

Online Mediadaten / www.wir-sind-LU.de



Für uns hier. **DIE
RHEINPFALZ**

Online Mediadaten

Werben auf www.wir-sind-LU.de



„wir-sind-LU.de“ - Das Mitmachportal für uns in Ludwigshafen

Auf der Internetplattform „wir-sind-LU.de“ können die Ludwigshafener über alles berichten, was ihnen in ihrer Heimatstadt am Herzen liegt. Ob über den Vereinsausflug oder das Kindergartenfest, die persönlichen Lieblingsorte in der Stadt, die Erlebnisse einer engagierten „Katzen-Mama“, das Straßenfest oder die Feiertipps für das Wochenende. Die Menschen in den Stadtteilen bestimmen selbst, welches Thema ihnen wichtig ist und können dieses im Portal nur mit einem Text, aber auch mit einem Bild oder einer ganzen Bildergalerie präsentieren. Und ihr Eintrag kann schließlich auch in der Zeitung einen Auftritt bekommen. Denn die interessantesten Artikel oder Schnappschüsse der Ludwigshafener werden auf Sonderseiten im „Marktplatz LU“, den Stadtteileseiten der RHEINPFALZ, veröffentlicht.

„wir-sind-LU.de“ erhebt nicht den Anspruch, im Minutentakt aktuelle Nachrichten aus Ludwigshafen öffentlich zu machen. Die Autoren sollen nicht als „rasende Reporter“ über alles, was sie sehen, sofort berichten. Stattdessen soll das Portal das Leben vor Ort widerspiegeln und die Menschen in den Stadtteilen miteinander verbinden. Dafür können die Nutzer auch ihre Termine in einen Kalender einstellen und gleichzeitig erfahren, was in ihrem Ortsteil los ist.

Die Plattform ist so aufgebaut, dass sie auch mit wenigen Computerkenntnissen genutzt werden kann. So spricht sie nicht nur die jüngere und technikerfahrene Generation an, sondern alle Altersgruppen. Besonders Vereinen und Institutionen wie Schulen oder Kindergärten bietet „wir-sind-LU.de“ eine Möglichkeit, über ihre vielfältigen Aktivitäten zu berichten.

Beispiele Werbemotive



1. Superbanner

Der Superbanner nutzt mit 728 x 90 Pixeln nahezu die gesamte Seitenbreite der Website aus und zeichnet sich somit durch ihre überdurchschnittliche Größe aus.

Dadurch haben sie eine Alleinplatzierung in der Bannerleiste und die gesamte Aufmerksamkeit der Nutzer entfällt auf dieses großartige Bannerformat.

2. Skyscraper

Der Skyscraper mit 160 x 600 oder 200 x 600 Pixeln ist eine wolkenkratzerähnliche hochformatige Werbefläche, die rechts neben dem Inhaltsbereich (Content) platziert ist und vertikal über den gesamten Bildschirm laufen kann.

Das Skyscraper-Format begleitet den Nutzer bei seinem Lesevorgang über die gesamte Seite, ohne ihn zu stören. Die außergewöhnliche Größe sorgt für eine hohe Aufmerksamkeit und bietet genügend Raum und Platz für kreative Werbebotschaften.

3. Rectangle

Der Rectangle (oder auch ContentAd genannt) mit 300 x 250 Pixeln wird direkt im redaktionellen Umfeld einer Website platziert.

Durch die Integration in den Inhaltsbereich (Content) wird eine starke Aufmerksamkeit für die Werbebotschaft erreicht. Der Rectangle ist vergleichbar mit Inselanzeigen im Printbereich.

4. Banner

Der Banner (468 x max. 120 Pixeln) wird wie der Rectangle direkt im redaktionellen Umfeld einer Website platziert. Durch die Integration in den Inhaltsbereich (Content) wird eine starke Aufmerksamkeit für die Werbebotschaft erreicht.

Beispiele Werbemotive

5. Print-/Online-Kombinationen

Die im geeigneten Layout und Format geschaltete Printanzeige in einer Ausgabe der RHEINPFALZ, LEO oder RHEINPFALZ am SONNTAG kann zu einem günstigen Festpreis zusätzlich Online als Banner oder Rectangle geschaltet werden.

Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen, siehe aktuelle Preisliste.

6. Logo-Slider-Werbung

Eine Darstellung des Firmenlogos im seitenbreiten Logo-Slider ist eine einfache und preisgünstige Möglichkeit auf sich aufmerksam zu machen. Zusätzlich findet eine Verlinkung des Logos auf die eigene Homepage statt. Die sich in eine Richtung bewegend aneinandergereihten Logos unterbrechen den Inhaltsbereich (Content) und erzielen damit eine starke Aufmerksamkeit.



7. Brancheneintrag

Unter dem Menüpunkt „Tipps & Angebote“ können Unternehmen mit einem Brancheneintrag präsentiert werden. Der Brancheneintrag enthält neben der Anschrift mit Kontaktdaten, ein Foto oder alternativ Logo sowie weitere Zusatzinformationen. Eine Verlinkung auf die Homepage ist möglich.



Weitere Werbeformen und Preise auf Anfrage.



Preise

Laufzeit: Eine Woche

Platzierung/ Umfeld	Superbanner	Skyscraper	Rectangle	Banner	Print-/ Online- Kombi*
Startseite	80 €	80 €	80 €	80 €	45 €
Unsere Stadtteile	55 €	55 €	55 €	55 €	40 €
Unser Leben	55 €	55 €	55 €	55 €	40 €
Unsere Termine	55 €	55 €	55 €	55 €	40 €
Tipps und Angebote	45 €	55 €	55 €	55 €	30 €

Laufzeit: Ab 4 Wochen

Platzierung/ Umfeld	Superbanner	Skyscraper	Rectangle	Banner	Print-/ Online-/ Kombi*	Logo Slider**	Branchen eintrag**
Startseite	288 €	288 €	288 €	288 €	99 €	20 €	-
Unsere Stadtteile	198 €	198 €	198 €	198 €	88 €	15 €	-
Unser Leben	198 €	198 €	198 €	198 €	88 €	15 €	-
Unsere Termine	198 €	198 €	198 €	198 €	88 €	15 €	-
Tipps und Angebote	162 €	162 €	162 €	162 €	66 €	13 €	13 €

Die angegebenen Preise sind Direktpreise mit Laufzeit von Mittwoch bis Dienstag.

* Banner oder Rectangle nur in Verbindung mit einer Printanzeige im geeigneten Layout und Format während der Laufzeit.

** Mindestlaufzeit 3 Monate, ab 6 Monate 10 %; ab 12 Monate 20 % Rabatt.

Banneranlieferung

Um die Werbemittel reibungslos und schnell platzieren zu können benötigen wir bis spätestens

- 3 Werktage vor Erscheinungstermin bei Standardwerbeformen (gif und jpg)
- 5 Werktage vor Erscheinungstermin bei Flash-Motiven und Wallpapern

folgende Details per E-Mail:

- Kundennamen, Zeitraum, Belegungseinheit, Werbemittel
- Ansprechpartner für Rückfragen (E-Mail und Telefon)

Bitte schicken Sie diese Angaben an werbung@wir-sind-LU.de und beachten auch die technischen Daten der jeweiligen Werbeformen. Die maximale Dateigröße für ein Werbemittel beträgt 60 Kbyte.

Rabattstaffel

Laufzeit	Prozent
ab 12 Wochen	10 %
ab 24 Wochen	15 %
ab 52 Wochen	20 %

Agentur-Rabatt:

Agenturen erhalten 15 % Rabatt

Ihr Ansprechpartner:

Ralf Denk

Amtsstraße 5-11
67059 Ludwigshafen

E-Mail: ralf.denk@rheinpfalz.de

Tel.: 0621 5902-697

Fax: 0621 5902-240

Allgemeine Geschäftsbedingungen

1. Werbeauftrag

(1) „Werbeauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Schaltung eines Werbemittels oder mehrerer Werbemittel in Informations- und Kommunikationsdiensten, insbesondere dem Internet, zum Zwecke der Verbreitung.
(2) Für den Werbeauftrag gelten ausschließlich die Allgemeinen Geschäftsbedingungen sowie die Preisliste des Anbieters, die einen wesentlichen Vertragsbestandteil bildet. Die Gültigkeit etwaiger Allgemeiner Geschäftsbedingungen des Auftraggebers oder sonstiger Inserenten ist, soweit sie mit diesen allgemeinen Geschäftsbedingungen nicht übereinstimmen, ausdrücklich ausgeschlossen. 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 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.

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. Die Anbieter sind berechtigt, von den Werbeagenturen einen Mandatsnachweis zu verlangen.
(3) Werbung für Waren oder Leistungen von mehr als einem Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten innerhalb eines Werbeauftritts (z.B. Banner, Pop-up-Werbung...) bedürfen einer zusätzlichen schriftlichen oder durch E-Mail geschlossenen Vereinbarung.

4. 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 vereinbarten 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 gegen ein zusätzliches Entgelt 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 ist, 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 anzuliefern.
(2) Die Pflicht des Anbieters zur Aufbewahrung des Werbemittels endet drei Monate nach dessen letztmaliger Verbreitung.
(3) Kosten des Anbieters für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen des Werbemittels hat der Auftraggeber zu tragen.
(4) 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 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. Rechtsgewährleistung

(1) Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber stellt den Anbieter im Rahmen des Werbeauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner wird der Anbieter von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Anbieter nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen.
(2) Der Auftraggeber überträgt dem Anbieter sämtliche für die Nutzung der Werbung in Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen und berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie aller bekannten Formen der Online-Medien.

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 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 softwarebedingt oder aus anderen technischen Gründen), insbesondere wegen Rechenerausfalls, 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 Betrages und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

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 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 bereitzustellen:
- 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 AdImpression und/oder AdClicks in einem durch den Anbieter vorgegebenen Format berichten. Maßgeblich sind insoweit die vom Anbieter über seinen Ad.Server ermittelten Daten.

18. Datenschutz

- (1) Der Werbeauftrag wird unter Berücksichtigung der geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen abgewickelt.
- (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 der Auftragnehmerin 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) einhalten wird.
- (4) Sofern beim Auftraggeber anonyme oder pseudonyme (und somit auch personenbeziehbare) 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.
- (5) 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

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. 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. 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.