



* lokal online werben:
einfach & günstig

 39k

 2.7k

 20k

GÜLTIG VOM 15.08.2024
alle genannten Zahlen Stand 08/2024

728 x 90

Leaderboard



Aktuell | Sport | Leichtathletik

DEUTSCHER U23-MEISTER: OSNABÜCKER LANGSPRINTER KROLL DEKLASSIERT KONKURRENZ IN MÖNCHENGLADBACH

9. JULI 2024

Florian Kroll ist Deutscher U23-Meister / Foto: LG Osnabrück

PM



970 x 250

Billboard

f ► Facebook

X ► Twitter

+

Es läuft bei der LG Osnabrück: Nach der sensationellen Olympia-Qualifikation von *Fabian Dammermann* feiert nun mit *Florian Kroll* der nächste Osnabrücker Leichtathlet

Weiterlesen ▾

Mobil (ca. 83% der Abrufe)



728 x 90

Leaderboard

→ OSNABÜCK → LANDKREIS & REGION → DEUTSCHLAND & DIE WELT → SPORT → MEINUNG & KOLUMNE | 🔎 | W

easy: nur 2 Formate
für unsere lokalen Werbekunden
immer optimal (weit oben) platziert

Aktuell | Sport | Leichtathletik

-MEISTER: OSNABÜCKER LANGSPRINTER FLORIAN KROLL DEKLASSIERT KONKURRENZ IN MÖNCHENGLADBACH

9. JULI 2024



970 x 250

Billboard

◀ teilen f ► Facebook X ► Twitter S ► WhatsApp D ► Drucken

Es läuft bei der LG Osnabrück: Nach der sensationellen Olympia-Qualifikation von *Fabian Dammermann* feiert nun mit *Florian Kroll* der nächste Osnabrücker Leichtathlet einen Erfolg.

Fehler im Artikel gefunden?

Favorit, den kommenden Titelgewinn selbstbewusst angekündigt, die erhoffte und verdiente Olympiaqualifikation verpasst – die Ausgangslage war für Langsprinter Florian Kroll vor den Deutschen Meisterschaften der U23 in Mönchengladbach anspruchsvoll. Nach seinem sensationellen Auftritt von

Braunschweig mit Rano sechs bei den Männern und schier untaublichen 46,19 sec waren im

Weiterlesen ▾

Google News

PC/Tablet (ca. 17% der Abrufe)

Dateiformat: 728x90 bzw. 970x250 Pixel, .jpg, .png oder .gif (animiert)

*

Leaderboard

HASE POST

Dein Osnabrück. Deine Zeitung.

Aktuell | Sport | Leichtathletik

DEUTSCHER U23-MEISTER: OSNABÜCKER LANGSPRINGER FLORIAN KROLL DEKLASSIERT KONKURRENZ IN MÖNCHENGLADBACH

PM

9. JULI 2024

Florian Kroll ist Deutscher U23-Meister / Foto: LG Osnabrück

*kontaktieren Sie uns
für ein Angebot

Billboard

f Facebook

X Twitter

+

Es läuft bei der LG Osnabrück: Nach der sensationellen Olympia-Qualifikation von *Fabian Dammermann* feiert nun mit *Florian Kroll* der nächste Osnabrücker Leichtathlet

Weiterlesen ▾

Bei Ø 10.000 Kontakten pro Tag zahlen Sie bei dieser Platzierung für 1.000 Kontakte zwischen 5 und 7 Euro.

*

Leaderboard

HASE POST
Dein Osnabrück. Deine Zeitung.

→ OSNABÜCK → LANDKREIS & REGION → DEUTSCHLAND & DIE WELT → SPORT → MEINUNG & KOLUMNE | 🔎 | W

easy: nur 2 Preise
+ attraktive Rabatte für wochen-
oder monatsweise Buchung

-MEISTER: OSNABÜCKER LANGSPRINTER
FLORIAN KROLL DEKLASSIERT KONKURRENZ IN
MÖNCHENGLADBACH

9. JULI 2024

*kontaktieren Sie uns
für ein Angebot

Billboard

teilen f Facebook X Twitter WhatsApp Drucken

Es läuft bei der LG Osnabrück: Nach der sensationellen Olympia-Qualifikation von *Fabian Dammermann* feiert nun mit *Florian Kroll* der nächste Osnabrücker Leichtathlet einen Erfolg.

Fehler im Artikel gefunden?

Favorit, den kommenden Titelgewinn selbstbewusst angekündigt, die erhoffte und verdiente Olympiaqualifikation verpasst – die Ausgangslage war für Langsprinter Florian Kroll vor den Deutschen Meisterschaften der U23 in Mönchengladbach anspruchsvoll. Nach seinem sensationellen Auftritt von

Braunschweig mit Rang sechs bei den Männern und schier untaublichen 46,19 sec waren im

Weiterlesen ▾

Google News

Ihr Banner rotiert über die Seiten und in der Platzierung und wird garantiert bei jedem 4. Seitenaufruf angezeigt.

PLUS: Ihre exklusive Platzierung

Ihr Banner über jedem Artikel und

in **extrabreit**.



easy: *,- /pro Tag

**Keine Rotation, hier bleibt Ihr
Banner für jeden gebuchten Tag
fix stehen.**

Und das dazu noch in einem
extrabreiten Format von
970x75 Pixeln.

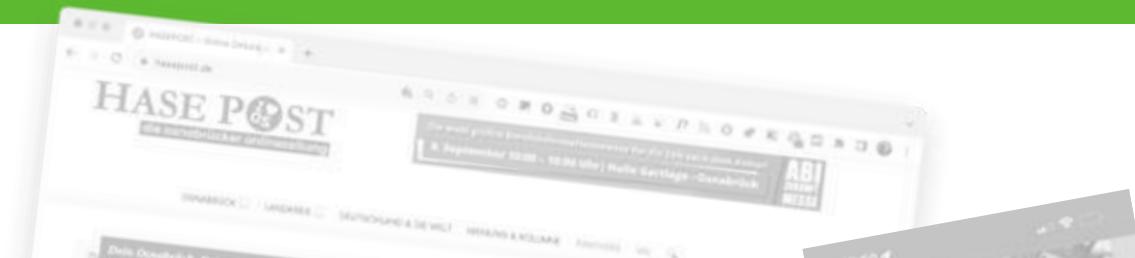


Dateiformat: 970x70 Pixel, als .jpg, .png oder .gif (auch animiert)

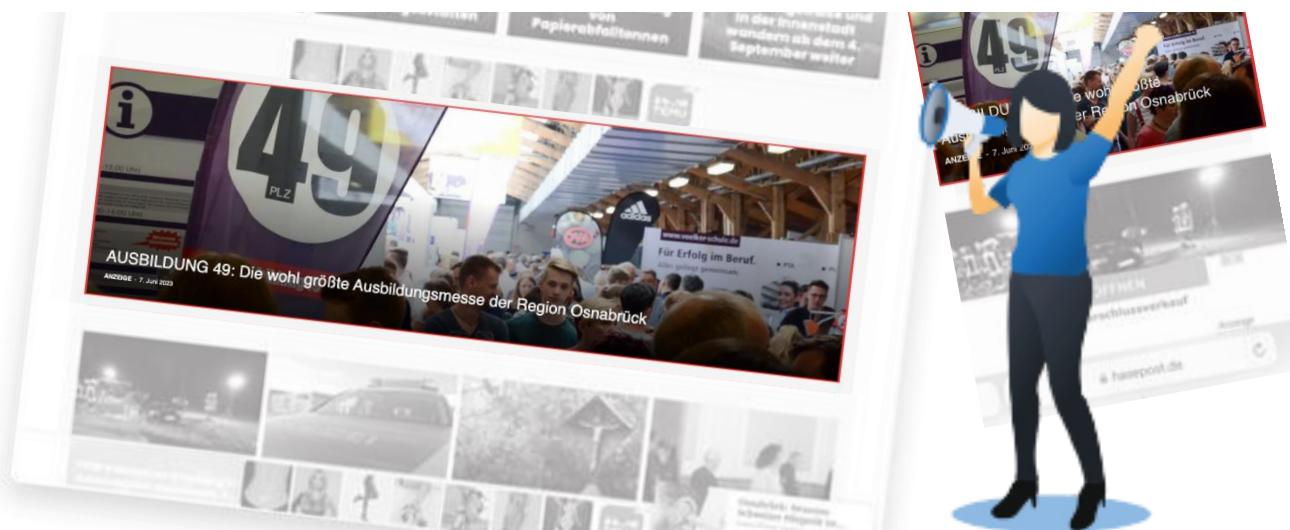


Bei \varnothing 20.000 Kontakten pro Tag zahlen Sie bei
dieser Platzierung für 1.000 Kontakte
durchschnittlich 5,00 Euro (CPM).

PLUS: Ihre Story in der HASEPOST



easy: *,-/Woche



Easy für Sie: Wir schreiben und machen die Bilder.



Kennzeichnung als „Anzeige“ im Rahmen der gesetzl. und wettbewerbsrechtlichen Vorgaben durch uns. Wir behalten uns vor Themen abzulehnen, um nicht in Konflikt mit der laufenden Berichterstattung zu geraten.

Ihr Artikel erscheint wie ein „ganz normaler“ Artikel der HASEPOST, bleibt aber **für volle sieben Tage auf der Startseite.**

Danach wandert der Artikel ins Archiv, ist aber für 24 Monate weiter abrufbar und kann auch über Google und andere Suchmaschinen gefunden werden.

Ein Beispiel:



PLUS: Top Zielgruppe: Instagram!

Ihr Banner auf unserer
werktaglichen News-Story.

easy: *,- / Mo.-Freitag
(ganze Woche = volle 5 Tage)

Sie brauchen selbst nicht bei Instagram zu sein, erreichen Sie mit uns ganz einfach unsere mehr als 20.000 Insta-Follower.

Die Einbindung auf unserer News-Story (Mo-Fr.).

Sehr attraktives Umfeld, sehr hohe Wahrnehmung.

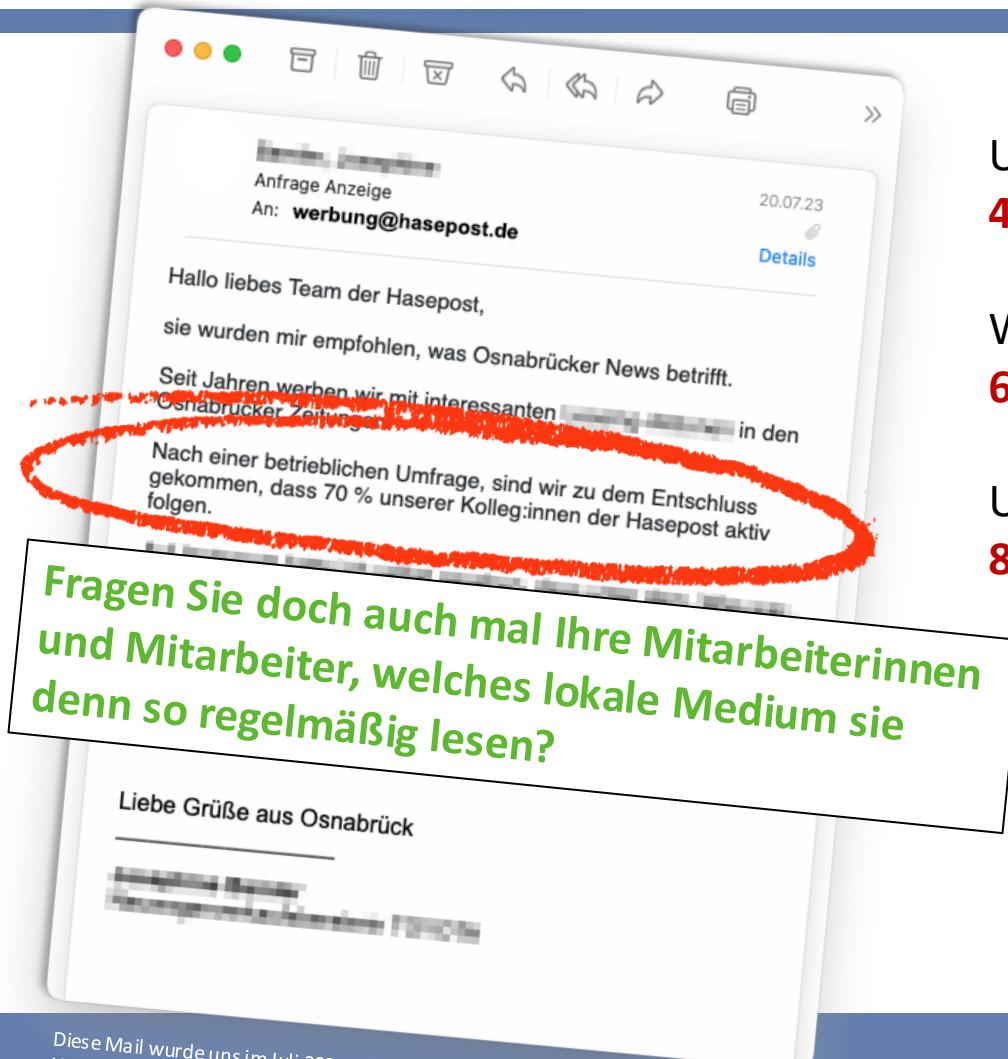
Etwa 8.000 - 10.000 Views/Tag + zusätzlich ca. 1.000 Facebook-Kontakte.

Dateiformat: 450x250 Pixel, als .jpg.

Dezente Kennzeichnung als „Anzeige“ rechts oben im Banner nötig.



Bei Ø 9.000 Kontakten pro Tag zahlen Sie bei dieser Platzierung für 1.000 Kontakte **durchschnittlich 5,55 Euro (CPM)**.

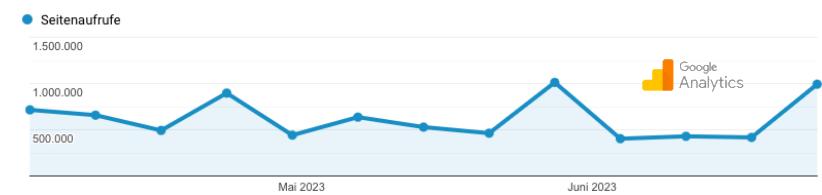


Unsere Leserinnen und Leser sind **jung**:
40% sind jünger als 35 Jahre.



Wir sind **stark in der Region**:
62% aller Abrufe aus dem Großraum Osnabrück.

Unsere Leser sind **mobil**:
83% aller Abrufe erfolgen per Smartphone/Tablet.



Wir verzeichnen regelmäßig deutlich mehr als 20.000 Besuche und 30.000 Seitenaufrufe pro Tag.

Vergleichen Sie selbst mit den Auflagen, Kontakten und Reichweiten unserer Wettbewerber.

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

1. Werbauftrag

(1) „Werbauftrag“ 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 Werbauftrag gelten ausschließlich die Allgemeinen Geschäftsbedingungen sowie die Preisliste des Anbieters, die einen wesentlichen Vertragsbestandteil bildet. Die Gültigkeit etwaiger Allgemeiner Geschäftsbedingungen des Auftraggebers oder sonstiger Inserten ist, soweit sie mit diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen nicht übereinstimmen, ausdrücklich ausgeschlossen. Bei Aufträgen für Werbeschaltungen, die sich auf Online-Medien und andere Medien beziehen, gelten die jeweiligen Allgemeinen Geschäftsbedingungen für das betreffende Medium entsprechend. Der Vertragschluss erfolgt in deutscher Sprache.

2. Werbemittel

(1) Ein Werbemittel im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen kann zum Beispiel aus einem oder mehreren der genannten Elementen 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 liegen (z. B. Link). (2) Werbemittel, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als solche erkennbar sind, werden als Werbung (bspw. auch als „Anzeige“ und/oder „Sponsored Post“) deutlich kenntlich gemacht.

3. Vertragschluss

(1) Vorbehaltlich entgegenstehender individueller Vereinbarungen kommt der Vertrag grundsätzlich durch schriftliche oder durch E-Mail erfolgende Bestätigung des Auftrags zustande. Auch bei mündlichen oder fernmündlichen Bestätigungen liegen die Allgemeinen Geschäftsbedingungen zugrunde. (2) Soweit Werbeagenturen, Anzeigenvermittler o.ä. Aufträge erteilen, kommt der Vertrag im Zweifel mit der Werbeagentur zustande, vorbehaltlich anderer schriftlicher Vereinbarungen. Sol 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 Inserten innerhalb eines Werbeauftrags (z. B. Banner-, Pop-up-Werbung ...) bedürfen einer zusätzlichen schriftlichen oder durch E-Mail geschlossenen Vereinbarung.

4. Abwicklungsfrist

Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht des Auftraggebers zum Abruf einzelner Werbemittel eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Vertragsabschluss abzuwickeln.

5. Auftragserweiterung

Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 4 genannten Frist unter dem Vorbehalt vorhandener Kapazität auch über die im Auftrag genannte Menge hinaus weitere Werbemittel abzurufen.

6. Nachlasserstattung

(1) Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Anbieter nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschiedsbetrag zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Anbieter zu erstatten. (2) Der Auftraggeber hat, wenn nichts anderes vereinbart ist, rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Werbemitteln innerhalb eines Jahres entsprechenden Nachlass, wenn er zu Beginn der Frist einen Vertrag abgeschlossen hat, der aufgrund der Preisliste 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.

7. Datenanlieferung

(1) Der Auftraggeber ist verpflichtet, ordnungsgemäß, insbesondere dem Format oder technischen Vorgaben der Anbieter entsprechende Werbemittel rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzulefern. (2) Die Pflicht des Anbieters zur Aufbewahrung des Werbemittels endet drei Monate nach seiner letztaufgelegten Verbreitung. (3) Kosten des Anbieters für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen des Werbemittels hat der Auftraggeber zu tragen.

8. Ablehnungsbefreiung

(1) Der Anbieter behält sich vor, Werbaufträge – 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. (2) 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 des Absatzes 1 erfüllt werden. (3) Der Anbieter ist auch zum Zurückziehen eines bereits veröffentlichten Werbemittels berechtigt, wenn ihm die unter 8(1) genannten Umstände erst nach Veröffentlichung bekannt werden.

9. Rechtegeltungsfreistellung

(1) Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber ist für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit des für die Veröffentlichung zur Verfügung gestellten Text-, Ton- und Bildmaterials allein verantwortlich. Der Anbieter ist nicht verpflichtet, Werbemittel daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Der Auftraggeber stellt den Anbieter im Rahmen des Werbeauftrags 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 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 Veröffentlichung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, 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 und berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie aller bekannten Formen der Online-Medien.

10. 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.



Die Gewährleistung gilt nicht für unwe sentliche Fehler. Ein unwe sentlicher Fehler in der Darstellung der Werbemittel liegt insbesondere vor, wenn er hervorgerufen wird – durch die Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungsoft- und/oder Hardware (z. B. Browser) oder – durch Störung der Kommunikationsnetze anderer Betreiber oder durch Rechnerausfall aufgrund Systemversagens oder – durch unvollständige und/oder nicht aktualisierte Angebote auf sogenannten Proxies (Zwischenpeicher) oder – durch einen Ausfall des Ad-Servers, der nicht länger als 24 Stunden (fortlaufend oder abdient) innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der vertraglich vereinbarten Schaltung andauert. Bei einem Ausfall des Ad-Servers 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.

(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. Bei Fehlschlägen oder Unzumutbarkeit der Ersatzwerbung hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung 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.

11. Leistungsstörungen

Fällt die Durchführung eines Auftrags aus Gründen aus, die der Anbieter nicht zu vertreten hat (etwa softwarebedingt oder aus anderen technischen Gründen), insbesondere wegen 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. Bei Nachholung in angemessener und für den Auftraggeber zumutbarer Zeit nach Beseitigung der Störung bleibt der Vergütungsanspruch des Anbieters bestehen.

12. Haftung

(1) Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsschluss und unerlaubter Handlung bestehen nur bei Vorsatz und grober Fahrlässigkeit des Anbieters, seines Vertreters oder Erfüllungshelfer. Dies gilt nicht für die Haftung für zugesicherte Eigenschaften und für die Verletzung wesentlicher Vertragspflichten; im letzten 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. (2) Bei grober Fahrlässigkeit des einfachen Erfüllungshelfer ist die Haftung gegenüber Unternehmern dem Umfang nach auf den vorhersehbaren Schaden beschränkt. Dies gilt nicht für die Verletzung wesentlicher Vertragspflichten. (3) Die vorstehenden Haftungsausschlüsse kommen nicht zur Anwendung bei Schadensersatzansprüchen infolge der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit, sowie bei Ansprüchen nach dem Produkthaftungsgesetz.

13. Platzierung

(1) Der Anbieter wird das vom Auftraggeber zur Veröffentlichung bestimmte und überlassene Material der Online-Werbung für die vertraglich vereinbarte Dauer bzw. bis zum Erreichen der vertraglich vereinbarten AdImpressions (gemessen in Tausend Kontakte nach TPK) platzieren, d.h. an der zuvor vereinbarten Stelle veröffentlichend. (2) Sofern vereinbart und technisch möglich, wird der Anbieter dem Auftraggeber auf Nachfrage über die Anzahl der AdImpressions/Kontakte in einem vom Anbieter gewählten Format berichten oder eine technische Schnittstelle zum eigenen Abruf dieser Informationen zur Verfügung stellen. Maßgeblich die über den Adserver des Anbieters ermittelten Daten. (3) Sollten die vertraglich vereinbarten AdImpressions / Kontakte bereits vor Ablauf der vereinbarten Laufzeit erreicht werden, werden sich die Parteien über eine Erhöhung der vereinbarten Vergütung oder eine vorzeitige Beendigung der Laufzeit einigen. (4) Der Auftraggeber hat vorbehaltlich einer anderen individuellen Vereinbarung keinen Anspruch auf eine Platzierung der Online-Werbung an einer bestimmten Position. Eine Umpolierung der Online-Werbung innerhalb des vereinbarten Umfeldes ist möglich, wenn durch die Umgestaltung nach Einschätzung des Anbieters kein wesentlicher Einfluss auf die Werbewirkung der Online-Werbung ausgeübt wird.

14. Preisliste

(1) Es gilt die im Zeitpunkt der Auftragserteilung veröffentlichte Preisliste. Gegenüber Unternehmen bleibt eine Änderung vorbehalten. Für vom Anbieter bestätigte Aufträge sind Preisänderungen allerdings nur wirksam, wenn sie vom Anbieter mindestens einen 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 Werbemittel sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbetreibenden an die Preislisten des jeweiligen Anbieters zu halten. (3) Die Preisliste richtet sich, sofern nicht anders angegeben, an Gewerbetreibende. (4) Die Preise für Gewerbetreibende sind netto angegeben, zzgl. des jeweils geltenden vollen Mehrwertsteuersatzes.

15. Zahlungsverzug

(1) Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen und Einziehungskosten berechnet. Der Anbieter kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Zahlung zurückstellen und für die restliche Schaltung Vorauszahlung verlangen. (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 offenkundiger Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

16. Kündigung / Stornierung

Kündigungen von Werbaufträgen müssen schriftlich oder per E-Mail gegenüber dem Anbieter erfolgen. Bei einer Stornierung bis mindestens 14 Werktagen vor Schaltungsbeginn entstehen dem Auftraggeber keine Kosten. Eingehende Stornierungen innerhalb 14 Werktagen vor Schaltungsbeginn werden pauschal mit einer Bearbeitungsgebühr von 25% des Bruttobuchungsvolumens des jeweiligen Auftrages berechnet. Auch bei bereits angekauften Banner- bzw. Werbeschaltungen ist ein Stopp der Kampagne möglich. Der Auftraggeber zahlt dann den vollen Betrag des Bruttobuchungsvolumens.

17. Datenschutz

Der Werbauftrag wird unter Berücksichtigung der geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen abgewickelt.

18. Erfüllungsort/Gerichtsstand

Erfüllungsort ist der Sitz des Anbieters. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, 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 Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Es gilt deutsches Recht. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist das Gerichtsstand der Sitz des Anbieters vereinbart, wenn der Vertrag schriftlich geschlossen wurde.

Stand: Januar 2018, gültig ab dem 01. Januar 2018

Die Agentur Schäfer hilft gerne weiter!



unser „Möglichmacher“

5

Noch Fragen?

Gerne hilft Ihnen Christian Schäfer
Team unseres Vermarktungspartners
Agentur Schäfer, Events & Medi

Schreiben Sie einfach eine Mail an
werbung@hasepost.de.

Sie erreichen Christian Schäfer auch
telefonisch unter **0541 580 511 3**

Wenn Sie Unterstützung bei der Gestaltung von
Onlinebanner brauchen, helfen wir Ihnen gern