

Technische Spezifikationen

Für einen reibungslosen Ablauf Ihrer Kampagne beachten Sie bitte unsere technischen Spezifikationen:

	Format (B x H)	Dateigröße GIF/JPG	Dateigröße HTML
Superbanner	728 x 90 Px	30 kb	100 kb
Skyscraper	200 / 160 x 600 Px	30 kb	100 kb
Medium Rectangle	300 x 250 Px	30 kb	100 kb

badische-zeitung.de

Halfpage Ad	300 x 600 Px	40 kb	100 kb
Billboard 2	800 x 250 Px	60 kb	100 kb
Footer Ad	800 x 250 Px	60 kb	100 kb

Schnapp.de

Halfpage Ad	300 x 600 Px	40 kb	100 kb
List Ad 1 / 2	650 x 130 Px	30 kb	100 kb
Footer Ad	800 x 150 Px	40 kb	100 kb

Motivwechsel:

Motivwechsel während der Kampagne gehören zu unserem Service. Bitte beachten Sie auch hier die Vorlaufzeiten für die Datenanlieferung.

Verwendbare Technologien:

Image: GIF, JPG

Richmedia: HTML5, Javascript

Werbemittelanlieferung:

Bitte liefern Sie Werbemittel 3 Werktage vor Schaltungsbeginn an. Bitte denken Sie daran, die Ziel-URL extra mit anzugeben.

3rd Party Redirects:

Wir weisen darauf hin, dass als Abrechnungsgrundlage von Kampagnen stets die Zahlen aus unserem System dienen. Die Angaben zu den Gewichtungen der Werbemittel gelten auch für Werbemittel, die über 3rd Party Redirects (DoubleClick, Atlas, Adtech, etc.) ausgeliefert werden.

Gestaltung:

Das Werbemittel muss klar als Werbung erkennbar sein und darf nicht als Windows-/Mac-/Unix-Infobox oder Fehlermeldungsbox dargestellt werden oder auf eine andere Art zu Verwechslungen mit Systemmeldungen führen. User dürfen nicht gezwungen werden, ein Plugin zu installieren, um das Werbemittel sehen zu können.

Zusatzinformationen für HTML5

HTML5 Werbemittel müssen immer zwingend als Redirect angeliefert werden. Es muss sichergestellt sein, dass das Werbemittel keinen Einfluss auf die Webseite hat.

Dies gilt auch wenn diese keinen HTML5 Doctype hat.

Das Werbemittel sollte optimaler Weise in einem iframe gekapselt sein. Sind aufgrund bestimmter genutzter Funktionen im Werbemittel Browserausschlüsse oder ähnliches nötig, so ist dies bei Anlieferung mitzuteilen.

HTML5-Werbemittel bestehen aus mehreren Elementen die nicht analog zu Flash in einem File zusammengeführt und komprimiert werden können.

Diese Elemente sind:

- *HTML-Files*
- CSS
- *Libraries (Javascript, JQuery,...)*
- Bilder
- Videos

Damit der Aufbau der Medien-Website und des Werbemittels nicht unnötig verzögert wird, sind Kreative angehalten, die einzelnen Elemente des HTML5 Werbemittels sowohl hinsichtlich ihrer Anzahl als auch Dateigröße so klein wie möglich zu halten, aber unbedingt die folgenden Limits zu beachten.

HTML5 Werbemittel inkl. Code und Bilder:

- Desktop: 100 kB
- Tablet: 60 kB
- Phone: 40 kB

Maximale nachgelagerte Dateigröße (zusätzlich erlaubtes Ladevolumen, um eine Nutzer-Interaktion zu ermöglichen):

- Desktop: 150 kB
- Tablet: 150 kB
- Phone: 100 kB

Maximale nutzerinitiierte Nachlade-Größe (Maximale Dateigröße für einen nachgelagerten Datei- Ladevorgang wie z.B. Video Stream):

- Desktop: 2,5 MB
- Tablet: 2 MB
- Phone: 2 MB

Dies ist durch Komprimierungsverfahren und Optimierungsverfahren sowie durch sparsame Anwendung von Animationen und Einbindung externer Elemente wie Fonts und Bibliotheken einzuhalten, welche auch bei der Dateigröße dazu zu rechnen sind.

Den Code für die Einbindung des Clicktags finden Sie unter mehr.bz/clicktag

Zusatzinformationen für Wallpaper

Für Wallpaper-Kampagnen auf badische-zeitung.de oder fudder.de sind die Werbemittel immer physisch anzuliefern. Es besteht natürlich die Möglichkeit, dass der Kunde mittels Clickcommand und Zählpixel selbst mitzählen kann.

Folgende Werbemittel sind erforderlich:

- Superbanner 728x90 Pixel (gem. Spezifikationen.) als Gif, jpg oder HTML5
- Skyscraper 200x600 Pixel (gem. Spezifikationen) als Gif, jpg oder HTML5

Werbemittelgrößen:

- max. 60 kb mit einer Gewichtung von 50%:50%
z. B. 30 kb Superbanner + 30 kb Skyscraper
- Die maximale Gewichtungsverschiebung für ein Format innerhalb des Wallpapers liegt bei 70%:30%
z. B. 42 kb Sky (70%) – 18 kb Superbanner (30%)

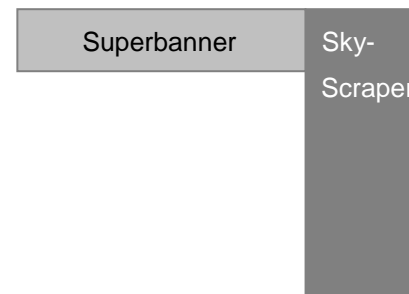
Weiterhin sind folgende Angaben bei der Anlieferung mitzuteilen:

- HEX Code für die Hintergrundeinfärbung (Die Einfärbung erfolgt am oberen und am rechten Seitenrand)
- Ziel-URL

Betriebssystem und Browser:

Das Wallpaper wird auf allen Betriebssystemen und den gängigen Browsern ausgeliefert. (iE, Firefox, Chrome)

Die Anordnung der Werbemittel erfolgt stets nach folgendem Schema:



Zusatzinformationen für Sonderformate

Eine endgültige Zustimmung erfolgt erst nach Prüfung der Werbemittel in Form eines Pretests!

CPU-Last

Bitte testen Sie vor Anlieferung die Gesamt-CPU-Last aller Motive. Die CPU-Last darf max. 10% nicht übersteigen. So ist gewährleistet, dass das Surfverhalten des Users (auch bei langsamen Rechnern) nur minimal eingeschränkt ist.

Sound

Sound ist generell zulässig, darf aber nur durch User-Aktion (Klick) aktiviert werden und muss ebenso zu beenden sein.

- On-Mouse-Over: Der Sound startet, sobald der User seine Maus über das Werbemittel bewegt und endet, sobald der User mit seiner Maus den Bereich des Werbemittels wieder verlässt.
- On-Mouse-Click: Der Sound startet, sobald der User auf das entsprechende Symbol klickt.
- Der User muss immer die Möglichkeit haben den Sound ab- und anzuschalten, unabhängig von der Länge des Sound-Elements. Dieses ist durch die Worte Sound on/Ton an und/oder einen grafischen Lautsprecher zu realisieren.
- Sound darf nicht in einem Loop abgespielt werden.

Zusatzinformationen für Streaming

Der Einsatz von Streaming-Elementen (i.d.R. Werbespots) ist in allen Werbeformen möglich. Die Dateien müssen dem Online Verlag auf einem externen Server (Kunde / Agentur) zur Verfügung gestellt werden.

Inhaltliche Bedingungen

- Ein Spot sollte die Länge von 30 Sekunden nicht überschreiten.
- Der Ton darf nur auf Useraktion (On-Mouse-Over oder On-Mouse-Click) starten und muss ebenso zu beenden sein.
- Als Steuerelemente werden ein „Stop“, ein „Pause/Play“ und ein „Ton an/aus“ Button benötigt.
- Geben Sie den Usern auch die Möglichkeit, sich den Spot ein weiteres Mal anzuschauen. Ein automatischer Loop des Werbespots ist allerdings nicht erlaubt.

Technische Bedingungen

- Das Video muss in einem Werbemittel (z.B. HTML5 / iframe) eingebettet werden. Die Videodatei muss dem Online Verlag auf einem externen Server (Kunde / Agentur) zur Verfügung gestellt werden.
- Nutzen Sie die Möglichkeit der Bandbreitenabfrage, um dem User eine optimale Qualität des Streamings zu gewährleisten.

Allgemeine Geschäftsbedingungen für den Geschäftsbereich Online-Werbung

1. Werbeauftrag

(1) "Werbefauftrag" im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag zwischen dem Werbetreibenden oder Inserenten (nachfolgend Auftraggeber) und der Badischer Verlag GmbH & Co. KG bzw. Online Verlag GmbH Freiburg (nachfolgend Anbieter) über die Schaltung eines Werbemittels oder mehrerer Werbemittel in Informations- und Kommunikationsdiensten des Anbieters (nachfolgend Kampagne), insbesondere in den Internetangeboten des Anbieters, z.B. badischezeitung.de und fudder.de zum Zwecke der Verbreitung.

(2) Für den Werbefauftrag gelten ausschließlich die Allgemeinen Geschäftsbedingungen sowie die bei Vertragsschluss gültige Preisliste des Anbieters, die technischen Anforderungen und Vorgaben nach den technischen Spezifikationen, die einen wesentlichen Vertragsbestandteil bilden. Für den Direktbuchungsservice gelten die innerhalb des Buchungsvorgangs dargestellten Preise. 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 des Anbieters 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 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. Hierzu zählt insbesondere die Möglichkeit, die Werbemittel mit dem Wort „Anzeige“ zu kennzeichnen und/oder vom redaktionellen Inhalt räumlich abzusetzen, um den Werbecharakter zu verdeutlichen.

(3) Platzierung: Der Anbieter 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. Der Auftraggeber hat vorbehaltlich einer anderen individuellen Vereinbarung keinen Anspruch auf eine Platzierung der Online-Werbung an einer bestimmten Position der jeweiligen Web-Seite sowie auf Einhaltung einer bestimmten Zugriffszeit auf die jeweilige Web-Seite. Eine Umplatzierung der Online-Werbung innerhalb des vereinbarten Umfeldes ist möglich, wenn durch die Umgestaltung kein wesentlicher Einfluss auf die Werbewirkung der Online-Werbung ausgeübt wird.

(4) Konkurrenzausschluss kann nicht innerhalb einer Internetseite gewährt werden, d.h. dass nicht ausgeschlossen werden kann, dass Konkurrenten des Vertragspartners während des gleichen Zeitraums innerhalb der gleichen Internetseite Werbung schalten.

(5) Hat der Anbieter die optische und technische Gestaltung des Werbemittels für den Auftraggeber ausgeführt, so ist eine Verwendung dieser Vorlage zum Zweck anderweitiger Veröffentlichungen nur mit ausdrücklicher Zustimmung des Anbieters gestattet.

3. Vertragsschluss

(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. 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 Werbeauftrags (z.B. Banner-, Pop-up-Werbung...) bedürfen einer zusätzlichen schriftlichen oder durch E-Mail geschlossenen Vereinbarung.

4. Abwicklungsfrist

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

(2) Wird das Recht zum Abruf innerhalb dieser Zeit nicht ausgeübt, verfällt der Anspruch nach Ablauf des Jahres ersatzlos. Die Pflicht zur Zahlung der entsprechenden Vergütung bleibt hiervon unberührt.

5. Auftragsweiterung

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.

6. 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.

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

(4) Rabatte werden auch auf die gesamten Rechnungen von verbundenen Unternehmen bzw. Tochterunternehmen gewährt, sofern eine Kapitalbeteiligung von mindestens 50 Prozent gegeben ist. Der Anbieter ist berechtigt, sich diese Kapitalbeteiligung im Original nachweisen zu lassen.

7. Datenanlieferung

(1) Der Auftraggeber ist verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem

Format oder technischen Vorgaben der Anbieter entsprechende Werbemittel rechtzeitig vor Schaltungsbeginn beziehungsweise zum vereinbarten Zeitpunkt anzuliefern.

(2) Bei der Nutzung des Direktbuchungsservices gestaltet der Auftraggeber seine Werbemittel mit Hilfe des Buchungswerkzeuges selbst und eigenverantwortlich.

(3) Die Pflicht des Anbieters zur Aufbewahrung des Werbemittels endet drei Monate nach dessen letztmaliger Verbreitung.

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

(5) Der Auftraggeber hat digital übermittelte Unterlagen frei von sogenannten Computerviren oder sonstigen Schadensquellen zu liefern. Er ist insbesondere verpflichtet, zu diesem Zweck handelsübliche Schutzprogramme einzusetzen, die dem neuesten Stand der Technik zu entsprechen haben. Bei Vorliegen von Schadensquellen auf einer übermittelten Datei wird der Anbieter von dieser Datei keinen Gebrauch machen und diese, soweit zur Schadensvermeidung bzw. -begrenzung erforderlich, löschen, ohne dass der Auftraggeber in diesem Zusammenhang Schadensersatzansprüche geltend machen kann. Der Anbieter behält sich vor, den Auftraggeber auf Schadensersatz in Anspruch zu nehmen, wenn ihm durch solche durch den Auftraggeber infiltrierte Schadensquellen ein Schaden entstanden ist.

8. 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.

9. 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 nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Anbieters 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.

10. Rechtegewährleistung

(1) Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung des Werbemittels (Bild und Text) 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.

11. 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

- 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 Prozent der gebuchten Zeit) im Rahmen einer zeitgebundenen Festbuchung entfällt die Zahlungspflicht des Auftraggebers für den Zeitraum des Ausfalls. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen.

(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.

12. 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.

13. Haftung

(1) Bei Schadensersatzansprüchen nach dem Produkthaftungsgesetz wegen vorsätzlicher Schädigung oder wegen der Verletzung von Körper, Leben und Gesundheit, haftet der Anbieter nach den gesetzlichen Vorschriften. Im Übrigen haftet der Anbieter nur, wenn ihm, seinen gesetzlichen Vertretern, leitenden oder einfachen Erfüllungsgehilfen grobe

Fahrlässigkeit oder die leicht fahrlässige Verletzung einer wesentlichen Vertragspflicht, das heißt einer Pflicht, deren Erfüllung die Erreichung des Vertragszwecks und die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrags überhaupt erst ermöglicht und auf deren Einhaltung der Auftraggeber regelmäßig vertrauen darf, zur Last fällt. Soweit keine grobe Fahrlässigkeit vorliegt, ist die Haftung nach S. 2 der Höhe nach auf den typischerweise vorhersehbaren Schaden beschränkt. Gegenüber Unternehmern haftet der Anbieter nach S. 2 und 3 für einfache Erfüllungsgehilfen nur, wenn wesentliche Vertragspflichten grob oder leicht fahrlässig verletzt werden. Soweit die Haftung des Anbieters ausgeschlossen oder beschränkt ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung seiner Angestellten, Arbeitnehmer, Mitarbeiter, Vertreter und Erfüllungsgehilfen.

14. Preisliste

(1) Es gilt die zum Zeitpunkt der Auftragserteilung im Internet veröffentlichte Preisliste. Für den Direktbuchungsservice gelten die im Buchungsvorgang dargestellten Preise. 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.

(3) Rabatte werden lediglich auf die reine Medialeistung gewährt. Gestaltungskosten für Werbemittel sind von den in der Preisliste genannten Rabatten ausgenommen.

15. Zahlungsbedingungen

(1) Die Rechnungsstellung erfolgt nach Buchungseingang, abweichende Zahlungsziele und etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlungen sind nach Preisliste oder abweichender Vereinbarung möglich.

(2) Die Veröffentlichung einer Kampagne kann von der Vorauszahlung des Auftraggebers abhängig gemacht werden, wobei die Vorauszahlung frühestens vier Wochen vor der voraussichtlichen Veröffentlichung gefordert werden darf.

(3) Die Veröffentlichung einer Kampagne kann von der Teilnahme am Einzugsermächtigungsverfahren bzw. SEPA-Basislastschriftverfahren abhängig gemacht werden. Die Beträge werden jeweils innerhalb von sechs Werktagen nach Fälligkeit eingezogen.

(4) Bei notwendiger Ankündigung des Bankeinzugs kann dies bis zum Tag der Einreichung der Lastschrift erfolgen.

(5) Bei länger laufenden Schaltungen oder Aufträgen über mehrere Kampagnen können Rechnungen auch über einzelne Anzeigen oder Teilmengen gestellt werden. Insbesondere sind monatliche Vorschuss- oder Zwischenabrechnungen möglich.

(6) Der Auftraggeber kann nur mit unbestrittenen oder rechtskräftig gestellten Forderungen aufrechnen. Zurückbehaltungsrechte können durch den Auftraggeber nur gegen Forderungen aus dem gleichen Auftragsverhältnis geltend gemacht werden.

(7) 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.

(8) 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.

16. Kündigung

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

17. Informationspflichten des Anbieters

(1) Soweit nichts anderes vereinbart ist, obliegt es dem Anbieter, innerhalb von zehn Werktagen nach Ausführung des Auftrags folgende Informationen für den Auftraggeber zum Abruf bereitzuhalten:

- die Zahl der Zugriffe auf das Werbemittel
- die Ausfallzeit des Ad-Servers, soweit sie eine zusammenhängende Stunde überschreitet.

(2) Der Anbieter wird dem Auftraggeber über die Anzahl der während der Kampagne ausgelieferten AdImpressions und/oder AdClicks in einem durch den Anbieter vorgegebenen Format berichten. Maßgeblich sind insoweit die vom Anbieter über seinen Ad-Server ermittelten Daten.

(3) Von diesen Informationspflichten sind die Dienste des Direktbuchungsservices komplett ausgeschlossen.

18. Datenschutz

(1) Der Werbeauftrag wird unter Berücksichtigung der geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen abgewickelt. In diesem Zusammenhang werden die erforderlichen Kunden- und Lieferdaten gemäß § 33 BDSG mit Hilfe der elektronischen Datenverarbeitung gespeichert. Dem Nutzer wird mitgeteilt, welche persönlichen Daten für die Bereitstellung der Dienste zwingend erforderlich sind und welche zusätzlichen Daten der Nutzer freiwillig angeben kann. Mit der Bereitstellung der Daten willigt der Nutzer ein, dass diese Daten durch die Unternehmensgruppe Badisches Pressehaus GmbH & Co. KG auch für Zwecke der Werbung und der Marktforschung genutzt werden können und im Rahmen dieser Zweckbindung auch an andere Unternehmen im Firmenverbund der Badisches Pressehaus GmbH & Co. KG weitergegeben werden können. Der Nutzer kann seine Einwilligung zur Datennutzung jederzeit gegenüber seinem Vertragspartner innerhalb der Firmengruppe Badisches Pressehaus GmbH & Co. KG widerrufen, wobei eine entsprechende E-Mail an datenschutz@badische-zeitung.de genügt. Ergänzend gilt die Datenschutzerklärung der Badischer Verlag GmbH & Co. KG.

(2) Der Anbieter ist berechtigt, Werbeumsätze und vergleichbar relevante Daten des Auftraggebers auf Produktebene in angemessenem Umfang zu Marktforschungszwecken an anerkannte Marktforschungsunternehmen und/oder an Unternehmen, die sich mit der Erhebung und Auswertung solcher Informationen beschäftigen, weiterzuleiten. Ist der Auftraggeber dazu nicht bereit, hat er dies dem Auftragnehmer bei Vertragsschluss schriftlich mitzuteilen.

(3) Sollte der Auftraggeber durch Verwendung spezieller Techniken, wie z.B. den Einsatz von Cookies oder Zählpixeln, Daten aus der Schaltung von Werbemitteln gewinnen oder sammeln, sichert der Auftraggeber zu, dass er bei Erhebung, Verarbeitung und Nutzung von personenbezogenen Daten die Vorgaben des Telemediengesetzes (TMG) sowie des Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG) eingehalten wird.

(4) Sofern beim Auftraggeber anonyme oder pseudonyme (und somit auch personenbeziehbar) Daten aus dem Zugriff auf die von ihm ausgelieferten Werbemittel anfallen, darf der Auftraggeber diese Daten im Rahmen der jeweiligen Kampagne für den konkreten Werbungtreibenden, der den Auftraggeber mit der Schaltung der jeweiligen Kampagne beauftragt hat,

auswerten. Diese Auswertung darf nur die anonymen und pseudonymen Daten umfassen, die durch Werbeschaltungen generiert worden sind.

(6) Darüber hinaus ist dem Auftraggeber eine weitere Verarbeitung, Nutzung und Weitergabe sämtlicher Daten (anonym oder personenbeziehbar) aus dem Zugriff auf die von ihm ausgelieferten Werbemittel untersagt. Insbesondere darf der Auftraggeber die Daten aus Werbeschaltungen nicht für eigene Zwecke speichern, auswerten, anderweitig nutzen und/oder an Dritte weitergeben. Dieses Verbot erfasst auch die Erstellung von Profilen aus dem Nutzungsverhalten der User auf den Onlineangeboten des Anbieters und deren weitere Nutzung.

(7) Setzt der Auftraggeber für die Schaltung von Werbemitteln auf den Onlineangeboten des Anbieters Systeme eines Dritten ein, wird er sicherstellen, dass auch der Systembetreiber diese Vereinbarung einhält.

19. Erfüllungsort/Gerichtsstand

(1) Erfüllungsort ist der Sitz des Anbieters.

(2) 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. 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.

(3) Es gilt deutsches Recht.

20. Vertraulichkeit

Die Parteien werden über sämtliche ihnen im Zusammenhang mit der Durchführung des Vertrages bekannt werdenden betrieblichen und sonstigen geschäftlichen Informationen und Erkenntnisse der anderen Partei strikte Geheimhaltung wahren. Das gilt für alle Mitarbeiter, gegebenenfalls für den Kunden des Auftraggebers sowie für Dritte, derer sich eine Partei zur Erfüllung der aus dem Vertrag ergebenden Pflichten bedient. Die Geheimhaltungspflicht besteht auch nach Beendigung des Vertrags. Die Parteien stehen dafür ein, Mitarbeitern, gegebenenfalls den Kunden und Dritten entsprechende Geheimhaltungsverpflichtungen aufzuerlegen.

Kontakt

online verlag gmbh freiburg
Lörracher Str. 5a
79115 Freiburg

Fon: (0761) 496 1600

Fax: (0761) 496 1690

E-Mail: info@online-verlag-freiburg.de

Web: www.online-verlag-freiburg.de