen, so kann der Kunde daraus keine Ansprüche gegen Avoxa herleiten.
- 11.2. Avoxa ist darüber hinaus auch berechtigt, jedoch nicht verpflichtet, die Werbemittel auch anderweitig, insbesondere durch Fax, E-Mail oder Telefon zu verbreiten, insbesondere gegenüber potentiellen Bewerbern und Anbietern im Fall von Stellenanzeigen und Stellengesuchen. Es handelt sich hierbei um zusätzliche und freiwillige Leistungen von Avoxa, die keine Mehrkosten verursachen.

## **12. Preise**

- 12.1. Die Vergütung für den jeweiligen Werbeauftrag bestimmt sich nach der zum Zeitpunkt des Abschlusses des jeweiligen Werbeauftrags gültigen Preisliste von Avoxa.

- 12.2. Rabatte für Mehrfachaufträge innerhalb eines bestimmten Zeitraums richten sich ebenfalls nach der jeweils gültigen Preisliste von Avoxa.
- 12.3. Rabatte werden nicht gewährt für Unternehmen, deren Geschäftszweck unter anderem darin besteht, für verschiedene Werbetreibende Werbeaufträge zu erteilen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen.
- 12.4. Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung beansprucht, ist der schriftliche Nachweis des Konzernstatus des Werbekunden erforderlich. Konzernverbundene Unternehmen im Sinne dieser Bestimmung sind Unternehmen, zwischen denen eine kapitalmäßige Beteiligung von mindestens 50 Prozent besteht. Konzernrabatte bedürfen der ausdrücklichen, schriftlichen Bestätigung durch Avoxa und werden nur für die Dauer der Konzernzugehörigkeit gewährt. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzuzeigen.
- 12.5. Der Kunde hat rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Werbemitteln innerhalb des laufenden Kalenderjahres entsprechenden Nachlass, sofern zwischen den Parteien nicht anders vereinbart. Der Anspruch auf den Nachlass erlischt, wenn er nicht innerhalb von drei Monaten nach Ablauf des Kalenderjahres bzw. des anderweitig vereinbarten Zeitraums geltend gemacht wird.
- 12.6. Kann ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt werden, die Avoxa nicht zu vertreten hat, so hat der Kunde den Unterschiedsbetrag zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass an Avoxa zu erstatten. Dies gilt nicht, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich von Avoxa beruht.

### 13. Zahlungsbedingungen, Zahlungsverzug

- 13.1. Die Rechnungsstellung erfolgt unmittelbar nach dem Erscheinungstermin des Werbemittels. Avoxa ist berechtigt, bei zeitlich länger laufenden Schaltungen Zwischenrechnungen zu stellen. Alle Forderungen von Avoxa sind fällig ohne Abzug 14 Tage ab Rechnungsdatum; bei Bankeinzug und Vorkasse gewährt Avoxa 3% Skonto.
- 13.2. Dem Kunden steht das Recht zur Aufrechnung nur zu, soweit sein Gegenanspruch rechtskräftig festgestellt oder unbestritten ist. Dieses Aufrechnungsverbot gilt nicht für Gegenforderungen wegen eines Mangels, die auf demselben Vertragsverhältnis wie die Forderung von Avoxa beruhen. Die Ausübung eines Zurückbehaltungsrechtes steht dem Kunden nur insoweit zu, als sein Gegenanspruch auf dem gleichen Vertragsverhältnis beruht.
- 13.3. Avoxa kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Werbeauftrags bis zur vollständigen Zahlung zurückstellen und für die restliche Schaltung Vorauszahlung verlangen. Bei Zahlungsverzug werden sämtliche offenstehenden Rechnungen zur sofortigen Zahlung fällig.
- 13.4. Zum Einzug seiner Forderung kann der Kunde Avoxa ein SEPA Basismandat erteilen. Der Kunde sichert zu, für die Deckung seines Kontos zu sorgen. Kosten, die aufgrund von Nichteinlösung oder Rückbuchung der Lastschrift entstehen, gehen zu Lasten des Kunden.

### 14. Außerordentliche Kündigung

- 14.1. Das Recht zu einer außerordentlichen Kündigung bleibt beiden Parteien vorbehalten. Kündigungen bedürfen der Textform.
- 14.2. Avoxa ist zur außerordentlichen Kündigung insbesondere dann berechtigt, wenn der Kunde seiner Zahlungspflicht trotz zweimaliger Mahnung nicht nachgekommen ist, der Kunde zum wiederholten Mal das Werbemittel bzw. die Ziel-URL eigenmächtig geändert hat, der Kunde trotz Abmahnung fortgesetzt gegen wesentliche Bestimmungen dieser AGB verstößt oder der Kunde ein gegen Dritte gerichtetes Fehlverhalten begeht, indem er das Angebot von Avoxa zu rechtswidrigen oder für Dritte belästigenden Zwecken einsetzt.
- 14.3. Im Falle der außerordentlichen Kündigung kann Avoxa mit sofortiger Wirkung die Schaltung des oder der Werbemittel beenden. Für dem Kunden gewährte Rabatte gilt Ziff. 12.6

### 15. Widerrufsrecht

- 15.1. Verbrauchern steht grundsätzlich ein Widerrufsrecht zu. Verbraucher ist jede natürliche Person, die ein Rechtsgeschäft zu Zwecken abschließt, das weder ihrer gewerblichen noch ihrer selbstständigen beruflichen Tätigkeit zugerechnet wird.
- 15.2. Das Widerrufsrecht gilt nicht für Käufer, die zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses keinem Mitgliedstaat der Europäischen Union angehören und deren alleiniger Wohnsitz zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses außerhalb der Europäischen Union liegen.

### 16. Vertraulichkeit und Datenschutz

Informationen zu unserer Datenschutzerklärung finden Sie auf der Avoxa Website unter folgendem Link: <http://avoxa.de/datenschutzerklaerung/#mediadaten>

### 17. Anwendbares Recht, Gerichtsstand, salvatorische Klausel

- 17.1. Es gilt deutsches Recht unter Ausschluss des UN-Kaufrechts.
- 17.2. Hat der Kunde keinen inländischen allgemeinen Gerichtsstand, seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthaltsort nach Vertragsschluss ins Ausland verlegt, sind zum Zeitpunkt der Klageerhebung weder Wohnsitz noch gewöhnlicher Aufenthaltsort des Kunden bekannt oder ist er Kaufmann, juristische Person des öffentlichen Rechts oder öffentlichrechtliches Sondervermögen, ist der Sitz von Avoxa als Gerichtsstand vereinbart; Avoxa ist aber auch berechtigt, am allgemeinen Gerichtsstand des Kunden zu klagen.
- 17.3. Sollten eine oder mehrere dieser Bedingungen unwirksam sein oder werden, wird die Wirksamkeit der übrigen Bedingungen hiervon nicht berührt.
- 17.4. Nebenabreden, Änderungen und Ergänzungen bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform. Dies gilt auch für die Änderung des Schriftformerfordernisses.
- 17.5. Erfüllungsort für sämtliche Pflichten der Vertragspartner ist am Sitz von Avoxa.

## IHRE ANSPRECHPARTNER FÜR ONLINE-WERBUNG

Sprechen Sie uns an, wir erstellen gemeinsam mit Ihnen ein maßgeschneidertes Werbekonzept.



Ramona Luft-De Filippis  
Leiterin  
Anzeigenabteilung  
Telefon +49 6196 928-221  
E-Mail r.defilippis@avoxa.de



Daniela Kreiner  
Assistentin  
Anzeigenleitung  
Telefon +49 6196 928-222  
E-Mail d.kreiner@avoxa.de



Vera Noll  
Leitung Digital Sales- und  
Projektmanagement (Nord)  
Telefon +49 6196 928-826  
E-Mail v.noll@avoxa.de



Michael Pradel  
Sales Manager Online (Süd)  
Telefon +49 6196 928-106  
E-Mail m.pradel@avoxa.de



Vanya Atanasov  
Senior Kampagnenmanagerin  
Online-Werbung  
Telefon +49 6196 928-224  
E-Mail v.atanasov@avoxa.de



Sabrina Faik  
Kampagnenmanagerin  
Online-Werbung  
Telefon +49 6196 928-830  
E-Mail s.faik@avoxa.de



Anna Hutsch-Sengül  
Online Anzeigen Disponentin  
Telefon +49 6196 928-230  
E-Mail a.hutsch-senguel@avoxa.de