



{jungezielgruppen.de}



ALLES ÜBER KOMMUNIKATION MIT DER JUNGEN ZIELGRUPPE



Social Media: Image des Kanals hat kaum Einfluss auf Nutzung

Dezember 2, 2018

Kommunikanten stehen Facebook misstrauisch gegenüber; Pinterest überzeugt mit positivem Image

Die Studie "Social. Smart. Simple - Wie Händler über Social Media, Apps und Delivery-Services die Customer Experience erhöhen" von ECC Köln und Hermes analysiert Nutzungsfrequenz und Imageprofil der bekanntesten, in Deutschland genutzten Social-Media-Kanäle.

Mediaplanung, Studien
Customer Experience, Delivery-Services, ecommerce, Facebook, Pinterest, Social Media

Store



Newsletter

Unser jungezielgruppen.de-Newsletter versorgt Sie einmal im Monat mit Neuigkeiten rund um die junge Zielgruppe.

Hier können Sie sich kostenlos anmelden.



Neueste Beiträge

jungezielgruppen.de - Newsletter Oktober 2018

Liebe Lesenden und Leser,

Die Informationsflut hat gegenüber dem letzten noch einmal sprunghaft zugenommen - das zeigt die 2018-2019-Untersuchung, in der über 100.000 von 12 bis 29-Jährigen teilgenommen haben. Von den 2018-Mitgliedern, die eine Umfrage erhalten haben, haben 19.000 die Umfrage beantwortet. Das zeigt, dass die junge Zielgruppe sehr aktiv ist und sich für Themen rund um die junge Zielgruppe interessiert.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Lesen dieses Newsletters.

Das Team von jungezielgruppen.de



Interessensurvey steigt rasend - vor allem wegen Videomarketing

Die höchste Nutzung von Internet steigt weiter an. In der Altersgruppe 14 bis 29 Jahre liegt die Nutzung von YouTube bei 90 Prozent, bei 16 bis 29 Jahren bei 80 Prozent. Die Nutzung von YouTube ist die höchste unter allen Social-Media-Kanälen. Die Nutzung von YouTube ist die höchste unter allen Social-Media-Kanälen.



"Schulmarketing 2018 / 2019" jetzt veröffentlicht!

Das neue DSA-Handbuch für Schul-, Jugend- und Erwachsenenbildung ist jetzt veröffentlicht. Es enthält alle Informationen, die Sie für die Planung und Umsetzung von Schulmarketing benötigen. Es ist ein unverzichtbares Werkzeug für alle, die mit der Ansprache von jungen Zielgruppen beschäftigt sind.



[Homepage]

[Newsletter]

Marketingverantwortliche sind ständig gefordert, sich mit jungen Zielgruppen auseinanderzusetzen. Doch welche Wege gibt es abseits von klassischen Medien, um die so genannte "Generation Z", die "Millennials" oder die "Digital Natives" zu erreichen?

Was geht im Schulmarketing, wie erreicht man Studenten direkt an der Hochschule, welche Anbieter gibt es im Bereich Schul-, Jugend- und Bildungsmarketing? Und 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 Marketingportal **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.

Unseren monatlichen Newsletter beziehen knapp **800 Abonnenten** (Stand 10/2023).

Möchten Sie gezielt Entscheider im Bereich "junge Zielgruppen" ansprechen? Dann nutzen Sie die exklusiven Werbemöglichkeiten im jungezielgruppen.de-Newsletter!

Wir bieten Ihnen

- eine **attraktive Zielgruppe: Marketing- und Media-Entscheider**
- **Exklusivität**, denn es werden maximal drei Anzeigen im Newsletter vermarktet
- **Attraktive Werbepreise**, denn eine Anzeige im Newsletter kostet nur **199.- €**
- **Weitere Werbemöglichkeiten** (z.B. Gewinnspiel-Sponsoring, Banner) auf Anfrage.

Newsletter-Anzeige

8 Zeilen à 64 Zeichen, 1. Zeile fett, eine Verlinkung im Textblock möglich; ein Bild oder Logo

{ jungezielgruppen.de }

jungezielgruppen.de - Newsletter Oktober 2018

Liebe Leserinnen und Leser,

Die Internetnutzung hat gegenüber dem Vorjahr noch einmal sprunghaft zugenommen - das zeigt die **ARD/ZDF-Onlinestudie**. In der Altersgruppe 14 bis 29 Jahre liegt die tägliche Nutzung nun bei 353 Minuten, das sind satte 79 Minuten mehr. Von der sprunghaft steigenden Aktivität profitiert insbesondere das bewegte Bild, vor allem YouTube. 83% nutzen wöchentlich Videoportale, 47% Facebook- und 42% Instagram-Videos. Viele weitere Themen und Studienergebnisse finden Sie regelmäßig auf jungezielgruppen.de

Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Lesen dieses Newsletters.

Ihr Team von jungezielgruppen.de



Internetnutzung steigt rasant – vor allem wegen Videonutzung

Die tägliche Nutzungszeit im Internet steigt weiter an. In der Altersgruppe 14 bis 29 Jahre liegt die tägliche Nutzung bei 353 Minuten (plus 79 Minuten). Von der sprunghaft steigenden Aktivität profitiert insbesondere das bewegte Bild. Video ist auch die bevorzugte Form bei der Nutzung von Medien im Netz: 32 von 82 Medien-Minuten entfallen auf das Sehen. [Weitere Ergebnisse](#).



Jungen wollen ins Handwerk, Mädchen mit Tieren arbeiten

Geht es nach den Berufswünschen der Kinder, braucht sich das Handwerk keine Sorgen um den Nachwuchs zu machen. Gerade die jüngeren haben genaue Vorstellungen von ihrem künftigen Job: Handwerk, Sport und die Arbeit mit Tieren belegen dabei die Spitzenplätze, hat das LBS-Kinderbarometer bei der Befragung von 10.000 Schülern im Alter von 9 bis 14 Jahren herausgefunden.

[Weiterlesen...](#)

Der Newsletter enthält in der Regel acht bis zehn News-meldungen.

Anzeigenplatzierungen (ohne Gewähr):

erste Anzeige nach Artikel 2,
zweite Anzeige nach Artikel 4,
dritte Anzeige nach Artikel 6.
-> maximal drei Anzeigen je Ausgabe!

Die Anzeigen werden in Reihenfolge der Reservierung von unten nach oben platziert!

Die Platzierung 1 ist im gesamten Kalenderjahr bereits ausgebucht.

Anzeige

"Schulmarketing 2019 / 2020" jetzt vorbestellen!

Das neue DSA-Standardwerk für Schul-, Jugend- und Azubimarketing

- Aktuelle Informationen zu jungen Zielgruppen von 3 bis 29 Jahren
- Special: Alles über die DSA Zukunftssäulen - Azubirecruiting gegen den Fachkräftemangel
- Viele anschauliche Praxis-Beispiele für erfolgreiche Kampagnen

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





Terminplaner Newsletter

ET = Erscheinungstermin AS= Anzeigenschluss

Ausgabe Januar 2024:	ET: 16.01.2024	AS: 12.01.2024
Ausgabe Februar 2024:	ET: 13.02.2024	AS: 09.02.2024
Ausgabe März 2024:	ET: 12.03.2024	AS: 08.03.2024
Ausgabe April 2024:	ET: 16.04.2024	AS: 12.04.2024
Ausgabe Mai 2024:	ET: 14.05.2024	AS: 10.05.2024
Ausgabe Juni 2024:	ET: 11.06.2024	AS: 07.06.2024
Ausgabe Juli 2024:	ET: 16.07.2024	AS: 12.07.2024
Ausgabe August 2024:	ET: 13.08.2024	AS: 09.08.2024
Ausgabe September 2024:	ET: 10.09.2024	AS: 06.09.2024
Ausgabe Oktober 2024:	ET: 15.10.2024	AS: 11.10.2024
Ausgabe November 2024:	ET: 12.11.2024	AS: 08.11.2024
Ausgabe Dezember 2024:	ET: 10.12.2024	AS: 06.12.2024

Nutzen Sie den **Preisvorteil** bei Mehrfachschaltungen:
3 Ausgaben = 20% Rabatt
bei 6 Ausgaben = 30% Rabatt
Sonderkonditionen für Jahresvertrag!
Abnahme innerhalb eines Kalenderjahres

jungezielgruppen.de
Thorsten Rector
Alte Schmiede 4
30629 Hannover

*Bitte ausfüllen und zusenden
(per Post/ als Scan per Email)*

Anzeigenauftrag

Firma / Person:
Ansprechpartner/ Telefon-DW:
Anschrift:
Fax:
Email:

Ich / Wir beauftrage(n) hiermit jungezielgruppen.de mit der Schaltung von Anzeigen im jungezielgruppen.de - Newsletter gemäß nachfolgenden Angaben und akzeptieren die unten angegebenen Geschäftsbedingungen.

Ich/ wir buchen eine 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: 199.- €

Verteiler: ca. 800 Abonnenten (Stand: Okt. 2023)

Gewünschte Ausgaben/
Buchungszeitraum: _____

Bitte tragen Sie die entsprechende(n) Monate ein, z.B. Jan. 2024 - März 2024 = 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: siehe Terminkalender).

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

☐ Ich interessiere mich für weitere Werbemöglichkeiten auf jungezielgruppen.de (z.B. Bannerwerbung). Bitte melden Sie sich bei mir telefonisch/per Email (nicht Zutreffendes bitte streichen)

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:

Allgemeine Geschäftsbedingungen

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 oder in Email-Newslettern, zum Zwecke der Verbreitung.
- (2) Für den Werbeauftrag 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 Werbeauftritts (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 in der Regel zum ersten des Monats geschaltet, der Newsletter erscheint einmal im Monat in der Regel am zweiten Dienstag des Monats (siehe Terminplan).

- (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 oder
 - durch unvollständige und/oder nicht aktualisierte Angebote auf sogenannten Proxies (Zwischenspeichern).
- (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 Fehlschlägen 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) Objektive 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
Redaktionelle Betreuung und inhaltlich verantwortlich gemäß §18 Abs. 2 MstV:
Dipl.-Medienwiss. Thorsten Rector
Alte Schmiede 4
30629 Hannover
Email: Thorsten.Rector@jungezielgruppen.de
USt-IdNr.: DE249940531
Bankverbindung:
IBAN: DE18 2835 0000 0107 0304 13
BIC: BRLADE21ANO
Sparkasse Aurich-Norden, BLZ 28350000
Kontoinhaber: Thorsten Rector