

- **Mediadaten**
 - **Zielgruppen und Internetnutzung**
 - **Werbeformate und Preisliste**
 - **Allgemeine Geschäftsbedingungen**

gültig ab 1. Oktober 2010

■ Auf Ebersberger Nachrichten.de erreichen Sie eine sehr interessante Zielgruppe

Ebersberger Nachrichten.de ist eine der ersten unabhängigen Lokalzeitungen Deutschlands, die sich nicht auf ein Printmedium beziehen. Ebersberger Nachrichten.de informiert die Einwohner im Landkreis Ebersberg und alle an dieser Region Interessierten auf zeitgemäße Art schnell, kompetent, objektiv und kostenlos über aktuelle Ereignisse in Politik, Wirtschaft, Sport und Kultur.

Laut dem **(N)Onliner-Atlas 2010**, der größten deutschen Studie zur Nutzung und Nicht-Nutzung des Internets, erreicht Ebersberger Nachrichten.de **74,4 Prozent** aller über 14-jährigen Einwohner in Oberbayern, in der **Gruppe der 14- bis 49-Jährigen** sind es sogar **90,5 Prozent** der Bevölkerung. Bezogen auf den Landkreis sind das insgesamt **über 80.000 Menschen**.

■ Hoher Frauenanteil

Fast zwei Drittel aller Frauen (64,8 Prozent) sind online. Weitere 4,4 Prozent planen im Laufe des Jahres online zu gehen. In der Gruppe der 14- bis 49-Jährigen sind **zwischen 81,6 und 96,7 Prozent** im Internet unterwegs.

■ Das Worlwide Web auf Erfolgskurs

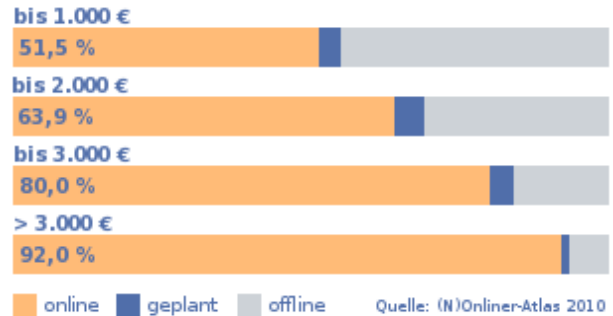
Weitere 3,0 Prozent planen fürs nächste Jahr in Oberbayern einen Internet-Zugang. Damit wären **über drei Viertel** der Bevölkerung **zwischen Bad Reichenhall und Ingolstadt** online. Nur noch etwa jeder Fünfte (22,6 Prozent) ist ein sogenannter Offliner.

■ Oberbayern über dem Bundesdurchschnitt

Mit diesen Ergebnissen schneiden die Onliner aus der Region Oberbayern 2,4 Prozent besser ab als der Bundesdurchschnitt. Außerdem ist in Bayern der Internet-Zugang **nicht elitär**, sondern wird in allen Schichten genutzt. Etwa **drei von fünf Menschen mit einfachem Schulabschluss (58,9 Prozent)** haben in Bayern einen Internet-Zugang. Das Oberbayern-Fazit des (N)Onliner-Atlas 2010 ist daher keine Überraschung: „**Mit 74,4 Prozent Internetnutzern liegt dieser Regierungsbezirk deutlich über dem Bundesdurchschnitt.**“

■ Internet-Nutzung nach Einkommen

Im Landkreis Ebersberg leben über 59.000 steuerpflichtige Bürger (Statistisches Landesamt, 2004) mit einem Gesamteinkommen von über 2,4 Milliarden Euro. Der Einzelne verdient damit mehr als 40.500 Euro. Nach Abzug aller Steuern, Sozialversicherungsbeiträge, Versicherungsprämien (ohne Lebensversicherung) und Sonderausgaben verfügt jeder steuerpflichtige Einwohner im Durchschnitt über ein monatliches Netto-Einkommen von 2.190 Euro.



Volksschule ohne Lehre



Volksschule mit Lehre



weiterbildende Schule, ohne Abitur



Abitur, Hochschulreife, Fachhochschule



abgeschlossenes Studium



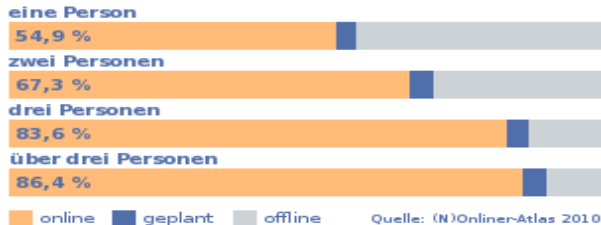
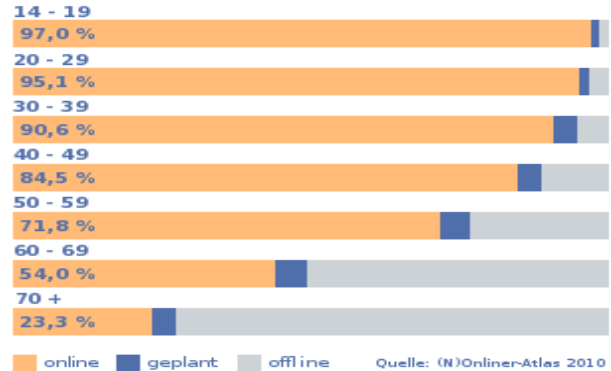
Quelle: (N)Onliner-Atlas 2010

■ Internet-Nutzung nach Bildung

Ein gutes Einkommen setzt eine entsprechend solide Ausbildung voraus. Im Landkreis Ebersberg besuchten im Herbst 2009 über 16.000 Schüler die verschiedenen allgemeinbildenden Schulen. Fast 7.300 Grund- und Hauptschüler verteilten sich auf die 24 Volksschulen, auf die fünf Gymnasien und drei Realschulen gingen ungefähr 8.000 Schülerinnen und Schüler.

■ Internet-Nutzung nach Altersgruppen

Etwa 20.000 Einwohner im Landkreis sind 14 Jahre und jünger. Weitere 23.000 Menschen sind im Pensions- und Rentenalter. Diesen stehen zirka 83.000 Mitbürger im erwerbsfähigen Alter von 15 bis 65 Jahren gegenüber. Die stärkste Gruppe sind die 40- bis 49-Jährigen (23.400 Einwohner), gefolgt von den 50- bis 64-Jährigen (22.700), den 30- bis 39-Jährigen (17.000) und den 20- bis 29-Jährigen (13.000).



■ Internet-Nutzung nach Haushalten

Über 54.500 Wohnungen gibt es im Landkreis Ebersberg. Damit leben in einem Durchschnittshaushalt 2,3 Personen. Laut Mikrozensus 2009 des Landesamts für Statistik teilen sich die Haushaltsgrößen in Oberbayern wie folgt: 42,2 Prozent sind Single- und 31,7 Prozent Zwei-Personen-Haushalte. Nur etwas mehr als ein Viertel entfallen auf die Haushalte mit drei (12,0 Prozent) und vier oder mehr Personen (14,1 Prozent).

■ Werbeformen und -formate

Mit einer Vielzahl unterschiedlicher Formate und Technologien eröffnet das Internet neue Gestaltungsmöglichkeiten für Werbetreibende. Neben dem unmittelbaren Klick auf das Werbemittel lassen sich auch mittel- und langfristige Ziele wie Bekanntheit und Image mit Internet-Werbung hervorragend erreichen. Die Wirkung ist dabei ähnlich wie in klassischen Medien: Das Werbemittel wird wahrgenommen, ohne angeklickt zu werden. Der Betrachter speichert jedoch die Botschaft und setzt sie später in eine Reaktion um („Depot-Wirkung“), zum Beispiel durch den Besuch der beworbenen Website oder den Kauf eines bestimmten Produkts.

■ UAP-Werbemittel

Ebersberger Nachrichten.de unterstützt die vier Standard-Werbeformate des international anerkannten Universal Ad Package (UAP): Super Banner, Medium Rectangle, Rectangle und Wide Skyscraper. Diese Formate sind in ihrer Wirkung nachweislich besser als klassische Formate.

Das **Super Banner** erzielt seine hohe Werbewirkung prominent am oberen Rand der Seite. Das **Medium Rectangle** zieht im redaktionellen Umfeld sofort alle Blicke auf sich. Das kleinere **Rectangle** sorgt für Aufmerksamkeit und unterstützt die Glaubwürdigkeit, weil es an mindestens drei Seiten von redaktionellen Inhalten umgeben ist. Das größte Werbemittel ist der sogenannte **Wide Skyscraper**. Er erlaubt aufgrund seiner Form und Platzierung rechts neben dem redaktionellen Content sehr interessante Effekte.

■ Textanzeigen

Textanzeigen laufen im Fließtext mit. Sie stehen insgesamt eine Woche auf der Titelseite und vier Wochen auf der jeweiligen Rubrikseite. Ausnahme: Die Laufzeit von Veranstaltungshinweisen endet um 24 Uhr des jeweiligen Veranstaltungstags; bei längeren Veranstaltungen auf Wunsch auch um 24 Uhr am letzten Tag der Veranstaltung. Außerdem erscheinen Textanzeigen im E-Mail-Newsletter, im RSS-Feed, auf Twitter und Facebook. Für befristete Inserate, zum Beispiel für Stellen- oder Sonderangebote, werden Start- und Enddatum auf den Tag genau festgelegt.

■ UAP-Werbemittel im Überblick

Werbeform	Größe in Pixel	Gewicht (GIF/JPG/PNG/Flash)	Lokalpreis (zzgl. MwSt.)	Grundpreis (zzgl. MwSt.)
Super Banner	728x90	40 KB	380,00 €	460,00 €
Medium Rectangle	300x250	40 KB	430,00 €	520,00 €
Rectangle	180x150	40 KB	160,00 €	190,00 €
Wide Skyscraper	160x600	40 KB	540,00 €	650,00 €

■ Textanzeige im Überblick

Werbeform	Länge	Link	Lokalpreis (zzgl. MwSt.)	Grundpreis (zzgl. MwSt.)
Textanzeige „Standard“	bis 300 Zeichen	–	60,00 €	80,00 €
Textanzeige „groß“	bis 600 Zeichen	inklusive	140,00 €	170,00 €
Aufpreise (zzgl. MwSt.):	jede weiteren angefangenen 100 Zeichen	30,00 €		
	weiterer Link	30,00 €		
	Bild/Logo	60,00 €		
	jede weitere Rubrikbelegung	15,00 €		

■ Sonderformate

Sonderformate wie Full Banner, Standard Skyscraper, Popups, Buttons, etc. auf Anfrage.

■ Anzeigenschaltung

UAP-Super-Banner-Anzeigen werden rubrikweise als Pool-Anzeigen für die Dauer von sechs Monaten geschaltet; Motivwechsel sind jederzeit möglich (Aufpreis: 5 %). **Andere UAP-Formate** (Medium Rectangle, Rectangle, Skyscraper) auf der Titelseite von Ebersberger Nachrichten.de werden wochenweise geschaltet, innerhalb einer Rubrik/Unterseite für vier Wochen. **Textanzeigen** erscheinen eine Woche auf der Titelseite und vier Wochen in einer Rubrik Ihrer Wahl; weitere Rubriken können gegen Aufpreis (15 Euro pro Rubrik) hinzugebucht werden. Alle Preise sind Nettopreise zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer. Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen.

■ Banner-Service

Sie haben keine Werbe-Banner? Sprechen Sie mit uns. Wir arbeiten mit erfahrenen Web-Grafikern und können Ihre UAP-Werbemittel individuell gestalten. Erfragen Sie einfach unsere Preise für das Erstellen von Werbe-Bannern (Beispiel: Umsetzen einer Printanzeige in animiertes Super Banner: 60 Euro).

■ Malstaffel

Bis zu 20 Prozent Rabatt erhalten Sie, wenn Sie eine Anzeige mehrmals schalten:

- Bei 12 Schaltungen: 10 %
- Bei 24 Schaltungen: 15 %
- Bei 52 Schaltungen: 20 %

■ Zahlungsbedingungen

Zwei Prozent Skonto bei Bankeinzug, sonst rein netto 14 Tage.

■ AE-Vergütung: 15 %

Super Banner 728 x 90 px

(Ansichtsgröße: 70 %)

■ Super Banner (UAP)

Das Super Banner ist das Allround-Werbemittel im Internet. Es wird prominent am oberen Rand der Seite platziert und erzielt so eine hohe Werbewirkung und Akzeptanz. Mit seiner Größe von 728 x 90 Pixel (das **entspricht einer gedruckten Fläche von 256 mm x 32 mm**) bietet das Super Banner viel Werbefläche.

Super Banner werden im Pool geschaltet, d.h. bei jedem Aufruf der Rubrik wechselt das Anzeigenmotiv. Ihre Anzeigen haben eine Laufzeit von sechs Monaten. Motivwechsel sind jederzeit möglich gegen Aufpreis von 5% (= 19,- €).

Tipp: Ein Internet-Werbemittel kann auf Wunsch direkt mit Ihrer Homepage oder einer bestimmten Seite Ihrer Homepage verlinkt werden. So können Sie den Betrachter beispielsweise direkt zu einem besonderen Angebot (wie Gewinnspiele und spezielle Sonderaktionen) navigieren.

Werbeform	Größe in Pixel	Gewicht (GIF/JPG/PNG/Flash)	Lokalpreis (zzgl. MwSt.)	Grundpreis (zzgl. MwSt.)
Super Banner	728x90	40 KB	380,00 €	460,00 €

■ Medium Rectangle (UAP)

Das große Rechteck ist auffällig und trotzdem perfekt in das redaktionelle Umfeld eingebunden. Im Content einer Seite platziert, zieht es sofort alle Blicke auf sich.

Ein Medium Rectangle ist 300 x 250 Pixel groß (das **entspricht einer gedruckten Fläche von 106 mm x 88 mm**).

Tipp: Ein Internet-Werbemittel ist wie ein kleiner Film, wenn es als sogenannte Animated GIF oder als Flash-Grafik gespeichert wird; das geht sogar bei Dateigrößen bis 40 KB.



(Ansichtsgröße: 70 %)

Werbeform	Größe in Pixel	Gewicht (GIF/JPG/PNG/Flash)	Lokalpreis (zzgl. MwSt.)	Grundpreis (zzgl. MwSt.)
Medium Rectangle	300x250	40 KB	430,00 €	520,00 €

■ Rectangle (UAP)

Das kleine Rechteck mit seiner Größe von 180 x 150 Pixel (das **entspricht einer gedruckten Fläche von 64 mm x 53 mm**) ist an mindestens drei Seiten von redaktionellen Inhalten umgeben. Das sorgt für zusätzliche Aufmerksamkeit und unterstützt die Glaubwürdigkeit der Werbung.



Tipp: Ein Internet-Werbemittel erreicht viele Menschen besser als TV-, Radio- und Printwerbung. Junge Männer etwa sind zum Teil nur noch über Online-Werbung zu erreichen. Bei den jüngeren Zielgruppen ist das Internet inzwischen das wichtigste Informationsmedium und unverzichtbarer als andere Medien.

(Ansichtsgröße: 70 %)

Werbeform	Größe in Pixel	Gewicht (GIF/JPG/PNG/Flash)	Lokalpreis (zzgl. MwSt.)	Grundpreis (zzgl. MwSt.)
Rectangle	180x150	40 KB	160,00 €	190,00 €

■ Wide Skyscraper (UAP)

Der „breite Wolkenkratzer“ ist mit 160 x 600 Pixel (das **entspricht einer gedruckten Fläche von 56 mm x 212 mm**) ein hochformatiges und das größte Werbemittel.

Aufgrund seiner Form erlaubt der Wide Skyscraper sehr interessante Effekte. Er wird rechts neben dem redaktionellen Content platziert.

Tipp: Ein Internet-Werbemittel auf Ebersberger Nachrichten.de wird über die Standardformate GIF und JPG hinaus auch im fast verlustfreien, hochkomprimierten PNG-Format unterstützt – für eine noch bessere Qualität der Darstellung.

Werbeform	Größe in Pixel	Gewicht (GIF/JPG/PNG/Flash)	Lokalpreis (zzgl. MwSt.)	Grundpreis (zzgl. MwSt.)
Wide Skyscraper	160x600	40 KB	540,00 €	650,00 €

(Ansichtsgröße: 70 %)



**Wide
Skyscraper
160 x 600 px**

■ Textanzeigen

Immer bestens platziert auf Ebersberger Nachrichten.de ist Ihre private oder gewerbliche Textanzeige. Die Variante „groß“ kann bis zu 600 Zeichen lang sein. Auf Wunsch setzen wir in der Textanzeige einen Link auf eine Seite Ihrer Homepage. So sparen Sie Geld, wenn Sie zum Beispiel eine vakante Stelle oder ein besonderes Angebot bewerben.

Textanzeigen laufen im Fließtext mit. Sie stehen insgesamt eine Woche auf der Titelseite und vier Wochen auf der jeweiligen Rubrikseite. Ausnahme: Die Laufzeit von Veranstaltungshinweisen endet um 24 Uhr des jeweiligen Veranstaltungstags; bei längeren Veranstaltungen auf Wunsch auch um 24 Uhr am letzten Tag der Veranstaltung. Für befristete Inserate, zum Beispiel für Stellen- oder Sonderangebote, werden Start- und Enddatum auf den Tag genau festgelegt.

Tipp: Textanzeigen erscheinen ohne Mehrpreis auch im E-Mail-Newsletter, im RSS-Feed, auf Twitter und Facebook.

Werbeform	Länge	Link	Lokalpreis (zzgl. MwSt.)	Grundpreis (zzgl. MwSt.)
Textanzeige „Standard“	bis 300 Zeichen	–	60,00 €	80,00 €
Textanzeige „groß“	bis 600 Zeichen	inklusive	140,00 €	170,00 €
Aufpreise (zzgl. MwSt.):	jede weiteren angefangenen 100 Zeichen	30,00 €		
	weiterer Link	30,00 €		
	Bild/Logo	60,00 €		
	jede weitere Rubrikbelegung	15,00 €		

■ Textanzeigen

Textanzeigen auf Ebersberger Nachrichten.de erscheinen außer auf der Titelseite in einer der folgenden Rubriken:

Anzing	Pliening
Aßling	Poing
Ebersberg	Steinhöring
Forstinning	Vaterstetten
Glonn	Zorneding
Grafing	Landkreis u. Region
Hohenlinden	Freizeit
Kirchseeon	Service
Markt Schwaben	



Da Textanzeigen technisch wie redaktionelle Beiträge behandelt werden, erscheint eine Anzeige eine Woche auf der Titelseite sowie vier Wochen in einer Rubrik. Darüber hinaus erscheinen in Gemeinderubriken auch immer die Meldungen der benachbarten Gemeinden – Redaktion ebenso wie Anzeigen. Buchen Sie also zum Beispiel in der Rubrik „Vaterstetten“, erscheint Ihre Anzeige auch in den angrenzenden Gemeinderubriken „Poing“, „Anzing“ und „Zorneding“.

Tipp: Wollen Sie gleich den gesamten Landkreis erreichen (siehe Grafik), buchen Sie einfach die Rubrik „Ebersberg“ und zusätzlich die Rubriken „Markt Schwaben“ und „Zorneding“ zum Aufpreis von $2 \times 15 \text{ €} = 30 \text{ €}$.

■ **Kontakt**

Anzeigen

KomMa Kommunikation & Marketing

Hans Rombeck

Am Hang 3

85567 Grafing b. München

Tel.: (0 80 92) 8 48 91

E-Mail: [Anzeigen@Ebersberger Nachrichten.de](mailto:Anzeigen@Ebersberger-Nachrichten.de)

Redaktion

Ebersberger Nachrichten.de

Thomas Hümmler

Am Seeoner Bach 1

85567 Grafing b. München

Tel.: (0 80 92) 8 38 33

E-Mail: Redaktion@Ebersberger-Nachrichten.de

■ Allgemeine Geschäftsbedingungen für das Werbegeschäft auf Ebersberger Nachrichten.de

1. Werbeauftrag

(1) Ein Werbeauftrag im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Schaltung eines Werbemittels oder mehrerer Werbemittel eines Werbungstreibenden oder sonstigen Inserenten (nachfolgend „Auftraggeber“) auf Ebersberger Nachrichten.de (einschließlich Informations- und Kommunikationsdiensten wie etwa Newslettern) zum Zwecke der Verbreitung.

(2) Für den Werbeauftrag gelten ausschließlich die vorliegenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen sowie die Preisliste von Ebersberger Nachrichten.de (nachfolgend „Anbieter“), die einen wesentlichen Vertragsbestandteil bilden. Die Gültigkeit etwaiger Allgemeiner Geschäftsbedingungen des Auftraggebers oder sonstiger Inserenten ist, soweit sie mit diesen allgemeinen Geschäftsbedingungen nicht übereinstimmen, ausdrücklich ausgeschlossen.

2. Werbemittel

(1) Für die Schaltung von Werbemitteln kommen grundsätzlich die Formate in Frage, die in der jeweils gültigen Preisliste ausgewiesen sind. Sonderformate und -werbeformen sind nach Rücksprache und Prüfung möglich. 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 oder eines Dritten liegen (z. B. Link). Der Auftraggeber hat sicherzustellen, dass über die Werbemittel nicht auf andere Daten oder Websites zugegriffen werden kann, die gegen die Gesetze oder Rechte Dritter verstoßen und insbesondere keine sittlich anstößigen (insbesondere rassistische, pornografische, gewaltverherrlichende, beleidigende oder obszöne) Inhalte aufweisen.

(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 E-Mail erfolgende Bestätigung des Auftrags zustande. Die Ausführung des Auftrags ersetzt die schriftliche Bestätigung.

Auch bei mündlichen oder fernmündlichen Bestätigungen liegen die Allgemeinen Geschäftsbedingungen zugrunde.

(2) Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag im Zweifel mit der Werbeagentur zustande, vorbehaltlich anderer schriftlicher Vereinbarungen. Soll ein Werbungtreibender Auftraggeber werden, muss er von der Werbeagentur namentlich benannt werden. Der Anbieter 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- und Pop-up-Werbung) bedürfen 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.

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.

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 der Anbieter entsprechende Werbemittel rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern.

(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.

8. Chiffre-Werbung

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

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

9. Ablehnungsbefugnis

(1) Der Anbieter behält sich vor, Werbeaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Gesamtabschlusses – 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.

10. Rechtegewährleistung

(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.

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 zehn 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 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.

12. Leistungsstörungen

Fällt die Durchführung eines Auftrags aus Gründen aus, die der Anbieter nicht zu vertreten hat (etwa Software-bedingt 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) 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.

14. Preisliste

(1) Es gilt die im Zeitpunkt der Auftragserteilung im Internet 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.

15. Zahlungsverzug

(1) 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.

(2) 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 Betrags und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

16. Kündigung

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

17. Datenschutz

Der Werbeauftrag wird unter Berücksichtigung der geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen abgewickelt.

18. 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.