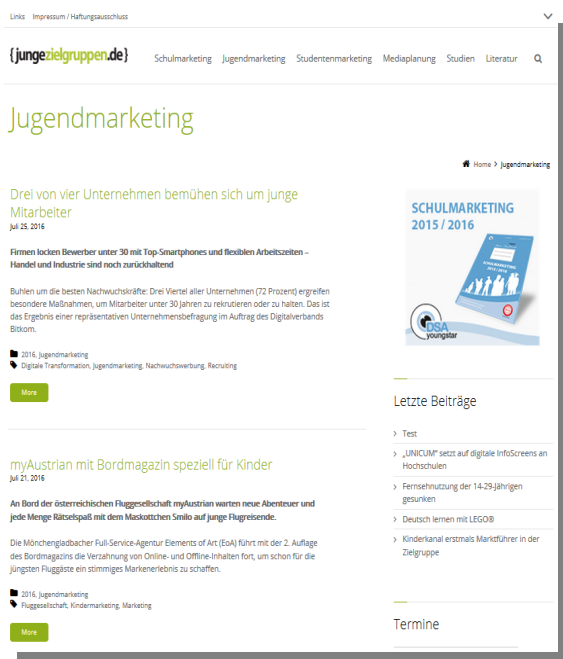


Das Fachportal zum Thema Schul-, Jugend- und Studentenkommunikation.



[Homepage]



[Newsletter]

Für Marketingverantwortliche führt kein Weg an den Themen Schul-, Jugend- und Studentenkommunikation vorbei. Doch es ist schwer, hier den Überblick zu behalten – welche Anbieter gibt es in diesem Bereich, welche Erfolg versprechenden Konzepte gibt es und was für Erkenntnisse zeigen aktuelle Studien dazu? Gibt es interessante Literatur und welche Termine sind wichtig?

Seit 2006 gibt es Antworten darauf vom Business-Portal **jungezielgruppen.de**. Kernzielgruppe sind **Marketingverantwortliche und Mediaentscheider** in Agenturen und Verlagen, bei Unternehmen und Verbänden und alle, die sich mit der Ansprache von jungen Zielgruppen beschäftigen.

Unsere Seite erreicht durchschnittlich 30 Tsd. Visits und über 200.000 Pageimpressions im Monat (Quelle: Webalizer), unseren monatlich erscheinenden Newsletter jungezielgruppen.de beziehen fast **2.500 Abonnenten** (Stand 10/2016).

Möchten Sie gezielt Entscheider im Bereich "junge Zielgruppen" ansprechen? Dann nutzen Sie die exklusiven Werbemöglichkeiten auf www.jungezielgruppen.de und in unserem Newsletter!

Wir bieten Ihnen

- eine **attraktive Zielgruppe: Marketing- und Media-Entscheider**
- **Exklusivität**, denn es werden maximal drei Banner auf der Seite und maximal drei Anzeigen im Newsletter vermarktet.
- **Attraktive Werbepreise:** Bannerwerbung pauschal monatlich **ab 149.- €**, Anzeigen im Newsletter (8 x 64 Zeichen) nur **179.- €**

Weitere Werbemöglichkeiten (z.B. Gewinnspiel-Sponsoring, Textanzeigen) auf Anfrage.

jungezielgruppen.de
Thorsten Rector
Schleiermacherstr. 21

30625 Hannover

Anzeigenauftrag

Firma / Person:

Ansprechpartner/ Telefon-DW:

Anschrift:

Fax:

Email:

Ich / Wir beauftrage(n) hiermit jungezielgruppen.de mit der Schaltung von Online-Werbung auf <http://www.jungezielgruppen.de> bzw. im jungezielgruppen.de-Newsletter gemäß nachfolgenden Angaben und akzeptieren die unten angegebenen Geschäftsbedingungen.

Ich/ wir buchen

Bannerwerbung auf www.jungezielgruppen.de

Gewünschter Zeitraum:

Gewünschte Platzierung (Preis je Banner je Monat):

Top Header 199.- €

Platzierung: Sidebar, oberes Sichtfeld, 300 x 260 Pixel (statisch oder animiert),

Content-Bottom 149.- €

Platzierung: jeweils mittig im Newsartikel, gilt für alle aktuellen Artikel im Buchungszeitraum (ausgenommen Newsartikel im Bereich LITERATUR und TERMINE; 468 x 60 Pixel (statisch oder animiert).

Full Performance Kombi 279.- €

Kombination von Top Header + Content Bottom

Weitere Bannerplatzierungen auf Anfrage

Bitte senden Sie uns im Falle einer Zusage durch jungezielgruppen.de den Banner im Format GIF (bitte kein Flash, kein Fallback möglich) rechtzeitig per Email an redaktion@jungezielgruppen.de.

□ Schaltung einer Anzeige im jungezielgruppen.de - Newsletter.

Größe: 8 Zeilen à 64 Zeichen, 1. Zeile fett, eine Verlinkung im Textblock möglich; ein Bild oder Logo (Breite max. 150 Pixel, bitte als png-Datei mit transparentem Hintergrund oder als tif-Datei).
Die Anzeige wird als solche kenntlich gemacht und farblich abgegrenzt (hellgrauer Hintergrund).

Erscheinungsdatum: monatlich, dienstags (siehe Terminübersicht)
In Einzelfällen Versand am Mittwoch möglich

Preis je Anzeige: 179.- €

Verteiler: ca. 2.500 Abonnenten (Stand: Oktober 2016)

Ausgaben/ Buchungszeitraum: _____
Bitte tragen Sie die entsprechende(n) Monate ein, z.B. Jan. 2017 - März 2017 = drei Ausgaben

Wir möchten Sie bitten, im Falle einer Zusage durch jungezielgruppen.de den gewünschten Anzeigentext rechtzeitig per Email an redaktion@jungezielgruppen.de zu schicken (Anzeigenschluss: jeweils Freitag in der Vorwoche des Erscheinungstermins).

Rabatte

Für längerfristige Buchungen und Kombinationen mehrerer Werbeformate bieten wir folgende Rabatte auf den Preis der entsprechenden Banner- bzw. Anzeigenschaltung:

- Bei 3 Monaten: 20% Nachlass
 - Bei 6 Monaten: 30% Nachlass
- bei Abnahme innerhalb eines Kalenderjahres

Hiermit bestätige(n) ich / wir oben gemachte Angaben sowie den obigen Anzeigenauftrag und erkenne(n) die Geschäftsbedingungen von jungezielgruppen.de in vollem Umfang an.

Ort, Datum:

Unterschrift:

Terminplaner Newsletter

ET = Erscheinungstermin AS= Anzeigenschluss

Ausgabe Januar 2017:	ET: 17.01.2017	AS: 13.01.2017
Ausgabe Februar 2017:	ET: 14.02.2017	AS: 10.02.2017
Ausgabe März 2017:	ET: 21.03.2017	AS: 17.03.2017
Ausgabe April 2017:	ET: 25.04.2017	AS: 21.04.2017
Ausgabe Mai 2017:	ET: 16.05.2017	AS: 12.05.2017
Ausgabe Juni 2017:	ET: 20.06.2017	AS: 16.06.2017
Ausgabe Juli 2017:	ET: 18.07.2017	AS: 14.07.2017
Ausgabe August 2017:	ET: 15.08.2017	AS: 11.08.2017
Ausgabe September 2017:	ET: 19.09.2017	AS: 15.09.2017
Ausgabe Oktober 2017:	ET: 17.10.2017	AS: 13.10.2017
Ausgabe November 2017:	ET: 21.11.2017	AS: 17.11.2017
Ausgabe Dezember 2017:	ET: 12.12.2017	AS: 08.12.2017

Nutzen Sie den **Preisvorteil** bei Mehrfachschaltungen:

3 Ausgaben = 20% Rabatt

bei **6 Ausgaben = 30% Rabatt**

Sonderkonditionen für Jahresvertrag!

Abnahme innerhalb eines Kalenderjahres

Jugendmarketing

Home > Jugendmarketing

Drei von vier Unternehmen bemühen sich um junge Mitarbeiter

Juli 25, 2016

Firmen locken Bewerber unter 30 mit Top-Smartphones und flexiblen Arbeitszeiten – Handel und Industrie sind noch zurückhaltend

Buhlen um die besten Nachwuchskräfte: Drei Viertel aller Unternehmen (72 Prozent) ergreifen besondere Maßnahmen, um Mitarbeiter unter 30 Jahren zu rekrutieren oder zu halten. Das ist das Ergebnis einer repräsentativen Unternehmensbefragung im Auftrag des Digitalverbands Bitkom.

2016, Jugendmarketing

Digitale Transformation, Jugendmarketing, Nachwuchswerbung, Recruiting

More



Letzte Beiträge

- > Test
- > „UNICUM“ setzt auf digitale InfoScreens an Hochschulen
- > Fernsehnutzung der 14-29-Jährigen gesunken
- > Deutsch lernen mit LEGO®
- > Kinderkanal erstmals Marktführer in der Zielgruppe

Termine

myAustrian mit Bordmagazin speziell für Kinder

Juli 21, 2016

An Bord der österreichischen Fluggesellschaft myAustrian warten neue Abenteuer und jede Menge Rätselspaß mit dem Maskottchen Smilo auf junge Flugreisende.

Die Mönchengladbacher Full-Service-Agentur Elements of Art (EoA) führt mit der 2. Auflage des Bordmagazins die Verzahnung von Online- und Offline-Inhalten fort, um schon für die jüngsten Fluggäste ein stimmiges Markenerlebnis zu schaffen.

2016, Jugendmarketing

Fluggesellschaft, Kindermarketing, Marketing

More

„UNICUM“ setzt auf digitale InfoScreens an Hochschulen

August 2, 2016

Die Firmengruppe UNICUM hat 50 Prozent der Geschäftsanteile der Hamburger Firma advertects GmbH übernommen. advertects betreibt und vermarktet seit über zehn Jahren Informationsbildschirme (InfoScreens) in Mensen, Fakultäten sowie im Hochschulsport.

Auf 257 InfoScreens an 46 Hochschulen werden die Studierenden mit Neuigkeiten der Hochschulen und Studentenwerke sowie mit aktuellen Nachrichten der Tagesschau versorgt.

UNICUM und advertects vermarkten dieses Mediennetzwerk unter der gemeinsamen Marke UNICUM TV (www.unicum.tv) an werbetreibende Unternehmen.

Manfred Baldschus, UNICUM Gründer und neuer Partner von advertects: „UNICUM und advertects ergänzen sich hervorragend. Viele unserer Kunden haben Produkt- und Recruitingspots produziert, damit aber bisher bei Studierenden nur wenig Reichweite erzielt. Hier spielt das Push-Medium ‚InfoScreen‘ seine Stärken aus. Ohne Streuverluste zeigen wir den Studierenden diese Spots entweder im Original ohne Ton oder neu geschnitten und mit Textlayern versehen auf den digitalen Informationsbildschirmen an den Hochschulen.“



Auch Ronald Dobe, Gründer und Geschäftsführer von advertects, äußert sich begeistert: „Durch die Zusammenführung der Ressourcen beider Unternehmen werden wir die Marktführerschaft im Bereich der Vermarktung und Distribution von digitalen Bewegtbildkampagnen an Hochschulen ausbauen. Ein weiteres Plus ist die künftige Einbindung von aktuellem Content aus der UNICUM Redaktion, wodurch wir Werbespots in einem passenden redaktionellen Umfeld präsentieren können.“

Bisherige Kunden sind u.a. die Techniker Krankenkasse, O2, PWC und Lufthansa Technik. Das neue UNICUM Angebot ist zu finden unter www.unicum.tv

Home > „UNICUM“ setzt auf digitale InfoScreen...



Letzte Beiträge

Test

- > „UNICUM“ setzt auf digitale InfoScreens an Hochschulen
- > Fernsehnutzung der 14-29-Jährigen gesunken
- > Deutsch lernen mit LEGO®
- > Kinderkanal erstmals Marktführer in der Zielgruppe

Wird diese Nachricht nicht richtig dargestellt, klicken Sie bitte [hier](#).

{ jungezielgruppen.de }

Jungezielgruppen.de – Newsletter 1/2016

Liebe Leserinnen und Leser,
aus technischen Gründen war [jungezielgruppen.de](#) in den letzten Wochen leider nicht immer erreichbar, wofür wir uns entschuldigen möchten. Der Hintergrund war der geplante Relaunch unserer Seite zum Jahreswechsel, bei dem es leider zu unerwarteten technischen Schwierigkeiten kam. Umso mehr freuen wir uns, Ihnen jetzt eine rundum **erneuerte und modernisierte Seite** präsentieren zu können. Wir hoffen, Ihnen gefällt die neue Seite und **unser neuer Newsletter** - wie immer mit interessanten ausgewählten Themen von [jungezielgruppen.de](#).

Ihr Team von [jungezielgruppen.de](#)

Sparkasse ist die beliebteste Bank bei Jugendlichen

Zwei aktuelle Jugendstudien zeigen Meinungen und Einstellungen der jungen Zielgruppen in Deutschland zu den Themen Geld, Finanzen, Aktien, Banken und Bausparen.

[weitere Infos hier ...](#)

Audi ist die Lieblingsmarke der „Generation Y“

Automobil-Umfrage von "WirtschaftsWoche" und GMK untersucht, ob sich die "Generation Y" überhaupt noch für Autos interessiert.

[weiterlesen ...](#)

Anzeige

"Schulmarketing 2015 / 2016" – jetzt kostenfrei bestellen!

Gebündeltes Fachwissen auf 144 Seiten: das DSA-Standardwerk für Schul- und Jugendmarketing

- Aktuelle Informationen zu jungen Zielgruppen von 3 bis 29 Jahren
- Special: Recruiting und Personalmarketing für Azubis und Fachkräfte
- Ergebnisse der Ambient Media Analyse 2013 / 2014
- Vielen anschauliche Praxis-Beispiele für erfolgreiche Kampagnen

Ab sofort wieder im Buchhandel erhältlich.
Ausgewählte Media- und Marketingentscheider können sich ihr kostenfreies Exemplar unter smb@dsa-youngstar.de sichern.

DSA youngstar GmbH | www.dsa-youngstar.de | Tel.: 040 / 809 09 59 00



YouTube vor Facebook und WhatsApp

JIM-Studie 2015: "LeFloid" ist Lieblings-YouTuber der Zwölf- bis 19-Jährigen

[weitere Infos ...](#)

Allgemeine Geschäftsbedingungen

1. Werbeauftrag

(1) "Werbefauftrag" im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Schaltung eines Werbemittels oder mehrerer Werbemittel in Informations- und Kommunikationsdiensten, insbesondere dem Internet oder in Email-Newslettern, zum Zwecke der Verbreitung.

(2) Für den Werbefauftrag gelten ausschließlich die Allgemeinen Geschäftsbedingungen sowie die Preisliste des Anbieters, die einen wesentlichen Vertragsbestandteil bildet. Die Gültigkeit etwaiger Allgemeiner Geschäftsbedingungen des Auftraggebers oder sonstiger Inserenten ist, soweit sie mit diesen allgemeinen Geschäftsbedingungen nicht übereinstimmen, ausdrücklich ausgeschlossen.

2. Werbemittel

(1) Ein Werbemittel im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen kann zum Beispiel aus einem oder mehreren der genannten Elemente bestehen:

- aus einem Bild und/oder Text, aus Tonfolgen und/oder Bewegtbildern (u.a. Banner),
- 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).

(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 grundsätzlich durch schriftliche oder durch Email erfolgende Bestätigung des Auftrags durch jungezielgruppen.de 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. Die Anbieter sind berechtigt, von den Werbeagenturen einen Mandatsnachweis zu verlangen.

(3) Werbung für Waren oder Leistungen von mehr als einem Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten innerhalb eines Werbefauftritts (z.B. Banner-, Pop-up- Werbung ...) bedürfen einer zusätzlichen schriftlichen oder durch E-Mail geschlossenen Vereinbarung.

4. Nachlasserstattung

(1) Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Anbieter nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschiedsbetrag zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Anbieter zu erstatten.

(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.

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

5. Datenanlieferung

(1) Der Auftraggeber ist verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder technischen Vorgaben der Anbieter entsprechende Werbemittel rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern.

Alle den Auftrag betreffenden Daten (Inhalte, Grafiken etc.) müssen jungezielgruppen.de spätestens vier Werktage vor dem Tag der ersten Schaltung vorliegen. Bei Anzeigen o.ä. im jungezielgruppen.de-Newsletter gilt der Redaktionsschluss (falls nicht anders bekannt gegeben, Freitag in der Vorwoche des Newsletterversands).

Bei verspäteter, nicht erfolgter oder unvollständiger Lieferung der Daten bleibt die Zahlungsverpflichtung des Auftraggebers in vollem Umfang bestehen. Verspätet erhaltene Banner werden innerhalb des Buchungszeitraums nachgeschaltet, verspätete Anzeigen im Newsletter müssen leider ersatzlos entfallen. Banner werden zum ersten des Monats geschaltet, der Newsletter erscheint einmal im Monat jeweils am dritten Dienstag des Monats (Ausnahme: Dezember).

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

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

6. Ablehnungsbefugnis

(1) Der Anbieter behält sich vor, Werbeaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – 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 Anbieter wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist.

(2) Insbesondere kann der Anbieter 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.

7. Rechtsgewährleistung

(1) Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber stellt den Anbieter im Rahmen des Werbeauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner wird der Anbieter von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Anbieter nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen.

(2) Der Auftraggeber 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, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich 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.

8. Gewährleistung des Anbieters

(1) Der Anbieter gewährleistet 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 Darstellungssoft- und/oder Hardware (z.B. Browser) oder
- durch Störung der Kommunikationsnetze anderer Betreiber oder
- durch Rechnerausfall aufgrund Systemversagens
- durch unvollständige und/oder nicht aktualisierte Angebote auf sogenannten Proxies (Zwischenspeichern) oder

(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.

9. Leistungsstörungen

Fällt die Durchführung eines Auftrags aus Gründen aus, die der Anbieter 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, so wird die Durchführung des Auftrags nach Möglichkeit nachgeholt. Bei Nachholung in angemessener und für den Auftraggeber zumutbarer Zeit nach Beseitigung der Störung bleibt der Vergütungsanspruch des Anbieters bestehen.

10. Haftung

(1) Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsschluss und unerlaubter Handlung bestehen nur bei Vorsatz und grober Fahrlässigkeit des Anbieters, seines Vertreters oder Erfüllungsgehilfen. Dies 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. Die gilt nicht für die Verletzung wesentlicher Vertragspflichten.

11. Preisliste

(1) Es gilt die im Zeitpunkt der Auftragserteilung veröffentlichte Preisliste. Gegenüber Unternehmen bleibt eine Änderung vorbehalten. Für vom Anbieter bestätigte Aufträge sind Preisänderungen allerdings nur wirksam, wenn sie vom Anbieter mindestens einen Monat vor Veröffentlichung des Werbemittels angekündigt werden.

Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden.

(2) Nachlässe bestimmen sich nach der jeweils gültigen Preisliste. Werbeagenturen und sonstige Werbemittler sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preislisten des jeweiligen Anbieters zu halten.

12. Zahlung, Zahlungsverzug

(1) Für Neukunden gilt generell die Vorauszahlungspflicht. Sollte eine Vorauszahlung wegen eines baldigen Erscheinungstermins nicht möglich sein, sind hiervon Ausnahmen möglich.

(2) Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen und Einziehungskosten berechnet. Der Anbieter kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Zahlung zurückstellen und für die restliche Schaltung Vorauszahlung verlangen.

(3) Objektiv begründete Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers berechtigen den Anbieter, 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 offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

(4) Der Geschäftskunde ist damit einverstanden, dass bei einer SEPA-Lastschrift die Frist der Versendung der Vorabankündigung (sog. Prenotification), durch welche mitgeteilt wird, dass der genannte Rechnungsbetrag von dem angegebenen Kundenkonto abgebucht wird, kürzer als 5 Tage ist.

13. Kündigung

Kündigungen von Werbeaufträgen müssen schriftlich oder per E-Mail erfolgen.

14. Datenschutz

Der Werbeauftrag wird unter Berücksichtigung der geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen abgewickelt.

15. Erfüllungsort/Gerichtsstand

Erfüllungsort ist der Sitz des Anbieters. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichem Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Anbieters. Soweit Ansprüche des Anbieters nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Es gilt deutsches Recht. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Anbieters vereinbart, wenn der Vertrag schriftlich geschlossen wurde.

Anbieter:

www.jungezielgruppen.de

Herausgeber und V.i.S.d.MDStV.:

Dipl.-Medienwiss. Thorsten Rector

Schleiermacherstr. 21

30625 Hannover

Telefon: 0163-2708751 u. 0511-5390724

Email: Thorsten.Rector@jungezielgruppen.de

USt-IdNr.: DE249940531

Bankverbindung:

Konto 107030413 Sparkasse Aurich-Norden, BLZ 28350000

IBAN: DE18 2835 0000 0107 0304 13

BIC: BRLADE21ANO

Kontoinhaber: Thorsten Rector