



Mediadaten 2018

Interviews und Einblicke hinter die Kulissen



fotoepressa: Abgesehen von der Location – was ist das Wichtigste, wenn man ein gutes Foto von einem Auto machen möchte?

SD: Da gibt es zwei wichtige Punkte. Der erste betrifft die Perspektive und die Proportionen. Man sollte darauf achten, dass man die Proportionen des Autos nicht verunstaltet. Wenn ich jetzt einen klassischen Oldtimer in einem extremen Weitwinkel fotografiere, dann wird mir der Besitzer sagen: «Du, ich habe gar keine so lange Motorhaube, das ist falsch, das stimmt nicht.»

Das zweite ist der Charakter des Autos, den ich immer einzufangen versuche. Ich stelle mir die Frage, wie das Auto funktioniert, wie es sich anfühlt und was für eine Geschichte dahinter steckt. Man muss sich einfach für das, was man fotografiert, interessieren. Wenn ich ein Auto fotografiere, lasse ich mir vom Besitzer die Geschichte dazu erzählen. Wo kommt es her, wer hat das Auto vorher gefahren, wie verlief die Restauration? So bekommt man ein Gefühl für das Motiv und man kann es ganz anders in Szene setzen. Das sieht man am Ende in den Bildern.

fotoepressa: Gilt das für alle Bereiche der Fotografie?

SD: Das gilt nicht nur für alle Bereiche der Fotografie, sondern für alle Bereiche im Leben.

fotoepressa: Also weg vom Oberflächlichen?

SD: Ja, absolut! Man sollte sich einfach mehr interessieren, auch für Menschen und dafür, was um einen herum passiert. Damit kommt man grundsätzlich bei allem zu besseren Ergebnissen.

Reise- und Erfahrungsberichte

Die Lofoten im Winter

Michael Schaub

Wenn man die Lofoten im Winter auf den Lofoten? Da ist es doch immer dunkel. Obwohl das schlechte Wetter und dem Meer kalte. Das sind die klügeren Kommentare aus dem Freundeskreis, wenn man fotografieren vor seinen Fotoständen in den hohen Norden berichtet. Schließlich befinden sich die Lofoten bis zu 700 m über dem Meeresspiegel. Zwischen dem 60. und 68. Breitengrad – also auf einer Höhe mit dem nördlichen Alaska. Dabei hätte ich von einer Lofoten nicht geglaubt, dass es mich zwischen hohen Klippen in den Norden verschlagen würde. Meine Leidenschaft gilt dem sonnigen südlichen Alaska mit seiner Flora und Fauna. Dann aber wagte ich den Schritt in den hohen Norden. Kurze Island und kurze Zeit später Norwegen. Als ich dann mit der Hurtigrute bis zum Nordkap fuhr, hatte mich der Nordstern endgültig erreicht. Zum Sommerbeginn führt die Schiffsreise in den Norden der Lofoten vorbei der nach jenseitige Lofotenwand sagt dunkel aus dem Meer. Man muss beleuchtete Ortschaften erhalten mögliche Erde. Über mit Linsen die Polarlichter: Ich sehe an Deck, aber nicht klar. Die Schönheit der Nordlichter geht nicht verloren am die Dämmerung. Das Finger schweben vor Kamera beim Versuch, die Kamera im Wind einzugemessen richtig zu halten. Aber ich bin begeistert. Die Schönheit der Nordlichter geht nicht verloren am die Dämmerung.



Abb. 1: Der Strand von Hattstad bei Hinnel zum Fotografieren am Grunde im Winter ist die Kontrast zwischen kaltem Meer und dem schneebedeckten Berg im Hintergrund. (Fotografie: Michael Schaub, im Herbst, wie man auf dem Foto sieht.)

Workshops & Tutorials

Die Bokehrama-Technik

Der erste Ablauf ist aufwändiger beim Shooting, aber weniger aufwändig in der Nachbearbeitung. Beim zweiten Ablauf ist es umgekehrt, weil das nachträgliche Herausheben des Blitzes und des Stativs relativ viel Zeit kosten kann. Auch funktioniert die Fusion im ersten Ablauf besser, da sich bei der zweiten Variante das Modell häufig dann doch ein wenig bewegt und dadurch dem Panoramaprogramm die Arbeit erschwert wird.

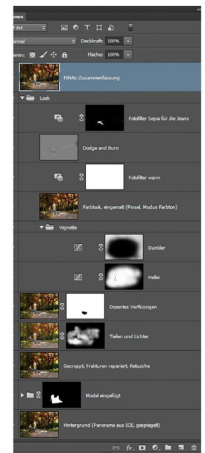
Leider ist es nicht immer möglich, das Model aus dem Bild zu bitteln, und so ist auch das Foto von Lina entstanden, wie im zweiten Ablauf geschildert.

Bildbearbeitung in Camera Raw und Photoshop
Bei diesem Bild war die Bearbeitung relativ aufwändig. Zuerst habe ich die Bildserie mittels ICE fusioniert, dann Blitz, Stativ und Passanten weggestempelt, anschließend das Model eingefügt und noch eine übersichtbare Beauty-Retusche vorgenommen. Zum Abschluss habe ich dem Bild den finalen Look verpasst. Mich störte das helle Grün im Bild, und so habe ich von den wärmeren roten und orangen Bereichen Farbe aufgenommen und im Modus Farbton und Farbe die grünen Blätter und Gräser damit übermalte.

Tips und Tricks
Grundsätzlich kann für die vorgestellte Technik jedes moderne Panoramaprogramm verwendet werden, und auch mit Photoshops Bordmitteln sollte die Fusion



Abb. 6: Die einzelnen Bearbeitungsschritte in Photoshop (von oben nach unten): Ausgangsbild aus ICE, retuschiertes Bild samt Model und Ergebnis mit Farb-Look. Im Ebenenstapel rechts sehen Sie die verwendeten Bild- und Effekt-Ebenen aufgelistet.



fotoespresso

Konzentriert, stark und dennoch bekömmlich

fotoespresso richtet sich gezielt an ambitionierte Fotografen und spricht damit sowohl Einsteiger- als auch fortgeschrittene und Profi-Fotografen an.

Das Themenspektrum erstreckt sich über die gesamte Breite der Fotografie. In authentischen, unabhängigen Erfahrungsberichten und Praxistests zu Kamera-technik und -zubehör erhalten Leser eine Orientierung und Kaufberatung. In aufwendig recherchierten und detaillierten Tutorials erhalten sie Anleitungen zu Bildbearbeitung und Aufnahmetechniken. Neben dem technischen Aspekt der Fotografie liegt ein weiterer Schwerpunkt auf der ästhetischen und inspirativen Seite der Fotografie. So stellt fotoespresso regelmäßig Fotografen aus verschiedenen Genres vor, schafft damit Einblicke hinter die Kulissen und gibt Bildern innerhalb des Magazins großen Raum zur Betrachtung.

fotoespresso zeichnet sich besonders durch unabhängige Beiträge mit fachlicher Tiefe aus. Sichergestellt wird die Qualität und Themenvielfalt durch unseren Autorenstamm, der sich aus leidenschaftlichen Fotografen und Fachbuchautoren zusammensetzt.

Auf fotoespresso.de können sich Leser alle zwei Monate die jeweils aktuelle Ausgabe herunterladen und auf ein Archiv mit allen bisherigen Angeboten zugreifen. Zusätzlich erwartet sie dort ein Angebot an weiteren Inhalten, darunter Videos, erweiterte Bilderstrecken und News.

Über fotoespresso

fotoespresso ist als Download im kostenfreien Abonnement oder als Einzel-PDF erhältlich.

Leserprofil

Ambitionierte Fotografen

Abonnenten

26.800 Abonnenten (Stand: 01/2018)

57,37% Prozent unserer Abonnenten lesen den fotoespresso regelmäßig.*

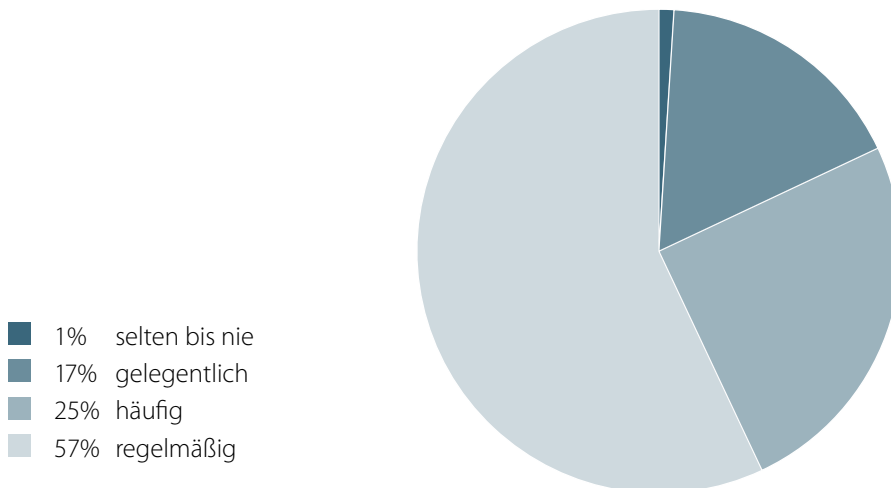
Erscheinungsweise

6x im Jahr

Downloads

ca. 30.000 pro Ausgabe

Lesehäufigkeit*



* Quelle: Leserumfrage 2016 / 2.418 Teilnehmer

Google-Analytics-Daten im Zeitraum Januar – Dezember 2017

Sitzungen

251.614

Durchschnittliche Sitzungsdauer

1:53 Minuten

Seitenaufrufe

1.006.456

Absprungrate

2,10%



Die geringe Absprungrate von 2,10 % zeigt eine hohe Relevanz der Inhalte.



Die durchschnittliche Sitzungsdauer von 1:53 Minuten spricht für die hohe Qualität der Inhalte.

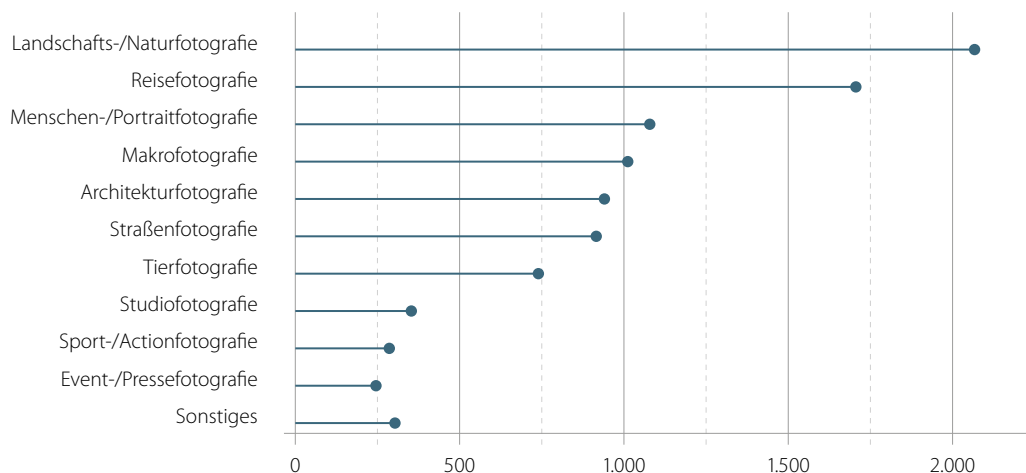


Die Anzahl der Sitzungen und Seitenaufrufe verdeutlicht die große Reichweite.

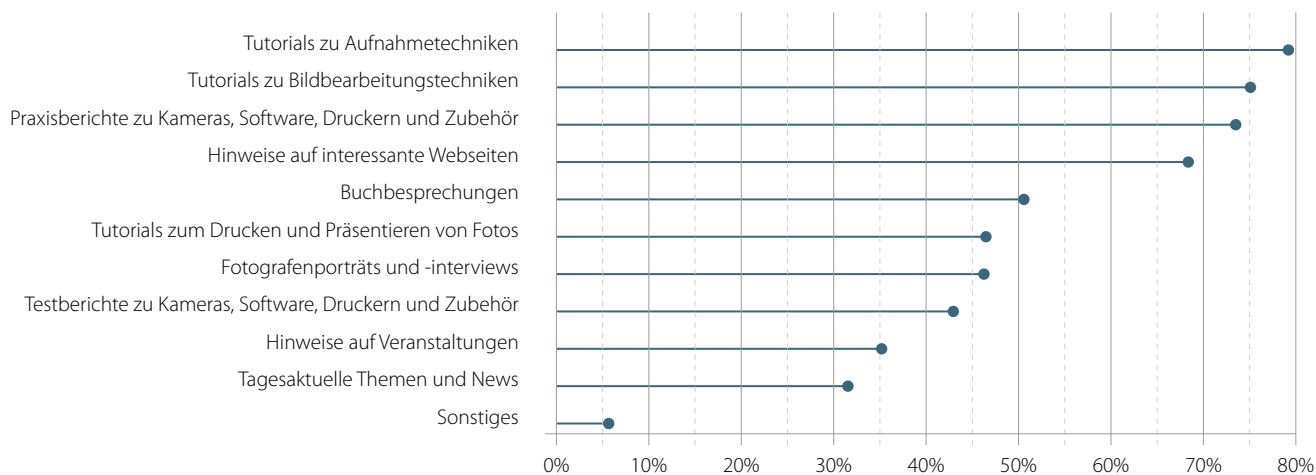
Demoskopie

Wir lassen die Daten unserer Lesenumfrage* für sich sprechen:

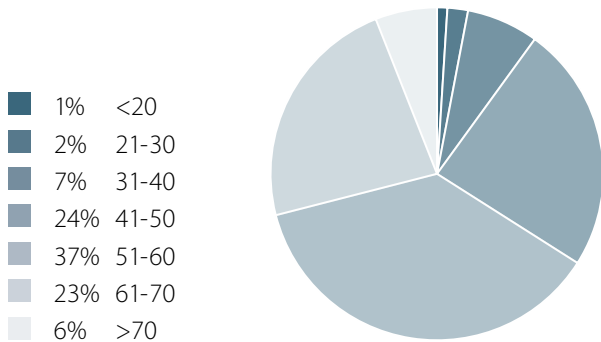
Fotografische Interessen (Mehrfachauswahl möglich)



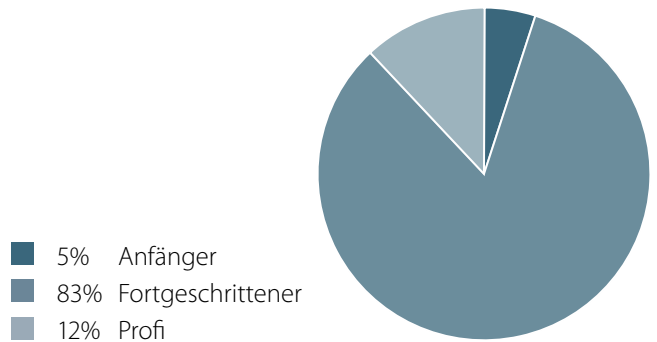
Themenwünsche in der Zukunft (Mehrfachauswahl möglich)



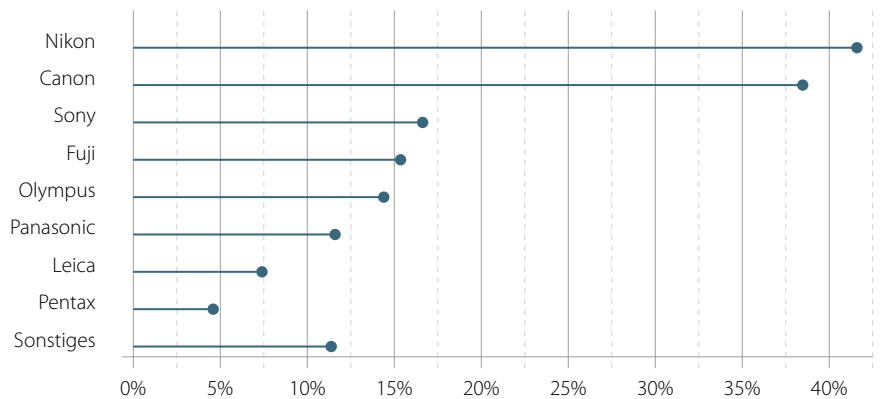
Alter



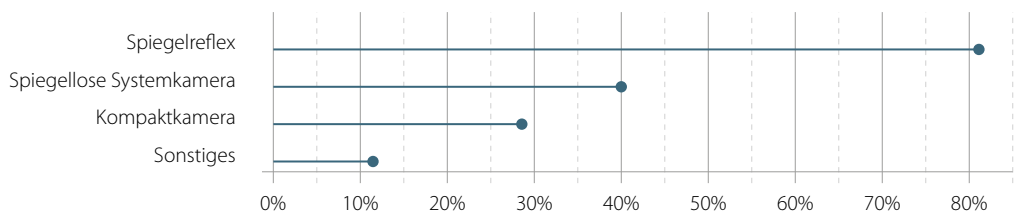
Fotografische Fähigkeiten



Herstellernutzung (Mehrfachauswahl möglich)



Systemnutzung (Mehrfachauswahl möglich)



Anzeigenpreise & Formate

gültig ab 01.01.2018

Magazinformat

A4, quer (297 x 210 mm), RGB

Bilder: 200 dpi

Dateigröße bis 3 MB

PDF mit eingebetteten Fonts

Anzeigenpreis: 449€ pro 1/1 Seite

Bibliothek Ansicht ein Bild aus und navigieren über Bibliothek & Zoomfunktionen zum gewünschten Foto. Es öffnet sich nun ein Fenster, das die A4-Felder im Bild und zusätzlich rechts daneben eine Übersicht über den Angaben zu Kamera und Objektiv auch die allgemeinen Kamera-Einstellungen sowie die Aufnahmeeinstellungen. Praktischerweise gibt das Flug in auch Auskunft über den Abstand zum Motiv, den Bereich

Ausgabe 4/2016

Von Fotografen für Fotografen dpunkt.verlag

dpunkt.verlag GmbH • Wiblingen Weg 17 • D-65133 Mainzberg • fax: 0 62 21 / 14 83 00 • fax: 0 62 21 / 14 83 99 • e-mail: bestellung@dpunkt.de • www.dpunkt.de

Ohne Spiegel auf Safari? Das Olympus-System im Praxistest
Thorste Borge

fotoespresso dpunkt.verlag

Konzentriert. Online. Von dpunkt.

fotoespresso | neueste Ausgabe | Abonnieren | Archiv | Fotobücher | Seiten durchsuchen ...

fotoespresso 4/2016
Veröffentlicht am 15. August 2016 von fotoespresso in Fotoespresso | No Comments

4/2016
Junge Fotografen
Steffen Hummel
Astrofotografie:
Zwischen Kunst und Wissenschaft
Interview
Stefan Dokoupil:
Autofotografie
Praxistest
Das Olympus-System
auf Safari
Tutorial
Dodge & Burn
Konzentriert. Als PDF. Von dpunkt.

Mit Themen über Astro-, Auto-, Landschafts- und Nachtfotografie bietet die vorliegende Ausgabe diesmal ein sehr breites Spektrum an Einblenden in die verschiedenen Genres der Fotografie. Schauen Sie sich hier die gesamte Themenübersicht an und laden Sie die Ausgabe herunter.

mehr ...

gwegner.de
Foto-Blog des Jahres 2013
www.absolutpanalog.de
ANALOG WORKSHOPS
seen.by
DEINE FOTOS
PREIS SCHNELL
BEWERTET!
BILD
BEWER
TUNGEN
Jetzt
loslegen!

Banner

Format 115 x 115 px
Banner erscheint auf allen Seiten von
www.fotoespresso.de

Bannerpreis: 69€ pro Monat

Ausgabe	Erscheinungstermin	Anzeigenschluss	Anlieferung
01/2018	15.02.2018	23.01.2018	03.02.2018
02/2018	15.04.2018	20.03.2018	31.03.2018
03/2018	15.06.2018	22.05.2018	02.06.2018
04/2018	15.08.2018	17.07.2018	28.07.2018
05/2018	15.10.2018	18.09.2018	29.09.2018
06/2018	15.12.2018	20.11.2018	01.12.2018

Island – Naturfotografie zwischen Feuer und Eis

Christoph F. Robiller

Karge Hochlandflächen, bizarre Lavafelder und kegelförmige Ascheberge, nebelverhangene Fjorde und von Schmelzwasser durchbrochene Küstentreifen, tosende Wasserfälle, explodierende Geysire und blubbernde Schwefelquellen, weiße Glet-

scherkappen und saftig grüne Wiesen: Gegensätzlich und rau, einsam und unvergleichlich schön liegt im Nordatlantik die zweitgrößte Insel Europas. Knapp unterhalb des Polarkreises auf dem Mittelatlantischen Rücken liegt Island, aus geologischer

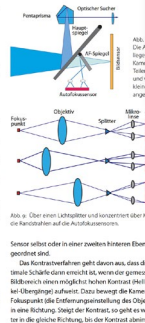
Sicht eines der jüngsten Länder der Erde und immer noch in der Entstehung begriffen. Es gehört zu den aktivsten vulkanischen Gebieten der Erde. Mitten durch die Insel verläuft der trennende Graben zwischen der nordamerikanischen und eurasischen Kontinentalplatte, fragil verbunden mit einem gewaltigen Magmaservoar in der Tiefe, das immer von Neuem Vulkanausbrüche nährt. Surtsey, die jüngste Insel, benannt nach dem mythologischen Feuerriesen Surtur, tauchte erst 1963 durch einen submarinen Vulkanausbruch etwas südlich von Island aus dem Meer. Auch in der jüngsten Vergangenheit ereignete sich immer wieder Vulkanausbrüche, die Touristen und Wissenschaftler begeisterten. Im April 2010 eruptierte der *Eyjafjalajökull* und legte aufgrund der ausgetretenen Vulkanasche für einige Tage nahezu den gesamten europäischen Flugbetrieb lahm. Der Ausbruch des *Grimsvötn* am 21. Mai 2011, einem Vulkan und unterirdischen Gletschersee im Südosten Islands, hatte sich bereits im Jahr zuvor angekündigt. Und seit Mitte August 2014 strömte aus einer Vulkanspalde des *Barðarbunga* kontinuierlich Magma und ergoss sich über mehrere Monate auf 25 Quadratkilometer des Inselzentrums. Die gewaltigen Naturkräfte Feuer und Eis gaben Island seine heutige Gestalt.

Abb. 1: Der Seljalandsfoss im Süden Islands liegt an der Ringstraße und stürzt hier 66 m tief. Neben dieser Ansicht von der Felswand aus können Sie sich weitere interessante Perspektiven vom Pfad hinter dem Wasserfall erschließen.



Die Sache mit der Schärfe – der Fokus

Techniken für den Autofokus
Es gibt mehrere Autofokussysteme – sowohl aktiv als auch passiv. Bei den aktiven sendet die Kamera ein Messsignal aus und misst über die Antwort die Distanz zum Objekt. Hier kommen in der Vergangenheit sowohl Ultraschall als auch Laserstrahlen zum Einsatz. Bei beiden wird über die Laufzeit der Antwort zum zu messenden Objekt berechnet. Heutzutage setzen diese Verfahren kaum noch ein. Sie verwenden stattdessen meist passive Verfahren. Am weitesten verbreitet ist die Technik der Kontrastmessung und das Phasenschiebungsverfahren. Das beruht auf unterschiedlichen Lichtwellenlängen erzeugter Autofokus-Hilfslichter, werden dabei nicht als aktives Verfahren betrachtet. Kontrastmessung beruht auf dem Kontrastverfahren an. Dies gilt auch für ältere Spiegelreflexkameras. Es lässt sich technisch realisieren und braucht zum Teil keine separaten Erfassungskomponenten, sondern kann einfach Bereiche des Bildraums für die Kontrastmessung verwenden. Es ist darüber hinaus auch genauso, wie aber in der Vergangenheit etwas langsamer als das Phasenschiebungsverfahren, wobei die Kontrastmessung zu Kamerasensoren verbessert wird.¹ Einige neuere Kameras – wie die Canon EOS 5D Mark II – benutzen beide Techniken kombiniert. Man spricht dann auch von einem hybriden Autofokus. Gleiches gilt für neuere Spiegelreflexkameras der AF-Sensoren für die Phasenschiebetechnik entweder auf dem 1. Element außerhalb des Objektivs oder auf dem Auslöser für die Kontrastmessung.²



wenn die Linse-Viereck der Kamera aktiviert ist, und ebenso bei Videoaufzeichnungen. Bei Spiegelreflexkameras ist es das einzige Verfahren. Technisch vorteilhafter ist das Phasenschiebungsverfahren, das hier nur skizziert werden soll. Es wird hauptsächlich in DSLRs eingesetzt. Ein Teil des Spiegels im Halbtransparenz-Modus wird über einen zweiten kleineren Spiegel auf AF-Sensoren umgelenkt (Abb. 1), dabei über ein optisches Gitter und per Mikrolinsen auf zwei Sensorelementen geleitet (Abb. 2). Dort wird die Lichtintensität gemessen. Fokusiert das Licht jeweils auf die Mitte der Sensoren, so ist die Fokus-empfindlichkeit am besten. Bei der Fokusjustiz zu weit vorne oder zu weit hinten liegt. Da die Kamera aus den vom Objektiv übermittelten Fokusinformationen weiß, wie aktuell die Entfernungseinstellung liegt, kann sie nur das Objektiv anwecheln, wenn es die gleiche Richtung, bis der Kontrast abnimmt, wieder nach vorne oder weiter nach hinten zu fokussieren.

© 2014 Spiegel-Verlag, www.spiegel.de
Anzahl 3/2018

Kontakt Daten

Erscheinungsweise

zweimonatlich

Website

www.fotoespresso.de

Herausgeber des fotoespresso

Jürgen Gulbins, Steffen Körber, Sandra Petrowitz,
Gerhard Rossbach

Redaktion und verantwortlich für den Inhalt

Steffen Körber

Fon: +49 (0) 6221 1483 34

koerber@dpunkt.de

Auftragsabwicklung

Fon: +49 (0) 6221 1483 34

ads@fotoespresso.de

Verlag

dpunkt.verlag GmbH

Wieblinger Weg 17

69123 Heidelberg

Fon: +49 (0) 6221 1483 0

Fax: +49 (0) 6221 1483 99

www.dpunkt.de

hallo@dpunkt.de

Geschäftsführer

Dr. Michael Barabas

Amtsgericht Mannheim HRB 331024

USt-IdNr. DE811845830

Umsatzsteuernr. 32492/12820

Bankverbindung

Commerzbank AG

IBAN DE20 6728 0051 0466 1564 00

BIC/SWIFT DRES DE FF 672

Allgemeine Geschäftsbedingungen

Allgemeine Geschäftsbedingungen für die Schaltung von Anzeigen auf Websites und in digitalen Zeitschriften

dpunkt.verlag GmbH, Wieblinger Weg 17, 69123 Heidelberg

§ 1 Gegenstand

1. Für sämtliche mit der dpunkt.verlag GmbH (im Folgenden „dpunkt“) geschlossenen Verträge über die Schaltung eines Werbemittels oder mehrerer Werbemittel auf www.fotoespresso.de und der digitalen Ausgabe von fotoespresso.de, gelten ausschließlich die vorliegenden allgemeinen Geschäftsbedingungen (im Folgenden „AGB“)

2. Bestandteil des Anzeigenauftrages sind allein die vorgenannten AGB sowie die Mediadaten der jeweiligen Zeitschrift dpunkts. Die Gültigkeit etwaiger allgemeiner Geschäftsbedingungen des Kunden oder sonstiger Inserenten ist ausdrücklich ausgeschlossen. Insbesondere führt eine unterbliebene Zurückweisung anderer AGB seitens dpunkt nicht dazu, dass diese damit als vereinbart gelten. Dpunkt schließt, vorbehaltlich anderweitiger ausdrücklicher schriftlicher Vereinbarungen, einen Vertrag mit dem Kunden grundsätzlich nur auf Grundlage seiner AGB.

3. Dpunkt ist berechtigt, die vorliegenden AGB jederzeit zu ändern. Dpunkt wird seine Kunden rechtzeitig, d.h. mindestens einen Monat vorher, über die Änderung unterrichten. Dies geschieht für gewöhnlich durch einen Hinweis in den Auftragsbestätigungen. Die aktuelle Version der AGB ist unter www.fotoespresso.de/downloads/mediadaten.pdf abrufbar.

§ 2 Werbeschaltung

1. Für die Schaltung von Anzeigen kommen grundsätzlich nur die Formate in Frage, die in den jeweils gültigen Mediadaten ausgewiesen sind. Die Schaltung von Sonderformaten und -werbeformen ist nur nach Rücksprache und Zustimmung dpunkts möglich.

2. Anzeigen, aus deren Gestaltung und Inhalt sich nicht unmittelbar eine Wahrnehmung als solche ergibt, werden von dpunkt ausdrücklich als Anzeige gekennzeichnet.

3. Ein Werbemittel im Sinne dieser AGB kann aus einem oder mehreren der genannten Elemente 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 Kunde genannten Online-Adresse zu weiteren Daten herstellt, die im Bereich des Kunden liegen (z.B. Link).

4. Werbemittel, aus deren Gestaltung und Inhalt sich nicht unmittelbar eine Wahrnehmung als solches ergibt, werden von dpunkt ausdrücklich als Werbemittel gekennzeichnet.

§ 3 Vertragsschluss

1. Der Vertrag zwischen dpunkt und dem Kunden kommt durch schriftliche oder per E-Mail erfolgende Bestätigung des Auftrags durch dpunkt zustande. Auch bei mündlichen oder fernmündlichen Bestätigungen liegen die AGB zugrunde. Ein Vertrag über Werbemittel kann geschlossen werden bezogen auf einzelne Werbemittel oder für eine festgelegte Anzahl von Werbemitteln. Zudem können feste Termine für einzelne Schaltungen oder ein entsprechender Laufzeitraum der Werbemittel vereinbart werden.

2. Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag im Zweifel mit der Werbeagentur zustande, vorbehaltlich anderer schriftlicher Vereinbarungen. Soll ein Werbetreibender selbst Kunde werden, so muss er von der Werbeagentur vor Vertragsschluss ausdrücklich benannt werden. Dpunkt ist berechtigt, von den Werbeagenturen einen Mandatsnachweis zu verlangen.

3. Die Abrechnung erfolgt ausschließlich auf Basis der durch den dpunkt-Ad-Server ermittelten Werte.

4. Von einem Vertragsschluss ausgeschlossen sind Verbraucher im Sinne von § 13 BGB.

§ 4 Bereitstellen der Anzeigen

1. Der Kunde stellt sicher, dass die Anzeige vollständig, rechtzeitig, fehlerfrei und in geeigneter Form geliefert wird. Technische Vorgaben von dpunkt sind einzuhalten. Dpunkt ist bei nicht ordnungsgemäßer, insbesondere unvollständiger, fehlerhafter

Allgemeine Geschäftsbedingungen

oder ungeeigneter Anlieferung der Anzeige oder bei verspäteter Anlieferung der Anzeige nicht zur Verbreitung derselben verpflichtet. Werden erkennbar ungeeignete oder beschädigte Vorlagen rechtzeitig angeliefert, so fordert dpunkt Ersatz an. Bei verspäteter Anlieferung oder nachträglichen Änderungen übernimmt dpunkt keine Gewähr für die vereinbarte Verbreitung der Anzeige. Die Rechtzeitigkeit bemisst sich nach den Vorgaben dpunkts.

2. Nachträgliche Änderungen oder Austausch von Anzeigen sind nur bei Einhaltung des ursprünglich vereinbarten Insertionstermins möglich, soweit die Anzahl oder der Umfang der Änderungswünsche nicht unverhältnismäßig oder branchenunüblich sind. Die insoweit entstehenden Mehrkosten können dem Kunden nach Nachweis durch dpunkt in Rechnung gestellt werden.

3. Kann der Anzeigenauftrag wegen verspäteter oder unterbliebener Anlieferung ordnungsgemäßer Anzeigen nicht durchgeführt werden und konnte dpunkt trotz angemessener Bemühungen keine Ersatzbuchung eines Dritten beibringen, ist der Kunde zur Zahlung einer Entschädigung in Höhe der vereinbarten Vergütung verpflichtet.

4. Dpunkt ist berechtigt, aber nicht verpflichtet, die vom Kunden gelieferten Vorlagen zu bearbeiten, soweit dies zur Schaltung des Werbemittels erforderlich oder ratsam ist.

5. Die Kosten von dpunkt für eine vom Kunden nach Datenanlieferung gewünschte oder zu vertretende inhaltliche bzw. zeitliche Änderung der Anzeige hat der Kunde zu tragen.

6. Die Pflicht seitens dpunkt zur Aufbewahrung der Anzeige endet drei Monate nach seiner letztmaligen Verbreitung.

§ 5 Ablehnungsbefugnis

1. Dpunkt behält sich vor, Anzeigen, 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, die Anzeige gegen die Bestimmungen dieser AGB verstößt oder deren Veröffentlichung

für dpunkt wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist. Gleiches gilt für den Fall, dass die in der Anzeige verlinkte Ziel-URL gegen einen der oben genannten Ausschlussgründe verstößt.

2. Die Zurückweisung wird dem Kunden schriftlich (E-Mail genügt) mitgeteilt. Der Kunde ist in diesem Fall berechtigt, dpunkt eine geänderte Version der zu schaltenden Anzeige und/oder der Ziel-URL, auf die verlinkt werden soll, zu übermitteln. Ein Austausch der Anzeige bzw. der Ziel-URL ist nur bei Einhaltung des ursprünglich vereinbarten Insertionstermins möglich. Die insoweit entstehenden Mehrkosten können dem Kunden nach Nachweis durch dpunkt in Rechnung gestellt werden. Gehen die Ersatzanzeige bzw. neue Ziel-URL nicht mehr rechtzeitig für die Einhaltung des ursprünglich vereinbarten Insertionstermins bei dpunkt ein, behält dpunkt den Anspruch auf die vereinbarte Vergütung auch dann, wenn die Schaltung der Anzeige nicht erfolgt.

3. Dpunkt ist berechtigt, die Schaltung der Anzeige vorübergehend zu unterbrechen, falls ein hinreichender Verdacht auf rechtswidrige Inhalte der Website vorliegt, auf die die mit der Anzeige verbundene URL verweist. Dpunkt wird den Kunden über die Sperrung unterrichten und dieser hat die vermeintlich rechtswidrigen Inhalte unverzüglich zu entfernen oder deren Rechtmäßigkeit darzulegen und ggf. zu beweisen. Dpunkt kann dem Kunden anbieten, die Anzeige durch eine alternative Anzeige und/oder durch eine URL auf eine andere Website zu ersetzen. Die insoweit entstehenden Mehrkosten können dem Kunden nach Nachweis durch dpunkt in Rechnung gestellt werden. Die Sperrung ist aufzuheben, sobald der Verdacht entkräftet ist.

4. Dpunkt ist berechtigt, eine bereits veröffentlichte Anzeige gänzlich zurückzuziehen, wenn der Kunde nachträglich die URL der Verlinkung ändert oder der Inhalt der Website, auf die verlinkt ist, wesentlich verändert ist und diese zur Ablehnung der Anzeige durch dpunkt berechtigen. In diesem Fall steht dem Kunden keine kostenfreie Ersetzungsbefugnis zu, wobei dpunkt seinen vereinbarten Vergütungsanspruch behält.

Allgemeine Geschäftsbedingungen

§ 6 Unzulässige Anzeigen

1. Zusätzlich zu den in § 5 dieser AGB genannten Fällen, sind insbesondere Anzeigen mit nachfolgend aufgezählten Inhalten unzulässig:

- illegaler Inhalt
- jugendgefährdende Inhalte
- Tabakwerbung
- Glücksspielwerbung
- unlautere Werbung
- irreführende Werbung
- rassistische Inhalte
- politisch oder religiös extremistische Inhalte
- pornografische Inhalte
- sexistische Inhalte
- Gewalt verherrlichende Inhalte
- Offenlegung von privaten oder vertraulichen Inhalten
- Verbreitung von Spam
- Ausnutzung von Sicherheitslücken
- Verbreitung von Schadprogrammen (Malware, Riskware, Trojaner, Viren etc.)

2. Es darf keine Anzeige veröffentlicht werden, die auf die zuvor genannten Inhalte verlinkt. Des Weiteren darf keine Anzeige ausgeliefert werden, die die Darstellung des redaktionellen Inhalts massiv verlangsamt bzw. verhindert und hierdurch zu einem negativen Nutzungserlebnis führt.

§ 7 Nutzungsrechte/Rechte Dritter

1. Der Kunde gewährleistet und sichert zu, dass er alle zur Schaltung der Anzeige erforderlichen Rechte besitzt. Der Kunde stellt dpunkt von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner wird dpunkt von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Kunde ist verpflichtet, dpunkt nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen.

2. Der Kunde überträgt dpunkt sämtliche für die Vertragsdurchführung erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentliche Zugänglichmachung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen. Dpunkt ist berechtigt, soweit dies für die vereinbarte Anzeigenschaltung erforderlich ist, Unterlizenzen an den eingeräumten Rechten zu erteilen und die eingeräumten Rechte auf Dritte zu übertragen.

3. Der Kunde stellt sicher, dass die in der Anzeige enthaltenen Inhalte Gema-frei sind bzw. die erforderlichen Genehmigungen zur Veröffentlichung vorliegen.

4. Der Kunde garantiert, bei der Gestaltung der Werbemittel die gesetzlichen Bestimmungen und Grenzen einzuhalten.

§ 8 Ausfall oder Verschiebung des Werbeauftrages

1. Fällt der Auftrag aufgrund Gewalt, Streik, aufgrund gesetzlicher Bestimmungen oder sonstigen Gründen aus, so wird die Durchführung des Werbeauftrages nach Möglichkeit entweder vorverlegt oder nachgeholt. Sofern es sich nicht um eine unerhebliche Verschiebung handelt, wird der Kunde hiervon informiert. Die Information erfolgt vor der Umstellung, sofern dies zeitlich vernünftigerweise möglich ist. Unter den gleichen Voraussetzungen wird der Kunde informiert, wenn die Anzeige in ein anderes als das vorgesehene Umfeld eingebettet wird. Sofern der Kunde der Verschiebung der Durchführung des Werbeauftrages bzw. der Einbettung in ein anderes Umfeld nicht schriftlich binnen einer Frist von fünf Arbeitstagen nach entsprechender Information widerspricht, gilt dies als Einverständnis des Kunden.

2. Im Fall, dass die Anzeige weder vorverlegt noch nachgeholt werden kann oder im Fall, dass der Kunde der vorgeschlagenen Vorverlegung, Nachholung oder Einbettung in ein anderes Umfeld widerspricht, hat der Kunde Anspruch auf Rückzahlung der bis

Allgemeine Geschäftsbedingungen

zu diesem Zeitpunkt geleisteten Zahlungen, soweit nicht bereits verbraucht. Weitere Ansprüche des Kunden sind ausgeschlossen

§ 9 Gewährleistung von dpunkt

1. Dpunkt gewährleistet im Rahmen der vorhersehbaren Anforderungen eine dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe des Werbemittels. Dem Kunden ist jedoch bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, ein von Fehlern vollkommen freies Programm zu erstellen.

2. Die Gewährleistung gilt daher nicht für unwesentliche Fehler. Ein unwesentlicher Fehler in der Darstellung der Werbemittel liegt insbesondere dann vor, wenn die Beeinträchtigung hervorgerufen wird durch die Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungs-soft- und/oder Hardware (z.B. Browser) oder durch Störung der Kommunikationsnetze anderer Betreiber oder durch Rechnerausfall bei Dritten (z.B. anderen Providern oder Online-Diensten) oder durch unvollständige und/oder nicht aktualisierte Angebote auf so genannten Proxies (Zwischenspeichern) kommerzieller und nicht kommerzieller Provider und Online-Dienste oder durch einen Ausfall der Ad-Server oder der Server des jeweilig zum Einsatz kommenden Content-Management-Systems, der nicht länger als 24 Stunden (fortlaufend oder addiert) innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der vertraglich vereinbarten Schaltung andauert.

3. Dem Kunden ist bekannt, dass es auch im Rahmen eines ordnungsgemäßen Geschäftsbetriebs zum Ausfall der Server oder des von dpunkt genutzten Ad-Servers kommen kann. Bei einem Ausfall des Ad-Servers über einen erheblichen Zeitraum im Rahmen einer zeitgebundenen Festbuchung entfällt die Zahlungspflicht des Kunden für den Zeitraum des Ausfalls. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen.

4. Bei ungenügender Wiedergabequalität des Werbemittels hat der Kunde Anspruch auf eine einwandfreie Ersatzwerbung, jedoch nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Lässt dpunkt eine hierfür gestellte angemessene

Frist verstreichen oder ist die Ersatzwerbung unmöglich, so hat der Kunde ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrags.

5. Die Gewährleistungsansprüche sind nicht abtretbar und verjähren gegenüber Unternehmern abweichend von den gesetzlichen Regelungen bereits nach einem Jahr.

6. Darüber hinausgehende Garantien übernimmt dpunkt nicht.

§ 10 Mängelrüge

1. Bei beiderseitigen Handelsgeschäften hat der Kunde das eingeschaltete Werbemittel unverzüglich nach der ersten Schaltung zu prüfen und etwaige Mängel unverzüglich zu rügen. Die Rügefrist bei derartigen Handelsgeschäften beginnt bei offenen Mängeln mit der Einschaltung des Werbemittels, bei verdeckten Mängeln mit ihrer Entdeckung.

2. Unterlässt der Kunde die fristgerechte Mängelrüge, so gilt die Einschaltung des Werbemittels als genehmigt. Der Kunde trägt in diesem Fall die Kosten für etwaige von ihm gewünschte nachträgliche Änderungen.

§ 11 Haftung

1. Schadensersatzansprüche gegenüber dpunkt sind unabhängig von der Art der Pflichtverletzung, einschließlich unerlaubter Handlung, ausgeschlossen, soweit nicht vorsätzliches oder grob fahrlässiges Handeln vorliegt. Ansprüche auf entgangenen Gewinn, ersparte Aufwendungen, aus Schadensersatzansprüchen Dritter sowie auf sonstige mittelbare Folgeschäden können nicht verlangt werden.

2. Bei Verletzung wesentlicher Vertragspflichten haftet dpunkt für jede Fahrlässigkeit bis zur Höhe des vorhersehbaren Schadens, höchstens jedoch bis zur Höhe des Preises des Werbemittels.

3. Gegenüber Kaufleuten ist in jedem Fall die Haftung für grobe und leichte Fahrlässigkeit, bei Erfüllungsgehilfen, die nicht gesetzliche Vertreter oder leitende Angestellte sind, auch für Vorsatz, auf den üblicherweise und typischerweise in derartigen Fällen

Allgemeine Geschäftsbedingungen

voraussehbaren und vom Kunden nicht beherrschbaren Schaden begrenzt.

4. Bei ungenügender Wiedergabequalität der Anzeige hat der Kunde Anspruch auf eine einwandfreie Ersatzwerbung, jedoch nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt dpunkt eine hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzwerbung unmöglich, so hat der Kunde ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrags.

5. Dpunkt ist nicht verpflichtet, die zur Verfügung gestellten Anzeigen und deren Inhalte auf Richtigkeit, Rechtmäßigkeit, Vollständigkeit, Qualität und Freiheit von Fehlern zu überprüfen. Eine Haftung dpunkts für vorgenannte Fälle ist ausgeschlossen.

§ 12 Datenschutz

Der Anzeigenauftrag wird unter Berücksichtigung der geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen abgewickelt. Der Kunde garantiert die Einhaltung der Privacy Policy dpunkts, die im Rahmen der Online-Präsenz von dpunkt. unter www.dpunkt.de/impresum_datenschutzerklaerung.php abrufbar ist.

§ 13 Gerichtsstand und anwendbares Recht

1. Erfüllungsort ist der Sitz von dpunkt.
2. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlichrechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz von dpunkt. Soweit Ansprüche von dpunkt nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Sämtliche Rechtsbeziehungen aus diesem Vertrag unterliegen dem Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechts.
3. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthaltsort des Kunden im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Kunde nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz von dpunkt vereinbart.

§ 14 Sonstige Bestimmungen

Eine etwaige Ungültigkeit einer Bestimmung dieses Vertrages berührt nicht die Gültigkeit der übrigen Regelungen dieser Vereinbarung. Ungültige Bestimmungen sind durch solche zu ersetzen, die der beabsichtigten Bedeutung der ungültigen Bestimmung am nächsten kommen. Gleiches gilt bei Auftreten evtl. ausfüllungsbedürftiger Lücken.

foto **espresso**

Konzentriert. Als PDF. Von **dpunkt.**