

# Mediadaten 2009 / 2010

## **lukida.de** **Das regionale Portal für Urlauber und Familien** **in der Niederlausitz und im Spreewald**

[www.lukida.de](http://www.lukida.de)

---

### **Informationen zum Portal**

Auf dem Portal lukida.de informieren wir über regionale Themen rund um den Spreewald wie Urlaub , Ausflugsziele, Sport- und Musikveranstaltungen, Wandern, Radwandern, Urlaub mit Familie und vieles mehr

### **Ziel**

Imageaufbau der Region Niederlausitz / Spreewald  
Förderung von lokaler Wirtschaft und Touristik  
Bewerbung des Bereichs Spreewald für Touristen

### **Zielgruppen**

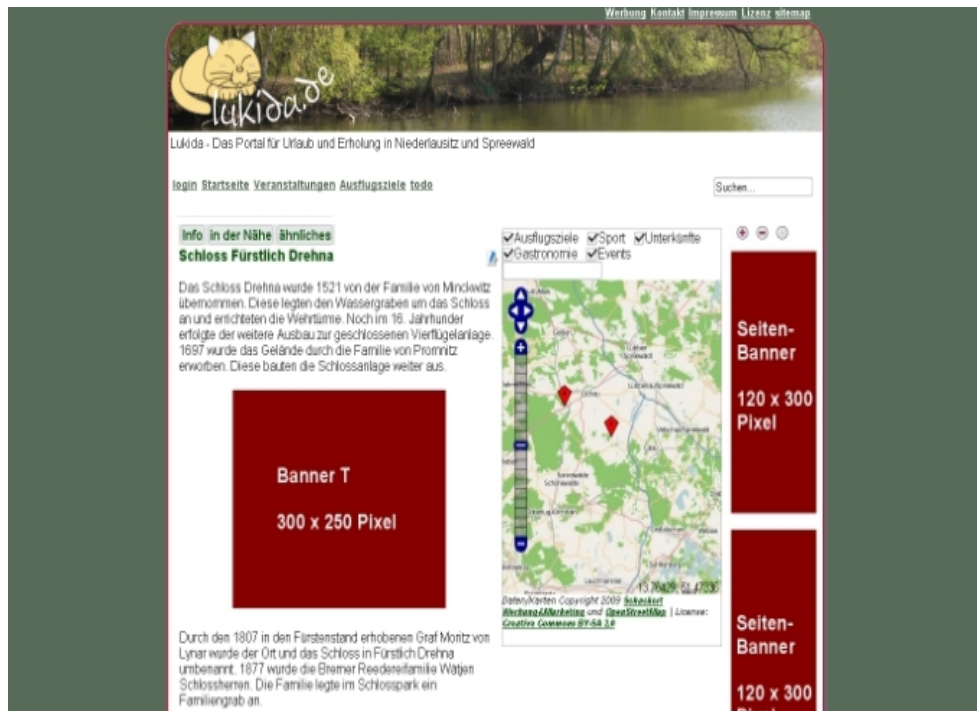
- Tages-, Kurzurlauber aus den Gebieten: Berlin, Potsdam, Leipzig, Dresden
- Endverbraucher aus dem Gebiet Lausitz, Niederlausitz, Spreewald
- Familien

### **Rubriken**

- Sport, Wandern, Radwandern, Wasserwandern, Reiten
- Schlösser Museen
- Aussichtspunkte, Sehenswürdigkeiten

andere Rubriken auf Anfrage

# Anzeigenform



Bannerwerbung per TKP (1.000 View)  
 Auftrag für Bannerschaltung ab 5 TKP

spezielle Banner auf Anfrage

## Bannerformen

Rabatte auf Anfrage

### Seitenbanner / vertikales Banner

- Bannerrotation
- Rubrik-Buchung

### Anlieferung Werbemittel

3 Werktage vor Schaltungstermin an  
 info@werbung-schackert.com

### Artikelbanner / Banner in Artikeln

- Bannerrotation
- Rubrik-Buchung

## Preise

Werbemittel	Pixel	Anzeigenformat	Größe	Rubrik-Buchung	Banner- Rotation
Seitenbanner	120 x 300	animated gif / jpg	25 kb bis 30 kb	TKP 40,- €	TKP 30,- €
Artikelbanner	300 x 250	animated gif / jpg	25 kb bis 30 kb	TKP 95,- €	TKP 85,- €

Alle Preise sind Nettopreise und gelten zzgl. der gesetzlichem MwSt.

# Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) für Online-Werbeschaltungen bei Anja Schackert / Werbung und Marketing (nachfolgend WAS genannt):

## 1. Werbeauftrag

- (1) „Werbeauftrag“ im Sinne dieser AGB ist der Vertrag über die Schaltung eines Werbemittels oder mehrerer Werbemittel in Informations- oder Kommunikationsdiensten, insbesondere dem Internet, zum Zwecke der Verbreitung.
- (2) Für den Werbeauftrag gelten ausschließlich diese AGB, die im Internet unter [www.typisch-Spreewald.de](http://www.typisch-Spreewald.de) befindlichen Preislisten und Rabatte sowie die Übersicht über Werbemittel und technische Details, die einen wesentlichen Vertragsbestandteil bilden. Die Gültigkeit etwaiger AGB des Auftraggebers oder sonstiger Interessenten ist, soweit sie mit diesen AGB nicht übereinstimmen, ausdrücklich ausgeschlossen. Insbesondere führt die Unterlassung eines Widerspruchs bzw. eine unterbliebene Zurückweisung anderer AGB seitens WAS nicht dazu, dass diese damit als vereinbart gelten. Mit dem Erteilen eines Anzeigenauftrags erklärt sich der Auftraggeber mit diesen Bestimmungen einverstanden.
- (3) WAS ist berechtigt, die vorliegenden AGB jederzeit zu ändern. WAS wird seine Kunden rechtzeitig, d.h. mindestens 1 Monat vorher über die Änderung unterrichten. Die geänderten AGB gelten als genehmigt, wenn der Auftraggeber nicht innerhalb von 4 Wochen schriftlich (per Post, Fax oder E-Mail) Widerspruch erhebt.

## 2. Werbemittel

- (1) Ein Werbemittel kann aus einem oder mehreren genannten Elementen bestehen:
- aus einem Bild und/oder Text, aus Tonfolgen und/oder Bewegtbildern,
  - aus einer sensitiven Fläche, die bei Interaktion die Verbindung mittels einer vom Auftraggeber genannten Online-Adresse zu weiteren Daten herstellt, die im Bereich des Auftraggebers oder einem Dritten liegen (z.B. Link).
- (2) WAS behält sich vor, Werbemittel, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als solche erkennbar sind, mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich zu machen.
- (3) 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 durch WAS möglich.

## 3. Vertragsschluss

- (1) WAS vermarktet in eigenem Namen und auf eigene Rechnung Onlinewerbung auf den von WAS vermarkteten Websites.
- (2) Vorbehaltlich entgegenstehender individueller Vereinbarungen kommt der Vertrag grundsätzlich durch schriftliche (per Post, Fax oder E-Mail) Bestätigung des Auftrags zustande.
- (3) WAS akzeptiert Anzeigenaufträge unter der Annahme, dass der Inhalt der Anzeige nicht gegen geltendes Recht verstößt und Rechte Dritter nicht verletzt werden. Im gegenteiligen Fall stellt der Auftraggeber WAS von allen Ansprüchen Dritter frei.
- (4) Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag im Zweifel mit der Werbeagentur zustande, vorbehaltlich anderer schriftlicher Vereinbarungen, d.h. die Werbeagentur ist selbst Vertragspartner. Aufträge von Werbeagenturen bzw. –mittlern werden nur für namentlich benannte Werbetreibende angenommen. WAS ist berechtigt, von der Werbeagentur einen Mandatsnachweis zu verlangen.
- (5) Alle Buchungen gelten vorbehaltlich der Genehmigung des jeweiligen Betreibers des Online-Angebots.

## 4. Abnahme

Dem Auftraggeber wird nach Schaltung des Werbemittels ein Screenshot zugeschickt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, diesen Screenshot oder die Website, auf der das Werbemittel platziert ist, unverzüglich nach der ersten Schaltung zu untersuchen und etwaige Fehler spätestens innerhalb von 3 Tagen zu rügen. Nach Ablauf dieser Zeit gilt die Werbung im Sinne von § 640 BGB als abgenommen.

## 5. Ablehnungsbefugnis

- (1) WAS behält sich nach freiem Ermessen vor, Anzeigenaufträge anzunehmen oder abzulehnen, insbesondere, wenn
- deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt,
  - deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder
  - deren Veröffentlichung für WAS wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist.
- (2) Insbesondere kann WAS ein bereits veröffentlichtes Werbemittel zurückziehen, wenn der Auftraggeber nachträglich Änderungen der Inhalte des Werbemittels selbst vornimmt oder die Daten nachträglich geändert werden, auf die durch einen Link verwiesen wird und hierdurch die Voraussetzungen des Absatzes 1 erfüllt werden.
- (3) Die Ablehnung wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt. Der Auftraggeber ist in diesem Fall berechtigt, WAS für den vereinbarten Insertionstermin eine geänderte Version des zu schaltenden Werbemittels und/ oder der Ziel-URL, auf die verlinkt werden soll, zu übermitteln. Die insoweit entstehenden Mehrkosten können dem Auftraggeber durch WAS in Rechnung gestellt werden.
- (4) Ist eine Ersatzschaltung gemäß Absatz 3 nicht mehr möglich, behält WAS den Anspruch auf die vereinbarte Vergütung.
- (5) WAS behält sich das Recht vor, Anzeigenkollektive abzulehnen. Dieses Recht besteht auch für den Fall, dass WAS erst nach der Auftragsbestätigung Kenntnis von dem Kollektiv erhält. Für die Anwendung eines Konzernrabatts auf Tochtergesellschaften ist der schriftliche Nachweis einer mindestens 50%-igen Kapitalbeteiligung erforderlich.

## 6. Abwicklungsfrist

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

## 7. Datenanlieferung

- (1) Der Auftraggeber ist verpflichtet, den notwendigen Umfang von Anzeigenunterlagen, die zur Veröffentlichung eingereicht werden müssen, die technischen Spezifikationen, welche die Anzeigenunterlagen erfüllen müssen, den Weg, auf dem Anzeigenunterlagen eingereicht werden müssen, sowie den spätestmöglichen Zeitpunkt, zu dem die Anzeigenunterlagen eingereicht werden müssen, zu beachten. Der Auftraggeber ist insbesondere verpflichtet, die Ziel-URL, mit der das Werbemittel über einen Link mit der Internetseite des Werbetreibenden verknüpft wird, während der gesamten Insertionszeit eines Auftrags abrufbar zu halten. Sollte der Auftraggeber Störungen bei der Verlinkung des Werbemittels mit der Ziel-URL feststellen, so wird der Auftraggeber WAS von diesen Störungen unverzüglich in Kenntnis setzen.
- (2) Die Werbemittel sind dabei in der Regel bis spätestens 3 Werktagen vor Schaltungsbeginn anzuliefern. Für Sonderwerbeformen gilt eine Frist von 5 Werktagen. Die Anlieferung erfolgt an: [info@werbung-schackert.com](mailto:info@werbung-schackert.com)
- (3) WAS übernimmt für das gelieferte Werbemittel sowie weiterer Materialien keine Verantwortung und ist nicht verpflichtet, diese an den Auftraggeber zurückzuliefern. Der Auftraggeber trägt die Gefahr der Übermittlung des zur Veröffentlichung bestimmten Materials, insbesondere die Gefahr für den Verlust von Daten.
- (4) Für ungeeignete oder beschädigte Vorlagen fordert WAS Ersatz an. Bei nicht ordnungsgemäßer Anlieferung, insbesondere verspäteter Anlieferung oder nachträglicher Änderung wird keine Gewähr für die vereinbarte Verbreitung des Werbemittels, insbesondere für das Erreichen der gebuchten Page Impressions übernommen.
- (5) Sofern der Auftrag wegen nicht ordnungsgemäßer, insbesondere verspäteter oder unterbliebener Werbemittel nicht durchgeführt werden kann, ist der Auftraggeber zur Zahlung einer Entschädigung in Höhe der vereinbarten Vergütung verpflichtet.

## **8. Kündigung**

WAS ist zur schriftlichen (per Post, Fax oder E-Mail) außerordentlichen Kündigung insbesondere dann berechtigt, wenn der Auftraggeber seiner Zahlungspflicht trotz zweimaliger Mahnung nicht nachgekommen ist, ein Insolvenzverfahren über sein Vermögen beantragt wird oder wiederholt gegen vertragliche Pflichten verstoßen wurde. Im Fall der außerordentlichen Kündigung kann WAS mit sofortiger Wirkung die Schaltung des oder der Werbemittel absetzen.

## **9. Stornierung**

Eine kostenfreie Stornierung ist nur möglich bis spätestens 5 Werktage vor dem vereinbarten Schaltungstermin. Die Stornierung muss dabei schriftlich (per Post, Fax oder E-Mail) erfolgen. Bei einer kurzfristigeren Stornierung ist WAS berechtigt, bis zu 80% des Netto-Auftragswerts für das noch auszuliefernde Kampagnenvolumen zu berechnen. Daneben wird der Preis für bereits geschaltete Online Werbung in Rechnung gestellt. Dabei wird der für das geringere Volumen geltende Rabattsatz zugrunde gelegt.

## **10. Insertionszeitraum/ Platzierung**

(1) Der Insertionszeitraum bestimmt sich individuell nach den gebuchten Kontakten / Views, dem gebuchten Zeitraum (Festplatzierung) oder nach dem gebuchten Zeitraum und den gebuchten Kontakten/ Views.

(2) Enthalten Anzeigenaufträge Platzvorschriften, so gilt der Anzeigenauftrag an sich unter allen Umständen als verbindlich erteilt, auch wenn den Platzvorschriften nicht entsprochen werden kann. Für angenommene Platzvorschriften werden die tariflichen Sätze berechnet.

## **11. Rechtsgewährleistung**

(1) Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber stellt WAS und seine Vermarktungspartner im Rahmen des Werbeauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die, insbesondere aufgrund des/der Werbeeinhalte, wegen eines Verstoßes gegen Rechte Dritter (insbesondere gewerbliche Schutzrechte, Urheberrechte, Persönlichkeitsrechte, etc.) und/oder die guten Sitten entstehen. Ferner werden WAS und seine Vermarktungspartner von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, WAS nach Treu und Glauben mit Unterlagen und Informationen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen. WAS wird den Auftraggeber über die Geltendmachung entsprechender Ansprüche Dritter unterrichten.

(2) Der Auftraggeber überträgt WAS sämtliche die 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 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.

## **12. Gewährleistung durch WAS**

(1) WAS 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.

(2) Ein unwesentlicher Fehler in der Darstellung des Werbemittels liegt insbesondere dann vor, wenn er hervorgerufen wird, durch

- die Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungssoftware- und/oder Hardware, z.B. Browser,
- Störung der Kommunikationsnetze anderer Betreiber,
- Rechnerausfall bei Internet-Providern oder Online-Diensten,

- unvollständige und/oder nicht aktualisierte Angebote auf sog. Proxy-Servern (Zwischenspeicher) kommerzieller oder nicht-kommerzieller Provider und Online-Dienste, - oder durch einen Ausfall des Adservers, der nicht länger als 48 Stunden (fortlaufend oder addiert) innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der vertraglich vereinbarten Schaltung andauert.

(3) Bei einem Ausfall des Adservers über einen erheblichen Zeitraum (mehr als 10% der gebuchten Zeit) wird WAS sich bemühen, den Ausfall der Medialeistung nachzuliefern oder die Zeit der Insertion zu verlängern. Läuft dies den Interessen des Auftraggebers zuwider oder ist die Nachlieferung unmöglich, entfällt die Zahlungspflicht des Auftraggebers für den Zeitraum des Ausfalls. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen.

(4) Von der Gewährleistung ausgenommen sind Störungen, die aus Mängeln oder Unterbrechungen des Rechners des Auftraggebers sowie der Kommunikationswege vom Auftraggeber zu den Servern von WAS bzw. der Server der Unternehmen, deren Werbeflächen WAS vermarktet, entstehen.

(5) 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.

(6) Sind etwaige Mängel bei den Werbemitteln 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.

(7) Soweit nichts anderes vereinbart ist, obliegt es WAS innerhalb von 10 Werktagen nach Ausführung des Auftrags für den Auftraggeber die Zahl der Zugriffe auf das Werbemittel bereitzuhalten.

## **13. Leistungsstörungen**

Fällt die Durchführung eines Auftrags aus Gründen aus, die WAS nicht zu vertreten hat (etwas aus technischen oder programmlichen Gründen), insbesondere wegen Rechnerausfall, höherer Gewalt, Streik, Aussperrung, aufgrund gesetzlicher Bestimmungen, Störungen aus dem Verantwortungsbereich von Dritten (z.B. anderen Providern), Netzbetreibern oder Leistungsanbietern oder aus vergleichbaren Gründen, so entbindet dies den Auftraggeber nicht vom Vertrag. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den vollen Anzeigenpreis zu bezahlen. Die Forderung von Schadenersatz bleibt ausgeschlossen.

## **14. Haftung**

(1) Schadensersatzansprüche bestehen nur bei Vorsatz und grober Fahrlässigkeit von WAS, seines Vertreters oder Erfüllungsgehilfen. Dies gilt nicht für zugesicherte Eigenschaften und 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 auf den Ersatz des vorhersehbaren Schadens beschränkt.

(2) Bei grober Fahrlässigkeit des einfachen Erfüllungsgehilfen ist die Haftung gegenüber Unternehmern dem Umfang nach auf den vorhersehbaren Schaden beschränkt. Dies gilt nicht für die Verletzung wesentlicher Vertragspflichten. Gegenüber Unternehmen haftet WAS bei leichter Fahrlässigkeit unwesentlicher Vertragspflichten nicht.

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

(4) Soweit WAS zum Schadensersatz verpflichtet ist, hat WAS dem Auftraggeber so zu stellen, als ob der Vertrag nicht geschlossen worden wäre (negatives Interesse); Schadensersatz wegen Nichterfüllung ist ausgeschlossen.