neue Reifenzeitung

Anzeigenpreisliste Nr. 45 – gültig ab 1. Januar 2027

Mediadaten 2027

Print- und Digitalwerbung

Für Ihre Werbung. Für Ihre Zielgruppe.



Reifenpresse.de
by NEUE REIFENZEITUNG

Inhalt

3	Wir sprechen Reifen
4	Kontaktdaten
5	Anzeigeformate
7	Beilage: Reifen im Test
8	Beilage: Lkw-Reifen
9	Newsletter: Lkw-Reifen
10	Sonderwerbeformen
11	Anzeigenmarkt
12	Redaktionsprogramm
14	Bannerwerbung auf Reifenpresse.de
15	Newsletter
16	Weitere Werbemöglichkeiten
17	Abonnements
18	Zusatzinformationen

Seit mehr als 45 Jahren. Für eine Branche in Bewegung.

Als Fachzeitschrift für Reifen, Räder und Runderneuerung stehen wir für fundierte Fachinformationen, aktuelle Branchennachrichten und starke digitale Angebote. Mit Magazin, Website und Newsletter erreichen Sie Ihre Zielgruppe genau dort, wo sie sich informiert. **Drei Medien. Eine Branche. Ein Netzwerk.**

Magazin

Über 45 Jahre Branchenkompetenz.

Die NEUE REIFENZEITUNG ist seit über 45 Jahren eine maßgebliche Stimme im Reifen- und Rädermarkt. Monat für Monat berichten wir über Unternehmen, Produkte, Dienstleistungen und die wichtigsten Entwicklungen der Branche – ergänzt durch vielseitige Beilagenformate.

Website

Tagesaktuell informiert.

Auf Reifenpresse.de finden Leser täglich aktuelle Nachrichten und Hintergründe aus dem Reifen- und Rädermarkt. Ergänzt wird das Angebot durch umfassende Datenbanken und Brancheninformationen.

Newsletter

Die wichtigsten Nachrichten ins Postfach.

Zum Ende eines jeden Arbeitstages informiert unser Newsletter über die wichtigsten Themen und Entwicklungen der Branche. Weitere Newsletter ergänzen das Angebot um spezielle Themen und Zielgruppen.

Leserkreis	Reifenfachhandel | Großhandel | Reifen-, Räder- und Zubehörindustrie | Kfz-Werkstätten | Runderneuerer | Altreifenrecycler Teilehandel | Branchendienstleister
Verbreitungsgebiet	Inland: 87 % | Ausland: 13 % Deutschland, Österreich, Schweiz, Belgien, Niederlande, Dänemark, Großbritannien, Italien und weitere
Auflage	Druckauflage: 5.000 Exemplare | Verbreitete Auflage: 4.900 Exemplare
Erscheinungsweise	Monatlich, in der 3. Woche
Anzeigenschluss	Drei Wochen vor Erscheinen

Ihre Ansprechpartner

Ob redaktionelle Themen, Anzeigen, digitale Werbemittel oder Fragen rund um Grafik und Vertrieb: Unser Team steht Ihnen mit persönlicher Beratung und kurzen Wegen zur Seite. Finden Sie hier den passenden Ansprechpartner für Ihr Anliegen – direkt, kompetent und unkompliziert.

Redaktion, Mediaberatung, Grafik sowie Abonnement & Vertrieb – wir freuen uns auf den Austausch mit Ihnen.

Redaktion

Arno Borchers Chefredakteur, Geschäftsführer	arno.borchers@reifenpresse.de	+49 (0)4141/5336-27
Christian Marx Geschäftsführer, Verlagsleitung	christian.marx@reifenpresse.de	+49 (0)4141/5336-28

Mediaberatung

Tanja Fergin [Online]	tanja.fergin@reifenpresse.de	+49 (0)4141/5336-24
Torsten Tuchardt [Print]	torsten.tuchardt@reifenpresse.de	+49 (0)4141/5336-22

Grafik

Gaby Hinck	gaby.hinck@reifenpresse.de	+49 (0)4141/5336-26
Andrea Löck	andrea.loeck@reifenpresse.de	+49 (0)4141/5336-20
Anika Gerdau	anika.gerdau@reifenpresse.de	+49 (0)4141/5336-23

Abonnement/Vertrieb

Petra Sander-Dammann	vertrieb@reifenpresse.de	+49 (0)4141/5336-20

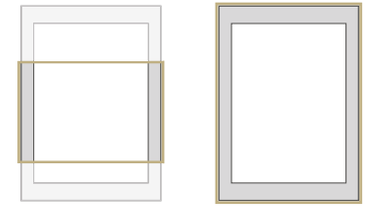
Profil-Verlag GmbH & Co. KG

Harsefelder Straße 5
21680 Stade, Deutschland

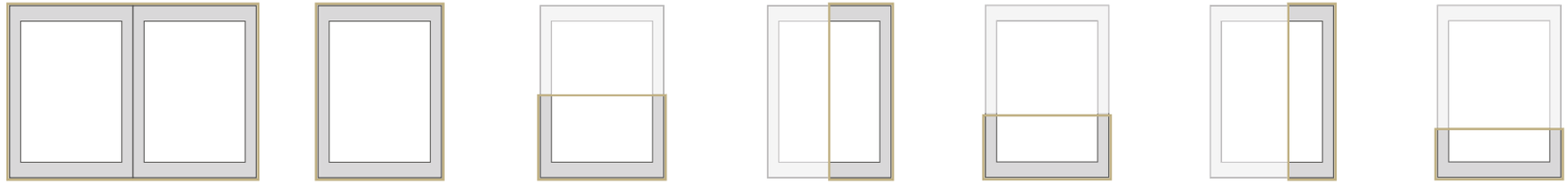
Tel.: +49 (0)4141/5336-0
www.reifenpresse.de
info@reifenpresse.de

Die passende Bühne für Ihre Botschaft

Ob aufmerksamkeitsstarke Doppelseite, klassische 1/1-Anzeige oder kompakteres Format: Mit unseren vielfältigen Anzeigenformaten erreichen Sie Ihre Zielgruppe wirkungsvoll. Nachfolgend finden Sie alle verfügbaren Formate, Maße und Preise auf einen Blick.



Format	**Titelseite**	**Umschlagseite** (2.,3.,4.)
Anschnittformat*	210 x 180 mm	210 x 297 mm
Preis	**6.550 €**	**5.990 €**



Format	**2/1 Seite**	**1/1 Seite**	**1/2 Seite** (quer)	**1/2 Seite** (hoch)	**1/3 Seite** (quer)	**1/3 Seite** (hoch)	**1/4 Seite** (quer)
Satzspiegelformat	2 x 175 x 252 mm	175 x 252 mm	175 x 126 mm	85 x 252 mm	175 x 84 mm	55 x 252 mm	175 x 63 mm
Anschnittformat*	420 x 297 mm	210 x 297 mm	210 x 147 mm	103 x 297 mm	210 x 105 mm	73 x 297 mm	210 x 84 mm
Preis	**9.360 €**	**5.200 €**	**2.880 €**	**2.880 €**	**2.030 €**	**2.030 €**	**1.800 €**

Die Grafik zeigt das **Anschnittsformat**. Anzeigen im **Satzspiegel** sind ebenfalls möglich – die entsprechenden Maße finden Sie bei den jeweiligen Anzeigenformaten. Für Satzspiegelanzeigen ist kein Beschnitt erforderlich.

Sonderwerbeformen wie Banderolen, Gatefolder und weitere individuelle Formate sind auf Anfrage möglich. Auch **weitere Formate** und Farben sind auf Anfrage erhältlich. Preise auf Anfrage.

Anzeigenformat

Satzspiegelformat

Anschnittformat
*zzgl. 3 mm Beschnittzugabe

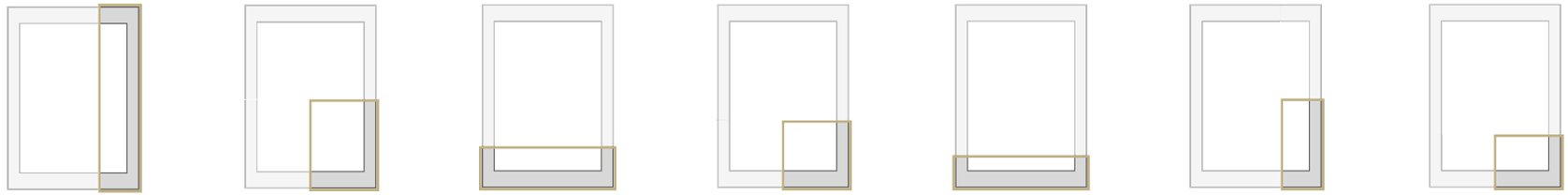
Weitere Formate auf Anfrage

Spaltenmaß

Textspaltenbreite:
55 mm und 40 mm

Anzeigenspaltenbreite:
40 mm

Anzeigenformate -2



Format	**1/4 Seite** (hoch)	**1/4 Seite** (2-spaltig)	**1/6 Seite** (quer)	**1/6 Seite** (2-spaltig)	**1/8 Seite** (quer)	**1/8 Seite** (hoch)	**1/8 Seite** (2-spaltig)
Satzspiegelformat	40 x 252 mm	85 x 126 mm	175 x 42 mm	85 x 84 mm	175 x 32 mm	40 x 126 mm	85 x 63 mm
Anschnittformat*	58 x 297 mm	103 x 147 mm	210 x 63 mm	103 x 105 mm	210 x 53 mm	58 x 147 mm	103 x 84 mm
Preis	**1.800 €**	**1.800 €**	**1.520 €**	**1.520 €**	**1.350 €**	**1.350 €**	**1.350 €**

Malstaffel – bei Abnahme innerhalb eines Jahres

2 Seiten	3 Anzeigen	**5 %**
3 Seiten	6 Anzeigen	**10 %**
6 Seiten	12 Anzeigen	**15 %**
12 Seiten	24 Anzeigen	**20 %**



Anzeigenrücktrittstermin:
Anzeigenrücktrittstermin (Stornierung): am Anzeigenschluss, bei Titel- und Umschlagseiten 3 Wochen vor Anzeigenschluss

Die Grafik zeigt das **Anschnittsformat**. Anzeigen im **Satzspiegel** sind ebenfalls möglich – die entsprechenden Maße finden Sie bei den jeweiligen Anzeigenformaten. Für Satzspiegelanzeigen ist kein Beschnitt erforderlich.

Sonderwerbeformen wie Banderolen, Gatefolder und weitere individuelle Formate sind auf Anfrage möglich. Auch **weitere Formate** und Farben sind auf Anfrage erhältlich. Preise auf Anfrage.

Anzeigenformat

Satzspiegelformat

Anschnittformat
*zzgl. 3 mm Beschnittzugabe

Weitere Formate auf Anfrage

Spaltenmaß

Textspaltenbreite:
55 mm und 40 mm

Anzeigenspaltenbreite:
40 mm

Sommerreifen und Winter-/Ganzjahresreifen im Test

Pro Saison werden in Deutschland weit über 100 Reifen getestet. Dabei den Überblick über die Stärken und Schwächen zu behalten, ist nicht einfach. Mit unseren Beilagen zeigen wir Ihnen, welcher Reifen in welchem Test wie abgeschnitten hat und somit die Favoriten der Saison sind – eine ideale Beratungshilfe für das Verkaufsgespräch am Tresen und zur Auslage im Verkaufsraum.

Erscheinungstermine: April, November

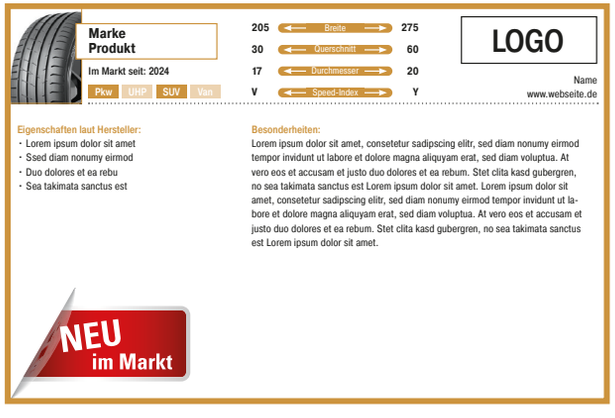


Format	Titelseite	Umschlagseite (2.,3.,4.)	1/1 Seite	1/2 Seite (quer)
Anschnittformat*	205 x 180 mm	205 x 294 mm	205 x 294 mm	205 x 148 mm
Preis	6.550 €	5.990 €	5.200 €	2.880 €



Advertorial Box

Sie wollen einen neuen und noch nicht getesteten Reifen vorstellen? Nutzen Sie hierfür das Aufmerksamkeitsteigernde Advertorial in unseren Testbeilagen. Preise auf Anfrage.



Anzeigenformat

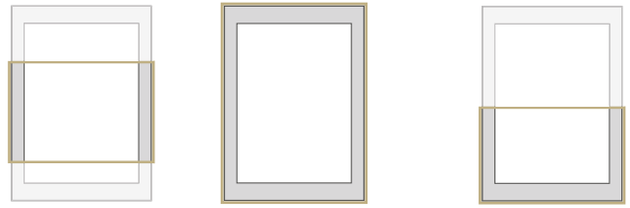
Satzspiegelformat Anschnittformat
*zzgl. 3 mm Beschnittzugabe

Weitere Formate auf Anfrage

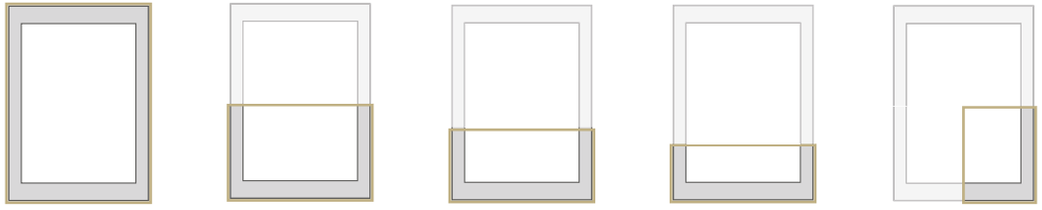
Lkw-Reifen Special

Das Geschäft mit Lkw-Reifen ist eines für Profis. Damit die anspruchsvollen Bedürfnisse der Kunden auf allen Ebenen der Wertschöpfungskette erfüllt werden können, benötigen die Marktteilnehmer fundierte Informationen. Diese liefert unsere Redaktionsbeilage Lkw-Reifen Special. Sie erscheint dreimal jährlich in einer Auflage von 11.000 Exemplaren, wovon 6.000 im Direktvertrieb an Spediteure und Fuhrparks gehen.

Erscheinungstermine: März, Juni und September



Format	Titelseite	Umschlagseite (2.,3)	Umschlagseite (4)
Anschnittformat*	205 x 180 mm	205 x 294 mm	205 x 192 mm
Preis	7.290 €	6.660 €	6.660 €



Format	1/1 Seite	1/2 Seite	1/3 Seite (quer)	1/4 Seite (quer)	1/4 Seite
Satzspiegelformat	–	181 x 130 mm	181 x 85 mm	181 x 65 mm	89 x 130 mm
Anschnittformat*	205 x 294 mm	205 x 148 mm	205 x 108 mm	205 x 83 mm	101 x 153 mm
Preis	5.800 €	3.210 €	2.190 €	1.930 €	1.930 €



Anzeigenformat

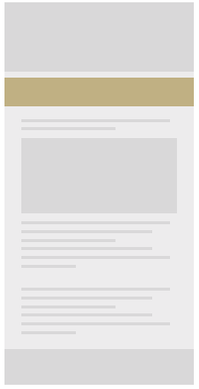
Satzspiegelformat Anschnittformat

*zzgl. 3 mm Beschnittzugabe

Weitere Formate auf Anfrage

Lkw-Reifen-Newsletter/-Sondermailing

Erreichen Sie die relevanten Zielgruppen der Lkw-Reifenbranche mit aufmerksamkeitsstarken Werbeformaten in unserem Lkw-Reifen-Newsletter und dem Lkw-Reifen Special als E-Paper. Nutzen Sie die regelmäßige Newsletter-Kommunikation oder setzen Sie mit einem exklusiven Sondermailing gezielte Akzente – für eine wirkungsvolle Präsenz in einem fachlich relevanten Umfeld.



Lkw-Reifen-Newsletter

Standard-Banner	Größe	Preis	Schaltung
	600 x 100 px	**1.040 €**	2 x / Monat



Lkw-Reifen Sondermailing (E-Paper)

Doppel-Banner	Größe	Preis	Schaltung
	600 x 100 px	**2.500 €**	3 x / Jahr
	600 x 450 px		



Mehr Raum für Ihre Botschaft

Mit unseren Sonderwerbeformen sorgen Sie für zusätzliche Aufmerksamkeit und geben Ihrer Kommunikation eine besondere Bühne. Ob als Beilage, Beihefter oder Beikleber – nutzen Sie individuelle Formate, um Ihre Inhalte aufmerksamkeitsstark und nachhaltig zu platzieren.

Beilagen

Ihre Botschaft zum Mitnehmen.
Beilagen sind lose beigefügte Drucksachen – ideal für Flyer, Gutscheine, Prospekte oder Produktinformationen.

Gewicht	Preis/Tausend
bis 25 g	365 €
bis 50 g	415 €
bis 100 g	470 €

- Format: höchstens 205 x 294 mm
- Bei höheren Gewichten Preis auf Anfrage

Beihefter

Fest integriert, aufmerksamkeitsstark platziert.
Beihefter sind fest in die Zeitschrift eingeheftete Drucksachen und bieten zusätzlichen Raum für umfangreiche Inhalte und besondere Kampagnen.

Format	Preis/Tausend
2-seitig	560 €
4-seitig	680 €
6-seitig	795 €
8-seitig	895 €

- gefalzt und unbeschnitten
- 2-seitig (216 x 303 mm), 4-seitig (432 x 303 mm)
- wird nach Mengenstaffel rabattiert
- 1 Beihefter gleich 1 Seite

Beikleber

Kleine Extras mit großer Wirkung.
Beikleber wie Postkarten werden auf einer Trägeranzeige (mind. 1/2 Seite) befestigt und können vom Leser einfach abgelöst und weiterverwendet werden. Preise auf Anfrage.

Zusätzliche Präsentation auf Website und im Newsletter möglich. Preis auf Anfrage.

Versandanschrift für Beilagen, Beihefter und Beikleber:

Strube Druck & Medien GmbH, Herrn Gries, Stimmerswiesen 3, 34587 Felsberg, Deutschland
Werbemittel müssen spätestens eine Woche vor Erscheinen des Heftes angeliefert sein.

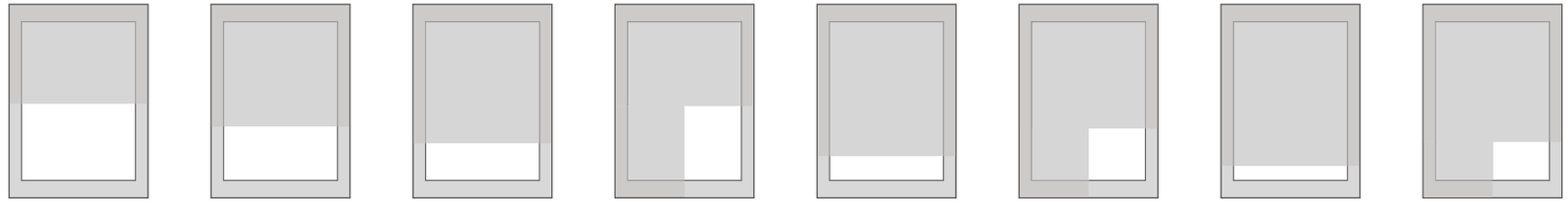
Dreifach präsent – in Magazin, Newsletter und Website

Mit einer Anzeige im Anzeigenmarkt erreichen Sie Ihre Zielgruppe dort, wo sie unterwegs ist: im Magazin, im Newsletter und online auf unserer Website.

Anzeigenmarkt

Suchen Sie einen neuen Mitarbeiter für Ihr Unternehmen? Oder suchen Sie nach neuen Herausforderungen? Die richtige Zielgruppe erreichen Sie im Stellenmarkt der NEUE REIFENZEITUNG.





Format	1/2 Seite	1/3 Seite	1/4 Seite	1/4 Seite	1/6 Seite	1/6 Seite	1/8 Seite	1/8 Seite
Satzspiegelformat	188 x 123 mm	188 x 81 mm	188 x 63 mm	92 x 123 mm	188 x 39 mm	92 x 81 mm	188 x 29 mm	92 x 60 mm
Spalten	4-spaltig	4-spaltig	4-spaltig	2-spaltig	4-spaltig	2-spaltig	4-spaltig	2-spaltig
Preis (S/W)	**1.150 €**	**760 €**	**590 €**	**590 €**	**380 €**	**380 €**	**275 €**	**275 €**

Anzeigenformat

☐ Satzspiegelformat

Weitere Formate auf Anfrage

Farbe: 10 % Zuschlag auf S/W-Preis
Chiffre-Gebühr: 10 €

Relevante Themen. Monat für Monat.

Wir beleuchten die wichtigsten Entwicklungen, Trends und Themen des internationalen Reifen- und Rädermarktes. Unser Redaktionsprogramm gibt Ihnen einen Überblick über die geplanten Inhalte sowie die jeweiligen Termine für Erscheinungsdatum, Anzeigenschluss und Redaktionsschluss.

Januar

ET: 19.1. **AS**: 4.1. **RS**: 4.1.

Jahresausblick 2027 | Landwirtschaftsreifen | Großhandel | Onlinehandel/IT-Lösungen
Messetermine: AutoZum 20.-23.1.

Februar

ET: 18.2. **AS**: 29.1. **RS**: 4.2.

Motorradreifen | Reifendruckkontrollsysteme (RDKS) | SUV-Reifen | Plattformgeschäft
Messetermine: IMOT (München) 12.-14.2. | Intermot 19.-21.2.

März

ET: 18.3. **AS**: 26.2. **RS**: 4.3.

Räderreport, Teil 1 | Sommerumbereifung, Teil 1 | Werkstatt + Teile | Fachhandelskonzepte/Kooperationen
Beilage: Lkw-Reifen Special
Messetermine: Tire Technology Expo 2.-4.3. | Motorräder Dortmund 4.-7.3. | Flotte! Der Branchentreff 17.-18.3.

April

ET: 19.4. **AS**: 31.3. **RS**: 2.4.

Räderreport, Teil 2 | Sommerumbereifung, Teil 2 | Motorradreifen | Flottengeschäft
Beilage: Sommerreifen im Test
Messetermine: Transport Logistic 26.-29.4

Mai

ET: 19.5. **AS**: 29.4. **RS**: 10.5.

Industriereifen | Fachhandelskonzepte/Kooperationen | Klassikreifen/Oldtimerreifen
Messetermine: Tuning World Bodensee 6.-9.5. | TOC Europe 25.-27.5. | Autopromotec 26.-29.5. | Abenteuer & Allrad 27.-30.5.

Juni

ET: 18.6. **AS**: 28.5. **RS**: 8.6.

Altreifen/Recycling | Reifendruckkontrollsysteme (RDKS) | UHP-Reifen/Tuning/Fahrwerk
Beilage: Lkw-Reifen Special

ET: Erscheinungstermin **AS**: Anzeigeschluss **RS**: Redaktionsschluss

Juli

ET: 19.7. **AS**: 30.6. **RS**: 2.7.

Landwirtschaftsreifen | Großhandel | 4x4-Reifen | Onlinehandel/IT-Lösungen

August

ET: 18.8. **AS**: 30.7. **RS**: 2.8.

Werkstatt + Teile | Ganzjahresreifen | Plattformgeschäft

September

ET: 17.9. **AS**: 31.8. **RS**: 3.9.

Wintergeschäft, Teil 1 | E-Mobilität und Reifen | Transporterreifen
Beilage: Lkw-Reifen Special
Messetermine: IAA Mobility 7.-12.9. | NUFAM 22.-25.9.

Oktober

ET: 18.10. **AS**: 30.9. **RS**: 1.10.

Wintergeschäft, Teil 2 | Schneeketten | OTR-/EM-Reifen | Reifenlogistik/Lagertechnik | Lkw-Reifen/Nachbericht NUFAM

Ende Oktober

ET: 29.10. **AS**: 8.10. **RS**: 14.10.

Sonderveröffentlichung: Landwirtschaftsreifen Special (Agritechnica)

November

ET: 19.11. **AS**: 29.10. **RS**: 4.11.

Wintergeschäft, Teil 3 | Vorschau Essen Motor Show | Eigen- und Exklusivmarken | Werkstatt + Teile
Beilage: Winter-/Ganzjahresreifen im Test
Messetermine: Agritechnica 14.-20.11.

Dezember

ET: 20.12. **AS**: 30.11. **RS**: 2.12.

Fachhandelskonzepte/Kooperationen | Reifendruckkontrollsysteme (RDKS) | Nachbericht Essen Motor Show | Reifenmarken des Jahres | Landwirtschaftsreifen
Messetermine: Essen Motor Show 3.-12.12.

ET: Erscheinungstermin **AS**: Anzeigeschluss **RS**: Redaktionsschluss

233.800 Impressions*
110.200 Visits*

*Monatlicher Durchschnitt 2025

Ihre Marke dort, wo die Reifenbranche informiert bleibt

Erreichen Sie Ihre Zielgruppe mit aufmerksamkeitsstarken Bannerformaten auf Reifenpresse.de – direkt im digitalen Umfeld der Reifenbranche.



Format	Wallpaper	Pop-up	Header-Banner	Fullsize-Banner	Superbanner
Größe	300 x 1080 px	600 x 450 px	468 x 60 px	600 x 100 px	600 x 200 px
Preis/Monat	**ab 1.940 €**	**ab 2.875 €**	**1.120 €**	**1.030 €**	**2.060 €**



Format	Vertical Banner	Skyscraper	Medium Rectangle	Rectangle	Native Advertising*
Größe	125 x 240 px	125 x 600 px	300 x 250 px	300 x 120 px	1500 x 1125 px
Preis/Monat	**610 €**	**1.260 €**	**1.160 €**	**570 €**	**3.390 €**

Malstaffel

3 Banner	6 Banner	12 Banner
5 %	10 %	15 %

Link-, Button- und Advertorial-Preise sind reine Nettopreise.

Artikelseiten: dreifacher Preis
Alle Werbeformen sind auch auf den Artikelseiten buchbar; profitieren Sie von der hohen Besucherzahl. Preis auf Anfrage.

***Native Advertising**
Text-Bild-Anzeige im redaktionellen Umfeld auf unserer Homepage.
Inklusive: 2× Veröffentlichung im Newsletter
Umfang: Artikel bis 5.000 Zeichen + 1 Bild (4:3)

Täglicher Newsletter (5 x / Woche)

Direkt in den Posteingang. Direkt in den Alltag unserer Leser.
Unser werktäglicher Newsletter erreicht Tausende Leser direkt im Posteingang – mit relevanten News, Einordnungen und Impulsen. Ein etabliertes Referenzprodukt im Markt und ein aufmerksamkeitsstarkes Umfeld für Ihre Marke.



Format	Banner on top	Standard Banner	Skyscraper
Größe	585 x 72 px	585 x 72 px	125 x 600 px
Preis/Monat	**1.890 €**	**1.680 €**	**1.780 €**

5.200 Newsletter-Abonnenten

Weitere Newsletter

Mehr Themen, mehr Zielgruppen, mehr Möglichkeiten: Unsere weiteren Newsletter bieten passgenaue Umfelder für eine aufmerksamkeitsstarke Markenkommunikation.



	Wochenausblick	top10	e-paper	exklusiv
Ausgabe	**Wochenausblick**	**Top 10**	**Vorschau E-Paper** (Magazin)	**Reifentests**
Format	Standard Banner	Standard Banner	Standard Banner	Standard Banner
Größe	600 x 100 px	600 x 100 px	600 x 100 px	600 x 100 px
Erscheinungsweise	1 x / Woche, montags	1 x / Monat	1 x / Monat	ca. 20 x / Jahr
Preis/Monat	**1.280 €**	**480 €**	**480 €**	**990 €**

Malstaffel

3 Banner	6 Banner	12 Banner
5 %	10 %	15 %

Link-, Button- und Advertorial-Preise sind reine Nettopreise.

Hinweis: Die Platzierung der Standard-Banner ist variabel.

Anzeigenrücktrittstermin (Stornierung): 3 Wochen vor Erscheinen

Wir sprechen **REIFEN**
Tanja Fergin, +49 (0)4141/5336-24 - tanja.fergin@reifenpresse.de

Mehr Sichtbarkeit für Ihre Marke – mit unseren zusätzlichen digitalen Angeboten.

Ob exklusiv im Newsletter, bei unseren thematischen Sondermailings oder als dauerhafte Präsenz im Firmen-Finder: Mit unseren ergänzenden Werbemöglichkeiten erreichen Sie Ihre Zielgruppe aufmerksamkeitsstark und im passenden Umfeld.

Advertorial-Newsletter

Ihre Botschaft direkt im Posteingang.
Sie möchten Ihr Unternehmen, ein Produkt oder eine Neuheit exklusiv präsentieren? Mit unserem Advertorial-Newsletter platzieren Sie Ihre Werbebotschaft aufmerksamkeitsstark im redaktionellen Umfeld und erreichen unsere Leserschaft direkt im Posteingang.

Sie liefern: Text & Bild
Wir übernehmen: die Gestaltung des Werbemittels



Technische Daten:

Dateigröße	600 × 2.000 px
Dateiformat	JPG oder PDF
Preis	**2.500 €**

Sondermailings

Präsenz bei unseren redaktionellen Themen-Highlights.
Mehrmals jährlich erreichen unsere Sondermailings eine interessierte Fachzielgruppe zu ausgewählten Branchenthemen. Nutzen Sie diese aufmerksamkeitsstarken Ausgaben als Sponsor für Ihre Markenpräsenz.

Themen-Newsletter	Veröffentlichung
Lkw-Reifen Special (E-Paper)	März, Juni, September
Reifen-im-Test-Beilage (E-Paper)	April, November
Gewinner/Verlierer der Reifentests	April, November
Reifenmarkt Deutschland	Februar, Mai, August, November
NRZ-Ranking „Größte Hersteller“	Juni
NRZ-Ranking „Größte Großhändler“	August
Preis: **2.500 €**	

Firmenfinder

In unserem Firmen-Finder können Sie Ihr Unternehmen werbewirksam präsentieren. Neben der Veröffentlichung auf unserer Website sind Sie auch im Web-Weg-Weiser der NEUE REIFENZEITUNG vertreten.

Basis-Eintrag: 200 €/Jahr **Premium-Eintrag:** 450 €/Jahr

Wir sprechen **REIFEN**

Tanja Fergin, +49 (0)4141/5336-24 - tanja.fergin@reifenpresse.de

Immer bestens informiert über die Reifenbranche

Ob klassisch als Printausgabe, digital als E-Paper oder flexibel zum Ausprobieren: Wählen Sie das Abonnement, das am besten zu Ihnen passt, und bleiben Sie zuverlässig auf dem Laufenden.

Premium-Abonnement (für 12 Monate)

Gedruckte NEUE REIFENZEITUNG frei Haus inklusive E-Paper sowie uneingeschränkten Zugriff auf das Nachrichten- und Datenangebot auf Reifenpresse.de.

Laufzeit und Kündigung:
12 Monate. Kündigung 6 Wochen vor Ablauf, sonst automatische Verlängerung um ein weiteres Jahr.

Inland:	155 € (inkl. Porto und 7 % USt)
Europa:	185 € (inkl. Porto)
Welt:	205 € (inkl. Porto)

Online-Abonnement (für 12 Monate)

NEUE REIFENZEITUNG als E-Paper inklusive uneingeschränktem Zugriff auf das Nachrichten- und Datenangebot auf Reifenpresse.de.

Laufzeit und Kündigung:
12 Monate. Kündigung 6 Wochen vor Ablauf, sonst automatische Verlängerung um ein weiteres Jahr.

Inland:	139 € (inkl. 7 % USt)
Ausland:	129,91 €

Einzelheft Inland und Ausland

Reifenbranche kompakt: Sichern Sie sich Ihre aktuelle Ausgabe der NEUE REIFENZEITUNG.

Inland:	14,50 € (inkl. Porto und ggf. 7 % USt)
Ausland:	14,50 € (inkl. Porto)

Online-Probeabonnement (für 1 Monat)

Das Online-Probeabonnement läuft automatisch nach einem Monat aus; es beinhaltet den uneingeschränkten Zugriff auf unser Nachrichten- und Datenangebot auf Reifenpresse.de, nicht aber unser E-Paper.

Inland:	9,90 € (inkl. 7 % USt)
Ausland:	9,25 €

Technische Daten:

Print

Druckverfahren:	Offsetdruck
Bindung:	Klebebindung
Auflösung:	300 dpi in Originalgröße, als CMYK
Farbprofil:	ISO coated V2

Website

Alle Bannerformate bis max.	150 KB
Datenformate:	JPEG, GIF, PNG oder SVG
HTML5-Banner:	Ordner mit allen Bildern/Schriften etc. und der dazugehörigen index.HTML-Datei, diesen dann als ZIP-Datei
Video/Audiostreaming:	MP4 (technische Details wie Dateigröße, Dauer etc. nach Absprache)

Newsletter

Alle Bannerformate bis max.	150 KB, Auflösung 72 dpi
Datenformate:	JPEG, GIF oder PNG
PDF-Anhang:	Alle Bannerformate bis max 1 MB, Auflösung 300 dpi, RGB

Datenanlieferung für Anzeigendaten – Print

Bitte senden Sie Ihre Anzeigendaten im PDF-Format per E-Mail an:
torsten.tuchardt@reifenpresse.de

Datenanlieferung für Werbemittel – Website & Newsletter

Bitte senden Sie Bannerdaten und Ziel-URL spätestens eine Woche vor dem Veröffentlichungstermin per E-Mail an:
tanja.fergin@reifenpresse.de

Zahlungsbedingungen:

- Bankeinzug: 3 % Skonto
- 8 Tage ab Rechnungsdatum 2 % Skonto
- 30 Tage ab Rechnungsdatum netto
- Bei Beilagen Skonto nur vom reinen Beilagenpreis
- Abonnements sind vom Skontoabzug ausgeschlossen
- Alle Preise zuzüglich jeweils gültiger Umsatzsteuer

Bankverbindung:

Kreissparkasse Stade:
IBAN: DE35 2415 1116 0000 1229 86
SWIFT-BIC: NOLADE21STK

Commerzbank:
Profil-Verlag GmbH & Co. KG
IBAN: DE32 2008 0000 0250 9118 00
SWIFT-BIC: DRESDEFF200

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen, Digitalwerbung und Fremdbeilagen der Profil-Verlag GmbH & Co. KG

I. Allgemeine Bestimmungen

1. Geltungsbereich

[1] Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen(„AGB“) gelten für sämtliche Verträge der Profil-Verlag GmbH & Co. KG („Verlag“) mit Auftraggebern über die Veröffentlichung, Verbreitung oder Schaltung von Werbemitteln in den vom Verlag herausgegebenen Print- und Digitalmedien sowie für damit zusammenhängende Leistungen. Hierzu gehören insbesondere Print-Anzeigen, Fremdbeilagen, Beihefter, Online-Banner, digitale Werbemittel, Advertorials, Newsletter-Werbung, Sponsoring-Formate und sonstige digitale Werbeformen.
[2] Die AGB gelten ausschließlich gegenüber Unternehmern im Sinne des § 14 BGB sowie gegenüber juristischen Personen des öffentlichen Rechts und öffentlich-rechtlichen Sondervermögen.
[3] Entgegenstehende oder von diesen AGB abweichende Geschäftsbedingungen des Auftraggebers werden nicht Vertragsbestandteil, es sei denn, der Verlag hat ihrer Geltung ausdrücklich in Textform zugestimmt. Dies gilt auch dann, wenn der Verlag in Kenntnis entgegenstehender Geschäftsbedingungen des Auftraggebers die Leistung vorbehaltlos ausführt.
[4] Individuelle Vereinbarungen zwischen Verlag und Auftraggeber haben Vorrang vor diesen AGB.

2. Vertragsschluss und Auftragsumfang

[1] Ein Werbeauftrag kommt durch Annahme des Auftrags durch den Verlag, insbesondere durch Auftragsbestätigung in Textform, oder durch Ausführung des Auftrags zustande.
[2] Maßgeblich für Art und Umfang der geschuldeten Leistung sind die Auftragsbestätigung, die vereinbarte Leistungsbeschreibung, die zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses gültige Preisliste (s. Mediadaten) sowie die technischen Spezifikationen des Verlags.
[3] Soweit ein Abschluss oder eine Rahmenvereinbarung dem Auftraggeber das Recht einräumt, einzelne Werbemittel innerhalb eines bestimmten Zeitraums abzurufen, sind die Abrufe innerhalb des vereinbarten Zeitraums vorzunehmen. Fehlt eine ausdrückliche Vereinbarung, gilt eine Abruffrist von einem Jahr ab Vertragsschluss.
[4] Bei Rabatt- oder Mengenabschlüssen gilt, soweit nicht anders vereinbart, eine Abruffrist von einem Jahr ab Erscheinen des ersten Werbemittels, sofern dieses innerhalb eines Jahres nach Vertragsschluss abgerufen wird.
[5] Wird ein Auftrag oder ein vereinbartes Abrufvolumen aus Umständen nicht oder nicht vollständig erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, ist der Verlag berechtigt, den gewährten Mengen- oder Abschlussrabatt nach Maßgabe der tatsächlich abgenommenen Leistung neu zu berechnen und die Differenz nachzuberechnen.

3. Stornierung und Änderung von Aufträgen

[1] Die Stornierung oder Änderung eines erteilten Werbeauftrags bedarf der Zustimmung des Verlags in Textform.
[2] Bereits erteilte Aufträge können nur bis zu dem Zeitpunkt kostenfrei storniert oder geändert werden, zu dem der Verlag noch keine wesentlichen Dispositionen für deren Durchführung getroffen hat. Weitere Details zu den Stornierungs- und Änderungsfristen werden in der Preisliste (s. Mediadaten), dem Angebot oder der Auftragsbestätigung ausgewiesen.
[3] Bei späteren Stornierungen oder Änderungen ist der Verlag berechtigt, bereits entstandene Kosten sowie einen angemessenen Anteil der vereinbarten Vergütung für bereits erbrachte oder nicht mehr anderweitig verwertbare Leistungen in Rechnung zu stellen.
[4] Für digitale Werbeleistungen können abweichende Stornierungs- und Änderungsfristen gelten. Die jeweils geltenden Fristen und etwaigen Kosten werden in der Preisliste (s. Mediadaten), dem Angebot oder der Auftragsbestätigung ausgewiesen.
[5] Änderungen eines bereits freigegebenen Werbemittels gelten als neuer Änderungsauftrag. Der Verlag kann hierfür zusätzliche Kosten berechnen, sofern die Änderung einen zusätzlichen Bearbeitungsaufwand verursacht.

4. Ablehnungsrecht des Verlags

[1] Der Verlag behält sich vor, Werbeaufträge oder einzelne Werbemittel nach sachlich gerechtfertigten und einheitlich angewandten Grundsätzen abzulehnen oder zu ändern, insbesondere wenn deren Inhalt, Herkunft, Gestaltung oder technische Beschaffenheit gegen gesetzliche Vorschriften, behördliche Bestimmungen oder Rechte Dritter verstößt oder die Veröffentlichung dem Verlag unzumutbar ist.
[2] Eine Ablehnung kann insbesondere erfolgen, wenn das Werbemittel geeignet ist, die Funktionsfähigkeit, Sicherheit oder Integrität der technischen Systeme des Verlags zu beeinträchtigen.
[3] Der Verlag ist nicht verpflichtet, die vom Auftraggeber angelieferten Werbemittel auf deren rechtliche, sachliche oder wettbewerbsrechtliche Zulässigkeit zu prüfen.
[4] Der Verlag ist berechtigt, Werbemittel technisch oder gestalterisch in dem Umfang anzupassen, der für die vertragsgemäße Veröffentlichung erforderlich ist. Wesentliche Änderungen werden, soweit möglich, mit dem Auftraggeber abgestimmt.

5. Verantwortlichkeit des Auftraggebers und Rechte Dritter

[1] Der Auftraggeber ist für den Inhalt, die rechtliche Zulässigkeit und die Richtigkeit der von ihm zur Veröffentlichung übermittelten Werbemittel verantwortlich.
[2] Der Auftraggeber gewährleistet insbesondere, dass er über sämtliche für die vereinbarte Veröffentlichung erforderlichen Rechte verfügt. Dies umfasst insbesondere Urheber-, Marken-, Leistungsschutz-, Persönlichkeits-, Datenschutz- und sonstige Rechte Dritter.
[3] Der Auftraggeber gewährleistet ferner, dass die Werbemittel keine gesetzlichen Vorschriften, insbesondere des Wettbewerbs-, Urheber-, Marken-, Datenschutz- oder sonstigen Werberechts, verletzen.
[4] Der Auftraggeber stellt den Verlag von sämtlichen Ansprüchen Dritter frei, die diese im Zusammenhang mit der Veröffentlichung oder Schaltung eines vom Auftraggeber bereitgestellten Werbemittels gegen den Verlag geltend machen. Die Freistellung umfasst auch die angemessenen Kosten einer erforderlichen Rechtsverteidigung.
[5] Der Verlag wird den Auftraggeber über geltend gemachte Ansprüche Dritter, soweit dies rechtlich zulässig und zumutbar ist, unverzüglich informieren und ihm Gelegenheit geben, an der Abwehr des Anspruchs mitzuwirken.

6. Nutzungsrechte

[1] Der Auftraggeber räumt dem Verlag die für die vertragsgemäße Erbringung der vereinbarten Leistungen erforderlichen einfachen, nicht ausschließlichen Nutzungsrechte an den übermittelten Werbemitteln und Inhalten ein.
[2] Die Rechteeinräumung umfasst insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, öffentlichen Zugänglichmachung, technischen Übertragung und – soweit für die vereinbarte Veröffentlichung erforderlich – Bearbeitung.
[3] Die Rechte werden räumlich und zeitlich auf den für die Durchführung des jeweiligen Auftrags erforderlichen Umfang beschränkt. Dies umfasst insbesondere die Veröffentlichung in den vereinbarten Printmedien, E-Paper-Ausgaben, Websites, Apps, Newslettern und sonstigen vereinbarten digitalen Angeboten des Verlags.
[4] Soweit Werbeinhalte im Rahmen eines E-Papers, Online-Archivs oder sonstigen digitalen Archivs nach Ende der gebuchten Schaltungsdauer weiterhin Bestandteil einer bereits veröffentlichten Ausgabe bleiben, ist dies von der Rechteeinräumung umfasst, soweit dies zur bestimmungsgemäßen Archivierung und Bereitstellung der betreffenden Ausgabe erforderlich ist.
[5] Eine darüber hinausgehende Nutzung durch den Verlag bedarf einer gesonderten Vereinbarung, sofern sie nicht bereits ausdrücklich Bestandteil des Auftrags ist.

7. Kennzeichnung von Werbung

[1] Der Verlag ist berechtigt und, soweit gesetzlich erforderlich, verpflichtet, Werbeinhalte als Werbung zu kennzeichnen.
[2] Werbemittel, die aufgrund ihrer Gestaltung oder Einbindung nicht eindeutig als Werbung erkennbar sind, können vom Verlag insbesondere mit den Hinweisen „Anzeige“, „Werbung“, „Advertorial“, „Sponsored Content“ oder einer vergleichbaren Kennzeichnung versehen werden.
[3] Der Verlag entscheidet über Art, Position und Gestaltung der erforderlichen Kennzeichnung unter Berücksichtigung der gesetzlichen Anforderungen und der jeweiligen Werbeform.

8. Preise und Zahlungsbedingungen

[1] Die Vergütung richtet sich nach der bei Vertragsschluss gültigen Preisliste (s. Mediadaten), soweit keine abweichende individuelle Vereinbarung getroffen wurde.
[2] Rechnungen werden nach Erbringung der jeweiligen Leistung bzw. nach dem vereinbarten Abrechnungszeitpunkt erstellt und können dem Auftragge-

ber elektronisch, insbesondere als PDF, übermittelt werden.
[3] Rechnungen sind innerhalb der in der Preisliste (s. Mediadaten) oder Auftragsbestätigung genannten Frist zahlbar. Soweit dem Auftraggeber ein Skonto eingeräumt wird, sind Skontosatz und Skontofrist in der Rechnung, Preisliste (s. Mediadaten) oder Auftragsbestätigung angegeben. Der Skontoabzug setzt voraus, dass der Rechnungsbetrag innerhalb der hierfür maßgeblichen Frist vollständig bezahlt wird.
[4] Bei Zahlungsverzug gelten die gesetzlichen Verzugszinsen. Im unternehmerischen Geschäftsverkehr ist der Verlag berechtigt, die gesetzliche Verzugspauschale nach § 288 Abs. 5 BGB geltend zu machen.
[5] Bei Zahlungsverzug ist der Verlag berechtigt, weitere Leistungen aus laufenden Aufträgen vorübergehend auszusetzen oder deren Ausführung von einer Vorauszahlung oder angemessenen Sicherheitsleistung abhängig zu machen.
[6] Eine Aufrechnung oder die Ausübung eines Zurückbehaltungsrechts durch den Auftraggeber ist nur mit unbestrittenen oder rechtskräftig festgestellten Forderungen zulässig. Dies gilt nicht für Ansprüche, die in einem rechtlichen Zusammenhang mit der jeweiligen Gegenforderung stehen.

9. Leistungszeit, Betriebsstörungen und höhere Gewalt
[1] Erscheinungs-, Versand-, Schaltungs- und sonstige Leistungstermine werden nach Möglichkeit eingehalten. Soweit Termine ausdrücklich als verbindlich vereinbart wurden, gelten die gesetzlichen Bestimmungen.
[2] Ereignisse höherer Gewalt sowie sonstige unvorhersehbare, vom Verlag nicht zu vertretende Ereignisse, die die Leistungserbringung wesentlich erschweren oder vorübergehend unmöglich machen, berechtigen den Verlag, die Leistung für die Dauer der Behinderung zu verschieben oder ganz oder teilweise vom Vertrag zurückzutreten.
[3] Als solche Ereignisse gelten insbesondere Störungen der Telekommunikations- und Datenverbindungen, Stromausfälle, Cyberangriffe, technische Störungen bei Dienstleistern, Arbeitskämpfe, behördliche Maßnahmen, Naturereignisse sowie sonstige Betriebsstörungen außerhalb des Einflussbereichs des Verlags.

10. Haftung des Verlags
[1] Der Verlag haftet unbeschränkt für Schäden aus der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit, die auf einer vorsätzlichen oder fahrlässigen Pflichtverletzung des Verlags, seiner gesetzlichen Vertreter oder Erfüllungsgehilfen beruhen.
[2] Der Verlag haftet ferner unbeschränkt für Schäden, die auf Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit des Verlags, seiner gesetzlichen Vertreter oder Erfüllungsgehilfen beruhen.
[3] Bei leicht fahrlässiger Verletzung wesentlicher Vertragspflichten haftet der Verlag nur auf Ersatz des vertragstypischen und bei Vertragsschluss vorhersehbaren Schadens.
[4] Im Übrigen ist die Haftung des Verlags für leicht fahrlässige Pflichtverletzungen ausgeschlossen.
[5] Die vorstehenden Haftungsbeschränkungen gelten nicht, soweit zwingende gesetzliche Haftungsvorschriften entgegenstehen oder der Verlag eine Garantie übernommen hat.
[6] Der Verlag haftet insbesondere nicht für einen bestimmten Werbeerfolg, eine bestimmte Anzahl von Kontakten, Klicks, Leads, Conversions, Öffnungen oder sonstige wirtschaftliche Ergebnisse, soweit eine solche Leistung nicht ausdrücklich vereinbart wurde.

II. Besondere Bedingungen für Print-Anzeigen
11. Druckunterlagen und Anlieferung
[1] Der Auftraggeber ist für die rechtzeitige und technisch einwandfreie Anlieferung der Druckunterlagen verantwortlich.
[2] Die Druckunterlagen müssen den jeweils gültigen technischen Spezifikationen des Verlags entsprechen.
[3] Bei verspäteter, unvollständiger oder technisch ungeeigneter Anlieferung ist der Verlag berechtigt, die Veröffentlichung auf einen späteren Erscheinungstermin zu verschieben, die Unterlagen – soweit mit vertretbarem Aufwand möglich – technisch anzupassen oder die Veröffentlichung abzulehnen.
[4] Für Verzögerungen oder eine Nichtveröffentlichung, die auf einer verspäteten, fehlerhaften oder nicht spezifikationsgerechten Anlieferung durch den Auftraggeber beruhen, haftet der Verlag nicht.
[5] Der Verlag ist nicht verpflichtet, Druckunterlagen auf inhaltliche, rechtliche oder sachliche Richtigkeit zu prüfen.

12. Druckqualität und Anzeigenbelege
[1] Der Verlag gewährleistet die für den jeweiligen Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die angelieferten Druckunterlagen und das eingesetzte Druckverfahren vorgegebenen Möglichkeiten.
[2] Geringfügige, technisch bedingte Farb-, Passer-, Schnitt- oder sonstige Abweichungen berechtigen nicht zu einer Minderung, soweit sie den gewöhnlichen Toleranzen des Druckverfahrens entsprechen.
[3] Der Auftraggeber erhält auf Wunsch einen Anzeigenbeleg, insbesondere einen Anzeigenausschnitt, eine Belegseite oder ein digitales Beleg-PDF.

13. Mängel bei Print-Anzeigen
[1] Bei einem ganz oder teilweise unleserlichen, unrichtig wiedergegebenen oder unvollständigen Abdruck hat der Auftraggeber nach Wahl des Verlags Anspruch auf eine Ersatzanzeige oder eine angemessene Minderung der Vergütung, sofern der Mangel den Zweck der Anzeige erheblich beeinträchtigt.
[2] Eine Ersatzanzeige kann nur verlangt werden, soweit sie dem Verlag hinsichtlich des Erscheinungstermins und des verfügbaren Anzeigenraums zumutbar ist.
[3] Weitergehende Ansprüche richten sich nach Ziffer 10 dieser AGB.
[4] Der Auftraggeber hat offensichtliche Mängel im kaufmännischen Geschäftsverkehr unverzüglich nach Kenntnis, spätestens innerhalb von zwei Wochen nach Zugang der Rechnung bzw. des Anzeigenbelegs, in Textform anzuzeigen. Die rechtzeitige Absendung genügt zur Fristwahrung.

14. Auflagenabweichungen
[1] Bei Verträgen über mehrere Anzeigen kann eine Auflagenminderung einen Anspruch auf angemessene Preisminderung begründen, wenn die tatsächlich verbreitete Auflage im Durchschnitt des Insertionsjahres die bei Vertragsschluss vereinbarte bzw. in der gültigen Preisliste (s. Mediadaten) ausgewiesene Auflage um mehr als 20 % unterschreitet.
Bei einer zugrunde gelegten Auflage von 5.000 Exemplaren ist eine für eine Preisminderung relevante Auflagenunterschreitung gegeben, wenn die durchschnittlich verbreitete Auflage im Insertionsjahr weniger als 4.000 Exemplare beträgt.
[2] Maßgeblich ist die vom Verlag für den betreffenden Titel ausgewiesene und nach den beim Verlag geltenden Auflagenkriterien ermittelte Auflage.
[3] Eine Auflagenminderung berechtigt nicht zur Preisminderung, wenn sie auf Umständen beruht, die außerhalb des Einflussbereichs des Verlags liegen und keinen wesentlichen Einfluss auf die vereinbarte Werbeleistung haben.

III. Besondere Bedingungen für Fremdbeilagen und sonstige Print-Werbemittel
15. Fremdbeilagen
[1] Für Fremdbeilagen gelten ergänzend die jeweils vereinbarten technischen Vorgaben hinsichtlich Format, Papier, Gewicht, Stückzahl, Verpackung und Anlieferung.
[2] Der Auftraggeber ist verpflichtet, die vereinbarte Menge einschließlich einer kleine technischen Reserve fristgerecht und in einem für die Verarbeitung geeigneten Zustand anzuliefern.
[3] Der Verlag ist nicht verpflichtet, Fremdbeilagen auf ihre rechtliche oder inhaltliche Zulässigkeit zu prüfen.
[4] Der Verlag ist berechtigt, Fremdbeilagen abzulehnen, wenn sie den vereinbarten technischen Anforderungen nicht entsprechen, beschädigt sind oder ihre Verarbeitung aufgrund ihrer Beschaffenheit nicht oder nur mit unverhältnismäßigem Aufwand möglich ist.
[5] Mehr- oder Minderlieferungen sind mit dem Verlag abzustimmen. Der Verlag ist nicht verpflichtet, über die vereinbarte Menge hinausgehende Exemplare zu verarbeiten.
[6] Kosten für zusätzliche Lagerung, Sortierung, Handling, Rücktransport, Entsorgung oder sonstige Zusatzleistungen können dem Auftraggeber berechnet werden, sofern diese durch die Beschaffenheit, Anlieferung oder Menge der Fremdbeilagen verursacht wurden.

16. Verwahrung und Verarbeitung von Fremdbeilagen
[1] Der Auftraggeber trägt das Risiko für die von ihm angelieferten Fremdbeilagen bis zur ordnungsgemäßen Verarbeitung, soweit der Verlag den jeweiligen Schaden nicht vorsätzlich oder grob fahrlässig verursacht hat.
[2] Der Verlag ist berechtigt, nicht benötigte oder überschüssige Fremdbeilagen nach angemessener Ankündigung auf Kosten des Auftraggebers zurückzusenden oder zu entsorgen.

IV. Besondere Bedingungen für digitale Werbeformen
17. Digitale Werbemittel und technische Vorgaben
[1] Digitale Werbemittel, insbesondere Banner, HTML5-Werbemittel, Bilder, Videos, Newsletter-Texte, Tracking-Elemente und Verlinkungen, müssen spätestens drei Werktage vor dem vereinbarten Schaltungstermin in dem vom Verlag vorgegebenen Format und entsprechend den jeweils gültigen technischen Spezifikationen beim Verlag eingehen.

[2] Der Verlag kann für einzelne Werbeformen abweichende Anlieferungsfristen festlegen.
[3] Ist ein Werbemittel nicht rechtzeitig oder nicht technisch ordnungsgemäß angeliefert worden, kann sich der Schaltungstermin entsprechend verschieben.
[4] Auf einer gebuchten Anzeigenposition darf grundsätzlich nur für die Produkte oder Dienstleistungen des vereinbarten Auftraggebers geworben werden. Eine Überlassung oder Weitergabe gebuchter Werbeflächen an Dritte ist ohne vorherige Zustimmung des Verlags nicht zulässig.

18. Verlinkungen und externe Inhalte
[1] Der Auftraggeber ist für die Inhalte sämtlicher Zielseiten verantwortlich, auf die sein Werbemittel verlinkt.
[2] Der Auftraggeber gewährleistet, dass die Zielseiten rechtmäßig betrieben werden und keine Inhalte enthalten, deren Verbreitung oder Verlinkung gegen gesetzliche Vorschriften oder Rechte Dritter verstößt.
[3] Der Verlag ist berechtigt, Verlinkungen zu sperren oder Werbemittel vorübergehend nicht zu schalten, wenn konkrete Anhaltspunkte für eine Rechtsverletzung, Sicherheitsgefährdung oder sonstige Unzulässigkeit bestehen.

19. Tracking, Skripte und Drittanbieter
[1] Vom Auftraggeber bereitgestellte Tracking-Pixel, Cookies, Skripte, Tags oder sonstige technische Funktionen müssen den jeweils geltenden gesetzlichen Anforderungen entsprechen.
[2] Der Auftraggeber gewährleistet insbesondere, dass durch die von ihm bereitgestellten technischen Funktionen keine unzulässige Verarbeitung personenbezogener Daten erfolgt.
[3] Der Verlag ist berechtigt, technische Funktionen abzulehnen oder zu deaktivieren, wenn deren Einsatz aus datenschutzrechtlichen, sicherheitsbezogenen oder technischen Gründen nicht vertretbar ist.

20. Verfügbarkeit und technische Ausfälle
[1] Der Verlag bemüht sich im Rahmen des aktuellen Standes der Technik um eine bestmögliche Verfügbarkeit seiner digitalen Plattformen.
[2] Eine jederzeitige oder unterbrechungsfreie Verfügbarkeit wird nicht geschuldet.
[3] Geplante Wartungsarbeiten sowie kurzfristige technisch bedingte Ausfälle begründen keinen Anspruch des Auftraggebers auf Vergütungsminderung, sofern die Beeinträchtigung nur unerheblich ist.
[4] Bei einem erheblichen Ausfall einer vereinbarten digitalen Werbeschaltung, den der Verlag zu vertreten hat, wird die Schaltung nach Möglichkeit nachgeholt oder die Laufzeit angemessen verlängert.
[5] Ist eine Ersatzschaltung oder Laufzeitverlängerung nicht möglich oder für den Auftraggeber nicht zumutbar, kann eine angemessene anteilige Minderung der Vergütung verlangt werden.

21. Reichweite und Leistungskennzahlen
[1] Soweit nicht ausdrücklich eine bestimmte Reichweite, Anzahl von Ad Impressions, Klicks, Newsletter-Versendungen oder sonstige Leistungskennzahl vereinbart wurde, schuldet der Verlag ausschließlich die vereinbarte Schaltung bzw. Veröffentlichung innerhalb der vereinbarten Laufzeit.
[2] Eine bestimmte Anzahl von Seitenaufrufen, Ad Impressions, Klicks, Leads, Conversions, Öffnungen oder sonstigen Nutzerreaktionen wird nicht geschuldet.
[3] Soweit Leistungskennzahlen vereinbart sind, erfolgt deren Ermittlung nach dem jeweils vom Verlag eingesetzten Adserver-, Newsletter-, Analyse- oder sonstigen Messsystem.
[4] Messabweichungen zwischen unterschiedlichen technischen Systemen begründen keinen Anspruch des Auftraggebers, sofern die Abweichung innerhalb der üblichen technischen Mess- und Auswertungstoleranzen liegt.

V. Besondere Bedingungen für Newsletter-Werbung
22. Newsletter-Werbung
[1] Newsletter-Werbung wird entsprechend der vereinbarten Werbeform und dem vereinbarten Versandtermin in einem vom Verlag herausgegebenen Newsletter veröffentlicht.
[2] Der Auftraggeber hat die für den Newsletter vorgesehenen Inhalte und Werbemittel spätestens drei Werktage vor dem vereinbarten Versandtermin vollständig und in dem vom Verlag vorgegebenen Format anzuliefern.
[3] Der Verlag ist berechtigt, Werbemittel aus redaktionellen, technischen, rechtlichen oder organisatorischen Gründen abzulehnen oder den vereinbarten Versandtermin nach Abstimmung mit dem Auftraggeber zu verschieben.
[4] Der Verlag ist nicht verpflichtet, die vom Auftraggeber gelieferten Inhalte redaktionell zu bearbeiten oder auf deren sachliche oder rechtliche Richtigkeit zu überprüfen.
[5]Soweit nicht ausdrücklich eine bestimmte Kennzahl vereinbart wurde, garantiert der Verlag weder eine bestimmte Öffnungsrate noch eine bestimmte Klickrate oder sonstige Nutzerreaktion.
[6] Der Verlag ist berechtigt, die Gestaltung und technische Einbindung der Newsletter-Werbung an die jeweilige Newsletter-Struktur und die technischen Erfordernisse anzupassen.

VI. Schlussbestimmungen
23. Datenschutz
[1] Die Parteien beachten die jeweils geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen.
[2] Soweit für die Durchführung eines Auftrags eine Verarbeitung personenbezogener Daten im Auftrag des Auftraggebers oder des Verlags erforderlich ist, werden die hierfür erforderlichen Vereinbarungen gesondert getroffen.
[3] Die jeweils geltenden Datenschutzhinweise des Verlags bleiben von diesen AGB unberührt.

24. Erfüllungsort und Gerichtsstand
[1] Erfüllungsort für sämtliche Leistungen aus dem Vertragsverhältnis ist der Sitz des Verlags.
[2] Ist der Auftraggeber Kaufmann, juristische Person des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliches Sondervermögen, wird als ausschließlicher Gerichtsstand der Sitz des Verlags vereinbart.
[3] Es gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechts.

25. Textform und Änderungen
[1] Änderungen und Ergänzungen des Vertrags sowie Nebenabreden bedürfen der Textform, soweit nicht gesetzlich eine strengere Form vorgeschrieben ist.
[2] Dies gilt auch für die Änderung dieses Textformerfordernisses.

26. Salvatorische Klausel
Sollte eine Bestimmung dieser AGB ganz oder teilweise unwirksam oder undurchführbar sein oder werden, bleibt die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen unberührt. An die Stelle der unwirksamen oder undurchführbaren Bestimmung treten die gesetzlichen Bestimmungen. Soweit eine solche Regelungslücke besteht, gilt eine angemessene Regelung als vereinbart, die dem wirtschaftlichen Zweck der unwirksamen oder undurchführbaren Bestimmung möglichst nahekommt.

Profil-Verlag GmbH & Co. KG
Stand: September 2026