



MAIRDUMONT
MEDIA

Gewusst wie.

[Technische Spezifikationen/AGB]

4trips
ADAC
Alpenguide
Baedeker
BeLocal
Bergfex
Casamundo
Discover-Outdoor
Dorling Kindersley
DuMont
Falk
KOMPASS
Lonely Planet
MARCO POLO
NATIONAL GEOGRAPHIC
Neckermann Reisen
Reiseplanung
Schneehoehen
Skyscanner
Staedtereisen
Stefan Loose
Thomas Cook
Tiscover
Tripwolf
Urlaub
VerkehrsmittelVergleich
Wellness

Print

Online

MAIRDUMONT steht für innovative Produkte, traditionsreiche Marken und Qualität. Unser Motto lautet: „Wir geben allen, die unterwegs sind, zuverlässige Informationen und Freude am Reisen.“ Unser Markenportfolio transportiert und reflektiert diesen Anspruch.

Mit aufwändiger Recherche, aktuellsten Inhalten und neuen, innovativen Konzepten sind unsere Marken führend in ihrem jeweiligen Segment.

MAIRDUMONT – Innovation, Tradition, Qualität.

Allgemein

Online

MAIRDUMONT MEDIA nutzt für die im Markt bestens etablierten Portale modernste und leistungsfähigste Technologien. Zuverlässige, punktgenaue Aussteuerung und schnellstmögliche Umsetzung der Kampagnen unserer Werbekunden sind bei uns die Mindestanforderung.

Die Wirkung von Online-Werbekampagnen auf unseren Portalen wird durch zahlreiche Anwendungsmöglichkeiten wie destinationsorientierte Online-Kommunikation, vielfältige Targeting-Möglichkeiten, Bannerschaltung in E-Mails, Salestracking und personalisierte Ansprache unserer Kunden erheblich gesteigert.

Professionelle E-Mail-Marketinglösungen gewährleisten schnellen, stabilen und effizienten Versand und liefern damit hochattraktive personalisierte Werbemöglichkeiten.

Über die klassische Bannerschaltung hinaus bieten wir attraktive Sonderwerbeformen und Werbeintegrationen, abgestimmt auf die individuellen Wünsche und Anforderungen unserer Werbepartner.

Print

MAIRDUMONT MEDIA ist führend im Markt für Reiseführer und -magazine, Straßenatlanten und Stadtpläne. Unsere Produkte erfüllen in ihrer Qualität sowohl in der inhaltlichen Konzeption wie auch in ihrer produktionstechnischen Verarbeitung die höchsten Ansprüche unserer Kunden.

Bestmögliche Druckqualität, durch langjährige Zusammenarbeit mit erfahrenen Druckereien, sorgen für den hochwertigen Auftritt von Werbekampagnen in unseren Medien.

Über die klassische Anzeigenschaltung hinaus bieten wir unseren Kunden speziell, nach ihren individuellen Wünschen, konzipierte Sonderinsertionsmöglichkeiten. Unser Anspruch sind Lösungen, die unseren Werbekunden einen außergewöhnlichen Kommunikationsauftritt in einem hochwertigen Werbeumfeld liefern.

Online wie Print – MAIRDUMONT MEDIA bietet höchste Qualität und Service.

Inhaltsverzeichnis






| | |
|-------------------------------|----------|
| Allgemein | S. 2 |
| Standardwerbeformen Online | S. 3 |
| Sonderwerbeformen Online | S. 4-5 |
| Techn. Spezifikationen Online | S. 5 |
| Standardwerbeformen Print | S. 7-8 |
| Sonderwerbeformen Print | S. 9 |
| Techn. Spezifikationen Print | S. 9 |
| I. AGB Media Online & Print | S. 9-11 |
| II. AGB Media Online | S. 12-13 |
| III. AGB Media Print | S. 13-14 |
| IV. AGB Schlussbestimmungen | S. 14 |
| Rabattstaffeln | S. 14 |
| Ansprechpartner | S. 15 |

Standardwerbformen Online















Alle Standardwerbformate auf unseren Online-Portalen sind hinsichtlich Größe und Platzierung etablierte Formate. Dies hat den Vorteil, dass sie unkompliziert in der Abwicklung und zudem prominent platziert sind.

Bei unseren Online-Portalen setzen wir auf professionelle AdServer-Technologie. Somit sind Standards wie Online-Reporting, genaue Aussteuerung von Werbekampagnen, Einsatz innovativer Werbeformen und unterschiedliche Targeting-Funktionen gewährleistet.

Alle Werbeformate können als Bildformate (JPG, GIF), Richmedia oder Flash-Werbemittel (mit Ausnahme von Textlink und Newsletter-Anzeige) ausgeliefert werden.

| Werbeform | Format, Breite x Höhe (Pixel) | Dateigröße |
|--|---|-------------------------------|
| Fullbanner  | 468 x 60 | 40 kb (Image, Flash, html) |
| Superbanner  | 728 x 90 | 40 kb (Image, Flash, html) |
| Medium Rectangle  | 300 x 250 | 40 kb (Image, Flash, html) |
| Small Rectangle  | 180 x 150 | 40 kb (Image, Flash, html) |
| Skyscraper  | 120 x 600 | 40 kb (Image, Flash, html) |
| Wide Skyscraper  | 160 x 600 | 40 kb (Image, Flash, html) |
| Pop Under  | max. 800 x 600 weitere Formate auf Anfrage | 40 kb (Image, Flash, html) |
| Layer Ad  | max. 400 x 400 | 40 kb (Image, Flash, html) |

Sonderwerbformen Online

| Werbeform | Format, Breite x Höhe (Pixel) | Dateigröße |
|--|--|--|
| Browserspot |  750 x 500 | 80 kb (Image) |
| Browserspot-Reminder |  300 x 250 | 40 kb (Image, Flash, html) |
| POI-Integration |  auf Anfrage | |
| Routenausdruckssponsoring |  180 x 150 / 300 x 250 | 40 kb (Image, Flash, html) |
| Homepage Einfärbung*/ Wallpaper |  728 x 90, 120 x 600 / 160 x 600 | in Summe max. 80 kb |
| Kartenlayer |  300 x 250 | 40 kb (Image, Flash, html) |
| Expanding Superbanner |  728 x 90 / 728 x 300 (expanding) | 50 kb (Flash, html) |
| Expanding Skyscraper |  160 x 600 / 420 x 600 (expanding) | 50 kb (Flash, html) |
| Expanding Rectangle |  300 x 250 / 500 x 500 (expanding) | 50 kb (Flash, html) |
| Banderole Ad |  770 x 250 | 40 kb (Image, Flash, html) |
| Halfpage Ad |  300 x 600 | 80 kb (Image, Flash, html) |
| Push-Down Ad |  728 (bis Seitenbreite) x 90 offen: 728 (bis Seitenbreite) x 300 | 80 kb (Image, Flash, html) |
| Tandem Ad |  auf Anfrage | 80 kb in Summe (Image, Flash, html) |
| Interstitial |  800 x 600 | 80 kb (Image, Flash, html) |

* mit Hintergrundfarbe als Hexadezimalzahl

Browserspot plus Reminder

Der Browserspot wird während der Routenberechnung über den Bildschirm gelegt. Anschließend erscheint die Werbetbotschaft als Reminder unterhalb der Routenbeschreibung.

Technische Anforderungen:

Der Browserspot wird 3 Sekunden angezeigt. Die Datei darf das max. Volumen von 80 kb nicht überschreiten.

Kartenlayer

Der Kartenlayer wird direkt auf den Onlinekarten von Falk.de angezeigt. Nach ca. 5 Useraktionen (Schieben der Karte) erscheint die Werbeform im Format 300 x 250 als „Unterbrechung“ innerhalb des Kartenmaterials und kann aktiv vom User ausgeblendet werden.

POI-Integration

Integration einzelner POIs innerhalb der Onlinekarten. Jedem POI wird in Absprache mit dem Produktmanagement ein individuelles Icon hinterlegt. Der jeweilige Adressdatensatz wird bei Klick auf das Icon über einen Adresslayer angezeigt. Aus dem Adresslayer heraus

findet die Verlinkung zu einer allgemein gültigen URL statt.

Technische Anforderungen:

Die angelieferten Daten werden importiert und in das Geocode-Format Mercator umgewandelt. Dabei ist es wichtig, dass alle Daten in getrennten Feldern erfasst werden. Straße und Hausnummer müssen zwingend in getrennten Feldern erfasst werden, da sonst eine straßengenaue Geocodierung nicht möglich ist. Für eine genaue Geocodierung ist es ebenfalls wichtig, dass alle POIs eine genaue Straßenangabe, EINE Hausnummer und EINE Postleitzahl besitzen, ansonsten kann es zu Abweichungen der Verortung kommen. Die Adressdatensätze müssen in UTF8 vorliegen.

Das Format des Icons ist 16 x 16 Pixel (B x H) und muss als PNG mit einer maximalen Dateigröße von 2 kb angeliefert werden.

Nach Datenanlieferung durch den Kunden gewährleisten wir eine Onlinestellung innerhalb von 15 Werktagen.

Datenanlieferung

Bitte beachten Sie folgende Anlieferungsfristen:
Standardwerbformen 3 Werktage vor Kampagnenstart, Sonderwerbformen 5 Werktage vor Kampagnenstart, Homepage Einfärbung 7 Werktage vor Kampagnenstart, POI-Integration 15 Werktage vor Kampagnenstart.

Die Anlieferung der Daten erfolgt an: ads@mairdumont.com.

Sound

Die Verwendung von automatisch bzw. bei MouseOver startenden Soundelementen ist nicht zulässig. Der Ton darf nur durch Useraktion starten.

Expanding Banner / Push-Down Ad

Expanding Banner dürfen sich nur bei MouseOver vergrößern.

Technische Spezifikationen Online

Bitte beachten Sie bei der Erstellung der Werbemittel unsere technischen Spezifikationen. Diese finden Sie im Folgenden dokumentiert. Bei Nichteinhaltung der Vorgaben kann eine korrekte Auslieferung der Werbemittel und Zählung der Impressions und Klicks nicht gewährleistet werden.

Newsletteranzeige

Falk.de

- Format: txt/html
- Schlagwort: max. 25 Zeichen inkl. Leerzeichen
- Headline: max. 35 Zeichen inkl. Leerzeichen
- Text: max. 5 Zeilen à ca. 60 Zeichen inkl. Leerzeichen
- hochwertiges Bild/Logo als EPS/JPG/GIF
- keine Animation
- Größe: 180 x 135 Pixel (B x H)
- Dateigröße: max. 15 kb
- Link: max. 1 Linkhinweis
- Linktext: max. 30 Zeichen

Newsletteranzeige

Marcopolo.de

- Format: txt/html
- Headline: max. 65 Zeichen inkl. Leerzeichen
- Text: max. 5 Zeilen à ca. 65 Zeichen inkl. Leerzeichen
- hochwertiges Bild/Logo als EPS/JPG/GIF
- keine Animation
- Größe: 200 x 150 Pixel (B x H)
- Dateigröße: 5 kb (max. 7 kb)
- Link: max. 1 Linkhinweis
- Linktext: max. 30 Zeichen

Imagebanner

Technologie:

GIF, JPG

Zusätzlich anzugeben:

Klick-URL, Alt-Text (optional)

Flash-Banner

Technologie:

Flash (*.swf-Datei)

Zusätzlich anzugeben:

Angabe der Flashversion, Klick-URL, Information über Actionscripte (sofern diese verwendet werden).

Fallback:

GIF oder JPG im Format der gebuchten Werbeform

Sniffer Code:

(wenn vorhanden)

Wmode=opaque:

Für Superbanner, Medium Rectangle und Skyscraper (hiermit wird vermeiden, dass diese Werbemittel Flash-Layer überlagern) max. 12 fps (frames per second).

Klickzählung:

Voraussetzung im Flash-Banner ist, dass die Klick-URL des Banners nicht fest im SWF-file implementiert ist. Stattdessen muss für die Klick-URL die einheitliche Variable „clickTAG“ verwendet werden. Die Schaltfläche sollte auf oberster Ebene liegen, damit der Klick erfolgreich ausgeführt werden kann. Alle Verlinkungen müssen sich in einem neuen Fenster öffnen („_blank“).

Flash-Layer

Technologie:

Flash (*.swf-Datei)

Zusätzlich anzugeben:

s. Flash-Banner

Animation/Autoclose:

Die Animation eines Flash-Layers darf max. 10 Sekunden betragen und muss sich danach automatisch schließen.

Close Button:

Der User muss die Möglichkeit haben, das Werbemittel zu beenden. Der Close Button muss klar erkennbar rechts oben platziert sein.

Aktionen zum Schließen des Layers:

- Fsccommand („adlayerhider“)
- Stop ()
- Standard Close Button

Format:

max. 400 x 400 Pixel

Durchklickbarkeit:

Nur sichtbare Elemente dürfen klickbar sein, durchsichtige Bereiche dürfen nicht mit Schaltflächen versehen werden.

Positionierung:

Absolut x/y = 0

Frequency Cap:

Mind. 1 User pro Tag

Klickzählung:

s. Flash-Banner

Videobanner und Playlist

Technologie:

Flash-Streaming (*.swf-Datei)
Windows Media Video (*.wmf-Datei)
QuickTime (*.mov-Datei)
Windows Mediaplayer (*.wpl-Datei)

Hinweis:

Videobanner und Playlists dürfen nur auf Useraktion starten. Im Internet Explorer kann das Video klickbar gemacht werden, jedoch sind dadurch dann die Steuerelemente des Media Players nicht mehr verfügbar. Neben dem direkten Hochladen eines Videos oder einer Playlist kann auch ein Link zu einer externen Adresse angegeben werden, die auf ein Video bzw. eine Playlist verweist (z. B. bei großen Dateien). Video-Ads werden grundsätzlich mit einem Verbindungstyp-Targeting versehen.

Mobile Apps

Die technischen Spezifikationen für iPhone Apps, iPad Apps und weitere Sonderwerbeformen erhalten Sie auf Anfrage.

Die Anlieferung der Daten erfolgt an: ads@mairdumont.com.

Standardwerbformen Print

| Produkt | Platzierung | Satzspiegel, B x H | Seitenformat, B x H | Beschnittzugabe bei Anzeigen im Seitenformat |
|--|---|--------------------|---------------------|--|
| ADAC KompaktAtlas | 2. US | - | 180 x 286 mm | 3 mm Beschnitt rundherum, inkl. 8 mm Spirale rechts |
| | 3. US | - | 180 x 286 mm | 3 mm Beschnitt rundherum, inkl. 8 mm Spirale links |
| | 4. US | - | 180 x 252 mm | 3 mm Beschnitt links, rechts u. oben, inkl. 8 mm Spirale rechts |
| ADAC MaxiAtlas | 4. US | - | 288 x 355 mm | 3 mm Beschnitt rechts, links u. oben, inkl. 8 mm Spirale rechts |
| ADAC ReiseAtlas | 2. US | - | 210 x 295 mm | 3 mm Beschnitt links, oben u. unten, inkl. 6 mm Kleberand rechts** |
| | 3. US | - | 210 x 295 mm | 3 mm Beschnitt rechts, oben u. unten, inkl. 6 mm Kleberand links** |
| | 4. US | - | 210 x 260 mm | 3 mm Beschnitt links u. oben |
| ADAC StadtAtlas (Spiralbindung) | 2. US (Klappe außen) | - | 213 x 295 mm | 3 mm Beschnitt rechts, oben u. unten |
| | 3. US (Klappe innen links) | - | 213 x 295 mm | 3 mm Beschnitt links, oben u. unten |
| | 4. US (Klappe innen rechts) | - | 229 x 295 mm | 3 mm Beschnitt rundherum, inkl. 9 mm Spirale rechts |
| | 5. US | - | 229 x 295 mm | 3 mm Beschnitt rundherum, inkl. 9 mm Spirale links |
| | 6. US | - | 229 x 256 mm | 3 mm Beschnitt rechts, links u. oben, inkl. 9 mm Spirale rechts |
| | ADAC Stadtplan (Landkartenfaltung mit Kartendeckel) | 2. US | 100 x 220 mm | - |
| 4. US | | - | 115 x 210 mm | 3 mm Beschnitt rechts, 3 mm Überfüllung links |
| Straßenregister | | 90 x 10 -190 mm | - | - |
| ADAC SuperStraßen | 4. US | - | 210 x 260 mm | 3 mm Beschnitt rechts, links u. oben, inkl. 8 mm Spirale rechts |
| Baedeker (Klebebindung) | 3. US Lesezeichen (ausklappbar) | - | 100 x 185 mm | 3 mm Beschnitt links, oben u. unten |
| | 2. US | - | 120 x 185 mm | 3 mm Beschnitt rundherum, inkl. 7 mm Kleberand rechts** |
| | 4. US | - | 120 x 155 mm | 3 mm Beschnitt oben, rechts u. links |
| Baedeker SPECIAL GUIDE | 4. US | - | 110 x 143 mm | 3 mm Beschnitt oben, rechts u. links |
| Dorling Kindersley TOP 10 | 1/1 Seite gegenüber 3. US | - | 100 x 191 mm | 5 mm Beschnitt rundherum, inkl. 5 mm Kleberand rechts** |
| Dorling Kindersley VIS-À-VIS | ausklappb. Lesez. vorne innen | - | 84 x 222 mm | 5 mm Beschnitt rundherum |
| | ausklappb. Lesez. hinten innen | - | 84 x 222 mm | 5 mm Beschnitt rundherum |
| | 1/1 Seite Innenteil | - | 118 x 215 mm | 5 mm Beschnitt rundherum, inkl. 5 mm Kleberand links** |
| DuMont direkt (Klebebindung) | 2. US (ausklappbar) | - | 95 x 190 mm | 3 mm Beschnitt rechts, oben u. unten |
| | 3. US | - | 95 x 190 mm | 3 mm Beschnitt links, oben u. unten |
| | Plus Karte | - | 92,5 x 182 mm | 3 mm Beschnitt rundherum |
| | 4. US | - | 107 x 153 mm | 3 mm Beschnitt rundherum |
| DuMont Reise-Handbuch (Klebebindung) | 2. US (ausklappbar) | - | 114 x 195 mm | 3 mm Beschnitt rechts, oben u. unten |
| | 4. US | - | 127 x 160 mm | 3 mm Beschnitt rundherum |
| DuMont Reise-Taschenbuch (Klebebindung) | 2. US (ausklappbar) | - | 104 x 185 mm | 3 mm Beschnitt rechts, oben u. unten |
| | 4. US | - | 119 x 142 mm | 3 mm Beschnitt oben, rechts u. links |
| DuMont Reisemagazin (Klebebindung) | 2. US | 185 x 270 mm | 208 x 282 mm | 3 mm Beschnitt rundherum, inkl. 5 mm Kleberand rechts** |
| | 3. US | 185 x 270 mm | 208 x 282 mm | 3 mm Beschnitt rundherum, inkl. 5 mm Kleberand links** |
| | 4. US | 185 x 270 mm | 208 x 282 mm | 3 mm Beschnitt rundherum |
| | 1/1 Seite Innenteil | 185 x 270 mm | 208 x 282 mm | 3 mm Beschnitt rundherum |
| | 2/1 Seite Innenteil | - | 416 x 282 mm | 3 mm Beschnitt rundherum |

** hier nur grafische Elemente möglich.

Standardwerbiformen Print

| Produkt | Platzierung | Satzspiegel, B x H | Seitenformat, B x H | Beschnittzugabe bei Anzeigen im Seitenformat |
|---|---------------------------|--------------------|--|---|
| DuMont Reisemagazin (Klebebindung) - Forts. | 1/2 Seite quer | 178 x 123 mm | 208 x 130 mm | 3 mm Beschnitt rundherum |
| | 1/3 Seite im Editorial | - | 70 x 282 mm | 3 mm Beschnitt rechts, oben u. unten |
| Falk Autoatlas Falkfaltung | 4. US | - | 189 x 245 mm | 3 mm Beschnitt links u. oben |
| Falk City Plan | 4. US | - | 100 x 138 mm | 3 mm Beschnitt rechts u. links |
| Falk Stadtplan Extra (Landkartenfaltung mit Kartendeckel) | 2. US | 110 x 235 mm | - | - |
| | 4. US | 110 x 207 mm | 120 x 213 mm | 3 mm Beschnitt rechts, 2 mm Überfüllung links |
| | Straßenregister | 90 x 10 -190 mm | - | - |
| Falk Stadtplan Falk-Faltung (Falk-Faltung mit Kartendeckel) | 3. US | 95 x 198 mm | 108 x 208 mm | 3 mm Beschnitt rechts, oben u. unten |
| | 4. US | 95 x 170 mm | 108 x 176 mm | 3 mm Beschnitt links u. oben |
| | Ausklappseite | 85 x 180 mm | 94 x 200 mm | 3 mm Beschnitt rundherum |
| | Straßenregister | 90 x 10 -190 mm | - | - |
| Falk Straßenatlas | 2. US | - | 210 x 295 mm | 3 mm Beschnitt links, oben u. unten, inkl. 8 mm Spirale rechts |
| | 3. US | - | 210 x 295 mm | 3 mm Beschnitt rechts, oben u. unten, inkl. 8 mm Spirale links |
| | 4. US | - | 210 x 260 mm | 3 mm Beschnitt links, rechts u. oben, inkl. 8 mm Spirale rechts |
| Kompass Fahrradführer | Klappe | - | 140 x 85 mm | 3 mm Beschnitt rundherum |
| | 2. US | - | 220 x 112 mm | 3 mm Beschnitt rundherum , inkl. 10 mm Spirale unten** |
| | 4. US | - | 220 x 120 mm | 3 mm Besch. rundh., Aussp. unten links Barcode 20 x 42 mm (B x H)** |
| MARCO POLO 24/7 Insider Guide (Klebebindung) | 2. US (ausklappbar) | - | 90 x 190 mm | 3 mm Beschnitt rundherum |
| | 3. US (ausklappbar) | - | 90 x 190 mm | 3 mm Beschnitt rundherum |
| | 4. US | - | 109 x 160 mm | 3 mm Beschnitt rundherum |
| | 1/1 Seite Innenteil | 87 x 160 mm | 106 x 190 mm | 3 mm Beschnitt rundherum |
| | 1/2 Seite quer | 87 x 80 mm | 106 x 95 mm | 3 mm Beschnitt rundherum |
| MARCO POLO Business Traveler (Klebebind.) (Special Edition) | 2. US | - | 90 x 190 mm | 3 mm Beschnitt rundherum |
| | 4. US | - | 109 x 160 mm | 3 mm Beschnitt rundherum |
| | 1/1 Seite Innenteil | - | 106 x 190 mm | 3 mm Beschnitt rundherum |
| MARCO POLO Low Budget (Klebebindung) (Special Edition) | 1/2 Seite Innenteil | - | 106 x 95 mm | 3 mm Beschnitt rundherum |
| | 2. US | - | 106 x 150 mm | 3 mm Beschnitt rundherum |
| | 4. US | - | 106 x 120 mm | 3 mm Beschnitt rundherum |
| | 1/1 Seite Innenteil | - | 106 x 150 mm | 3 mm Beschnitt rundherum |
| MARCO POLO Reiseführer (Klebebindung) | 1/2 Seite Innenteil | - | 106 x 75 mm | 3 mm Beschnitt rundherum |
| | 2. US (ausklappbar) | - | 90 x 190 mm | 3 mm Beschnitt rundherum |
| | 1/1 Seite Innenteil | 87 x 160 mm | 106 x 190 mm | 3 mm Beschnitt rundherum |
| NATIONAL GEOGRAPHIC Explorer | 2. US | - | 120 x 170 mm | 5 mm Beschnitt rundherum |
| NATIONAL GEOGRAPHIC Spirallo | 4. US | - | 120 x 205 mm abzgl. 47 x 25 mm f. ISBN-Code | 5 mm Beschnitt oben u. unten |
| | Lesezeichen | - | 65 x 205 mm | 5 mm Beschnitt rundherum |
| NATIONAL GEOGRAPHIC Traveler | 1/1 Seite gegenüber 3. US | - | 119 x 191 mm | 5 mm Beschnitt rundherum. inkl. 5 mm Kleberand rechts** |

** hier nur grafische Elemente möglich.

Sonderwerbformen Print*

| Produkt | Funktionsweise |
|---|---|
| Post-it® | Auf der Anzeige wird ein, mit einem Branding versehener 10-seitiger Post-it® Block platziert. |
| Inlay | In den Top 20 der MARCO POLO Reiseführer wird ein individuelles Inlay eingelegt, das für einen ein- oder mehrmonatigen Zeitraum im Buchhandel präsent ist. |
| Guide-in-Guide | Integration eines 8-12 seitigen Booklets, welches vorn im Reiseführer eingehftet ist. Der Guide-in-Guide ist durch eine Perforation heraustrennbar und als unabhängiges Werbemittel einsetzbar. |
| Quotendruck | Die Auflage eines Reiseführers wird in verschiedenen Chargen gedruckt, so dass ein Motivwechsel der Anzeige möglich ist. |
| Titelsponsoring | Das ist eine Partnerschaft über alle Ausgaben einer Reiseführer-Reihe, mit prominenter Integration auf dem Titel und im Innenteil. |
| Marktforschung | Erhebung der Werbewirkung (Anzeigenwahrnehmung/ -bewertung) Ihrer Anzeigen in unseren Print Reisemedien durch einen Copytest. |
| * Für ausführliche Informationen zu Preisen und Formaten wenden Sie sich bitte an Ihren MAIRDUMONT MEDIA Ansprechpartner. Die Integration der Sonderwerbformen ist nicht pauschal in allen MAIRDUMONT Reiseführern möglich. | |

Technische Spezifikationen Print

Druck:

4/4-fbg. Euroskala, CMYK

Druckverfahren:

Offset-Druck

Druckunterlagenanlieferung:

PDF Version 1.3, EPS, TIFF, Schriften und Bilder müssen eingebunden bzw. separat mitgeliefert werden; keine Filme, da Produktion über CTP (Computer-to-plate) läuft.

Auflösung:

300 dpi

Zur Abstimmung von digital gelieferten Unterlagen benötigen wir einen farbverbindlichen Ausdruck (Proof). Wird vom Kunden kein Proof angeliefert, sind spätere Farb reklamationen ausgeschlossen. Der Aufwand für Satz- und Reprokosten bei einer notwendigen Bearbeitung Ihrer angelieferten Daten wird zum Selbstkostenpreis in Rechnung gestellt.

Die Anlieferung der Daten erfolgt an: daten@mairdumont.com.

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Aufträge in Online-medien sowie für Anzeigen und sonstige Werbemittel in Printmedien

I. Gemeinsame Bestimmungen

§ 1 Begriffsbestimmungen, Anwendungsbereich

(1) Onlineauftrag ist ein Vertrag über die Schaltung eines oder mehrerer Werbemittel („Werbemittel“) in Informations- und Kommunikationsdiensten, insbesondere dem Internet, zum Zwecke der Verbreitung. Ein Werbemittel kann bestehen aus einem Bild und/oder Text, aus Tonfolgen und/oder Bewegtbildern (u. a. Banner) oder 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).

(2) Anzeigenauftrag ist ein Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel („verschiedene Anzeigen“) eines Werbetreibenden oder sonstigen Inserenten („Auftraggeber“) in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung. Dies gilt entsprechend für Aufträge über Beilagen, Beikleber, Beihefter, technische Sonderausführungen oder sonstige Werbeformen.

(3) Online- und Anzeigenauftrag werden nachfolgend zusammen auch als „Werbeauftrag“ bezeichnet.

(4) Die Allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten für Aufträge in Online-medien sowie für Anzeigen und sonstige Werbemittel in Printmedien. Sie finden keine Anwendung auf Werbeaufträge, für die gesonderte Allgemeine Geschäftsbedingungen gelten.

§ 2 Vertragsschluss, Abwicklungsfrist

(1) Die Erteilung eines Werbeauftrags erfolgt schriftlich oder per E-Mail. Der

Werbeauftrag ist durch den Anbieter schriftlich zu bestätigen. Für Sonderwerbformen (insbesondere Beilagen, Beihefter) ist eine Bestätigung des Anbieters erst bindend, wenn ein Muster vorliegt und dieses gebilligt ist. Werbung für Waren oder Leistungen von mehr als einem Werbetreibenden innerhalb eines Werbeauftritts (z. B. Banner-, Pop-Up-Werbung, Gemeinschaftsanzeige) bedarf einer zusätzlichen schriftlichen oder durch E-Mail getroffenen Vereinbarung.

(2) Erteilen Werbeagenturen Aufträge, kommt der Vertrag im Zweifel mit der Werbeagentur zustande. Findet eine Vermittlung eines Auftraggebers durch eine Werbeagentur oder sonstige Werbemittler („Werbevermittler“) statt, muss der Auftraggeber unter Angabe einer gültigen Anschrift namentlich benannt werden. Der Anbieter ist berechtigt, einen gültigen Mandatsnachweis zwischen Auftraggeber und Werbevermittler zu verlangen.

(3) Im Rahmen eines Onlineauftrags ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb

der Vertragslaufzeit unter dem Vorbehalt vorhandener Kapazität auch über die im Auftrag genannte Menge hinaus weitere Werbemittel entsprechend einer gesondert zu vereinbarenden Vergütung abzurufen. Soweit eine Auftragsweiterung möglich ist, wird der Anbieter dies dem Auftraggeber bestätigen.

(4) Ist im Rahmen eines Werbeauftrags dem Auftraggeber das Recht zum Abruf einzelner Werbemittel eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Vertragsabschluss abzuwickeln, sofern die Parteien vertraglich nichts Abweichendes geregelt haben.

§ 3 Ablehnungsbefugnis, Werbekennzeichnung

(1) Der Anbieter behält sich vor, Werbeaufträge und -anzeigen sowie einzelne Abrufe im Rahmen eines Auftrags abzulehnen bzw. zu sperren, wenn deren Inhalt gegen Gesetze, Rechte oder behördliche Bestimmungen verstößt oder 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. Gleiches gilt, 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 aus Satz 1 erfüllt werden.

(2) Die Zurückweisung oder Sperrung wird dem Auftraggeber mitgeteilt. Der Auftraggeber ist in diesem Fall berechtigt, dem Anbieter eine geänderte Version des zu schaltenden Anzeigenmotivs oder Werbemittels und/oder der Ziel-URL, auf die verlinkt werden soll, innerhalb der festgesetzten Fristen zu übermitteln. Die insoweit entstehenden Mehrkosten trägt der Auftraggeber. Kann der Auftraggeber die geänderte Version nicht rechtzeitig übermitteln, behält der Anbieter den Anspruch auf die vereinbarte Vergütung auch dann, wenn die Schaltung des Werbemittels nicht erfolgt. Dem Auftraggeber bleibt der Nachweis eines wesentlich geringeren Schadens vorbehalten.

(3) Werbung und Anzeigen, die als solche nicht erkennbar sind, werden vom Auftragnehmer als Werbung deutlich kenntlich gemacht.

§ 4 Rechtsgewährleistung

(1) Der Auftraggeber sichert zu, dass er alle zur Schaltung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber ist für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit des Werbemittels verantwortlich. Der Anbieter ist nicht verpflichtet, das Werbemittel auf mögliche Rechtsverstöße hin zu überprüfen. Der Auftraggeber stellt den An-

bieter von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen (insbesondere des Wettbewerbs-, Marken-, Urheber- oder Persönlichkeitsrechts) entstehen können. Ferner stellt der Auftraggeber den Anbieter von den Kosten einer angemessenen Rechtsverteidigung frei. Der Auftraggeber wird den Anbieter nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten unterstützen.

(2) Der Auftraggeber überträgt dem Anbieter sämtliche für die Ausführung und Nutzung der Werbung in Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheber- und leistungsschutzrechtlichen Nutzungsrechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentlichen Zugänglichmachung, Bearbeitung, Entnahme aus einer Datenbank und zum Abruf, und zwar zeitlich, örtlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Die vorgenannten Rechte berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie aller bekannten Medienformen.

§ 5 Preise, Nachlasserstattung

(1) Für den Werbeauftrag gelten die im Zeitpunkt der Auftragserteilung gültigen Preislisten. Der Anzeigenpreis bezieht sich auf den Abdruck der Anzeige bei Anlieferung einer fertig

gestalteten und druckfähigen digitalen Anzeigenvorlage gemäß der vom Anbieter gelieferten Druckunterlagenanforderung. Satzkosten, Kosten für die Anfertigung von Druckunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen trägt der Auftraggeber.

(2) Eine nachträgliche Änderung der Preisliste bleibt vorbehalten. Gegenüber Nichtkaufleuten ist eine nachträgliche Erhöhung der Preise nur wirksam, soweit der von der Änderung betroffene Werbeauftrag oder einzelne Abrufe innerhalb eines Werbeauftrags später als vier Monate nach Vertragsabschluss ausgeführt werden sollen. Nachlässe bestimmen sich nach der jeweils gültigen Preisliste.

(3) Der Anbieter wird Preisänderungen für bestätigte Werbeaufträge mindestens einen Monat vor Veröffentlichung des Werbemittels ankündigen, im Falle einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Die Erklärung des Rücktritts muss dem Anbieter innerhalb von 14 Tagen seit Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung schriftlich zugehen.

(4) Werbevermittler sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbetreibenden an die Preislisten des Anbieters zu halten. Eine vom Anbieter gewährte Mittelvergütung darf an die Werbetreibenden weder ganz noch teilweise

weitergegeben werden. Es wird darauf hingewiesen, dass die Werbemittler diesen Umstand Vertragspartnern offen zu legen haben.

(5) Wird ein Werbeauftrag 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.

(6) Der Auftraggeber hat, wenn nichts anderes vereinbart ist, einen Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Werbemitteln (Werbeaufträgen) innerhalb eines Jahres entsprechenden Nachlass, wenn er einen Werbeauftrag abgeschlossen hat, der aufgrund der Preisliste zu einem Nachlass berechtigt. Der Anspruch auf den Nachlass erlischt, wenn er nicht innerhalb von drei Monaten nach Ablauf der Jahresfrist schriftlich gegenüber dem Anbieter geltend gemacht wird.

§ 6 Abrechnung, Zahlungsverzug

(1) Die Rechnungstellung erfolgt sofern vertraglich nichts anderes vereinbart wurde

a) bei Onlineaufträgen im Monat des Erscheinens der Werbung;

b) bei Anzeigenaufträgen im Voraus nach Auftragseingang.

(2) Die Zahlung hat innerhalb von 30 Tagen nach Rechnungsdatum netto zu erfolgen. Bei Zahlungseingang innerhalb von 10 Tagen wird ein Skonto von 2 % gewährt, soweit keine älteren Rechnungen unbezahlt sind.

(3) Zahlungen sind zu leisten an:

Empfänger: MAIRDUMONT MEDIA
Kontonummer: 2 177 522
Bankleitzahl: 600 501 01 (BW Bank)
IBAN: DE 2160 0501 0100 0217 7522

(4) Objektiv begründete Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers berechtigen den Anbieter, auch während der Laufzeit des Vertrages, die Schaltung weiterer Werbemittel, abweichend vom ursprünglich vereinbarten Zahlungsziel, von der Vorauszahlung des Betrages und dem unverzüglichen Ausgleich offen stehender Rechnungsbeträge, abhängig zu machen.

(5) Der Anbieter ist berechtigt, fehlerhafte Rechnungen innerhalb von sechs Monaten nach Rechnungstellung zu korrigieren.

(6) Aufrechnung und Zurückbehaltungsrechte können vom Auftraggeber nur ausgeübt werden, wenn seine Gegenansprüche unbestritten oder rechtskräftig festgestellt sind. Bei Zahlungsverzug

oder Stundung werden bankübliche Zinsen und Einziehungskosten berechnet. Dem Auftraggeber bleibt der Nachweis eines wesentlich geringeren Schadens vorbehalten. Der Anbieter kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Zahlung zurückstellen und für die restliche Schaltung Vorauszahlung verlangen.

§ 7 Haftung

Der Anbieter haftet unabhängig vom Rechtsgrund nur für vorsätzliches oder grob fahrlässiges Verhalten seiner gesetzlichen Vertreter oder Erfüllungsgehilfen. Eine dem Grunde nach bestehende Haftung ist auf vertragstypische, vorhersehbare Schäden begrenzt. Gleiches gilt für eine persönliche Haftung der gesetzlichen Vertreter, Erfüllungs- oder Verrichtungsgehilfen. Die vorstehenden Beschränkungen gelten nicht für Schäden aus der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit, sowie für vertragstypische, vorhersehbare Schäden aus der Verletzung wesentlicher Vertragspflichten.

§ 8 Stornierung von Aufträgen

(1) Ein Onlineauftrag kann kostenlos bis zu drei Wochen vor Schaltungsbeginn schriftlich storniert werden. Wird die Stornofrist nicht eingehalten, ist eine Stornogebühr von 30% des Nettoauf-

tragswerts zu zahlen. Buchungen, die bereits angelaufen sind, können nicht storniert werden.

(2) Anzeigenaufträge können nur schriftlich mit einer Frist von zwei Wochen zum Anzeigenschluss gekündigt werden. Wird die Stornofrist bei Anzeigenaufträgen nicht eingehalten, so ist die Anzeige vollständig zu bezahlen. Der Nachweis eines wesentlich geringeren Schadens bleibt dem Auftraggeber vorbehalten.

II. Besondere Bestimmungen für Online-Medien

§ 9 Bereitstellung der Werbemittel durch Auftraggeber

(1) Der Auftraggeber ist verpflichtet, innerhalb der festgesetzten Fristen vollständige, einwandfreie und geeignete Werbemittel entsprechend dem ihm bei Auftragsbestätigung zugesandten Spezifikationsheet anzuliefern. Etwaige Abweichungen sind mit dem Anbieter unverzüglich schriftlich oder per E-Mail abzustimmen. Die Kosten für nachträgliche Bearbeitung oder Änderung der Werbemittel trägt der Auftraggeber.

(2) Im Falle einer verspäteten Anlieferung der Daten ist eine ordnungsgemäße Erfüllung der Kampagne nicht mehr gewährleistet. Eine Rückvergütung in Form einer Gutschrift ist nicht möglich.

(3) Ein Motivwechsel ist mit dem Anbieter schriftlich oder per E-Mail abzustimmen. Anfallende Zusatzkosten trägt der Auftraggeber.

(4) Die Pflicht des Anbieters zur Aufbewahrung eines Werbemittels endet drei Monate nach seiner letztmaligen Verbreitung. Der Anbieter übernimmt für das gelieferte Werbemittel sowie sonstige Materialien keine Verantwortung und wird diese nur auf gesonderten Wunsch und auf Kosten des Auftragge-

bers an diesen zurückgeben. Soweit bei Auftragserteilung nicht ausdrücklich etwas anderes vereinbart wurde, steht der Anbieter nicht für die Platzierung von Werbemitteln an bestimmten Stellen der Online-Medien ein.

§ 10 Informationspflichten des Anbieters (Zugriffszahlen)

Soweit nichts anderes vereinbart ist, obliegt es dem Anbieter, die Zahl der Zugriffe auf das Werbemittel innerhalb von 10 Werktagen nach Ausführung des Auftrags für den Auftraggeber zum Ab-ruf bereitzuhalten.

§ 11 Gewährleistung des Anbieters

(1) Der Anbieter gewährleistet im Rahmen der vorhersehbaren Anforderungen eine, dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, angemessene 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. Ein Fehler in der Darstellung der Werbemittel liegt insbesondere nicht vor, wenn die Beeinträchtigung 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 bei Dritten

(z. B. anderen Providern), durch unvollständige und/oder nicht aktualisierte Angebote auf so genannten Proxies (Zwischenspeichern) oder durch einen Ausfall des AdServers, der nicht länger als 24 Stunden innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der vertraglich vereinbarten Schaltung andauert. Bei einem Ausfall des AdServers über einen erheblichen Zeitraum 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. Lässt der Anbieter eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist ihm die Ersatzwerbung insbesondere aus Kapazitätsgründen unzumutbar, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Stornierung des Auftrags.

(3) Beruhen etwaige Mängel auf den vom Auftraggeber gelieferten Werbemitteln, so hat der Auftraggeber bei ungenügender Veröffentlichung keine Ansprüche. Der Auftraggeber ist verpflichtet, das veröffentlichte Werbemittel unverzüglich nach Schaltungsbeginn zu überprüfen und etwaige Fehler dem Anbieter binnen einer Woche schriftlich

anzuzeigen. Andernfalls gilt das Werbemittel als genehmigt. Bei Fehlern in wiederholten Werbeschaltungen muss der Auftraggeber vor Veröffentlichung der nächstfolgenden Werbeschaltung auf den Fehler hinweisen.

(4) Reklamationen bei nicht offensichtlichen Mängeln müssen binnen eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, im Übrigen innerhalb von vier Wochen seit erstmaliger Schaltung des Werbemittels, schriftlich gegenüber dem Anbieter geltend gemacht werden.

(5) Werden vereinbarte Ad-Impressions verfehlt, erfolgt soweit möglich und zumutbar, eine Nachlieferung des Anbieters gemäß der mit dem Auftraggeber vereinbarten Kontaktzahlen. In diesem Fall bleibt das Werbemittel weiterhin auf der/den gebuchten Website(s) geschaltet.

(6) Weichen die vom Anbieter und Auftraggeber gemessenen Medialeistungen voneinander ab, sind die vom Anbieter ermittelten Zahlen maßgeblich.

(7) Entfällt die Durchführung eines Auftrags aus Gründen, die der Anbieter nicht zu vertreten hat (etwa aus programmlichen oder technischen Gründen), insbesondere wegen Rechnerausfall, höherer Gewalt, Streik, aufgrund gesetzlicher Bestimmungen, Störungen aus dem Verantwortungsbereich von Dritten (z. B. anderen Providern), Netz-

betreiben oder Leistungsanbietern oder aus vergleichbaren Gründen, so wird die Durchführung des Auftrags nach Möglichkeit nachgeholt. Bei Nachholung in angemessener und zumutbarer Zeit nach Beseitigung der Störung bleibt der Vergütungsanspruch des Anbieters bestehen. Sofern es sich um eine erhebliche Verschiebung handelt, wird der Auftraggeber hierüber informiert.

(8) Bei telefonisch aufgegebenen Aufträgen, Änderungen oder Konkretisierungen haftet der Verlag nicht für Übermittlungsfehler.

§ 12 Kündigung

Der Anbieter ist zur schriftlichen außerordentlichen Kündigung und zur sofortigen Entfernung des Werbemittels insbesondere dann berechtigt, wenn der Auftraggeber seiner Zahlungspflicht trotz zweimaliger Mahnung nicht nachgekommen ist, der Auftraggeber trotz Abmahnung fortgesetzt gegen wesentliche Bestimmungen dieser AGB verstößt, das Werbemittel Rechte Dritter verletzt oder verletzen könnte oder der Auftraggeber das Werbemittel oder die Ziel-URL, auf die verlinkt werden soll, eigenmächtig geändert hat.

III. Besondere Bestimmungen für Anzeigen und sonstige Werbemittel in Printmedien

§ 13 Erscheinen der Anzeige, Positionierung, Produktveränderungen

(1) Der Anbieter steht grundsätzlich nicht für die Aufnahme von Anzeigen in bestimmten Ausgaben oder an einer bestimmten Stelle der Druckschrift ein. Wird Abweichendes vereinbart, so müssen die Anzeigen so rechtzeitig beim Anbieter eingehen, dass dem Auftraggeber noch mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht ausführbar ist.

(2) Der Anbieter ist berechtigt, Produkte und Produktreihen sowie deren Gestaltung zu ändern. Ist die Abweichung unerheblich, verbleibt es bei dem Werbeauftrag. Bei wesentlichen Produktabweichungen ist der Auftraggeber berechtigt, seinen Werbeauftrag zu stornieren. Der Auftraggeber hat für diesen Fall keine Ansprüche, insbesondere auch keinen Aufwendungsersatzanspruch.

§ 14 Druckunterlagen

(1) Für die rechtzeitige Lieferung der Anzeigenvorlage innerhalb der vom Anbieter gesetzten Frist und die einwandfreie Beschaffenheit der Druckunterlagen oder anderen Werbemittel gemäß

den Vorgaben des Anbieters ist allein der Auftraggeber verantwortlich.

(2) Zur Abstimmung von digital gelieferten Unterlagen benötigt der Anbieter einen farbeverbindlichen Ausdruck (Proof). Wird vom Auftraggeber kein Proof angeliefert, sind spätere Farb reklamationen ausgeschlossen.

(3) Die Übersendung von mehr als zwei Farbvorlagen, die nicht termingerechte Lieferung der Druckunterlagen und der Wunsch nach einer von der Vorlage abweichenden Druckwiedergabe können Auswirkungen auf Platzierung und Druckqualität haben und schließen spätere Reklamationen des Auftraggebers aus. Der Anbieter behält sich die Berechnung entstehender Mehrkosten vor. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen kann der Anbieter unverzüglich Ersatz anfordern. Der Anbieter gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Werbemittel, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Druckschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Der Anbieter wird die Ablehnung eines Anzeigenauftrags unverzüglich mitteilen.

(4) Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Anbieter berücksichtigt Korrekturen, die ihm innerhalb der bei Übersendung des

Probeabzugs gesetzten Frist mitgeteilt werden. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Sendet der Auftraggeber Probeabzüge nicht bis zum Fristablauf zurück (Zugang beim Anbieter), so gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt.

(5) Sämtliche Druckunterlagen werden nur auf ausdrückliche schriftliche Anforderung und auf Kosten des Auftraggebers zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung der Druckunterlagen endet drei Monate nach erstmaliger Verbreitung der Anzeige.

(6) Der Anbieter liefert auf Wunsch einen Anzeigenbeleg in Kopie. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Anbieters über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

(7) Angaben des Anbieters zur geplanten Druckauflage und zum Erscheinungstermin der Druckschrift sind unverbindlich. Aufgrund der langen Erscheinungsintervalle bei kartografischen Produkten und Reiseführern und der Abhängigkeit von der Verkaufsentwicklung der im Markt befindlichen Auflage sind Veränderungen der Druckauflagenhöhe sowie des Termins der Fertigstellung möglich.

§ 15

Gewährleistung des Anbieters

(1) Ist die veröffentlichte Anzeige ganz oder teilweise unleserlich, unrichtig oder unvollständig abgedruckt, hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Der Anbieter hat das Recht, eine Ersatzanzeige zu verweigern, wenn diese einen Aufwand erfordert, der in einem groben Missverhältnis zu dem Leistungsinteresse des Auftraggebers steht, oder diese für den Anbieter nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich wäre. Lässt der Anbieter eine ihm zur Ersatzanzeige gesetzte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Stornierung des Anzeigeauftrages. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige ist die Stornierung des Anzeigeauftrages ausgeschlossen. Eine Gewährleistung des Anbieters entfällt, wenn und soweit der Mangel der Veröffentlichung auf einem Mangel der vom Auftraggeber gelieferten Druckvorlagen oder sonstigen Werbemitteln beruht. Reklamationen bei nicht offensichtlichen Mängeln müssen binnen eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, im Übrigen innerhalb von vier Wochen seit Erstveröffentlichung der Anzeige, geltend gemacht werden.

(2) Der Anbieter wird im Fall höherer Gewalt und bei vom Anbieter unverschuldeten Arbeitskämpfmaßnahmen von der Verpflichtung zur Auftrags Erfüllung frei. Schadensersatzansprüche bestehen deswegen nicht.

(3) Bei Betriebsstörungen oder Eingriffen durch höhere Gewalt (z. B. Arbeitskämpfe, Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeine Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen) – sowohl im Betrieb des Anbieters als auch in fremden Betrieben, deren sich der Anbieter zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient – hat der Anbieter Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit mindestens 80 % der geplanten Auflage der vorangegangenen Auflagennummer produziert worden ist. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag verhältnismäßig gekürzt.

(4) Bei telefonisch aufgegebenen Aufträgen, Änderungen oder Konkretisierungen haftet der Anbieter nicht für Übermittlungsfehler.

IV. Schlussbestimmungen

§ 16

Rechtswahl, Erfüllungsort, Gerichtsstand

(1) Entgegenstehende oder von diesen Geschäftsbedingungen abweichende Bedingungen des Auftraggebers werden nicht anerkannt. Die Anerkennung entgegenstehender Bedingungen bedarf der Textform.

(2) Es gilt ausschließlich das Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechts, soweit nicht zwingend die gesetzlichen Vorschriften entgegenstehen.

(3) Sollte eine dieser Bestimmungen nichtig sein oder werden, so wird die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen hiervon nicht berührt.

(4) Erfüllungsort für die Zahlung und Gerichtsstand ist, soweit nicht gesetzliche Vorschriften entgegenstehen, Stuttgart. Gerichtsstand ist Stuttgart auch für Personen, die keinen allgemeinen Gerichtsstand im Inland haben, sowie für Personen, die nach Vertragsabschluss ihren Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt ins Ausland verlegen, oder deren Wohnsitz oder gewöhnlicher Aufenthalt im Zeitpunkt der Klageerhebung nicht bekannt ist.

§ 17

Datenschutz

Der Werbeauftrag wird unter Berücksichtigung der geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen abgewickelt.

Rabattstaffeln

| Malstaffel | |
|-----------------------------|--------------|
| 3 Anzeigen | 3 % Rabatt |
| 6 Anzeigen | 5 % Rabatt |
| 9 Anzeigen | 7,5 % Rabatt |
| 12 Anzeigen | 10 % Rabatt |
| 18 Anzeigen | 15 % Rabatt |
| 24 Anzeigen | 20 % Rabatt |
| [ausgenommen Kleinanzeigen] | |

| Volumenstaffel [Jahresvolumen/Kunde] | |
|--------------------------------------|---------------|
| ab 10.000,- € | 3 % Rabatt |
| ab 25.000,- € | 5 % Rabatt |
| ab 75.000,- € | 10 % Rabatt |
| ab 150.000,- € | 12,5 % Rabatt |
| ab 250.000,- € | 15 % Rabatt |
| ab 500.000,- € | 20 % Rabatt |

Ihr direkter Draht.

Leitung

Marc Hiller
Geschäftsbereichsleitung
Telefon: 0711/4502-440
E-Mail: m.hiller@mairdumont.com

Media Management

Anja Lohmann
Leitung Media Management &
Media Technologien
Telefon: 0711/4502-486
E-Mail: a.lohmann@mairdumont.com

Simone Weiss
Media Manager Print
Telefon: 0711/4502-1062
E-Mail: s.weiss@mairdumont.com

Stephanie Roller
Assistenz Media Management Print
Telefon: 0711/4502-1013
E-Mail: s.roller@mairdumont.com

Gaby Nitzsche
Campaign Manager
Media Management Digital
Telefon: 0711/4502-2737
E-Mail: g.nitzsche@mairdumont.com

Julia Landgraf
Junior Campaign Manager
Media Management Digital
Telefon: 0711/4502-4309
E-Mail: j.landgraf@mairdumont.com

Caroline Deus
Assistenz
Media Management Digital
Telefon: 0711/4502-2736
E-Mail: c.deus@mairdumont.com

Sarah Hazzouri
Assistenz
Media Management Digital
Telefon: 0711/4502-4243
E-Mail: s.hazzouri@mairdumont.com

Partner & Portfolio Management

Andre Mornhinweg
Head of Partner &
Portfolio Management
Telefon: 0711/4502-496
E-Mail:
a.mornhinweg@mairdumont.com

Svenja Huber
Junior Partner & Portfolio Manager
Telefon: 0711/4502-1437
E-Mail: s.huber@mairdumont.com

Gunther Motz
Junior Partner & Portfolio Manager
Telefon: 0711/4502-4303
E-Mail: g.motz@mairdumont.com

Stefan Riether
Junior Partner & Portfolio Manager
Telefon: 0711/4502-4306
E-Mail: s.riether@mairdumont.com

Datenlieferung per Post (CD-ROM)

MAIRDUMONT GmbH & Co. KG
Abt. MAIRDUMONT MEDIA
Media Management
Marco-Polo-Straße 1
73760 Ostfildern

Datenlieferung per E-Mail

Print
daten@mairdumont.com

Online/Mobile
ads@mairdumont.com

Verlagsanschrift

MAIRDUMONT GmbH & Co.KG
Marco-Polo-Straße 1
73760 Ostfildern

Fax: 0711/4502-1012
media.mairdumont.com

trips.

ADAC
Kartografie



Baedeker

beo
Local



Dorling Kindersley

DUMONT



KOMPASS

lonely planet

MARCO POLO

NATIONAL
GEOGRAPHIC



reiseplanung.de



skyscanner



STEFAN LOOSE
TRAVEL HANDBÜCHER



tiSCOVER.com



Ganz so hat mein Urlaub.



urlaub.de

Endlich Urlaub.



VerkehrsmittelVergleich.de

Schnell und günstig von A nach B



tripwolf
hungry for travel



wellness.info



MAIRDUMONT
MEDIA

Keine Umwege.