

**Messe München
International**



Online Mediadaten 2010

www.hybridica.de

Sie möchten das ganze Jahr über die hybridica informiert sein?
Abonnieren Sie kostenfrei den Newsletter unter www.hybridica.de/newsletter

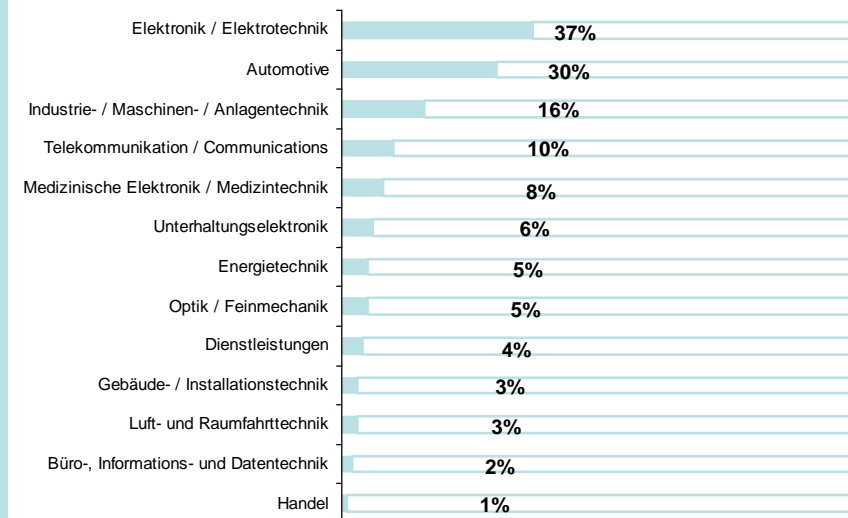
Exklusive Zielgruppe – nur die Besten sind gut genug

Die hybridica ist die **Messeplattform für die Entwicklung und Herstellung hybrider Bauteile**, die vom **9.- 12. November 2010** zum zweiten Mal parallel zur electronica stattfindet. Beide Veranstaltungen ergänzen sich optimal, da zahlreiche Hybrid-Komponenten auch mit Elektronik bestückt werden, z.B. beim Einsatz in der Kommunikations- oder Automotive-Industrie.

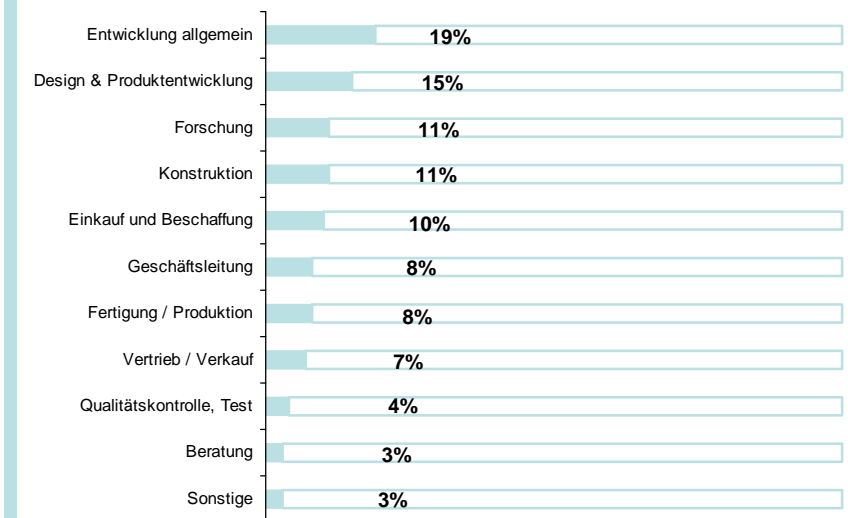
Die hybridica trägt mit ihrer zukunftsorientierten Ausrichtung dem technologischen Wandel großer Teile der Industrie Rechnung, in der sich reine Metall- und Kunststoffverarbeiter bereits jetzt schon zu spezialisierten Herstellern komplexer Baugruppen entwickelt haben.

Die hybridica ist als internationale Fachmesse positioniert. Sie adressiert das globale Marktgeschehen und weist von der ersten Veranstaltung an ein hochgradiges Besucherspektrum aus der ganzen Welt auf: **26 % aller Besucher kamen aus dem Ausland**, aus insgesamt 21 Ländern.

Besucherbranchen hybridica 2008



Berufliche Stellung der Besucher



Werbeformen: Punkten Sie mit dem optimalen Angebot

01) Banner auf hybridica.de

Platzieren Sie Ihre aufmerksamkeitsstarke Image-Werbung neben den Messeinformationen der hybridica.

>> Seite 5

02) Banner in der Ausstellerdatenbank

Informieren Sie Ihr Fachpublikum über Neuheiten in Ihrem Unternehmen.

>> Seite 6

03) High-tech Messe-Websites

Durch Cross-Placement auf unseren High-tech Messe-Websites geschickt Reichweite und Kontaktfrequenz steigern.

>> Seite 7

04) Newsletter: hybridica Informationen im electronica Newsletter

Der Branchennewsletter: fest etabliert in der internationalen Elektronikbranche als die fundierte Entscheidungsgrundlage für Investitionen. Ab 2010 neu: mit hybridica Informationen.

>> Seite 8

05) E-mailings an registrierte Besucher

Hier sichern Sie sich Ihre 100% Aufmerksamkeitsgarantie.

>> Seite 9

Rabattierung

5% bei 2 gleichzeitigen Buchungen in freier Kombination der oben genannten Produkte
10% bei 3 gleichzeitigen Buchungen in freier Kombination der oben genannten Produkte

Werbeformen: die Vorbereitung ist das A und O

Die Tabelle stellt die umfangreichen Werbeformen der hybridica im Überblick dar. Wählen Sie entsprechend Ihrem Marketingziel die passenden Werbeträger und Kombinationen. So werden Sie jeder Anforderung an moderne Online-Werbung gerecht.

Ihr Marketingziel				
	Reichweite (Bekanntheit, Image und Markenbildung)	Positionierung (als Technologieanbieter, B2B Werbetreibender, Transfer von Know-How)	Selektive Zielgruppenansprache (z.B. im ausgewählten Themenumfeld)	Seite
Newsletter	●	●		8
E-mailings an registrierte Besucher	●	●	●	9
Website-Banner	●	●	●	5-7

01) hybridica Website: Content- und Navigationsbanner

Beispiel



Werben Sie gezielt mit einem Banner auf der Messewebsite www.hybridica.de. Der regelmäßige electronica Newsletter mit hybridica-Kategorie bringt monatlich gezielt Ihre Interessengruppe auf die Websites. Sie haben die Möglichkeit einen Banner in der rechten Navigation oder im Content-Bereich zu schalten. Unser Online-Vertriebsteam berät Sie gerne.

Banner-Fakten

Preise (in EUR):	1. Content/ Full-size Banner	49,- TKP
	2. Navigations-Banner	39,- TKP

Formate:	1. 468x60 Pixel 2. 188x73 Pixel
	GIF, JPG (max. 15 kb), Flash (bis Version 8, hardcodierter Link); Die Formatierung obliegt der Messe München GmbH; Angabe von gewünschter Ziel-URL

Mindestbuchung: 10.000 AdImpressions, die Banner rotieren.

Reporting: Anzahl AdImpressions, Anzahl Klicks.

Preise gültig bis 31.12.2010

02) hybridica Website: Banner in der Ausstellerdatenbank

Die Ausstellerdatenbank auf www.hybridica.de spielt für die Vorbereitung des Messebesuches die zentrale Rolle. Hier recherchieren Besucher nach Ausstellern und stellen sich persönliche Listen für ihren Besuch zusammen. Nutzen Sie diese Werbemöglichkeiten, um zusätzlich auf Ihr Unternehmen aufmerksam zu machen.

Beispiel



Banner-Fakten

Preise (in EUR):	1. Full-size Banner	49,- TKP
	2. Button Banner	29,- TKP

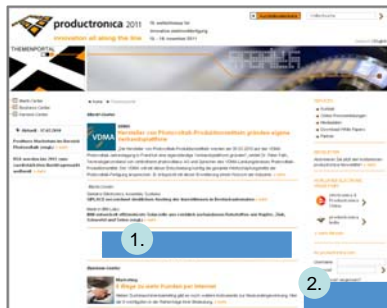
Format:	1. 468x60 Pixel
	2. 120x60 Pixel
GIF, JPG (max. 15 kb), Flash (bis Version 8, hardcodierter Link); Die Formatierung obliegt der Messe München GmbH; Angabe von gewünschter Ziel-URL	

Mindestbuchung: 10.000 AdImpressions, die Banner rotieren.

Reporting: Anzahl AdImpressions, Anzahl Klicks

Preise gültig bis 31.12.2010

03) High-tech Messe-Websites: Content- und Navigationsbanner



Erschließen Sie das gesamte Potenzial der High-tech Messe-Websites der Messe München. Durch Cross-Placement erweitern Sie geschickt Ihre Reichweite und steigern so die Kontaktfrequenz.

Banner-Fakten

High-tech Websites:	productronica	www.productronica.com
	electronica	www.electronica.de
	LASER World of PHOTONICS	www.world-of-photonics.net
	analytica	www.analytica.de

Preise (in EUR):	1. Content/ Full-size Banner	49,- TKP
	2. Navigations-Banner	39,- TKP

Formate:	1. 468x60 Pixel
	2. 188x73 Pixel (Ausnahme: www.world-of-photonics.net : 234x60 Pixel)
	GIF, JPG (max. 15 kb), Flash (bis Version 8, hardcodierter Link);
	Die Formatierung obliegt der Messe München GmbH; Angabe von gewünschter Ziel-URL

Mindestbuchung:	20.000 AdImpressions, die Banner rotieren.
-----------------	--

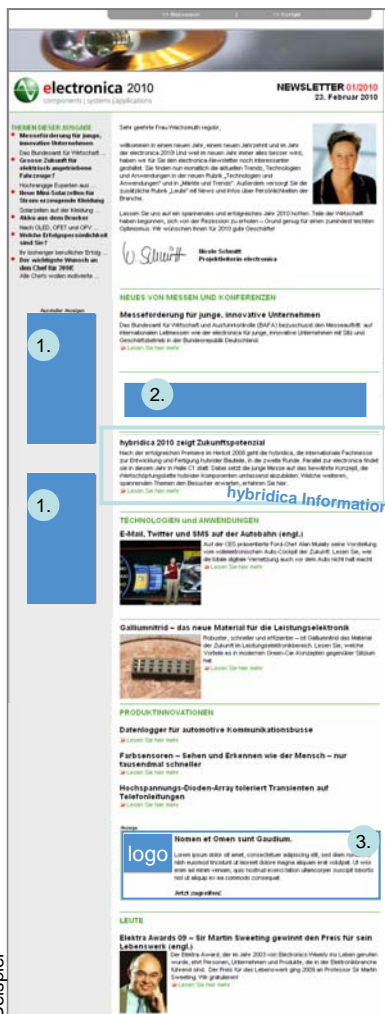
Reporting:	Anzahl AdImpressions, Anzahl Klicks
------------	-------------------------------------

Preise gültig bis 31.12.2010





04) electronica Newsletter



Nutzen Sie auch als hybridica Aussteller diesen zielgenauen Multiplikator für Ihre Produktkommunikation und Imagewerbung. Mit dem electronica Newsletter sind Sie monatlich auf dem Bildschirm der relevanten Fachkräfte und Entscheider präsent. Dabei können Sie Ihre Werbebotschaften ganz nach Ihren Wünschen gestalten und hervorheben. Die redaktionell anspruchsvollen und hochaktuellen Informationen bieten zudem ein ideales Umfeld für Ihre Online-Werbung.

Newsletter-Fakten

Empfängerzahl: ca. 48.000 (dt. Ausgabe: ca. 28.000 Empfänger, engl. Ausgabe: ca. 20.000 Empfänger)

Erscheinungsweise: monatlich

Preise (in EUR):

- 1. Vertical Banner 120x240 Pixel 700,-
- 2. Fullsize Banner 468x60 Pixel 1.600,-
- 3. Textanzeige + Logo 300 Zeichen + Logo 89x70 Pixel 900,-

Format: Text, GIF, JPG (max. 15 kb); Die Formatierung obliegt der Messe München GmbH; Angabe von gewünschter Ziel-URL; Animationen sind in einigen E-Mail-Programmen nicht darstellbar.

Reporting: Anzahl Öffnungen des Newsletter, Anzahl Klicks auf Anzeige
Deutsch: ISSN – Nr. 1613-6608
Englisch: ISSN – Nr. 1613-7299

Preise gültig bis 31.12.2010

Redaktionsplanung

Ausgabe und Themenschwerpunkt	KW / Datum
1	04 / 27.01.2010
2 - Embedded	07 / 17.02.2010
3 - Green Electronics	11 / 17.03.2010
4 - Industry	15 / 14.04.2010
5 - Medical	19 / 12.05.2010
6 - Automotive, Elektromobilität	23 / 09.06.2010
7 - Consumer / Displays	27 / 07.07.2010
8 - Embedded	31 / 04.08.2010
9 - Industry	35 / 01.09.2010
10 - Green Electronics	37 / 15.09.2010
11 - Automotive, Elektromobilität	39 / 29.09.2010
12 - Displays	41 / 13.10.2010
13 - Medical	43 / 27.10.2010
14 - Consumer	49 / 08.12.2010

05) E-mailings an registrierte Besucher



Sichern Sie sich Ihre ganz persönliche 100%-Aufmerksamkeitsgarantie! Zur electronica und hybridica 2008 haben sich rund 43.000 Besucher vor Ihrem Weg zur Veranstaltung online angemeldet. Die sehr hohen Öffnungs- und Klickraten sprechen für das Interesse der Zielgruppe. Nutzen Sie die Möglichkeit, Ihre Anzeige in diesem exklusiven Rahmen zu platzieren. Es sind nur 2 Anzeigenplätze jeweils verfügbar. Ihr Vorteil: 100% streuverlustfrei, denn Sie erreichen nur tatsächliche electronica- und hybridica Besucher.

E-mailing-Fakten

Preise (in EUR):	a) Auftragsbestätigung der Registrierung unmittelbar nach der Ticketbestellung (electronica und hybridica Verteiler)	3.800,-
	b) electronica highlight Informationen ca. 5 Tage vor der Messe	1.700,-
	c) Danke-Emailing nach der Veranstaltung (electronica und hybridica Verteiler)	2.400,-

Format: 1. Content banner 318x60 Pixel
Text, GIF, JPG (max. 15 kb); Die Formatierung obliegt der Messe München GmbH; Angabe von gewünschter Ziel-URL; Animationen sind in einigen E-Mail-Programmen nicht darstellbar.

Buchungsdeadline: 1. 15.10.2010
2. 25.10.2010
3. 09.11.2010

Reporting: Anzahl Öffnungen des Newsletter, Klicks auf die Anzeige

Nur für Aussteller

Preise gültig bis 31.12.2010



Allgemeine Geschäftsbedingungen

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Online-Werbung auf den Webseiten und anderen Online-Medien der Messe München GmbH (MMG), Messegelände, D-81823 München

1. Ausschließliche Geltung; Definitionen

1.1 Die Messe München GmbH, im folgenden MMG genannt, ermöglicht Werbetreibenden Werbung auf ihren Internet-Seiten und in anderen ihrer Online-Medien, wie Service- und Newsletter-E-mails ("Online-Medien") zu schalten („Online-Werbung“). Für alle Vertragsverhältnisse zwischen MMG und den werbetreibenden Vertragspartnern („Auftraggeber“) über die Schaltung von Werbemitteln in den Online-Medien gelten ausschließlich diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen („AGB“). MMG kann ihre Leistungen durch geeignete Dritte erbringen lassen.

1.2 „Werbeauftrag“ im Sinne der nachfolgenden AGB ist der Vertrag über die Schaltung von Werbemitteln in den Online-Medien gemäß nachstehender Ziffer 2.

1.3 „Werbemittel“ sind alle für die Online-Werbung gestaltete Materialien, welche insbesondere aus Bild- und Textelementen und Bewegtbildern (z.B. Banner, Flashs) und sensiblen Flächen bestehen, die zu einer vom Auftraggeber angegebenen URL verlinken.

1.4 Es gelten jeweils die AGB in der zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses gültigen Fassung, die von den AGB inhaltlich abweichen, gelten ausschließlich die AGB der MMG und zwar auch dann, wenn MMG im Einzelfall der Geltung einer Bestimmung oder der Gesamtheit solcher Bedingungen nicht widerspricht.

2. Abschluss eines Werbeauftrags

2.1 Der Auftraggeber kann einen Auftrag mündlich oder schriftlich, insoweit auch per E-Mail, erteilen. Ein verbindlicher Werbeauftrag kommt allerdings erst durch die schriftliche Bestätigung des Auftrages durch MMG oder einen Dienstleister zustande. Der Auftrag gilt als abgelehnt, wenn nicht innerhalb von 2 Wochen ab Auftragserteilung durch den Kunden eine solche Bestätigung erfolgt ist.

2.2 Bei Agenturbuchungen kommt der Vertrag mit der Werbeagentur zustande. Soll der Werbetreibende

Auftraggeber werden, muss er von der Werbeagentur namentlich benannt werden und die Vertretungsbefugnis auf Verlangen nachgewiesen werden.

2.3 Der Auftraggeber versichert, nicht Verbraucher im Sinne der einschlägigen Vorschriften, insbesondere § 13 BGB zu sein, Verbraucher sind vom Vertragsschluss ausgeschlossen.

2.4 Der Auftraggeber ist verpflichtet, wahrheitsgemäße Angaben zu machen.

3. Leistungsumfang, Änderung des Leistungsangebots

3.1 Der Auftraggeber kann aufgrund der beauftragten Online-Werbung keinen bestimmten Erfolg oder wirtschaftliche Ergebnisse erwarten, solche werden in keinem Fall vereinbart oder von MMG zugesichert.

3.2 MMG bietet ihre Leistungen auf der Grundlage der technischen, rechtlichen und kommerziellen Rahmenbedingungen für Online-Medien an, die dem stetigen Wandel unterworfen sind.

3.3 Ändern sich die vorstehend genannten Rahmenbedingungen und wird der MMG dadurch die Erbringung der vertragsgemäßen Leistungen wesentlich erschwert oder unmöglich, kann sie unbeschadet weitergehender Rechte von Werbeaufträgen zurücktreten.

3.4 Die MMG ist jederzeit berechtigt, die Strukturierung und Gestaltung ihres Werbeauftrages, der einzelnen Seiten sowie die sonstiger Online-Medien zu ändern oder ganz einzustellen. Die MMG ist verpflichtet, den Auftraggeber über für einen Werbeauftrag wesentliche Änderungen unverzüglich zu informieren. Eine wesentliche Änderung stellt eine hinsichtlich der Wahrnehmbarkeit offensichtlich nachteilige Platzierung oder wesentliche Größenänderung eines Werbemittels dar.

3.5 Soweit Gegenstand des Werbeauftrages Email-Kampagnen sind, stimmen die Parteien überein, dass nicht bestimmte Versandtermine, Frequenzen, Reichweiten oder Validität des Adressbestandes maßgeblich sind. Dementsprechend kann MMG im eigenen Ermessen und ohne Verpflichtung hierzu weitere Aussendungen vornehmen, z.B. wenn einzelne Aussendungen entfallen. Ist Gegenstand des Auftrages auch die Selektion eines Adressbestandes, wird MMG den Auftraggeber benachrichtigen, wenn die gewählten Kriterien nicht den vereinbarten Umfang an Adressaten liefern. Ist eine Reduktion notwendig, erfolgt diese nach dem Zufallsprinzip.

4. Prüfungspflichten, Ablehnungsbefugnis

4.1 Der Auftraggeber ist selbst und auf eigene Kosten verpflichtet, jegliche Werbemittel und sonstige Inhalte die er MMG zur Verfügung stellt, einschließlich verlinkter Ziele (zusammen „Inhalte“), auf deren Richtigkeit, Rechtmäßigkeit und Zulässigkeit für die konkrete Verwendung zu prüfen. Dies umfasst jegliche möglichen Rechte Dritter, insbesondere gewerbliche

Schutzrechte (z.B. Marken), das Urheberrecht und Persönlichkeitsrechte, und gesetzliche Bestimmungen (z.B. Werbeverbote in Telemedien, Wettbewerbsrecht). MMG trifft insoweit keine eigene Prüfpflicht.

4.2 MMG ist berechtigt die Ausführung eines Werbeauftrages insgesamt oder hinsichtlich einzelner Werbemittel oder Schaltungen abzulehnen oder die Schaltung auszusetzen oder einzustellen, wenn der begründete Verdacht besteht, dass der Inhalt in vorstehendem Sinne unzulässig oder rechtswidrig ist, von entsprechenden Organen beanstandet wurde oder der Inhalt sonst den Interessen von MMG an einem professionellen Erscheinungsbild der Online-Medien zuwider läuft, insbesondere wenn im Ermessen der MMG nicht die notwendige Qualität erreicht ist oder Inhalte sonst unangemessen oder anstößig sind.

4.3 Im Falle einer solchen Ablehnung hat der Auftraggeber dennoch die vereinbarte Vergütung zu entrichten, es sei denn, MMG hat den vorgesehenen Platz anderweitig vergeben können.

5. Stornierung

Die Stornierung eines Werbeauftrages durch den Auftraggeber ist zu den folgenden Gebühren möglich:

- zwischen 4 und 2 Wochen vor dem Schaltungstermin: 50% des jeweiligen Auftragswertes
- zwischen 2 Wochen und 2 Tagen vor dem Schaltungstermin 80% des jeweiligen Auftragswertes
- später: 100% des jeweiligen Auftragswertes.

6. Mitwirkung, Datenanlieferung und Platzierung

6.1 Der Auftraggeber ist verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere den technischen Vorgaben von MMG entsprechende Werbemittel rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern.

Rechtzeitigkeit bestimmt sich nach den vereinbarten bzw. den aktuell öffentlich publizierten Lieferungsfristen für das jeweilige Online-Medium und bedeutet sonst fünf Werktage vor dem vereinbarten Schaltungstermin. Sollte der Auftraggeber dieser Verpflichtung nicht nachkommen und daher eine Schaltung nicht möglich sein, bleibt die Zahlungsverpflichtung hiervon unberührt.

6.2 MMG ist zu erforderlichen Bearbeitungen der Werbemittel berechtigt, aber nicht verpflichtet. Insbesondere kann ein Werbemittel, das nicht als Werbung erkennbar ist, von MMG mit dem Wort „Anzeige“ gekennzeichnet werden.

6.3 Die Platzierung wird nach billigem Ermessen und größtmöglicher Berücksichtigung der Interessen des Auftraggebers und unter Wahrung der jeweils gebuchten Kategorie vorgenommen.

6.4 Es kann nicht sicher gestellt werden, dass innerhalb der Online-Medien nicht auch Werbung für Waren oder Dienstleistungen eines Konkurrenten des Auftraggebers, auch in räumlicher beziehungsweise zeitlicher Nähe zu Werbemitteln des Auftraggebers, platziert wird.

6.5 Der Auftraggeber kann innerhalb von 10 Tagen nach dem letzten Schaltungstermin die Rücksendung von Materialien oder Werbemitteln verlangen, eine Aufbewahrungs- oder Dokumentationspflicht besteht jedoch nicht.

7. Rügepflicht

Der Auftraggeber ist verpflichtet, auf Webseiten der MMG geschaltete Online-Werbung jeweils unverzüglich nach Beginn der ersten Schaltung zu prüfen und etwaige offensichtliche Mängel innerhalb der ersten Schaltungswoche schriftlich zu reklamieren. Nach Ablauf dieser Frist gilt ein solcher Mangel als genehmigt. Versteckte Mängel sind innerhalb einer Woche nach Bekanntwerden, spätestens jedoch innerhalb von 12 Monaten nach gesetzlichem Verjährungsbeginn zu rügen.

8. Nutzungsrechte, Garantien und Freistellung

8.1 Der Auftraggeber räumt MMG die zur Erfüllung dieses Vertrages notwendigen Rechte an gelieferten Inhalten ein.

8.2 Der Auftraggeber garantiert, dass die vertragsgemäße Verwendung der Werbemittel durch MMG keinerlei Rechte Dritter oder gesetzliche Bestimmungen, insbesondere die in vorstehender Ziffer 4.1 genannten, verletzt.

8.3 Der Auftraggeber stellt MMG von allen Ansprüchen, angemessenen Kosten der Rechtsverteidigung und Schäden frei, die aus der Verletzung einer Garantie durch den Auftraggeber resultieren oder im Zusammenhang mit der vertragsgemäßen Verwendung der Werbemittel gegenüber MMG geltend gemacht werden.

8.4 Der Auftraggeber wird jede nicht bestimmungsgemäße Verwendung der Funktionalitäten der Online-Medien der MMG unterlassen.

8.5 Der Auftraggeber hat die übermittelten Daten frei von Computerviren, Würmern oder sonstigen Schadensquellen zu liefern. MMG ist zum Vorhalten eigener Schutzmechanismen nicht verpflichtet.

8.6 Insbesondere bei Einschaltung von Agenturen und soweit der Werbetreibende Auftraggeber ist, gelten diese Bestimmungen ungeachtet der Kenntnis des Auftraggebers der an MMG gelieferten Inhalte.

9. Gewährleistung

9.1 Entspricht eine Online-Werbung aufgrund eines von MMG zu vertretenden Umstandes nicht der geschuldeten Beschaffenheit, stellt MMG die auftragsgemäße Durchführung dieser Werbung durch Ersatzschaltung in einem vergleichbaren Bereich/Umfeld sicher („Ersatzwerbung“). MMG hat das Recht, eine Ersatzwerbung zu verweigern, wenn

• diese einen Aufwand fordert, der unter Beachtung des Inhalts des Schuldverhältnisses und dem Gebot von Treu und Glauben in einem groben Missverhältnis zu dem Leistungsinteresse

des Auftraggebers steht, oder

• diese für MMG nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich wäre.

9.2 Lässt MMG eine ihr für die Ersatzwerbung gestellte angemessene Frist verstreichen oder verweigert MMG die Ersatzwerbung ernsthaft und endgültig oder ist die Ersatzwerbung erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Rückabwicklung des Auftrages oder Zahlungsminderung in dem Ausmaß, in angemessenem Umfang, insbesondere im Hinblick darauf inwieweit die Online-Werbung beeinträchtigt wurde.

9.3 Gewährleistungsansprüche verjähren 12 Monate nach dem gesetzlichen Verjährungsbeginn.

10. Haftung

10.1 MMG haftet unbeschränkt für vorsätzliches oder grob fahrlässiges Verhalten.

10.2 Für einfache Fahrlässigkeit haftet MMG nur, sofern wesentliche Vertragspflichten verletzt werden. Unter wesentlichen Vertragspflichten sind solche Pflichten zu verstehen, die der Vertrag nach seinem Sinn und Zweck dem Auftraggeber gerade zu gewähren hat oder deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrags überhaupt erst ermöglicht und auf deren Einhaltung der Auftraggeber regelmäßig vertrauen darf.

10.3 Die Haftung von MMG beschränkt sich im Falle leichter Fahrlässigkeit auf den vertragstypischen und vorhersehbaren Schaden.

10.4 Eine Haftung für mittelbare Schäden sowie entgangenen Gewinn ist im Falle einfacher Fahrlässigkeit – außer bei Vorliegen der unbeschränkten Haftungsvoraussetzungen nach Ziffer 10.1 – ausgeschlossen.

10.5 Die Haftungsbeschränkungen bzw. -ausschlüsse nach den vorstehenden Ziffern 10.2 bis 10.4 gelten nicht für eine gesetzlich vorgeschriebene verschuldensunabhängige Haftung von MMG oder die Haftung aus einer vertraglich übernommenen verschuldensunabhängigen Garantie sowie bei der Verletzung von Leib, Leben oder Gesundheit.

10.6 Soweit die Haftung von MMG ausgeschlossen oder beschränkt ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung ihrer gesetzlichen Vertreter und Erfüllungsgehilfen. Die Haftungsbeschränkungen gelten ferner für alle Anspruchsarten, auch solche aus Delikt.

10.7 Die Haftung nach vorstehender Ziffer 10.2 ist zudem summenmäßig beschränkt auf das 3-fache der vertraglichen Vergütung.

10.8 MMG haftet nicht, sofern durch Links auf Internet-Seiten anderer Anbieter verwiesen wird, die außerhalb des Verantwortungsbereiches von MMG liegen. Für diese Inhalte und Schäden, die aus der Nutzung solcher Informationen entstehen, haftet allein der Anbieter dieser Seiten.

11. Vergütung

11.1 Die von dem Auftraggeber zu zahlende Vergütung richtet sich nach der beim Vertragsabschluss gültigen Preisliste. Zusätzlich wird die gesetzliche Mehrwertsteuer erhoben.

11.2 Die an MMG zu zahlende Vergütung ist mit Rechnungsstellung ohne Abzüge zur Zahlung vor Überweisung fällig.

11.3 Eine Änderung der Preisliste von MMG bleibt vorbehalten. Für von MMG bestätigte Aufträge sind Preisänderungen allerdings nur wirksam, wenn sie mindestens einen Monat vor Veröffentlichung des Werbemittels angekündigt wurden. Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Kündigungsrecht zu. Wird dieses Kündigungsrecht nicht binnen eines Monats seit Bekanntgabe der Preiserhöhung ausgeübt, gilt die Preiserhöhung für die bestehenden Aufträge als genehmigt.

11.4 Berechnet sich die Vergütung nach der Anzahl von Seitenaufrufen oder ähnlichen Daten, sind insoweit allein Daten aus Berichtssystemen der MMG oder ihrer Dienstleister maßgeblich.

12. Datenschutz

12.1 Personenbezogene Daten aus der Sphäre des Auftraggebers werden von MMG nur im Rahmen der gesetzlichen Bestimmung erhoben, gespeichert, verarbeitet und genutzt.

12.2 Der Werbeauftrag wird unter Berücksichtigung der geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen abgewickelt.

13. Schlussbestimmungen

13.1 Es findet ausschließlich deutsches Recht Anwendung. Erfüllungsort ist München.

13.2 Der ausschließliche Gerichtsstand für alle sich aus und im Zusammenhang mit dem Vertragsverhältnis zwischen dem Auftraggeber und der MMG ergebenden Rechtsstreitigkeiten ist München. MMG kann einen Auftraggeber auch vor dem für seinen Sitz zuständigen Gericht verklagen.

13.3 Sollte eine oder mehrere Bestimmungen ganz oder teilweise unwirksam sein oder werden, so bleiben die übrigen Bestimmungen wirksam. Unwirksame Bestimmungen werden die Parteien durch solche Bestimmungen ersetzt, die dem angestrebten Zweck unter Berücksichtigung der wirtschaftlichen und rechtlichen Interessen beider Parteien am nächsten kommen.

13.4 Mündliche Nebenabreden bestehen nicht. Änderungen oder Ergänzungen der in diesen Bedingungen enthaltenen Bestimmungen, einschließlich dieser Schriftformklausel, bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform.

(Stand Dezember 2008)

Kontakt

Anzeigenkontakt:

Frau Andrea Hillenbach
A. Sutter Dialog Services GmbH
Service-Partner der Messe München GmbH
Bottroper Straße 20, 45141 Essen
Postfach 10 09 42, 45009 Essen
Telefon +49 201 3101-433
Telefax +49 201 3101-9919
online@hybridica.de

Verantwortlich:

Messe München GmbH
Messegelände
81823 München
www.messe-muenchen.de