



Zusatzbedingungen für Low-Fare-Buchungen InPage

Low Fare Kampagnen werden in eigens dafür geschaffenen Umfeldern preisoptimiert ausgeliefert. Hierfür gelten gesonderte nachfolgend aufgeführte Buchungsbedingungen.

Abrechnung:

Die Abrechnung erfolgt rückwirkend auf Basis der Zahlen des Ad Server des Vermarkters.

Agenturprovision wird gewährt:

Auf alle Agenturkunden-Buchungen des Low Fare Modells gewähren wir die üblichen 15% AE-Provision. Bei Programmatic Advertising Kampagnen sind diese bereits berücksichtigt.

Ausschlusskunden:

Jegliche Konkurrenten zu den vermarkteten Print Titeln und Online Sites. Dies gilt insbesondere für Konkurrenzkampagnen mit dem Ziel der Abonnementgenerierung. Weitere mandantenbezogene Konkurrenzausschlüsse (Telekommunikationsanbieter, Alkohol, Glücksspiel) werden im Einzelfall geprüft und entsprechend behandelt.

Buchung ist nicht rabattbildend:

Die gesamten Buchungsvolumina in Low Fare Kampagnen sorgen nicht dafür, dass Sie eine neue Rabattstufe erreichen können.

Kein Targeting möglich:

Bei Low Fare Buchungen sind keine Targetingoptionen möglich. Ausgenommen ist bei Mobile Kampagnen das Targeting auf Endgeräte (ohne Aufpreis inklusive).

Keine Auslieferungsgarantie:

Ihr gebuchtes Volumen wird je nach Verfügbarkeit auf den Basisplatzierungen in unserem Portfolio ausgeliefert. Es kann dazu kommen, dass Ihr angestrebtes Volumen jedoch nicht in der gewünschten Zeit erreicht wird. In diesem Fall zahlen Sie entsprechend nur den Preis für das erreichte Volumen.

Keine gleichmäßige Auslieferung garantiert:

Allein die Verfügbarkeit der einzelnen Basisplatzierungen bestimmt die Auslieferung. In Zeiten mit höherer Verfügbarkeit wird auch entsprechend mehr Medialeistung ausgeliefert und umgekehrt. Es kann also dazu kommen, dass das gebuchte Mediavolumen nicht gleichverteilt auf allen Platzierungen und auch nicht gleichverteilt auf den gesamten Buchungszeitraum ausgeliefert wird.

Keine Platzierungsauswahl/-garantie:

Wir können Ihnen keine Garantie dafür geben, wo und wann welche Werbeform ausgeliefert wird. Je nach Verfügbarkeit steuert unser Ad Server die Kampagne über alle Platzierungen in der Kategorie Basis aus.

Keine Screenshots:

Der Vermarkter liefert keine Screenshots als Kampagnendokumentation für die Werbemittelauslieferung bei Low Fare Kampagnen.

Keine Testlinks:

Testlinks werden nur in begründeten Ausnahmefällen erstellt und versendet.

OBA - Kennzeichnung:

Der Vermarkter partizipiert an der freiwilligen Selbstregulierung für nutzungsbasierte Onlinewerbung (Online Behavioural Advertising) des Bundesverbands digitale Wirtschaft e.V. (BVDW). Hierzu zählt die Kenntlichmachung aller 3rd Party Dienstleister, denen es seitens des Vermarkters gestattet ist Online Behavioural Advertising auf Seiten des Vermarkters zu betreiben. Im Rahmen dieser Vereinbarung verpflichtet sich der Partner, die geltenden Bestimmungen des für ihn relevanten Kodex einzuhalten und formgerecht umzusetzen. Der Vermarkter behält sich das Recht vor, die vollständige Identität und Kontaktdaten des Partners auf ihrer Homepage zu nennen und auf dessen Homepage / Microsite zum Thema Datenschutz zu verlinken.

Keine Inventarweitergabe an dritte Zwischenhändler:

Dem Partner ist es ausdrücklich nicht gestattet, das ihm vom Vermarkter zur Verfügung gestellte Inventar an dritte Ad-Networks oder andere Zwischenhändler weiterzuverkaufen. Das Inventar darf ausschließlich zur Befüllung mit direkten Werbepartnern des Partners verwendet werden.

Reporting:

Nach Ablauf der Kampagne erhält der Kunde ein Kampagnenendreporting. Es werden keine Zwischenreports bei Low Fare Kampagnen geliefert.

Schieberecht:

Höherwertige Buchungen haben bei der Auslieferung Vorrang. Aus diesem Grund behalten wir uns ein Schieberecht bei Low Fare Kampagnen vor.

Vorlaufzeit Werbemittelanlieferung:

Alle Werbemittel müssen spätestens drei Werktage vor Schaltungstermin angeliefert werden. Bei der Nutzung von physischen Werbemitteln dürfen maximal vier Werbemittel angeliefert werden.

Werbemittelmotivwechsel:

Werbemittelmotivwechsel können einmal pro Woche durchgeführt werden. Unberührt von dieser Regel ist selbstverständlich der Einsatz von Redirects, bei welchen der Werbetreibende selbstständig Werbemittelmotivwechsel im Hintergrund durchführen kann. Der Vermarkter übernimmt keine rechtliche Gewährleistung für Werbemittel und Landingpages.

Zähldifferenzen:

Für die Ermittlung von Zähldifferenzen werden die gemessenen Zahlen des Vermarkters zugrunde gelegt. Eine Abweichung von bis zu 10% ist marktüblich und gilt nicht als Zähldifferenz. Kann bei einer Abweichung von mehr als 10% von der Gesamtleistung keine eindeutige Ursache festgestellt werden, wird die Summe (abzüglich der marktüblichen 10%) zu gleichen Teilen von Vermarkter und Kunde getragen.

Ad Alliance GmbH | Picassoplatz 1 | 50679 Köln | Geschäftsführer: Matthias Dang,
Stephan Schäfer | Registriert beim Amtsgericht Köln, HRB 33057 | USt-Id: DE 114 383 325