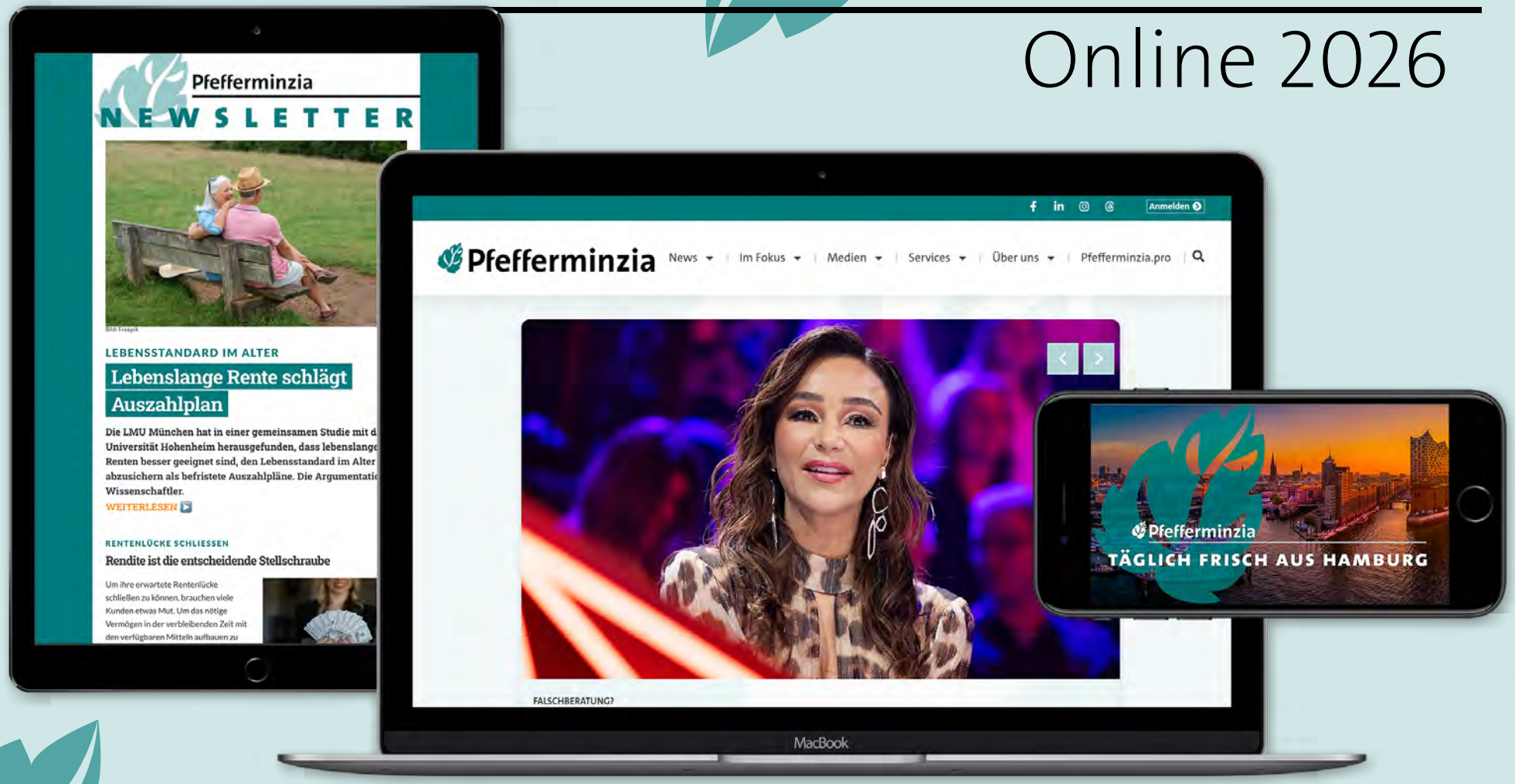
Pfefferminzia

Mediadaten

Online 2026



Gültig ab 1. Mai 2026

Inhaltsverzeichnis

Zurück zum Inhalt



Zielgruppe



Studien



Unsere Leser



Unsere Newsletter-Leser



Lesergeräte & -kanäle



Webseite



Webseiten-Formate



Mobile-Formate



Content Marketing



Newsletter



Newsletter-Formate



Standalone-Newsletter



eMagazin „Das Fokusthema“



Social Media



Podcast



Lunch-Talk



Talk am Mittag



Vodcast „Lass mal reden“



Lösungsmatrix



Übersicht: Formate & Preise



Rabatte



Verlagsangaben



Ansprechpartner



AGB

Für wen ist Pfefferminzia?



- Versicherungsmakler
- Versicherungsberater
- Versicherungsvertreter
- Finanzanlagenvermittler
- Vertriebsmitarbeiter in Versicherungsunternehmen
- Honorar-Finanzanlagenberater
- Maklerpools
- Immobilienmakler
- Versicherungs- und Maklerverbände



Illustration: macrovector_official / Freepik

Pfefferminzia – in Maklerumfragen auf den Spitzenplätzen

Es ist das bekannteste Synonym der Versicherungsbranche – seit 2013 gibt es sie wirklich: Pfefferminzia.de ist das Info- und Erlebnisportal für den Versicherungsmakler und -vertrieb in Deutschland. Pfefferminzia.de kombiniert hochwertigen redaktionellen Content mit zielgenauer, garantierter Reichweite im Internet. Nutzen Sie die hohe Glaubwürdigkeit eines Online-Magazins und das Targeting moderner Social Media-Kommunikation für messbare Erfolge ohne Streuverluste. Bereits nach nur einem Jahr am Markt erzielte Pfefferminzia.de mit seinem Newsletter und der Onlineplattform Spitzenwerte in der Maklerreichweite und der Zufriedenheit.







Der Online-Newsletter von Pfefferminzia und auch die **Plattform Pfefferminzia.de** gehören zu den Top-Makler-Medien. In der umfangreichsten Studie der Branche, der **Vermittler Media Analyse 2025/26** von disphere interactive GmbH, München, wurden die Daten von 26 Newslettern und 33 Plattformen zusammengetragen und ausgewertet. Die Studie weist Pfefferminzia.de (**1. Platz Reichweite Online** von 33 Plattformen bei den Vermittlern und bei den Maklern) und auch den täglich erscheinenden Newsletter (**1. Platz Reichweite Newsletter** von 26 Newslettern bei den Vermittlern und bei den Maklern) jeweils auf Rang 1 aus. Auch bei der Bewertung der **Qualität und Aktualität** belegten hier unsere beiden Medien jeweils den **ersten Platz**.

Empfehlung

Kombinieren Sie Ihre Online-Kampagne einfach crossmedial mit unserem zweimonatlich erscheinenden **Print-Magazin Pfefferminzia** und profitieren Sie von den Synergien. Das Magazin verfügt ebenfalls über eine hohe Reich¬weite im Maklermarkt und wird in Bezug auf Qualität und Aktualität sehr hoch bewertet. Neben dem **Rangplatz 2 bei der Reichweite** kam Pfefferminzia bei **Aktualität und Qualität** jeweils auf den **2. Rang** (Ergebnisse für Fachverlage – Erscheinung unter 12 p.a.). Untersucht wurden insgesamt 33 Printtitel.

Alle Siegel für Online und Newsletter

ONLINE Leseverhalten Makler der Fachverlage













NEWSLETTER Leseverhalten Makler der Fachverlage



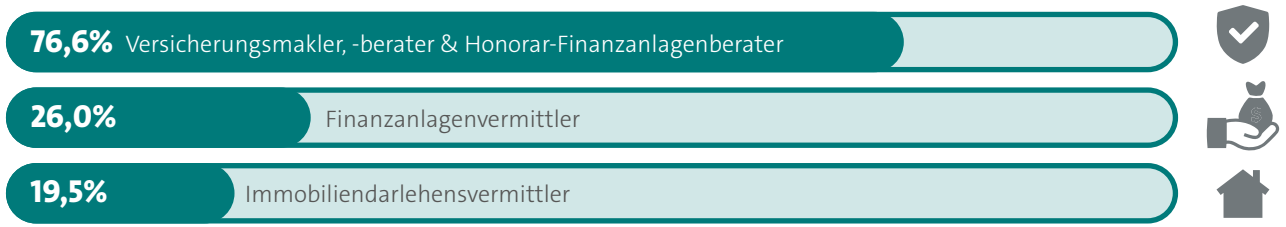


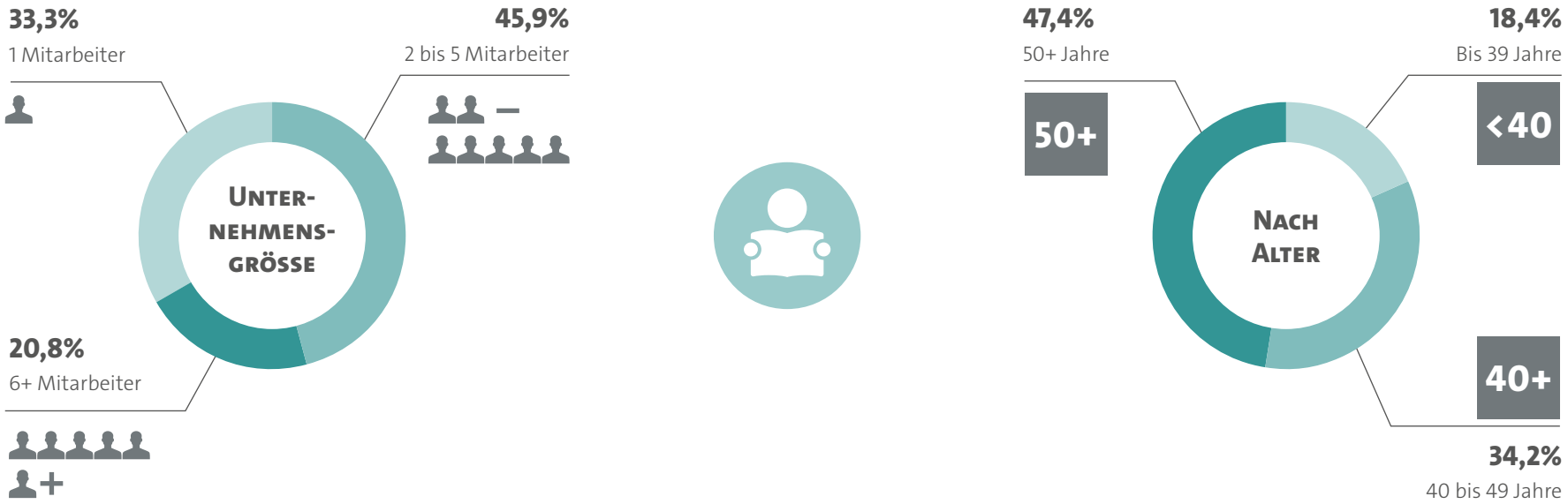




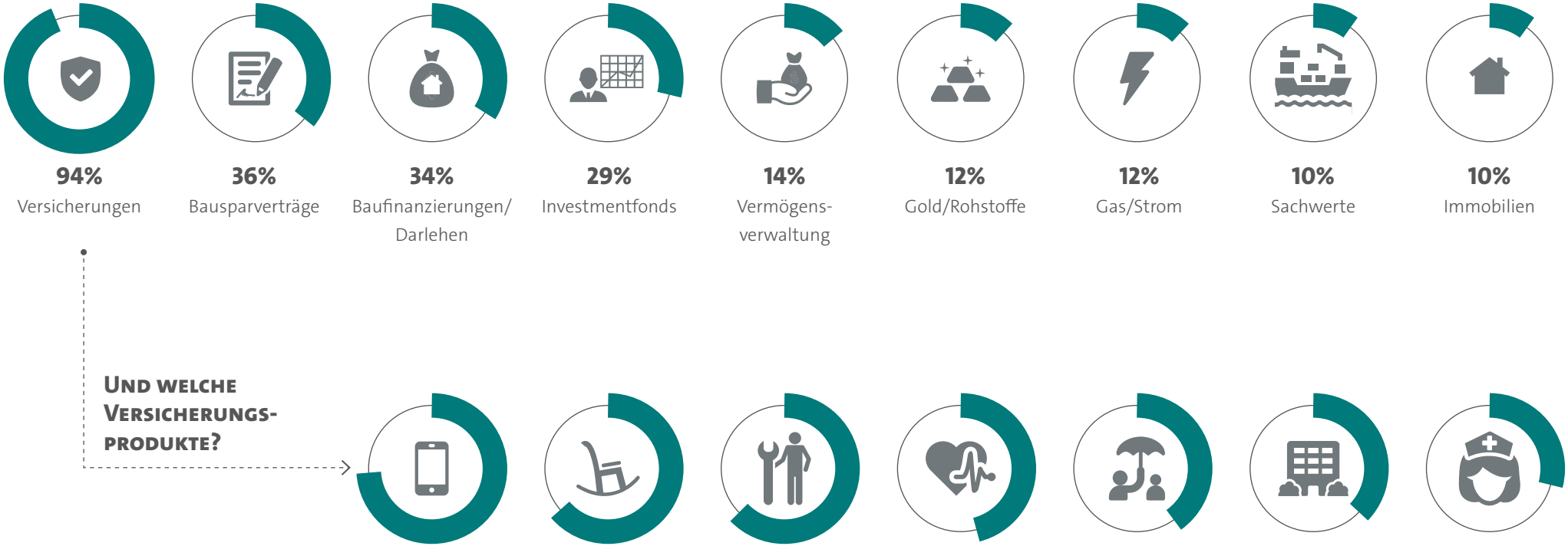


Wer liest Pfefferminzia.de?



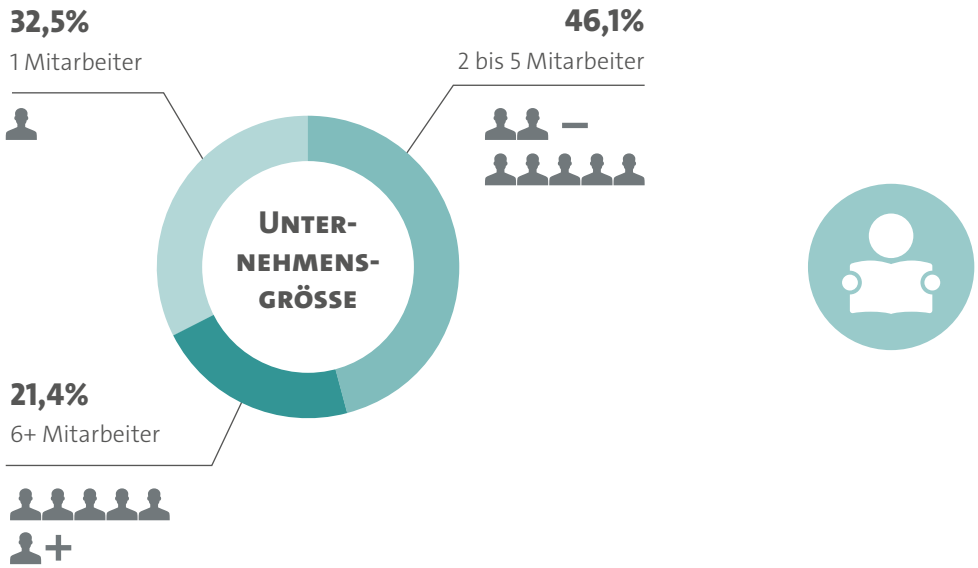


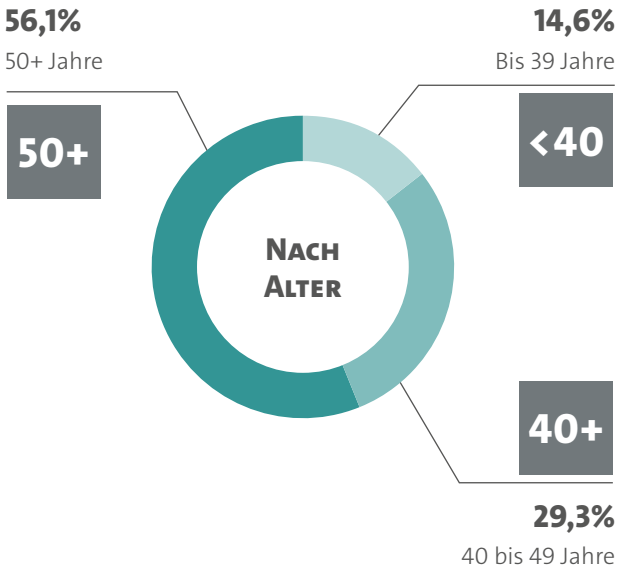
Welche Produkte werden von den Pfefferminzia.de-Lesern vermittelt?



Wer liest den Pfefferminzia Newsletter?

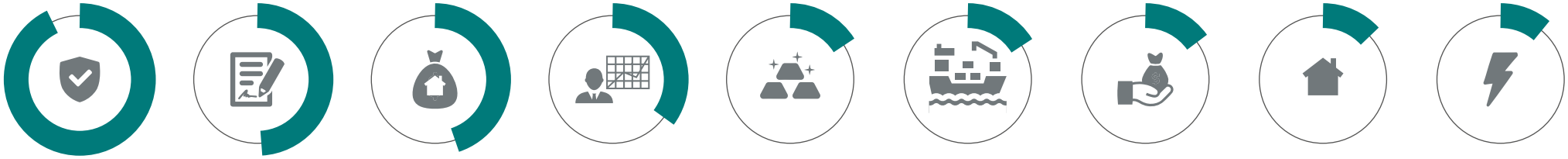






Quelle: disphere Vermittler Media Analyse 2025/2026 • Illustration: Freepik/www.flaticon.com

Welche Produkte werden von den Pfefferminzia-Newsletter-Lesern vermittelt?



93% Versicherungen

49% Bausparverträge

45% Baufinanzierungen/ Darlehen

35% Investmentfonds

16% Gold/Edelmetalle

16% Sachwerte

15% Vermögens-verwaltung

13% Immobilien

11% Gas/Strom

Und welche Versicherungs-produkte?



68% Sach / SHUK

56% Altersvorsorge

52% Arbeitskraftab-sicherung / BU

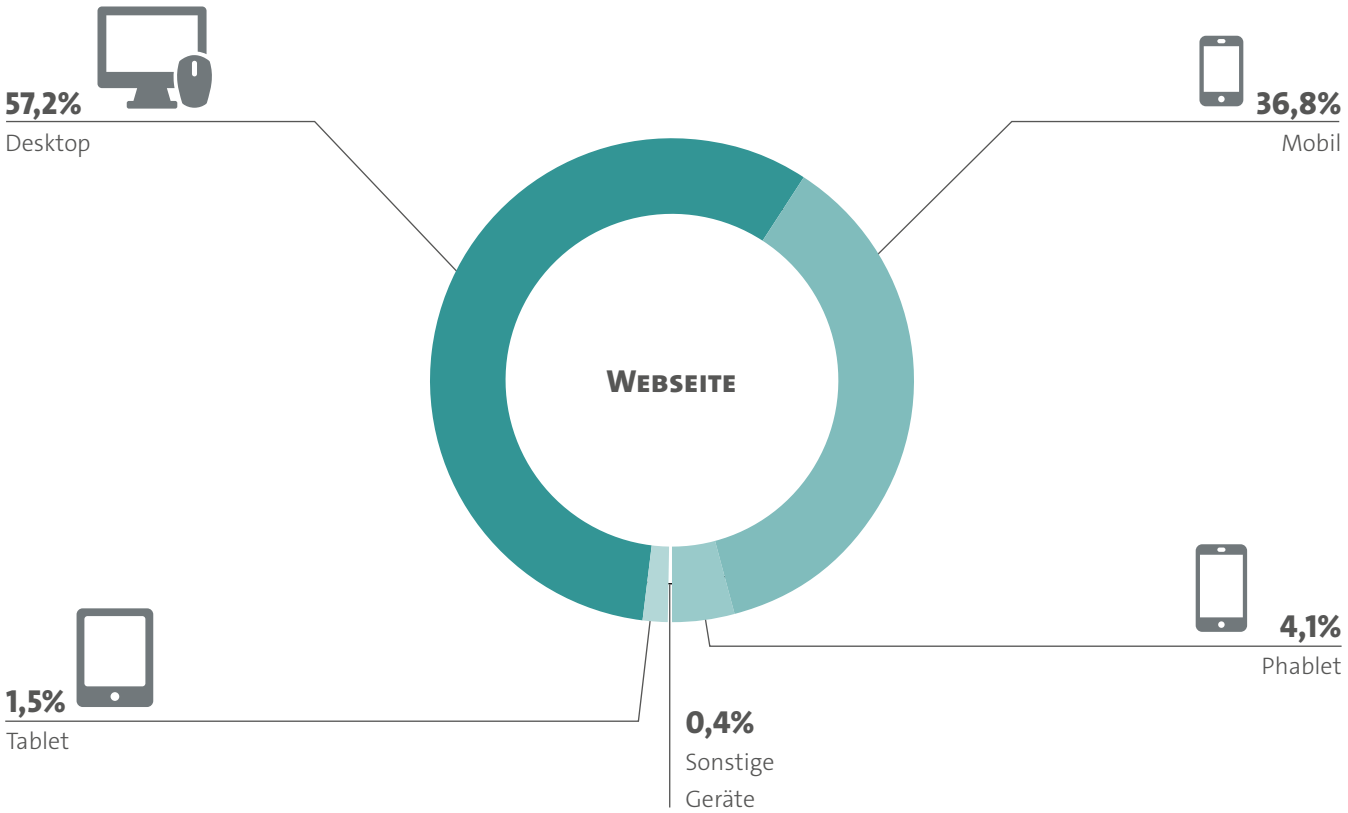
36% Kranken / bKV /GKV

30% Lebens-versicherung

20% Gewerbe

15% Pflege

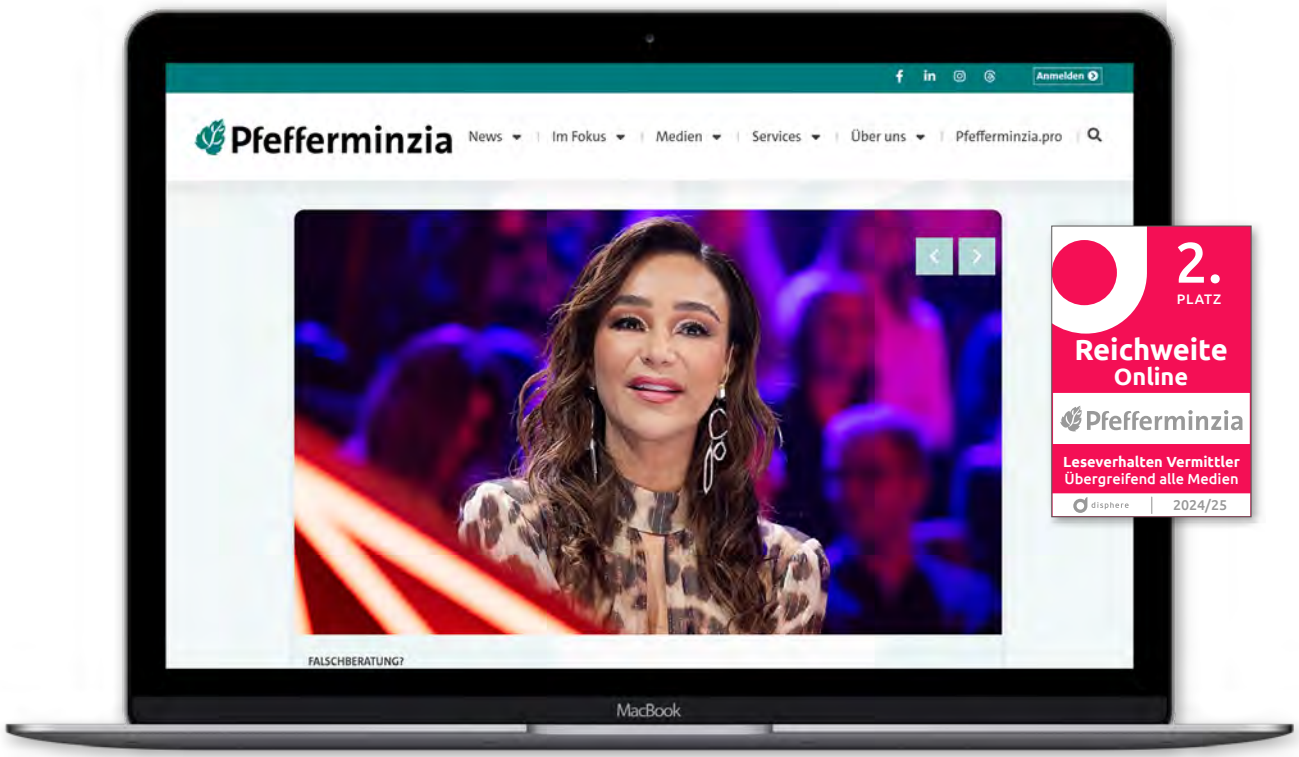
Mit welchen Endgeräten greifen die Leser auf die Online-Plattform von Pfefferminzia.de zu?



Quelle: Matomo Januar bis September 2025 • Illustration: Freepik/www.flaticon.com

Die angesagte Webseite für Makler und Versicherungsvermittler

www.pfefferminzia.de ist die laufend aktuelle Informationsquelle speziell für den Versicherungsvertrieb. Die Redaktion verfasst täglich für diese Zielgruppe relevante News, Analysen, Interviews und Hintergrundberichte.



Hinweis: Bitte beachten Sie, dass die messbaren Zugriffe auf pfefferminzia.de aufgrund von Browser-Einstellungen (z.B. Blockern mit Standard-Einstellungen zum Ablehnen in der Consent-Abfrage) geringer ausfallen können.

Seitenaufrufe im Monat

September 2025

107.291

Besuche im Monat

September 2025

55.445

1.000 1.000

Quelle: ContentPass

Standardformate grafisch dargestellt

mit Preisangaben je Kalenderwoche

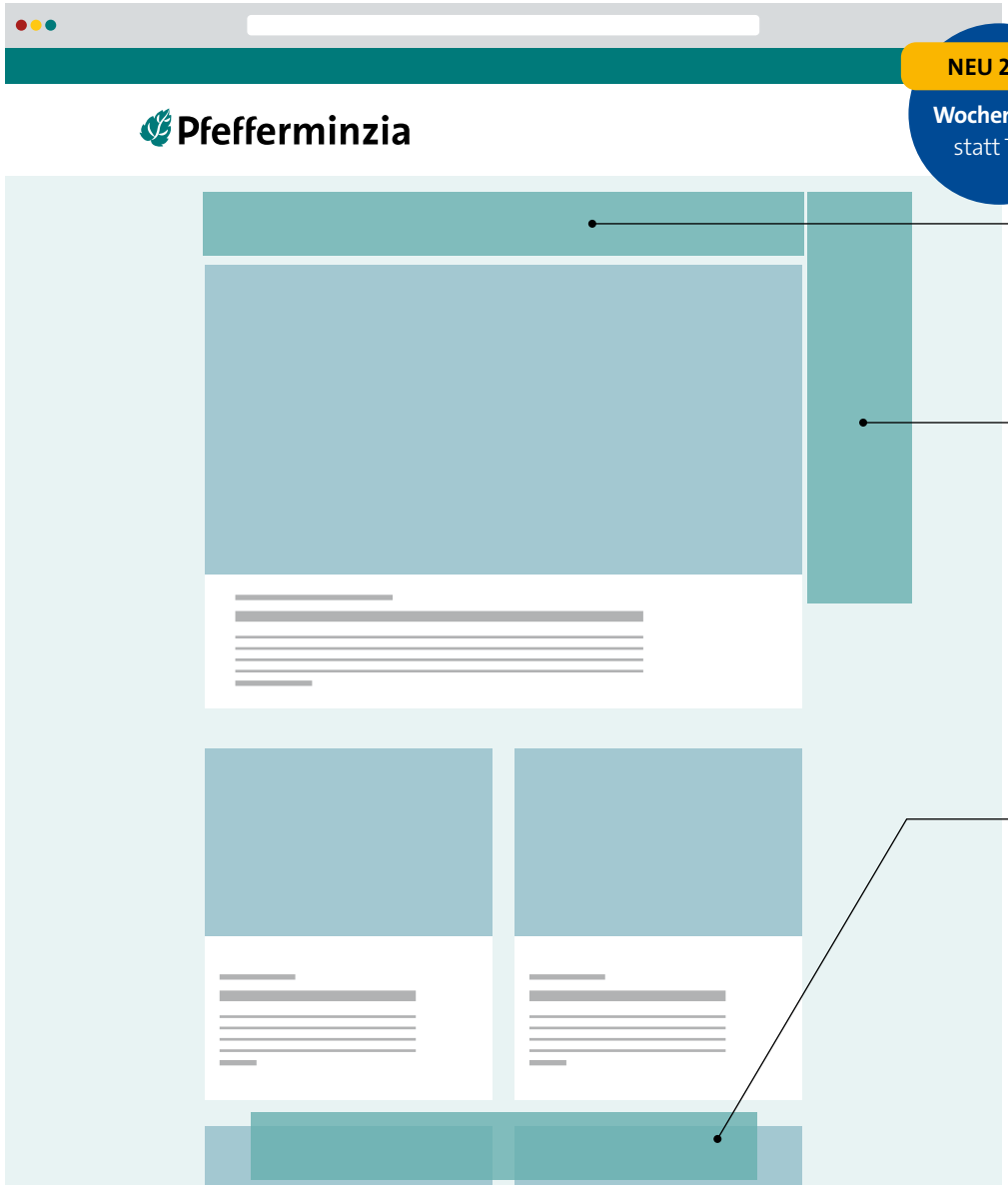
Platzierung
2/2 Rotation auf allen Seiten
von www.pfefferminzia.de

Mindestbuchung
eine Kalenderwoche

Reichweite als Prognose
ca. 20.000 Seitenaufrufe pro Woche.
ca 3.000 bis 5.000 AdImpressions
pro Kundenflight.

Dateiformat
Gif-, JPG-, PNG- oder HTML5-Banner

Bannerformate + Spezifikationen
ab Seite 36



Superbanner
max. 150 kB
590 €[1)] in Rotation

Skyscraper
rechts oder links
max. 150 kB
850 €[1)] in Rotation

Sticky Footer
max. 150 kB
900 €[1)] in Rotation
ODER
Sticky Footer Large
max. 150 kB
1.110 €[1)] in Rotation

1) Änderungen sind vorbehalten

Standardformate grafisch dargestellt

mit Preisangaben je Kalenderwoche

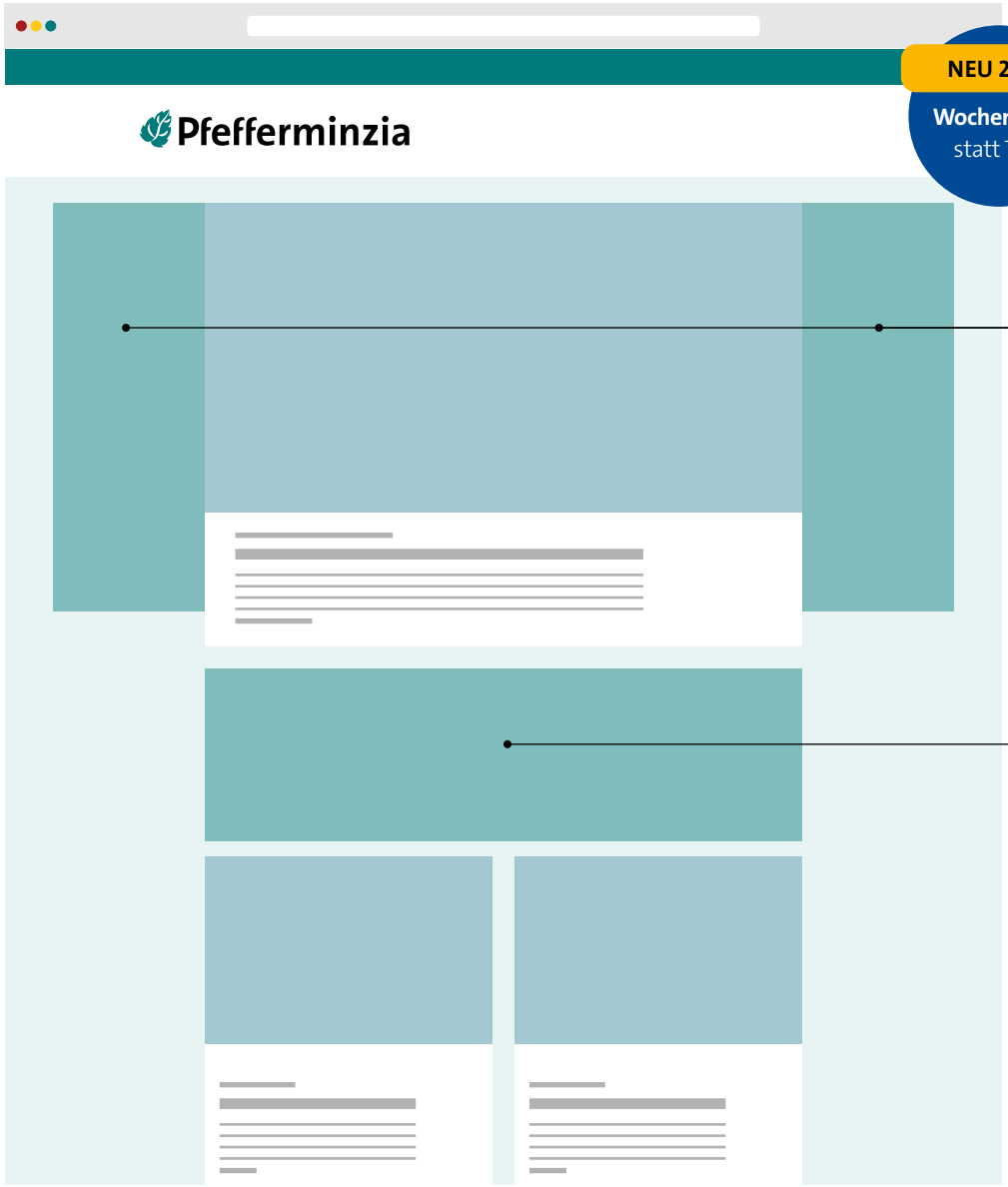
Platzierung
2/2 Rotation auf allen Seiten
von www.pfefferminzia.de

Mindestbuchung
eine Kalenderwoche

Reichweite als Prognose
ca. 20.000 Seitenaufrufe pro Woche.
ca 3.000 bis 5.000 AdImpressions
pro Kundenflight.

Dateiformat
Gif-, JPG-, PNG- oder HTML5-Banner

Bannerformate + Spezifikationen
ab Seite 36



Double Sitebar
max. 150 kB
1.100 €[1] in Rotation

Billboard
max. 150 kB
990 €[1] in Rotation

1) Änderungen sind vorbehalten

Standardformate grafisch dargestellt

mit Preisangaben je Kalenderwoche

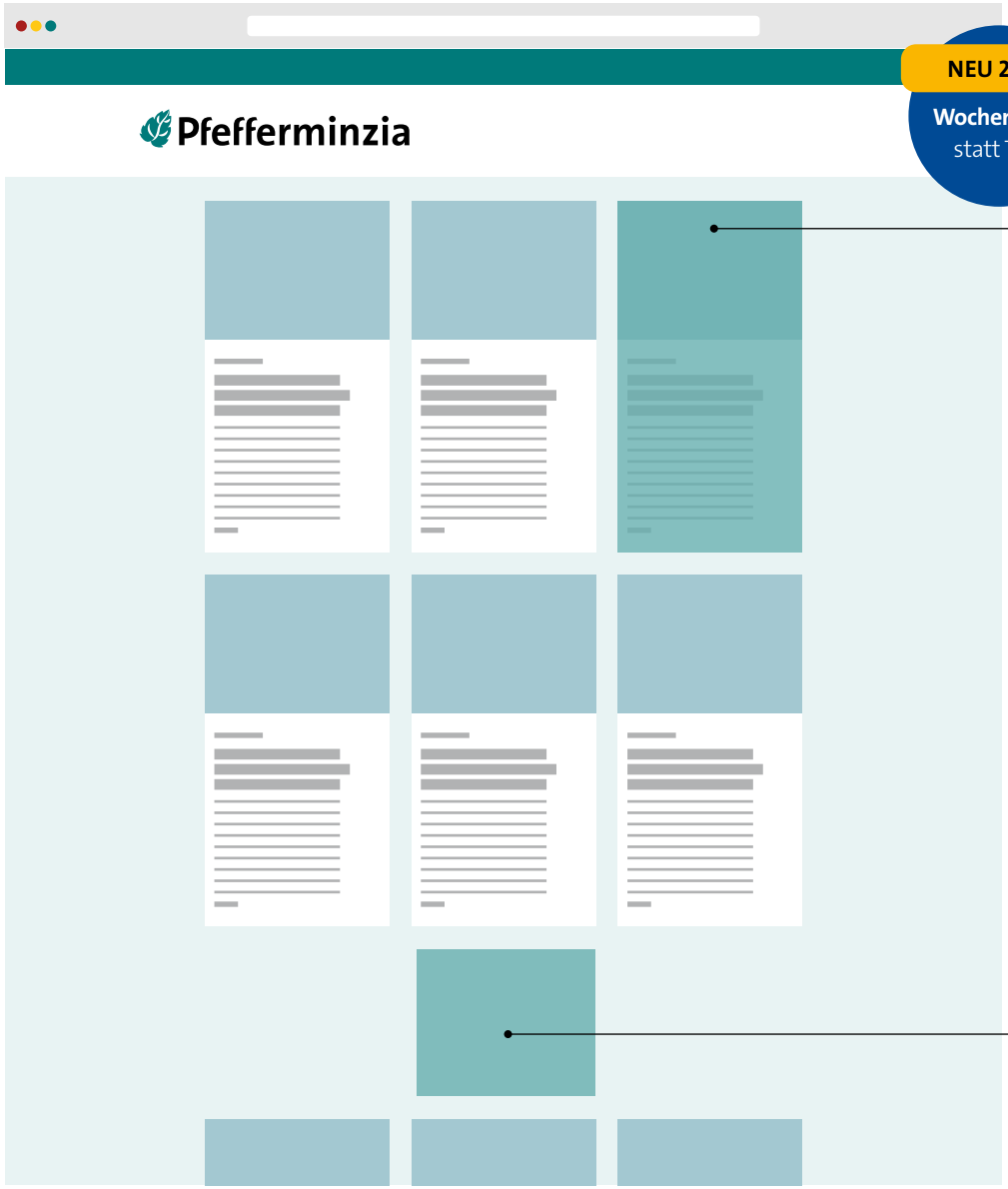
Platzierung
2/2 Rotation auf allen Seiten
von www.pfefferminzia.de

Mindestbuchung
eine Kalenderwoche

Reichweite als Prognose
ca. 20.000 Seitenaufrufe pro Woche.
ca 3.000 bis 5.000 AdImpressions
pro Kundenflight.

Dateiformat
Gif-, JPG-, PNG- oder HTML5-Banner

Bannerformate + Spezifikationen
ab Seite 38



Native Teaser
in News
max. 150 kB
1.100 €[1] in Rotation

Überschrift[1]
max. 30 Zeichen
(3-Zeilig mit Leerzeichen)
Modultext[1]
max. 30 Wörter

Medium Rectangle
max. 150 kB
750 €[1] in Rotation

1) Änderungen sind vorbehalten

Standardformate grafisch dargestellt

mit Preisangaben je Kalenderwoche

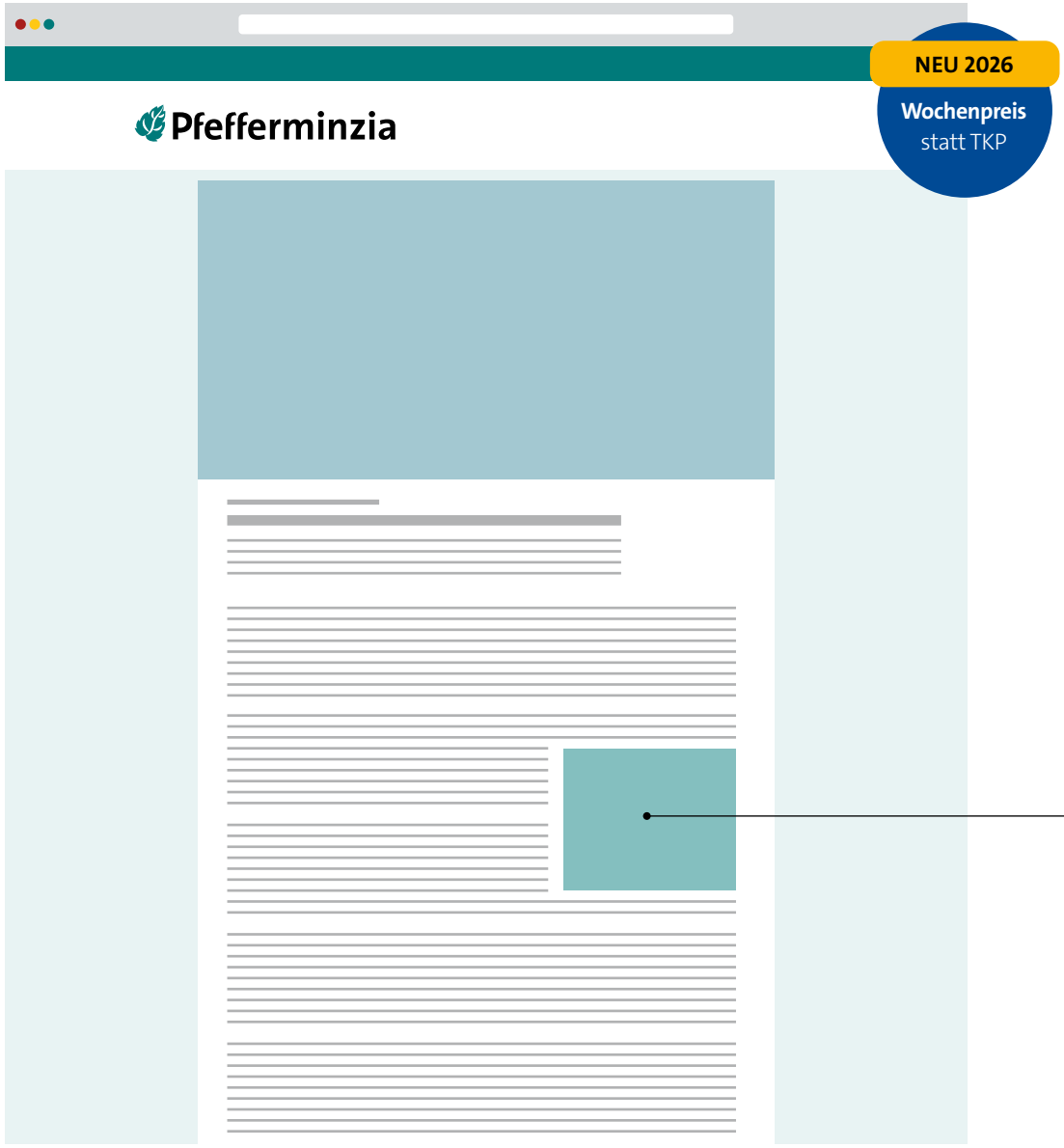
Platzierung
2/2 Rotation auf allen Seiten
von www.pfefferminzia.de

Mindestbuchung
eine Kalenderwoche

Reichweite als Prognose
ca. 20.000 Seitenaufrufe pro Woche.
ca 3.000 bis 5.000 AdImpressions
pro Kundenflight.

Dateiformat
Gif-, JPG-, PNG- oder HTML5-Banner

Bannerformate + Spezifikationen
ab Seite 38



Medium Rectangle
Artikelseite
max. 150 kB
810 €[1] in Rotation

1) Änderungen sind vorbehalten

NEU 2026
Wochenpreis
statt TKP

Pfefferminzia

Standardformate

mit Preisangaben je Kalenderwoche



Content Ad 6:1
max. 150 kB
Retina max. 200 kB
550 €[1] in Rotation



Content Ad 4:1
max. 150 kB
Retina max. 200 kB
550 €[1] in Rotation



Content Ad 2:1
max. 150 kB
Retina max. 200 kB
550 €[1] in Rotation



Medium Rectangle
max. 150 kB
600 €[1] in Rotation

Premiumformate

mit Preisangaben je Kalenderwoche



Baseboard ad
max. 150 kB
Retina max. 200 kB
900 €[1] in Rotation



Medium Rectangle (Spot)
max. 150 kB
Retina max. 200 kB
900 €[1] in Rotation



Native Teaser
max. 150 kB
Retina max. 200 kB
900 €[1] in Rotation

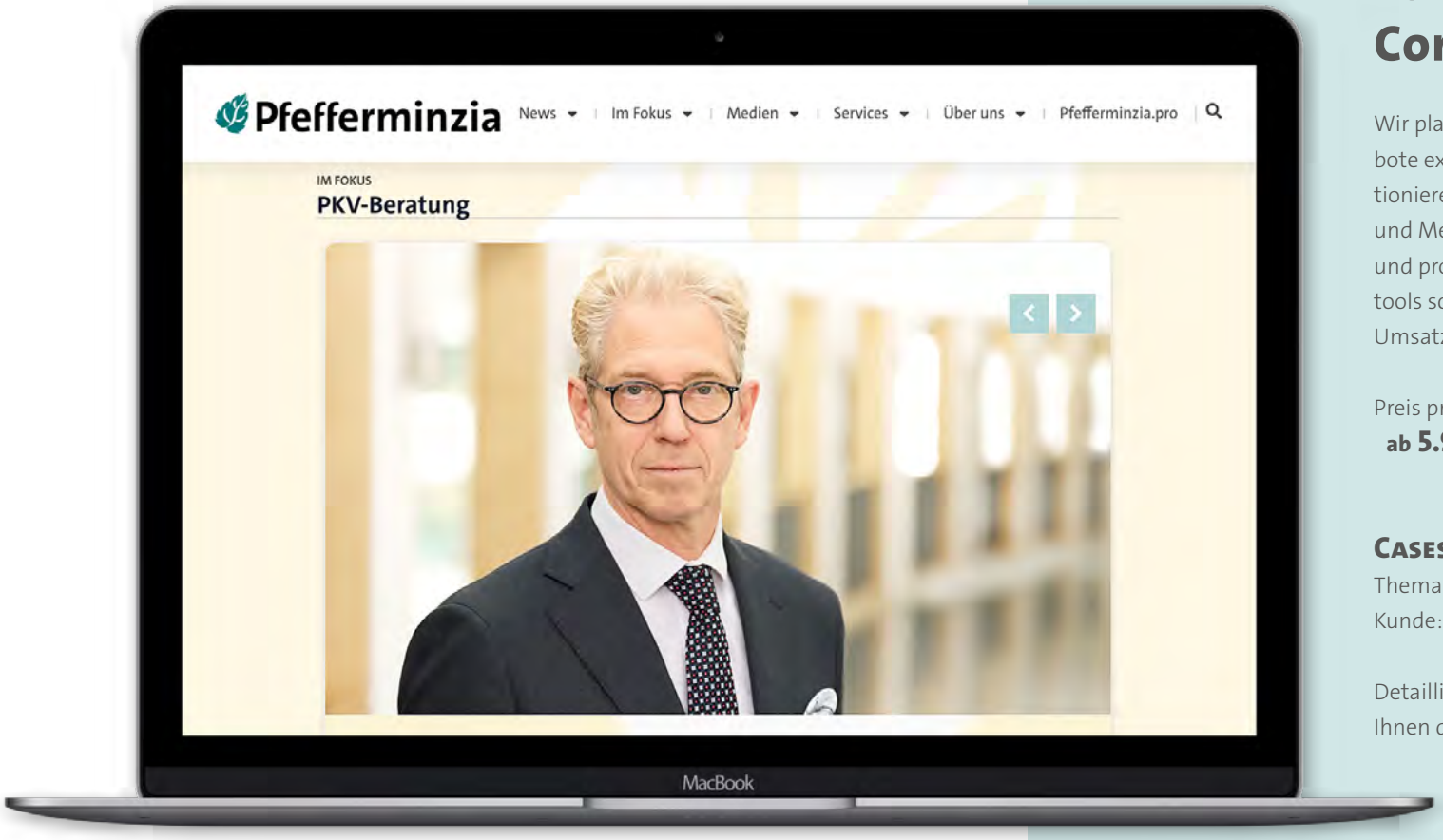
Überschrift::
max. 30 Zeichen (3-Zeilig mit Leerzeichen)
Modultext:
max. 30 Wörter

Platzierung 2/2 Rotation auf allen Seiten von www.pfefferminzia.de	**Mindestbuchung** eine Kalenderwoche	**Reichweite** als Prognose ca. 20.000 Seitenaufrufe pro Woche. ca 3.000 bis 5.000 AdImpressions pro Kundenflight.	**Dateiformat** Gif-, JPG-, PNG- oder HTML5-Banner	**Bannerformate + Spezifikationen** ab Seite 39

1) Änderungen sind vorbehalten

eine eigene Landing Page ist auch möglich

Verlinkung in CNTRX?



Fokus- oder Corporate-Seite

Wir platzieren Ihre Inhalte, Tarife, Videos und Angebote exklusiv im passenden Themenumfeld. So positionieren Sie sich auf Pfefferminzia.de als Spezialist und Meinungsführer in einem Ihrer Kerngeschäfte und profitieren von den relevanten Zugriffen. Dialogtools schaffen eine Schnittstelle zum Vertrieb und Umsatz.

Preis pro Monat		zzgl. Erstellungskosten[1)]
ab 5.950 €	**+**	**3.950 €**

Casestudy

Thema: **PKV-Beratung**
Kunde: **INTER**

Detaillierte monatliche Reportings erleichtern Ihnen die Vertriebssteuerung.

1) einmalig

Beispiele zum Veranschaulichen?



Homestory

Die Homestory ist ein Premium-Contentformat, das **Führungspersönlichkeiten** der Finanz- und Versicherungsbranche **authentisch** in ihrer persönlichen Umgebung **präsentiert.** Mit einer crossmedialen **Kombination aus Print, Video, Podcast und Online-Inhalten** schafft sie eine emotionale Verbindung zur Zielgruppe und positioniert die porträtierten Personen als glaubwürdige Markenbotschafter. <- unklar

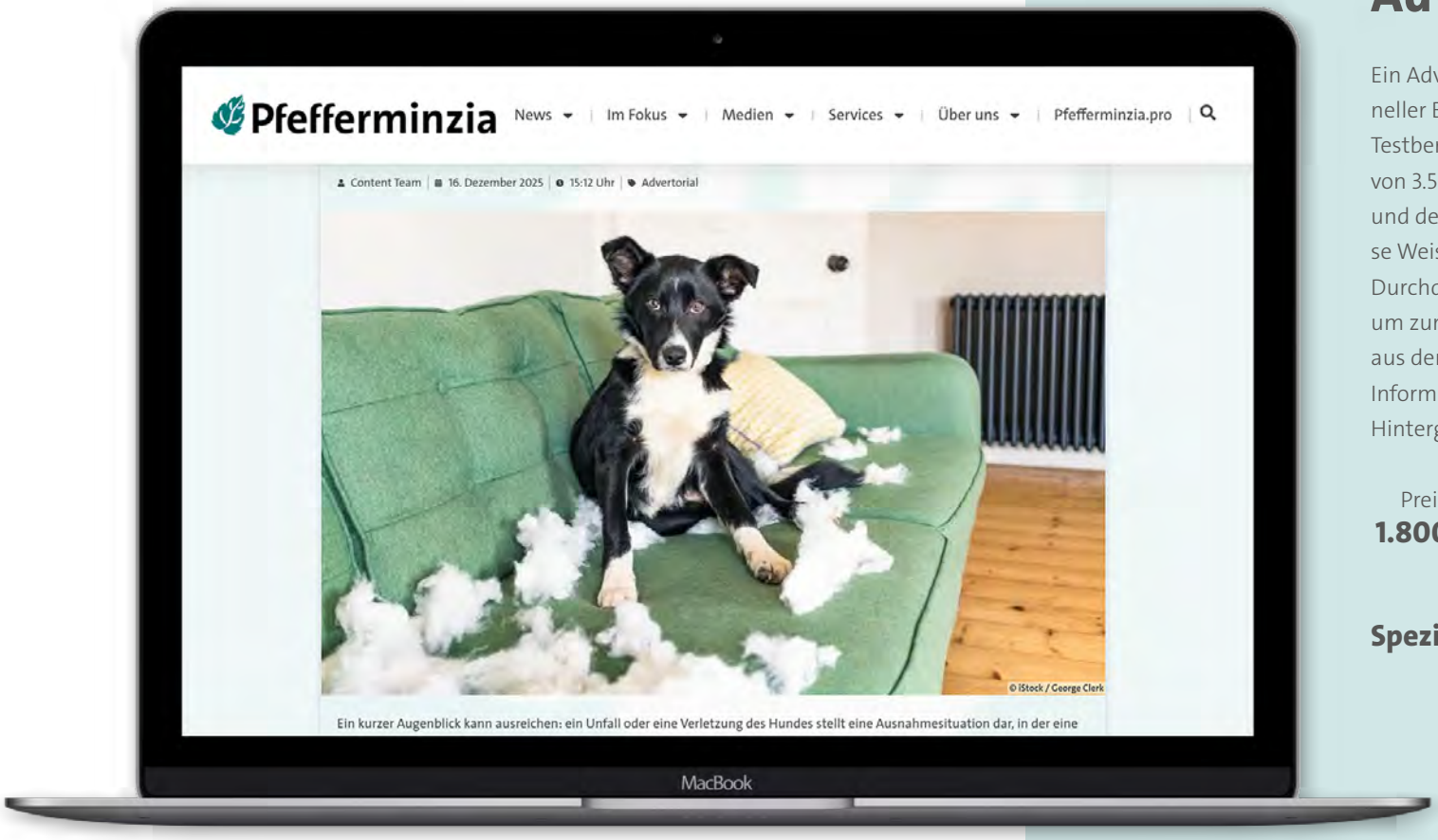
Alternativ ist dieses Format auch als **Vertriebs- oder Produktstory** umsetzbar.

Mit QR-Code auf dem Cover

Preis
auf Anfrage



Beispiele



Advertorials

Ein Advertorial auf Pfefferminzia ist ein redaktioneller Beitrag zu einem aktuellen Thema (Interview, Testbericht, Unternehmensporträt ...) im Umfang von 3.500 bis 4.000 Zeichen, der über die Webseite und den Newsletter veröffentlicht wird. Auf diese Weise erreichen Sie eine hohe Reichweite und Durchdringung. Advertorials eignen sich besonders, um zum Beispiel Produktneuheiten, Nachrichten aus dem Unternehmen, Personal-News oder andere Informationen mit Nachrichten-Charakter und Hintergrundinformationen zu positionieren.

Preis		zzgl. Erstellungskosten[1)]
1.800 €	+	**490 €**

Spezifikationen für Daten-Anlieferung

- Inhalte im Word-Dokument mit ca. 3.500 bis 4.000 Zeichen
- Plus Bild als JPEG oder png (NICHT animiert), Bildgröße B 700 px x H 432 px
- Bitte mit Angabe der Bildquelle
- Anlieferung 14 Tage vor EVT. an media@pfefferminzia.de

1) nicht rabatt- und agenturprovisionsfähig

Der Newsletter im Überblick

Der Newsletter von Pfefferminzia.de wird im Direktversand verbreitet und erreicht seine Zielgruppe nahezu ohne Streuverlust. Die positive Rückmeldung aus der Maklerschaft (disphere) macht ihn zu einem äußerst vertrauenswürdigen Werbeträger für den Vertrieb von Versicherungs- und Finanzprodukten.

Themen

Arbeit
Gesundheit
Mobilität
Vorsorge
Gewerbe
Zuhause
Vertrieb
Personalien
Fortbildung
Steuer und Recht



1. PLATZ
Reichweite Newsletter
Pfefferminzia
Leseverhalten Makler Übergreifend alle Medien
disphere | 2025/26

Frequenz

täglich von MO bis FR

Abonnenten

11.800

Bruttoöffnungsrate

42,9%

im Durchschnitt (Quelle: Auswertung Newsletterreportings Januar bis Oktober 2025)

Leserstruktur

82,1%

Versicherungsmakler,-berater & Mehrfachvertreter

1.000

Display-Formate grafisch dargestellt

mit Preisangaben





Bild-/Textanzeige
max. 100 kB
Bild: B 528 px × H 360 px
Text: 290 bis 520 Zeichen (inklusive Leerzeichen, Überschrift und optionaler Dachzeile)
700 € pro Versand

Fullsize-Banner Top
max. 100 kB (nicht animiert)
900 € pro Versand

Medium Rectangle
max. 100 kB (nicht animiert)
650 € pro Versand

Der Standalone-Newsletter im Überblick

Eines der effektivsten Werbemittel im Onlinemarketing: Wir versenden Ihre Werbebotschaft direkt an einen Teil der Newsletter-Abonnenten – überwiegend Versicherungsmakler und -vermittler. Der exklusive Rahmen und das passende Zielgruppenumfeld garantieren maximale Aufmerksamkeit für Ihr Produkt/ Ihre Roadshow. Die Leser werden auf Ihre Landingpage geroutet und können sich dort über Ihr Angebot informieren und ihre Daten hinterlassen.

NEU 2026

Auch eine **selektive Auswahl** der Abonnenten nach Produktschwerpunkt ist **auf Anfrage** möglich

Versand an

7.500 Abonnenten

2.200 €[1)]

zzgl. Erstellungskosten

500 €[2)]



Spezifikationen für die Daten-Anlieferung

- Inhalte im Word-Dokument bis zu 2.000 Zeichen
- Bilder/Grafik/Logo als JPEG oder gif (NICHT animiert), Auflösung in 300 dpi, Abbildungen werden im Layout verkleinert eingebunden und sollten daher in größerer Darstellungen anliefert werden
- Die Newsletter-Breite variiert je nach Anforderung, daher sind keine exakten Maße notwendig
- Empfehlung: Header-Bild bitte in den Maßen B 2.400 x H 1.200 px anliefern (Breite jedoch min. B 600 px)
- Bilder bitte mit Angabe der Bildquellen
- Textzeile (Betreff) für den E-Mail-Versand
- URL zur Verlinkung muss Daten-gesichert (https) sein. Bis zu drei Verlinkungen sind empfehlenswert
- Adressangabe: Welches Unternehmen ist Absender und somit verantwortlich für den Inhalt der Aussendung?
- Anlieferung 14 Tage vor EVT. an **media@pfefferminzia.de**

1) nicht rabattfähig
2) nicht rabatt- und agenturprovisionsfähig

Verlinkung zur Website zum Veranschaulichen?

Ihr Thema – Ihre Zielgruppe – Ihre Lösungen

Wie sieht es um die Absicherung spezieller Zielgruppen aus? Was steht den Maklern dort zur Verfügung? Pfefferminzia beleuchtet die Märkte und erörtert das Themenspektrum mit ausgesuchten Machern am runden Tisch.





Themen & Termine finden Sie **auf Seite 25**



Unsere Pfefferminzia eMagazine „**Das Fokusthema**“ (im DIN A4-Format) widmen sich **speziellen Maklerthemen** in aller Ausführlichkeit. Aufgemacht wie unser beliebtes Printmagazin und gespickt mit spannenden Hintergrundbeiträgen, bieten wir Ihnen hier ein zielgerichtetes Werbe-Umfeld.

- Schalten Sie dort gezielt Ihre Anzeigenmotive
- Und/oder positionieren Sie Ihr Produkt oder Ihren Experten mit einem Advertorial in dem passenden Themenumfeld
- Alle Advertorials werden von Pfefferminzia erstellt, redigiert und von unserer Grafik im Pfefferminzia Look & Feel designed
- Verbreitung über die Webseite, den Newsletter, per Standalone Versand, via Social Media und an die ca. 1.100 Flipbook-Abonnenten

- Bei Buchungen ab einer ganzen Seite steht Ihnen die Teilnahme an unserem Roundtable in Hamburg frei. Die Aufzeichnung werden über einen Sonderpodcast ausgestrahlt

WIR FREUEN UNS AUF EINE VERTRAUENSVOLLE ZUSAMMENARBEIT

Leistungsumfang, Formate und Preise

Grundformate				
Seitenanteil	**1/1 – Anzeige**	**1/2 – Anzeige**	**1/2 – Anzeige**	**2/1 – Anzeige**
Bezeichnung		quer	hoch	Grundformate über Bund
Breite in mm	↔ 210 mm	↔ 210 mm	↔ 97 mm	↔ 420 mm
Höhe in mm	↕ 297 mm	↕ 144 mm	↕ 297 mm	↕ 297 mm
Preise[1)]	**4.900 €**	**2.900 €**	**2.900 €**	**6.900 €**

Advertorials		
Seitenanteil	**2/1 – Advertorial**	**1/1 – Advertorial**
Bezeichnung	wahlweise mit Kurz-Interview + Produktsteckbrief	
Breite in mm	↔ 420 mm	↔ 210 mm
Höhe in mm	↕ 297 mm	↕ 297 mm
Preise[1)]	**7.400 €**	**5.400 €**

1) Der Preis ist rabatt- und agenturprovisionsfähig und versteht sich zzgl. gesetzlicher MwSt.

Das erwartet Sie 2026

JANUAR/FEBRUAR

Betriebliche Konzepte

Wir widmen uns der betrieblichen Altersvorsorge, Krankenversicherung und Einkommensschutz. Welche Produkte überzeugen?

24. Februar 2026

MÄRZ

Gewerbekunden

Mittelständler leisten einen wichtigen Beitrag zur deutschen Wirtschaft. Beim Versicherungsschutz hapert es aber oft. Welche Produkte unerlässlich sind und wie Vermittler hier punkten können.

17. März 2026

MAI

Steuern sparen mit Versicherungen

Ob in der Altersvorsorge oder bei der Vermögensübertragung – Versicherungspolicen können ein wichtiges Instrument bei der Steueroptimierung sein. Wir erklären, wie das funktioniert.

19. Mai 2026

JULI

KI im Versicherungsbereich

Schnellere Schadenbearbeitung, Kommunikation mit dem Kunden oder Unterstützung im Vertrieb: Künstliche Intelligenz spielt in der Branche eine wichtige Rolle. Pfefferminzia stellt Erfolgsgeschichten vor.

21. Juli 2026

SEPTEMBER

Rund ums Haus

Das eigene Zuhause ist für die meisten Deutschen das größte Investment ihres Lebens. Dementsprechend sollte das Eigenheim gut versichert sein: Von der Solaranlage auf dem Dach über den Smart-TV im Wohnzimmer bis zum Überflutungsschutz im Keller.

15. September 2026

NOVEMBER

Generationenberatung

Welche Expertise wird benötigt, um erfolgreich in der Generationenberatung zu sein? Welche Kundensegmente stehen im Fokus? Wo liegen die Knackpunkte? Diesen und weiteren Fragestellungen geht Pfefferminzia nach.

10. November 2026

eMagazin „Das Fokusthema“
Rücktritts-, Anzeigenschluss- und Freigabetermine



Die Rücktrittstermine sind identisch mit den Anzeigenschlussterminen.

Betriebliche Konzepte

Veröffentlichung	Di. **24.02.26**
Anzeigenschluss	Di. **10.02.26**
Freigabeschluss	Di. **17.02.26**

Gewerbekunden

Veröffentlichung	Di. **17.03.26**
Anzeigenschluss	Di. **03.03.26**
Freigabeschluss	Di. **10.03.26**

Steuern sparen mit Versicherungen

Veröffentlichung	Di. **19.05.25**
Anzeigenschluss	Di. **05.05.26**
Freigabeschluss	Di. **12.05.25**

KI im Versicherungsbereich

Veröffentlichung	Di. **21.07.26**
Anzeigenschluss	Di. **07.07.26**
Freigabeschluss	Di. **14.07.26**

Rund ums Haus

Veröffentlichung	Di. **15.09.26**
Anzeigenschluss	Di. **01.09.26**
Freigabeschluss	Di. **08.09.26**

Generationenberatung

Veröffentlichung	Di. **10.11.26**
Anzeigenschluss	FR. **30.10.26**
Freigabeschluss	Di. **03.11.26**

Lieber durch wichtigeres wie z.B. CNTRX, Veranstaltungen usw. ersetzen

Reichweitenverlängerung durch Social Media – Beispiel Facebook



Der Pfefferminzia Facebook-Channel erreicht sehr dezidiert eine spezifische und interessierte Fangemeinde aus der Assekuranz- und Finanzbranche. Ergänzend zur redaktionellen Plattform im Online-Magazin arbeiten wir an der Verbreitung der News und der Steigerung der Interaktivität im direkten Dialog mit unseren Lesern – Ihren potenziellen und aktiven Partnern und Kunden. Nutzen Sie diese Reichweite und die attraktiven Fachthemen für Ihr B2B-Marketing: Wir bieten Ihnen zwei leistungsfähige werbliche und redaktionelle Module an: **Facebook News-Posting und B2B-Facebook Ads.**

Unsere Follower auf Social Media

Stand September 2025

Facebook
12.828

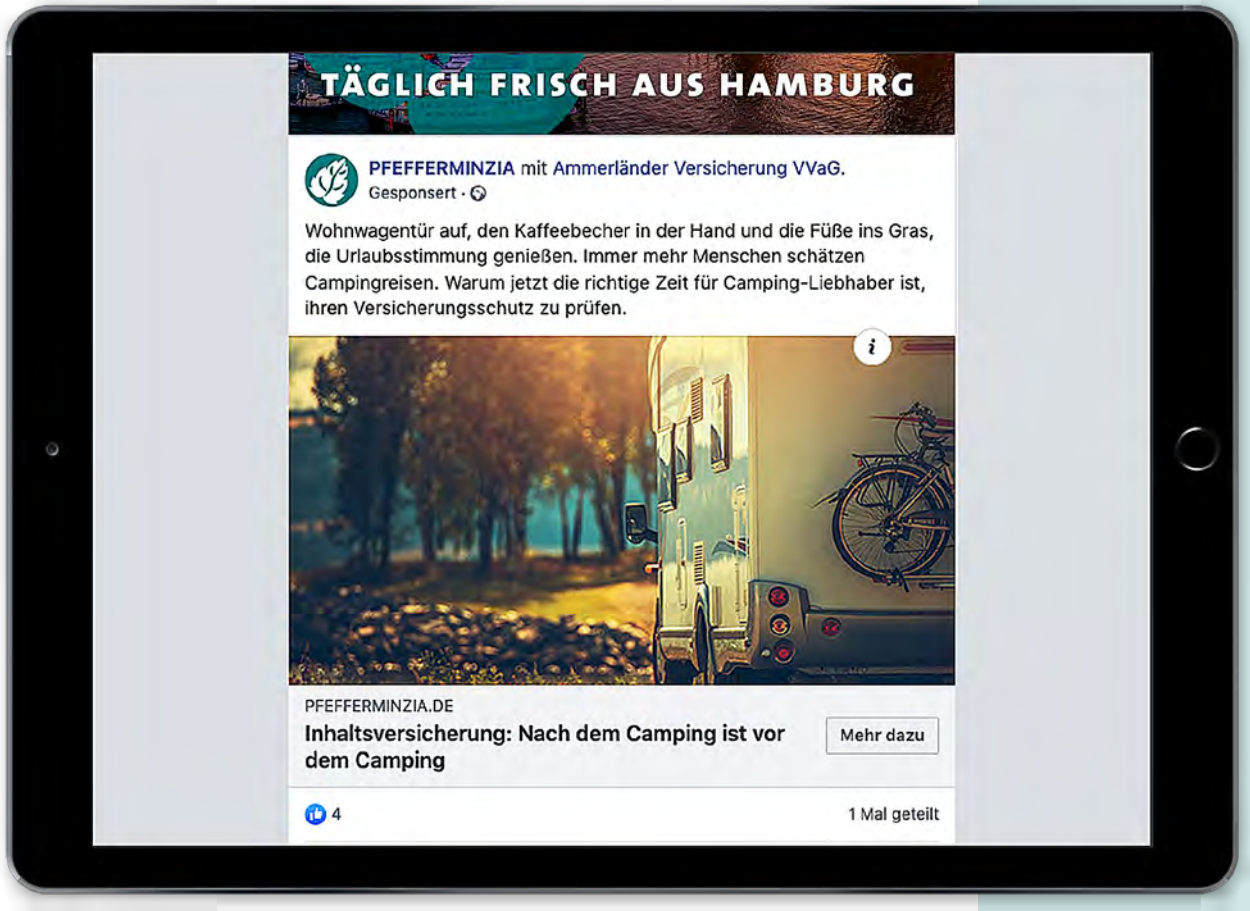
XING
8.398

LinkedIn
7.598

Instagram
2.189

1.000

Lieber durch wichtigeres wie z.B. CNTRX, Veranstaltungen usw. ersetzen



Facebook Ad

„Klassische“ Facebook-Werbung, die sich nach Absprache an eine bestimmte Zielgruppe innerhalb des Facebook Netzwerkes richtet. Die Verlinkung erfolgt auf eine Ziel-URL des Kunden.

Einzelbild:	1.080 × 1.080 px (zur Bewerbung (Reels) zusätzlich 1.080 x 1.920 px und 1.080 x 566 px)
Text:	max. 150 Zeichen
Reichweite	20.000 branchen- affine Nutzer
Laufzeit	7 Tage

Preis		zzgl. Werbekosten[1)]
2.050 €	**+**	**100 €[2)]**

HINWEIS
Voraussetzung ist das Freischalten der Pfefferminzia-Facebook-Unternehmensseite als Business-Partner, um Markierungen zuzulassen. Dies ist unter "Einstellungen" – "Branded Content" möglich.

1) Folgende Kampagnenziele sind wählbar: Link-Klicks (ausgehend) oder Impressions (Reichweite)
2) nicht rabatt- und agenturprovisionsfähig

Lieber durch wichtigeres wie z.B. CNTRX, Veranstaltungen usw. ersetzen



HINWEIS

Voraussetzung ist das Freischalten der Pfefferminzia-Facebook-Unternehmensseite als Business-Partner, um Markierungen zuzulassen. Dies ist unter "Einstellungen" – "Branded Content" möglich.

Facebook Promoted Post

Zweiteilige Werbemaßnahme auf Facebook, die auf ein zuvor gebuchtes Online-Advertorial auf Pfefferminzia.de aufmerksam macht. Bestehend aus:

- einem redaktionellen Beitrag auf der Facebook-Fanpage von Pfefferminzia, der per Verlinkung oder mit dem Wort GESPONSERT kenntlich macht, dass es sich um Werbung handelt. Der Beitrag enthält den Link zum Online-Advertorial auf Pfefferminzia.de.
- einer separaten Facebook-Ad mit demselben oder einem ähnlichen Text und Inhalt, die dasselbe Online-Advertorial als Ziel hat.

Nur in Kombination mit einem Webseiten-Advertorial möglich. Auf dieses muss verlinkt werden.

Einzelbild:	1.080 × 1.080 px (zur Bewerbung (Reels) zusätzlich 1.080 x 1.920 px und 1.080 x 566 px)
Text:	max. 150 Zeichen
Reichweite:	20.000 branchen-affine Nutzer
Laufzeit	7 Tage

Preis		zzgl. Werbekosten[1)]
1.950 €	+	**100 €[2)]**

1) Folgende Kampagnenziele sind wählbar: Link-Klicks (ausgehend) oder Impressions (Reichweite)
2) nicht rabatt- und agenturprovisionsfähig

ggf. wie in der Runde besprochen, das Format abändern

Für auf die Ohren: Der Pfefferminzia-Podcast – Die Woche

2. Podcast Format? Um neue Reichweite zu generieren und die jüngere Zielgruppe anzusprechen



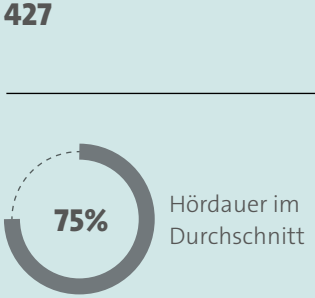
Jede Woche gibt es von der Chefredaktion des Fachmagazins und Onlineportals Pfefferminzia auch was auf die Ohren. In dem Pfefferminzia-Podcast **„Die Woche“** hören die Makler die **wichtigsten Versicherungsthemen der Woche**, die die Branche bewegt haben, garniert mit Trends, Tipps, Meinungen und Hintergundinfos – **jeden Freitag neu!**

Unsere Podcast-Hörer

Stand September 2025

Hörer je Folge

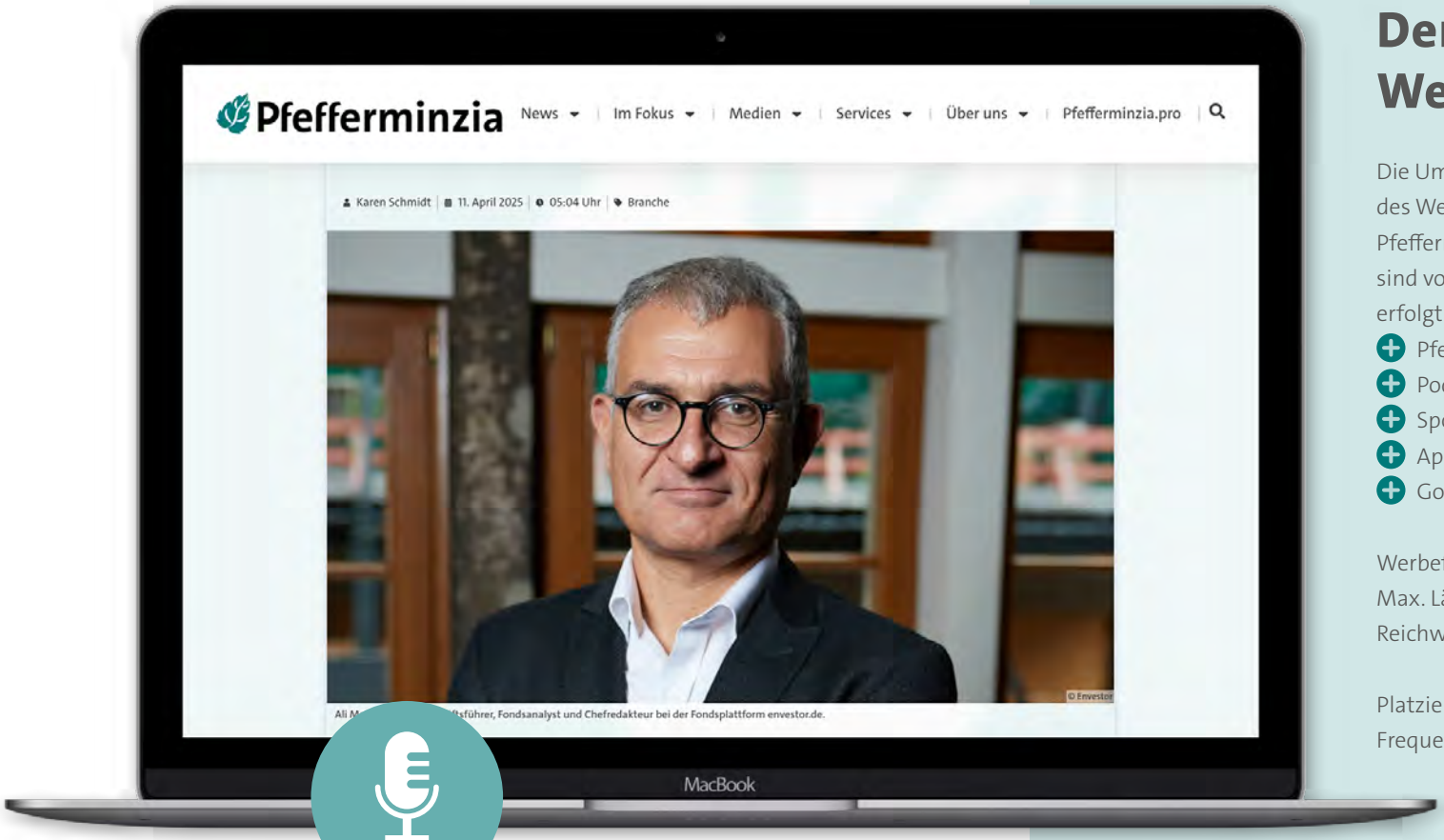
427



Hördauer im Durchschnitt

10

Illustration: Freepik / www.flaticon.com



Hören Sie hier Folge 221

Einen Mid-Roll-Werbeblock finden Sie hier bei 1:10 Minute

Der Podcast-Werbeblock

Die Umsetzung erfolgt nach Manuskript des Werbetreibenden in Zusammenarbeit mit der Pfefferminzia-Chefredaktion. Die Native Ads sind vom Host gesprochen und die Verbreitung erfolgt über diverse Plattformen u.a.:

- Pfefferminzia.de
- Podigee
- Spotify
- Apple-Podcast
- Google Podcast

auf Anfrage eigene Landingpage (Aufpreis?)

Werbeformat:	Native Ad
Max. Länge:	45 Sekunden
Reichweite[1]:	427 Hörer im Durchschnitt pro Folge
Platzierung:	Pre-/Mid-Roll
Frequenz:	mind. 3 Ausstrahlungen

Preis[2] pro Spot:

Pre-Roll **980 €**

Mid-Roll **825 €**

1) Stand September 2025

2) Der Preis ist nicht rabatt- und agenturprovisionsfähig und versteht sich zzgl. gesetzlicher MwSt.



Lunchtalk

Die wohl unterhaltsamste Kochsendung der Versicherungswelt. Entscheider der Branche kochen gemeinsam mit uns und tauschen sich ungezwungen über das neueste Produkt oder eine Innovation aus ihrem Haus aus. Erreichen auch Sie Ihre Zielgruppe mit diesem kurzweiligen und informativen Format!

- Ein Schwerpunktthema pro Sendung
- Aufnahme in unserer Studioküche in Hamburg
- Dauer ca. 45 Minuten
- Aufzeichnung ist für die Audience im Nachgang abrufbar und für Sie uneingeschränkt nutzbar
- Verbreitung über alle Kanäle von Pfefferminzia und Nennung bei allen Werbemaßnahmen

:

Preis[1)]
7.550 €

1) Der Preis ist nicht rabatt- und agenturprovisionsfähig und versteht sich zzgl. gesetzlicher MwSt.



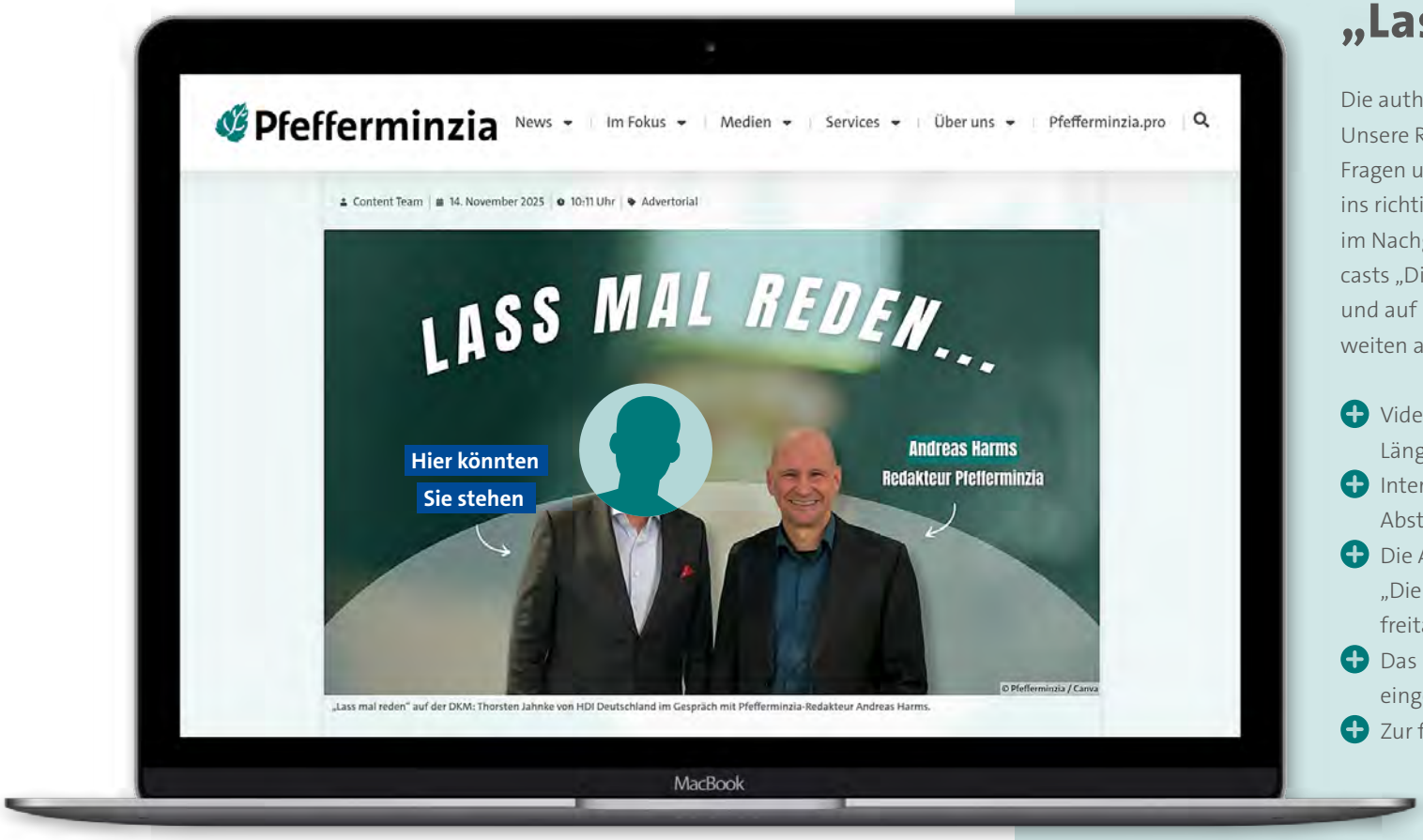
Talk am Mittag

Der Talk am Mittag ist ein professionell produziertes **Talkformat** in entspannter Lounge-Atmosphäre, das **Fachwissen, Haltung und Persönlichkeit** vereint. Als Partner präsentieren Sie Ihre **Expertise** zu relevanten Branchenthemen, diskutieren **Lösungen** im redaktionellen Umfeld und positionieren Ihr Unternehmen als **kompetente Stimme zu Zukunftsfragen** wie KI, Nachhaltigkeit oder Vertrieb.

- Ein Schwerpunktthema pro Sendung
- Aufnahme in unserer Redaktionslounge in Hamburg
- Dauer ca. 45 Minuten
- Aufzeichnung ist für die Audience im Nachgang abrufbar und für Sie uneingeschränkt nutzbar
- Verbreitung über alle Kanäle von Pfefferminzia und Nennung bei allen Werbemaßnahmen

Preis[1]:
7.950 €

1) Der Preis ist nicht rabatt- und agenturprovisionsfähig und versteht sich zzgl. gesetzlicher MwSt.



Vodcast „Lass mal reden“

Die authentische Videoproduktion zu Ihrem Thema. Unsere Redaktion erarbeitet mit Ihnen gemeinsam die Fragen und setzt Entscheider aus Ihrem Unternehmen ins richtige Licht! Dieses kurzweilige Interview wird im Nachgang auch Bestandteil unseres beliebten Podcasts „Die Woche“. Außerdem wird es verschriftlicht und auf Pfefferminzia.de eingebunden. Drei Reichweiten auf einmal für Ihre Botschaft.

- Videoproduktion in unserem Hamburger Büro, Länge ca. 8 bis 12 Minuten
- Interview mit einem erfahrenen Redakteur, Abstimmung der Fragen im Vorfeld
- Die Audiospur wird in unseren Podcast „Die Woche“ eingebunden (erscheint immer freitags, Durchhörquote 75%)
- Das Interview wird außerdem als Online-Artikel eingebunden und zusätzlich beworben
- Zur freien Verwendung im Nachgang für Sie

Preis	zzgl. Werbekosten (Social Media)[1]
3.950 €	**+ 100 €[2]**

HINWEIS
Voraussetzung ist das Freischalten der Pfefferminzia-Facebook-Unternehmensseite als Business-Partner, um Markierungen zuzulassen. Dies ist unter "Einstellungen" – "Branded Content" möglich.

1) Folgende Kampagnenziele sind wählbar: Link-Klicks (ausgehend) oder Impressions (Reichweite)
2) nicht rabatt- und agenturprovisionsfähig

Für jedes Kommunikations- und Vertriebsziel das passende Format

Werbeziel	Produkt								
	Standard Display Ads	Premium Display Ads	Newsletter-Anzeigen	Standalone-Newsletter	Themen-/ Corporate-Seiten	Sponsored Posts/ Advertorials	Videos	Webinare	Podcast
Marke	★	★	●	●					●
Top-Fokus		★	●	★					●
Aktion & Performance			●	★	●	●	●	●	●
Targeting					★	★	●	●	
Exklusivität				★	★	★	★	★	
Expertenwissen vermitteln[1)]					★	★	★	★	
Langfristige Präsenz					★	★	★	●	
Produktbezug & Vertriebswirkung			●	★	★	●		★	●
Lead-Generierung				★	★	●		★	

★ hervorragend geeignet ● gut geeignet

1) Thought Leadership

Display Werbung – Spezifikationen Desktop & Tablet

NEU 2026
Wochenpreis
statt TKP

Standardformate			
Format	**Superbanner**	**Skyscraper**	**Billboard**
Breite in px	↔ 728 px bis 980 px	↔ 160 px bis 200 px	↔ 980 px
Höhe in px	↕ 90 px bis 110 px	↕ max 600 px	↕ von 110 px bis 250 px
maximale kB	max. 150 kB	max. 150 kB	max. 150 kB
Infos auf Seite	12	12	13
Preis pro Woche 2/2 Rotation	**590 €**	**850 €**	**990 €**

Platzierung
2/2 Rotation auf allen Seiten von www.pfefferminzia.de

Mindestbuchung
eine Kalenderwoche

Reichweite als Prognose
ca. 20.000 Seitenaufrufe pro Woche.
ca 3.000 bis 5.000 AdImpressions pro Kundenflight.

Dateiformat
Gif-, JPG-, PNG- oder HTML5-Banner

1) Alle Preise in diesen Mediadaten verstehen sich zzgl. gesetzlicher MwSt. und Änderungen sind vorbehalten

Display Werbung – Spezifikationen Desktop & Tablet

NEU 2026
Wochenpreis
statt TKP

Standardformate			
Format	**Double Sitebar**	**Sticky Footer**	**Sticky Footer Large**
Breite in px	↔ rechts: 200 px ↔ links: 200 px	↔ 728 px	↔ 728 px
Höhe in px	↕ rechts: 600 px ↕ links: 600 px	↕ 90 px	↕ 110 px bis 180 px
maximale kB	max. 150 kB	max. 150 kB	max. 150 kB
Infos auf Seite	13	12	12
Preis pro Woche 2/2 Rotation	**1.100 €**	**990 €**	**1.100 €**

Platzierung
2/2 Rotation auf allen Seiten
von www.pfefferminzia.de

Mindestbuchung
eine Kalenderwoche

Reichweite als Prognose
ca. 20.000 Seitenaufrufe pro Woche.
ca 3.000 bis 5.000 AdImpressions pro Kundenflight.

Dateiformat
Gif-, JPG-, PNG- oder
HTML5-Banner

1) Alle Preise in diesen Mediadaten verstehen sich zzgl. gesetzlicher MwSt. und Änderungen sind vorbehalten

Display Werbung – Spezifikationen Desktop & Tablet

NEU 2026
Wochenpreis
statt TKP

Standardformate			
Format	**Medium Rectangle**	**Medium Rectangle Artikelseite**	**Native Teaser (in News)**
Breite in px	↔ 300 px	↔ 300 px	↔ 300 px
Höhe in px	↕ 250 px	↕ 250 px	↕ 250 px
maximale kB	max. 150 kB	max. 150 kB	max. 150 kB
Infos auf Seite	14	15	14
Preis pro Woche 2/2 Rotation	**750 €**	**810 €**	**1.100 €**

Platzierung
2/2 Rotation auf allen Seiten von www.pfefferminzia.de

Mindestbuchung
eine Kalenderwoche

Reichweite als Prognose
ca. 20.000 Seitenaufrufe pro Woche.
ca 3.000 bis 5.000 AdImpressions pro Kundenflight.

Dateiformat
Gif-, JPG-, PNG- oder HTML5-Banner

1) Alle Preise in diesen Mediadaten verstehen sich zzgl. gesetzlicher MwSt. und Änderungen sind vorbehalten

Display Werbung – Spezifikationen Mobile

NEU 2026
Wochenpreis
statt TKP

Standardformate				
Format	**Content Ad 6:1**	**Content Ad 4:1**	**Content Ad 2:1**	**Medium Rectangle**
Breite in px	↔ 300 oder 320 px	↔ 300 px	↔ 300 px	↔ 300 px
Höhe in px	↕ 50 px	↕ 75 px	↕ 150 px	↕ 250 px
maximale kB	max. 150 kB	max. 150 kB	max. 150 kB	max. 150 kB
Infos auf Seite	16	16	16	16
Preis pro Woche 2/2 Rotation	**550 €**	**550 €**	**550 €**	**600 €**

Platzierung
2/2 Rotation auf allen Seiten von www.pfefferminzia.de

Mindestbuchung
eine Kalenderwoche

Reichweite als Prognose
ca. 20.000 Seitenaufrufe pro Woche.
ca 3.000 bis 5.000 AdImpressions pro Kundenflight.

Dateiformat
Gif-, JPG-, PNG- oder HTML5-Banner

1) Alle Preise in diesen Mediadaten verstehen sich zzgl. gesetzlicher MwSt. und Änderungen sind vorbehalten

Display Werbung – Spezifikationen Mobile Exklusive

NEU 2026
Wochenpreis
statt TKP

Premiumformate			
Format	**Baseboard ad**	**Medium Rectangle (Spot)**	**Native Teaser**
Breite in px	↔ 320 px	↔ 300 px	↔ 300 px
Höhe in px	↕ 50 px	↕ 250 px	↕ 185 px
maximale kB	max. 150 kB	max. 150 kB	max. 150 kB
Infos auf Seite	16	16	16
Preis pro Woche 2/2 Rotation	**900 €**	**900 €**	**900 €**

Platzierung
2/2 Rotation auf allen Seiten von www.pfefferminzia.de

Mindestbuchung
eine Kalenderwoche

Reichweite als Prognose
ca. 20.000 Seitenaufrufe pro Woche.
ca 3.000 bis 5.000 AdImpressions pro Kundenflight.

Dateiformat
Gif-, JPG-, PNG- oder HTML5-Banner

1) Alle Preise in diesen Mediadaten verstehen sich zzgl. gesetzlicher MwSt. und Änderungen sind vorbehalten

Display Werbung – Newsletter

Premiumformate		
Format	**Fullsize-Banner Top** (nicht animiert)	**Medium Rectangle** (nicht animiert)
Breite in px	↔ 1.200 px	↔ 600 px
Höhe in px	↕ 300 px	↕ 500 px
maximale kB	max. 100 kB	max. 100 kB
Infos auf Seite	21	21
Preis pro Versand	**900 €**	**650 €**

1) Alle Preise in diesen Mediadaten verstehen sich zzgl. gesetzlicher MwSt.

Display Werbung – Newsletter

Premiumformate	
Format	**Bild-/Textanzeige** (290 bis 520 Zeichen Text)
Breite in px	↔ 528 px
Höhe in px	↕ 360 px
maximale kB	max. 100 kB
Infos auf Seite	21
Preis pro Versand	**700 €**

Spezifikationen für die Daten-Anlieferung

Bilder

- ▶ Bilder als JPEG oder gif (NICHT animiert), mit max. 100kB
- ▶ Quellenangabe zum Bild (Pflicht) (wenn Kunde nichts liefert, kommt der Name des Kunden hierhin)

Textlängen

- ▶ Dachzeile (optional): 5 bis 35 Zeichen inkl. Leerzeichen
- ▶ Headline (Pflicht) 50 bis 95 Zeichen inkl. Leerzeichen
- ▶ Teaser (Pflicht) 240 bis 390 Zeichen inkl. Leerzeichen (ausschließlich Fließtext, also ohne Bulletpoints, Absätze und Fettungen
- ▶ Ziel-URL bitte angeben

- ▶ Anlieferung 14 Tage vor EVT. an **media@pfefferminzia.de**

1) Alle Preise in diesen Mediadaten verstehen sich zzgl. gesetzlicher MwSt.

Newsletter

Newsletterart	**Pfefferminzia.de-Newsletter**	**Standalone-Newsletter**	**Standalone-Newsletter**
Abonnenten/ Auslieferung	11.800	7.500	nach Selktion
Format	HTML	HTML	HTML
Frequenz	täglich von Montag bis Freitag	individuell	individuell
Preis	**ab 650 €**	**2.200 €**[2)] zzgl. 500 €[3)] Erstellungskosten	**Auf Anfrage**

1) Alle Preise in diesen Mediadaten verstehen sich zzgl. gesetzlicher MwSt.
2) nicht rabattfähig
3) nicht rabatt- und agenturprovisionsfähig

!

Genauer auf Roundtable, Gipfeltour, Hop on Hop Off usw. eingehen

Specials

Werbeform	Beschreibung	Preis
E-Booklets	Ihr Brand / Ihr Produkt als B2C- oder B2B-Online Special zur Gewinnung von Kunden oder Vertriebspartnern	**auf Anfrage**
Themen E-Booklets	Ihre Teilnahme an einem B2C- oder B2B-Online Special zur Gewinnung von Kunden oder Vertriebspartnern	**auf Anfrage**
Veranstaltungs-Marketing	Individuelle Werbeaktion für Ihre Roadshows und Messen Roundtable, Gipfeltour, Hop on Hop Off Tour usw.	**auf Anfrage**
Videos	Produktion: Skripting, Produktion, Postproduktion Verbreitung: Optimierung, Verbreitung, Reporting	**auf Anfrage**
Webinare	Ihre Themenauswahl und Beteiligung eines Ihrer Experten an einem Webinar der Pfefferminzia-Akademie	**auf Anfrage**

Webinare, sofern der Bedarf da ist,genauer beleuchten

Content-Marketing

Werbeform	Format / Umsetzung	Infos auf Seite	Preis
Themenseite	Wir platzieren Ihre Inhalte, Tarife, Videos im passenden Themenumfeld (zzgl. einmaliger Einrichtungskosten)	17	**ab mtl. 5.950 €**
Homestory	Kombination aus Print, Video, Podcast und Online-Inhalten um sie authentisch und persönlich zu zeigen	18	**auf Anfrage**
Advertorial	Ihr Thema als attraktiver redaktioneller Beitrag auf unserer Webseite und in unserem Newsletter	19	**1.800 € + 490 €[2)]**

1) Alle Preise in diesen Mediadaten verstehen sich zzgl. gesetzlicher MwSt.
2) Erstellungskosten, nicht rabatt- und agenturprovisionsfähig

Webinare

Social Media

Werbeform	Format / Umsetzung	Infos auf Seite	Preis
Facebook Ad	Facebook-Werbung, die sich nach Absprache an eine bestimmte Zielgruppe des Facebook-Netzwerkes richtet	28	**2.050 € + 100 €[2)]**
Facebook Promoted Post	Hervorgehobener redaktioneller Beitrag auf der Facebook-Fanpage von Pfefferminzia	29	**1.950 € + 100 €[2)]**

Podcast

Werbeform	Format / Umsetzung	Infos auf Seite	Preis
Native Ad	Werbeblock nach Manuskipt des Werbetreibenden in Zusammenarbeit mit der Pfefferminzia-Chefredaktion	31	**ab 825 €[3)]**

1) Alle Preise in diesen Mediadaten verstehen sich zzgl. gesetzlicher MwSt.
2) Werbekosten, nicht rabatt- und agenturprovisionsfähig
3) Der Preis ist rabatt- und agenturprovisionsfähig

Umsatzstaffel

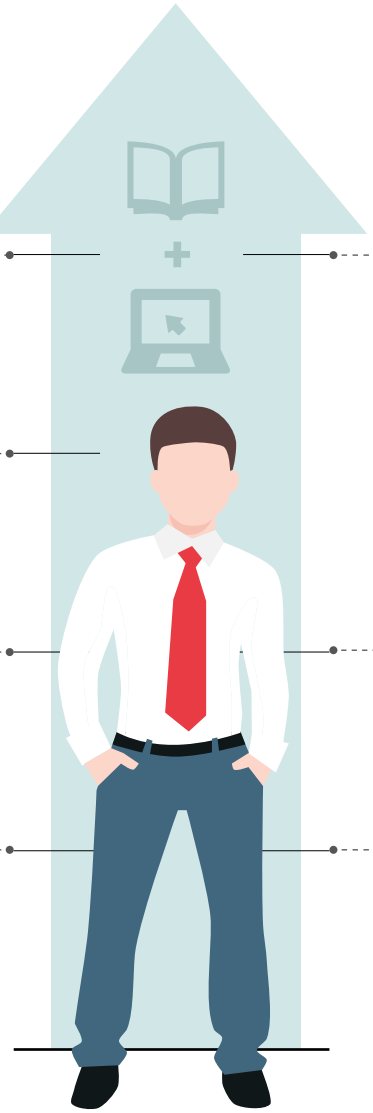
Online Banner und Newsletteranzeigen

20,0 %
ab 24.000 € Umsatz p. a.

15,0 %
ab 18.000 € Umsatz p. a.

10,0 %
ab 12.000 € Umsatz p. a.

5,0 %
ab 6.000 € Umsatz p. a.



Mischformate-Umsatzstaffel

Print und Online Anzeigen, Beilagen, Banner und Newsletteranzeigen

20,0 %
ab 48.000 € Umsatz p. a.

10,0 %
ab 30.000 € Umsatz p. a.

5,0 %
ab 15.000 € Umsatz p. a.

Illustrationen: Freepik / www.flaticon.com, fullvector / Freepik

1) Es kommt immer nur eine Rabattstaffel zur Anwendung

Verlag
Pfefferminzia Medien GmbH
Kattunbleiche 31a
22041 Hamburg

Geschäftsführung
Matthias Heß, Jan Roß

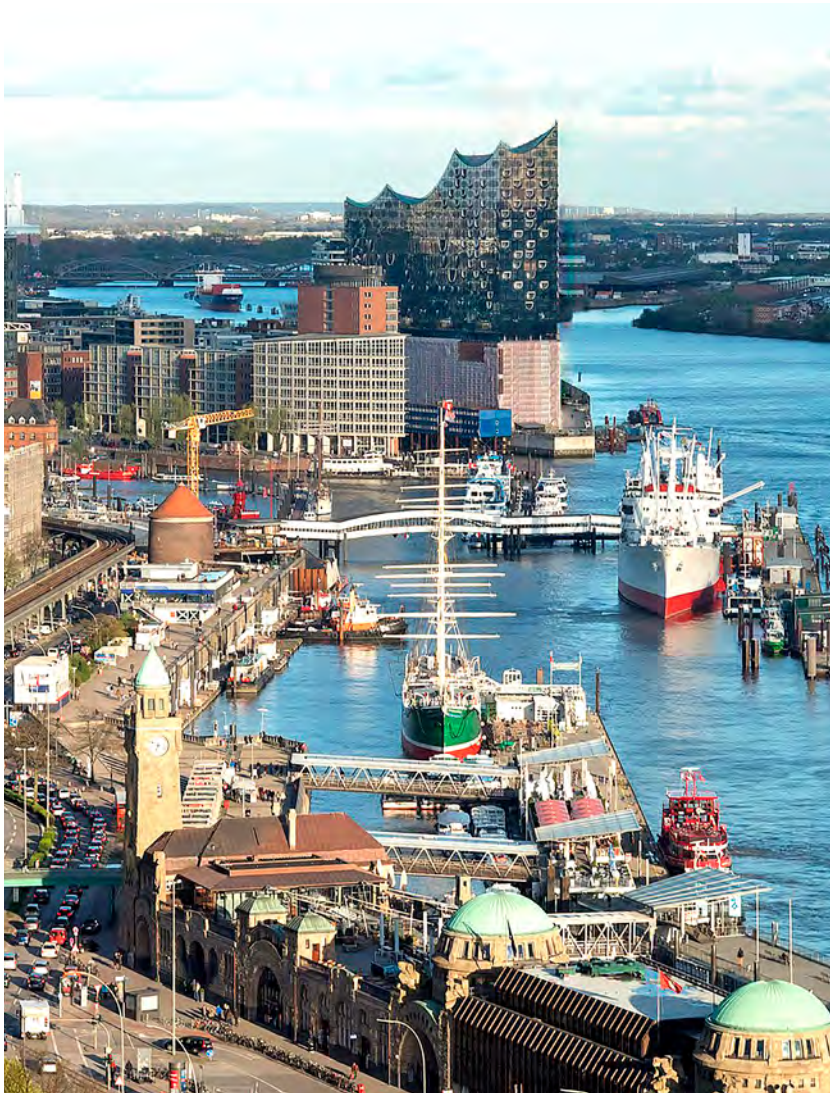
Telefon
+49 (0)40 28 41 083-0

Telefax
+49 (0)40 28 41 083-30

E-Mail
Redaktion
info@pfefferminzia.de
Vertrieb / Verkauf
media@pfefferminzia.de

Internet
www.pfefferminzia.de

Handelsregister
HRB 140160,
Amtsgericht Hamburg



Bankverbindung
Pfefferminzia Medien GmbH
Hamburger Sparkasse
IBAN: DE09 2005 0550 1238 2009 90
BIC: HASPDEHHXXX

Mehrwertsteuer
Auf die Nettopreise wird die gesetzlich geltende Umsatz-(Mehrwert-)Steuer aufgeschlagen, die zu den gleichen Terminen fällig wird.

Zahlungsbedingungen
Die Rechnungsstellung erfolgt durch die Pfefferminzia Medien GmbH. Rechnungen sind am Erscheinungstag der Ausgabe von Pfefferminzia fällig, in der das Werbemittel veröffentlicht wird. Bei Zahlung innerhalb von 7 Tagen nach Rechnungsdatum gewähren wir 2 Prozent Skonto, sofern keine älteren Rechnungen fällig sind.

AGB
Werbung
Stand:
1. Mai 2026

Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Pfefferminzia Medien GmbH. Mit Auftragserteilung erkennt der Kunde die AGB an.



Foto: Sebastian Berger

Matthias Heß
Geschäftsführung
Telefon: +49 (0)40 28 41 083-11
Mobil: +49 (0)172 716 24 02
matthias.hess@pfefferminzia.de



Jan Roß
Geschäftsführung
Telefon: +49 (0)40 28 41 083-10
Mobil: +49 (0)173 19 52 688
jan.ross@pfefferminzia.de



Foto: Jens Hannewald

Karen Schmidt
Chefredaktion (V.i.S.d.P.)
Telefon: +49 (0)40 28 41 083-18
Mobil: +49 (0)172 39 86 352
karen.schmidt@pfefferminzia.de

Verlag

Pfefferminzia Medien GmbH
Kattunbleiche 31a
22041 Hamburg
Telefon: +49 (0)40 28 41 083-0
Telefax: +49 (0)40 28 41 083-30

Internet

www.pfefferminzia.de

Vertriebsasssistenz

Jana Heß
Telefon: +49 (0)40 28 41 083-12
Telefax: +49 (0)40 28 41 083-30
jana.hess@pfefferminzia.de

Werbemitteldaten

senden Sie bitte unbedingt auch an
media@pfefferminzia.de

Um Ihre Werbemittel eindeutig zuordnen zu können geben Sie bitte immer folgende Informationen bei der Anlieferung an

Mediadaten

E-Mail: media@pfefferminzia.de
Hinweis: Allg. Mediadaten-Anfragen (Preise, Themen und Termine) bitte ausschließlich an
media@pfefferminzia.de

- ▶ Kundenname
- ▶ Kampagnenname laut Auftrag
- ▶ Werbeformat
- ▶ Platzierung auf der Site oder im Newsletter
- ▶ Erscheinungstermine
- ▶ Laufzeiten
- ▶ Ansprechpartner für Rückfragen
- ▶ Motivname (optional)

§ 1 Geltungsbereich und Vertragsparteien

1. Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen (im Folgenden: „AGB") gelten für alle Verträge zwischen dem Auftraggeber und der Pfefferminzia Medien GmbH (im Folgenden: „Auftragnehmerin") über die Schaltung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel sowie sonstiger Werbeleistungen des Auftraggebers (im Folgenden insgesamt als „Anzeigen" bezeichnet) auf folgenden Kanälen der Auftragnehmerin:

- Website (www.pfefferminzia.de)
- Elektronische Newsletter
- Social-Media-Plattformen der Auftragnehmerin
- Podcasts
- E-Books
- Printmedien
- Video-Formate

2. Diese AGB gelten ausschließlich für Verträge mit Unternehmern im Sinne des § 14 BGB (B2B). Verbrauchern im Sinne des § 13 BGB steht kein Vertragsschluss nach diesen AGB offen.

3. „Anzeigenauftrag" im Sinne dieser AGB ist der Vertrag über die Veröffentlichung von Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten auf den genannten Kanälen der Auftragnehmerin zum Zwecke der Verbreitung.

4. Die Auftragnehmerin veröffentlicht die Anzeigen für die vertraglich vereinbarte Dauer bzw. die vertraglich vereinbarte Anzahl von Kalenderwochen oder sonstigen Buchungseinheiten gemäß Auftragsbestätigung und auf der vertraglich vereinbarten Werbefläche. Bei Formaten, bei denen die Parteien ausdrücklich eine bestimmte Anzahl von Ad Impressions als Leistungsziel vereinbart haben (z.B. bei CPM-basierten Buchungen außerhalb der Displaywerbung), gilt ergänzend § 12 Abs. 3.

5. Auftraggeber kann der Werbungtreibende selbst sein oder eine Agentur oder ein sonstiger Dienstleister, der im Auftrag eines Dritten für dessen Waren und/oder Dienstleistungen wirbt. Tritt eine Agentur oder ein sonstiger Dienstleister als Auftraggeber auf, so ist der tatsächlich werbungtreibende Dritte (im Folgenden: „Werbungtreibender") der Auftragnehmerin vor Vertragsschluss namentlich zu benennen. Der Vertrag kommt vorbehaltlich abweichender schriftlicher Vereinbarung mit der buchenden Agentur bzw. dem Dienstleister zustande. Haftungsschuldner für alle vertraglichen Verpflichtungen ist ausschließlich der benannte Werbungtreibende, sofern dieser der Auftragnehmerin vor Vertragsschluss schriftlich bestätigt hat, die Verpflichtungen aus dem Anzeigenauftrag zu übernehmen. Erfolgt keine solche Bestätigung, bleibt die buchende Agentur Haftungsschuldnerin.

6. Mit der Erteilung eines Anzeigenauftrags erkennt der Auftraggeber diese AGB in der bei Auftragserteilung jeweils gültigen Fassung sowie die jeweils gültige Preisliste der Auftragnehmerin als verbindlich an.

7. Abweichende Geschäftsbedingungen des Auftraggebers werden nur Vertragsbestandteil, wenn dies von der Auftragnehmerin ausdrücklich schriftlich bestätigt wird.

§ 2 Vertragsschluss

1. Der Vertrag zwischen Auftraggeber und Auftragnehmerin kommt zustande, wenn die Auftragnehmerin den Auftrag schriftlich bestätigt oder der Auftraggeber ein von der Auftragnehmerin erstelltes Angebot ohne Änderungen schriftlich annimmt. Telefax und E-Mail wahren die Schriftform im Sinne dieser AGB.

2. Terminvereinbarungen und Platzierungswünsche des Auftraggebers werden nur Vertragsbestandteil, wenn die Auftragnehmerin dies in der für den Vertragsschluss erforderlichen Form bestätigt hat.

3. Angebote der Auftragnehmerin sind freibleibend und unverbindlich, sofern sie nicht ausdrücklich als verbindlich gekennzeichnet sind.

§ 3 Werbemittel und Werbeleistungen

1. Werbemittel können z.B. aus Bildern, Texten, Tonfolgen, Bewegtbildern (u.a. Banner, Video) oder aus sensitiven Flächen bestehen, die beim Anklicken mittels einer vom Auftraggeber genannten Online-Adresse eine Verbindung zu weiteren Daten herstellen, die im Bereich des Auftraggebers liegen (z.B. Link).

2. Für die Schaltung von Advertorials und Sponsored Content (redaktionell gestaltete Werbeinhalte) gelten ergänzend die Regelungen in § 4 dieser AGB.

3. Für Schaltungen auf Social-Media-Plattformen gelten ergänzend die Regelungen in § 5 dieser AGB.

4. Die Auftragnehmerin übernimmt die dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende bestmögliche Wiedergabe der Anzeige. Dies gilt für alle Kanäle und Formate gleichermaßen.

§ 4 Advertorials und Sponsored Content

1. Als Advertorials und Sponsored Content gelten alle redaktionell gestalteten Werbeinhalte, die in Form und Aufmachung einem redaktionellen Beitrag ähneln, jedoch werblichen Zwecken des Auftraggebers dienen.

2. Advertorials und Sponsored Content sind stets deutlich und eindeutig als Werbung zu kennzeichnen. Die Kennzeichnung erfolgt durch einen gut sichtbaren Hinweis wie „Anzeige", „Werbung" oder „Sponsored Content" an prominenter Stelle. Die Auftragnehmerin ist berechtigt, die Kennzeichnung selbst vorzunehmen oder vom Auftraggeber zu verlangen, dass dieser eine entsprechende Kennzeichnung vornimmt. Die Kosten hierfür trägt der Auftraggeber.

3. Der Auftraggeber ist verpflichtet, der Auftragnehmerin Advertorials und Sponsored Content so rechtzeitig in vollständiger und einwandfreier Form zu übermitteln, dass die Auftragnehmerin die Einhaltung des Trennungsgebots zwischen Werbung und redaktionellem Inhalt (§ 6 DDG, § 22 MStV, § 5a UWG) prüfen kann.

4. Die Auftragnehmerin ist berechtigt, Advertorials und Sponsored Content abzulehnen oder inhaltliche Änderungen zu verlangen, wenn deren Veröffentlichung gegen das Trennungsgebot, gesetzliche Vorschriften oder die journalistischen Grundsätze der Auftragnehmerin verstoßen würde. Entstehende Mehrkosten durch Überarbeitungen, die auf Veranlassung des Auftraggebers erforderlich werden, trägt der Auftraggeber.

5. Die inhaltliche Verantwortung für Advertorials und Sponsored Content verbleibt beim Auftraggeber. Die Auftragnehmerin ist nicht verpflichtet, die inhaltliche Richtigkeit der bereitgestellten Werbeinhalte zu prüfen.

§ 5 Social-Media-Schaltungen

1. Schaltungen auf Social-Media-Plattformen (insbesondere Facebook, Instagram, LinkedIn, X/Twitter und vergleichbare Plattformen) erfolgen nach Maßgabe der jeweils geltenden Nutzungsbedingungen und Werberichtlinien der jeweiligen Plattform.

2. Die Auftragnehmerin übernimmt keine Haftung und keine Garantie für die Erreichung bestimmter Reichweiten, Impressions oder sonstiger Performance-Kennzahlen auf Social-Media-Plattformen. Algorithmusänderungen, plattformseitige Einschränkungen, technische Ausfälle oder andere von der Auftragnehmerin nicht zu vertretende Umstände begründen keinen Anspruch des Auftraggebers auf Vergütungsminderung oder Schadensersatz.

3. Lehnt eine Social-Media-Plattform die Schaltung einer Anzeige ab oder entfernt sie eine bereits geschaltete Anzeige aufgrund ihrer eigenen Richtlinien, ist die Auftragnehmerin nicht verpflichtet, die vereinbarte Leistung in anderer Form zu erbringen. In diesem Fall steht dem Auftraggeber kein Anspruch auf Rückerstattung der Vergütung zu, es sei denn, die Ablehnung oder Entfernung ist auf ein Verschulden der Auftragnehmerin zurückzuführen.

4. Der Auftraggeber ist verpflichtet, die für Social-Media-Schaltungen erforderlichen Werbemittel in den von der jeweiligen Plattform vorgeschriebenen Formaten und Spezifikationen zu liefern. Die Auftragnehmerin ist nicht verpflichtet, Werbemittel in plattformkonforme Formate umzuwandeln.

§ 6 Abruf von Anzeigen

1. Ist im Rahmen des Vertrages das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen durch den Auftraggeber vereinbart – was insbesondere bei nicht nach Kalenderwochen abgerechneten Formaten wie Newsletter-Slots, Podcast-Platzierungen oder E-Book-Anzeigen der Fall sein kann –, so hat er diese innerhalb der zwischen den Parteien vereinbarten Frist zur Veröffentlichung abzurufen. Ist keine Frist vereinbart, so hat der Auftraggeber die Anzeigen binnen eines Jahres nach Vertragsschluss abzurufen. Nach Ablauf dieser Frist erlischt das Recht des Auftraggebers ersatzlos, Anzeigen abzurufen. Für Displaywerbung, die nach Kalenderwochen abgerechnet wird (§ 12 Abs. 2), findet diese Regelung keine Anwendung.

2. Ruft der Auftraggeber Anzeigen nicht, nicht rechtzeitig oder nicht vollständig ab, so steht ihm kein Anspruch auf Rückzahlung der vereinbarten Vergütung zu.

§ 7 Pflichten des Auftraggebers

1. Die Werbemittel sind, wenn nicht anders vereinbart, spätestens 7 Tage vor dem vereinbarten Schaltungstermin in vollständiger, einwandfreier und für die Schaltung geeigneter Form vom Auftraggeber anzuliefern. Diese Frist gilt auch für den Austausch von Werbemitteln innerhalb einer Kampagnenbuchung. Bei Printanzeigen richtet sich die Anlieferungsfrist nach dem in der Auftragsbestätigung bzw. im Mediadaten-Dokument ausgewiesenen Anzeigenschluss der jeweiligen Ausgabe.

2. Plant der Auftraggeber während einer Kampagnenbuchung den Einsatz mehrerer Anzeigenmotive, so sind diese bereits zum Kampagnenstart anzuliefern. Außerplanmäßige Motivwechsel innerhalb einer Kampagnenbuchung sind nur nach vorheriger Absprache und unter Beteiligung an den technischen Kosten möglich.

3. Der Auftraggeber sichert der Auftragnehmerin zu, dass er alle zur Schaltung der Anzeige erforderlichen Rechte besitzt und die Anzeigen deutlich als Werbemittel erkennbar sind. Wird durch die Anzeige auf andere Seiten verwiesen (Link), so übernimmt der Auftraggeber eine Gewähr dafür, dass diese Seiten:

- keine Rechte (insbesondere Urheber-, Persönlichkeits- oder sonstige gewerbliche Schutzrechte) Dritter verletzen,
- nicht gegen sonstige gesetzliche Bestimmungen verstoßen und
- keine Viren, Würmer, Trojaner oder sonstige Links oder Verfahren beinhalten, die die Auftragnehmerin oder die Internetnutzer schädigen können oder der Verbreitung von Viren, Würmern oder Trojanern dienen.

4. Stellt der Auftraggeber der Auftragnehmerin die Werbemittel nicht so rechtzeitig zur Verfügung, dass die Anzeige zu dem vereinbarten Schaltungstermin veröffentlicht werden kann, so ist die Auftragnehmerin berechtigt, die Veröffentlichung zum nächstmöglichen Schaltungstermin vorzunehmen. Hat der Auftraggeber einen bestimmten Zeitraum gebucht, so verschiebt sich dieser entsprechend in die Zukunft, sofern dies terminlich möglich ist. Bei Formaten, bei denen keine Kalenderwochenabrechnung gemäß § 12 Abs. 2 gilt, kann der Auftraggeber sich statt mit einer Verschiebung des Veröffentlichungszeitraums mit einer geringeren Anzahl von Ad Impressions im ursprünglich vereinbarten Zeitraum einverstanden erklären; bei Displaywerbung (Kalenderwochenabrechnung) entfällt diese Wahlmöglichkeit, maßgeblich bleibt allein die Verschiebung des Buchungszeitraums. Keiner der genannten Fälle berechtigt den Auftraggeber zu einer Kürzung der ursprünglich vereinbarten Vergütung.

5. Der Auftraggeber ist verpflichtet, die Anzeige nach erstmaliger Schaltung zu prüfen und der Auftragnehmerin unverzüglich anzuzeigen, wenn die Anzeige Fehler bzw. Mängel aufweist.

§ 8 Rechte der Auftragnehmerin

1. Die Auftragnehmerin behält sich vor, Anzeigenaufträge abzulehnen, den (weiteren) Abruf von Anzeigen durch den Auftraggeber zu untersagen und die Abrufmöglichkeit zu entziehen, wenn:

- der Inhalt einer Anzeige gegen Gesetze oder behördliche Auflagen und Bestimmungen verstößt,
- eine Anzeige Werbung Dritter oder für Dritte enthält, ohne dass dies der Auftragnehmerin zuvor zur Kenntnis gebracht worden ist,
- die Veröffentlichung einer Anzeige für die Auftragnehmerin aufgrund ihres Inhalts (z.B. politisch extremistische Werbung, irreführende Inhalte, diskriminierende Aussagen), ihrer Herkunft oder ihrer technischen Form nicht möglich oder nicht zumutbar ist,
- die Anzeige nicht den anwendbaren Werberichtlinien oder journalistischen Grundsätzen der Auftragnehmerin entspricht, oder
- aufgrund einer Anzeige ein Streit zwischen der Auftragnehmerin und einem Dritten oder dem Auftraggeber und einem Dritten besteht, infolgedessen ein Dritter Schadensersatzansprüche gegen die Auftragnehmerin wegen der Veröffentlichung der Anzeige geltend machen könnte.

2. Macht die Auftragnehmerin von ihrem Ablehnungsrecht nach bereits erfolgter Veröffentlichung einer Anzeige Gebrauch, so ist der Auftraggeber berechtigt, der Auftragnehmerin eine neue oder geänderte Anzeige zur Verfügung zu stellen, die nicht gegen Abs. 1 dieses Paragraphen verstößt. Hierdurch eintretende Verzögerungen bei der Veröffentlichung gehen zu Lasten des Auftraggebers. Ein Recht auf Rückerstattung der Vergütung steht dem Auftraggeber in keinem Fall zu, wenn der Inhalt einer Anzeige gegen Abs. 1 verstößt.

3. Die Auftragnehmerin ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter verletzt werden, insbesondere ob gesetzliche Vorschriften des Wettbewerbs- und Urheberrechts verletzt werden.

4. Die Auftragnehmerin ist berechtigt, Anzeigen, die nicht als solche erkennbar sind, bei der Veröffentlichung als „Anzeige" zu kennzeichnen oder vom Auftraggeber zu verlangen, dass dieser eine entsprechende Kennzeichnung vornimmt. Die Kosten hierfür trägt der Auftraggeber. Die Auftragnehmerin kann die Anzeige auch vom redaktionellen Inhalt räumlich absetzen, um den Werbecharakter deutlich zu machen.

5. Der Auftraggeber ist ohne vorherige schriftliche Zustimmung der Auftragnehmerin nicht berechtigt, Ansprüche aus dem Vertrag an Dritte abzutreten oder auf Dritte zu übertragen, wenn sich dadurch der Inhalt der Anzeige ändert.

§ 9 Freistellung

1. Der Auftraggeber stellt die Auftragnehmerin auf erstes Anfordern von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der ihr von dem Auftraggeber überlassenen Werbemittel und der Seiten, auf die durch einen Link in den Anzeigen verwiesen wird, von Dritten gegen sie geltend gemacht werden. Die Freistellung umfasst auch die Kosten der notwendigen Rechtsverteidigung in angemessenem Umfang

2. Die vorstehenden Regelungen gelten sinngemäß auch für den Fall, dass der Auftraggeber aus anderen Gründen als zum Zwecke der Werbung der Auftragnehmerin Content (Text, Bild, Audio, Video) zur Verfügung stellt, insbesondere im Rahmen von Advertorials, Sponsored Content oder Gastbeiträgen. Auch in diesen Fällen obliegt es dem Auftraggeber, die Auftragnehmerin von Ansprüchen Dritter freizustellen, sollten diese im Zusammenhang mit dem zugelieferten Content erhoben werden.

3. Der Auftraggeber ist verpflichtet, die Auftragnehmerin unverzüglich über etwaige Ansprüche →

Dritter zu informieren und ihr auf Anforderung alle zur Rechtsverteidigung erforderlichen Informationen und Unterlagen zur Verfügung zu stellen.

§ 10 Mängelansprüche und Gewährleistung

1. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unrichtiger oder unvollständiger Veröffentlichung der Anzeige nach seiner Wahl Anspruch auf Zahlungsminderung oder die Veröffentlichung einer einwandfreien Ersatzanzeige (Nachbesserung). Lässt die Auftragnehmerin eine ihr zum Zwecke der Nacherfüllung vom Auftraggeber gesetzte angemessene Frist verstreichen, so steht dem Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung zu.

2. Gleiches gilt im Falle fehlerhaft erstellter Anzeigen durch die Auftragnehmerin beim elektronischen Newsletterversand. In diesem Fall kann der Auftraggeber vom Vertrag zurücktreten, wenn die Ersatzanzeige nicht mängelfrei ist.

3. Übliche Ausfallzeiten aufgrund von planmäßigen und außerplanmäßigen Wartungsarbeiten berechtigen den Auftraggeber nicht zur Kürzung der Vergütung oder zur Geltendmachung sonstiger Rechte. Gleiches gilt für Zeiten, in denen die Wiedergabe der Anzeige nicht möglich ist aus Gründen, die von der Auftragnehmerin nicht zu vertreten sind (z.B. höhere Gewalt, Streiks oder Hackerangriffe).

4. Die Auftragnehmerin unterrichtet den Auftraggeber unverzüglich, wenn an dem Anzeigentext oder an einer Vorlage noch Änderungen vorgenommen werden müssen.

§ 11 Haftung

1. Weitergehende Mängelansprüche sowie Ansprüche des Auftraggebers auf Schadenersatz aus positiver Vertragsverletzung, unerlaubter Handlung, Verletzung von Pflichten bei Vertragsverhandlungen oder Nichterfüllung sind ausgeschlossen. Dies gilt nicht in Fällen:

- des Vorsatzes oder der groben Fahrlässigkeit,
- bei Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit,
- wenn der Schaden auf einer schuldhaften Verletzung wesentlicher Vertragspflichten beruht,
- Oder im Falle der Nichteinhaltung etwa übernommener Beschaffenheits- und Haltbarkeitsgarantien.

2. Wesentliche Vertragspflichten im Sinne dieser Regelung sind insbesondere die Pflicht der Auftragnehmerin zur Veröffentlichung der Anzeige im vereinbarten Zeitraum und auf der vereinbarten Werbefläche sowie sonstige vertragliche Nebenpflichten, deren schuldhafte Verletzung dazu führen kann, dass die Erreichung des Vertragszwecks gefährdet wird. Der Höhe nach ist die Haftung stets auf den Ersatz des typischerweise vorhersehbaren Schadens begrenzt.

3. Im Falle zwingender gesetzlicher Haftung, etwa nach dem Produkthaftungsgesetz, gelten vorstehende Haftungsbeschränkungen nicht.

4. Ansprüche des Auftraggebers gegen die Auftragnehmerin wegen entgangenen Gewinns sind – gleich aus welchem Rechtsgrund – ausgeschlossen.

§ 12 Vergütung, Abrechnung und Zahlung

1. Die Vergütung richtet sich nach der zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses gültigen Preisliste der Auftragnehmerin, sofern keine abweichenden Preise schriftlich vereinbart wurden.

2. Displaywerbung (insbesondere Banner und vergleichbare grafische Werbemittel auf der Website der Auftragnehmerin) wird auf Basis von Kalenderwochen abgerechnet. Maßgeblich für die Abrechnung ist die Anzahl der gebuchten Kalenderwochen gemäß Auftragsbestätigung. In der Auftragsbestätigung ausgewiesene Ad-Impression-Prognosen (Sichtkontakte) dienen ausschließlich zur Orientierung des Auftraggebers; sie stellen keine zugesicherte Eigenschaft dar und sind für die Abrechnung nicht relevant. Ein Anspruch auf Vergütungsminderung wegen Nichterreichens prognostizierter Ad-Impression-Werte besteht nicht.

3. Soweit die Abrechnung nicht auf Basis von Kalenderwochen gemäß Abs. 2 erfolgt (z.B. bei CPM-basierten Buchungen, Newsletter- oder Podcast-Formaten), erfolgt die Abrechnung auf Basis des von der Auftragnehmerin erstellten Reportings. Weicht ein von dem Auftraggeber erstelltes Reporting hiervon erheblich ab, so bemühen sich die Parteien um eine einvernehmliche Regelung, welche Reportingzahlen der Abrechnung zu Grunde gelegt werden; es kann ein Mittelwert vereinbart werden.

4. Rechnungen sind innerhalb von 7 Tagen nach Rechnungsdatum ohne Abzug zu bezahlen. Bei Zahlungsverzug werden die fälligen Forderungen mit 9 Prozentpunkten über dem jeweiligen Basiszinssatz gemäß § 288 Abs. 2 BGB verzinst. Die Geltendmachung eines weitergehenden Verzugsschadens bleibt vorbehalten.

5. Die Auftragnehmerin behält sich das Recht vor, vom Auftraggeber Vorkasse zu verlangen. Dies gilt auch für den Fall, dass der Auftraggeber sich bereits im Zahlungsverzug mit einer Zahlung befindet und weitere Aufträge vom Auftraggeber erteilt worden sind. Die Auftragnehmerin kann die Ausführung weiterer Aufträge oder die Veröffentlichung von Anzeigen von einer Vorauszahlung oder dem vollständigen Ausgleich bereits fälliger Rechnungen durch den Auftraggeber abhängig machen.

6. Wird dem Auftraggeber bei Auftragserteilung aufgrund eines vereinbarten Buchungsvolumens ein Rabatt gemäß der gültigen Rabattstaffel der Auftragnehmerin gewährt, erfolgt am Ende des vertraglich vereinbarten Bezugszeitraums (in der Regel zum Ende des jeweiligen Kalenderjahres, sofern nichts anderes vereinbart wurde) eine Abrechnung auf Basis des tatsächlich erreichten Volumens: Übersteigt der gewährte Rabatt den nach der Rabattstaffel für das tatsächliche Volumen gültigen Satz, wird die Differenz dem Auftraggeber nachberechnet. Liegt das tatsächliche Volumen über der bei Auftragserteilung zugrunde gelegten Staffelstufe, wird dem Auftraggeber die entsprechende Differenz gutgeschrieben. Die Auftragnehmerin wird den Auftraggeber auf eine drohende Verfehlung des Mindestvolumens rechtzeitig, mindestens jedoch vier Wochen vor Ablauf des Bezugszeitraums, hinweisen.

7. Im Falle der Insolvenz des Auftraggebers oder der Beantragung eines Insolvenzverfahrens über das Vermögen des Auftraggebers ist die Auftragnehmerin berechtigt, den Vertrag fristlos zu kündigen. Bereits fällige Forderungen der Auftragnehmerin werden in diesem Fall sofort zur Zahlung fällig.

§ 13 Reporting und Anzeigenbeleg

1. Die Auftragnehmerin liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Screenshot der veröffentlichten Anzeige als Anzeigenbeleg. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung der Auftragnehmerin über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

2. Auf Anfrage des Auftraggebers liefert die Auftragnehmerin ein Reporting über die Veröffentlichung der Anzeige. Art, Umfang und Format des Reportings richten sich nach den technischen Möglichkeiten der jeweiligen Plattform und werden vor Vertragsschluss abgestimmt. Ein Anspruch auf ein bestimmtes Reporting-Format besteht nur, wenn dies ausdrücklich schriftlich vereinbart wurde.

3. Bei Schaltungen auf Social-Media-Plattformen ist die Auftragnehmerin für die Richtigkeit und Vollständigkeit der von der jeweiligen Plattform bereitgestellten Statistiken nicht verantwortlich.

§ 14 Urheberrecht und Werbemittelaufbewahrung

1. Die Auftragnehmerin verpflichtet sich, die Rechte des Auftraggebers an den Werbemitteln, insbesondere das Urheberrecht, zu wahren.

2. Die Pflicht zur Aufbewahrung vom Auftraggeber übersandter Werbemittel endet drei Monate nach Ablauf des vereinbarten Veröffentlichungszeitraums. Die Auftragnehmerin ist berechtigt, die Werbemittel darüber hinaus unbegrenzt aufzubewahren.

3. Soweit der Auftraggeber der Auftragnehmerin Werbemittel oder sonstigen Content zur Verfügung stellt, räumt er der Auftragnehmerin hiermit alle zur Erfüllung des Vertrages erforderlichen Nutzungsrechte (insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung und öffentlichen Zugänglichmachung) für die Dauer des Vertrages und auf den vereinbarten Kanälen ein.

§ 15 Datenschutz und Werbetransparenz

1. Die Parteien verarbeiten personenbezogene Daten im Rahmen der Vertragsdurchführung jeweils als eigenverantwortliche Stellen im Sinne der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO). Jede Partei ist für die Einhaltung der datenschutzrechtlichen Vorschriften im Rahmen ihres eigenen Verarbeitungsbereichs eigenverantwortlich.

2. Soweit die Auftragnehmerin im Rahmen der Vertragsdurchführung personenbezogene Daten im Auftrag des Auftraggebers verarbeitet (Auftragsverarbeitung im Sinne von Art. 28 DSGVO), schließen die Parteien auf Anforderung einer der Parteien eine gesonderte Vereinbarung zur Auftragsverarbeitung gemäß Art. 28 DSGVO ab.

3. Bei der Schaltung von Werbemitteln auf der Webseite der Auftragnehmerin oder in deren Newslettern können im Rahmen des Trackings (z.B. Messung von Ad Impressions, Klickraten) personenbezogene Daten der Endnutzer verarbeitet und auf deren Endgeräten Informationen gespeichert oder abgerufen werden. Soweit hierfür nach § 25 TTDSG eine Einwilligung der Endnutzer erforderlich ist, stellt die Auftragnehmerin durch geeignete Consent-Management-Mechanismen sicher, dass eine solche Einwilligung eingeholt wird. Der Auftraggeber stellt seinerseits sicher, dass er für die von ihm veranlasste Datenverarbeitung über eine ausreichende Rechtsgrundlage verfügt, und hält die Auftragnehmerin insoweit von etwaigen Ansprüchen Dritter frei.

4. Soweit Werbeschaltungen auf Plattformen erfolgen, die dem Digital Services Act (DSA, Verordnung (EU) 2022/2065) unterliegen, ist der Auftraggeber verpflichtet, der Auftragnehmerin auf Anforderung alle Informationen bereitzustellen, die zur Erfüllung der Transparenzpflichten nach Art. 26 DSA erforderlich sind, insbesondere Angaben dazu, wer für die Werbung verantwortlich ist, in wessen Auftrag die Werbung geschaltet wird und nach welchen wesentlichen Targeting-Parametern die Zielgruppe definiert wurde. Die Auftragnehmerin ist berechtigt, eine Schaltung abzulehnen, wenn der Auftraggeber die erforderlichen Angaben nicht fristgerecht übermittelt.

5. Näheres zur Datenverarbeitung durch die Auftragnehmerin ergibt sich aus deren Datenschutzerklärung, abrufbar unter www.pfefferminzia.de/datenschutz.

§ 16 Stornierung

1. Eine Stornierung des Auftrags durch den Auftraggeber ist möglich. Sie bedarf der Textform (Brief, Fax, E-Mail). Als Zugangszeitpunkt gilt bei einer Stornierung per E-Mail der Eingang während der üblichen Geschäftszeiten der Auftragnehmerin (Montag bis Freitag, 9:00–18:00 Uhr); außerhalb dieser Zeiten gilt der nächste Werktag als Zugangstag.

2. Für digitale Anzeigenaufträge (Website, Newsletter, Social Media, Podcast, E-Book, Video) gilt folgende Stornierungsstaffel:

- Bei Stornierung mindestens vier Wochen vor Kampagnenstart: kostenfrei.
- Bei Stornierung weniger als vier Wochen, aber vor Kampagnenstart: 50 Prozent der vereinbarten Vergütung.
- Bei Stornierung nach erstmaligem Kampagnenstart bzw. nach Ablauf des vertraglich vereinbarten erstmaligen Schaltungstermins: 100 Prozent der vereinbarten Vergütung.

3. Für Printanzeigen gilt abweichend eine Zwei-Stufen-Regelung ohne Mittelstufe: Eine kostenfreie Stornierung ist ausschließlich bis zum Anzeigenschluss der jeweiligen Ausgabe möglich, wie er in der Auftragsbestätigung oder den jeweils gültigen Mediadaten der Auftragnehmerin ausgewiesen ist. Nach Ablauf des Anzeigenschlusses ist die Auftragnehmerin berechtigt, 100 Prozent der vereinbarten Vergütung in Rechnung zu stellen. Eine Abstufung wie bei digitalen Aufträgen findet für Printanzeigen nicht statt.

4. Als Stornierung gilt es auch, wenn der Auftraggeber der Auftragnehmerin die Werbemittel nicht zur Verfügung stellt mit der Folge, dass eine Veröffentlichung der Anzeige nicht stattfinden kann.

5. Der Auftraggeber ist berechtigt, nachzuweisen, dass der Auftragnehmerin durch die Stornierung kein oder ein geringerer Schaden entstanden ist. In diesem Fall ist die jeweils anfallende Stornierungsgebühr entsprechend zu reduzieren.

§ 17 Laufzeit und Kündigung

1. Jeder Anzeigenauftrag hat eine im Vertrag festgelegte Laufzeit. Sofern keine Laufzeit vereinbart ist, gilt der Auftrag mit vollständiger Erbringung der vereinbarten Leistung (Veröffentlichung der Anzeige für die vereinbarte Dauer bzw. die vereinbarte Anzahl von Kalenderwochen oder sonstigen Buchungseinheiten) als beendet.

2. Das Recht zur außerordentlichen Kündigung aus wichtigem Grund bleibt unberührt. Ein wichtiger Grund liegt für die Auftragnehmerin insbesondere vor, wenn der Auftraggeber mit der Zahlung fälliger Rechnungen trotz Mahnung und Fristsetzung in Verzug gerät oder über das Vermögen des Auftraggebers ein Insolvenzverfahren beantragt oder eröffnet wird.

§ 18 Schlussbestimmungen

1. Erfüllungsort ist der Sitz der Auftragnehmerin.

2. Gerichtsstand für alle Streitigkeiten aus oder im Zusammenhang mit diesem Vertrag ist Hamburg, sofern der Auftraggeber Kaufmann, eine juristische Person des öffentlichen Rechts oder ein öffentlich-rechtliches Sondervermögen ist.

3. Es gilt deutsches Recht unter Ausschluss des UN-Kaufrechts (CISG).

4. Sollten einzelne Bestimmungen dieser AGB ganz oder teilweise unwirksam oder undurchführbar sein oder werden, so berührt dies die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen nicht. Anstelle der unwirksamen oder undurchführbaren Bestimmung gilt diejenige wirksame und durchführbare Regelung als vereinbart, die dem wirtschaftlichen Zweck der unwirksamen Bestimmung am nächsten kommt.

5. Nebenabreden, Änderungen und Ergänzungen dieses Vertrages bedürfen der Schriftform; Telefax und E-Mail genügen. Dies gilt auch für die Aufhebung des Schriftformerfordernisses selbst.

6. Änderungen dieser AGB werden dem Auftraggeber mindestens 30 Tage vor Inkrafttreten in Textform mitgeteilt. Bei redaktionellen Anpassungen und nicht-wesentlichen Klarstellungen, die den Vertragsinhalt nicht zum Nachteil des Auftraggebers verändern, gelten die geänderten AGB als akzeptiert, wenn der Auftraggeber nicht innerhalb von 14 Tagen nach Zugang der Mitteilung in Textform widerspricht; die Auftragnehmerin wird den Auftraggeber in der Änderungsmitteilung ausdrücklich auf diese Folge hinweisen. Bei wesentlichen Änderungen des Vertragsinhalts (insbesondere Vergütung, Zahlungsfristen oder Haftungsregelungen) bedarf es der ausdrücklichen Zustimmung des Auftraggebers.

AGB
Werbung
Stand:
1. Mai 2026

Mit Auftragserteilung erkennt der Kunde die AGB an.