



Advertising Power

Hightech-Messen für Messedienstleister und B2B Werbetreibende



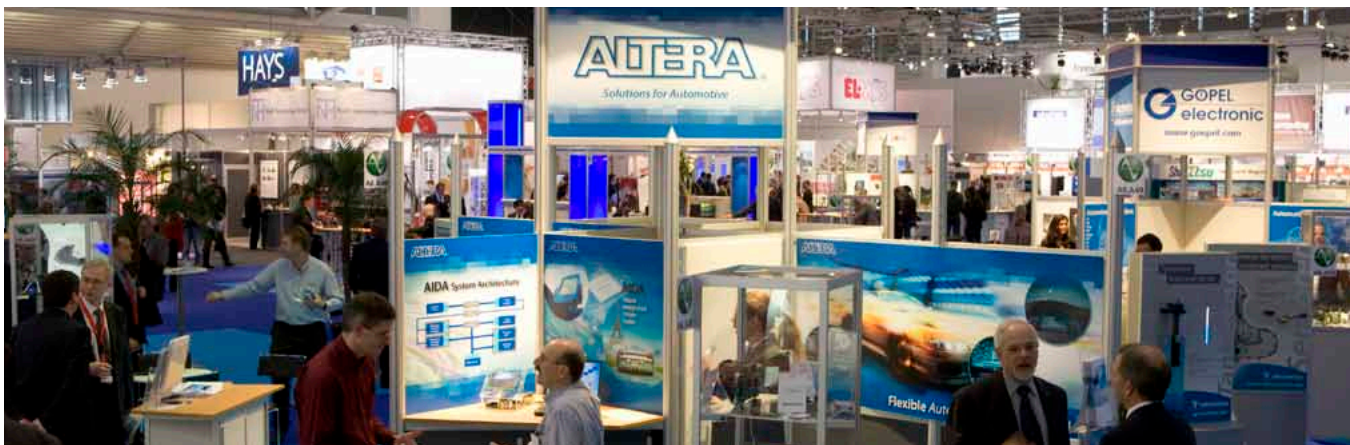
Connecting Global Competence



Ein starkes Profil

VORSPRUNG DURCH HIGHTECH

Mit rund 40 Fachmessen für Investitionsgüter, Konsumgüter und „Neue Technologien/Hightech“ ist die Messe München International (MMI) eine der weltweit führenden Messgesellschaften. Ein internationales Netzwerk von 62 Auslandsvertretungen und 4 Tochtergesellschaften betreut die Messeaktivitäten in 86 Nationen. Dabei spielen die Hightech-Veranstaltungen eine Schlüsselrolle: in den Kompetenzfeldern Elektronik, Elektronik-Fertigung, hybride Bauteile/Verbundtechnologien, Photonik und IT bietet die Messe München einen einzigartigen Kompetenz-Mix der wichtigsten Zukunftstechnologien.



VORTEILE DURCH KONTINUIERLICHE WERBUNG

Durch die ganzjährige Verteilung der zahlreichen Messe-Veranstaltungen sind Sie durch Cross-Placement in den relevanten Online-Angeboten ständig präsent: Ideal für Aussteller, Service-Anbieter rund um das Messgeschäft sowie für B2B-Werbetreibende.

Unser Online-Angebot ist ein überzeugendes Instrument für Ihr Marketing: ganzjährige, direkte Kundenansprache, Erreichung der internationalen Technologie-Entscheider, prominente Präsentation Ihrer Botschaften und Marken, hohe Medienreichweite durch PR- und Werbemaßnahmen der internationalen Messen. Wir erreichen regelmäßig 170.000 Hightech-affine Newsletter-Abonnenten ohne Streuverluste und zeigen Ihre Botschaften auf den Hightech-Messe-Websites mit bis zu 3,6 Millionen Page Impressions pro Jahr.



IHR MARKETINGZIEL

	Reichweite (Bekanntheit, Image- und Markenbildung)	Positionierung (als Technologieanbieter, B2B Werbetreibender, Transfer von Know-How)	Selektive Zielgruppenansprache (z.B. im ausgewählten Themenumfeld)		Seite
			Aussteller	Besucher	
Aussteller-Newsletter	•		•		5
Newsletter (Besucher und Aussteller)	•	•		•	6
Highlight Newsletter (Besucher und Aussteller)	•	•		•	6
electronica Trend.letter (Besucher und Aussteller)	•	•		•	6
Website-Banner in Navigation	•	•			8
Website-Banner im Content	•	•	•	•	8

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



Hightech-Messen – Veranstaltungsüberblick

Mit technologischen Schwergewichten weltweit führend. Nutzen Sie das starke Branding der Weltleitmessen für effektive Platzierung Ihrer Werbebotschaften und erhöhen Sie damit Ihre Reichweite und Relevanz im Markt.

Messe	Nächster Termin/Turnus	Positionierung	Angebot	Besucherzielgruppe	Anzahl Aussteller	Anzahl Besucher
 <p>Weltleitmesse und Kongress für Komponenten, Systeme und Anwendungen der Optischen Technologien</p>	15.–18.06.2009 / 2 Jahre	Die LASER World of PHOTONICS ist zusammen mit ihrer Tochtermesse LASER World of PHOTONICS China die weltweit führende internationale Veranstaltung für Optische Technologien. Sie präsentiert innovative Technologien und ihre Anwendungsfelder für verschiedene Branchen und Einsatzgebiete. Das Zusammenspiel von Messe und Kongress, die Präsenz aller Marktführer und eine sehr hohe Internationalität machen die LASER World of PHOTONICS einzigartig.	Innovative Optische Technologien und Anwendungen: Laser und Optronik, Optik, Sensorik, Mess- und Prüftechnik, Fertigungstechnik für Optiken, Laser und Lasersysteme für die Fertigung, Biophotonik und Life-Sciences, Imaging, Optische Messsysteme, uva.	Internationales Fachpublikum aus Industrie, Forschung und Entwicklung: Optik, Elektrotechnik/Elektronik, Werkzeug- und Maschinenbau, Medizintechnik, Biotechnologie, Fahrzeugbau, Feinmechanik, Luft- und Raumfahrttechnik, Lohnfertigung, Druck/Reproduktion, Chemie/Pharmazie, TK/Datentechnik, Handwerk, Handel und Dienstleister	2007: 1.008 aus 34 Ländern, davon 537 aus dem Ausland	2007: 24.279 aus 77 Ländern, davon 11.455 aus dem Ausland
 <p>Weltleitmesse für innovative Elektronikfertigung</p>	10.–13.11.2009 / 2 Jahre	Die productronica ist die Weltleitmesse für innovative Elektronikfertigung. Sie bildet die gesamte Wertschöpfungskette lückenlos ab. Sie weist sowohl bei Ausstellern als auch Besuchern eine hohe Internationalität auf und ist Treffpunkt der obersten Führungsebene. Auf der productronica werden Technologietrendthemen abgebildet.	Halbleiter- und Display-Fertigung; Photovoltaik-Fertigung; micronano-production; Leiterplatten und Schaltungsträger-Fertigung; Bestückungstechnologie; Löttechnik; Hybride Bauteile-Fertigung; Fertigungstechnologien in der Kabelverarbeitung; Wickelgüter-Fertigung; uva.	Internationales Fachpublikum aus den Bereichen Herstellung von Militärelektronik, Halbleiterproduktion, Leiterplattenproduktion, Elektrotechnik, Photovoltaik, Feinmechanik und Optik, Maschinen-, Apparatebau, Meß-, Steuer- und Automatisierungstechnik, Luft- und Raumfahrt, Fahrzeugbau, Metallherzeugung und -bearbeitung, Papier- und Druckindustrie, Chemische Industrie, uva.	2007: 1.477 aus 35 Ländern, davon 596 aus dem Ausland	2007: 40.500 aus 87 Ländern, davon 18.130 aus dem Ausland
 <p>Weltleitmesse für Komponenten, Systeme und Anwendungen</p>	09.–12.11.2010 / 2 Jahre	Die electronica ist die Weltleitmesse der Branche und greift deren Trends auf. Sie gliedert die Branche transparent und präsentiert den Markt übersichtlich. Sie ist ein internationales Topmanagement-Event und internationale Plattform für Geschäftsbeziehungen sowie bedeutendster ‚Meet & Greet Point‘ der Branche. Die electronica bietet exzellenten Wissenstransfer durch Konferenzen und Foren und ist internationaler Treffpunkt der relevanten Medien.	Mikrochip-Produkte, Baugruppen/Teilsysteme anderer Realisierungsart, diskrete Halbleiter-Komponenten, sonstige diskrete Komponenten, Systemausstattung, Elektromechanik-Komponenten, Systemperipherie, ED/EDA-Einrichtungen, Meß- und Prüftechnik	Ingenieure und Entscheider aus der Elektro- und Elektronikindustrie sowie Maschinenbau, Feinwerktechnik, Optik, Fahrzeugbau, Luft- und Raumfahrttechnik, Medizintechnik und der chemischen Industrie	2008: 3.319 aus 46 Ländern, davon 2.006 aus dem Ausland	2008: 72.970 aus 113 Ländern, davon 32.700 aus dem Ausland

Hightech-Messen – Veranstaltungsüberblick

Mit neuen, innovativen Produkten überzeugend: die Messe München setzt starke Akzente im Hightech-Bereich. Profitieren Sie durch Platzierung Ihrer Botschaften im Umfeld dieser interessanten und wegweisenden Veranstaltungen.

Messe	Nächster Termin/Turnus	Positionierung	Angebot	Besucherzielgruppe	Anzahl Aussteller	Anzahl Besucher
 <p>discuss & discover beyond bits and bytes.</p> <p>Europäisches B2B-Event in der IT-Branche</p>	20.–22.10.2009 / 1 Jahr	Die discuss & discover ist das innovative europäische B2B-Event der IT-Branche im Herbst. Sie ist der Wegweiser der internationalen IT-Branche und besteht aus den sechs flexibel zusammenstellbaren und nutzbaren Modulen Messe, Conference, Corporate Events, Public Forum, Social Events und Online. Mit dem Claim „beyond bits and bytes“ verdeutlicht sie ihren Fokus auf Marken und Strategien, statt auf Technik. Sie vereint ihre Aktivitäten unter aktuellen, marktrelevanten Themenwelten.	Drei Themenwelten: Mobility & Colaboration, Infrastructure & Security, IT as a Service	Entscheider, Entwickler und Experten aus Wirtschaft, Forschung, Bildung, Wissenschaft und Politik, mit Interesse an den aktuellen Themen der IT-Branche und Entscheidungskompetenz.	Erstveranstaltung 2009	Erstveranstaltung 2009
 <p>hybridica</p> <p>Internationale Fachmesse zur Entwicklung und Herstellung hybrider Bauteile</p>	09.–12.11.2010 / 2 Jahre	Die hybridica bildet die Entwicklung und Herstellung von Metall-Kunststoff-Komponenten / Hybriden Bauteilen ab. Sie positioniert sich als internationale Fachmesse und präsentiert die gesamte Wertschöpfungskette von der Konstruktion über die Herstellung bis hin zum Produkt. Sie findet parallel zur Weltleitmesse electronica statt.	Konstruktion und Entwicklungs-Tools, Stanzteile, Komponenten und hybride Bauteile, Halbzeuge, Rohstoffe, Hilfs- und Betriebsstoffe, Umformung und Stanzen, Oberflächenveredelung, Kunststoffspritzen, integrierte Produktionsverfahren wie Insert- und Outsert-Techniken, Peripherie- und Handhabung, Werkzeuge, Prozess- und Qualitätskontrolle, Transport und Logistik, Arbeits- und Umweltschutz, Dienstleistungen, Gebrauchte Maschinen, Systeme und Anlagen, Institutionen und Verlage.	Geschäftsführer, Konstrukteure, Werks- und Produktionsleiter, Einkäufer, Projektmanager, Designer und Produktentwickler von Teilen und Komponenten, Qualitätsverantwortliche aus dem Branchen Elektro-/Elektronik-technik, Automotive, Informations- und Kommunikationstechnologie, Luft- und Raumfahrt, Medizintechnik, Feinmechanik, Sicherheitstechnik, Gebäudeinstallationstechnik, Haushaltsgerätechtechnik, Verbrauchsgüterindustrie, Dienstleister und Lohnfertiger.	2008: 130 Aussteller aus 10 Ländern	2008: 7.832 Besucher (davon 2.036 aus dem Ausland) aus 21 Ländern



Aussteller-Service-Newsletter

Der Aussteller-Service-Newsletter ist ein hoch-effizientes Werbe-Werkzeug. Inhaltlich klar positioniert als Informationsmedium für Messe-Aussteller bietet er wertvolle Informationen rund um das Messegesehen wie bspw. Tipps zur effizienten PR-Arbeit, Hilfen zum Thema Standbau oder Hinweise zum geeigneten Messe-Catering. Die hohe Zahl der Ausgaben in ausgewogener Jahresverteilung gewährleistet eine permanente Sichtbarkeit Ihrer Botschaften. Ein ideales Instrument für alle Messe-Dienstleister rund um die Hightech-Messen, um gezielt Aussteller zu erreichen.

Veranstaltungen	Anzahl Ausgaben 2009	Versandzeitraum	Preis (in EUR) je Anzeige Premium News 171x513 Pixel	Komplettpaket (15%Rabatt)
LASER World of PHOTONICS	4	Februar – Juni 2009	690,-	2.346,-
discuss & discover	5	Juli – Oktober 2009	390,-	1.660,-
productronica	5	Mai – Oktober 2009	790,-	3.350,-
Reporting	Anzahl der Öffnungen und Klicks auf Anzeigen.			
Dateiformate	GIF, JPG - max. 15 KB (Animationen sind in einigen E-Mail-Programmen nicht darstellbar)			
Preise gültig bis 31.12.2009				

Paketangebote

	Preis (in EUR)
Messemix 1: je 1 Ausgabe (10% Rabatt)	1.683,-
Messemix 2: je 3 Ausgaben (15% Rabatt)	4.770,-
Messemix 3: alle Ausgaben aller Newsletter für ein Jahr (25% Rabatt)	5.515,-
Preise gültig bis 31.12.2009	

LASER World of PHOTONICS

15. - 18. Juni 2009

AUSSTELLER-SERVICE-NEWS

Sehr geehrte Frau Wachsmuth,



willkommen beim dritten Aussteller-Service-Newsletter. Ohne gute Vorbereitung holen Sie aus der LASER World of PHOTONICS 2009 nicht das heraus, was möglich ist. Deshalb noch einmal die Erinnerung, dass sich rechtzeitiges Handeln auszahlt. Wir helfen Ihnen dabei.

Im heutigen Newsletter finden Sie Anregungen und Vorschläge, die Ihnen so nirgends geboten werden. Sie können z. B. mit dem Einladungs- und Kontaktmanagement sowie dem Besuchertracking vor und auf der Messe professionell attraktive Leads generieren. Zudem bieten wir allen Ausstellern – neben einem kostenfreien Ticket für den World of Photonics Kongress für jede ausstellende Firma – weitere günstige Sondertickets an, um an Europas größtem Kongress für Optische Technologien teilzunehmen.

Der hohe Nutzen unserer Marketing-Services ist anerkannt. Deshalb preifen viele Aussteller immer wieder gern auf unsere Angebote zurück. Überlassen Sie nicht anderen das Feld – hier haben Sie die Chance, Ihr Unternehmen in den Vordergrund zu rücken.

Ausführliche Informationen und Online-Buchungsmöglichkeiten für alle unsere Marketing-Services finden Sie im Exhibitor Center unter www.worpo-photonics.net/exhibitor

Wir wünschen Ihnen viel Erfolg bei Ihren Messevorbereitungen.

Ihr LASER World of PHOTONICS Team

Inhaltsverzeichnis

- ▶ Gast-Tickets, eGast-Tickets und Gast-Ticket Banner für höhere Besucherfrequenz
- ▶ Sondertickets für den World of Photonics Congress 2009
- ▶ Online-Werbung: hier geht die Post ab!
- ▶ Mit Besucher-Tracking die Standkontakte bequem erfassen und qualifizierte Leads generieren
- ▶ NEU: Ausstellerregistrierung für die LASER World of PHOTONICS 2009
- ▶ Termine: Liste hier zum Download Deadline technische Bestellungen 2. Mal

Gast-Tickets, eGast-Tickets und Gast-Ticket Banner für höhere Besucherfrequenz



Bereits im Vorfeld der LASER World of PHOTONICS entscheidet sich, ob Sie Ihren Messestand mit Kunden und einem interessierten Fachpublikum füllen. Um Ihnen zum Erfolg zu verhelfen, haben wir ein umfassendes Einladungs- und Kontaktmanagement entwickelt, mit dem Sie alle damit verbundenen Abläufe sicher im Griff haben – und das mit zusätzlichen Vorteilen.

▶ Lesen Sie hier mehr

Mit Besucher-Tracking die Standkontakte bequem erfassen und qualifizierte Leads generieren



Sie wollen genau wissen, wer Ihren Stand besucht, sich aber nicht mit aufwendiger Datenerfassung und -auswertung beschäftigen? Dann nutzen Sie doch unser Mobiles Tracking oder LeadSuccess!

▶ Lesen Sie hier mehr

Aussteller Sondertickets für den World of Photonics Congress 2009

Der World of Photonics Congress ist mit 3.100 Teilnehmern

Premium News

Premium News

Muster Aussteller-Service-Newsletter

5



Besucher-Newsletter

Das Zugpferd der E-Mail-Kommunikation: eine starke Präsenz und hohe Ausgabenzahl zeichnen dieses beliebte Medium aus. Mit den Besucher-Newslettern sprechen wir die Besucher der Hightech-Messen gezielt an. Redaktionell anspruchsvolle und hochaktuelle Informationen bieten ein ideales Umfeld für Ihre Produktinformationen und Imagewerbung.

Nutzen Sie die attraktiven Paketangebote für die diversen Besucher-Zielgruppen der Messemix-Pakete. Damit steigern Sie Ihren Werbedruck hocheffizient über längere Zeiträume bis zu einem Jahr.

Das Besondere: durch eine breite Zahl von Werbeformaten bieten sich sehr attraktive Auswahlmöglichkeiten und Kombinationen. Mit bis zu 2,2 Mio. möglichen Kontakten eine fantastische Werbeform.



Muster Besucher-Newsletter

Veranstaltungs-Newsletter	Anzahl Ausgaben in 2009	Kontakte/Abonnenten	davon englischsprachig	Versandtermine	Anzeigenformate/Preise in EUR				
					Premium News I (171x513 Pixel)	Premium News II (171x342 Pixel)	Breaking News (460x149 Pixel)	Textanzeige (5 Zeilen à 70 Zeichen)	Zweizeiler (2 Zeilen à 70 Zeichen)
LASER World of PHOTONICS news	11	20.400	7.400	Januar - Dezember	1.190,-	890,-	1.090,-	520,-	420,-
LASER World of PHOTONICS highlights	3	20.400	7.400	April - Mai	1.290,-	990,-	1.190,-	620,-	520,-
discuss & discover	8	73.000		April - Dezember	4.150,-	3.350,-	3.150,-	2.850,-	1.140,-
productronica Newsletter	20	23.000	8.000	Januar - Dezember	980,-	760,-	880,-	580,-	460,-
productronica highlights	3	23.000	8.000	August - Oktober	1.180,-	960,-	1.080,-	780,-	660,-
electronica Newsletter	12	53.000	21.000	Januar - Dezember	2.350,-	1.800,-	1.400,-	1.300,-	1.050,-
electronica Trend.letter	4	53.000	21.000	quartalsweise	2.550,-	1.900,-			
Reporting	Anzahl der Öffnungen und Klicks auf Anzeigen.								
Dateiformate	GIF, JPG - max. 15 KB (Animationen sind in einigen E-Mail-Programmen nicht darstellbar)								

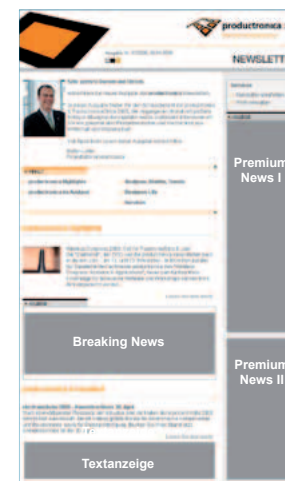
Preise gültig bis 31.12.2009

Besucher-Newsletter – Paketangebote

Wir bieten attraktive Paketangebote für noch effektivere Kommunikation. Durch die Kombination mit anderen Hightech-Messen erhöhen Sie die Sichtbarkeit und Wirkung Ihrer Werbung deutlich.

Paketangebote

	Kontakte	Anzeigenformate/Preise in EUR				
		Premium News I (171x513 Pixel)	Premium News II (171x342 Pixel)	Breaking News (460x149 Pixel)	Textanzeige (5 Zeilen à 70 Zeichen)	Zweizeiler (2 Zeilen à 70 Zeichen)
Paketangebote						
Messemix 1: je 1 Ausgabe = 7 Anzeigen (10% Rabatt)	265.800	12.321,-	9.585,-	7.911,-	5.985,-	3.825,-
Messemix 2: je 3 Ausgaben = 21 Anzeigen (15% Rabatt)	797.400	34.910,-	27.158,-	22.415,-	16.958,-	10.838,-
Messemix 3: alle Ausgaben = 61 Anzeigen aller Newsletter für ein Jahr (25% Rabatt)	2.246.600	94.945,-	73.814,-	66.640,-	50.932,-	33.218,-
Reporting	Anzahl Ad Impressions, Anzahl Ad Clicks.					
Dateiformate	GIF, JPG - max. 15 KB (Animationen sind in einigen E-Mail-Programmen nicht darstellbar)					
Preise gültig bis 31.12.2009						



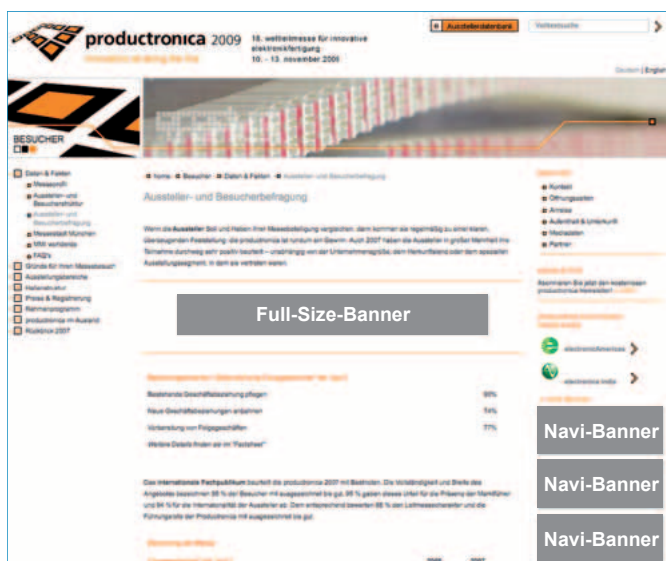
Veranstaltungen	Websites	Page Impressions in 2009	Anzeigenformate/TKP in EUR		
			Full-Size im Header (468x60 Pixel)	Banner in der Navigation (234x60 Pixel) (188x73 Pixel)	Full-Size im Content (468x60 Pixel)
LASER World of PHOTONICS	www.world-of-photonics.net	1.200.000	49,-	39,-	49,-
productronica	www.productronica.com	1.700.000		39,-	49,-
electronica	www.electronica.de	500.000*		39,-	49,-
hybridica	www.hybridica.de	30.000*		39,-	49,-
Summe:		3.430.000			

Paketangebote

Messemix 1: 500.000 Pis (10% Rabatt)		44,-	35,-	35,-	44,-
Messemix 2: 1.000.000 Pis (15% Rabatt)		41,-	33,-	33,-	41,-
Messemix 3: 2.000.000 Pis (25% Rabatt)		36,-	29,-	29,-	36,-
Reporting	Anzahl Ad Impressions, Anzahl Ad Clicks.				
Dateiformate	GIF, JPG - max. 15 KB (Animationen sind in einigen E-Mail-Programmen nicht darstellbar).				
Preise gültig bis 31.12.2009	Banner rotieren. Maximal 10 Banner je Anzeigenformat möglich.				

* die electronica und hybridica finden in 2010 statt

Der Klassiker – und dabei mehr als attraktiv. Sie haben die Wahl aus einer breiten Palette internationaler Hightech-Messe-Websites für die optimale Platzierung wirkungsvoller Website-Banner. Mit bis zu 3,4 Millionen Page Impressions pro Jahr erreichen Sie Ihre Zielgruppe mit Sicherheit. Und das ganzjährig. Auch hier steht Ihnen der attraktive Messemix zur Verfügung: nutzen Sie den Rabatt von bis zu 25%!



Muster productronica Website



Muster LASER World of PHOTONICS Website



Muster hybridica Website



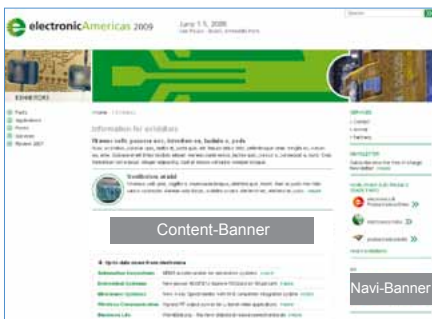
Website-Banner

Für eine noch höhere Kontaktfrequenz und breitere Ansprache: die Hightech-Messe-Websites der Auslandsmessen mit zwei attraktiven Banner-Platzierungen. Erschließen Sie sich das gesamte Potenzial der werblichen Möglichkeiten durch eine internationale Ausrichtung Ihrer Kommunikation. Im Paket auch hier mit bis zu 20% Rabatt!

Auslandsmessen Messe München International		Anzeigenformate/Preis (in EUR)/Jahr	
		Banner in der Navigation (188x73 Pixel)	Full-Size im Content (468x60 Pixel)
electronica & productronica China	www.e-p-china.com	210,-	160,-
electronica India	www.electonica-india.com	350,-	280,-
productronica India	www.productronica-india.com	350,-	280,-
electronicAsia	www.electronic-asia.com	110,-	90,-
electronicAmericas	www.electronic-americas.com	110,-	90,-

Paketangebote

Auslandsmessemix - alle Sites für 1 Jahr (20% Rabatt)	1.400,-	1.100,-
Dateiformate	GIF, JPG - max. 15 KB (Animationen sind in einigen E-Mail-Programmen nicht darstellbar)	
Exklusive Bannerplatzierung. Keine Rotation.		
Preise gültig bis 31.12.2009		



Muster electronicAmericas Website



Muster productronica Website



Muster electronica India Website



Muster e-p-china Website



Verantwortlich

Messe München GmbH
Messegelände
81823 München, Deutschland

Kontakt

A. Sutter Dialog Services GmbH
Service-Partner der Messe München GmbH
Bottroper Straße 20, 45141 Essen
Postfach 100942, 45009 Essen
Tel.: 0201 - 3101 - 438
Fax: 0201 - 3101 - 9920
E-Mail: technology@messe-muenchen.info

REFERENZEN (AUSZUG)

acc silicones	Hahn & Zwerger Marketing GmbH	Oracle
adeon technologies	infotech-automation	Osram
aegis	jtag	Pearl
alltec	k.m.i.	ProSoft
Arges GmbH	Kaspersky	rohwedder
atotech electronics	Konica	schlafhorst-electronics
Coherent	LASAG	Schröderglas
CVI Technical Optics	lubriziol conductive polymers	seica
danbridge	m.u.t	SPI Lasers
date i/o	McAfee	swoboda
digitaltest	Microsoft	Telesis
DILAS	MiYACHI	Trumpf Laser
drpp	Multiwave Photonics	vision engineering
Edmund Optics	mydata	Visotek
Ekspla	Oelikon Optics	Zeiss
European Optical Society	Optnext	

Allgemeine Geschäftsbedingungen

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

1. Ausschießliche 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 „Werbefauftrag“ 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, Flashes) und sensitiven 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. 1.5 Für den Fall, dass der Auftraggeber eigene Allgemeine Geschäftsbedingungen verwendet, 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 Werbefauftrags

2.1 Der Auftraggeber kann einen Auftrag mündlich oder schriftlich, insoweit auch per E-Mail, erteilen. Ein verbindlicher Werbefauftrag 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 Werbefaufträgen zurücktreten.

3.4 Die MMG ist jederzeit berechtigt, die Strukturierung und Gestaltung ihres Webauftrittes, der einzelnen Seiten sowie die sonstiger Online-Medien zu ändern oder ganz einzustellen. Die MMG ist verpflichtet, den Auftraggeber über für einen Werbefauftrag 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 Werbefauftrages E-Mail-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 Werbefauftrages 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 Werbefauftrages 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 Lieferingsterminen 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 angemessenen 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 per 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 ankündigt 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 Werbefauftrag 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 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)