

Technische Spezifikationen

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

	Format (B x H)	Dateigröße gif / jpeg	Dateigröße HTML
Mobile Sticky Ad	320 x 100 px	30 kb	100 kb
Sticky Skyscraper	160 x 600 px 200 x 600 px	30 kb	100 kb
Billboard	800 x 250 px 970 x 250 px	60 kb	100 kb
Medium Rectangle (Mobile + Desktop)	300 x 250 px	30 kb	100 kb
Mobile Halfpage Ad	300 x 600 px	60 kb	100 kb

Motivwechsel:

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

Mögliche Dateiformate:

JPG, GIF, HTML5

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 ausgeliefert werden.

Gestaltung:

Das Werbemittel muss klar als Werbung erkennbar sein und darf nicht als irreführende Fehlermeldungsbox oder Ähnlichem dargestellt werden. User dürfen zudem nicht gezwungen werden, ein Plugin zu installieren, um das Werbemittel sehen zu können.

* Bitte kontaktieren Sie uns bezüglich der Bannerproduktion unter digitale-werbung@badische-zeitung.de

Allgemeine Geschäftsbedingungen für den Geschäftsbereich Digitale Werbung

1. Werbeauftrag

- (1) Die nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen (nachfolgend AGB) gelten im Geschäftsbereich Digitale Werbung für alle Werbeaufträge zwischen dem Werbetreibenden oder Inserenten (nachfolgend Auftraggeber) und der Badischer Verlag GmbH & Co. KG (nachfolgend Anbieter). „Werbeauftrag“ ist der Vertrag über die Schaltung eines Werbemittels oder mehrerer Werbemittel in digitalen Informations- und Kommunikationsdiensten des Anbieters (nachfolgend Medium/Medien), insbesondere in den App- und Internetangeboten des Anbieters, z.B. badische-zeitung.de und fudder.de zum Zwecke der Verbreitung (nachfolgend Kampagne).
- (2) Ein „Werbemittel“ im Sinne dieser AGB kann zum Beispiel aus einem oder mehreren der genannten Elemente bestehen:
 - aus statischen oder bewegten Bildern, aus Text, aus Tonfolgen oder aus anderen wahrnehmbaren Elementen (u.a. Banner),
 - aus Links oder anderen Flächen, die bei Anklicken eine Verbindung zu einer vom Auftraggeber genannten Online-Adresse herstellen.
- (3) Für Werbeaufträge, auch zukünftig, gelten die AGB, die Preisliste und die technischen Anforderungen und Vorgaben des Anbieters in der jeweils bei Vertragsabschluss maßgeblichen Fassung.
- (4) Der Einbeziehung Allgemeiner Geschäftsbedingungen des Auftraggebers wird widersprochen. Diese haben gegenüber dem Anbieter keine Geltung.
- (5) 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.
- (6) Gegenüber Verbrauchern finden diese AGB keine Anwendung.

2. Vertragsschluss, Werbung für Dritte

- (1) Ein Vertragsschluss erfolgt nur in deutscher Sprache.
- (2) Vorbehaltlich einer abweichenden individuellen Vereinbarung kommt der Vertrag durch Bestätigung des Auftrags in Textform zustande.
- (3) Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag mit der Werbeagentur zustande, sofern die Werbeagentur nicht ausdrücklich im Namen und in Vollmacht eines Dritten handelt. Soll ein Werbungtreibender Auftraggeber werden, muss er von der Werbeagentur namentlich benannt werden. Der Anbieter ist berechtigt, einen Vollmachtsnachweis zu verlangen.
- (4) 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.
- (5) Der Anbieter kann über die Annahme eines Angebots nach billigem Ermessen entscheiden. Der Anbieter behält sich vor, Werbeaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form nach einseitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Anbieters abzulehnen. Dies gilt insbesondere, wenn das Werbemittel rechtswidrig, urheberrechtsverletzende, strafrechtlich relevante oder sittenwidrige Inhalte enthält oder eine Veröffentlichung für den Anbieter unzumutbar ist. Dies

gilt auch für Aufträge, die per Internet erteilt wurden oder die von Vertretern oder anderen Mitarbeitern des Anbieters ohne Beanstandungen entgegengenommen worden sind.

- (6) Der Anbieter kann 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 5 erfüllt werden.

3. Leistung des Anbieters, Platzierung, Gestaltung

- (1) Der Anbieter wird das vereinbarte Werbemittel für die vertraglich vereinbarte Dauer oder bis zum Erreichen einer vertraglich vereinbarten Anzahl von AdImpressions (Aufrufe der Werbung) oder AdClicks (Anklicken der veröffentlichten Werbemaßnahmen) in den vereinbarten Medien platzieren. Sollten die vertraglich vereinbarten AdImpressions oder AdClicks schon vor Ablauf einer vereinbarten Laufzeit erreicht werden, können sich die Parteien unter Anpassung der Vergütung auf eine Erhöhung der vereinbarten AdImpressions/AdClicks verständigen. Ansonsten endet die Kampagne mit Erreichen der vereinbarten AdImpressions/AdClicks.
- (2) Es besteht kein Konkurrenzschutz, d.h. dass nicht ausgeschlossen werden kann, dass Konkurrenten des Auftraggebers während des gleichen Zeitraums innerhalb der gleichen Medien Werbung schalten.
- (3) Platzierung: Soweit nicht im Einzelfall ausdrücklich vereinbart, bspw. durch ein besonderes Entgelt, hat der Auftraggeber keinen Anspruch auf eine Platzierung des Werbemittels an einer bestimmten Position des jeweiligen Mediums sowie auf Einhaltung einer bestimmten Zugriffszeit auf das Medium. Eine Umplatzierung des Werbemittels innerhalb des vereinbarten Umfeldes ist möglich, wenn durch die Umgestaltung kein wesentlicher Einfluss auf die Werbewirkung ausgeübt wird.
- (4) Der Anbieter ist nicht verpflichtet, die Werbemittel des Auftraggebers auf ihre rechtliche Zulässigkeit und auf eine mögliche Verletzung von Rechten Dritter hin zu überprüfen. Bei Kenntnis von unzulässigen Inhalten oder etwaigen Rechtsverletzungen kann das Werbemittel ganz oder teilweise ohne vorausgehende Benachrichtigung des Auftraggebers gelöscht oder gesperrt werden. Dies gilt gleichermaßen, wenn in Online-Anzeigen Cookies oder weitere Instrumente der Datenübermittlung enthalten sind.
- (5) 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.
- (6) 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. Bei schuldhaften Verstößen des Auftragnehmers können die Kosten der Gestaltung geltend gemacht werden.
- (7) Die Pflicht des Anbieters zur Aufbereitung des Werbemittels endet drei Monate nach dessen letztmaliger Veröffentlichung.

4. Pflichten des Auftraggebers

- (1) Der Auftraggeber überträgt dem Anbieter sämtliche für die Kampagne und die

Schaltung des Werbemittels in Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung und öffentlichen Zugänglichmachung, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte sind in allen Fällen örtlich unbegrenzt zu übertragen.

- (2) Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der Inhalte des Werbemittels, einschließlich Informationen, Daten, Texten, Software, Musik, Bilder, Grafiken, Videos oder sonstigen Inhalten.
- (3) Für die rechtzeitige und vollständige Übermittlung des Werbemittels oder der für die Erstellung des Werbemittels notwendigen Inhalte in einer den technischen Vorgaben entsprechenden Form ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Inhalte fordert der Anbieter unverzüglich Ersatz an.
- (4) Werbemittel, die zu bestimmten Zeiten oder an bestimmten Plätzen eines Mediums veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Anbieter eingehen, dass der Auftraggeber noch vor Schaltung des Werbemittels unterrichtet werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist.
- (5) Der Auftraggeber haftet dafür, dass übermittelte Dateien virusfrei sind. Dateien mit Viren können entschädigungslos gelöscht werden.
- (6) Der Auftraggeber ist verpflichtet, keine Werbemittel zu veröffentlichen, die sittenwidrig sind oder gegen bestehende Gesetze (insbesondere Strafrecht, Wettbewerbsrecht, Urheberrecht) verstoßen. Das Setzen von Cookies (Firstparty und Thirdparty) sowie weitere Datenübermittlungen (z.B. via HTTP-Request) aus Werbemitteln ist nicht gestattet.
- (7) Das Schalten von Werbemitteln im Namen von Dritten ohne deren ausdrückliche vorherige Zustimmung ist unzulässig. Insbesondere dürfen ohne Einwilligung des Betroffenen keine Bilder, Telefonnummern oder Adressen veröffentlicht werden.
- (8) Der Auftraggeber hat allein dafür Sorge zu tragen, dass durch die Ausführung seines Auftrags Rechte Dritter nicht verletzt werden, insbesondere Persönlichkeits-, Urheber- oder Markenrechte. Sofern Rechte Dritter betroffen sind, hat der Auftraggeber sicherzustellen, dass diese der konkreten Art der Veröffentlichung zugestimmt haben. Auf Verlangen hat er dies in Textform zu bestätigen.
- (9) Werden durch die Anzeige Rechte Dritter verletzt, hat der Auftraggeber den Anbieter von möglichen Unterlassungs- und Schadensersatzansprüchen freizustellen, es sei denn der Auftraggeber hätte die Rechtsverletzung nicht zu vertreten. Dies kann insbesondere angemessene Kosten der Rechtsverteidigung und die Kosten einer erforderlich werdenden Gegendarstellung nach Maßgabe des jeweils gültigen Anzeigentarifs umfassen.

5. Preisermittlung

- (1) Es gilt die bei Vertragsschluss jeweils aktuelle Preisliste.
- (2) Rabatte werden lediglich auf die reine Medialeistung gewährt. Gestaltungskosten für Werbemittel sind von den in der Preisliste genannten Rabatten ausgenommen.
- (3) Für die Gewährung eines Konzernrabattes für Tochtergesellschaften ist der schriftliche Nachweis einer mehr als 50-prozentigen Kapitalbeteiligung erforderlich. Konzernabbat ist nur möglich bei privatwirtschaftlich organisierten Zusammenschlüssen, nicht aber gegenüber Körperschaften des öffentlichen Rechts, beim

Zusammenschluss selbstständiger hoheitlicher Organisationen oder bei Zusammenschlüssen, bei denen Körperschaften des öffentlichen Rechts beteiligt sind.

6. Schaltung von Werbemitteln auf Abruf, Abwicklungsfrist; Mengennachlass

- (1) Werbeaufträge, bei denen ein oder mehrere Werbemittel nicht sofort, sondern erst auf Abruf geschaltet werden sollen, sind insgesamt innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzuwickeln. Der Auftraggeber muss die Werbemittel so rechtzeitig abrufen, dass die Schaltung innerhalb der Jahresfrist möglich ist.
- (2) Der Auftraggeber hat nur dann rückwirkenden Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Werbemitteln innerhalb Jahresfrist entsprechenden Nachlass, wenn er zu Beginn der Frist einen Auftrag abgeschlossen hat, der aufgrund der Preisliste zu einem Nachlass von vornherein berechtigt.
- (3) Der Auftraggeber ist berechtigt, unter dem Vorbehalt vorhandener Kapazität auch über die im Auftrag genannte Menge hinaus weitere Werbemittel abzurufen. Der Abruf muss innerhalb der nach Absatz 1 zu bestimmenden Laufzeit erfolgen. Der Anspruch auf einen höheren Nachlass ist dabei ausgeschlossen, wenn er nicht innerhalb eines Monats nach Ablauf der Jahresfrist geltend gemacht wird
- (4) Wird die in einem Abschluss vereinbarte Menge an Werbemitteln aus Umständen, die der Anbieter nicht zu vertreten hat, innerhalb der in Absatz genannten Frist nicht vollständig abgerufen, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass zu erstatten. Die Erstattungspflicht entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Anbieters beruht.

7. Zahlungsbedingungen

- (1) Die Veröffentlichung eines Werbemittels kann von der Vorauszahlung des Auftraggebers abhängig gemacht werden, wobei die Vorauszahlung frühestens vier Wochen vor der voraussichtlichen Veröffentlichung gefordert werden darf.
- (2) Die Veröffentlichung eines Werbemittels kann von der Teilnahme am Einzugsermächtungsverfahren bzw. SEPA-Basislastschriftverfahren abhängig gemacht werden. Die Beträge werden jeweils innerhalb von sechs Werktagen nach Fälligkeit eingezogen.
- (3) Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlungen sind nach Preisliste oder abweichender Vereinbarung möglich.
- (4) Bei notwendiger Ankundigung des Bankeinzugs kann dies bis zum Tag der Einreichung der Lastschrift erfolgen.
- (5) Bei länger laufenden Schaltungen oder Aufträgen über mehrere Werbemittel können Rechnungen auch über einzelne Anzeigen oder Teilmengen gestellt werden. Insbesondere sind monatliche Vorschuss- oder Zwischenrechnungen möglich.
- (6) Der Auftraggeber kann nur mit unbeschränkten oder rechtskräftig gestellten Forderungen aufrechnen. Zurückbehaltungsrechte können durch den Auftraggeber nur gegen Forderungen aus dem gleichen Auftragsverhältnis geltend gemacht werden.

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. Untersuchungs- und Rügepflichten

- (1) Der Auftraggeber hat das Werbemittel unverzüglich nach Schaltung durch den Anbieter, soweit dies nach ordnungsmäßigem Geschäftsgange tunlich ist, zu prüfen und, wenn sich ein Mangel zeigt, dem Anbieter innerhalb von 10 Tagen Anzeige zu machen.
- (2) Unterlässt der Auftraggeber die Anzeige, so gilt die Schaltung als genehmigt, es sei denn, dass es sich um einen Mangel handelt, der bei der Prüfung nicht erkennbar war.
- (3) Zeigt sich später ein solcher Mangel, so muss die Anzeige 10 Tage nach der Entdeckung gemacht werden; anderenfalls gilt die Schaltung auch in Ansehung dieses Mangels als genehmigt.
- (4) Die Mängelanzeige muss in Textform erfolgen.

10. Gewährleistung

- (1) Der Anbieter gewährleistet eine dem üblichen technischen Standard entsprechende Wiedergabe des Werbemittels. Beeinträchtigungen der Wahrnehmung, die ihre Ursache regelmäßig außerhalb des Einflussbereichs des Anbieters haben, insbesondere bei
 - Darstellungsfehlern durch eine nicht geeignete Soft- und/ oder Hardware;
 - Netzausfällen oder Störungen der Internetverbindung;
 - vergleichbaren Systemausfällen;
 - unvollständigen und/oder nicht aktualisierten Angeboten auf Zwischenspeichern/Proxy-Servernbegründen keinen Mangel, soweit sie nicht im Einzelfall vom Anbieter zu vertreten sind.

- (2) Bei laufzeitgebundenen und nach Laufzeit zu vergütenden Werbeaufträgen mindert sich die Vergütungspflicht bei einem Ausfall des Ad-Servers des Anbieters zeitanteilig für die Dauer des Ausfalls. Unberücksichtigt bleiben dabei geringfügige Ausfallzeiten für Wartungsarbeiten und die Behebung nicht vom Anbieter zu vertretender technischer Störungen bis maximal 5 % der vereinbarten Festlaufzeit.
- (3) Im Übrigen hat der Auftraggeber bei ungenügender Wiedergabequalität des Werbemittels zunächst Anspruch auf eine einwandfreie Ersatzwerbung, jedoch nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Bei Fehlschlägen oder Unzumutbarkeit der Ersatzwerbung, kann der Auftraggeber Minderung oder Rücktritt verlangen.

11. Höhere Gewalt und vergleichbare Leistungsstörungen

Wird die Leistung infolge höherer Gewalt, aufgrund gesetzlicher Bestimmungen, Streiks oder Betriebsstörungen oder Störungen aus dem Verantwortungsbereich von Dritten (z.B. anderen Providern), Netzbetreibern oder Leistungsanbietern, unmöglich, ohne dass die jeweilige Störung vom Anbieter zu vertreten wäre, dann 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. Ansonsten erlöschen die beiderseitigen Leistungspflichten.

12. 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

Erfüllungshelfen 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 Satz 2 der Höhe nach auf den typischerweise vorhersehbaren Schaden beschränkt. Gegenüber Unternehmern haftet der Anbieter nach Sätzen 2 und 3 für einfache Erfüllungshelfen nur, wenn wesentliche Vertragspflichten grob oder leicht fahrlässig verletzt werden.

- (2) Soweit die Haftung des Anbieters ausgeschlossen oder beschränkt ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung seiner Angestellten, Arbeitnehmer, Mitarbeiter, Vertreter und Erfüllungshelfen.

13. Kündigung

Kündigungen von Werbeaufträgen müssen in Textform erfolgen.

14. 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 AdImpressions und/oder AdClicks in einem durch den Anbieter vorgegebenen Format berichten.

Maßgeblich sind insoweit die vom Anbieter über seinen Ad-Server ermittelten Daten.

15. Datenschutz

- (1) Personenbezogene Daten werden erhoben und verarbeitet zur Erfüllung des Nutzungs- und Vertragsverhältnis mit der betroffenen Person oder zur Durchführung vorvertraglicher Maßnahmen, die auf Anfrage der betroffenen Person erfolgen, Art. 6 Abs. 1 S. 1 lit b DS-GVO. Soweit erforderlich können Daten dabei auch an Dritte weitergegeben werden.
- (2) Bei der Datenerhebung nach Ziff. 1 wird dem Betroffenen mitgeteilt, welche personenbezogenen Daten zwingend erforderlich sind und welche Daten freiwillig angegeben werden können. Sämtliche Daten werden gemäß den Bestimmungen des Datenschutzrechts erhoben und verarbeitet.
- (3) Mit einer ausdrücklich zu erteilenden Einwilligung können die Daten auch zu Zwecken der Werbung oder in anonymisierter Form zu Zwecken der Marktforschung herangezogen werden. Der über die Vertragserfüllung hinausgehenden Datennutzung kann der Betroffene jederzeit in Textform gegenüber dem Anbieter oder per E-Mail an datenschutz@badische-zeitung.de widersprechen.
- (4) Für weitere Informationen gilt die Datenschutzerklärung des Anbieters, unter anderem abrufbar unter <http://www.badische-zeitung.de/service/datenschutz.html>

16. Sonstiges

- (1) Erfüllungsort ist der Sitz des Anbieters.
- (2) Gerichtsstand ist der Sitz des Anbieters.
- (3) Es gilt deutsches materielles Recht.

Badische Zeitung

bz-ticket.de
TIPPS-TERMINE-TICKETS

 **wohnverdienst.de**
IMMOBILIENPORTAL FÜR SÜDBADEN

BZ trauer **schnapp.de**

Kontakt

Badischer Verlag GmbH & Co. KG
Lörracher Straße 3, 79115 Freiburg
Telefon 0761 496-4190
digitale-werbung@badische-zeitung.de