



Verlag für
persönliche Weiterentwicklung

Mediadaten 2009

Herausgeber der Marke **simplify**[®]



www.orgenda.de – das Portal für Ihre persönliche Weiterentwicklung

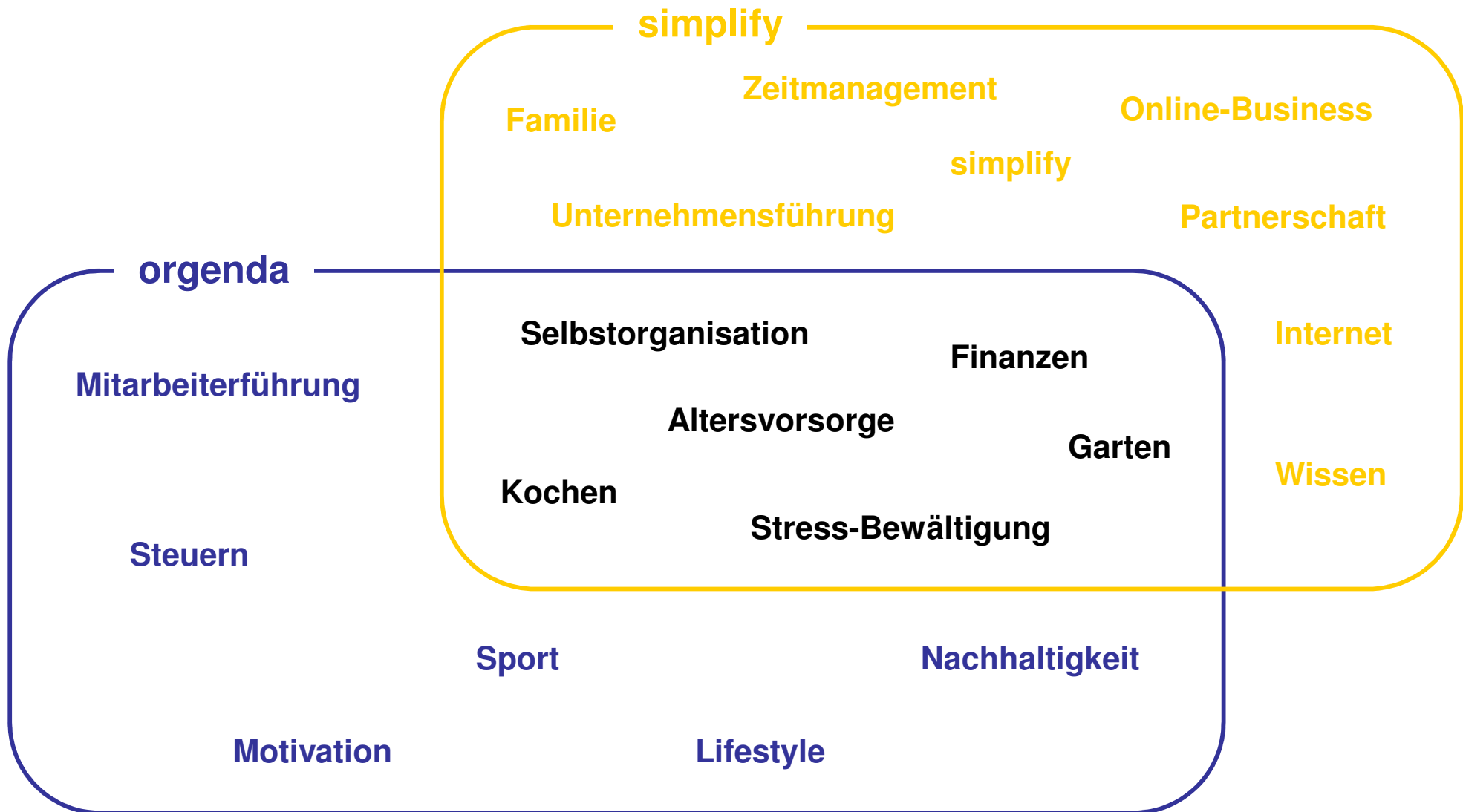
Das Verlags-Portal bietet regelmäßig aktuelle Beiträge rund um den erfolgreichen Lebenstrend simplify your life und simplify yourself - mit Tipps u.a. zu Geld, Steuern, Arbeit, Reise und Garten. Die vielfältigen Themen verfolgen dabei alle dasselbe Ziel: Mehr Effizienz und Effektivität in Job und Privatleben, aber vor allem Gelassenheit und ein glückliches und erfülltes Leben für die Leser!

www.simplify.de - Weniger ist mehr

simplify.de bietet seinen Besuchern täglich kostenlose Vereinfachungs-Tipps zu Themen wie Garten, Stress, Altersvorsorge, Arbeitsorganisation, Kochen, Mentaltraining, Entrümpeln und Wissen.

„simplify ist Trend und Trendtreiber zugleich, die simplify-Community ist eine weltweit wachsende Gemeinschaft und der Verlag mit den simplify-Medien deren Sprachrohr und Organisator.“ (Innovationsbroschüre der Zeitschriftenverleger in NRW)





orgenda veröffentlicht im Business- und Konsumenten-Bereich sieben kostenlose E-Mail-Newsletter zu den unterschiedlichsten Themen.

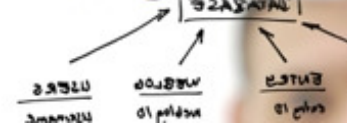
Die Newsletter richten sich an Personen, deren Ziel es ist in Job und Privatleben mehr Lebensqualität zu erhalten.

Konsumenten

Einfach!
Lifestyle



Selbstmanagementletter



Business

CHEF
letter

Coaching-E-Mail

Aha!  **Plakat**
Motivations-Poster

Konsumenten

- Einfach Lifestyle! (Premiumanzeige möglich) 9.400 Abonnenten
Themen: Nachhaltigkeit, Öko, Lifestyle

Konsumenten & Business

- Selbstmanagement-Letter 36.000 Abonnenten
Themen: Selbstmanagement, Arbeitsorganisation
- Sport und Training weekly (Premiumanzeige möglich) 9.600 Abonnenten
Themen: Sporttraining

Business

- Coaching-Mail 18.500 Abonnenten
Themen: Selbst-Coaching
- Aha!Effekte-Newsletter 9.600 Abonnenten
Themen: Motivation, Werte
- Chefletter 16.000 Abonnenten
Themen: Chefsein, Mitarbeiter führen

Standardanzeige

Format Text: 400 Zeichen, Grafik: 220 x 280 Pixel

Kosten 50 EUR TKP

Premiumanzeige

Der Chefredakteur stimmt den Newsletter inhaltlich auf die Anzeige ab, wodurch diese das maximale Maß der Aufmerksamkeit der Leser erhält.

Format variabel, Grafik möglich

Kosten 80 EUR TKP

Unter der Marke **simplify** erscheinen elf kostenlose E-Mail-Newsletter. Die Angebote richten sich an Personen, die Vereinfachungs-Tipps zu Themen wie Garten, Stress, Altersvorsorge, Arbeitsorganisation, Kochen, Mentaltraining, Entrümpeln und Wissen suchen.

Konsumenten

simplify E-Brief



simplify
INTERNET-LETTER



Business



Konsumenten

- simplify E-Brief 56.600 Abonnenten
Themen: Gesundheit, Familie, besser leben
- simplify Geldletter (Premiumanzeige möglich) 19.300 Abonnenten
Themen: Finanzen, Geldanlage, Altersvorsorge
- simplify Gartenbrief 19.600 Abonnenten
Themen: Gartenarbeit
- simplify Internet-Letter 10.800 Abonnenten
Themen: Internet, Online-Shopping
- simplify daily 9.900 Abonnenten
Themen: Alltag vereinfachen, tägliche Tipps
- simplify Wissen 16.900 Abonnenten
Themen: Allgemeinwissen
- simplify Kochbrief 8.400 Abonnenten
Themen: schnell und einfach kochen
- simplify your love 3.200 Abonnenten
Themen: Partnerschaft

Konsumenten & Business

- Prof. Seiwerth simplify your time 16.300 Abonnenten
Themen: persönliches Zeitmanagement

Standardanzeige

Format Text: 400 Zeichen, Grafik: 220 x 280 Pixel
Kosten 50 EUR TKP

Premiumanzeige

Der Chefredakteur stimmt den Newsletter inhaltlich auf die Anzeige ab, wodurch diese das maximale Maß der Aufmerksamkeit der Leser erhält.

Format variabel, Grafik möglich
Kosten 80 EUR TKP

In unregelmäßigen Abständen empfehlen **orgenda** und **simplify** den Abonnenten ihrer kostenfreien E-Mail-Newsletter spezielle Angebote. Diese werden ausschließlich an die Abonnenten verschickt, die dem Erhalt von Werbung ausdrücklich zugestimmt haben. Hierdurch erzielen die Empfehlungsmailings eine deutlich höhere Response.

Der Orgenda Verlag für persönliche Weiterentwicklung empfiehlt Ihnen heute...

Das eigene Leben bestimmen - mehr Lebensfreude spüren!

Kostenloser Kurs zum Thema Selbstcoaching

Liebe Leserin, lieber Leser,

- Wie löse ich innere Blockaden auf?
- Wie kann ich meine Gefühle besser steuern?
- Wie lerne ich, Vorhaben verlässlicher durchzuhalten?
- Wie schaffe ich mehr Klarheit in meinem Leben?

Zu diesen Fragen bieten wir einen kostenlosen Kurs per eMail an.

In unserem Kurs vermitteln wir in 7 Teilen eine Reihe von höchstwirksamen Selbstcoaching-Techniken, mit denen Sie Schritt für Schritt mehr Kontrolle über Ihr Leben bekommen.

Falls das für Sie interessant ist, fordern Sie doch jetzt einfach unseren Kurs an. Kostet nichts und ist vollkommen unverbindlich.

Klicken Sie hier, um unseren Kurs kostenlos anzufordern

Herzliche Grüße.




Hier schreibt Ihnen:
Ralf Senfleben,
 Herausgeber von
 www.zeitzuleben.de -
 dem größten deutschen
 Online-Magazin für Beruf
 & Persönlichkeits-
 entwicklung.
 Senfleben/Konnerth
 GbR
 Gartenstr. 6
 29499 Zernien

Empfehlungsmailing

Potential	20.000 Abonnenten mit Werbeerlaubnis
Versand	als Standalone-Mailing, HTML-Format
Kosten	150 EUR TKP 100 EUR Set-Up-Kosten

Zusätzlich werden die Angebote vor der Auftragsbestätigung von Orgenda auf ihre Zielgruppenaffinität geprüft, sodass für das werbende Unternehmen bei Auftragsdurchführung eine optimale Potentialausschöpfung der Adressen geboten wird.

Konditionen

Agenturprovision	Bei Buchungen über eine Agentur gewähren wir 30 % Rabatt.
Mindestbuchungsvolumen	500 EUR
Vertragsschluss	Alle Buchungen gelten vorbehaltlich der Genehmigung des jeweiligen Betreibers des Online-Angebots. Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Prisma Werbeagentur GmbH. Für die vom Anbieter angegebenen und dem Vertragspartner bekannten Vermarktungsdaten (Zielgruppen etc.) wird kein Gewähr übernommen.

Kontakt

Gerne stellen wir Ihnen ein konkretes Angebot für Ihre Marketingkampagne zusammen.
Für weitere Informationen und Ihre Buchungsanfrage wenden Sie sich bitte an:



Miriam Vilz
Prisma Werbeagentur GmbH
Koblenzer Str. 98
53177 Bonn

Telefon +49 228 8205-7992
Fax +49 228-359398
E-Mail mvi@prisma-werbeagentur.de
Web www.prisma-werbeagentur.de

Allgemeine Geschäftsbedingungen der PRISMA WERBEAGENTUR GmbH

Präambel

- Die PRISMA WERBEAGENTUR GmbH (im folgenden „PRISMA“) bietet diverse Dienste aus dem Bereich des Direktmarketings an, so u.a. E-Mail Marketing, Leadgewinnung und Online-Vermarktung.
- Die Nutzung der bereitgestellten Daten/Informationen/Inhalte/Dienste ist nur unter den engen Voraussetzungen der deutschen Datenschutzgesetze, insbesondere des Telemediengesetzes (TMG) sowie des Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG) und nur zu dem dafür vorgesehenen und in diesen allgemeinen Bedingungen bzw. im Auftrag beschriebenen Zweck zulässig. Jede zweckfremde Nutzung oder Verwertung ist unzulässig.
- Für die Verfügbarkeit der einzelnen Dienste sowie für die Richtigkeit und Vollständigkeit der Inhalte/Einträge/Daten wird keine Gewähr übernommen.
- Diese Bedingungen regeln die Beziehungen zwischen der PRISMA und ihren Kunden und Vertragspartnern (im Folgenden „Vertragspartner“).

§ 1 Geltungsbereich

- Für die Nutzung der von PRISMA angebotenen Leistungen, Dienste und Inhalte durch den Vertragspartner, gelten ausschließlich diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB). Für darüber hinausgehende Angebote, Leistungen, Einzelprojekte, Aktionen sowie sonstige Leistungen, insbesondere Projektleistungen, gelten gesonderte einzelvertraglich zu vereinbarende Bedingungen.
- Allgemeine Geschäftsbedingungen von Vertragspartnern oder sonstiger Dritter finden auch dann keine Anwendung, wenn PRISMA ihnen nicht ausdrücklich widerspricht und/oder seine Leistungen widerspruchsflos erbringt.

§ 2 Vertragsschluss, allgemeiner Leistungsumfang

- PRISMA stellt seine Dienste zur Verfügung und sorgt für deren Verfügbarkeit und den reibungslosen Betrieb. Hierzu zählen insbesondere folgende Dienste:
 - E-Mail-Marketing:
PRISMA übernimmt nach Maßgabe der gemeinsam festgelegten Anzeigentarie, die Akquisition, Verwaltung von Anzeigenkampagnen mit Werbemitteln des Vertragspartners einschließlich der Rechnungsstellung und des Inkasso der eventuell ausstehenden Rechnungsbeträge.
 - Leadgewinnung:
PRISMA übernimmt die Generierung von Kundenkontakten (Leads) über Informations- und Kommunikationsdienste - insbesondere über das Internet.
 - Online-Vermarktung:
PRISMA übernimmt Schaltung eines Werbemittels oder mehrerer Werbemittel in Informations- und Kommunikationsdiensten – insbesondere dem Internet – zum Zwecke der Verbreitung.
- Die von PRISMA bereitgestellten Dienste, Inhalte und Leistungen werden, soweit nicht gesondert gekennzeichnet, durch PRISMA bereitgestellt und veröffentlicht. Solche Inhalte, die von Dritten zugänglich gemacht werden, sind Informationen des entsprechenden Urhebers, Autors oder Verbreiters und nicht solche von PRISMA. PRISMA ist deshalb für die Genauigkeit oder Verlässlichkeit dieser Inhalte nicht verantwortlich. Die Buchung erfolgt aufgrund der vom Anbieter angegebenen Vermarktungsdaten (Zielgruppe, etc.), für die PRISMA keine Gewähr übernimmt.
- Die von PRISMA angebotenen Leistungen stellen lediglich eine Aufforderung zur Abgabe eines Angebots zum Vertragsschluss dar. Der Vertragspartner, der ein entsprechendes Angebot an PRISMA abgibt, ist an seine Erklärung fünf Werktage gebunden. Zum Abschluss eines Vertrags bedarf es der Bestätigung in Textform (per E-Mail ausreichend) seitens PRISMA. Sodann kommt ein Geschäftsvertrag auf der Grundlage der jeweils gültigen AGB sowie der – soweit einzelvertraglich nichts anderes bestimmt – im Zeitpunkt der Auftragserteilung gültigen Preisliste zustande.
- Eine Änderung der Preisliste bleibt PRISMA ausdrücklich vorbehalten. Dies gilt nicht gegenüber Nichtunternehmern, wenn der von der Änderung betroffene Auftrag nicht Teil einer Rahmenvereinbarung ist und nicht später als 4 Monate nach Vertragsschluss ausgeführt werden soll. Für von PRISMA bestätigte Aufträge sind Preisänderungen allerdings nur wirksam, wenn sie von PRISMA mindestens 1 Monat vor Durchführung der Aktion angekündigt werden. Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Vertragspartner ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden.
- Auch bei mündlichen oder fernmündlichen Bestätigungen liegen die allgemeinen Geschäftsbedingungen sowie die aktuelle Preisliste von PRISMA zugrunde.
- Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag vorbehaltlich anderer schriftlicher Vereinbarungen im Zweifel mit der Werbeagentur zustande. Soll ein Werbetreibender Vertragspartner werden, muss er von der Werbeagentur namentlich benannt werden. PRISMA ist berechtigt, von den Werbeagenturen einen Mandatsnachweis zu verlangen.
- Werbung für Waren oder Leistungen von mehr als einem Werbetreibenden oder sonstigen Inserenten innerhalb eines Werbeauftritts (z.B. Banner-, PopUp-Werbung) bedarf einer zusätzlichen schriftlichen oder durch E-Mail geschlossenen Vereinbarung.
- Der Auftragsbeginn muss spätestens 3 Werktage vor Beginn der Werbeaktion erfolgen. Die in der Auftragsbestätigung festgelegten Bedingungen sind für die Platzierung und für eine ordnungsgemäße Leistungserfüllung maßgeblich.
- Alle Auftragsbestätigungen seitens PRISMA gelten vorbehaltlich der Genehmigung des jeweiligen Betreibers des Online-Angebots. Erfolgt nicht binnen 5 Werktagen nach Auftragsbestätigung durch PRISMA keine gegenteilige Mitteilung, so gilt die Zustimmung des Betreibers zum Auftrag als erteilt.

- PRISMA ist zum Abschluss von Verträgen nicht verpflichtet und kann den Abschluss von Verträgen ohne Angabe von Gründen jederzeit ablehnen. PRISMA behält sich ausdrücklich vor, Angebote und Leistungen von Wettbewerbern ohne Angabe von Gründen zurückzuweisen. PRISMA behält sich ferner vor, Vertragspartner nachträglich von der Nutzung des Dienstes auszuschließen oder Werbeaufträge, auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses, abzulehnen bzw. zu sperren oder zu stornieren, wenn Anhaltspunkte dafür bekannt werden, dass
 - der Vertragspartner Dienste zweckentfremdet oder in einer Art und Weise nutzt, die geeignet ist, den guten Ruf von PRISMA zu gefährden,
 - Inhalte des Vertragspartners gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstoßen oder vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurden oder deren Veröffentlichung für PRISMA wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist.
- Gleiches gilt insbesondere für den Fall, dass der Vertragspartner Pflichten aus dem bestehenden Vertragsverhältnis verletzt oder andere Vertragspartner von PRISMA schädigt.
- PRISMA kann ferner ein bereits veröffentlichtes Werbemittel zurückziehen, wenn der Vertragspartner nachträglich Änderungen der Inhalte des Werbemittels selbst vornimmt oder die Daten nachträglich verändert werden, auf die durch einen Link verwiesen wird, und hierdurch die Voraussetzungen aus Ziffer 11 und 12 erfüllt werden.
- Nachträgliche Änderungen und Ergänzungen der Verträge bedürfen der schriftlichen Bestätigung von PRISMA. Für weitere Dienstleistungen werden zwischen den Vertragspartnern gesonderte Verträge vereinbart.
- Soweit die Vertragspartner im Rahmen der Nutzung eines Dienstes Software des jeweils anderen Vertragspartners nutzt, gewährt der jeweils andere Vertragspartner ihm, soweit nicht ausdrücklich anders geregelt, ein einfaches, nicht übertragbares, zeitlich auf die Vertragsdauer und inhaltlich auf die Nutzung im Sinne des Dienstes beschränktes Nutzungsrecht zum eigenen Gebrauch. Weitergehende Nutzungsrechte werden dem Vertragspartner nicht gewährt.
- PRISMA ist berechtigt, zu Zwecken der Wartung und zur Durchführung von Reparaturen die Erreichbarkeit der Website oder einzelner Dienste oder Teile davon in für den Vertragspartner zumutbarem Ausmaß zu unterbrechen. PRISMA bemüht sich, Wartungs- und Reparaturarbeiten zu insgesamt möglichst gering belastenden Zeiten vorzunehmen. Dies begründet bei fehlendem Verschulden von PRISMA keine Regress- oder Ersatzansprüche des Vertragspartners jedweder Art gegen PRISMA.
- PRISMA hat das Recht, auch mit Wettbewerbern des Vertragspartners entsprechende Verträge zu schließen.
- PRISMA ist zu Teilleistungen und zu Leistungen durch Dritte berechtigt.
- Vom Vertragspartner gewünschte Fristen und Termine sind nur verbindlich, wenn PRISMA diese ausdrücklich schriftlich bestätigt hat und der Vertragspartner rechtzeitig alle in seinem Einflussbereich liegenden Voraussetzungen zur Erbringung der Leistung getroffen hat.

§ 3 Beauftragung, Vertragsumfang

- Jede Dienstleistung/Aktion/Einzelprojekt (Werbeaktion) ist durch den Vertragspartner gesondert zu beauftragen (Einzelauftrag). Im Auftrag werden der Name der Aktion, Leistungsdatum und –zeitraum, die Anzahl der zuzustellenden E-Mails, zu liefernden Daten/Leads und/oder Ad-Impressions genau beziffert. Bei Auftragserteilung über eine Agentur wird eine AE-Provision von 15% gewährt.
- Die Vertragsparteien liefern sich jeweils spätestens 3 Werktage vor Beginn der Aktion/Werbemaßnahme gegenseitig die zur Auftragserteilung notwendigen Inhalte (Werbemittel). Ein Werbemittel kann z. B. aus einem oder mehreren Bildern und/oder Texten, aus Tonfolgen und/oder Bewegtbildern (u.a. Banner), aus einer sensitiven Fläche, die bei Anklicken die Verbindung mittels einer vom Vertragspartner genannten Online-Adresse zu weiteren Daten herstellt, die im Bereich des Vertragspartners liegt (z.B. Link), bestehen. Kosten für eine vom Vertragspartner gewünschte oder zu vertretende Änderung der gelieferten Werbemittel hat der Vertragspartner zu tragen.
- Sofern in diesen Inhalten (Werbemitteln) Tracking-Codes eingebunden sind, dürfen diese nur nach vorheriger Absprache vom anderen Vertragspartner verändert oder gelöscht werden.
- Vor dem endgültigen Versand eines Standalone-Mailings wird PRISMA dem Vertragspartner die jeweils finale Version zur Abnahme zur Freigabe (per E-Mail) vorlegen/übersenden. Die Platzierung der Online-Werbung obliegt PRISMA. Eine Umplatzierung der Online-Werbung auf Wunsch des Vertragspartners ist innerhalb des vereinbarten Umfeldes möglich, wenn durch die Umgestaltung kein wesentlicher Einfluss auf die Werbewirkung der Online-Werbung ausgeübt wird. PRISMA wird die Aktion erst nach schriftlicher Freigabe durch den Vertragspartner (per E-Mail ausreichend) starten.
- PRISMA wird die Aktion mittels der vom Vertragspartner zur Veröffentlichung bestimmten und überlassenen Inhalte für die vertraglich vereinbarte Dauer bzw. bis zum Erreichen des vertraglich vereinbarten Zwecks durchführen. Werbemittel, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als solche erkennbar sind, werden als Werbung deutlich kenntlich gemacht.
- Sollten der vertraglich vereinbarte Zweck schon vor Ablauf der vereinbarten Laufzeit erreicht werden, werden sich die Parteien über eine Erhöhung der vereinbarten Vergütung oder eine vorzeitige Beendigung der Laufzeit einigen.
- Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht des Vertragspartners zum Abruf einzelner Werbemittel eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Kalenderjahres seit Vertragsabschluss abzuwickeln.
- PRISMA wird dem anderen Vertragspartner innerhalb von 10 Werktagen nach Abschluss der Aktion die wichtigsten Kennzahlen (Zahl der Zugriffe auf das Werbemittel, generierte Leads, etc.) im Zusammenhang mit der Aktion mitteilen (Reporting). Dieses Reporting beinhaltet insbesondere die Anzahl der während der Aktion ausgelieferten AdImpressions, AdClicks und/oder Leads in einem durch die PRISMA vorgegeben Format. Maßgeblich sind insoweit die von der PRISMA ermittelten Daten. Ferner wird PRISMA dem Vertragspartner für jede erfolgte Aktion eine Rechnung erstellen, aus der die unter Ziffer 1 aufgeführten Angaben eindeutig hervorgehen.

9. Die Verpflichtung von PRISMA zur Aufbewahrung der erhaltenen Werbemittel endet 3 (i.W.: drei) Monate nach seiner letztmaligen Verbreitung.
10. Ist PRISMA die vereinbarungsgemäße Durchführung eines Auftrags aus Gründen, die PRISMA nicht zu vertreten hat (etwa aus programmischen oder technischen Gründen), insbesondere wegen Rechenerausfalls, höherer Gewalt, Streiks, aufgrund gesetzlicher Bestimmungen, Störungen aus dem Verantwortungsbereich von Dritten (z.B. anderen Providern), Netzbetreibern oder Leistungsanbietern oder aus vergleichbaren Gründen, nicht möglich, so wird die Durchführung des Auftrags nach Möglichkeit nachgeholt. Bei Nachholung in angemessener und zumutbarer Zeit nach Beseitigung der Störung bleibt der vereinbarte Vergütungsanspruch von PRISMA bestehen. Sofern es sich um eine erhebliche Verschiebung handelt, wird der Vertragspartner hierüber informiert.

§ 4 Pflichten des Vertragspartners

- Der Vertragspartner verpflichtet sich, dass sämtliche von ihm gelieferte Inhalte, welche im Zusammenhang mit der Nutzung der Dienste von PRISMA stehen, nicht gegen geltendes Recht der Bundesrepublik Deutschland verstoßen, insbesondere keine rechtswidrigen, sittenwidrigen oder pornografischen Inhalte oder solche Inhalte enthalten, die den Krieg verherrlichen oder geeignet sind, Kinder oder Jugendliche sittlich schwer zu gefährden oder in ihrem Wohle zu beeinträchtigen. Der Vertragspartner sichert zu, im Besitz der zur Verwendung der übermittelten Werbemittel notwendigen Rechte zu sein.
- Jeglicher Verstoß gegen die unter Ziffer 1 aufgeführte Verpflichtung berechtigt zur sofortigen Kündigung des zwischen PRISMA und dem Vertragspartner bestehenden Vertrages durch PRISMA. PRISMA behält sich das Recht zur sofortigen Kündigung vor, wenn bei dem Vertragspartner bereits der Verdacht auf die Verbreitung oder Duldung von in Ziffer 1 aufgeführten Inhalten besteht. PRISMA ist zur Kontrolle der Rechtmäßigkeit der Inhalte berechtigt, aber nicht verpflichtet.
- Der Vertragspartner überträgt dem Anbieter sämtliche für die Nutzung der Werbung in Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Bearbeitung, Entnahme aus einer Datenbank und zum Abruf, und zwar zeitlich, örtlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen und berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie aller bekannten Formen der Online-Medien.
- Der Vertragspartner verpflichtet sich, von PRISMA geforderte technische und inhaltliche Spezifikationen strikt einzuhalten. Etwaige aus der Nichteinhaltung dieser Spezifikationen folgende Verzögerungen und/oder Änderungen von PRISMA erbrachten Leistungen gehen zu Lasten des Vertragspartners und begründen keine Ansprüche gegen PRISMA.
- Der Vertragspartner ist verpflichtet, fremde in- und ausländische Urheber- oder Markenrechte zu beachten. Der Vertragspartner ist zudem dafür verantwortlich, dass alle Informationen und Unterlagen, die zur Erfüllung seiner vertraglichen Verpflichtungen und zur ordnungsgemäßen Durchführung der Zusammenarbeit erforderlich sind, PRISMA in einer zur Erfüllung geeigneten Form rechtzeitig und vollständig vor der vereinbarten Auftragsumsetzung zur Verfügung stehen. PRISMA übernimmt im Falle einer verspäteten Werbemittellieferung keine Gewähr für die ordnungsgemäße Erfüllung der Kampagne.
- Der Vertragspartner stimmt der Weitergabe seiner Inhalte, Daten und sonstigen Angaben an Dritte insoweit zu, als dies zur Erfüllung der vertraglichen Beziehungen zwischen den Parteien oder zur Auftragsabwicklung notwendig und erforderlich ist. Weiterhin ermächtigt der Vertragspartner PRISMA, Werbeinformationen in angemessenem Umfang zu Marktforschungszwecken an anerkannte Marktforschungsunternehmen weiterzuleiten. Ist der Vertragspartner dazu nicht bereit, hat er dies gegenüber PRISMA bei Vertragsschluss schriftlich mitzuteilen.

§ 5 Vertragslaufzeit, Kündigung

- Der Vertrag/Einzelauftrag wird – soweit einzelvertraglich nichts anderes geregelt – auf unbestimmte Zeit geschlossen und kann von beiden Seiten jederzeit schriftlich mit einer Frist von zwei Wochen zum Monatsende gekündigt werden.
- Die Vertragspartner hat ferner das Recht, einen über eine vereinbarte Laufzeit erteilten Auftrag binnen zwei Wochen zum Monatsende zu stornieren. In diesem Falle fallen folgende Stornogebühren für den Vertragspartner an:
 - Storno ab 1 Woche vor Kampagnenstart: 50% des Nettotonnetto-Kampagnenwerts
 - Storno ab 3 Werktage vor Kampagnenstart: 80% des Nettotonnetto-Kampagnenwerts und
 - Storno 0 Werktagen vor Kampagnenstart und später: 100% des Nettotonnetto-Kampagnenwerts
- Das Recht zur Kündigung des Vertrages aus wichtigem Grunde bleibt unberührt. Ein wichtiger Grund liegt insbesondere dann vor, wenn eine der Parteien wesentliche Verpflichtungen aus diesem Vertrag oder geltendes Recht der Bundesrepublik Deutschland verletzt und trotz schriftlicher Mahnung durch die andere Partei den vertragsgemäßen Zustand nicht innerhalb von 7 Tagen nach Mahnung wiederherstellt. Die Mahnung hat den Pflichtverstoß konkret zu bezeichnen und auf die Möglichkeiten der Kündigung aus wichtigem Grund zu verweisen. Wesentliche Vertragspflichten sind insbesondere die Geheimhaltungspflichten.
- Für PRISMA ist ein wichtiger Grund gegeben bei
 - Beantragung der Eröffnung des Insolvenz- oder Konkursverfahrens über das Vermögen des Vertragspartners sowie
 - jede sonstige schuldhaft Verletzung vertragswesentlicher Pflichten eines Vertragspartners, sofern sie trotz Abmahnung nicht unverzüglich ausgeräumt wurde.
- Bis zur Wirksamkeit der Kündigung behält jeder Vertragspartner seinen Anspruch auf sämtliche noch anfallende Vergütungen und Provisionen. Bis zu diesem Zeitpunkt sind die Vertragspartner zudem zur Erfüllung ihrer vertraglichen Pflichten verpflichtet. Gegebenenfalls über die Vertragslaufzeit hinausgehende Verpflichtungen, insbesondere bezüglich des Datenschutzes und der Geheimhaltung, bleiben davon unberührt.

§ 6 Geldverkehr, Zahlungsbedingungen

- Die Vergütung der beauftragten Werbeaktion erfolgt grundsätzlich aufgrund der aktuellen Preis- und Vergütungsliste der PRISMA bzw. aufgrund der im Einzelauftrag bezeichneten Aufteilung. Nachlässe bestimmen sich nach der jeweils gültigen Preisliste und werden in der Abrechnung von PRISMA – sofern vorhanden – gesondert ausgewiesen.
- Grundlage für die Abrechnung der Aktion ist das Reporting von PRISMA. Reporting-Reklamationen können bis spätestens 3 Werktagen nach Erhalt des Reportings geltend gemacht werden.
- Die Rechnungsstellung erfolgt zum Erscheinungstag der Werbung durch PRISMA. Sämtliche Umsätze und Vergütungen verstehen sich netto, die Umsatzsteuer wird gesondert ausgewiesen. Der in der Abrechnung ausgewiesene Überweisungsbetrag ist binnen 30 Tagen nach Rechnungsdatum ohne Abzug auf das Konto der PRISMA WERBEAGENTUR GmbH, Sparkasse Köln/Bonn, Bankleitzahl 37050198, Kontonummer 20026134, fällig.
- Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in Höhe der banküblichen Zinsen für Dispositionskredite sowie entstandene Einziehungskosten berechnet.
- PRISMA ist bei Zahlungsverzug des Vertragspartners von mehr als 3 Werktagen berechtigt, die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Zahlung zurückstellen und für die weitere Ausführung eine Vorauszahlung verlangen.
- PRISMA ist grundsätzlich berechtigt, Sparkasse zu verlangen. PRISMA ist bei objektiv begründeten Zweifeln an der Zahlungsfähigkeit des Vertragspartners ferner berechtigt, auch während der Laufzeit des Vertrages die Vertragserfüllung ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des vereinbarten Gesamtbetrages sowie dem Ausgleich offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
- Dem Vertragspartner steht ein Zurückbehaltungsrecht oder das Recht zur Aufrechnung nur insoweit zu, als die Forderungen des Vertragspartners unbestritten oder rechtskräftig sind.

§ 7 Gewährleistung und Haftung

- PRISMA wird seine Dienste im Rahmen der üblichen technischen Standards betreiben, um eine bestmögliche Durchführung der Aktion zu gewährleisten. Dem Vertragspartner ist jedoch bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, ein von Fehlern vollkommen freies Programm zu erstellen und/oder eine einwandfreie Durchführung einer Werbemaßnahme zu garantieren.
- PRISMA übernimmt daher weder Gewähr oder Garantie für eine ununterbrochene und/oder störungsfreie ständige Verfügbarkeit seiner Plattform und Dienste noch insbesondere für
 - Leitungs- und/oder Anbindungsausfälle,
 - Hard- und/oder Softwarefehler (z.B. Browser) oder
 - Ausfälle durch Störung der Kommunikationsnetze anderer Betreiber oder durch Rechenerausfall bei Dritten (z.B. anderen Providern),
 - Ausfälle durch unvollständige und/oder nicht aktualisierte Angebote auf so genannten Proxies (Zwischenspeichern) oder
 - Ausfälle verursacht durch einen Ausfall des AdServers, der nicht länger als 24 Stunden (fortlaufend oder addiert) innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der vertraglich vereinbarten Schaltung andauert sowie
 - Einwirkungen Dritter (z.B. Viren oder „denial of services attacks“).
- Die Vertragsparteien sind sich darüber einig, dass das Auftreten solcher Unterbrechungen und/oder Störungen keine Regress- oder Ersatzansprüche jeglicher Art begründet. Bei einem Ausfall des AdServers über einen erheblichen Zeitraum im Rahmen einer zeitgebundenen Festbuchung entfällt die Zahlungspflicht des Vertragspartners für den Zeitraum des Ausfalls. Weitere Ansprüche des Vertragspartners sind ausgeschlossen.
- Bei ungenügender Wiedergabequalität des Werbemittels hat der Vertragspartner Anspruch auf entsprechende Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzwerbung, jedoch nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Werbeaktion beeinträchtigt wurde.
- PRISMA ist binnen einer angemessenen Frist zur Nachbesserung berechtigt. Lässt PRISMA die ihr hierfür vom Vertragspartner gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzwerbung unmöglich, so hat der Vertragspartner ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrags.
- Bei nicht offenkundigen Mängeln bezüglich der Werbemittel entfallen bei ungenügender Veröffentlichung die Ansprüche des Vertragspartners. Das Gleiche gilt bei Fehlern in wiederholten Werbeschaltungen, wenn der Vertragspartner nicht vor Veröffentlichung der nächstfolgenden Werbeschaltung auf den Fehler hinweist.
- PRISMA haftet darüber hinaus nicht für technische Störungen, deren Ursachen nicht im Verantwortungsbereich von PRISMA liegen sowie für Schäden, die durch höhere Gewalt verursacht werden. Es kann in Ausnahmefällen dazu kommen, dass einzelne Daten, Leistungen oder sonstige technische oder tatsächliche Vorgänge von PRISMA nicht erfasst oder korrekt verrechnet werden können. Ein darauf beruhender Anspruch – insbesondere ein Schadens- oder Wertersatzanspruch - gegenüber PRISMA seitens des Vertragspartners ist ausgeschlossen.
- PRISMA haftet lediglich für Schäden aufgrund der Verletzung wesentlicher vertraglicher Hauptpflichten (Kardinalpflichten) oder aufgrund des Fehlens zugeicherter Eigenschaften. Darüber hinaus haftet PRISMA nur, wenn der Schaden grob fahrlässig oder vorsätzlich verursacht wurde.
- PRISMA haftet im Fall einer leicht fahrlässigen Verletzung einer wesentlichen vertraglichen Hauptpflicht und außervertraglich dem Grunde nach nur für die Verletzung von Leben, Körper und Gesundheit, Garantien, vertragswesentlichen Pflichten sowie nach dem Produkthaftungsgesetz, der Höhe nach nur für den typischen und bei Vertragsschluss vorhersehbaren Schaden. Dieser bemisst sich anhand des durchschnittlichen monatlichen Auftragsvolumens innerhalb der letzten sechs Monate. Insbesondere ist eine Haftung bei leicht fahrlässiger Verletzung vertragswesentlicher Pflichten für entgangenen Gewinn, indirekte Schäden und Mangelfolgeschäden grundsätzlich ausgeschlossen.

10. Diese Haftungsbeschränkungen gelten sinngemäß auch zugunsten der Mitarbeiter und Beauftragten von PRISMA. Eine eventuelle Haftung von PRISMA aufgrund des Produkthaftungsgesetzes bleibt unberührt.
11. PRISMA verweist auf seinen Seiten mit Hyperlinks zu anderen Seiten im Internet und führt dort ggf. auch Werbeaktionen im Auftrag des Vertragspartners durch. PRISMA erklärt hiermit ausdrücklich, keinerlei Einfluss auf die Gestaltung und die Inhalte der gelinkten Seiten zu haben und distanziert sich ausdrücklich von den Inhalten aller über die Plattform und Dienste von PRISMA verlinkten Seiten und macht sich diese Inhalte ausdrücklich nicht zu eigen. Diese Erklärung gilt sowohl für vorhandene Hyperlinks, ob angezeigt oder verborgen nebst aller Inhalte, zu denen diese Hyperlinks führen als auch für die Schaltung von Werbeanzeigen auf den jeweiligen Internetseiten.
12. Der Vertragspartner haftet gegenüber PRISMA für die von ihm zur Verfügung gestellten Inhalte, Dokumente, Links und sonstige Materialien – im Folgenden „Unterlagen“ - die er PRISMA zur Abwicklung der Zusammenarbeit zur Verfügung stellt.
13. Machen Dritte Ansprüche gegen PRISMA wegen einer im Pflichtenkreis des Vertragspartners aufgetretenen Rechtsverletzung und/oder einer Verletzung geltenden Rechts geltend, hat der Vertragspartner alles in seiner Macht stehende zu tun, um PRISMA nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen und auf seine eigenen Kosten gegen die geltend gemachten Ansprüche bzw. Rechte zu verteidigen und die behauptete Rechtsverletzung zu beseitigen.
14. Der Vertragspartner haftet gegenüber PRISMA ferner für alle durch diesen verschuldeten Schäden, die infolge eines nur teilweise, fehlerhaft, verzögert, verspätet oder gar nicht ausgeführten Auftrags entstehen. Gleiches gilt auch für Erfüllungsgehilfen des Vertragspartner. Der Vertragspartner trägt die Beweislast für die ordnungsgemäße Erfüllung des Auftrages.
15. Der Vertragspartner stellt PRISMA von sämtlichen Schadensersatzansprüchen, Haftungsansprüchen und Kosten frei, die PRISMA dadurch entstehen, dass ein Anspruch gegen sie geltend gemacht wird, dementsprechend die Unterlagen des Vertragspartners gegen das Wettbewerbsrecht, gewerbliche Schutzrechte Dritter oder andere Gesetze beziehungsweise Verordnungen verstoßen. Der Vertragspartner stellt PRISMA insbesondere von etwaigen Ansprüchen Dritter, die aufgrund der verwendeten Inhalte oder eines über einen Hyperlink verbundenen Angebots gegen PRISMA, insbesondere nach dem TMG, dem BDSG oder dem Mediendienste-Staatsvertrag (MDSIV) erhoben werden, unverzüglich auf erstes Anfordern frei und erstattet auf erste Anforderung die der PRISMA entstehenden Kosten einer zweckentsprechenden Rechtsverfolgung.

§ 8 Datenschutz

1. Personenbezogene Daten werden – soweit nichts anderes bestimmt – ohne weitere zusätzliche Einwilligung nur zum Zwecke der Bereitstellung des Dienstes, der Nutzung und gegebenenfalls der Abrechnung erhoben, verarbeitet und genutzt.
2. Der Vertragspartner verpflichtet sich zur Einhaltung der geltenden Bestimmungen des Datenschutzes, insbesondere der Bestimmungen des Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG), des Teledienstgesetzes (TDG) und des Mediendienste-Staatsvertrages (MDSIV).
3. Der Vertragspartner sichert zu, eventuell bei sich erhobene Daten ausschließlich zum jeweils angegebenen Zweck sowie zu Marktforschungs- und Werbezwecken innerhalb des Unternehmens zu verwenden, soweit dies für die Durchführung der abgeschlossenen Geschäfte und die Pflege der daraus resultierenden Nutzerbeziehung erforderlich, gesetzlich zulässig und von dem Nutzer gewünscht ist.
4. Sollte der Vertragspartner durch Verwendung spezieller Techniken, wie z.B. dem Einsatz von Cookies oder Zählpixeln, Daten aus der vertraglichen Zusammenarbeit der Parteien gewinnen oder sammeln, sichert der Vertragspartner zu, dass er bei Erhebung, Verarbeitung und Nutzung von personenbezogenen Daten die Vorgaben des Telemediengesetzes (TMG) sowie des Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG) einhalten wird.
5. Sofern beim Vertragspartner anonyme oder pseudonyme (und somit auch personenbeziehbare) Daten aus der vertraglichen Zusammenarbeit der Parteien anfallen, darf der Vertragspartner diese Daten im Rahmen der jeweiligen Kampagne für den konkreten Werbetreibenden, der den Vertragspartner mit der Schaltung der jeweiligen Kampagne beauftragt hat, auswerten. Diese Auswertung darf nur die anonymen und pseudonymen Daten umfassen, die durch die vertragliche Zusammenarbeit der Parteien generiert worden sind.
6. Darüber hinaus ist dem Vertragspartner eine über den Vertragszweck hinausgehende weitere Verarbeitung, Nutzung sämtlicher aus der über die vertragliche Zusammenarbeit der Parteien erhaltenen Daten (anonym oder personenbeziehbare) – insbesondere die Speicherung, Auswertung und anderweitige Nutzung für eigene Zwecke – untersagt. Dieses Verbot erfasst auch die Erstellung von Profilen aus dem Nutzungsverhalten der User und deren weitere Nutzung. Eine Weitergabe oder ein Weiterverkauf von Daten an Dritte durch den Vertragspartner ist ausgeschlossen und wird angezweifelt.
7. Setzt der Vertragspartner im Rahmen der Durchführung von Werbemaßnahmen Systeme eines Dritten ein, wird er sicherstellen, dass auch der Systembetreiber diese Vereinbarung einhält.

§ 9 Geheimhaltung und Verschwiegenheit

1. Der Vertragspartner verpflichtet sich, die von PRISMA erhaltenen Unterlagen, Kenntnisse und Erfahrungen ausschließlich für die Zwecke dieses Vertrages zu verwenden. Darüber hinaus vereinbaren die Vertragsparteien Vertraulichkeit über den Inhalt zwischen ihnen getroffener Vereinbarungen und über die bei deren Durchführung und Abwicklung gewonnenen Erkenntnisse, auch gegenüber Dritten. Der Vertragspartner ist verpflichtet, mit PRISMA Rücksprache zu halten, wenn irgendwelche Zweifel aufkommen sollten, ob eine Information im konkreten Einzelfall als vertraulich zu behandeln ist.
2. Bei einer eventuellen Unterauftragsvergabe wird der Vertragspartner dem jeweiligen Unterauftragnehmer dieser Bestimmung vergleichbare Verpflichtungen auferlegen.
3. Der Vertragspartner hat gegenüber seinen Mitarbeitern und an der Vertragsdurchführung beteiligten Dritten, die Zugang zu den in Abs. 1 genannten Unterlagen und Gegenständen haben, die Einhaltung dieser Geheimhaltungsverpflichtung sicherzustellen.

§ 10 Änderungen

1. PRISMA erbringt seine Dienste entsprechend der jeweiligen Produktbeschreibungen und behält sich vor, die Dienste insgesamt oder die im Rahmen der Bereitstellung der Dienste angebotenen Leistungen sowie Art und Inhalt der einzelnen Produkte und Leistungen jederzeit und wiederholt zur Verbesserung des Angebots, insbesondere seiner Funktionen, seines Designs und seiner technischen Weiterentwicklung ganz oder teilweise zu ändern, erweitern oder anzupassen. Über wesentliche Änderungen der Produkte wird der Vertragspartner rechtzeitig (per E-Mail ausreichend) ausdrücklich informiert. Dabei werden die Produktbeschreibungen in der neuen Fassung beigefügt. Wenn der Vertragspartner mit der Änderung nicht einverstanden ist, kann er den Vertrag mit PRISMA mit sofortiger Wirkung schriftlich kündigen. Widerspricht der Vertragspartner nicht binnen zwei Wochen, so gelten die mitgeteilten Änderungen als neue Bedingungen.
2. PRISMA ist darüber hinaus berechtigt, einzelne im Rahmen des Dienstes angebotene Funktionen – insbesondere bei geänderten gesetzlichen Erfordernissen, dauerhaften Verlusten, technischen Schwierigkeiten oder Missbräuchen durch Kunden, Vertragspartner oder Dritte – einzustellen.
3. PRISMA behält sich auch Preisänderungen ausdrücklich vor und wird den Vertragspartner hierüber mit angemessener Frist informieren.
4. PRISMA behält sich ferner vor, diese AGB zu ändern oder zu ergänzen, insbesondere wenn neue Leistungen eingeführt werden oder wenn gesetzliche Bestimmungen Änderungen erforderlich machen. Änderungen oder Ergänzungen der AGB wird PRISMA dem Vertragspartner schriftlich (per E-Mail ausreichend) mitteilen. Ist er mit den Änderungen nicht einverstanden, so kann er innerhalb von zwei Wochen nach ihrer Bekanntgabe schriftlich widersprechen.
5. Im Falle eines Widerspruchs des Vertragspartners gegen Änderungen der Dienste, Leistungen oder dieser AGB hat PRISMA das Recht, unter Geltung dieser AGB geschlossene Verträge außerordentlich ohne Einhaltung einer Kündigungsfrist zu kündigen. Widerspricht der Vertragspartner nicht, gilt seine Zustimmung nach Ablauf der oben genannten Fristen als erteilt. Auf die Dauer der Frist und auf die Bedeutung ihres ergebnislosen Ablaufs wird PRISMA bei der Ankündigung der Änderung der AGB ausdrücklich hinweisen.
6. Ein Widerspruch ist nicht per E-Mail möglich. Sämtliche Widersprüche sind zu richten an:
PRISMA WERBEAGENTUR GmbH
Koblenzer Straße 98
53177 Bonn
Fax: +49 228 359398

§ 11 Schlussbestimmungen

1. Die Versendung von Mitteilungen an PRISMA per E-Mail genügt der Schriftform nur dann, wenn dies in diesen Nutzungsbedingungen ausdrücklich vorgesehen ist.
2. Eine Abtretung oder ein Weiterverkauf vertraglicher Rechte und Pflichten durch den Vertragspartner an einen Dritten ist nur mit vorheriger schriftlicher Einwilligung von PRISMA zulässig. Die Regelungen des § 354 a HGB sowie die Vorschriften des Produkthaftungsgesetzes bleiben hiervon unberührt.
3. Ein Zurückbehaltungsrecht besteht für den Vertragspartner nur hinsichtlich unbestrittener oder rechtskräftig festgestellter Gegenansprüche.
4. Weitere Nebenabreden bestehen nicht. Vereinbarungen zwischen den Parteien haben schriftlich zu erfolgen. Dies gilt auch für die Aufhebung des Schriftformerfordernisses.
5. Der Vertragspartner wird PRISMA rechtzeitig über das Bestehen eines Insolvenzverfahrens informieren zu dem Zweck, die Erfüllung der vertraglich vereinbarten Leistungen und Pflichten zu gewährleisten oder aber für eine einvernehmliche Auflösung des Vertrages zu sorgen.
6. Sollten einzelne Bestimmungen der Allgemeinen Geschäftsbedingungen einschließlich dieser Regelungen ganz oder teilweise unwirksam sein oder eine Lücke enthalten, bleibt die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen oder Teile solcher Bestimmungen unberührt. Die Parteien sind in solch einem Fall verpflichtet, an der Schaffung neuer Bestimmungen mitzuwirken, durch die ein der unwirksamen oder lückenhaften Bestimmung wirtschaftlich möglichst nahe stehendes Ergebnis unter der Wahrung der beiderseitigen Interessen rechtswirksam erzielt wird.
7. Es gilt ausschließlich das Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechts sowie von Rückverweisungen auf ausländisches Recht.
8. Ist der Kunde Kaufmann, juristische Person des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliches Sondervermögen oder hat er keinen Sitz im Inland, ist der ausschließliche Gerichtsstand der Sitz von PRISMA. PRISMA kann auch vor dem zuständigen Gericht am Sitz des Vertragspartners klagen.

PRISMA WERBEAGENTUR GmbH
Koblenzer Straße 98
53177 Bonn
Tel.: +49 228 8205-0
Fax: +49 228 359398
E-Mail: info@prisma-werbeagentur.de
Web: www.prisma-werbeagentur.de

Stand: 01.05.2008