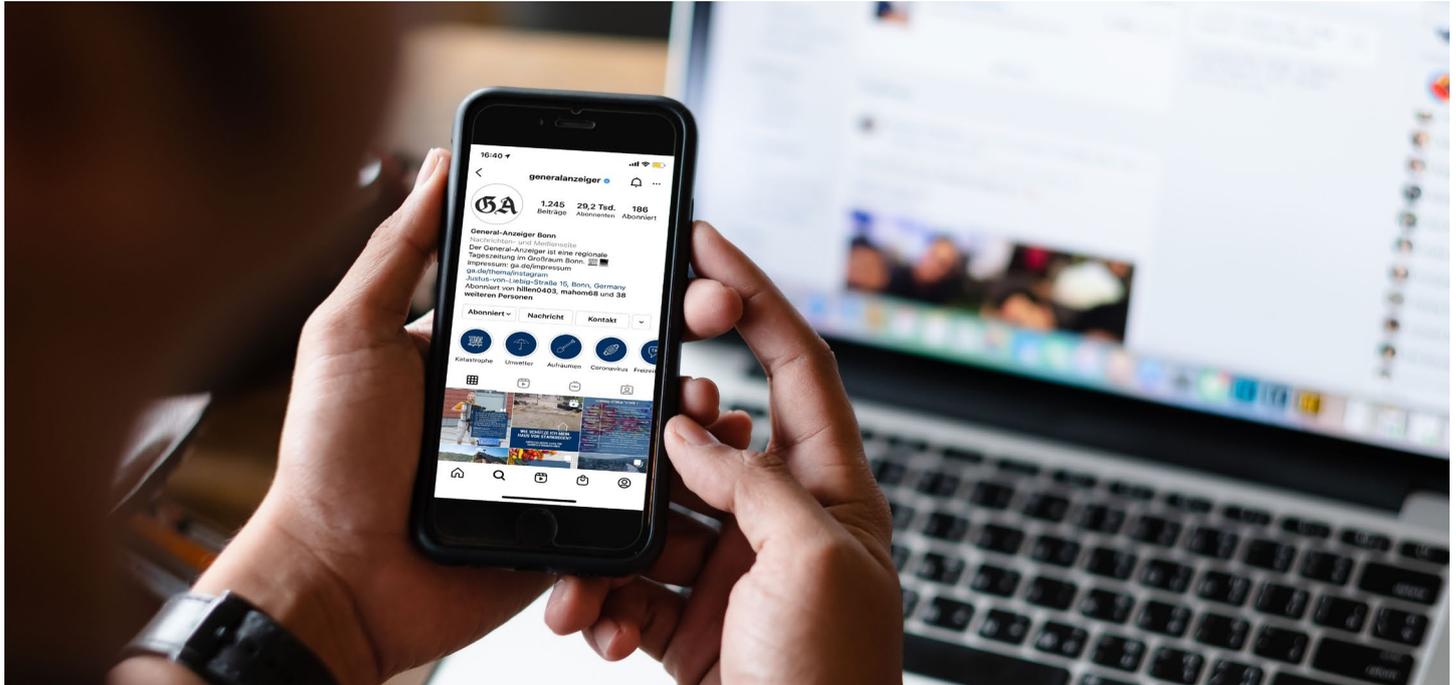


MEDIADATEN SPEZIAL ANGEBOTE

ab 1. Januar

2021

REGIONAL & CROSSMEDIAL



General-Anzeiger
Partner von **RP ONLINE**



Mitglied der
Anzeigen-Cooperation
Nordrhein



agof

ALLGEMEINE VERLAGSANGABEN ONLINE

VERLAG

General-Anzeiger Bonn GmbH,
53100 Bonn, Verlagssitz: Justus-
von-Liebig-Str. 15, 53121 Bonn
Telefon: 0228 / 66 88-0
E-Mail: anzeigen@ga.de
Internet: www.ga.de
Gerichtsstand Bonn

BANKVERBINDUNGEN

Postbank
IBAN: DE82370100500018672501
BIC: PBNKDEFF
Deutsche Bank
IBAN: DE76380700590021581400
BIC: DEUTDEK380
Commerzbank
IBAN: DE53380400070116800400
BIC: COBADEFF380
Sparkasse
IBAN: DE15370501980000001503
BIC: COLSDE33
Volksbank
IBAN: DE10380601862002433012
BIC: GENODED1BRS

GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

Aufträge werden zu den allgemei-
nen Geschäftsbedingungen des
Verlages ausgeführt (s. S. 19-20).

KONTAKT:

Online-Marketing
Christoph Allerding
Telefon: 0228 / 66 88 -371
E-Mail: c.allerding@ga.de

MEHRWERTSTEUER

Alle angegebenen Preise verstehen
sich zuzüglich der gesetzlichen
Mehrwertsteuer.

AGENTURPROVISION

Bei Auftragserteilung über
Werbemittler erfolgt die Berech-
nung zzgl. Agenturprovision.

ZAHLUNGSBEDINGUNGEN

Zahlung innerhalb von 15 Tagen ab
Rechnungsdatum ohne Abzug.
Bankeinzüge erfolgen per
SEPA-Basis-Lastschrift unter der
Gläubiger-ID: DE 81ZZZ00000135960.

STORNOGEBÜHREN

Stornierungen bis 2 Tage vor
Kampagnenbeginn sind kostenfrei.
Stornierungen innerhalb von 48
Stunden vor Kampagnenbeginn
werden mit 30 % des Auftragswer-
tes in Rechnung gestellt. Stornie-
rungen nach Kampagnenbeginn
werden mit 100 % der bereits
geschalteten Werbung sowie 50 %
des verbleibenden Auftragswertes
berechnet.

SONDERNACHLÄSSE

Alle Rabatte werden auf die
Medialeistung gewährt und nicht
auf Content Integration und
Werbemittlererstellung. Sie gelten
pro Auftrag und können nicht
rückvergütet werden.
Der gültige Print-Abschlussrabatt
wird auf die Online-Medialeistung
gewährt. Online-Kampagnen tragen
aber nicht zur Abschlusserfüllung
bei und werden bei Nichterfüllung
des Print-Abschlusses nachbelastet.

WERBEMITTELGESTALTUNG

Gerne übernehmen wir die
Werbemittelgestaltung für Sie. Bei
Onlinekampagnen ab 500,00 € ist
die Werbemittelgestaltung
inklusive.
Bei langfristigen Onlinekampagnen
erhalten Sie auf Wunsch eine
Motivänderung pro Monat.

REPORTING

Gerne erstellen wir Ihnen nach
Ablauf Ihrer Kampagne ein
Reporting über die Auslieferung
Ihrer Werbemittel.

ANLIEFERUNG VON WERBEMITTELN

Werbemittel können bis 3 Werktag
vor Erscheinung an onlinemarketing@ga.de geschickt werden.
Weitere Infos und Spezifikationen
der Werbemittel erhalten Sie unter
ga.de/onlinewerbung

DAS ONLINE-ANGEBOT

Profitieren Sie vom hohen Bekanntheitsgrad und von der Glaubwürdigkeit regionaler Tageszeitungen. Mit unseren erfolgreichen Online-Portalen ga.de, ga-trauer.de, kamelle.de und fupa.net bieten wir Ihnen reichweitenstarke und ideale Umfeldler für Ihre Werbung.



IHRE VORTEILE AUF EINEN BLICK

- Gewinnen Sie Neukunden im Internet!
- Die individuelle Beratung durch unsere Mediaberater/innen vereinfacht Ihre Werbeplanung und deren Umsetzung!
- Crossmediale Werbung führt zu einer Steigerung der Werbewirkung und ermöglicht Ihnen die Erschließung neuer Zielgruppen und die Steigerung Ihrer Absatzchancen!

UNSERE MEDIALEISTUNG

- 20 Mio. Seitenaufrufe pro Monat IWW Ø Januar – August 2020
- 6,4 Mio. Visits pro Monat Google Analytics Ø Januar – August 2020
- 2,95 Mio. Unique User pro Monat AGOF daily digital facts Ø Januar – August 2020

Strukturdaten der Unique User lt. AGOF daily digital facts Ø Jan. – Aug. 2020
(deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahre in Deutschland)

GESCHLECHT

Männlich: 51 %	Weiblich: 49 %
----------------	----------------

ALTER

14 – 19 J.	20 – 29 J.	30 – 39 J.	40 – 49 J.	50 – 59 J.	60 J. +
4 %	16 %	16 %	18 %	23 %	22 %

AUSBILDUNG

Kein Abschluss / Hauptschulabschluss	Weiterführende Schule	Abitur, Fachabitur / Fach- bzw. Hochschulabschluss
28 %	31 %	41 %

BERUFSTÄTIGKEIT

in Ausbildung – Lehrling, Schüler, Student	Berufstätig	Rentner, Pensionär / nicht berufstätig
9 %	67 %	24 %

HAUSHALTS-NETTOEINKOMMEN

< 1.000 €	1.000 – 2.000 €	2.000 – 3.000 €	> 3.000 €
8 %	22 %	23 %	46 %

SOCIAL MEDIA

SOCIAL MEDIA

Auch in den Social Media hat der General-Anzeiger eine starke Reichweite und hohes Vertrauen in seine journalistischen Inhalte aufgebaut.

Platzieren Sie Ihr Angebot über unseren Facebook- und Instagramkanal und sprechen Sie unsere treuen Social Media Abonnenten an.

f FACEBOOK:
facebook.de/gaonline > 81.000 Abonnenten*

Instagram:
instagram.com/generalanzeiger > 29.000 Abonnenten*

ANGEBOTE

Social Media

Sponsored	375,00 € (Facebook Only)
Facebook Post	225,00 € in Kombination mit PR-Artikel
Instagram Story Post	150,00 €

UNSER TIPP

Nutzen Sie zur Steigerung Ihrer Reichweite auch Ihr Eigenmarketing. Mit Ihrem Facebook-Auftritt können Sie Ihre Posting auf unserem Profil reposten. Somit schaffen wir gemeinsam mehr Sichtbarkeit für Ihre Werbebotschaft.

SPONSORED FACEBOOK POST



Beispielkampagne von OBI

SPONSORED INSTAGRAM STORY



Beispielkampagne von OBI

NEWSLETTER

NEWSLETTER

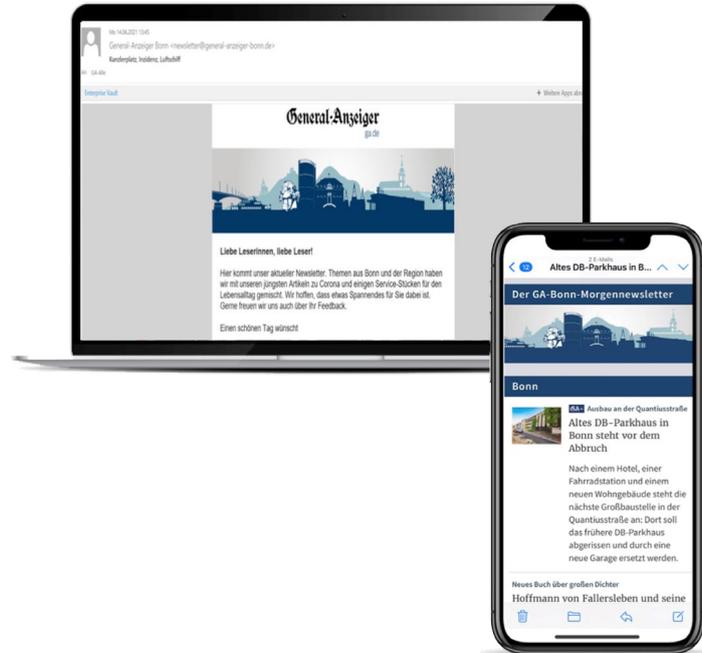
Informieren Sie täglich Ihre potenziellen Kunden in einem exklusiven Umfeld!

IHRE VORTEILE IM ÜBERBLICK

- 5.000 Abonnenten mit Interesse an Bonn und der Region.
- Sie werben in einem hochwertigen und redaktionellem Umfeld.
- Platzieren Sie Ihre Angebote, Gewinnspiele oder sonstige Aktionen.

PREIS

Newslettereintrag 75,00 €



PODCAST

Präsentieren Sie Ihr Angebot in unseren erfolgreichen Podcasts „Akte Rheinland“ oder „Aufwacher Bonn“.

IHRE VORTEILE IM ÜBERBLICK

- Sie werden mit Ihrem eigenen Audiospot in jeder Folge der Serie eingebunden.
- Sie sprechen unsere interessierten Zuhörer in der direkten Aufmerksamkeitsspanne an.
- Platzieren Sie Angebote, Gewinnspiele oder sonstige Aktionen in den Podcasts.

ANGEBOT

Audiospot im Podcast:

Inhalt: Produktion eines gesprochenen Audiospots, der im Beginn jeder Folge eingebunden wird. Der Inhalt des Spots erfolgt von Ihnen in enger Absprache mit uns.

Länge: 10 bis 30 Sekunden

Preis: auf Anfrage



1. Werbeauftrag

(1) Werbeauftrag im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Schaltung eines Werbemittels oder mehrerer Werbemittel in Informations- und Kommunikationsdiensten, insbesondere dem Internet, zum Zwecke der Verbreitung, zwischen dem Auftraggeber und der General-Anzeiger Bonn GmbH (kurz: der Verlag).

(2) Für den Werbeauftrag gelten ausschließlich diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen, die Preisliste sowie die technischen Richtlinien, die einen wesentlichen Vertragsbestandteil bilden. Die Gültigkeit etwaiger Allgemeiner Geschäftsbedingungen des Auftraggebers oder sonstiger Inserenten ist, soweit sie mit diesen allgemeinen Geschäftsbedingungen nicht übereinstimmen, ausdrücklich ausgeschlossen. Bei Aufträgen für Werbeschaltungen, die sich auf Online-Medien und andere Medien beziehen, gelten die jeweiligen Allgemeinen Geschäftsbedingungen für das betreffende Medium entsprechend.

2. Werbemittel

(1) Ein Werbemittel im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen kann zum Beispiel aus einem oder mehreren der folgenden Elemente bestehen: aus einem Bild und/oder Text, aus Tonfolgen und/oder Bewegtbildern, aus einer sensitiven Fläche, die bei Anklicken die Verbindung mittels einer vom Auftraggeber genannten Online-Adresse zu weiteren Daten herstellt, die im Bereich des Auftraggebers liegen (z. B. Link), Textfeld in einem Newsletter.

(2) Werbemittel, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als solche erkennbar sind, werden als Werbung deutlich kenntlich gemacht.

3. Vertragsschluss

(1) Vorbehaltlich entgegenstehender individueller Vereinbarungen kommt der Vertrag nur durch schriftliche bzw. durch E-Mail erfolgende Bestätigung oder online erfolgende Verbreitung des Auftrags zustande. Auch bei mündlichen oder fernmündlichen Bestätigungen liegen die Allgemeinen Geschäftsbedingungen zugrunde.

(2) Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag im Zweifel mit der Werbeagentur zustande, vorbehaltlich anderer schriftlicher Vereinbarungen. Soll ein Werbungtreibender Auftraggeber werden, muss er von der Werbeagentur namentlich benannt werden. Der Verlag ist berechtigt, von der Werbeagentur einen Mandatsnachweis zu verlangen.

(3) Werbung für Waren oder Leistungen von mehr als einem Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten innerhalb eines Werbeauftritts (sog. Verbund- oder Kollektivwerbung) bedarf einer zusätzlichen schriftlichen oder durch E-Mail geschlossenen Vereinbarung.

(4) Ein Konkurrenzschluss ist nicht möglich.

4. Platzierung

(1) Hat der Auftraggeber keinen Platzierungswunsch für die Werbung geäußert, kommt der Vertrag durch die Bestätigung mit dem im Auftrag angegebenen Umfang zustande. Die Platzierung der Werbung wird im Einvernehmen mit dem Auftraggeber vorgenommen. Ist dieses nicht herstellbar, entscheidet der Verlag nach billigem Ermessen und unter weitestgehender Berücksichtigung der Interessen des Auftraggebers. Der Verlag wird das vom Auftraggeber zur Veröffentlichung bestimmte und überlassene Material der Online-Werbung für die vertraglich vereinbarte Dauer bzw. bis zum Erreichen der vertraglich vereinbarten AdImpressions (Aufrufe der Werbung) oder der vertraglich vereinbarten AdClicks (Anklicken der veröffentlichten Werbemaßnahmen) auf der vertraglich festgelegten Web-Seite platzieren. Sollten die vertraglich vereinbarten AdImpressions oder AdClicks 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.

(2) Für die Platzierung von Werbung kommen ausschließlich die Flächen in Frage, die in der jeweils gültigen Preisliste bzw. den technischen Richtlinien ausgewiesen sind.

5. Umsetzungsfrist

Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht des Auftraggebers zum Abruf einzelner Werbemittel eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Vertragsabschluss umzusetzen.

6. Auftragsenerweiterung

Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 5 genannten Frist unter dem Vorbehalt vorhandener Kapazität auch über die im Auftrag genannte Menge hinaus weitere Werbemittel abzurufen.

7. (1) Wird ein Auftrag aus Umständen nicht vollständig erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so wird der gezahlte Preis anteilig erstattet bzw. der eingeräumte Rabatt anteilig gewährt.

(2) Der Auftraggeber hat, wenn nichts anderes vereinbart, rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Werbemitteln innerhalb eines Jahres entsprechenden Nachlass, wenn er zu Beginn der Frist einen Vertrag abgeschlossen hat, der aufgrund der Preisliste zu einem Nachlass von vornherein berechtigt.

(3) Der Anspruch auf den Nachlass erlischt, wenn er nicht innerhalb von drei Monaten nach Ablauf der Jahresfrist geltend gemacht wird.

8. Datenanlieferung(1) Der Auftraggeber ist verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere den technischen Richtlinien des Verlages entsprechende Werbemittel rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern. Der Auftraggeber trägt die Gefahr der Übermittlung des zur Veröffentlichung bestimmten Materials, insbesondere die Gefahr für den Verlust von Daten. Datenträger, Fotos oder sonstige Unterlagen des Auftraggebers werden ihm auf sein Verlangen und auf seine Kosten und Gefahr zurückgegeben.

(2) Die Pflicht des Verlages zur Aufbewahrung des Werbemittels endet drei Monate nach seiner letztmaligen Verbreitung.

(3) Kosten des Verlages für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen des Werbemittels hat der Auftraggeber zu tragen.

9. Chiffrewerbung(1) Für den Fall, dass Chiffrewerbung geschaltet werden kann, werden die Eingänge vier Wochen aufbewahrt oder gespeichert. Zuschriften, die in dieser Zeit nicht abgeholt oder abgerufen wurden, werden vernichtet bzw. gelöscht.

(2) Briefe, die das zulässige Format DIN A 4 (Gewicht 50 g) überschreiten, sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen werden nicht entgegengenommen. Eingehende E-Mails werden nur bis zu einer Datenmenge von 300 Kilobyte pro E-Mail weitergeleitet.

10. Ablehnungsbefugnis

(1) Der Verlag behält sich vor, Werbeaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – jederzeit abzulehnen bzw. zu sperren, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist.

(2) Insbesondere kann der Verlag ein bereits veröffentlichtes Werbemittel zurückziehen, wenn der Auftraggeber 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 des Absatzes 1 erfüllt werden.

(3) Ist der Auftraggeber abgemahnt worden oder hat er bereits eine Unterlassungsverpflichtungserklärung bezüglich bestimmter Werbemittelinhalte abgegeben, ist er verpflichtet, den Verlag unverzüglich schriftlich darüber zu informieren. Unterlässt der Auftraggeber diese Obliegenheitspflicht, kann der Verlag schon aus diesem Grund jede Mithaftung für den dem Auftraggeber durch eine wiederholte Veröffentlichung der beanstandeten Werbemittel entstehenden Schaden verweigern.

11. Lizenzen

(1) Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber stellt den Verlag im Rahmen des Werbeauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner wird der Verlag von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den

Verlag nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen.

(2) Der Auftraggeber räumt dem Verlage 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, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang ein. 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.

12. Gewährleistung

(1) Der Verlag leistet im Rahmen der vorhersehbaren Anforderungen eine dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe des Werbemittels. Dem Auftraggeber ist jedoch bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, ein von Fehlern vollkommen freies Programm zu erstellen. Die Gewährleistung gilt nicht für unwesentliche Fehler. Ein unwesentlicher Fehler in der Darstellung der Werbemittel liegt insbesondere vor, wenn er hervorgerufen wird durch die Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungsform- und/oder Hardware (z. B. Browser) oder durch Störung der Kommunikationsdienste anderer Betreiber oder durch Rechnerausfall aufgrund Systemversagens oder durch unvollständige und/oder nicht aktualisierte Angebote auf sogenannten Proxy-Servern (Zwischenspeichern) oder durch einen Ausfall des Ad-Server, der nicht länger als 24 Stunden (fortlaufend oder addiert) innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der vertraglich vereinbarten Schaltung andauert. Bei einem Ausfall des Ad-Server über einen erheblichen Zeitraum (mehr als 10 Prozent der gebuchten Zeit) im Rahmen einer zeitgebundenen Festbuchung entfällt die Zahlungspflicht des Auftraggebers für den Zeitraum des Ausfalls.

(2) Bei ungenügender Wiedergabequalität des Werbemittels hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzwerbung, jedoch nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Bei Fehlschlagen oder Unzumutbarkeit der Ersatzwerbung hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrags.

(3) Sind etwaige Mängel bei den Werbungsunterlagen nicht offenkundig, so hat der Auftraggeber bei ungenügender Veröffentlichung keine Ansprüche. Das gleiche gilt bei Fehlern in wiederholten Werbeschaltungen, wenn der Auftraggeber nicht vor Veröffentlichung der nächstfolgenden Werbeschaltung auf den Fehler hinweist.

(4) Der Auftraggeber hat selbst unverzüglich zu prüfen, ob die Werbung fehlerfrei veröffentlicht ist und eventuelle Mängel unverzüglich zu rügen. BZ sorgt unverzüglich nach Erhalt der Mängelrüge für eine Beseitigung der gerügten Mängel. Ansprüche des Auftraggebers auf Schadensersatz bestehen nur bei Vorsatz und grober Fahrlässigkeit.

13. Leistungsstörungen

Fällt die Durchführung eines Auftrags aus Gründen aus, die der Verlag nicht zu vertreten hat (etwa Softwarebedingt oder aus anderen technischen Gründen), insbesondere wegen Rechnerausfalls, höherer Gewalt, Streik, aufgrund gesetzlicher Bestimmungen, Störungen aus dem Verantwortungsbereich von Dritten (z. B. anderen Providern), Netzbetreibern oder Leistungsanbietern oder aus vergleichbaren Gründen, kann die Veröffentlichung einer Werbung unterbleiben oder ohne vorherige Benachrichtigung des Auftraggebers verschoben werden.

14. Haftung

(1) Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsschluss und unerlaubter Handlung bestehen nur bei Vorsatz und grober Fahrlässigkeit des Verlages, ihrer Vertreter oder Erfüllungsgehilfen. Das gilt nicht für die Haftung für zugesicherte Eigenschaften und für die Verletzung wesentlicher Vertragspflichten; im letzten Fall ist die Haftung auf den vorhersehbaren Schaden beschränkt. Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind bei leichter Fahrlässigkeit beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens.

(2) Bei grober Fahrlässigkeit des einfachen Erfüllungsgehilfen ist die Haftung gegenüber Unternehmern dem Umfang nach auf den vorhersehbaren Schaden beschränkt. Das gilt nicht für die Verletzung wesentlicher Vertragspflichten.

15. Preisliste

(1) Es gilt die im Zeitpunkt der Auftragserteilung im Internet veröffentlichte Preisliste. Gegenüber Unternehmen bleibt eine Änderung vorbehalten. Für von dem Verlag bestätigte Aufträge sind Preisänderungen allerdings nur wirksam, wenn sie von ihr mindestens einen Monat vor Veröffentlichung des Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 10 Werktagen nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden.

(2) Nachlässe bestimmen sich nach der jeweils gültigen Preisliste. Für den Anspruch auf gemeinsame Rabattierung ist bei konzernangehörigen Unternehmen eine Kapitalbeteiligung von mindestens 50 % erforderlich. Der Anspruchsteller hat den Nachweis des Bestehens einer solchen Unternehmensverbindung zu führen.

(3) Werbeagenturen und sonstige Werbemittler sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preislisten des Verlages zu halten.

16. Zahlungsverzug(1) Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in Höhe von 4,5 % über dem jeweiligen Basiszinssatz und Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Zahlung zurückstellen und für die restliche Schaltung Vorauszahlung verlangen.

(2) Begründete Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers berechtigen den Verlag, auch während der Laufzeit des Vertrages, das Erscheinen weiterer Werbemittel ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offestehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

17. Insolvenz, Vergleich, Klage

Bei Insolvenz oder gerichtlichen Vergleichen entfällt jeglicher Nachlass. Im Falle einer Klage wird der auf die streitgegenständliche Forderung gewährte Nachlass wieder belastet.

18. Stornierungen/Änderungen, Schriftform

Stornierungen oder Änderungen des Auftrages einschließlich Nebenabreden und Änderungen dieser Klausel bedürfen der Schriftform und sind bis 10 Werktage vor dem vereinbarten Schaltungsbeginn möglich.

19. Datenschutz

Der Werbeauftrag wird unter Berücksichtigung der geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen abgewickelt. Unsere Datenschutzbestimmungen finden Sie unter www.ga.de/datenschutz.

20. Erfüllungsort/Gerichtsstand

(1) Erfüllungsort ist Bonn.

(2) Gerichtsstand ist, soweit zulässig, Bonn. Ist der Auftraggeber kein Kaufmann, gelten für den Gerichtsstand die gesetzlichen Bestimmungen der Zivilprozessordnung, sofern der Wohnsitz oder der gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers im Zeitpunkt der Klageerhebung nicht unbekannt ist, oder der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt nicht aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt.

21. Verbraucherstreitbeilegungsgesetz

Wir sind zur Teilnahme an einem Streitbeilegungsverfahren vor einer Verbraucherschlichtungsstelle weder bereit noch verpflichtet.

22. Anwendbares Recht

Auf die Vertragsbeziehung ist ausschließlich deutsches Recht unter Ausschluss der Regeln des internationalen Privatrechts anwendbar.

23. Salvatorische Klausel

Sollte eine der Bestimmungen des Vertrages oder dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen unwirksam sein oder werden, wird dadurch die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen nicht berührt. Die unwirksame Bestimmung ist in eine solche wirksame Bestimmung umzuwandeln, die dem wirtschaftlichen Zweck der unwirksamen Bestimmung am nächsten kommt.