IT Finanz magazin

MEDIADATEN 2027

13. Jahrgang
Version November 2026



IT Finanzmagazin

Das Fachmagazin für IT und Organisation bei Banken, Sparkassen und Versicherungen

1 Auf einen Blick

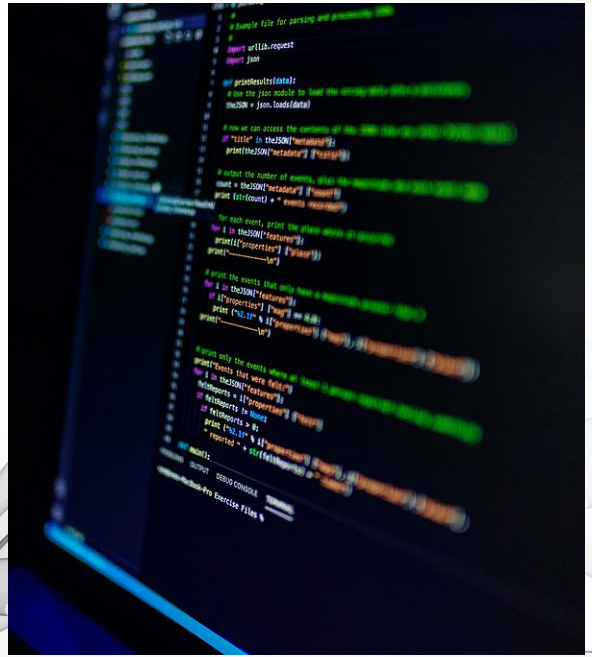
IT Finanzmagazin ist das technische Nachrichtenmagazin für Banken, Sparkassen, Versicherer und regulierte FinTechs. Es richtet sich an Informatiker und Fachbereichsleiter.

100.000+	**48 %**	**über 23 %**	**Exklusiv**
Leser pro Monat	der Leser sind Führungskräfte	der Leser sind IT'ler	ein Anzeigenkunde je Newsletter

Display-Formate ab 350,– € pro Woche, bei 4 Wochen mindestens 15 % günstiger
Newsletter-Anzeige ab 790,– € · Roundtable ab 4.950,– € · Sponsored Podcast ab 2.800,– €
Bei Buchung bis 31. Januar 2027 erhalten Sie 5 % Frühbucherrabatt auf alle Schaltungen 2027.

Beratung und Buchung bei Joachim Jürschick · Telefon 0 83 23 / 96 86 999 · aj@it-finanzmagazin.de

2 Zielgruppe

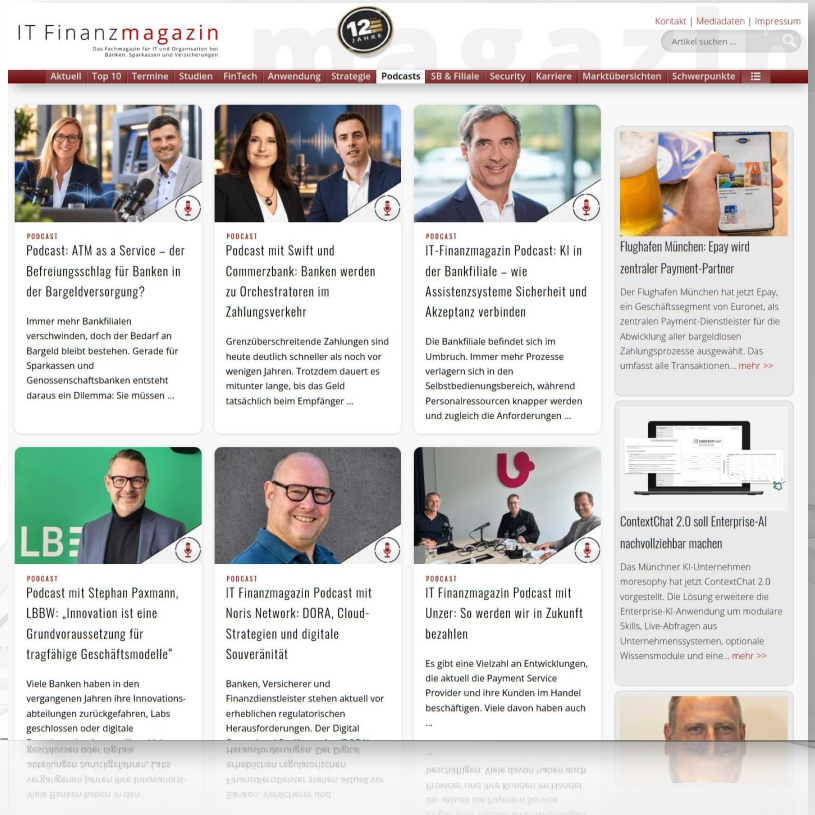


„IT Finanzmagazin richtet sich an **Informatiker und Fachbereichsleiter** (IT-/Orga-Leiter, leitende IT-Mitarbeiter) von **BaFin/FMA/FINMA-regulierten Unternehmen**“ (Banken, Sparkassen, Versicherer, FinTechs, ...)

Die Zielgruppe ist **extrem vertikal und verhindert damit Streuverluste**.

Wenn Sie IT-Entscheider und diejenigen, die diese Entscheidungen vorbereiten, ansprechen möchten, treffen Sie nur mit IT Finanzmagazin Ihre Zielgruppe wirklich.

3 IT Finanzmagazin ist Ideengeber und Anstifter für IT-Innovationen



IT Finanzmagazin ist das technische Nachrichtenmagazin für Banken, Sparkassen, Versicherer und regulierte FinTechs.

Wir berichten über Zukunftsthemen der Finanzwirtschaft – clevere technische Lösungen für Institute und Anbieter, Digitalisierungsprojekte und Ideen für moderne, digitale Produkte.

Auf **IT Finanzmagazin** finden Leser Nachrichten, Artikel, Interviews und Analysen speziell für die sehr IT-affine Zielgruppe vom Informatiker bis zum IT-nahen Fachbereichsleiter.

Die aktuellen Schwerpunkte folgen tagesaktuell den Entwicklungen der IT, Organisation und den Märkten.

4 Aktuelle redaktionelle Themen

IT Finanz magazin

Cloud
- Trends, Best Practices
- Digitale Souveränität & Rechenzentren
- Managed Cloud für Banken
- Compliance und Datenschutz (im Sinne der gesetzlichen Anforderungen, wie DSGVO und kritische Unternehmensdaten)
- IT-Sicherheit (technische Maßnahmen und Architekturen)
- Anbieterabhängigkeit / Vendor Lock-In
- Datenintegrität und Ausfallsicherheit

Kernbanksysteme
- Trends, Best Practices
- Migration
- Mainframe & Legacy-Modernisierung
- KI in der Banksteuerung
- Test & Quality Management
- Stabilität, Zuverlässigkeit, Verfügbarkeit – aktuelle Trends
- API für Integration von Lösungen
- Banking-as-a-Service
- Kostenreduktion

Künstliche Intelligenz
- Predictive Analytics
- Agentic AI: KI-Agenten im Betrieb
- Einsatz von künstlicher Intelligenz (AI, AGI; ja, auch noch ML)
- Automatisierung von Prozessen
- Personalisierung
- Entwicklung neuer Geschäftsmodelle
- Datenschutz
- Generative KI im Einsatz (Chat, Advisor, ...)

Identifikation
- Biometrie
- IAM
- EUDI-Wallet & eIDAS 2.0

Online-Banking
- Digitale Vertriebslösungen
- Digitales Kundenmanagement
- Banking-App, SB & Filiale
- Digitaler Service
- Optimale Kanalwahl

Security for Finance
- Fraud Prevention
- 2FA/ Multi-Factor-Authentication
- Sichere Apps
- Threat Intelligence
- Menschenzentriertes Sicherheitsdesign/ Social Engineering
- Awareness & organisatorische Resilienz
- Malware & Ransomware
- Geldwäsche-Prävention & AMLR
- Verschlüsselung, Zero Trust und ZTNA

Marktübersichten
- Kernbanksysteme
- Neobanken
- DLT-/Blockchain-Lösungen
- Banking-as-a-Service-Anbieter
- Kernsysteme für Versicherer
- Ident-Dienstleister
- Krypto-Trading-Apps

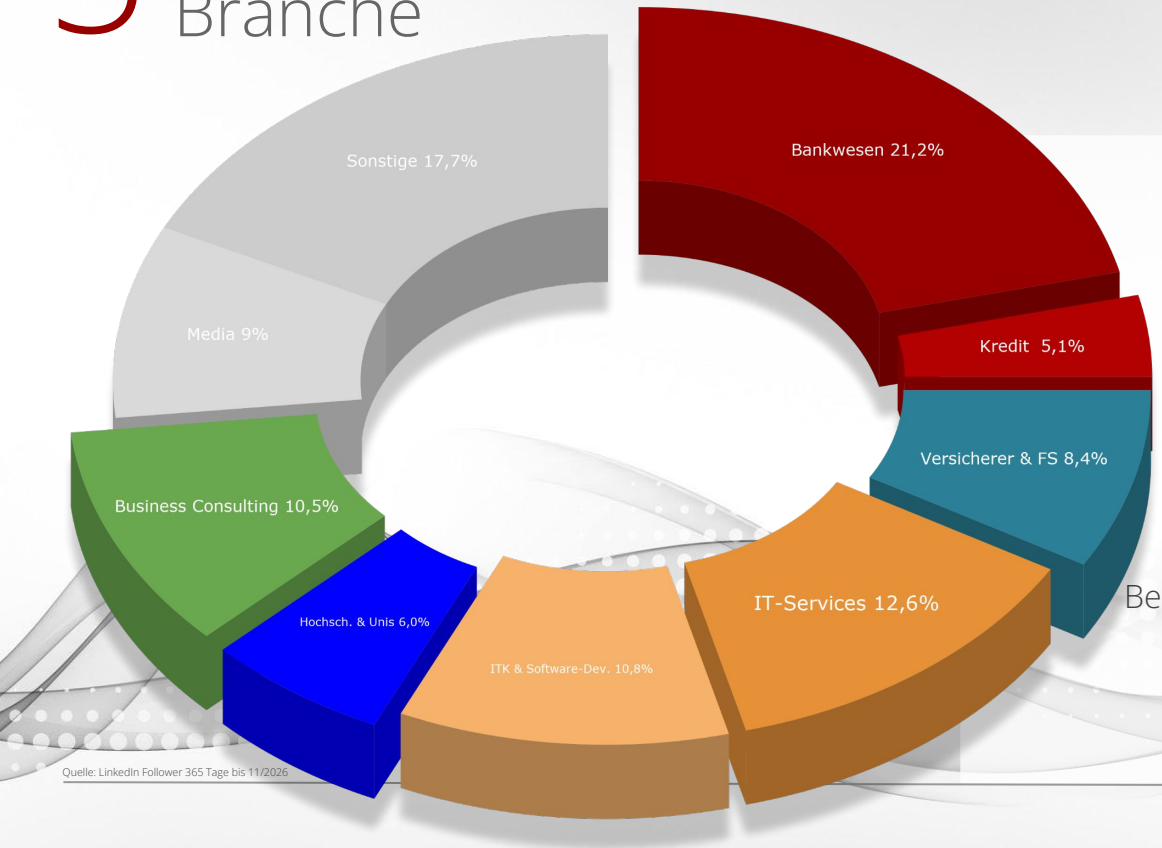
ESG / Nachhaltigkeit
- Technologie-Lebenszyklus
- Green IT
- Banking der Zukunft
- Plattformen
- Blockchain & DLT

Regulatorik
- RegTech
- Digitaler Euro & Stablecoins (MiCA)
- EU AI Act & Cyber Resilience Act
- MaRisk, RTS
- DORA, FISA, NIS-2
- PSR, VoP & Instant Payments

Zukunftstechnologien
- Post-Quanten-Kryptografie (PQC)
- Quantencomputing
- Supercomputing
- Tokenisierung & digitale Wertpapiere
- Plattformstrategien
- Open Finance

... über 11.700 Beiträge online.

5 Leserstruktur: Branche



Quelle: LinkedIn Follower 365 Tage bis 11/2026

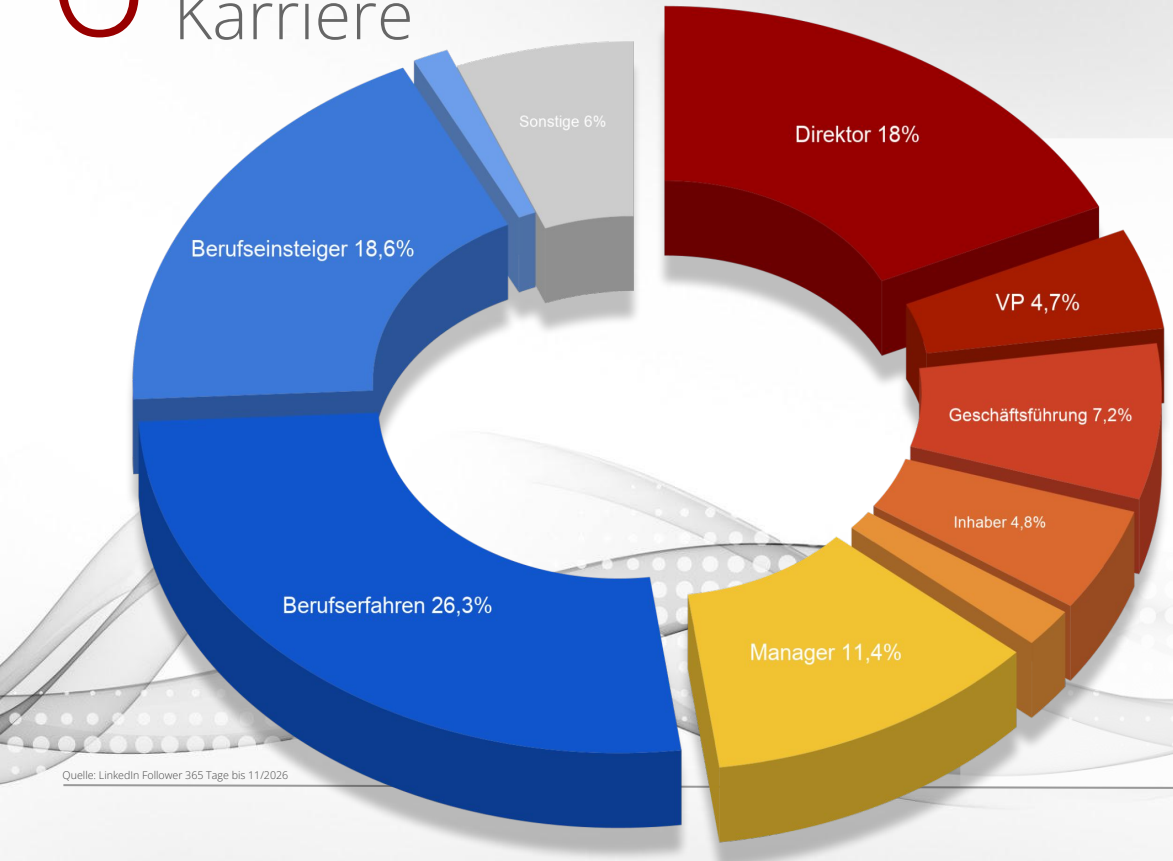
Die Leserschaft von **IT Finanzmagazin** teilt sich in zwei große Gruppen:

Finanz-Fachbereiche
zusammen rund 35 Prozent
(Bankwesen, Versicherer, Finanzdienstleistungen/FinTechs plus Kreditvermittler)

Informatiker und IT'ler
über 23 Prozent
(aus IT-Services, Softwareentwickler und dem Bereich „Technologie/ Information und Internet").

Weitere:
Business Consulting 10,5 % und
Medien mit 9,0 %

6 Leserstruktur: Karriere



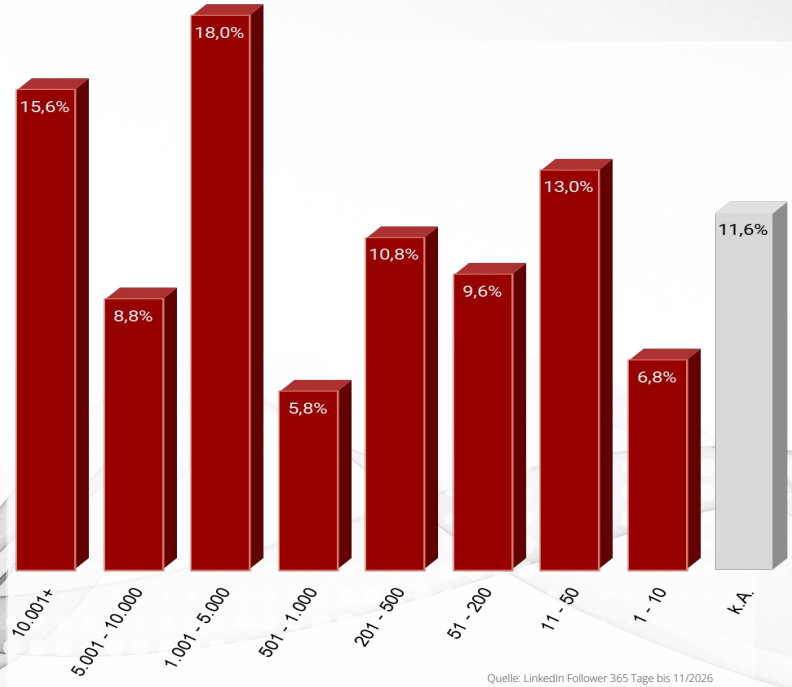
In puncto Karrierestufe bedient IT Finanzmagazin zwei große Gruppen:

Führungskräfte
in Summe rund 48 Prozent
(Direktor, VP, Geschäftsführung, Inhaber, Partner und Manager) und

Qualifizierte Fachkräfte
45 Prozent
(berufserfahrene Mitarbeiter und Berufseinsteiger).

Quelle: LinkedIn Follower 365 Tage bis 11/2026

7 Leserstruktur | Unternehmensgröße



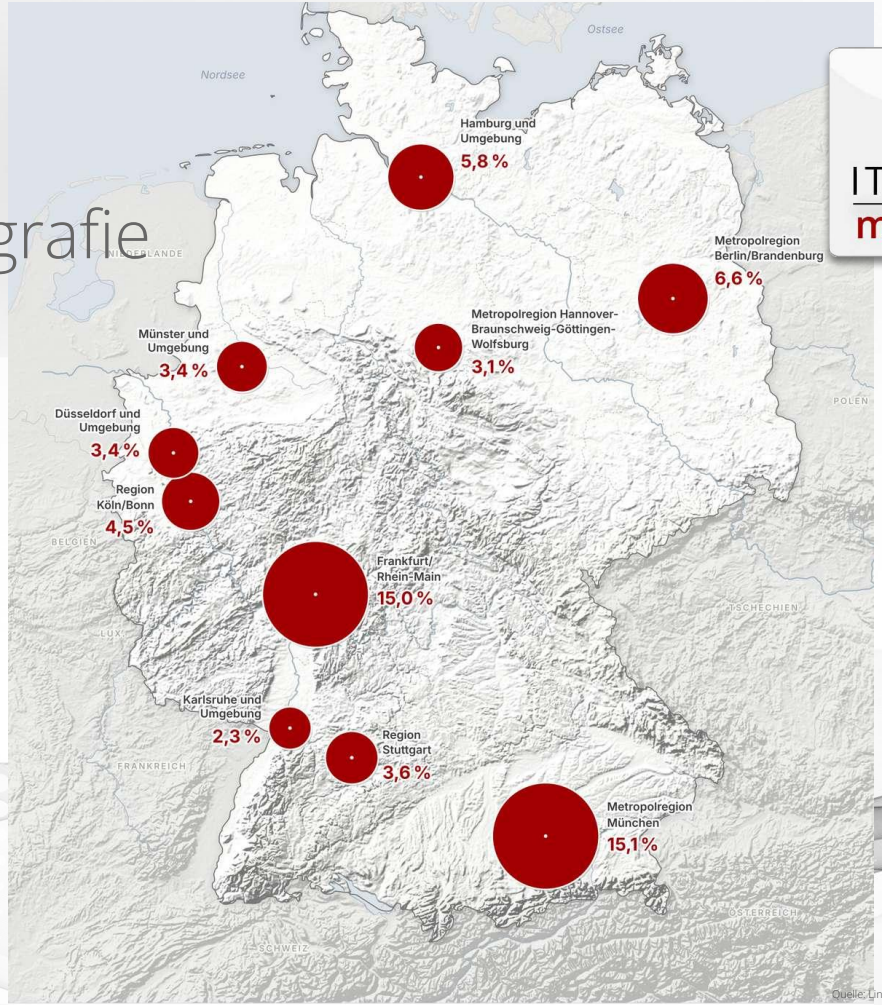
Quelle: LinkedIn Follower 365 Tage bis 11/2026

Schlüsselt man die Leser von **IT Finanzmagazin** nach den Unternehmensgrößen auf, verteilen sich die Leser besonders auf Betriebe mit mehr als 10.000 und ab 1.000 Mitarbeitern der Banken, Sparkassen, Versicherer und FinTechs.

8 Leserstruktur | Geografie

Wenig erstaunlich ist, dass **IT Finanzmagazin** in den vier deutschen Finanzmetropolen (Frankfurt, München, Berlin und Hamburg) gelesen wird.

Metropolregion München	15,1 %
Frankfurt/Rhein-Main	15,0 %
Metropolregion Berlin	6,6 %
Hamburg und Umgebung	5,8 %
Region Köln/Bonn	4,5 %
Region Stuttgart	3,6 %
Düsseldorf und Umgebung	3,4 %
Münster	3,4 %
Hannover, Braunschweig-Region	3,1 %
Karlsruhe mit Umgebung	2,3 %



Quelle: LinkedIn Follower 365 Tage bis 11/2026

… aber auch Zürich, London, Paris und Linz fallen auf.

9 Reichweite | Website & Newsletter

IT Finanzmagazin wird von über 100.000 IT-Experten pro Monat gelesen, die um die **140.000 Unique Views** generieren. Die tagesaktuellen Zugriffszahlen veröffentlichen wir automatisiert und täglich hier:

https://www.it-finanzmagazin.de/mediadaten/

Unsere Newsletter haben rund 4.000 Leser abonniert. Die exakte Zahl finden Sie ebenfalls auf der Mediadaten-Seite; transparent und tagesaktuell.

Wir messen mit Google Analytics 4 (GA4 ohne Cookies) und stellen Werbetreibenden gerne Screenshots unserer Google-Analytics-Seiten bereit.

Monat und Jahr	Pageviews/Monat (Unique Views)	Sitzungen/Monat (Unique Users)	PI/Monat (ungefiltert, alle Zugriffe)
November 2025	**141.734**	108.621	439.702
Dezember 2025	**116.284**	87.710	358.920
Januar 2026	**128.182**	97.466	396.347
Februar 2026	**126.755**	95.215	394.951
März 2026	**126.376**	93.733	403.680
April 2026	**122.154**	93.252	405.244
Mai 2026	**116.301**	88.952	379.638
Juni 2026	**128.276**	97.443	413.903
Juli 2026	**148.418**	116.092	472.850
August 2026	**158.934**	129.058	510.369
September 2026	**184.597**	153.851	605.310
Oktober 2026	**181.056**	150.908	609.281

10 Reichweite | Social Media

IT Finanz magazin

LinkedIn
Follower: 6.656

Facebook
Follower: 588

X (ehem. Twitter)
Follower: 5.382

Bluesky
Follower: 189

11 IT Finanzmagazin statt Social Ads

IT Finanz magazin

Fachliches Umfeld

Ihre Anzeige erscheint neben Fachartikeln zur IT von Banken, Sparkassen und Versicherern. Der Leser ist schon beim Thema, wenn er sie sieht.

Die richtige Zielgruppe

Unsere Leser sind Informatiker und Fachbereichsleiter in BaFin-, FMA- und FINMA-regulierten Unternehmen.

Fester Preis

Sie kennen die Kosten vor der Buchung. Es gibt keine Gebote und keine Auktion um Klickpreise.

Exklusiv im Newsletter

Je Newsletter schalten wir nur einen Anzeigenkunden. Ihr Wettbewerber steht nicht daneben.

Messung ohne Cookies

Wir messen mit Google Analytics 4 ohne Cookies und DSGVO-Konform. Für Datenschutz & Compliance ist das ein Pluspunkt.

Inhalte bleiben online

Beiträge, Podcasts und Roundtable-Berichte bleiben auffindbar. Mit den Nutzungsrechten verwenden Sie sie weiter.

12 Pakete

IT Finanz magazin

Für den Einstieg

Sichtbarkeit

- Leaderboard 1140 × 90 px, 4 Wochen
- 1 × Newsletter-Anzeige am Donnerstag

~~Listenpreis 2.790,– €~~

Paketpreis 2.490,– €

Unsere Empfehlung

Themenpartner

- NaviAD 1140 × 141 px, 4 Wochen im Schwerpunktmonat
- StreamAD, 4 Wochen
- 2 × Newsletter-Anzeige am Dienstag
- Hinweis auf unserer LinkedIn-Seite (6.656 Follower)
- Exklusiv: ein Themenpartner je Schwerpunktmonat

~~Listenpreis 7.120,– €~~

Paketpreis 6.390,– €

Für Ihre Experten

Thought Leadership

- Roundtable mit Doppelmoderation und Bericht
- Sponsored Podcast mit Ihrem Experten
- 4 × Newsletter-Anzeige am Dienstag
- Hinweis auf unserer LinkedIn-Seite (6.656 Follower)

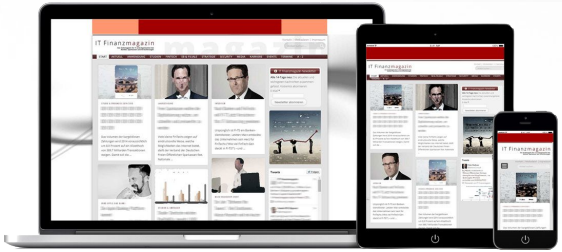
~~Listenpreis ab 10.730,– €~~

Paketpreis ab 9.690,– €

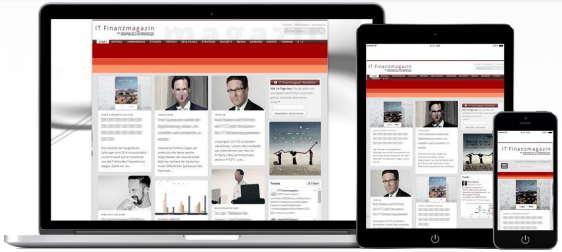
Zum Kennenlernen bieten wir eine Newsletter-Anzeige am Donnerstag für 790,– € an.

Bei Buchung bis 31. Januar 2027 erhalten Sie 5 % Frühbucherrabatt auf alle Schaltungen 2027, zusätzlich zur Rabattstaffel.

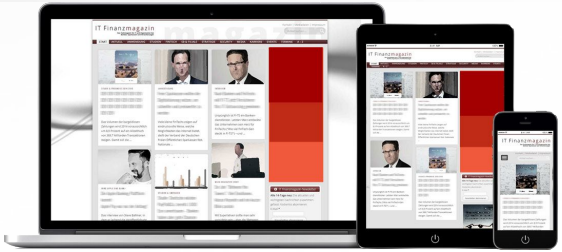
13 Anzeigenplatzierung



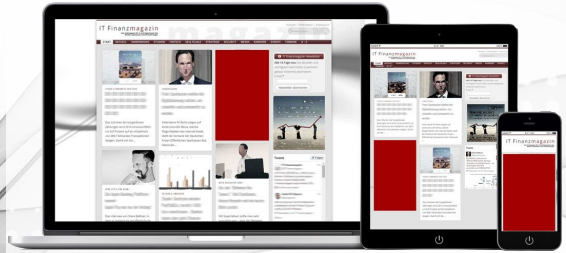
Leaderboard



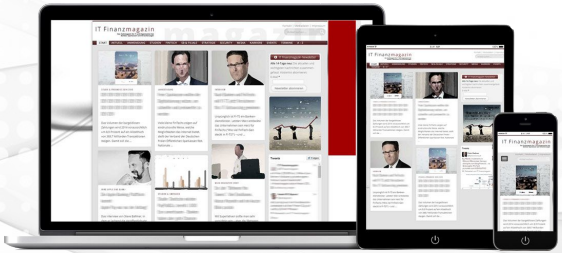
NaviAD



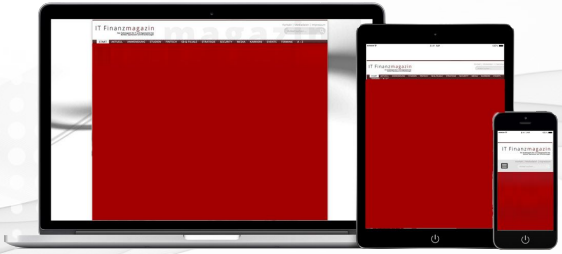
Sideboard



StreamAD



Skyscraper links und rechts



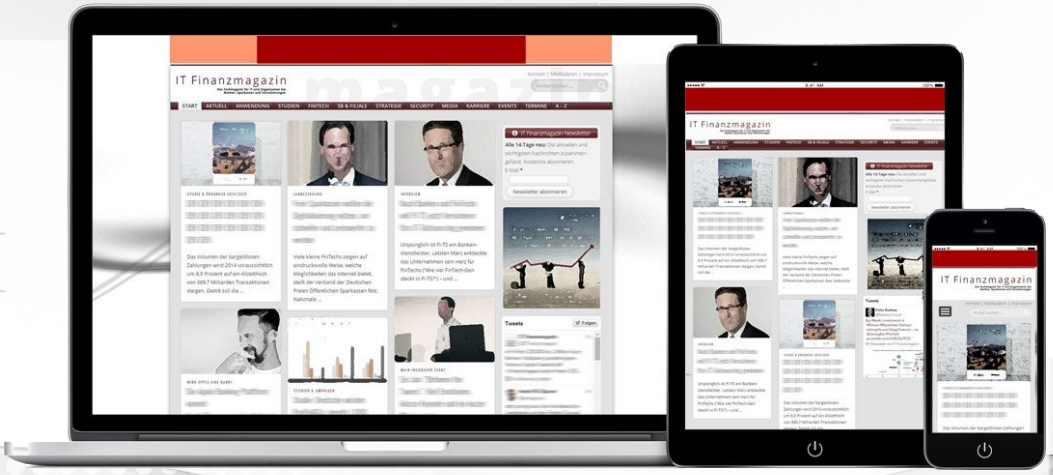
OnePager

14 Anzeigenformate

DER DISPLAY-KLASSIKER

Das Leaderboard

Breite:	1140 px	1140 px	1140 px
Höhe:	90 px	141 px	178 px
Preis/Woche:	590,– €	790,– €	990,– €
4 Wochen:	2.000,– €	2.680,– €	3.360,– €



Sichtbar auf: ✅ Desktop, ✅ Tablet und ✅ Smartphone
(für responsive Darstellung sind weitere Formate notwendig).
Keine Rotation. Full Coverage.
4-Wochen-Buchungen können wochenweise frei verteilt werden.
Formate: TIFF, PNG, JPG, GIF (responsiv)
HTML5 (nicht responsiv)
Größe: max. 75 KB, ideal 35 KB

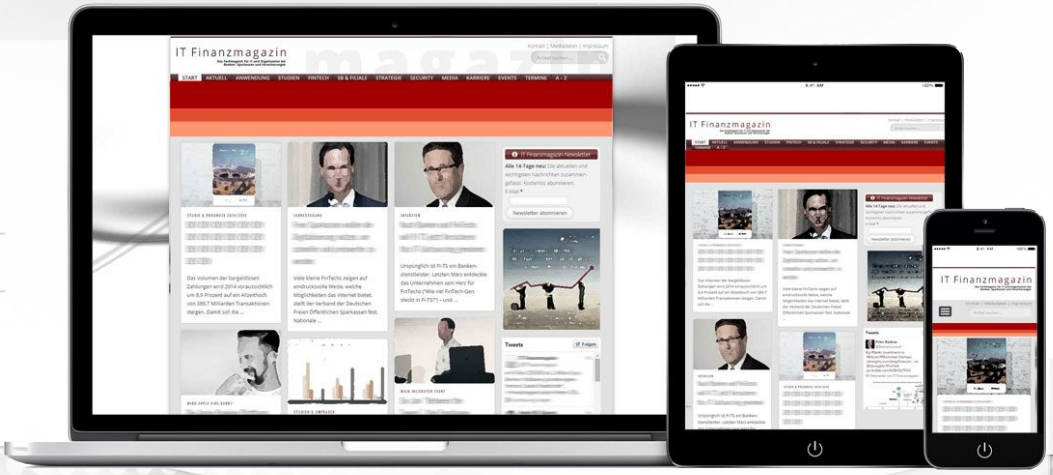
Wenn Sie möchten, dass Ihre **Anzeigen auf Desktop, Tablet und Smartphone** gleichermaßen optimal ausgespielt werden (responsive Anzeigen), liefern Sie uns bitte die auf **Seite 22** aufgelisteten **Werbemittel-Formate**.

15 Anzeigenformate

MAXIMALE CTR

Die NaviAD

Breite:	1140 px	1140 px	1140 px
Höhe:	90 px	141 px	178 px
Preis/Woche:	790,– €	990,– €	1.190,– €
4 Wochen:	2.680,– €	3.360,– €	4.040,– €



Sichtbar auf: ✅ Desktop, ✅ Tablet und ✅ Smartphone
(für responsive Darstellung sind weitere Formate notwendig).
Keine Rotation. Full Coverage.
4-Wochen-Buchungen können wochenweise frei verteilt werden.
Formate: TIFF, PNG, JPG, GIF (responsiv)
HTML5 (nicht responsiv)
Größe: max. 75 KB, ideal 35 KB

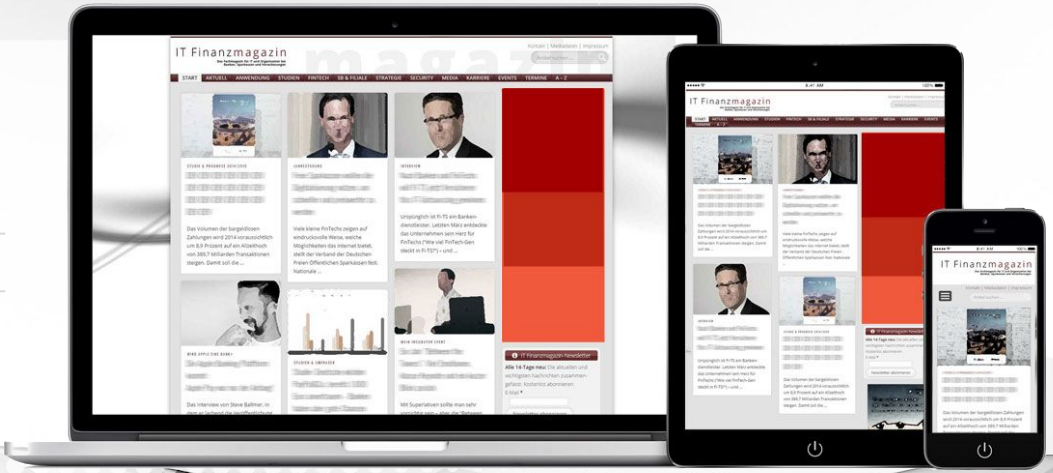
Wenn Sie möchten, dass Ihre **Anzeigen auf Desktop, Tablet und Smartphone** gleichermaßen optimal ausgespielt werden (responsive Anzeigen), liefern Sie uns bitte die auf **Seite 22** aufgelisteten **Werbemittel-Formate**.

16 Anzeigenformate

FLEXIBLE HÖHE

Das Sideboard

Breite:	250 px	250 px	250 px
Höhe:	350 px	450 px	700 px
Preis/Woche:	**350,– €**	**450,– €**	**700,– €**
4 Wochen:	1.190,– €	1.530,– €	2.380,– €



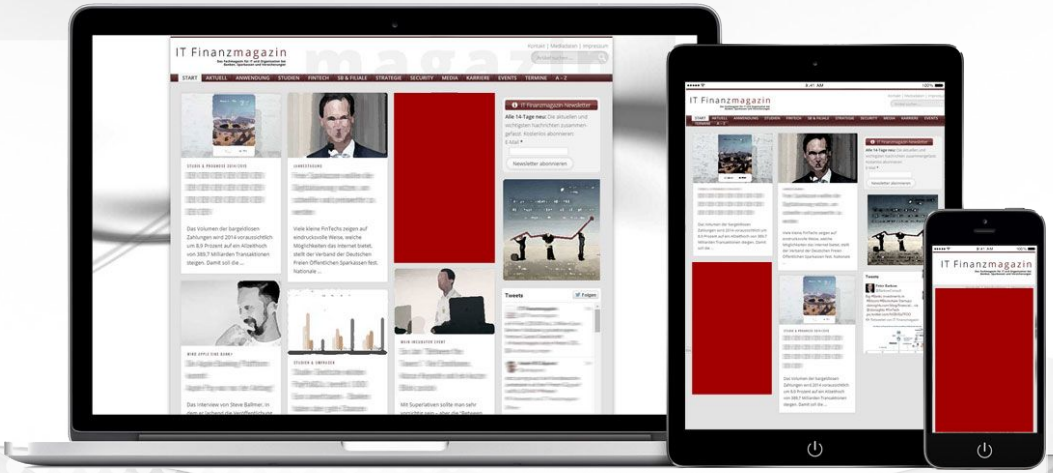
Sichtbar auf: ✅ Desktop, ✅ Tablet (teilweise)
Andere Formate in der Höhe sind bis 1000 px problemlos möglich.
Keine Rotation. Full Coverage.
4-Wochen-Buchungen können wochenweise frei verteilt werden.
Formate: TIFF, PNG, JPG, GIF
HTML5 nicht möglich
Größe: max. 55 KB, ideal 30 KB

17 Anzeigenformate

DIE MODERNE WERBEFORM

Die StreamAD

Breite:	263 px
Höhe:	372 px
Preis/Woche:	590,– €
4 Wochen:	2.000,– €



Sichtbar auf: ✅ Desktop, ✅ Tablet und ✅ Smartphone
Darstellung in Haupt-Stream und zwei wählbaren Kategorien.
Keine Rotation. Full Coverage.
4-Wochen-Buchungen können wochenweise frei verteilt werden.
Formate: TIFF, PNG, JPG, GIF
HTML5 nicht möglich
Größe: max. 75 KB, ideal 35 KB

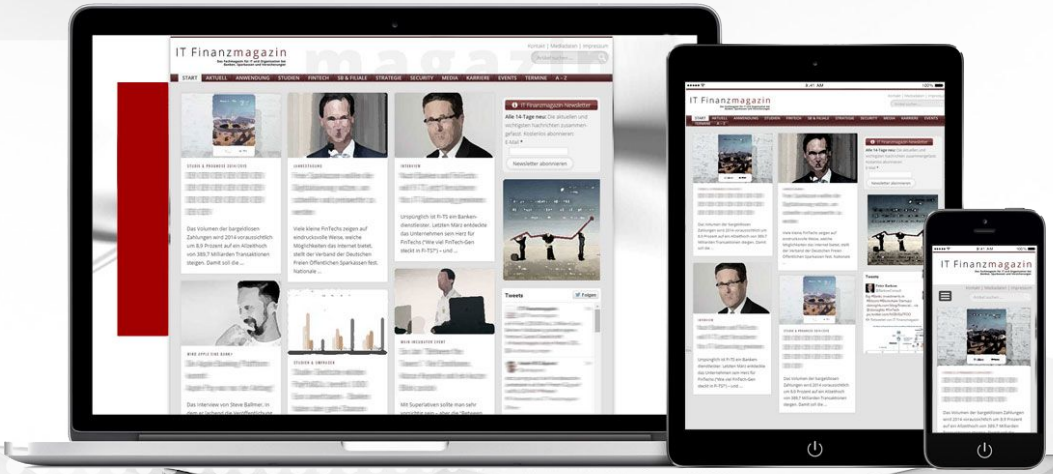
Bitte liefern Sie die Anzeige in zwei Formaten:
- 263 px Breite mit 372 px Höhe und
- 789 px Breite mit 1116 px Höhe (für die technisch notwendige Unterseite)

18 Anzeigenformate

AUF DESKTOPS IMMER SICHTBAR

Skyscraper links

Breite:	160 px
Höhe:	600 px
Preis/Woche:	**410,– €**
4 Wochen:	1.390,– €



Sichtbar auf: ✅ Desktop

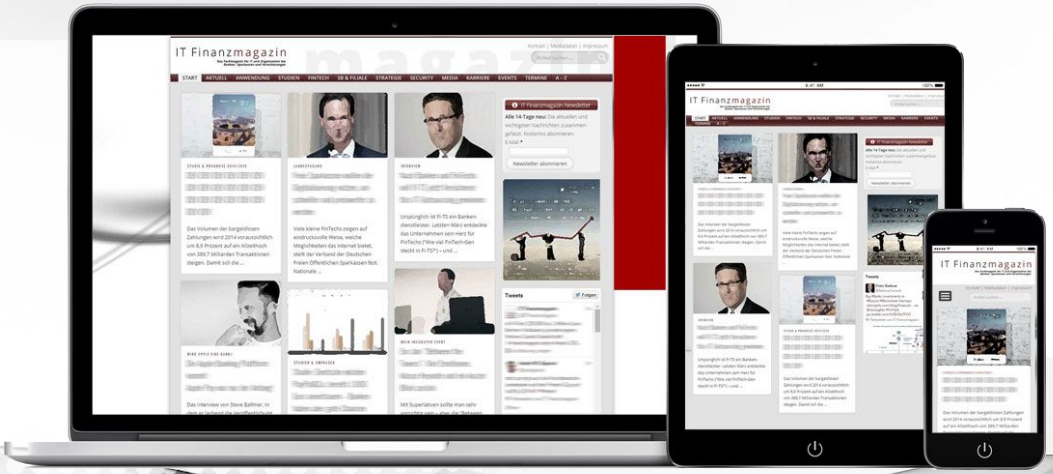
Keine Rotation. Full Coverage.
4-Wochen-Buchungen können wochenweise frei verteilt werden.
Formate: TIFF, PNG, JPG, GIF
HTML5 nicht möglich
Größe: max. 75 KB, ideal 35 KB

19 Anzeigenformate

AUF DESKTOPS IMMER SICHTBAR

Skyscraper rechts

Breite:	250 px
Höhe:	600 px
Preis/Woche:	**490,– €**
4 Wochen:	1.600,– €



Sichtbar auf: ✅ Desktop

Keine Rotation. Full Coverage.
4-Wochen-Buchungen können wochenweise frei verteilt werden.
Formate: TIFF, PNG, JPG, GIF
HTML5 nicht möglich
Größe: max. 75 KB, ideal 35 KB

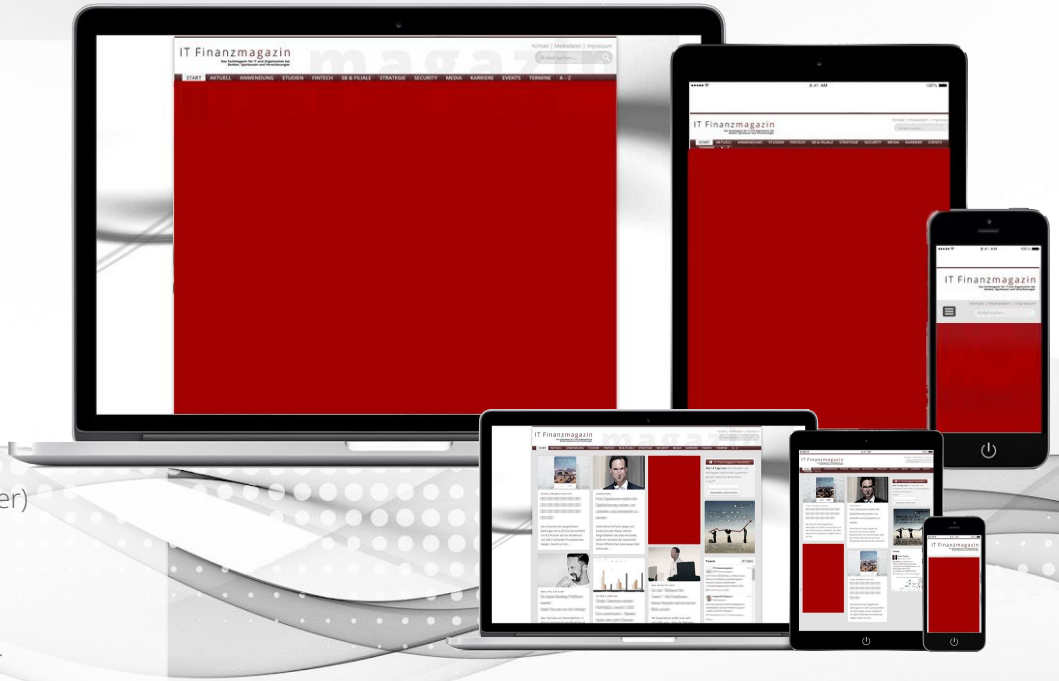
20 Anzeigenformate

GANZSEITIGE ANZEIGE

OnePager

Preis/Stück	1.190,– €
4 × OnePager	4.040,– €

Sichtbar auf: ✅ Desktop, ✅ Tablet und ✅ Smartphone



Sie erhalten eine **Unterseite auf IT Finanzmagazin**, die wir nach Ihren Vorstellungen layouten. Zusätzlich erhalten Sie eine **StreamAD**, um auf Ihre Anzeige aus vier Hauptstreams zu verweisen. Auf weitere Anzeigen (mit Link auf den OnePager) geben wir 25 % Rabatt. Ein OnePager-Demo finden Sie auf: https://www.it-finanzmagazin.de/onepager-demo/

Wichtig: Die Anzeige ist als Anzeige kenntlich gemacht (Presserecht). Das Layout entspricht nicht dem redaktionellen Layout. Links sind „nofollow". Leaderboard und NaviAD werden weiterhin angezeigt.

21 Anzeigenpreise

IT Finanz magazin

WERBEFORM	ABMESSUNG		SICHTBAR AUF			PREIS	
	Breite	Höhe	Desktop	Tablet	Smartphone	pro Woche	4 Wochen
Leaderboard	1140 px	90 px 141 px 178 px	✅	✅	✅	590,– € 790,– € 990,– €	2.000,– € 2.680,– € 3.360,– €
NaviAD	1140 px	90 px 141 px 178 px	✅	✅	✅	790,– € 990,– € 1.190,– €	2.680,– € 3.360,– € 4.040,– €
Sideboard	250 px	350 px 450 px 700 px	✅	✅		350,– € 450,– € 700,– €	1.190,– € 1.530,– € 2.380,– €
StreamAD	263 px	372 px	✅	✅	✅	590,– €	2.000,– €
Skyscraper links	160 px	600 px	✅			410,– €	1.390,– €
Skyscraper rechts	250 px	600 px	✅			490,– €	1.600,– €
OnePager	1140 px	max. 5 Bilder & 6.000 Zeichen	✅	✅	✅	1.190,– €	4.040,– €

22 Anzeigen | Technische Daten

IT Finanz magazin

Werbemittel-Anlieferung

Bitte liefern Sie die Werbemittel **drei Arbeitstage** (i. d. R. bitte spätestens Donnerstag vor der Buchung) vor der Schaltung. Bitte denken Sie an eine Ziel-URL mit eigenem Tracking.

So messen Sie Ihren Erfolg

Versehen Sie die Ziel-URL Ihrer Anzeige mit UTM-Parametern. Dann erscheint jeder Besuch aus der Anzeige in Ihrer eigenen Webanalyse. Ein Klickzähler auf unserer Seite wäre ungenau, weil Browser und AdBlocker ihn heute oft unterdrücken.

Auf Wunsch schicken wir Ihnen mit der Buchungsbestätigung eine fertige Link-Vorlage.

Ihre Anzeigen erscheinen auch bei Lesern mit AdBlocker; die Auslieferung passen wir laufend an.

Werbemittel-Formate

PNG (für grafische Inhalte), **JPG** für Bildinhalte, **TIFF**, **webp** (nicht auf allen Browsern). Wir skalieren und optimieren die Anzeigen nach Möglichkeit verlustfrei vor Veröffentlichung.

Animated GIFs sind möglich – bitte beachten Sie https://www.betterads.org/

Responsive Anzeigenausspielung

Leaderboard und **NaviAD** können, wenn Sie eine responsive Ausspielung wünschen (sehr empfohlen!), bitte in den folgenden, zusätzlichen Formaten anliefern:

Basisformat: **90 px Höhe**

Breite	Höhe	Medium	
1140 px	90 px	Desktop	obligatorisch
960 px	110 px	Tablet	optional
760 px	110 px	Tablet	optional
394 px	140 px	Smartphone	empfohlen

Basisformat: **141 px Höhe**

Breite	Höhe	Medium	
1140 px	141 px	Desktop	obligatorisch
960 px	172 px	Tablet	optional
760 px	172 px	Tablet	optional
394 px	220 px	Smartphone	empfohlen

Basisformat: **178 px Höhe**

Breite	Höhe	Medium	
1140 px	178 px	Desktop	obligatorisch
960 px	220 px	Tablet	optional
760 px	220 px	Tablet	optional
394 px	243 px	Smartphone	empfohlen

23 Newsletter

Text/Bild-Anzeige im IT Finanzmagazin-Newsletter

	Einmal	4 Schaltungen
Dienstag	880,– €	2.980,– €
Donnerstag	790,– €	2.670,– €

Die Newsletter-Anzeige besteht aus folgenden Elementen:

- Überschrift (optional) und Anbieterlogo (optional)
- 400 Zeichen Text (mit Fettungen als Hervorhebung)
- Banner oder Schmuckbild mit
  620 px Breite × 350 px Höhe und max. 35 KB Größe

Der IT Finanzmagazin-Newsletter hat (Stand 11/2026) rund **4.000 Leser** und eine **Öffnungsrate von 33,0 - 45,1 %**. Er erscheint am Dienstag und Donnerstag. Pro Newsletter wird nur **ein Anzeigenkunde exklusiv** geschaltet.



IT Finanz magazin

24 Anzeigenwirkung

IT Finanz magazin

Reihenfolge der Anzeigen-Reaktionen

(nicht CTR, sondern Klicks | bei vergleichbarer Anzeigen-Qualität)

1. OnePager/StreamAD
2. NaviAD
3. Leaderboard
4. Newsletter Dienstag
5. Skyscraper links und rechts
6. Sideboard
7. Newsletter Donnerstag
8. StreamAD



25 Roundtable | Wir bringen Sie mit den Marktplayern Ihrer Zielgruppe zusammen

IT Finanz magazin

Vorteile

- **Redaktionelle Kompetenz** als „door-opener" für Ihre relevante Zielgruppe
- Austausch & Diskussion mit **interessanten Branchenkontakten**
- Doppelmoderation **Dunja Koelwel** (Markt) & **Joachim Jürschick** (IT/Technik)
- Gemeinsames Abendessen/Mittagessen - in einem **gehobenen Restaurant** zum anschließenden Networking
- Redaktionelle **Berichterstattung** mit Kernaussagen und Bildern
- **PDF mit Nutzungsrechten** der redaktionellen Berichterstattung
- Optionale Zusatzleistungen wie professionelle Videoaufnahmen, Einlagen, Event-Locations, ... sind möglich.
- **Modulare** Preisgestaltung (nächste Seite)





26 Roundtable | Wir bringen Sie mit den Marktplayern Ihrer Zielgruppe zusammen

IT Finanz magazin

Themen:	nach Absprache
Teilnehmerzahl:	5 bis 10 Personen (themenbezogene Marktplayer)
Ort:	Frankfurt, München, Hamburg oder Berlin
Vorlaufzeiten:	ca. 3 Monate

Grundpreis mit Moderation:	4.950,– €
Location & Catering:	0,– bis 3.500,– €
Technik & Fotografie:	0,– bis 1.900,– €
Unterlagen & Materialien:	0,– bis 900,– €



27 Sponsored Podcast | Ihre Experten im Gespräch mit der Redaktion & den Lesern

IT Finanz magazin

Hören statt lesen: Präsentieren Sie sich als Persönlichkeit der Branche

Der neue Podcast ist ein Präsentationsformat, um Unternehmensprodukte ausführlich in Szene zu setzen und Trends zu fördern. Es ist die geeignete Bühne, um Ihre **Expertinnen und Experten zu Wort kommen** zu lassen.

- **Tobias Weidemann** moderiert den IT-Finanzmagazin-Podcast
- Einbindung und Bewerbung im redaktionellen Format
- Glaubwürdig, kompetent und direkt an Ihre Zielgruppe gerichtet

Themen:	nach Absprache/ vzgw. Schwerpunkt-Themen
Format:	Interviewformat, ca. 15 bis 20 Minuten
Aufzeichnung:	Remote, keine Studiotechnik erforderlich
Vorlaufzeiten:	ca. 4 - 6 Wochen
Angebotspreis:	2.800,– bis 4.800,– € (nach Aufwand)





28 Nutzungsrechte & Stellenanzeigen

Nutzungsrechte für Einzelbeiträge

Unternehmen bieten wir zeitlich und räumlich uneingeschränkte Nutzungsrechte (für Online und Print) für auf IT Finanzmagazin veröffentlichte Beiträge.

Nutzungsrechte für einzelne Beiträge: 260,– €

Bildrechte sind darin nicht inbegriffen und müssen mglw. gesondert bei den jeweiligen Rechteinhabern erworben werden (sofern es nicht IT-Finanzmagazin-eigene Bilder/Fotos sind). Das trifft primär bei Stockbildern zu.

Sie erhalten bei Einkauf der Nutzungsrechte den **gewünschten Beitrag als PDF im IT Finanzmagazin-Layout mit ITFM-Logo zur freien Verwendung.**

Pauschale Nutzungsrechte-Vereinbarung

Ebenfalls können pauschale Nutzungsrechte für **300,– €/Monat** (Laufzeit mindestens 1 Jahr) für die eigene Verwendung erworben werden. Dies lohnt sich, wenn die Nutzung z. B. für die interne Kommunikation vorgesehen ist.

Stellenanzeigen

Stellenanzeigen kosten **250,– €/Stk**. Das Format entspricht der StreamAD (siehe Punkt 17). Die Anzeigen müssen jedoch eindeutig als Stellenanzeige zu erkennen sein und werden im Hauptstream und in der Rubrik Stellenanzeigen geschaltet.

29 Rabattstaffel

IT Finanz magazin

Rabattstaffel

Die Rabattstaffel errechnet sich aus:
- **50 % des Vorjahresumsatzes**
- **100 % des aktuellen Jahresumsatzes**
- Umsätze aus Nutzungsrechte- und Kooperationsvereinbarungen
- plus dem **Umsatz der aktuellen Kampagne** des jeweiligen Unternehmens (nicht der Agentur).

Umsatz	Rabatt
5.000,– €	5 %
10.000,– €	10 %
15.000,– €	15 %
20.000,– €	20 %
ab 25.000,– €	25 %

AE-Provision: 15 %

Die AE-Provision zahlen wir gerne, sofern die Werbemittel mindestens **3 Arbeitstage vor Schaltung** vollständig angeliefert werden und die Rechnung innerhalb von **14 Tagen nach Rechnungsstellung beglichen** wird.



30 Themen-Schwerpunkte 2027

IT Finanz magazin

Januar

DORA-Vollausbau & neue MaRisk: Ende der Übergangsfrist

1.1.: BAIT aufgehoben
Handelsblatt Bankenaufsicht 23.–24.2., Frankfurt

Februar

Wertpapier-IT: Altersvorsorgedepot, T+1 & Tokenisierung

1.1.: Altersvorsorgedepot
11.10.: T+1-Settlement EU

März

Instant Payment, VoP, PSR & Wero

9.4.: Instant-Pflicht für Zahlungsinstitute
MPE, 9.–11.3., Berlin

April

Kernbanken, Mainframe & die Babyboomer-Falle

FIBE, 7.–8.4., Berlin
Handelsblatt Zukunft Retail Banking, ab 27.4.

Mai

Rechenzentren: Betrieb, Colocation & Digitale Souveränität

Data Centre World, 19.–20.5., Frankfurt

Juni

Digitaler Euro vs. Stablecoins/MiCA: IT-technische Koexistenz

Money20/20 Europe, 8.–10.6., Amsterdam
Pilot digitaler Euro, 2. Hj.

Juli

Identitäten & Vertrauen: AMLR-Stichtag, Deepfakes & Fraud

10.7.: Geldwäscheverordnung (AMLR) gilt unmittelbar

August

Versicherungs-IT: Kernsysteme, Agentic AI & Ökosysteme

Handelsblatt-Konferenzen:
Lebensversicherung, ab 1.9.
AI in Insurance, ab 7.9.

September

Agentic & Sovereign AI: Agenten im Betrieb, eigene Modelle & Kontrolle

Banken-Gipfel, AI in Banking 1.–2.9., Frankfurt
Sibos, 20.–23.9., Singapur

Oktober

Zero Trust & Kernel-Observability (BPF), CRA & PQC

11.12.: Cyber Resilience Act gilt vollständig
it-sa, 5.–7.10., Nürnberg

November

EU AI Act: Hochrisiko-Pflichten für Kreditvergabe & Scoring

2.12.: AI Act, Hochrisiko-KI
Messekongress IT für Versicherungen, 23.–24.11.

Dezember

Kundenzugang: EUDI-Wallet, Banking-App, SB & Filiale

Ende Dezember: Pflicht zur Akzeptanz der EUDI-Wallet

Alle Event-Termine finden Sie in der Übersicht auf: https://www.it-finanzmagazin.de/termine-messen/

31 Kontakt

IT Finanz magazin



Ansprechpartner:

Joachim Jürschick
Telefon: 0 83 23 / 96 86 999

aj@it-finanzmagazin.de

Gerne beantworte ich Ihre Fragen.
Zögern Sie bitte nicht.

32 AGB für das Werbegeschäft auf IT Finanzmagazin (ITFM)

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, dem Newsletterversand und den mobilen Endgeräten zum Zwecke der Verbreitung.

(2) Für den Werbeauftrag gelten ausschließlich die Allgemeinen Geschäftsbedingungen sowie die Preisliste bzw. die Mediadaten von ITFM, die einen wesentlichen Vertragsbestandteil bilden. Die Gültigkeit etwaiger Allgemeiner Geschäftsbedingungen des Auftraggebers (AG) oder sonstiger Inserenten ist, soweit sie mit diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen nicht übereinstimmen, ausdrücklich ausgeschlossen. Insbesondere führt die Unterlassung eines Widerspruchs bzw. eine unterbliebene Zurückweisung anderer AGB seitens ITFM nicht dazu, dass diese damit als vereinbart gelten. ITFM schließt, vorbehaltlich anderweitiger ausdrücklicher schriftlicher Vereinbarungen, einen Vertrag mit dem AG grundsätzlich nur auf Grundlage seiner AGB. 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 genannten Elemente bestehen: aus einem Bild und/oder Text, aus Tonfolgen und/oder Bewegtbildern (u. a. Banner), aus einer sensitiven Fläche, die beim Anklicken u. a. 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. Vertragsabschluss

(1) Vorbehaltlich entgegenstehender individueller Vereinbarungen kommt der Vertrag grundsätzlich durch schriftliche oder durch E-Mail erfolgende Bestätigung 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. ITFM ist 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 ...) bedarf einer zusätzlichen schriftlichen oder durch E-Mail geschlossenen Vereinbarung.

4. Abwicklungsfrist

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

5. Auftragserweiterung

Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 4 genannten Frist unter dem Vorbehalt vorhandener Kapazität auch über die im Auftrag genannte Menge hinaus weitere Werbemittel abzurufen – kostenpflichtig, gemäß der dann geltenden Preisliste.

6. Nachlasserstattung

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

7. Datenanlieferung

(1) Der Auftraggeber ist verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder technischen Vorgaben des Anbieters entsprechende Werbemittel rechtzeitig (gemäß der in den Mediaunterlagen angegebenen Frist) vor Schaltungsbeginn anzuliefern.
Eingehende E-Mails werden nur bis zu einer Datenmenge von 10 MB pro E-Mail weitergeleitet.

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

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

8. Ablehnungsbefugnis

(1) ITFM 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 ITFM wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist
- deren Inhalt eine der folgenden unzulässige Inhalte enthält: Diskriminierung oder Volksverhetzung, Nicht jugendfreie Inhalte, täuschende oder irreführende Produkte/Dienstleistungen, Verletzung geistiger Eigentumsrechte, Produktpiraterie oder gefälschte Produkte, schockierende/anstößige Inhalte, sexuell eindeutige/ pornografische oder obszöne Inhalte, illegale Produkte & Services, übersinnliche Fähigkeiten/ Astrologie/ Wahrsager, Schusswaffen und Waffen, Online-Apotheken, religiöse Inhalte, Tabak, Drogen, unsichere Inhalte (Adware, Spyware, P2P-Anwendungen, Malware, Viren, Würmer, Trojaner oder andere schadhafte Computercodes), Alkohol, Glücksspiel.

(2) Insbesondere kann ITFM 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 ein Link verwiesen wird und hierdurch die Voraussetzungen des Absatzes 1 erfüllt werden.

9. Rechte/Rechteeinräumung

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

(2) Der Auftraggeber überträgt ITFM 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.

10. Gewährleistung

(1) ITFM gewährleistet im Rahmen der vorhersehbaren Anforderungen eine dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe des Werbemittels. Basis für die Auswertung und Abrechnung sind die durch ITFM ermittelten AdImpressions. 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 E-Mail-Client) oder
- durch Störung der Kommunikationsnetze anderer Betreiber oder
- durch Rechnerausfall aufgrund Systemversagens oder
- durch unvollständige und/oder nicht aktualisierte Angebote auf so genannten Proxies (Zwischenspeichern) oder
- durch einen Ausfall des Ad-Servers, 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-Servers über einen erheblichen Zeitraum (mehr als 10 % der gebuchten Zeit) einer zeitgebundenen Festbuchung, wird ITFM versuchen, den Ausfall an Medialeistung (PIs) nachzuliefern oder die Zeit der Insertion zu verlängern, sofern dies den Interessen des AGs nicht zuwiderläuft. Im Falle des Scheiterns einer Nachlieferung innerhalb der ursprünglich gebuchten Insertion bzw. nach Verlängerung des Insertionszeitraumes, entfällt die Zahlungspflicht des AGs für die in dem Zeitraum nicht realisierten bzw. durchschnittlich nicht angefallenen Medialeistungen. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen.

(2) Soweit ITFM dies gewährleistet, hat der AG bei ungenügender Wiedergabequalität des Werbemittels Anspruch auf Verlängerung des Insertionszeitraumes oder auf Schaltung eines Ersatzwerbemittels, sofern dies den Interessen des Auftraggebers nicht zuwiderläuft. Bei Fehlschlagen oder Unzumutbarkeit der Verlängerung des Insertionszeitraumes bzw. der Schaltung eines Ersatzwerbemittels hat der AG ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages in Bezug auf den Anteil der noch nicht erbrachten Medialeistung; im Übrigen ist ein Rücktrittsrecht ausgeschlossen.

(3) Außerhalb seines Herrschaftsbereiches trägt ITFM nicht die Gefahr des Datenverlustes auf dem Übertragungswege und übernimmt auch keine Gewährleistung und/oder Haftung für die Datensicherheit. Gefahrübergang ist mit Eingang des Werbemittels auf einem der Server von ITFM.

(4) Soweit die Werbemittel nicht auf einem Server von ITFM liegen, sondern durch den Server eines Dritten ausgeliefert werden und der AG insoweit, wie unter Ziff. 11.2. beschrieben, ITFM das Werbemittel über Mitteilung der URL des Werbemittels auf dem Server des AGs bzw. des Dritten bereitstellt, übernimmt ITFM keine Gewährleistung und keine Haftung für die Auslieferung der Daten über das Internet sowie auch nicht bzgl. der sich daraus ergebenden weiteren Risiken, wie z. B. fehlerfreie Auslieferung und Beschaffenheit des Werbemittels und die Datensicherheit.

(5) ITFM wird mehr als unerhebliche Störungen und Fehler seiner Server schnellstmöglich beseitigen und ist bemüht, unerhebliche Beeinträchtigungen in angemessener Frist zu beseitigen. ITFM wird sich bemühen, den Service über das Web stets zugänglich zu halten.

(6) ITFM steht für die Verfügbarkeit seiner Server insoweit ein, als die Nichtverfügbarkeit und damit die Arbeiten und Ausfallzeiten auf vorsätzlichem oder grob fahrlässigem Verhalten von ITFM beruhen. Dies gilt nicht für den Fall, dass die Nichtverfügbarkeit auf höherer Gewalt beruht, von ITFM nicht zu vertreten ist oder die Arbeiten lediglich im Interesse des AGs erfolgen.

(7) ITFM und der Dienstanbieter schließen im Übrigen ausdrücklich jede Gewährleistung aus.

(8) ITFM ist nicht verpflichtet, die zur Verfügung gestellten Werbemittel bzw. Inhalte auf deren Richtigkeit, Aktualität, Vollständigkeit, Seriosität, Qualität und/oder Freiheit von Fehlern zu überprüfen und übernimmt dafür weder ausdrücklich noch konkludent die Gewähr und/oder die Haftung.

(9) ITFM leistet nur Schadensersatz bei Vorsatz, grober Fahrlässigkeit und Fehlen einer zugesicherten Eigenschaft; in allen anderen Fällen aus Verletzung einer Kardinalspflicht, aus Verzug oder aus Unmöglichkeit für Schäden, mit deren Eintritt bei Vertragsschluss vernünftigerweise zu rechnen war, jedoch nicht für irgendwelche besonderen, zufällig entstandenen oder indirekten Schäden oder Folgeschäden. Gegenüber Kaufleuten ist in jedem Fall die Haftung für grobe und leichte Fahrlässigkeit, bei Erfüllungsgehilfen, die nicht gesetzliche Vertreter oder leitende Angestellte sind, auch für Vorsatz, auf den üblicherweise und typischerweise in derartigen Fällen voraussehbaren und vom AG nicht beherrschbaren Schaden begrenzt. Soweit eine Kardinalspflicht im vorgenannten Sinne fahrlässig verletzt wurde, haftet ITFM höchstens bis zur Höhe der Vergütung, die ITFM für die Schaltung des jeweiligen Werbemittels erhält oder erhalten hätte.

(10) Die Haftung für Personenschäden und nach dem Produkthaftungsgesetz bleibt hiervon unberührt.

(11) Auf Mängel können Schadensersatzansprüche des AGs nur gestützt werden, soweit sie von ITFM gem. §§ 276, 278 BGB zu vertreten sind.

(12) ITFM übernimmt, abgesehen von Vorsatz und grober Fahrlässigkeit, keine Haftung für die Zugangsqualität und -möglichkeit und die Qualität der Darstellung, für Speicherausfall, Unterbrechung, evtl. Verspätung, Löschung und Fehlerübertragung bei der Kommunikation.

(13) Ziff. (13) und (14) gilt nicht für Staaten bzw. Gerichtsbarkeiten, die den Ausschluss oder die Begrenzung der Haftung für Folge- oder zufällig entstandene Schäden nicht gestatten.

(14) Der AG haftet für alle Folgen und Nachteile, die ITFM durch die missbräuchliche oder rechtswidrige Verwendung der Dienste oder dadurch entstehen, dass der AG seinen sonstigen Obliegenheiten nach diesen AGB nicht nachkommt. Der AG stellt ITFM von jeglichen Ansprüchen oder Forderungen Dritter auf erstes Anfordern frei, die diese wegen Verletzung von Rechten durch den AG bzw. auf Grund der vom AG erstellten Inhalte geltend machen, einschließlich angemessener Rechtsverfolgungs- und Anwaltskosten. Ferner verpflichtet sich der AG, ITFM bei der Abwehr solcher Ansprüche zu unterstützen.

(15) Die vorstehenden Ziffern erstrecken sich auch auf die organschaftlich oder vertraglich bestimmten Vertreter von ITFM sowie auf ihre Erfüllungsgehilfen.

(16) Soweit ITFM zum Schadensersatz verpflichtet ist, hat ITFM den AG so zu stellen, als ob der Vertrag nicht geschlossen worden wäre (sog. negatives Interesse); Schadensersatz wegen Nichterfüllung ist ausgeschlossen.

11. Mängelrüge

Bei beiderseitigen Handelsgeschäften hat der AG das geschaltete Werbemittel unverzüglich nach der ersten Schaltung zu prüfen und etwaige Mängel unverzüglich zu rügen. Die Rügefrist bei derartigen Handelsgeschäften beginnt bei offenen Mängeln mit der Schaltung des Werbemittels, bei verdeckten Mängeln mit ihrer Entdeckung. Unterlässt der AG die Mängelrüge, so gilt die Schaltung des Werbemittels als genehmigt.

12. Preisliste

Es gilt die im Zeitpunkt der Auftragserteilung veröffentlichte Preisliste. Gegenüber Unternehmen bleibt eine Änderung vorbehalten. Für von ITFM 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 5 Tagen nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden. 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.

13. Zahlungsverzug

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

(2) Objektiv begründete Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers berechtigen ITFM, 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.

14. Kündigung

Kündigung von Werbeaufträgen muss schriftlich oder per E-Mail erfolgen. Letzte Stornierungsmöglichkeit ist jeweils eine Woche vor Schaltungsbeginn. Für Stornierungen ab vier Wochen bis eine Woche vor Schaltungsbeginn wird eine Stornogebühr in Höhe von 25 % des Rechnungsbetrags fällig.

Speziell die Premium-Partnerschaft und die Teilnahme am Branchenverzeichnis verlängert sich nach Ablauf eines Buchungsjahres automatisch um ein weiteres Jahr, wenn nicht mit einer Frist von 6 Wochen zum Ende des Buchungszeitraumes gekündigt wird.

ITFM ist zur schriftlichen außerordentlichen Kündigung insbesondere dann berechtigt, wenn

- der Kunde seiner Zahlungspflicht trotz zweimaliger Mahnung nicht nachgekommen ist,

- der Kunde in der Vergangenheit bereits einmal das Werbemittel bzw. die Ziel-URL eigenmächtig geändert hat,

- der Kunde trotz Abmahnung fortgesetzt gegen wesentliche Bestimmungen dieser AGB verstößt,
der Kunde ein gegen Dritte gerichtetes Fehlverhalten begeht, indem er das Angebot von ITFM zu rechtswidrigen oder für Dritte belästigenden Zwecken einsetzt. Im Falle der außerordentlichen Kündigung kann ITFM mit sofortiger Wirkung die Schaltung des oder der Werbemittel absetzen. Im Falle einer außerordentlichen Kündigung seitens ITFM, hat der AG, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Differenzbetrag zwischen dem gewährten Rabatt und dem Rabatt, wie er sich nach erfolgter Kündigung bezogen auf die tatsächlich erfolgte Schaltung des oder der Werbemittel errechnet, an ITFM zu erstatten.

15. Informationspflichten des Anbieters

Soweit nicht anders vereinbart, obliegt es dem Anbieter, innerhalb von zehn Werktagen nach Ausführung des Auftrags die Zahl der Zugriffe auf das Werbemittel, soweit das angelieferte Werbemittel diese Spezifikation erfüllt, für den Auftraggeber zum Abruf bereitzuhalten.

16. Datenschutz

Der Werbeauftrag wird unter Berücksichtigung der geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen abgewickelt. Der AG wird hiermit davon unterrichtet, dass die im Rahmen der Inanspruchnahme der Leistungen von ITFM, insbesondere die der Auftragserteilung und -bearbeitung angegebenen personenbezogenen Daten ausschließlich zu dem Zwecke maschinenlesbar gespeichert, verarbeitet und genutzt werden, zu dem der AG dieses angegeben hat, sofern keine Einwilligung in eine andere Nutzungsart erteilt wurde sowie zum Zwecke der Abrechnung und Vergütung.

17. Erfüllungsort/Gerichtsstand

Erfüllungsort ist Immenstadt im Allgäu.

Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen der Gerichtsstand Sonthofen. 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 Immenstadt vereinbart, wenn der Vertrag schriftlich geschlossen wurde.

18. Schlussbestimmungen

(1) Alle Informationen, Einwilligungen, Mitteilungen oder Anfragen nach diesen AGB sowie Änderungen oder Ergänzungen dieser AGB haben schriftlich zu erfolgen. Die Versendung per E-Mail entspricht der Schriftform. Bei Versendung per Telefax oder E-Mail ist das Eingangsdatum beim jeweils anderen Partner maßgebend.

(2) Änderungen und Ergänzungen dieser AGB einschließlich Änderungen dieser Klausel bedürfen zu ihrer Rechtswirksamkeit der Schriftform.

(3) Die Regelung in diesen AGB gehen im Konfliktfalle den Regelungen in den Preistabellen, Rabattstaffeln, den Targeting-Kriterien sowie dem Skonto vor.

(4) Eine etwaige Ungültigkeit einer Bestimmung dieses Vertrages berührt nicht die Gültigkeit der übrigen Regelungen dieser Vereinbarung. Ungültige Bestimmungen sind durch solche zu ersetzen, die der beabsichtigten Bedeutung der ungültigen Bestimmung am nächsten kommen. Gleiches gilt bei Auftreten evtl. ausfüllungsbedürftiger Lücken.