



Mediadaten muenchen.de

(Stand: Sept. 2011)

Inhaltsverzeichnis

1	Argumente für muenchen.de.....	3
2	Preise und Rabatte	3
2.1	Preise	3
2.2	Rabatte	3
3	Werbeformen	4
3.1	Content-Integration	5
3.2	Bannerwerbung	5
Button.....	5	
Rectangle	5	
Fullsize-Banner.....	6	
Super-Banner.....	6	
Skyscraper.....	6	
Pop-Up	7	
Pop-Under	7	
Layer	7	
StickyAd	8	
Expandable Super-Banner.....	8	
Wallpaper	8	
4	Platzierungsmöglichkeiten und Targeting	9
4.1	Platzierungsmöglichkeiten	9
Festplatz-Garantie-Buchung	9	
Volumen-Buchung	9	
Run of Site.....	9	
4.2	Targeting	9
Geo-Targeting	9	
Technik-Targeting.....	9	
5	Technische Spezifikationen	10
5.1	Sidebar-Buttons.....	10
5.2	Flash-Spezifikationen.....	10
5.3	Redirect-Spezifikationen	10
5.4	Spezifikationen für besondere Werbemittel.....	11
Wallpaper	11	
StickyAd	11	
Expandable Super-Banner.....	12	
Flash Layer	12	
6	Kontakt	12
7	Allgemeine Geschäftsbedingungen	13

1 Argumente für muenchen.de

Mit monatlich über zwölf Millionen Page Impressions ist muenchen.de das reichweitenstärkste Onlinemedium für München und Umgebung.

Das stets aktuelle und breit gefächerte Informationsangebot macht muenchen.de zu einem unverzichtbaren Infoportal für monatlich mehr als 1,8 Millionen Münchner und Gäste der Stadt.

Eine Vielzahl von Themenkanälen wie Shopping, Gastronomie, Hotel, Tourismus, Veranstaltungen oder Kultur ermöglichen die direkte werbliche Ansprache potentieller Kunden im passenden redaktionellen Umfeld.

muenchen.de bietet Ihnen eine Vielzahl von Werbeformen wie klassische Bannerwerbung, Sponsoring, Content-Integrationen, Guide-Einträge, Veranstaltungshinweise, Gewinnspiele und vieles mehr. Gerne unterbreiten wir Ihnen ein individuelles Angebot für Ihre Präsenz auf muenchen.de.

2 Preise und Rabatte

2.1 Preise

Werbeform	Preis (TKP*)
Button	20.-€
Fullsize-Banner	20.-€
Super-Banner	30.-€
Pop-Up	40.-€
Pop-Under	40.-€
Skyscraper	40.-€
Rectangle	40.-€
Wallpaper	70.-€
Expandable Super-Banner	50.-€
StickyAd	60.-€
Layer	60.-€

* Tausender Kontakt Preis

2.2 Rabatte

Mindestbuchungsvolumen	Rabatt*
ab 5.000 EUR	5,00%
ab 10.000 EUR	7,50%
ab 15.000 EUR	10,00%
ab 20.000 EUR	12,50%
ab 30.000 EUR	15,00%
ab 50.000 EUR	20,00%

*Rabatte gelten für den kumulierten Auftragsbestand und können nicht rückwirkend vergütet werden. Die Rabattierung erfolgt bezogen auf ein Kalenderjahr. Weitere Varianten der genannten Werbeformen sind möglich. Einzelheiten besprechen wir bei Interesse gerne individuell mit Ihnen.

Alle Preise verstehen sich zzgl. MwSt. Es gelten die AGBs der Portal München Betriebs-GmbH & Co. KG.

3 Werbeformen

Auswahl der möglichen Werbeformen:

The image shows a screenshot of the muenchen.de website with several advertising formats highlighted in yellow boxes:

- Super-Banner 728x90pxl**: Located at the top left of the page.
- Fullsize-Banner 468x60pxl**: Located at the top center of the page.
- Sky-Scraper 120x600pxl**: A vertical banner on the right side of the page.
- Pop-Up**: A yellow box with the text "Größe nach Vereinbarung" (Size according to agreement) overlaid on a browser window.
- Button 200x80pxl bzw. 300x100pxl**: A yellow box highlighting a button in the "TOP-SERVICES" section.
- Rectangle 300x250pxl**: A yellow box highlighting a rectangular advertisement in the "BESSER LEBEN MIT M" section.

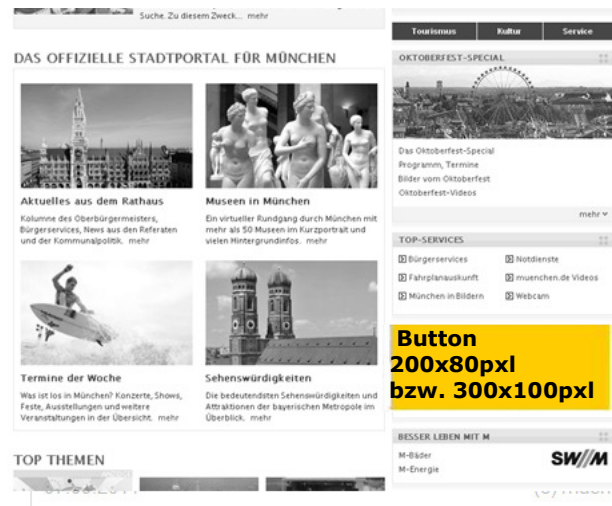
3.1 Content-Integration

Content-Integrationen sind in themenaffinen Umfeldern nach Abstimmung möglich. Sie können durch reichweitenstark platzierte Teaser, Berichterstattung sowie weitere Werbemaßnahmen ergänzt werden. Preise auf Anfrage. Wir beraten Sie gerne über die vielfältigen Möglichkeiten einer Content-Integration auf muenchen.de.

3.2 Bannerwerbung

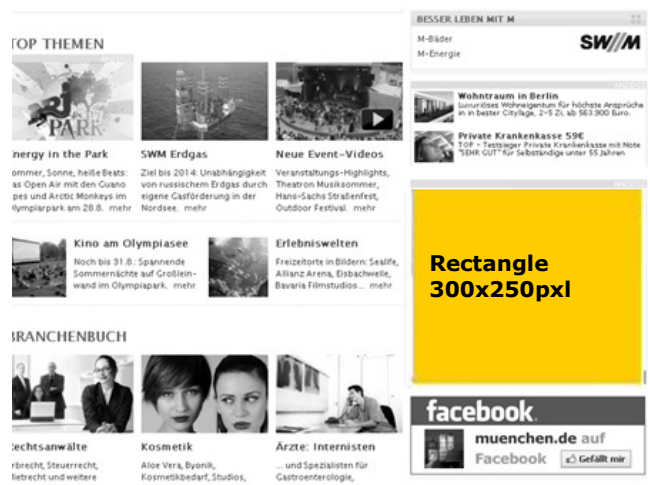
Button

Hierbei handelt es sich um Werbemittel in der rechten Sidebar. Verwendet werden können Bilder (gif oder jpg), Animationen oder Flashdateien (gif, swf) sowie JavaScript-Redirekts oder iframes. Weitere Spezifikationen siehe unter Punkt 5.1.



Rectangle

300x250 Pixel großes Werbemittel, das im redaktionellen Umfeld platziert ist. Verwendet werden können Bilder (gif oder jpg), Animationen, Flash, HTML, DHTML, Dateigröße max. 20 KB. Die höchste Aufmerksamkeit wird erzielt, wenn der Rectangle inhaltlich zum redaktionellen Umfeld passt. Lesen Sie dazu bitte auch den Abschnitt „Targeting auf muenchen.de“.



Fullsize-Banner

468x60 Pixel großer Banner überhalb der Hauptnavigation platziert. Verwendet werden können Bilder (gif oder jpg), Animationen, Flash, HTML, DHTML, Dateigröße max. 17 KB.

Fullsize-Banner
468x60pxl



Super-Banner

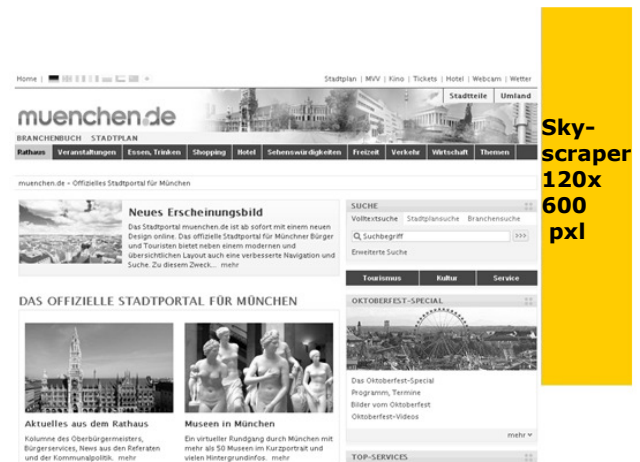
728x90 Pixel großer Banner überhalb der Hauptnavigation platziert. Das großflächige Werbeformat im sofort sichtbaren Bereich sorgt für maximale Aufmerksamkeit. Verwendet werden können Bilder (gif oder jpg), Animationen, Flash, HTML, DHTML, Dateigröße max. 30 KB.

Super-Banner
728x90pxl



Skyscraper

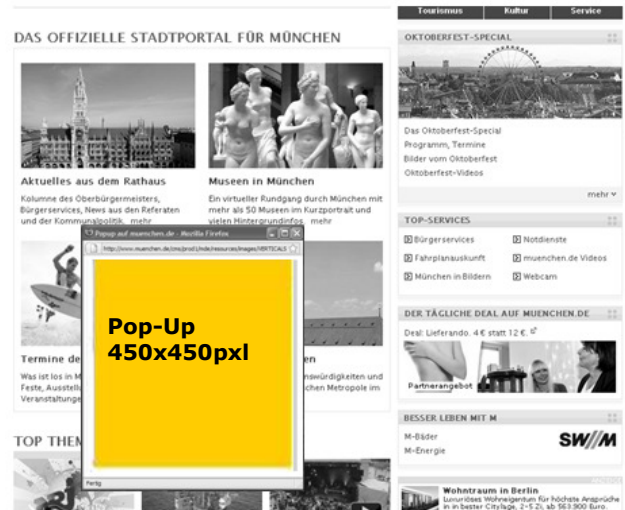
Vertikales Werbemittel das rechts neben dem Content platziert ist. Das Standard-Format ist 120x600 Pixel, nach Rücksprache sind auch alternative Formate möglich. Verwendet werden können Bilder (gif oder jpg), Animationen, Flash, HTML, DHTML, Dateigröße max. 30 KB.



Skyscraper
120x
600
pxl

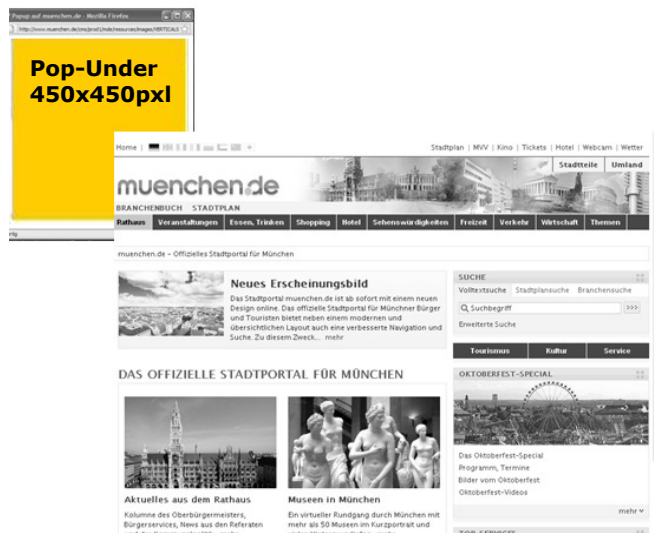
Pop-Up

Beim Seitenaufruf öffnet sich das Pop-Up automatisch als zusätzliches Browserfenster im Vordergrund. Die Größe ist frei wählbar, sollte aber 450x450 Pixel nicht überschreiten. Nach wie vor eines der beliebtesten und aufmerksamkeitsstärksten Werbemittel. Verwendet werden können Bilder (gif oder jpg), Animationen, Flash, HTML, DHTML, Dateigröße max. 30 KB.



Pop-Under

Beim Seitenaufruf öffnet sich das Pop-Under automatisch als zusätzliches Browserfenster im Hintergrund. Die Größe ist frei wählbar, sollte aber 450x450 Pixel nicht überschreiten. Ein sehr aufmerksamkeitsstarkes Werbemittel, das von den Usern als weniger „aufdringlich“ wie ein Pop-Up empfunden wird. Verwendet werden können Bilder (gif oder jpg), Animationen, Flash, HTML, DHTML, Dateigröße max. 30 KB.



Layer

Der Layer legt sich über den sichtbaren Bereich der aufgerufenen Seite, ohne in einem neuen Browserfenster zu erscheinen. Der Layer kann vom User aktiv geschlossen werden bzw. sollte sich nach spätestens 5 Sekunden von selbst schließen. Die Größe darf 400x400 Pixel nicht überschreiten. Verwendet werden können Bilder (gif oder jpg), Animationen, Flash, HTML, DHTML, Dateigröße max. 30 KB.



StickyAd

Das StickyAd fällt durch seinen Mitscroll-Effekt auf, d.h. das Werbemittel ist für den User nach Aufruf der Seite immer im sichtbaren Bereich platziert. Als Werbeformate sind Skyscraper (siehe Beispiel) sowie nach Rücksprache alternative Formate möglich, Dateigröße max. 30 KB.

StickyAd
(z.B. Skyscraper)



Expandable Super-Banner

Dieses Werbemittel im Superbannerformat vergrößert seine Fläche bei MouseOver und klappt sich ein, wenn der Mousezeiger die Bannerfläche wieder verlässt.

Expandable Super-Banner
(Größe nach Vereinbarung)



Wallpaper

Eingefärbter Hintergrund in Kombination mit einem Superbanner und Skyscraper. Die Kombination mit weiteren Werbemitteln wie Sticky Ad ist nach Rücksprache möglich. Das Wallpaper ist unübersehbar: Über die gezielte Kombination verschiedener Werbemittel lassen sich eindrucksvolle Effekte erzielen. Sie können Ihrer Kreativität freien Lauf lassen – wir beraten Sie gerne dabei.

Wallpaper
(Layout und Größe nach Absprache)



4 Platzierungsmöglichkeiten und Targeting

4.1 Platzierungsmöglichkeiten

Festplatz-Garantie-Buchung

Das Werbemittel wird exklusiv für einen vorher festgelegten Zeitraum in einer oder mehreren Belegungseinheiten eingeblendet. Die über die vorher festgelegte Kontaktgarantie hinaus gelieferten Sichtkontakte sind Bonuskontakte.

Volumen-Buchung

Das Werbemittel wird für einen bestimmten Zeitraum und eine vorher festgelegte Anzahl von Sichtkontakten in einem oder mehreren vorher ausgewählten Channels eingeblendet.

Run of Site

Das Werbemittel wird für einen bestimmten Zeitraum und eine vorher festgelegte Anzahl von Sichtkontakten auf muenchen.de geschaltet.

4.2 Targeting

Neben einer Platzierung im zielgruppenaffinen redaktionellen Umfeld können Werbeschaltungen auch im Rahmen eines Targetings zielgruppenspezifisch eingeblendet werden. Die beiden wichtigsten Unterscheidungen des Targetings sind Geo- und Technik-Targeting. Weitere Möglichkeiten des Targetings sind nach Rücksprache möglich. Hierfür wird ein Aufpreis von 5,-€ pro TKP berechnet.

Geo-Targeting

Auslieferung des Werbemittels in Abhängigkeit der Herkunft des Users. Möglich ist Geotargeting nach Ort, Region, Bundesland oder Land.

Technik-Targeting

Werbemittel werden nur an Besucher ausgeliefert, deren technische Ausrüstung vorgegebenen Kriterien entspricht: Es kann unterschieden werden nach Browser (Programm und Version), Betriebssystem (Hersteller und Version), Netzanbieter (Provider) und der installierten Flash-Version.

5 Technische Spezifikationen

5.1 Sidebar-Buttons

Hierbei handelt es sich um Werbemittel in der rechten Sidebar. Verwendet werden können Bilder (gif oder jpg), Animationen oder Flashdateien (gif, swf) sowie JavaScript-Redirects oder iframes.

Die Sidebar bei muenchen.de liegt in zwei Versionen vor: einer breiten und einer schmalen. Folgendes sind die jeweiligen Dimensionen:

Buttons in der breiten Sidebar: 300x100 Pixel, maximal 20 KB

Buttons in der schmalen Sidebar: 200x80 Pixel, maximal 15 KB

Buttons müssen immer in beiden Größen angeliefert werden (Ausnahme: Buttons die nur auf der Homepage laufen sollen = breite Sidebar)

Für Flash- und Redirect-Werbemittel gelten folgende Kriterien:

5.2 Flash-Spezifikationen

- Die gelieferte swf Datei ist idealerweise alleine lauffähig, d.h. alle Funktionen sind ins Action-Script eingebaut.
- Benötigt die swf-Datei JavaScript zur Steuerung, so sind die Scripte bei der Anlieferung beizulegen und entsprechen zu kommentieren. Werden zur Steuerung FSCommand-Befehle verwendet, so ist anzugeben, auf welchen Plattformen (OS und Browserversionen) das Script getestet wurde.
- Nach Abstimmung können auch die Scripts von muenchen.de verwendet werden, mit dem Vorteil, dass diese in Bezug auf die Kompatibilität getestet sind.
- Um Klicks auf das Werbemittel über den AdServer tracken zu können, muss die „clickTag“ Methode verwendet werden. Das ActionScript für den Button muss also folgendermaßen lauten (Groß- und Kleinschreibung beachten):

```
on (release) {  
  getURL (clickTag, "_blank");  
}
```

- Angabe der Ziel-URL.
- Angabe der notwendigen Flash-Player Version.

5.3 Redirect-Spezifikationen

- 3rd-Party Redirects müssen im Format <script><noscript> angeliefert werden, wobei folgende Informationen enthalten sein müssen: URL des Skripts, der Alternativ Grafik und des HTML-Codes.
- Angabe der Ziel-URL.
- Bei swf-Dateien: Angabe der notwendigen Flash-Player Version.
- Bei swf-Dateien: Werden FSCommands zur Steuerung verwendet, so muss

angegeben werden auf welchen Plattformen (OS und Browserversionen) die Lauffähigkeit getestet wurde.

5.4 Spezifikationen für besondere Werbemittel

Wallpaper

Der **Hintergrund** kann entweder einfarbig, mit einem Verlauf oder mit verschiedenen Grafiken (z.B. Schneeflocken o.ä.) eingefärbt werden. Der Content-Bereich in der Mitte und die linke Navigation, bleiben immer unverändert.

Der **Superbanner** kann, wenn gewünscht, soweit nach rechts verschoben werden, dass es an ein auf dem Skyscraperplatz platzierten Werbemittel anstößt. 3rd-Party Redirect ist nicht möglich. Verwendet werden können grafische Formate (gif oder jpg) sowie Flash.

Weitere Werbemittel können auf dem Skyscraperplatz in beliebiger Größe eingesetzt werden. Es können grafische Formate (wie gif oder jpg), RichMedia, Flash und auch 3rd-Party Redirect etc. sein. Möglich ist z.B. auch die Verbindung mit einem Popup/FlashLayer oder einem StickyAd.

Bei Flash gelten die **technischen Spezifikationen** wie sie im Abschnitt FlashLayer behandelt werden, plus zusätzlicher Alternativ-Grafik. Jedes einzelne verwendete Werbemittel darf eine Größe von 25 kB nicht überschreiten.

Generell ist das Wallpaper frei gestaltbar, so dass weitestgehend auf die Wünsche des Werbepartners eingegangen werden kann. Bitte kontaktieren Sie uns frühzeitig, damit wir Ihre Ideen mit Ihnen durchsprechen können und liefern Sie die nötigen Dateien spätestens 5 Werktage vor Kampagnenstart an.

StickyAd

Üblicherweise erfolgt die **Platzierung** am Skyscraper-Werbeplatz, so dass das Sticky-Ad neben dem Contentbereich 'mitscrollt'.

Verwendet werden können **grafische Formate** wie gif, jpg und Flash. Für Flash gelten dieselben Spezifikationen wie im Abschnitt über FlashLayer beschrieben, jedoch ohne weitere Steuerdateien. 3rd-Party Redirects können nicht verwendet werden.

Die maximale Größe liegt bei 30kB.

Das Format muss sich nicht an die klassischen Skyscraper-Maße halten, sondern kann individuell vereinbart werden.

Anlieferung mindestens 3 Werktage vor Kampagnenstart.

Expandable Super-Banner

Das Werbemittel vergrößert seine Fläche bei MouseOver und nimmt bei MouseOut wieder seine Original-Größe ein.

Verwendet werden können **grafische Formate** wie gif, jpg und Flash, sowie RichMedia-Formate. Für Flash gelten dieselben Spezifikationen wie im Abschnitt über FlashLayer beschrieben, jedoch ohne weitere Steuerdateien. Der Ausklapp-Effekt sollte in der swf-Datei bereits enthalten sein. 3rd-Party Redirects können nicht verwendet werden. Die maximale Größe liegt bei 30kB.

Das Format geht aus von der Super-Banner Größe von 728x90px, die Höhe in ausgeklapptem Zustand wird individuell vereinbart.

Anlieferung mindestens 3 Werktage vor Kampagnenstart.

Flash Layer

Die Anforderungen des Flash Layers umfassen:

- 'Close-Button': Der Benutzer muss den Layer selbstständig schließen können.
- Der Layer muss sich nach spätestens 5 s selbst schließen.
- Maximale Breite: 400px, bei einer Größe von max. 30kB.
- Die Positionierung des Layers auf muenchen.de erfolgt nur nach Absprache.
- Ton ist nicht möglich.

Anlieferung: Min. 3 Werktage vor Kampagnenstart.

Zwei Varianten:

- Anlieferung als swf-Datei (s.o. Flash-Spezifikationen).
- 3rd Party-Redirect (s.o. Redirect-Spezifikationen).

6 Kontakt

E-Mail Kontakt:

sales@portalmuenchen.de

Online-Werbung:

Daniela Ihring, Tel. (089) 230018-238

Gitta Metzger, Tel. (089) 230018-121

Carsten Schurig, Tel. (089) 230018-229

Marc Bozigursky (Ltg.), Tel. (089) 230018-116

Postanschrift:

Portal München
Betriebs-GmbH & Co.KG
Fraunhoferstraße 6
80469 München

7 Allgemeine Geschäftsbedingungen

der Portal München Betriebs-GmbH & Co. KG (im folgenden Anbieter) für Werbeaufträge für das Stadtportal www.muenchen.de (Stand: 1.12.2005)

1. Werbeauftrag

1) Werbeauftrag im Sinne der nachfolgenden allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung eines Werbemittels oder mehrerer Werbemittel im Portal muenchen.de zum Zwecke der Verbreitung.

(2) Für den Werbeauftrag gelten ausschließlich die allgemeinen Geschäftsbedingungen sowie die Preisliste des Anbieters. Allgemeine Geschäftsbedingungen des Auftraggebers finden keine Anwendung.

2. Werbemittel

(1) Werbemittel im Sinne dieser allgemeinen Geschäftsbedingungen bestehen zum Beispiel aus einem Bild und/oder Text, aus Tonfolgen und/oder Bewegtbildern (z.B. Bannern), die beim Anklicken eine vom Auftraggeber bestimmte Weiterleitung (Link) auslösen.

(2) Sind Werbemittel als solche nicht erkennbar, können diese vom Anbieter deutlich als Werbung gekennzeichnet werden.

3. Zustandekommen des Vertrages

(1) Ein Werbeauftrag kommt durch schriftliche oder per E-Mail erfolgende Bestätigung des Auftrags zustande. Die allgemeinen Geschäftsbedingungen finden auch bei mündlichen oder fernmündlichen Bestätigungen Anwendung.

(2) Bei Aufträgen von Werbeagenturen kommt der Vertrag im Zweifel mit der Agentur zustande, soweit nicht schriftlich etwas anderes vereinbart ist. Soll ein Werbetreibender Auftraggeber werden, muss er von der Werbeagentur namentlich benannt werden. Der Anbieter ist berechtigt, von der Werbeagentur einen Nachweis ihrer Beauftragung zu verlangen.

4. Anlieferung des Werbemittels und Übertragung von Rechten

(1) Der Auftraggeber ist verpflichtet, dem Anbieter sämtliche Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Bearbeitung, öffentlichen Wiedergabe, Speicherung und Entnahme aus einer Datenbank, die für die auftragsgemäße Schaltung des Werbemittels erforderlich sind, einzuräumen.

(2) Der Auftraggeber ist verpflichtet, unaufgefordert vollständige, einwandfreie und geeignete Werbemittel entsprechend den Angaben in der Preisliste bis spätestens 3 Werktage vor vereinbartem Schaltungsbeginn anzuliefern. Etwaige Abweichungen sind mit dem Anbieter unverzüglich schriftlich oder per E-Mail abzustimmen.

(3) Kosten des Anbieters für eine vom Auftraggeber gewünschte Änderung des Werbemittels hat der Auftraggeber zu tragen.

5. Nachlass

(1) Vorbehaltlich anders lautender Vereinbarungen hat der Auftraggeber einen Anspruch auf den der tatsächlichen Abnahme von Werbemitteln innerhalb eines Jahres entsprechenden Nachlass, wenn er zu Beginn der Frist einen Vertrag geschlossen hat, der aufgrund der Preisliste (vgl. Ziffer 11) 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.

(2) Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, der der Anbieter nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten dem Anbieter den Differenzbetrag zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass zu erstatten.

6. Rügepflicht

Der Auftraggeber ist verpflichtet, das auf muenchen.de veröffentlichte Werbemittel unverzüglich nach Schaltungsbeginn zu überprüfen und etwaige Fehler dem Auftraggeber binnen einer Woche schriftlich anzuzeigen. Andernfalls gilt das Werbemittel als genehmigt.

7. Gewährleistung des Auftraggebers und Haftungsfreistellung

(1) Der Auftraggeber stellt sicher, dass die Werbemittel nicht gegen geltendes Recht verstoßen oder Rechte Dritter gleich welcher Art verletzen.

(2) Der Auftraggeber stellt den Anbieter von allen Ansprüchen Dritter frei, die aus der Rechtswidrigkeit des Werbemittels oder der Verletzung von Rechten Dritter resultieren. Die Freistellung erstreckt sich auch auf die Kosten der notwendigen Rechtsverteidigung.

8. Ablehnungsbefugnis

(1) Der Anbieter ist berechtigt, die Schaltung eines Werbemittels abzulehnen sowie zu unterbrechen oder zu sperren, wenn der dringende Verdacht besteht, dass dessen Inhalt gegen Gesetze, Rechte Dritter oder behördliche Bestimmungen verstößt oder die Veröffentlichung für den Anbieter wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist. Gleiches gilt soweit Zielseiten auf die das jeweilige Werbemittel verlinkt, die Voraussetzungen von Satz 1 erfüllen. Der Auftraggeber ist über die Sperrung unter Angabe der Gründe unverzüglich zu unterrichten und aufzufordern die vermeintlich rechtswidrigen Inhalte zu entfernen oder die Rechtmäßigkeit darzulegen. Die Berechtigung zur Ablehnung oder Unterbrechung besteht, solange der Auftraggeber nicht den Nachweis führt, dass kein Verstoß vorliegt.

9. Mängelhaftung des Anbieters

(1) Die verschuldensunabhängige Haftung des Anbieters für bei Vertragsschluss vorliegende Mängel der Website muenchen.de ist ausgeschlossen.

(2) Werden vereinbarte Ad-Impressions verfehlt, erfolgt soweit möglich und zumutbar, eine Nachlieferung des Anbieters gemäß der mit dem Auftraggeber vereinbarten Kontaktzahlen. In diesem Fall bleibt das Werbemittel weiterhin auf muenchen.de geschaltet.

(3) Weichen die vom Anbieter und Auftraggeber gemessenen Medialeistungen voneinander ab, sind die vom Anbieter ermittelten Zahlen maßgeblich.

10. Leistungsstörungen

(1) Störungen bei der Durchführung des Werbeauftrags aufgrund von höherer Gewalt, Streik, mangelnder Funktionsfähigkeit der Telefonleitungen zu seinem Server, bei Strom- oder Serverausfällen, die nicht in seinem Einflussbereich liegen oder vergleichbaren Gründen, hat der Anbieter nicht zu vertreten.

(2) Kann ein Werbeauftrag aus Gründen die der Anbieter nicht zu vertreten hat, nicht durchgeführt werden, so wird die Ausführung des Auftrags nach Beseitigung der

Störung nachgeholt, soweit dies innerhalb einer für den Auftraggeber zumutbaren und angemessenen Frist möglich ist.

(3) Ist die Nachholung des Werbeauftrags innerhalb einer für den Auftraggeber zumutbaren Frist nicht möglich, ist dieser zum Rücktritt bzw. zur Kündigung des Vertrages berechtigt.

11. Haftung

(1) Die vertragliche und außervertragliche Haftung des Anbieters im Falle einfacher Fahrlässigkeit ist ausgeschlossen, soweit vertragliche Pflichten verletzt wurden, die keine Kardinalpflichten sind. Bei leicht fahrlässigen Kardinalpflichtverletzungen haftet Portal München nur beschränkt auf den typischen und bei Vertragsschluss vorhersehbaren Schaden.

12. Preise und Abrechnungsformalitäten

(1) Vorbehaltlich einer anders lautenden Vereinbarung zwischen den Parteien gilt die im Zeitpunkt der Auftragserteilung im Internet veröffentlichte Preisliste. Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer. Eine Änderung der Tarife bleibt vorbehalten. Für vom Anbieter bestätigte Aufträge sind Preisänderungen allerdings nur wirksam, wenn sie vom Anbieter mindestens 1 Monat vor Veröffentlichung des Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preiserhöhung ist der Auftraggeber zur Kündigung berechtigt. Die Kündigung muss innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung erfolgen.

(2) Nachlässe bestimmen sich nach der jeweils gültigen Preisliste. Sie gelten für den kumulierten Auftragsbestand bezogen auf ein Kalenderjahr und können nicht rückwirkend vergütet werden. Werbeagenturen oder sonstige Werbemittler sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbetreibenden an die Preisliste zu halten.

(3) Die Vergütung ist mit dem ersten Erscheinungstag des Werbemittels fällig. Der Kunde erhält eine Rechnung.

13. Zahlungsverzug

(1) Bei Zahlungsverzug werden Zinsen und Einziehungskosten berechnet. Der Anbieter kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Zahlung zurückstellen.

(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 offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

14. Schlussbestimmungen

(1) Es gilt deutsches Recht unter Ausschluss des UN-Kaufrechts

(2) Soweit gesetzlich zulässig, wird für alle sich aus dem Vertragsverhältnis unmittelbar oder mittelbar ergebenden Streitigkeiten als ausschließlicher Gerichtsstand München vereinbart. (LG München I).