

# Online-Mediadaten

Portale luebeck.de und travemuende.de



Stand: August 2009

## 1 Über das Portal luebeck.de

Seit dem ersten Launch von [www.luebeck.de](http://www.luebeck.de) im Herbst 1995 betreut die LYNET Kommunikation AG die verschiedenen öffentlichen Themenportale der Hansestadt Lübeck. Mit derzeit knapp sechs Millionen Page Impressions (Stand: August 2009) ist [luebeck.de](http://luebeck.de) eines der reichweitenstärksten Online-Medien für Lübeck und Umgebung. Ein fortlaufend aktualisiertes und vielfältiges Informationsangebot macht [luebeck.de](http://luebeck.de) zu einem unverzichtbaren Informationsportal für eine halbe Million Bewohner des Einzugsgebietes sowie über eine Million Besucher jährlich.

Neben den kommunalen Informationen eines Stadtportals sind vielfältige Angebote zu Themen wie Kultur, Bildung, Veranstaltungen, Shopping, Gastronomie, Hotels oder Tourismus enthalten. Damit können potentielle Kunden in affinem redaktionellem Umfeld ohne große Streuverluste direkt adressiert werden.

Da [luebeck.de](http://luebeck.de) größtenteils werbefinanziert ist, sind vielfältige Werbeformen möglich. Neben der seit langem genutzten Schaltung von Text-Links können klassische Bannerwerbung und Sonderwerbeformen wie Content-Integration, Guide-Einträge, Veranstaltungshinweise, Gewinnspiele und vieles mehr gebucht werden. Inhaltlich sollten Werbeangebote grundsätzlich dem Charakter von [luebeck.de](http://luebeck.de) entsprechen. Für ein individuelles Angebot für Ihre Präsenz auf [luebeck.de](http://luebeck.de) stehen Ihnen die Ansprechpartner bei LYNET sowie die exklusiv beauftragten Vermarktungspartner jederzeit gerne zur Verfügung.

## 2 Konditionen

Grundlage Ihrer Werbeschaltung in den Portalen [luebeck.de](http://luebeck.de) und [travemuende.de](http://travemuende.de) sind die online abrufbaren Allgemeinen Geschäftsbedingungen des Lübeck Fensters (AGB) sowie die Bedingungen für Online-Werbeschaltungen (BOW). Beide sind abrufbar unter <http://media.luebeck.de/agb>.

Alle vertragsrelevanten Vereinbarungen haben schriftlich zu erfolgen. Dies gilt für alle Angebote, Aufträge oder weitergehende Vereinbarungen. Zeichnungsberechtigt sind einzig die offiziellen Vermarktungspartner sowie Vertreter der LYNET Kommunikation AG. Mündliche Nebenabreden sind nicht zulässig.

Ansprechpartner für vertragliche Fragen ist LYNET Kommunikation AG, Bereich Online-Werbung, Fünfhausen 1, 23552 Lübeck, Telefon 0451-6131-310.

Nachfolgend finden Sie eine tabellarische Übersicht der wichtigsten Rahmendaten zu den verschiedenen Werbeformen mit den jeweiligen Preisen. Sondervereinbarungen sind im Rahmen von Projekten jederzeit möglich.

### 2.1.1 Text-Links

Diese auch als „Sponsored Links“ bezeichnete Werbeform ermöglicht die Gestaltung eines textuellen Werbeeintrags, von dem aus eine Zieladresse angesprungen werden kann. Durch diese sehr dezente Form einer inhaltlichen Integration kann Ihr Werbeeintrag an optimaler Stelle platziert werden und zugleich die hohe Popularität des Portals für das Suchmaschinen-Rating mit genutzt werden. Text-Links werden grundsätzlich pauschal abgerechnet und in der Regel für einen Zeitraum von 12 Monaten gebucht. Die automatische Verlängerung kann gleich mit vereinbart werden.

Text-Links	Textlänge in Zeichen (inkl. Leerzeichen)	Preis (pauschal)
Empfehlungen, Preisgruppe 1	max 50 Z.	€ 150,00
Empfehlungen, Preisgruppe 2	max 50 Z.	€ 25,00
Empfehlungen, Preisgruppe 3	max 50 Z.	€ 15,00
Anbieterlisten, Preisgruppe 1	max 250 Z.	€ 25,00
Anbieterlisten, Preisgruppe 2	max 250 Z.	€ 15,00
Anbieterlisten, Preisgruppe 3	max 250 Z.	€ 8,00

Inhalt und Gestaltung der Texte sollten zum Charakter des Portals passen. Im Zweifelsfall gibt LYNET weitere Auskünfte.

Welcher Preisgruppe eine Seite zugeordnet ist, lässt sich leicht ermitteln: Im Fuß jeder Seite findet sich ein entsprechender Code. Eine Übersicht und die detaillierte Erklärung der Preisgruppen findet sich unter <http://media.luebeck.de/preisgruppen>.

Alle Preisangaben richten sich ausschließlich an Gewerbetreibende und sind daher grundsätzlich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer angegeben.

Beispiel	
Werbeform:	Text-Link, Empfehlungen, Preisgruppe 2
Platzierung:	/tourismus/sightseeing/stadtrundfahrt/
Werbekontakte:	ca. 4.000 p.M.
Preis:	€ 300,00 (€ 25,00 x 12)
Werbezeitraum:	12 Monate
TKP*:	ca. € 6,25

\*Tausendkontaktpreis

## 2.1.2 Banner-Werbung

Über die rein textuelle Werbung in Form von Text-Links hinaus kann Ihre Werbebotschaft in vielfältiger Weise in Form eines Multimedia-Banners integriert werden. Hierzu haben sich in Online-Werbemedien Standardformate herausgebildet, die sehr unterschiedliche Eigenschaften aufweisen. Je nach Art und Zielgruppe Ihrer Kampagne können sie gezielt als Kommunikationselement eingesetzt werden.

Neben klassischen Bannern in Form statischer oder animierter Grafiken sind diese als Flash- oder DHTML-Banner möglich. Durch Verwendung dieser Skriptsprachen lassen sich Bewegung sowie interaktive Funktionen integrieren.

Gerne bieten wir auch die Gestaltung und Programmierung dynamischer Banner an. Übermitteln Sie uns diesbezüglich gerne Ihre Vorstellung. Nachfolgend finden Sie übersichtsartig die wichtigsten Produkte sowie die jeweiligen Preise.

Banner-Werbung	Größe	Preis (TKP*)
Button	156 x 60px, 15kB	€ 20,00
Fullsize-Banner	468 x 60px, 30kB	€ 22,50
Superbanner	728 x 90px, 30kB	€ 30,00
Skyscraper	160 x 600px, 30kB	€ 40,00
Wallpaper		€ 60,00
Pop-Up	max. 450 x 450px, 30kB	€ 40,00
Pop-Under	max. 450 x 450px, 30kB	€ 40,00
Expandable Super-Banner	eingeklappt 728 x 90px, 30kB	€ 40,00
Layer Ad	400 x 400px, 30kB	€ 50,00
Content Ad	300 x 250px, 30kB	€ 50,00
Stichwort-Button**	156 x 60px, 15kB	€ 40,00 oder pauschal
Stichwort-Banner**	468 x 60px, 30kB	€ 60,00 oder pauschal

\*\*Einblendung nur bei Ausführung einer entsprechenden Suchanfrage

\* Tausender-Kontakt-Preis = Kosten, die für 1.000 Werbekontakte berechnet werden

Inhalt und Gestaltung der Banner sollten zum Charakter des Portals passen. Im Zweifelsfall gibt LYNET weitere Auskünfte.

Alle Preisangaben richten sich ausschließlich an Gewerbetreibende und sind daher grundsätzlich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer angegeben.

<b>Beispiel</b>	
Werbeform:	Button
Platzierung:	<a href="http://www.travemuende.de/tourismus/index.html">http://www.travemuende.de/tourismus/index.html</a>
Werbekontakte:	ca. 13.000 p.M.
Preis:	€ 780,00 (€ 260,00 x 3)
Werbezeitraum:	3 Monate
TKP*:	€ 20,00

### 2.1.3 Sonderwerbeformen

Die hohe Flexibilität des Mediums Internet ermöglicht auch in den Inhaltsbereichen die werbliche Integration von Angeboten. Diese sind deutlich von den hoheitlichen Inhalten abgegrenzt und heben sich in der Regel zusätzlich hervor. Neben Teaserelementen, die aus einer Kombination von Bild und HTML-Text bestehen sind dies vor allem Microsites, die für einen bestimmten Zeitraum eine oder mehrere vollständige HTML-Seiten innerhalb des Portals vorhalten.

Das Entgelt für diese Angebote wird in der Regel pauschal vereinbart, je nach Umfang und Platzierung findet sich auch für schlanke Etats eine Möglichkeit, direkt im Inhaltsbereich zu werben.

<b>Werbeform</b>	<b>Spezifikationen</b>	<b>Preis (pauschal)</b>
Teaser	abgegrenzter Kasten im Inhaltsbereich	€ 60,00 - € 400,00
Microsite/Advertorial	eigene Microsite im Look&Feel des Portals, inkl. 2 Teasern	ab € 600,00

Inhalt und Gestaltung der Werbeelemente sollten zum Charakter des Portals passen. Im Zweifelsfall gibt LYNET weitere Auskünfte. Umsetzung und Einrichtung der Microsite werden ggf. zusätzlich in Rechnung gestellt.

Alle Preisangaben richten sich ausschließlich an Gewerbetreibende und sind daher grundsätzlich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer angegeben.

<b>Beispiel</b>	
Werbeform:	Teaser
Platzierung:	<a href="http://www.luebeck.de/aktuelles/presse/fotoarchiv/">http://www.luebeck.de/aktuelles/presse/fotoarchiv/</a>
Werbekontakte:	ca. 12.500 p.M.
Preis:	€ 500,00
Werbezeitraum:	3 Monate
TKP*:	€ 13,33

## 2.2 *Rabattkonditionen*

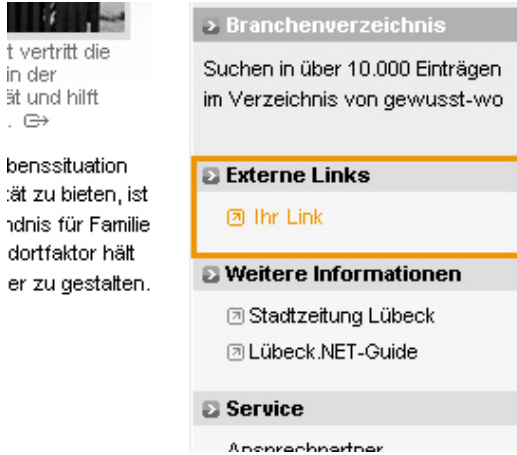
Bei Ihrer Schaltung können auf das Jahr bezogen bei umfassender Beauftragung Rabatte bis zu 25% von den Preisen abgezogen werden. Voraussetzung ist, dass eine bestimmte Summe pro Kalenderjahr erreicht wird.

<b>Umsatzvolumen p.a.</b>	<b>Rabatt</b>
ab € 2.500,00	5,00%
ab € 5.000,00	7,50%
ab € 10.000,00	10,00%
ab € 25.000,00	25,00%

Die Rabatte werden mit Erreichen nach Bezahlung gutgeschrieben. Bitte sprechen Sie uns auf die genauen Abwicklungsmodalitäten an.

### 3 Werbeformen

#### 3.1 Text-Links



#### Empfehlungen

Wir tragen für Sie einen Hyperlink in das LÜBECK-Fenster unter <http://www.luebeck.de> oder <http://www.travemuende.de> ein. Ihr Link erscheint dann unter "Externe Links" oder einer ähnlichen Kategorie in der rechten Spalte auf der jeweiligen Seite. Der Eintrag erfolgt als textueller Link in bestimmten Kategorien, z.B. der Homepage oder einer bestimmten Inhaltsseite. So gelangen Besucher des LÜBECK-Fensters direkt auf die Seite Ihres Unternehmens. Die Abrechnung erfolgt jährlich zum Festpreis.



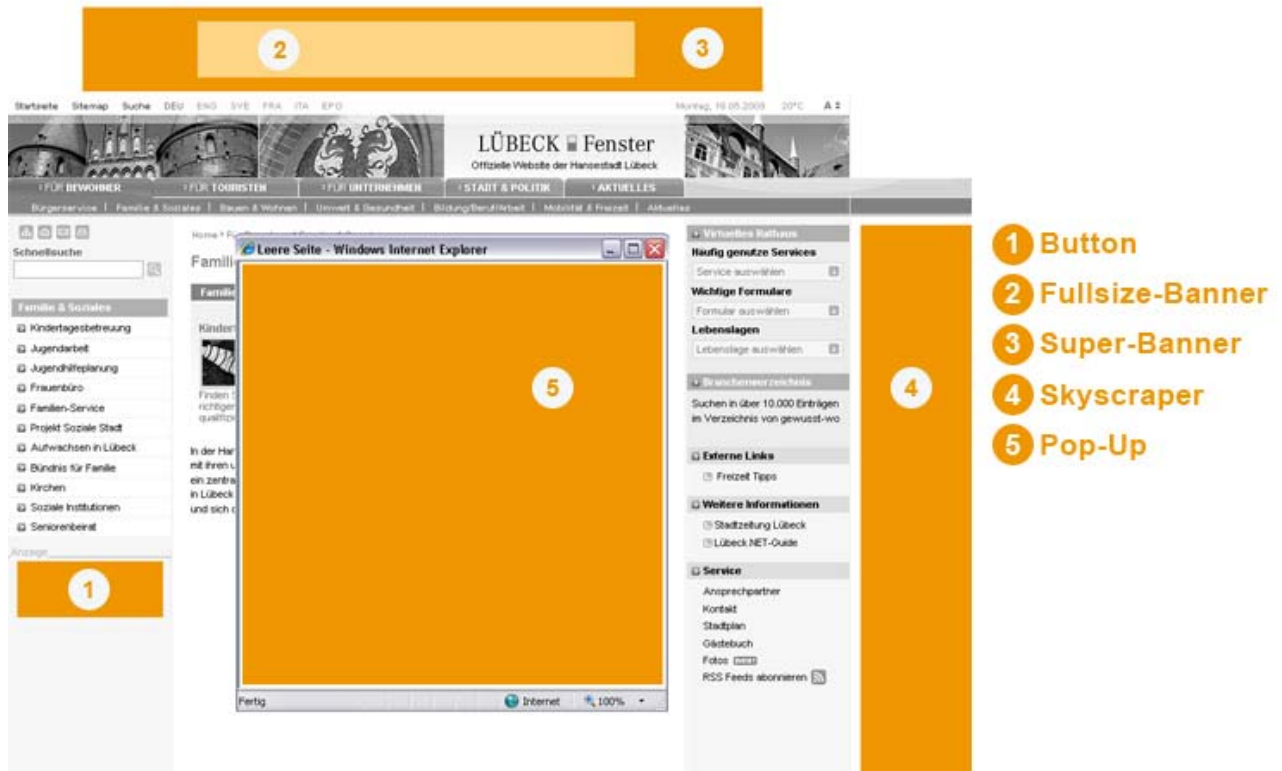
#### Anbieterlisten

Ihr Link erscheint in einer bestimmten Auflistung von Anbietern, wie z.B. Ferienwohnungen, Hotels, Handwerkern inklusive eines kurzen Beschreibungstextes (max. 250 Zeichen).

Der Eintrag erfolgt in Textform in definierten Kategorien, z.B. auf der Homepage oder einer speziellen Inhaltsseite. So gelangen Besucher des LÜBECK-Fensters direkt auf die Seite Ihres Unternehmens.



### 3.2 Bannerwerbung



Wenn Inhalte oder Banner nicht dem Charakter des Portals entsprechen, können Sie ohne Angabe von Gründen zurückgewiesen werden. Sofern die Schaltung auf verschiedenen Seiten erfolgt, können diese unter Verwendung des Rotationsprinzips auf den gewünschten Seiten eingeblendet werden.



#### Button

156 x 60 Pixel

In der linken oder rechten Spalte können verlinkte Bilder positioniert werden, die mit einem Link unterlegt sind. Möglich sind Dateiformate wie JPEG, GIF oder auch Flash.





## FullsizeBanner

468x60 Pixel

Der Banner wird oberhalb der Hauptnavigation oder teilweise im Inhaltsbereich platziert. Verwendet werden können Dateiformate wie JPEG, GIF oder auch Flash und DHTML.



## SuperBanner

728x90 Pixel

Der große Banner wird oberhalb der Hauptnavigation platziert. Mit diesem Werbeformat kann durch seine Platzierung am Anfang der Seite maximale Aufmerksamkeit erreicht werden. Als Dateiformate sind JPEG, GIF oder Flash und DHTML möglich.



## Skyscraper

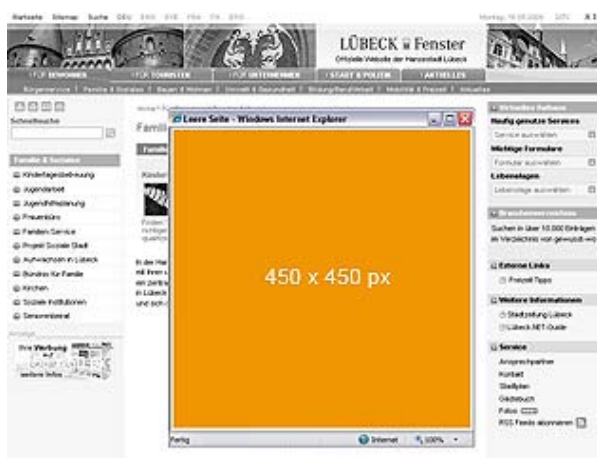
120x600 Pixel

Der Skyscraper wird rechts neben dem Content platziert. Durch die Flexibilität der Gestaltung sind auf Wunsch auch alternative Formate möglich. Als Dateiformate können JPEG, GIF oder Flash und DHTML verwendet werden.



## Wallpaper

Eine Kombination aus einem Superbanner und Skyscraper. Das Wallpaper ist ein absoluter Aufmerksamkeitsfänger: über die gezielte Kombination verschiedener Werbemittel lassen sich eindrucksvolle Effekte erzielen. Sie können Ihrer Kreativität auf der großen Werbefläche freien Lauf lassen. Folgende Dateiformate sind verwendbar: JPEG, GIF, Flash und DHTML.



## PopUp

Frei wählbar, max. 450x450 Pixel

Bei dieser Werbeform öffnet sich bei jedem Aufruf der Seite ein zusätzliches Browserfenster im Vordergrund. PopUps sind weit verbreitet und eines der aufmerksamkeitsstärksten Werbemittel. Verwendet werden können für PopUps Dateiformate wie JPEG, GIF, Flash oder HTML, DHTML.



## PopUnder

Frei wählbar, max. 450x450 Pixel

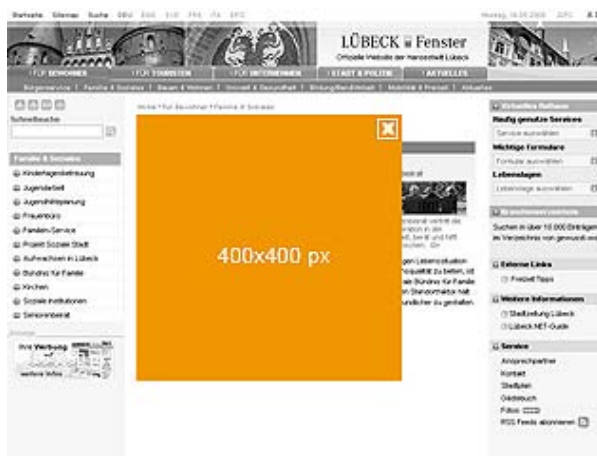
Wenn eine Seite aufgerufen wird öffnet sich beim Seitenaufruf ein weiteres Browserfenster im Hintergrund. Dieses Werbemittel ist aufmerksamkeitsstark und gleichzeitig sehr dezent und weniger aufdringlich für den User. Verwendet werden können Dateiformate wie JPG, GIF oder auch Flash, DHTML, HTML.



### Expandable Super-Banner

Ausgangsformat 728x90 Pixel, MouseOver-Format nach Vereinbarung

Dieses Werbemittel entspricht einem Super-Banner, vergrößert jedoch seine Fläche beim MouseOver und klappt sich ein, wenn der Mauszeiger die Werbefläche wieder verlässt. In der Regel wird für dieses Werbemittel Flash oder DHTML verwendet.



### Layer Ad

Frei wählbar, max. 400x400 Pixel

Kurzfristig legt sich der Layer über den Content-Bereich der Website und verschafft so eine besonders hohe Aufmerksamkeit. Diese Werbemaßnahme eignet sich besonders für Branding-Kampagnen. Der Layer kann vom User aktiv geschlossen werden und schließt sich nach spätestens einer definierten Anzahl von Sekunden automatisch. Mögliche Dateiformate sind JPG, GIF, Flash und DHTML.



### Content Ad

300x250 Pixel

Das Content Ad soll sich möglichst gut mit dem redaktionellen Inhalt der Website verbinden. Daher wird das Werbeelement direkt in den Content eingebettet. Der Vorteil dieser Werbemaßnahme besteht darin, dass die Nutzer sich nicht so sehr von der Werbung gestört fühlen. Hier sind Dateiformate wie JPG, GIF, Flash und auch DHTML möglich.



### Stichwort Button

170 x 70 Pixel

Hierbei handelt es sich um ein verlinktes Image in der linken oder rechten Navigationsspalte. Der Banner erscheint automatisch bei der Eingabe eines Suchbegriffs wie z.B. Hotel.

Für Stichwort-Buttons sind Dateiformate wie JPG, GIF und Flash möglich. Es sind mehrere Suchbegriffe möglich.



### Stichwort Banner

468x60 Pixel

Ähnlich wie der Stichwort Button wird auch dieses Werbemittel nach der Eingabe eines Suchbegriffs eingeblendet. Er wird in der Regel oberhalb der Hauptnavigation platziert.

Für Stichwort-Buttons sind Dateiformate wie JPG, GIF und Flash möglich. Für die Ansteuerung können mehrere Suchbegriffe angegeben werden.



### 3.3 Sonderwerbformen



#### Teaser

Größe nach Vereinbarung

Der Teaser ist ein kleiner abgegrenzter Kasten im redaktionellen Inhaltsbereich. Er setzt sich aus einem Bild und einem kurzen Text (max. 125 Zeichen) zusammen.

Das Element führt thematisch zum beworbenen Produkt hin und macht dadurch neugierig.



#### Microsite/Advertorial

Größe nach Vereinbarung

Innerhalb des LÜBECK-Fensters erhalten Sie eine eigene Seite oder mehrere Seiten, so dass Ihre Inhalte thematisch sehr nah am Kontext des Portals wahrgenommen werden.

Diese sehr erfolgreiche Werbform ermöglicht es, den Nutzer mit detaillierten, besonders zielgruppengerechten Informationen und Inhalten zu versorgen. In der Regel wird der Benutzer über verschiedenartige Elemente (z.B. Anrisse, Fachartikel etc.) auf tiefere Inhalte auf Ihrer Site weitergeleitet.

## 4 Buchungsoptionen und Targeting

Um den Charakteristika Ihrer Zielgruppen besonders gut zu entsprechen und zugleich eine optimale Ansprache zu ermöglichen, bieten wir unterschiedliche Buchungsoptionen für Platzierung und Targeting innerhalb der Portale.

### 4.1 Platzierungsmöglichkeiten

#### **Festpreis-Buchung**

Sofern für dieses Werbemittel verfügbar, zahlen Sie einen festen Betrag für einen definierten Zeitraum. Dies ermöglicht Ihnen eine besonders gute Planung Ihrer Kampagnenkosten und gibt größtmögliche Sicherheit.

#### **Festplatz-Buchung**

Für einen festgelegten Zeitraum wird Ihr exklusives Werbemittel in einer oder mehreren Belegungsbereichen eingeblendet. Sie bezahlen nach Auslieferung der Werbemittel, maximal jedoch die gemeinsam festgelegte Maximalgrenze von Einblendungen.

#### **Volumen-Buchung**

Für eine vorher definierte Anzahl von Sichtkontakten und einen festen Zeitraum wird Ihr Werbemittel in einem oder mehreren Bereichen eingeblendet. Sie zahlen die Menge der Einblendungen. Ebenso ist eine beliebige Streuung zwischen den Bereichen innerhalb des Portals möglich (Run of Site).

### 4.2 Targeting

Um eine weitere Eingrenzung der Zielgruppe zu erreichen, können Werbeschaltungen durch Targeting-Optionen nur an bestimmte User erfolgen. Dabei unterscheiden wir Geotargeting, bei dem anhand der Lokation des Users eine Auslieferung erfolgt sowie Technik-Targeting, wo eine Auswertung der technischen Plattform des Benutzers erfolgt. Es kann unterschieden werden nach Browser (Programm und Version), Betriebssystem (Hersteller und Version), Netzanbieter (Provider) und der installierten FlashVersion. Die Wirksamkeit dieser Methoden hängt sehr stark von bestimmten nutzerseitigen Parametern ab.

Für Targeting innerhalb der bei unserem Adserver verfügbaren Optionen berechnen wir einen Aufpreis in Höhe von € 7,50 je TKP.

## 5 Technische Spezifikationen

Nachfolgend finden sich einige wichtige Hinweise, in welcher Form Werbeträger anzuliefern sind und welche Kriterien sie erfüllen sollen. Sie können uns jederzeit bezüglich weiterer Informationen kontaktieren.

### 5.1 *Adobe Flash*

Sofern Sie Banner im Flash-Format anliefern, sollten Sie die nachfolgenden Anforderungen unbedingt beachten.

Die von Ihnen gelieferte swf-Datei sollte möglichst alleine lauffähig sein. Um dies zu erreichen, sollten Sie alle Funktionen ins ActionScript einbauen. Es darf kein Ton enthalten sein.

Sofern die swf-Datei JavaScript zur Steuerung verwendet, so sind die Scripte bei der Anlieferung beizulegen und entsprechend zu kommentieren. Werden zur Steuerung FSCCommands verwendet, so ist anzugeben, auf welchen Plattformen (OS und Browserversionen) das Script getestet wurde.

Nach Abstimmung können auch die Scripts des LÜBECK-Fensters verwendet werden, mit dem Vorteil, dass diese in Bezug auf die Kompatibilität zum Gesamtsystem und den Systemen des Anwenders getestet sind.

Damit wir über den AdServer Klicks auf Ihr Werbemittel tracken können, wird das „clickTag“ Parameter verwendet. Folgendes ActionScript für den Button leistet dies:

```
on (release) {      getUrl (clickTag, "_blank");  }
```

Ebenso muss neben der Ziel-URL die notwendige FlashPlayer Version angegeben werden.

### 5.2 *JavaScript*

Eventuell genutzte Variable Namen oder Funktionen sollten eindeutig benannt sein. Nur so können Komplikationen mit anderen JavaScript Includes vermieden werden. Unsere Empfehlung ist, mit einer eigenen Kennzeichnung wie etwa dem Kürzel der Firma zu arbeiten.

Sofern eigene Funktionen verwendet werden, müssen diese bei Anlieferung der Werbemittel kommuniziert werden. Dabei haben Funktionsnamen eindeutig zu sein. Auch hier ist die Firmenkennung im Funktionsnamen sinnvoll, um Überschneidungen mit Funktionen in der Site zu vermeiden.

Ein Eingreifen über Javascript in die Funktionalität der Site ist nicht gestattet. Sofern Formularfelder ein- oder ausgeblendet werden sollen, ist dies im Vorfeld abzuklären und muss bei Anlieferung kommuniziert werden!

### 5.3 *3rd Party Redirects*

Alle standardisierten Werbeformate und Werbemitteltechnologien können über einen 3rd Party Adserver ausgeliefert werden. Grundsätzlich müssen die nachfolgenden technischen Voraussetzungen für 3rd Party Ads gegeben sein:



Die Verlinkung muss ein neues Fenster öffnen und wird über getURL und „clicktag“ angesprochen.

Die Möglichkeit der Übergabe einer Redirect URL muss gegeben und dokumentiert sein, so dass wir die Klicks mitzählen können.

3rdParty Redirects müssen im Format <script><noscript> angeliefert werden, wobei folgende Informationen enthalten sein müssen:

- URL des Skripts, der Alternativ Grafik und des HTMLCodes
- Angabe der Ziel-URL
- Bei swf-Dateien: Angabe der notwendigen FlashPlayer Version
- Bei swf-Dateien: Werden FSCommands zur Steuerung verwendet, so muss angegeben werden auf welchen Plattformen (OS und Browserversionen) die Lauffähigkeit getestet wurde

Weitere Hinweise zur Verwendung von 3rd Party Redirects erfragen Sie bitte bei unserem Support-Center.

## ***5.4 Spezifikationen für besondere Werbemittel***

### **5.4.1 Wallpaper**

Der Hintergrund kann entweder einfarbig, mit einem Verlauf oder mit verschiedenen dezenten Grafiken oder Mustern eingefärbt werden. Der Content-Bereich (i.d.R. 3 Spalten) bleibt immer unverändert. Der Superbanner kann, wenn gewünscht, soweit nach rechts verschoben werden, dass es an ein auf dem Skyscraperplatz platzierten Werbemittel anstößt. 3rdParty Redirects sind hier nicht möglich. Verwendet werden können normale grafische Formate (GIF oder JPEG) sowie Flash.

Weitere Werbemittel können auf dem Skyscraperplatz in beliebiger Größe eingesetzt werden. Dabei können grafische Formate (wie GIF oder JPG), RichMedia, Flash und auch 3rdParty Redirect genutzt werden. Auch die Verbindung mit einem Popup oder einem FlashLayer kann vorgenommen werden.

Für Flash beachten Sie bitte unbedingt die technischen Spezifikationen (siehe Kapitel 5.1). Jedes einzelne verwendete Werbemittel darf die unter 2.1.2 angegebene Größe in Kilobytes nicht überschreiten.

Das Wallpaper besitzt in der Gestaltung eine hohe Flexibilität, so dass wir weitestgehend auf die Wünsche des Werbepartners eingehen können. Nehmen Sie bitte frühzeitig, möglichst 1-2 Wochen vor Kampagnenstart Kontakt zu uns auf!

### **5.4.2 Expandable Super-Banner**

Diese Werbemittel vergrößert seine Fläche beim MouseOver und erreicht beim MouseOut wieder seine Originalgröße.

Verwendet werden können grafische Formate wie gif, jpg und Flash, sowie RichMediaFormate. Für Flash gelten dieselben Spezifikationen wie im Abschnitt über FlashLayer beschrieben, jedoch ohne weitere Steuerdateien.

Der Ausklapp-Effekt sollte bereits in der swf-Datei enthalten sein. Die Verwendung von 3rdParty Redirects ist nicht möglich. Für Flash beachten Sie bitte unbedingt die technischen Spezifikationen (siehe Kapitel 5.1). Jedes einzelne verwendete Werbemittel darf die unter 2.1.2 angegebene Größe in Kilobytes nicht überschreiten.

Die Höhe in ausgeklapptem Zustand wird individuell vereinbart. Nehmen Sie bitte frühzeitig, möglichst 1-2 Wochen vor Kampagnenstart Kontakt zu uns auf!

### 5.4.3 Flash Layer

Folgende Anforderungen werden an den Flash Layers gestellt:

Der Benutzer muss den Layer über einen 'CloseButton' selbstständig schließen können. Spätestens nach 5 Sekunden muss sich der Layer selbst schließen.

Die Positionierung des Layers im Portal erfolgt nach Absprache. Ton wie bei allen Flash-Bannern nicht möglich.

Für die Anlieferung sind zwei Varianten möglich: Anlieferung als swfDatei (siehe 5.1) oder 3rd Party-Redirect (siehe 5.3).

### 5.4.4 Weitere Werbemittel

Zu den nicht genannten Werbemitteln können wir Ihnen gerne bei Bedarf weitere Informationen zukommen lassen. Bitte sprechen Sie uns diesbezüglich oder im Falle weitergehender Fragen gerne an.

## 6 Ihr Kontakt zu luebeck.de

Die Vermarktung der Werbemittel innerhalb des LÜBECK-Fensters erfolgt ausschließlich über LYNET Kommunikation AG und deren Partner.

E-Mail : [sales@lynet.de](mailto:sales@lynet.de)

Post: LYNET Zentrale Lübeck, Fünfhausen 1, 23552 Lübeck,  
Postfach 1534, 23504 Lübeck  
Bürozeiten: Mo-Do 9:00 - 18.00, Fr 9:00 - 17.00

Tel: 04 51 - 61 31 - 310

Fax: 04 51 - 61 31 - 333

Die jeweiligen Ansprechpartner und weitere Informationen finden Sie unter <http://media.luebeck.de> sowie <http://www.lynet.de>.

## 7 Glossar Online Werbung

### **Ad-Clicks**

Anzahl mit der Maus ausgewählter (Klick) Banner oder Links, durch die ein Internet-User auf die Website eines Werbenden gelangt. Das Verhältnis zwischen Klicks und Seiteneinblendungen gibt die jeweilige Ad-Click-Rate an.

### **Ad-Impressions**

Menge der Einblendungen einer Werbeform auf einer Site. Diese Kontaktanzahl wird auch als Abrechnungsbasis zwischen Werbeträgern und Werbungtreibenden verwendet.

### **Ad-Server**

Die Verwaltung der Banner von Werbekunden erfolgt auf diesem spezialisierten Internet-Server. Wird eine Webseite durch einen Benutzer aufgerufen, überträgt diese Serversoftware automatisch die gewünschten Banner auf die jeweilige Seite. Zugleich sind Überwachung und Erfolgskontrolle von Bannerkampagnen möglich (Statistikfunktion).

### **Advertorial**

Zusammenstellungen einer redaktionell aufbereiteten Werbung bestehend aus Texten, Fotos und Videos. Dabei wird das Look and Feel des Portals erhalten. Dies ist z.B. für erklärungsbedürftige Produkte eine sehr geeignete Werbeform. Das positive Image des Portals wird unmittelbar auf den Werbungtreibenden übertragen. Daher besteht auch eine hohe Akzeptanz für diese Form der Werbebotschaften im redaktionellen Umfeld.

### **Banner**

Grafische Werbeflächen im Internet werden in der Regel als Banner bezeichnet. Diese sind üblicherweise mit der Internet-Site des Werbungtreibenden verlinkt.

### **Button**

Kleiner Banner, der in der Regel direkt unter der Navigationsleiste oder in der rechten Spalte platziert ist. Form und Größe sind vorgegeben. Buttons sind kleiner als Banner und verweisen z.B. auf Sonderthemen oder Anbieter mit Bezug zum Thema der Seite.

### **Content**

englischer Begriff für Inhalte. Wird verwendet um die redaktionellen Inhalt einer Internetseite von Navigation und dem optischen Rahmen zu unterscheiden.

### **DHTML-Banner**

Die Abkürzung DHTML steht für Dynamic Hypertext Markup Language und stellt eine Kombination aus HTML, JavaScript und CSS dar. Mit Hilfe dieser Elemente können Internet-Seiten dynamisch gestaltet werden. In der Verwendung für Banner können diese gegenüber normalen, statischen Bannern erweiterte Funktionalität oder Anzeigeeffekte aufweisen.

### **LayerAd**

Grafische Fläche, die über den Inhalt der Seite eingeblendet wird und diesen überdeckt. Nach einiger Zeit schließt sich das LayerAd von selbst. Vorher kann es durch einen Schließen-Button geschlossen werden, so dass der eigentliche Inhalt der Seite wieder sichtbar wird.

### **Microsite**

Diese kleine Website besteht aus einer oder wenigen HTML-Seiten. Sie erscheint meist nach dem Klick auf eine Werbeanzeige. Dabei wird jedoch nicht zur Hauptwebsite des Werbetreibenden verlinkt, sondern im Umfeld des Portals eine Mini-Website aufgerufen. So können Besucher gezielter geführt werden und erhalten schon vor dem Aufruf der Unternehmenswebsite umfassende oder optisch besonders aufbereitete Informationen. Häufig werden Websites für ein spezielles Produkt oder eine abgegrenzte Kommunikationsaufgabe erstellt.

### **Page-Impressions**

Anzahl der abgerufenen HTML-Seiten eines Internet-Angebots oder Anruhzahl auf eine einzelne Seite. Damit lässt sich ermitteln, wie viele Nutzer die Seite angeschaut haben.

### **Targeting**

Nach bestimmten Kriterien gesteuerte Strategie, die Werbemittel nur klar unterschiedenen Zielgruppen auszuliefern. Dies kann etwa für eine bestimmte Region, bestimmte Browserplattformen oder der Zeitpunkt der Nutzung sein.

### **TKP**

Abkürzung für Tausender-Kontakt-Preis, eine Einheit, die angibt, welche Kosten für 1.000 Werbekontakte berechnet werden. Diese Einheit ist auch für nicht digitale Werbemittel gebräuchlich.

### **Unique User**

Anstelle der Ermittlung von Visits wird mit dieser Technik jeder einzelne Besucher in einem bestimmten Zeitraum nur einmal gezählt. Dabei ist es unerheblich, wie oft er in diesem Zeitraum auf die Website zugegriffen hat. Die Ermittlung erfolgt in der Regel mit Hilfe zusätzlicher Verfahren zur Identifikation.

### **Visits**

Besucherzahl eines Angebots, die in einem Zeitraum mindestens eine Seite abrufen. Kommt ein Besucher nach Ablauf einer Inaktivität von z.B. 15 Minuten mehrfach zurück, zählt dies als neuer Besucher.

## 8 Geschäftsbedingungen und Beauftragung

Für Ihre Beauftragung benötigen Sie eines unserer speziellen Formulare, die Sie wie auch weitergehende Informationen unter <http://media.luebeck.de> abrufen können. Bei komplexeren Aufträgen ist auch die Abforderung eines schriftlichen Angebotes möglich. Wenden Sie sich an unser Service-Center (E-Mail: [sales@lynet.de](mailto:sales@lynet.de)).

Vertragsrelevant sind zum einen die „Geschäftsbedingungen Werbeschaltungen im LÜBECK-Fenster“ sowie die „Allgemeinen Bedingungen der LYNET Kommunikation AG für Online-Werbeschaltungen“. Beide finden Sie nachfolgend in diesem Dokument sowie ggf. aktualisiert unter <http://media.luebeck.de>.

### 8.1 Geschäftsbedingungen Werbeschaltungen im LÜBECK-Fenster

**Zu folgenden offiziellen Bedingungen ist ein Link unter <http://www.luebeck.de> bzw <http://www.travemuende.de> möglich. Jegliche Schaltung eines Links erfolgt unter ausdrücklicher Anerkennung dieser Bedingungen.**

- (1) Die Hansestadt Lübeck, Bereich Presse- und Öffentlichkeitsarbeit betreibt unter der Adresse [www.luebeck.de](http://www.luebeck.de) bzw. [www.travemuende.de](http://www.travemuende.de) das Internet-Angebot *LÜBECK-Fenster*.
- (2) LYNET Kommunikation AG wird als Projektpartner der Hansestadt Lübeck gestattet, im eigenen Namen die Vermarktung und Organisation kostenpflichtiger und kostenfreier Hyperlinks (Werbeeinträge) im LÜBECK-Fenster vorzunehmen. Nachfolgend werden unter *Anbieter* die Firma LYNET Kommunikation AG sowie unter *Kunde* derjenige verstanden, der den Link beantragt.
- (3) Es besteht kein Anspruch auf Eintragung in das LÜBECK-Fenster. Die Eintragung kann ohne Angabe von Gründen abgelehnt werden.
- (4) Der Vertrag kommt mit der Annahme eines Eintrags durch den Anbieter zustande. Die Laufzeit des Vertrages beträgt zwölf Monate. Der Vertrag verlängert sich jeweils um zwölf Monate, wenn der Kunde das zum Verlängerungszeitpunkt gültige aktuelle Entgelt unter Angabe der Vertragsnummer auf eines der unten stehenden Konten überwiesen hat und der Anbieter die Verlängerung schriftlich bestätigt (z.B. in Form einer Rechnung). Der Anbieter kann die Verlängerung des Vertrages ohne Angaben von Gründen ablehnen.
- (5) Um eine flexible Weiterentwicklung des LÜBECK-Fensters zu gewährleisten, kann der Anbieter unbeschadet der Regelung in Nummer 4 den Vertrag vorzeitig, ordentlich mit einer Frist von sechs Wochen zum Ablauf eines Monats kündigen. In diesem Fall wird das überzahlte Entgelt dem Kunden erstattet.
- (6) Der Anbieter ist im Sinne des Mediendienste-Staatsvertrages bzw. Teledienstegesetzes nicht für die Inhalte der unter den Links betriebenen Präsentationen verantwortlich. Der Kunde verpflichtet sich zur Anbieterkennzeichnung gemäß §6 Mediendienste-Staatsvertrag, andernfalls ist nach erfolgloser Aufforderung eine fristlose Kündigung ohne Entgelterstattung durch den Anbieter zulässig. Darüber hinaus verpflichtet sich der Kunde ausdrücklich, auf seinen Seiten nur Inhalte (Bilder, Texte etc.) zu verwenden, für die er die entsprechenden Nutzungsrechte besitzt.
- (7) Eine fristlose Kündigung des Vertrages durch den Anbieter ohne Rückerstattung der Entgelte ist auch dann zulässig, wenn sich Inhalte geschäfts- oder wettbewerbsschädigend für den Anbieter auswirken oder gegen die Gemeinwohlinteressen oder das Ansehen der Hansestadt Lübeck verstoßen, z.B durch Angebote mit pornographischem Inhalt , Werbung für Suchtmittel, Inhalte rassistischer Art, oder solche, die Bevölkerungsgruppen diskriminieren.
- (8) Die Einträge erfolgen in bestimmten Kategorien (Homepage, Hauptübersichtsseite, Unterübersichtsseite, primäre Inhaltsseite, einfache Inhaltsseite, besonderer Kontext) und sind generell als textueller Link möglich. Der dargestellte Text soll in kurzer Form die Bezeichnung des

Kunden oder dessen Projekts enthalten, Werbetexte sind nicht vorgesehen. Verschiebungen von Links durch den Anbieter in Rubriken gleichen Typs sind zulässig.

- (9) In besonderen Fällen, insbesondere auf Inhaltsseiten, ist die Erweiterung des Links durch eine Grafik in zu vereinbarenden Größe (Breite in Pixel, Höhe in Pixel, Größe in kByte) möglich. Animierte Grafiken sind nur bei Werbebannern an den dafür vorgesehenen Positionen zulässig.
- (10) Der Kunde hat keinen Anspruch auf eine Statistik der erzielten Werbekontakte. Der Einsatz von Ad-Servern zur Integration von Grafiken ist nicht zulässig. Die Angabe von Abrufzahlen erfolgt ohne Gewähr, die Ermittlung der Werte erfolgt nicht nach dem IVW-Zählverfahren.
- (11) Angelehnt an gängige Preise für vergleichbare Werbeträger werden für die Schaltung von Links pauschale Entgelte erhoben. Bei den fünf abrufstärksten Seiten, etwa der Homepage, ist der Anbieter befugt, quartalsweise die Preise für die Links verbindlich für den Kunden einseitig neu festzulegen. Erhöht sich der neue Preis um mehr als 25 Prozent gegenüber dem bisherigen Preis, so kann der Kunde innerhalb von sieben Tagen nach Bekanntgabe des neuen Preises den Vertrag zum Zeitpunkt der Erhöhung kündigen. Werbebanner werden wie allgemein üblich nach Abrufmenge (TKP) gebucht.
- (12) Die einzelnen Preise sind dem Server <http://media.luebeck.de> zu entnehmen. Hier finden sich auch weitere Services wie z.B. Anfrage- und Änderungsformulare sowie Formulare zur Erstregistrierung. Telefonische Rückfragen werden nicht entgegengenommen, hierfür steht eine Service-E-Mail-Adresse zur Verfügung.
- (13) Bei Leistungsstörungen im Bereich der Abrufbarkeit oder Erreichbarkeit des LÜBECK-Fensters kann der Kunde eine Minderung des Entgelts erst dann verlangen, wenn die Leistungsstörung eine Woche nach ihrer Anzeige durch den Kunden noch nicht behoben ist. Schadensersatzansprüche werden vorbehaltlich des Nachweises eines höheren Schadens auf die Höhe des Entgelts der vorangegangenen drei Monate begrenzt. Haftung für einfache Fahrlässigkeit ist ausgeschlossen. Ebenso wird für Vermögens- oder Folgeschäden nicht gehaftet. Es wird eine Verfügbarkeit des LÜBECK-Fensters von 95 Prozent der Tageszeit im Jahresmittel zugesichert.

**Zusätzlich gelten die Allgemeinen Bedingungen für Online-Werbeschaltungen der LYNET Kommunikation AG.**

*(Stand: 01. Januar 2001)*

## ***8.2 Allgemeine Bedingungen für Online-Werbeschaltungen der LYNET Kommunikation AG***

**Für alle direkt oder indirekt über die LYNET Kommunikation AG geschalteten Werbeträger gelten zusätzlich die nachfolgenden Geschäftsbedingungen.**

### **1 Vertragsgegenstand und Abschluß**

- (1) LYNET Kommunikation AG (nachfolgend auch: der Anbieter) vermarktet Werbemittel (i.d.R. die Platzierung von Bannern) auf verschiedenen Internet-Plattformen zu im Internet üblicher Wiedergabequalität. Die konkret in den Werbevertrag einbezogene Internet-Plattform ergibt sich ausschließlich aus der Vereinbarung mit dem Kunden.
- (2) Werbeauftrag im Sinne der nachfolgenden allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung eines Werbemittels oder mehrerer Werbemittel im LÜBECK-Fenster zum Zwecke der Verbreitung.
- (3) Werbemittel im Sinne dieser allgemeinen Geschäftsbedingungen bestehen zum Beispiel aus einem Bild und/oder Text, und/oder Bewegtbildern (z.B. Bannern), die beim Anklicken eine vom Auftraggeber bestimmte Weiterleitung (Link) auslösen.
- (4) LYNET ist berechtigt, die Schaltung eines Werbemittels abzulehnen sowie zu unterbrechen oder zu sperren, wenn der dringende Verdacht besteht, dass dessen Inhalt gegen Gesetze, Rechte Dritter oder behördliche Bestimmungen verstößt oder die Veröffentlichung für den Anbieter wegen des Inhalts, der

Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist. Gleiches gilt soweit Zielseiten auf die das jeweilige Werbemittel verlinkt, die Voraussetzungen von Satz 1 erfüllen. Der Auftraggeber ist über die Sperrung unter Angabe der Gründe unverzüglich zu unterrichten und aufzufordern die vermeintlich rechtswidrigen Inhalte zu entfernen oder die Rechtmäßigkeit darzulegen. Die Berechtigung zur Ablehnung oder Unterbrechung besteht, solange der Auftraggeber nicht den Nachweis führt, dass kein Verstoß vorliegt.

## **2 Vertragsschluß**

- (1) Erteilte Aufträge sind für den Käufer verbindlich. Den Erhalt eines Auftrages werden wir in der Regel schriftlich bestätigen (Auftragseingangsbestätigung). Damit ist noch keine Annahme des Angebotes verbunden. Wir sind berechtigt, das im Auftrag liegende Vertragsangebot innerhalb von zwei Wochen anzunehmen. Die Annahme kann entweder schriftlich oder durch Ausführung des Auftrages, z.B. Schaltung der Online-Werbeträger, erklärt werden.
- (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 Preise und Zahlungen**

- (1) Abgerechnet und zum Gegenstand der Preisbildung werden Einheiten von jeweils eintausend Ad-Impressions (sogenannter Tausendkontaktpreis oder TKP). Die für eine Buchungsperiode vereinbarte Vergütung ist im Voraus zum ersten Tag der Buchungsperiode fällig.
- (2) Die aktuell gültigen Preise sind auf den jeweiligen Media-Servern zu entnehmen (z.B. <http://media.luebeck.de>).

## **4 Preise und Abrechnungsfomalitäten**

- (1) Vorbehaltlich einer anders lautenden Vereinbarung zwischen den Parteien gilt die im Zeitpunkt der Auftragserteilung im Internet veröffentlichte Preisliste. Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer. Eine Änderung der Tarife bleibt vorbehalten. Für vom Anbieter bestätigte Aufträge sind Preisänderungen allerdings nur wirksam, wenn sie vom Anbieter mindestens 1 Monat vor Veröffentlichung des Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preiserhöhung ist der Auftraggeber zur Kündigung berechtigt. Die Kündigung muss innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung erfolgen.
- (2) Nachlässe bestimmen sich nach der jeweils gültigen Preisliste. Sie gelten für den kumulierten Auftragsbestand bezogen auf ein Kalenderjahr und können nicht rückwirkend vergütet werden. Werbeagenturen oder sonstige Werbemittler sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbetreibenden an die Preisliste zu halten.
- (3) Die Vergütung ist mit dem ersten Erscheinungstag des Werbemittels fällig. Der Kunde erhält eine Rechnung.
- (4) Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, der der Anbieter nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten dem Anbieter den Differenzbetrag zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass zu erstatten.

## **5 Rabattierungen**

- (1) Sofern Rabatte gewährt werden, beziehen diese sich lediglich auf die reinen Mediaschaltungen, nicht jedoch auf sonstige Lieferungen und Leistungen wie z.B. Beratung, Programmierung oder Bannerproduktion.
- (2) Vorbehaltlich anders lautender Vereinbarungen hat der Auftraggeber einen Anspruch auf den der tatsächlichen Abnahme von Werbemitteln innerhalb eines Jahres entsprechenden Nachlass, wenn er zu Beginn der Frist einen Vertrag geschlossen hat, der aufgrund der Preisliste (vgl. Ziffer 4) zu einem Nachlass von vornherein berechtigt. Der Anspruch auf den Nachlass erlischt, wenn er nicht innerhalb von drei Monaten nach Ablauf der Jahresfrist geltend gemacht wird.



## **6 Mitwirkungspflicht des Kunden**

- (1) Wenn Werbeaufträge nicht oder unrichtig durchgeführt werden können, weil die Produktionsunterlagen nicht rechtzeitig, mangelhaft oder falsch gekennzeichnet abgeliefert wurden, wird der gesamte Auftragspreis dennoch fällig. Der Kunde ist verpflichtet, die Werbung unverzüglich nach Einstellung zu prüfen und etwaige Fehler innerhalb der ersten Woche zu reklamieren; bei nachträglicher Reklamation trägt der Kunde die Kosten der von ihm gewünschten Änderung.
- (2) Der Auftraggeber ist verpflichtet, das im LÜBECK-Fenster veröffentlichte Werbemittel unverzüglich nach Schaltungsbeginn zu überprüfen und etwaige Fehler dem Auftraggeber binnen einer Woche schriftlich anzuzeigen. Andernfalls gilt das Werbemittel als genehmigt.

## **7 Datenanlieferung**

- (1) Der Auftraggeber ist verpflichtet, unaufgefordert vollständige, einwandfreie und geeignete Werbemittel entsprechend den Angaben in der Preisliste bis spätestens 3 Werktage vor vereinbartem Schaltungsbeginn anzuliefern. Etwaige Abweichungen sind mit dem Anbieter unverzüglich schriftlich oder per E-Mail abzustimmen.
- (2) Bei nicht ordnungsgemäßer, insbesondere verspäteter Anlieferung oder nachträglicher Änderung wird keine Gewähr für die vereinbarte Verbreitung des Werbemittels übernommen.
- (3) Der Auftraggeber ist verpflichtet, dem Anbieter sämtliche Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Bearbeitung, öffentlichen Wiedergabe, Speicherung und Entnahme aus einer Datenbank, die für die auftragsgemäße Schaltung des Werbemittels erforderlich sind, einzuräumen.
- (4) Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach der letztmaligen Verbreitung des Werbemittels.
- (5) Kosten des Anbieters für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen des Werbemittels hat der Auftraggeber zu tragen.

## **8 Bannerwerbung/Rotationsprinzip**

- (1) Im Rahmen der Bannerwerbung erhält der Kunde das (nicht ausschließliche) Recht auf die Platzierung seiner Bannerwerbung auf der vereinbarten Web-Site an der vereinbarten Stelle. In Ermangelung einer Vereinbarung erfolgt die Platzierung im üblichen Rahmen in Ermessen von LYNET.
- (2) Bannerwerbung erfolgt regelmäßig im Rahmen des Rotationsprinzips, wonach mehrere Werbekunden ihre Werbung auf einen Bannerplatz legen und jeder Zugriff durch einen Internet-User nach einem technisch durch LYNET vorherbestimmten Prinzip (laufende Rotation) für die Verweildauer des Internet-Users auf der betroffenen Site eine Kundenwerbung auf dem User-Browser im Wege des Downloads der Site sichtbar werden lässt (Ad-Impression).
- (3) Jedes erneute aufrufen der Site im Wege des Downloads, auch bei einer Rückkehr aus Unterseiten der Plattform, führt zu einem erneuten auslösen einer Ad-Impression. Werbeformen außerhalb der rotierenden Bannerwerbung (z.B. Sonderaktionen) sind individuell zu vereinbaren. Die Bannerwerbung des Kunden wird mit Inhalten verlinkt, die auf seinem Server oder auf einem Server eines von ihm eingeschalteten Dritten liegen.

## **9 Ad-Impressions**

- (1) Die vertraglichen Ad-Impressions werden ausschließlich und abschließend von LYNET ermittelt. Dies gilt auch dann, wenn die Anzahl der Ad-Impressions parallel durch eine eingeschaltete Media-Agentur ermittelt werden kann. LYNET bedient sich zur Zählung der Ad-Impressions zur Zeit einer eigenentwickelten Adserver Technologie. Es bleibt LYNET jedoch freigestellt, sich auch ganz oder zeitweise einer anderen Technologie zur Zählung der Ad-Impressions zu bedienen.
- (2) LYNET sichert dem Kunden zu, dass innerhalb des von ihm gebuchten Zeitraumes die von ihm gebuchte Anzahl von Ad-Impressionen realisiert wird unter der Voraussetzung, dass alle von LYNET nicht beeinflussbaren technischen Komponenten (Internet etc.) einwandfrei und vollständig funktionieren.
- (3) Sollte diese zugesicherte Zahl von Ad-Impressions aus Gründen, die von LYNET zu vertreten sind, nicht eingehalten werden können, erstattet LYNET dem Kunden nach Wahl der LYNET den anteiligen

Auftragspreis auf der Grundlage der mit ihm getroffenen Preisvereinbarungen oder bietet ihm eine Verlängerung der Auftragsperiode oder, sollte dies nicht möglich sein, eine Neuschaltung von Bannerwerbung bis zur Erreichung der ursprünglich vereinbarten Anzahl der Ad-Impressions an. Eine Überschreitung der Anzahl der Ad-Impressions bleibt ohne Auswirkungen auf den Vertrag.

## **10 Verantwortlichkeit für Inhalte, Kennzeichnung**

- (1) Werbemittel, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als solche erkennbar sind, werden als Werbung deutlich kenntlich gemacht.
- (2) Der Kunde ist allein verantwortlich für sämtliche Inhalte, die über seine Bannerwerbung erreichbar sind, einschließlich verlinkter Inhalte.
- (3) Der Kunde sichert zu, kein Material zu verwenden, das Dritte in ihren Rechten verletzt, ungesetzlich oder unmoralisch ist, gleich nach welcher Rechtsordnung.
- (4) Er sichert ferner zu, dass ihm die Rechte an den von ihm verwendeten Inhalten für die vereinbarte Werbeaktion zustehen.
- (5) Der Auftraggeber stellt sicher, dass die Werbemittel nicht gegen geltendes Recht verstoßen oder Rechte Dritter gleich welcher Art verletzen.
- (6) Der Auftraggeber stellt den Anbieter von allen Ansprüchen Dritter frei, die aus der Rechtswidrigkeit des Werbemittels oder der Verletzung von Rechten Dritter resultieren. Die Freistellung erstreckt sich auch auf die Kosten der notwendigen Rechtsverteidigung.
- (7) Verstößt der Kunde gegen einen der Absätze (3), (4) oder (5), oder wird LYNET wegen eines angeblichen Verstoßes des Kunden gegen einen dieser Absätze in Anspruch genommen, ist LYNET auch ohne rechtliche Prüfung zur sofortigen Unterbrechung der Leistung berechtigt, ohne dass dem Kunden hieraus Ansprüche auf Ausgleich jeglicher Art (z.B. vertraglich, bereicherungsrechtlich oder deliktisch) entstehen.

## **11 Geheimhaltung, Datenschutz**

- (1) Der Vertragspartner wird hiermit gemäß § 3 Abs. 5 des Bundesdatenschutzgesetzes sowie § 3 Abs. 5 des Teledienststedatenschutzgesetzes darüber unterrichtet, dass LYNET seine Anschrift in maschinenlesbarer Form und für Aufgaben, die sich aus dem Vertrag ergeben, maschinell verarbeitet. Soweit sich LYNET Dritter zur Erbringung der angebotenen Dienste bedient, ist LYNET berechtigt, die Teilnehmerdaten offenzulegen, wenn dies für die Sicherstellung des Betriebs erforderlich ist.

## **12 Gewährleistung des Anbieters**

- (1) LYNET 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 vollkommen fehlerfreies Programm zu erstellen. Die Gewährleistung gilt nicht für unwesentliche Fehler der eingesetzten Software zur Bannerveröffentlichung.
- (2) Ein unwesentlicher Fehler in der Darstellung der Werbemittel liegt insbesondere dann 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 Systemversagen
  - durch unvollständige und/oder nicht aktualisierte Angebote auf so genannten Proxys (Zwischenspeichern) oder
  - durch einen Ausfall des Adservers, der nicht länger als 24 Stunden (fortlaufend oder addiert) innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der vertraglich vereinbarten Schaltung andauert.Bei einem Ausfall des Adservers 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.
- (3) Bei nachweislich 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.

- (4) 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.

### **13 Leistungsstörungen**

- (1) Fällt die Durchführung eines Auftrags aus Gründen aus, die LYNET nicht zu vertreten hat (etwa softwarebedingt oder aus anderen technischen Gründen), insbesondere wegen Strom- oder Rechnerausfalls, höherer Gewalt, Streik, aufgrund gesetzlicher Bestimmungen, Störungen aus dem Verantwortungsbereich von Dritten (z.B. anderen Providern), Netzbetreibern oder Leistungsanbietern oder aus vergleichbaren Gründen, so wird die Durchführung des Auftrags nach Möglichkeit nachgeholt, soweit dies innerhalb einer für den Auftraggeber zumutbaren und angemessenen Frist möglich ist.
- (2) Bei Nachholung in angemessener und für den Auftraggeber zumutbarer Zeit nach Beseitigung der Störung bleibt der Vergütungsanspruch der LYNET bestehen.
- (3) Kann ein Werbeauftrag aus Gründen die der Anbieter nicht zu vertreten hat, nicht durchgeführt werden, so wird die Ausführung des Auftrags nach Beseitigung der Störung nachgeholt, (3) Ist die Nachholung des Werbeauftrags innerhalb einer für den Auftraggeber zumutbaren Frist nicht möglich, ist dieser zum Rücktritt bzw. zur Kündigung des Vertrages berechtigt.

### **14 Haftung/Schadenersatzansprüche**

- (1) LYNET haftet dem Kunden nur für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit. Die Haftung für grobe Fahrlässigkeit ist auf den üblichen in derartigen Fällen voraussehbaren Schaden begrenzt. Der Höhe nach ist der Schaden auf den Auftragswert (Gegenleistung des Kunden für den konkret betroffenen Auftrag) begrenzt.
- (2) Die verschuldensunabhängige Haftung des Anbieters für bei Vertragsschluss vorliegende Mängel des LÜBECK-Fensters ist ausgeschlossen.
- (3) Ausgenommen von diesen Haftungsbeschränkungen ist die Haftung nach den Bestimmungen des Produkthaftungsgesetzes sowie für Personenschäden.
- (4) 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 im LÜBECK-Fenster geschaltet.
- (5) Weichen die vom Anbieter und Auftraggeber gemessenen Medialeistungen voneinander ab, sind die vom Anbieter ermittelten Zahlen maßgeblich.

### **15 Zahlungsverzug**

- (1) Bei Zahlungsverzug werden Zinsen und Einziehungskosten berechnet. Der Anbieter kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Zahlung zurückstellen.
- (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 offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

### **16 Kündigung**

- (1) Kündigungen von Werbeaufträgen müssen schriftlich erfolgen. Im Falle einer Stornierung erteilter Aufträge ist LYNET berechtigt, eine Stornogebühr in Höhe von mindestens 40% des Schaltungsvolumens zu berechnen.

### **17 Gültigkeit**

- (1) Die Gültigkeit etwaiger Allgemeiner Geschäftsbedingungen des Auftraggebers oder sonstiger Inserenten ist, soweit sie mit diesen Allgemeinen Bedingungen für Online-Werbeschaltungen nicht übereinstimmen, ausdrücklich ausgeschlossen.

- (2) Bei Aufträgen für Online-Werbeschaltungen gelten die jeweiligen Allgemeinen Geschäftsbedingungen für das betreffende Medium entsprechend.
- (3) Unwirksame Klauseln berühren die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen nicht. Stehen Regelungen in diesen Allgemeinen Bedingungen für Online-Werbeschaltungen zu den Allgemeinen Geschäftsbedingungen in Widerspruch, gelten vorrangig diese Allgemeinen Bedingungen für Online-Werbeschaltungen.
- (4) Abweichungen von diesen Allgemeinen Bedingungen für Online-Werbeschaltungen und den Allgemeinen Geschäftsbedingungen sind nur dann zulässig, wenn Sie schriftlich vereinbart und ausdrücklich durch LYNET bestätigt werden.

#### **18 Schlussbestimmungen**

- (1) Es gilt deutsches Recht unter Ausschluss des UN-Kaufrechts
- (2) Soweit gesetzlich zulässig, wird für alle sich aus dem Vertragsverhältnis unmittelbar oder mittelbar ergebenden Streitigkeiten als ausschließlicher Gerichtsstand Lübeck vereinbart.

(Stand: 07.08.2009)