



fishmaps – dein angereiseführer im netz



fishmaps – dein angereiseführer im netz

powered by **Rute & Rolle**



FLÜSSE | FANGBERICHTE | STRÄNDE | CAMPINGPLÄTZE |
SEEN | GUIDES | RUTE&ROLLE-BERICHTE | FACHHÄNDLER |
KÜTTER | HOTELS | BISSCLIPS.TV-VIDEOS |
VERANSTALTUNGEN | HOCHSEEANGELPLÄTZE | FORELLENGEEN
| CHARTERBOOTE | FERIEHÄUSER | FISCH&FLIEGE-
BERICHTE | LANDGASTHÖFE | BÄCHE | TOURISTBÜROS |
FISCH&FIORDE-BERICHTE | REISEBLOGS

Wähle Dein Reiseziel:



Mediadaten 2009



fishmaps – dein angereiseführer im netz

1. Was ist FishMaps.de?

Die erste Frage, die ein Angler stellt, wenn er von einem besonderen Fang hört, ist „Wo wurde er gefangen?“. Die wichtigsten Fragen, die sich Angler stellen, wenn sie einen Angeltrip planen oder sogar einen längeren Angelurlaub fangen ebenfalls allesamt mit „Wo?“ an: Wo bekomme ich eine Unterkunft? Wo kann ich ein Boot leihen? Wo komme ich mit der Fähre an? Wo bekomme ich die Angelerlaubnis? Wo ist das nächste Angelfachgeschäft? Und vor allem: Wo fange ich die größten Fische?

Genau hier setzt FishMaps an: Durch die geographische Verknüpfung von anglerisch relevanten Inhalten soll dem interessierten User kostenlos die Möglichkeit gegeben werden, entweder sofort zu finden, was er sucht oder sich Zeit zu nehmen und auf Grundlage der bequem auszusuchenden Inhalte in FishMaps neue Angelreviere zu erkunden, sich zu informieren und mit Anbietern (Campingplätze, Ferienhausanbieter, Fachhändler etc.) in Kontakt zu treten. Ganz auf der Linie des Web2.0-Gedankens sollen die User durch ihre Einträge in Blogs zu jedem aufgeführten Gewässer dazu beitragen, die bisher zugrunde liegenden Informationen in FishMaps ständig zu erweitern und zu verbessern.

In FishMaps sind für jedes Land eigene Unterseiten eingerichtet. Der Grund: Wenn ein Angler sich für ein Angelziel entscheidet, weiß er in den meisten Fällen, um welches Land es sich handeln wird. Da sich der User in FishMaps somit immer auf der jeweiligen Länderebene befindet, ist es einfacher, alle relevanten Informationen (z.B. rechtliche Vorgaben wie Schonzeiten und Mindestmaße sowie zielgerichtete Werbung) auf die Bedürfnisse des Users abzustimmen.

FishMaps benutzt als Grundlage das Kartenmaterial von GOOGLE-Earth bzw. GOOGLE-Maps. Durch die in weiten Teilen Europas äußerst detaillierte Auflösung des digitalen Kartenmaterials kann der User nicht nur den genauen Ort seiner Suche (z.B. Angelgewässer, Unterkunft, Veranstaltung) lokalisieren, sondern auch z.B. anhand der Struktur von Küstenabschnitten potentiell fängige Angelstellen schon am PC erkennen. Der gesamte Umgang mit FishMaps und den darin enthaltenen Informationen erhält durch die sehr realistische Darstellung in GOOGLE-Earth einen nicht zu unterschätzenden Unterhaltungsaspekt. Für viele Angler ist schon heute die Vorbereitung auf den Angeltrip mit GOOGLE-Earth zur Selbstverständlichkeit geworden.

2. Wer steckt hinter FishMaps.de?

Gegründet wurde FishMaps 2008 vom Mitarbeiter der Angelfachzeitschrift Rute & Rolle und leidenschaftlichen Angler Holger Bente. Der diplomierte Geograph verknüpft somit seinen ursprünglichen Beruf mit den Erfahrungen seiner 30-jährigen Anglerlaufbahn und den vielen Informationen und Kontakten, die er in sechs Jahren als Anzeigenleiter bei der Möller Neue Medien Verlags GmbH gewonnen hat.

Für die technische und strukturelle Umsetzung zeichnet die Bielefelder Agentur Subsonic Media verantwortlich, die bereits mit dem Web-TV-Portal bissclips.tv und dessen Chefredakteur Holger Höner auf ein äußerst erfolgreiches Online-Projekt in der Angelbranche verweisen kann.

Aufgrund der geschilderten Historie und in Erwartung positiver gegenseitiger Einflüsse wird FishMaps zusammen mit den Fachzeitschriften des Verlages Möller Neue Medien Verlags GmbH (Rute & Rolle, Fisch & Fliege, Fische & Fjorde), dessen Website www.ruteundrolle.de und dem Web-TV-Portal bissclips.tv durch inhaltliche Verlinkungen und in crossmedialen Projekten kooperieren und somit einen weiteren Baustein in dem entstehenden Online-Netzwerk um Rute & Rolle bilden.

3. FishMaps-Inhalte

3.1 Gewässer und Angelplätze

Es ist erklärtes Ziel von FishMaps, alle anglerisch relevanten Gewässer in den dargestellten Ländern zu kartieren und mit Informationen zu versehen. Sämtliche Flüsse, Seen, Küsten- und Hochseeangelstellen werden mit Tags (z.B. Fischarten, Angelmethoden) versehen, um eine komfortable Filterung von Suchergebnissen zu ermöglichen. Da natürlich auch Gewässerhältnisse und die damit verbundenen Angelmöglichkeiten ständigen Änderungen unterliegen (z.B. wenn eine Mole für das Angeln gesperrt wird oder ein neuer Vereinsee angepachtet wird) ist dies ein sich permanent anpassender Vorgang.

3.2 Berichte, Bilder & Videos

Durch die Kooperation mit der Möller Neue Medien Verlags GmbH und dem Web-TV-Portal bissclips.tv wird die Informationsdichte und Qualität sowie der Unterhaltungswert auf FishMaps deutlich gesteigert: Sowohl geographisch zu lokalisierende Zeitschriftenartikel aus nicht mehr im Handel befindlichen Ausgaben von Rute & Rolle, Fisch & Fliege und Fische & Fjorde, als auch Film-Clips von bissclips.tv werden als Link an geographisch zugeordnet und auf FishMaps hinterlegt.

Weitere redaktionelle Einträge werden durch FishMaps-Mitarbeiter selbst erstellt.

3.3 Produkte & Dienstleistungen

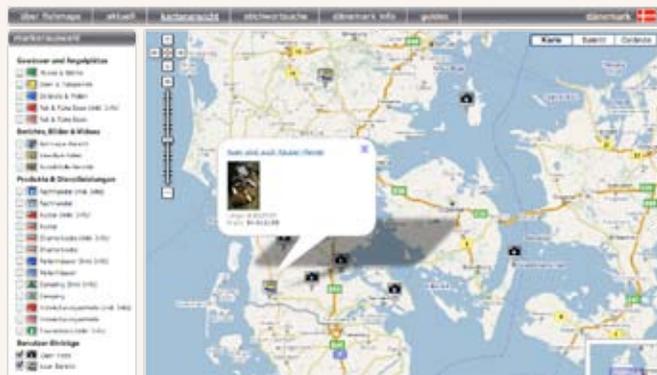
Sämtliche gewerbliche Grundeinträge (Name des Anbieters, geographische Lage) in FishMaps sind kostenlos. Hauptanliegen dieses Internetportals ist neben der Gewässer-Beschreibung die möglichst lückenlose Darstellung aller anglerisch interessanten Anbieter.

Gewerbliche Einträge mit über den Grundeintrag hinausgehenden Informationen sind kostenpflichtig. Nähere Angaben hierzu unter Werbeformate/Tarife.



3.4 Benutzereinträge

Eine Hauptquelle für redaktionelle Inhalte resultiert aus der Teilnahme der FishMaps-User: Jeder User kann eigene Berichte in Text und Bild verfassen und hochladen. Um die Qualität der Informationen möglichst hoch zu halten, werden sämtliche Beiträge vor Freigabe gegengelesen und bei Eignung freigeschaltet.



4. Der Markt

4.1 Der Angelmarkt

Auf zwischen 3,8 und 5,1 Millionen wird der Anteil der Angler an der Bevölkerung in Deutschland geschätzt. Geht man von einer konservativen Schätzung und somit 3,8 Millionen Anglern aus, so entspricht dies einem Anteil von 4,7% an der

Gesamtbevölkerung und liegt damit über Hobbys wie Reiten (4,6%), Tauchen (3,8%), Segeln (3,4%), Surfen (2,6%) und Jagen (1,8%). Dies ist ohne Zweifel ein gewaltiges Potential, und auch die fast immer ausgebuchten Lehrgänge für die Sportfischerprüfung spiegeln die Beliebtheit dieser naturnahen Hobbys wieder. Während in Deutschland eine Pflicht zum Ablegen einer Prüfung besteht, wenn man Angeln möchte, ist dies in vielen Nachbarländern (z.B. Dänemark oder Schweden) nicht Voraussetzung. Eine Lizenz jedoch muss man in aller Regel trotzdem erwerben. Eine interessante Neuentwicklung: Auch in Deutschland weicht die restriktive Gesetzgebung nach und nach auf. Das Bundesland Brandenburg hat im Sommer 2006 eine Ausnahmegenehmigung für bestimmte Fischarten erlassen, die nun auch ohne diese Prüfungsvoraussetzung beangelt werden dürfen. Und wieder werden mehr Menschen zur Angel greifen ...

Einer der wichtigsten Trends der letzten Jahre ist die zunehmende Reiselust der Angler. Der Grund hierfür ist recht simpel: Reisen ist günstig wie nie zuvor. Aus diesem Grund erfüllen sich immer mehr Angler den Traum, wenigstens einmal im Jahr die Koffer und Taschen zu packen um sich in fremden Ländern den Traum vom Fisch ihres Lebens zu erfüllen. Ganz oben stehen auf dieser Wunschliste die skandinavischen Länder. Allein 200.000 deutsche Angler pilgern beispielsweise pro Jahr an Norwegens Küsten und Flüsse, um Dorsch, Lachs & Co. auf die Schuppen zu rücken.

Quelle: Leibnitz-Institut für Gewässerökologie und Binnenfischerei im Forschungsverbund Berlin e.V. Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse 2006

4.2 Der Online-Markt

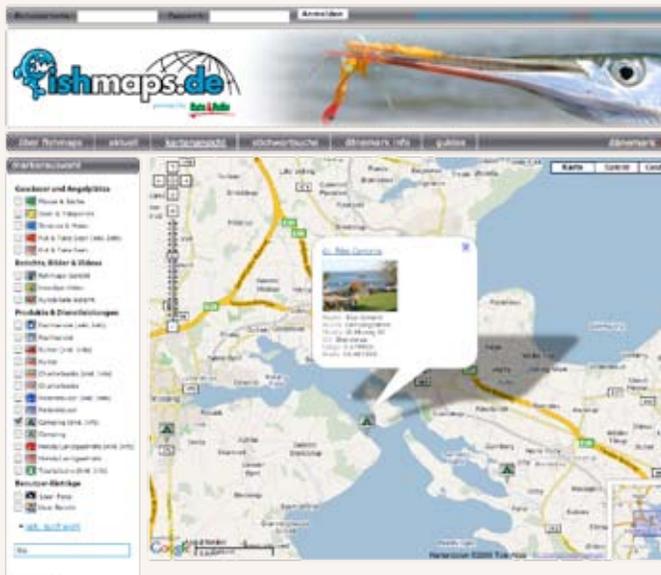
Mittlerweile sind über 42,2 Mio. Deutsche im Netz unterwegs (im Jahr 2000 waren es noch 18 Mio.) Fast 70% der männlichen Bevölkerung nutzen regelmäßig das Internet. 95% der 14-29-jährigen nutzen regelmäßig das Internet. Die am stärksten wachsende Gruppe der Internetnutzer sind die über 60-jährigen: waren es im Jahr 2000 noch 4,4%, so sind es mittlerweile über 25%, die im Internet unterwegs sind.

Quelle: Auszüge aus der ARD/ZDF-Online-Studie 2007 und der W&V-Studie: internet facts 2008-II

5. Werbeformate / Tarife

5.1 geographisch verknüpfte Einträge

Grundsätzlich sollen sämtliche für Angler relevanten Einträge gewerblicher Art in FishMaps dargestellt werden. Dieser kostenlose Eintrag beinhaltet lediglich den Namen des Anbieters, der Einrichtung oder des Geschäfts und die geographische Lage, die durch die Platzierung des entsprechenden Markers gekennzeichnet ist. Möchte der User weitere Informationen über einen Anbieter, so kann er versuchen, sich z.B. über Suchmaschinen weitere Informationen zu holen.



5.2 Basis-Eintrag

Durch den Basiseintrag wird dem interessierten User ermöglicht, sich entweder ohne Umwege ausführlicher über den Anbieter zu informieren oder direkt mit ihm in Kontakt zu treten.

Der Basiseintrag umfasst folgende Informationen:

- Name des Anbieters
- Vollständige Adresse (postalische Anschrift)
- Tel.-Nr.
- Fax-Nr.
- E-Mail-Adresse
- Internet-Adresse
- Bild (z.B. Foto vom Geschäft/Unterkunft, Angler mit Fisch etc.)

Preis: 89,- €

Zeitraum: 12 Monate (= 7,72 € pro Monat)



Gl. Ålbo Camping

Region: Süd-Jütland
Rubrik: Campingplätze

Kontakt:
Telefon: 75571116
Fax: 75571098
Email: camping@gl-aalbo.dk
Web: <http://www.gl-aalbo.dk>

Ortsangaben:
Strasse: Gl Albovej 30
Ort: 6092 Stenderup
Geo. Länge: 9.679906
Geo. Breite: 55.467865

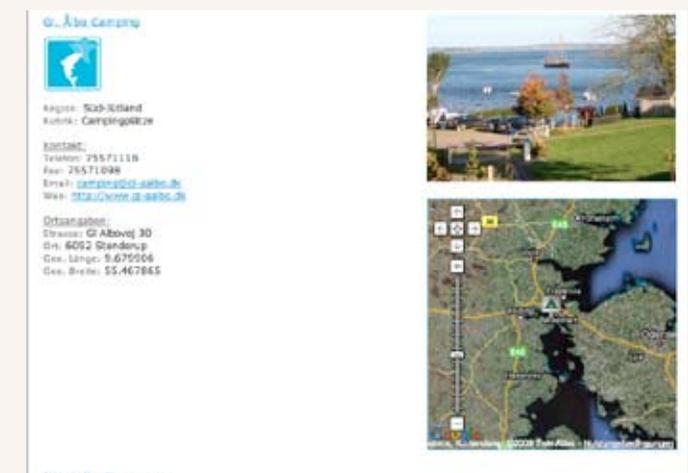
5.3 Komfort-Eintrag

Der Komforteintrag umfasst die gleichen Informationen des Basiseintrags, kann aber um folgende Informationen ergänzt werden:

- Anbieter-Steckbrief mit Kurzinformationen (Beschreibung und Angebot, Öffnungszeiten, Saison, Preise, sonstige Informationen); der Umfang ist begrenzt auf maximal 40 Zeilen
- 5 Bilder (z.B. Foto vom Geschäft/Unterkunft, Angler mit Fisch etc.)
- Video-Clip (Preis gilt nicht für die Erstellung, sondern lediglich um die Einbindung eines vom Kunden angelieferten Videoclips)

Preis: 149,- €

Zeitraum: 12 Monate (= 12,42 € pro Monat)



Gl. Ålbo Camping

Region: Süd-Jütland
Rubrik: Campingplätze

Kontakt:
Telefon: 75571116
Fax: 75571098
Email: camping@gl-aalbo.dk
Web: <http://www.gl-aalbo.dk>

Ortsangaben:
Strasse: Gl Albovej 30
Ort: 6092 Stenderup
Geo. Länge: 9.679906
Geo. Breite: 55.467865

Fotografieren. Einmalig. max. 1000

5.4 Sammel-Eintrag

Der Sammeleintrag umfasst die selben Informationen des Basiseintrags, kann aber um bis zu vier weitere, vergleichbare Angebote ergänzt werden.

Ein Beispiel: Ein Ferienhausanbieter hat an einem Gewässer fünf ähnlich ausgestattete Ferienhäuser, möchte aber nicht für jedes Ferienhaus einen eigenen Eintrag haben. Deswegen bucht er einen Sammeleintrag. Der zugehörige Marker wird auf eines der Häuser platziert und mit den im Basiseintrag vorgesehenen Informationen versehen. Im Rahmen des Basiseintrags werden ebenfalls auf die vier anderen Häuser hingewiesen. Jene werden mit Namen oder Katalognummer genannt und können über die Website des Ferienhausanbieters betrachtet werden.

Der Nachteil: Nur die exakte geographische Lage eines gewerblichen Eintrags (i.d.F. Ferienhaus) wird beschrieben und der User muss über den Umweg über die Website des Anbieters versuchen, Informationen über die anderen Einträge (z.B. Ferienhäuser) zu erhalten.

Der Vorteil: Man zahlt für fünf Einträge nur 189,- € statt 445,- € (= 5 x 89,- €)

Preis: 189,- €

Zeitraum: 12 Monate (= 15,75 € pro Monat)

5.5 Button auf Länder-Seiten

Größe: 137 x 60 Pixel

Formate: GIF, JPEG, Flash

Preis pro Monat auf Hauptseite (Willkommen-Seite): 190,- €

Preis pro Monat auf Unterseite: 140,- €





fishmaps – dein angereiseführer im netz

6. Ansprechpartner:

Redaktion:

Holger Bente

Telefon: +49 170 8 01 00 22

E-Mail: bente@fish-maps.de

Birkenallee 2

22869 Schenefeld

Mediaberatung:

Holger Bente

Telefon: +49 170 8 01 00 22

E-Mail: bente@fish-maps.de

Birkenallee 2

22869 Schenefeld

Technik/Produktion:

Christian Köhler

Telefon: +49 521 9 88 14 01

E-Mail: koehler@fish-maps.de

Buddestr. 19

33602 Bielefeld

Allgemeine Geschäftsbedingungen

Bitte machen Sie sich mit unseren Allgemeinen Geschäftsbedingungen vertraut.

1. Werbeauftrag

(1) Werbeauftrag im Sinne der nachfolgenden allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Schaltung eines Werbemittels oder mehrerer Werbemittel in Informations- und Kommunikationsdiensten, insbesondere dem Internet, zum Zwecke der Verbreitung.

(2) Für den Werbeauftrag gelten ausschließlich die allgemeinen Geschäftsbedingungen sowie die Preisliste des Anbieters, die einen wesentlichen Vertragsbestandteil bildet. Die Gültigkeit etwaiger allgemeiner Geschäftsbedingungen des Auftraggebers oder sonstiger Inserenten ist, soweit sie mit diesen allgemeinen Geschäftsbedingungen nicht übereinstimmen, ausdrücklich ausgeschlossen.

(3) Bei Aufträgen für Werbeschaltungen, die sich auf Online- und andere Medien beziehen, gelten die jeweiligen allgemeinen Geschäftsbedingungen für das betreffende Medium.

2. Werbemittel

(1) Ein Werbemittel im Sinne dieser allgemeinen Geschäftsbedingungen kann zum Beispiel aus einem oder mehreren der genannten Elemente bestehen: aus einem Bild und/oder Text, aus Tonfolgen und/oder Bewegtbildern (u.a. Banner), aus einer sensitiven Fläche, die bei Anklicken die Verbindung mittels einer vom Auftraggeber genannten Online-Adresse zu weiteren Daten herstellt, die im Bereich des Auftraggebers liegt (z.B. Link).

(2) Anlieferung von Werbemitteln

Für die Platzierung von Bannerwerbung ist eine vorherige

Anlieferung des Werbemittels von 3 Tagen und bei Sonderwerbeformen und Richmedia-Formaten von 5 Werktagen erforderlich. Die Banneranlieferung erfolgt an: bente@fishmaps.de

3. Vertragsschluss

(1) Vorbehaltlich entgegenstehender individueller Vereinbarungen kommt der Vertrag grundsätzlich durch schriftliche oder per E-Mail erfolgende Bestätigung des Auftrags zustande. Auch bei mündlichen oder fernmündlichen Bestätigungen liegen die allgemeinen Geschäftsbedingungen zugrunde.

(2) Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag im Zweifel mit der Werbeagentur zustande, vorbehaltlich anderer schriftlicher Vereinbarungen. Soll ein Werbetreibender Auftraggeber werden, muss er von der Werbeagentur namentlich benannt werden. Die Anbieter sind berechtigt, von den Werbeagenturen einen Mandatsnachweis zu verlangen.

(3) Werbung für Waren oder Leistungen von mehr als einem Werbetreibenden oder sonstigen Inserenten innerhalb eines Werbeauftritts (z.B. Banner-, PopUp-Werbung) bedarf einer zusätzlichen schriftlichen oder durch E-Mail geschlossenen Vereinbarung.

(4) Der Auftragseingang muss spätestens 3 Werktage vor Schaltungsbeginn erfolgen (Ausnahme: Richmedia-Werbemittel und Sonderwerbeformen). Die in der Auftragsbestätigung festgelegten Bedingungen sind für die Platzierung und für eine ordnungsgemäße Leistungserfüllung maßgeblich.

4. Datenanlieferung

(1) Der Auftraggeber ist verpflichtet, vollständige, einwandfreie und geeignete Werbemittel bis spätestens 3 Werktage

vor Schaltungsbeginn anzuliefern. Etwaige Abweichungen sind mit dem Anbieter unverzüglich schriftlich oder per E-Mail abzustimmen.

(2) Die Pflicht des Anbieters zur Aufbewahrung des Werbemittels endet 3 Monate nach seiner letztmaligen Verbreitung.

(3) Kosten des Anbieters für eine vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderung des Werbemittels hat der Auftraggeber zu tragen.

5. Ablehnungsbefugnis

Der Anbieter behält sich vor, Werbeaufträge, auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses, abzulehnen bzw. zu sperren, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder deren Veröffentlichung für den Anbieter wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist. Insbesondere kann der Anbieter ein bereits veröffentlichtes Werbemittel zurückziehen, wenn der Auftraggeber nachträglich Änderungen der Inhalte des Werbemittels selbst vornimmt oder die Daten nachträglich verändert werden, auf die durch einen Link verwiesen wird, und hierdurch die Voraussetzungen aus Ziffer 1 erfüllt werden.

6. Rechtsgewährleistung

(1) Der Auftraggeber gewährleistet und sichert zu, dass er alle zur Schaltung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber stellt den Anbieter von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner wird der Anbieter von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Anbieter nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen



fishmaps – dein angereiseführer im netz

bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen.

(2) Der Auftraggeber überträgt dem Anbieter sämtliche für die Nutzung der Werbung in Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Bearbeitung, Entnahme aus einer Datenbank und zum Abruf, und zwar zeitlich, örtlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen und berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie aller bekannten Formen der Online-Medien.

(3) Sollte der Auftraggeber durch Verwendung spezieller Techniken, wie z.B. dem Einsatz von Cookies oder Zählpixeln, Daten aus der Schaltung von Werbemitteln auf den Onlineangeboten von fishmaps.de gewinnen oder sammeln, sichert der Auftraggeber zu, dass er bei Erhebung, Verarbeitung und Nutzung von personenbezogenen Daten die Vorgaben des Teledienste-Datenschutzgesetzes (TDDSG) bzw. des Mediendienste-Staatsvertrages (MDStV) sowie des Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG) einhalten wird.

(4) Sofern beim Auftraggeber anonyme oder pseudonyme (und somit auch personenbeziehbare) Daten aus dem Zugriff auf die von ihm für Onlineangebote von fishmaps.de ausgelieferten Werbemittel anfallen, darf der Auftraggeber diese Daten im Rahmen der jeweiligen Kampagne für den konkreten Werbetreibenden, der den Auftraggeber mit der Schaltung der jeweiligen Kampagne beauftragt hat, auswerten. Diese Auswertung darf nur die anonymen und pseudonymen Daten umfassen, die durch Werbeschaltungen auf den Onlineangeboten von fishmaps.de generiert worden sind.

(5) Setzt der Auftraggeber für die Schaltung von Werbemitteln auf den Onlineangeboten von fishmaps.de Systeme eines Dritten ein, wird er sicherstellen, dass auch der Systembetreiber diese Vereinbarung einhält.

7. Gewährleistung des Anbieters

(1) Der Anbieter gewährleistet im Rahmen der vorhersehbaren Anforderungen eine dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe des Werbemittels. Dem Auftraggeber ist jedoch bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, ein von Fehlern vollkommen freies Programm zu erstellen. Ein Fehler in der Darstellung der Werbemittel liegt insbesondere nicht vor, wenn die Beeinträchtigung hervorgerufen wird durch die Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungssoftware- 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 (fortlaufend oder addiert) 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 die Ersatzwerbung unmöglich, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungs-

minderung oder Rückgängigmachung des Auftrags.

(3) Sind etwaige Mängel bei den Werbungsunterlagen nicht offenkundig, so hat der Auftraggeber bei ungenügender Veröffentlichung keine Ansprüche. Das Gleiche gilt bei Fehlern in wiederholten Werbeschaltungen, wenn der Auftraggeber nicht vor Veröffentlichung der nächstfolgenden Werbeschaltung auf den Fehler hinweist.

(4) Fällt die Durchführung eines Auftrags aus Gründen aus, die der Anbieter nicht zu vertreten hat (etwa aus programmlichen oder technischen Gründen), insbesondere wegen Rechnerausfalls, höherer Gewalt, Streiks, aufgrund gesetzlicher Bestimmungen, Störungen aus dem Verantwortungsbereich von Dritten (z.B. anderen Providern), Netzbetreibern oder Leistungsanbietern oder aus vergleichbaren Gründen, so wird die Durchführung des Auftrags nach Möglichkeit nachgeholt. Bei Nachholung in angemessener und 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. Haftung

(1) Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsschluss und unerlaubter Handlung sind bei leichter Fahrlässigkeit des Anbieters, seines Vertreters oder Erfüllungsgehilfen ausgeschlossen. Dies gilt nicht für die Verletzung wesentlicher Vertragspflichten; in diesem Fall ist die Haftung auf den vorhersehbaren Schaden beschränkt. Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind bei leichter Fahrlässigkeit beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens.



fishmaps – dein angereiseführer im netz

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

9. Preisliste

(1) Es gilt die im Zeitpunkt der Auftragserteilung im Internet veröffentlichte Preisliste. 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 steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden.

(2) Nachlässe bestimmen sich nach der jeweils gültigen Preisliste. Werbeagenturen und sonstige Werbemittler sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbetreibenden an die Preislisten des jeweiligen Anbieters zu halten.

10. Bankverbindung

Die Rechnungsstellung erfolgt vor Erscheinungstag der Werbung. Freischaltung der Onlinewerbung erfolgt nach Eingang der Zahlung.

Bankverbindung:

Holger Bente
Bank: ING-DiBa AG
BLZ: 500 105 17
Kto.-Nr.: 540 465 36 37
BIC: NIGDDEFF
IBAN: DE50 5001 0517 5404 6536 37

11. Zahlungsbedingungen / Zahlungsverzug

(1) 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.

12. Kündigung

Kündigungen von Werbeaufträgen müssen schriftlich oder per E-Mail erfolgen. Die Stornofrist beträgt 2 Wochen vor Buchungsbeginn, bei bereits laufender Buchung 2 Wochen vor Monatsende.

13. Informationspflichten des Anbieters

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

14. Datenschutz

Der Werbeauftrag wird unter Berücksichtigung der geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen abgewickelt.

15. Erfüllungsort/Gerichtsstand

Erfüllungsort ist der Sitz des Anbieters. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten oder juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichem Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Anbieters. Soweit Ansprüche des Anbieters nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nichtkaufleuten nach deren Wohnsitz. Es gilt deutsches Recht.

Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nichtkaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt und hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Anbieters vereinbart, wenn der Vertrag schriftlich geschlossen wurde.