

# Mediadaten 2012

1. Porträt
2. Zielgruppen
3. Reichweiten
4. Anzeigenformate
5. Gewinnspiele
6. Preise
7. Ansprechpartner
8. Geschäftsbedingungen



# 1. Porträt

**FamilienkulTour**

Übersichts-Karten  
Postleitzahlen Suche  
Bundesland Suche  
Ferienggebiete Suche  
Stichwort Suche  
Aktuelle Termine

Kinder Geburtstag Kultur Natur Hallenbäder Freibäder Parks & Zoos Sport & Spiel Technik Winter aktiv

Start

FAMILIENKULTOUR  
WOHIN IN DEN FERIEEN: FREIZEITPARKS UND ZOOS

PARIS UND 2009 - BADEN-WÜRTTEMBERG

In vielen Bundesländern sind noch Sommerferien. Nicht jeder hat das Glück, die heimischen Gefilde verlassen zu dürfen oder muss noch auf die schönsten Wochen des Jahres warten und ist gar schon wieder zurückgekehrt. Die Ferien können für Familien mit Kindern lange Zeit währen und immer wieder gilt es, "Durststrecken" zu überwinden. FamilienkulTour hilft Familien auf die Sprünge.

© uschi otreucker / pixelio.de

Weiter...

ATLANTICUM BREMERHAVEN IM FORUM FISCHBAHNHOF: FISCH UND MEER

PARIS UND 2009 - NIEDERSACHSEN

Rund ums Meer dreht sich alles im **Atlanticum** in Bremerhaven. Viele Informationen zum Leben im Wasser und zur Fischerei erhalten Familien während des Rundgangs. Dabei ist nicht nur Anschauen und Zuhören gefragt, sondern auch Mitmachen. So steuern Kinder am Schleusenmodell gerne ein Schiff durch die enge Kammer, andere üben sich derweil an Seemannsknoten. [ab 3 Jahren]

© Forum Fischbahnhof

Weiter...

DAS ODYSSEUM IN KÖLN WIRD ZUM WASSERPARADIES

PARIS UND 2009 - NIEDERSACHSEN

**H2Odysseum** in Köln: Wasser marsch! Kölner Abenteuer-Wissenspark Odysseum wird in den Sommerferien zum Abenteuer-Wasserpark. Unter dem Motto „H2Odysseum“ bietet der Kölner Abenteuer- Wissenspark seinen Besuchern diesen Sommer eine kühle Abwechslung. [ab Schulalter]

© Wasserparkcenter

Weiter...

TIERPARK ESSEHOF

PARIS UND 2009 - NIEDERSACHSEN

**Tierpark Essehof**: Der **Tierpark Essehof** liegt direkt an einem herrlichen Waldgebiet nordöstlich von Braunschweig. Auf seinem 10 ha großen Gelände bietet er Tieren aus aller Welt ein Zuhause. Kinder lieben es, die Waschbären, Ziegen oder Kängurus zu füttern. An der Kassa gibt es dafür spezielle Futter zu kaufen, das die

Schweig-Holzland  
Mecklenburg-Vorpommern  
Hamburg  
Brandenburg  
Bremen  
Berlin  
Wiedersachsen  
Sachsen-Anhalt  
Sachsen  
Nordrhein-Westfalen  
Thüringen  
Hessen  
Rheinland-Pfalz  
Saarland  
Bayern  
Baden-Württemberg

Mein Bereich  
Suchsternchen  
Veranstaltung hinzufügen  
Newsletters  
Anmelden Neu?  
Wir haben 2588 Gäste online

Partner & Links  
amicellaNetwork  
KINDER- UND JUGENDCLUB  
- Anzeige -  
Dänemark Ferienhaus

Fotoaktion  
Großer Fotowettbewerb zum Kinostart von BABYS am 19. August  
Gewinnen Sie eine tolle Familienreise!  
Baby's  
- Tipp -  
Newsletter schon bestellt?

FamilienkulTour informiert Eltern und Kinder über hochwertige Freizeittipps und Kindergeburtstage.

Die Einteilung erfolgt **regional** nach Bundesländern und nach Ferien- bzw. Reiseregionen.

Die **verschiedenen Kategorien** sind: Natur, Kultur, Spiel & Sport, Badespaß, Freizeit- & Tierparks, Technik, saisonale Angebote wie „Winter aktiv“, „Weihnachten“ und „Ferienprogramme“ sowie eine eigenständige Rubrik **Kindergeburtstag**.

Dem Onlineportal liegen **inhaltlich recherchierte** Beiträge zu Grunde mit **ausführlichen Beschreibungen** sowie Angaben zu Terminen, Kinderalter, Adressen, Öffnungszeiten und Preisen. Eine **Anfahrtsbeschreibung** über eine Kartendarstellung stellt die Lage des gewählten Freizeitziels übersichtlich dar.

Großer Wert wird auf die **ständige Aktualisierung** der Artikel gelegt

Themenbezogene **interaktive Karten** sowie eine Rubrik „Koch- und Backrezepte“ runden das Angebot ab.

# FamilienkulTour

## 2. Zielgruppen



Eltern und Großeltern mit Kindern bis 16 Jahren.

Auch Kinder können problemlos surfen, denn das Portal wurde von FragFinn in die "White List" aufgenommen.



Ebenso werden Pädagogen, Erzieher und Kulturliebhaber angesprochen.

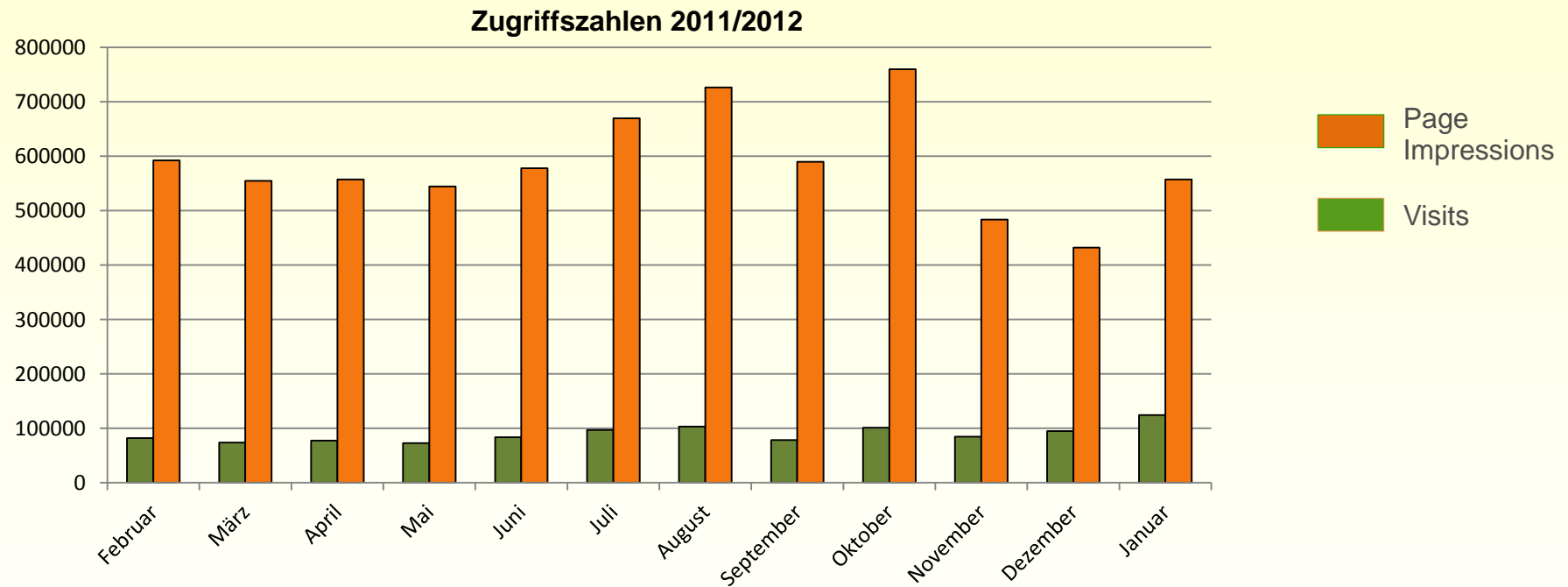
Durchschnittliches Alter unserer Besucher:  
25-65 Jahre

Geschlechtsverteilung der FamilienkulTour-User:  
71% weiblich, 29% männlich

**Familien** **kulTour**

# 3. Page Impressions und Visits

Entwicklung von Februar 2011 bis Januar 2012



# 4. Anzeigenformate

The screenshot shows the FamilienkulTour website layout with several ad formats labeled:

- FULLBANNER:** A large banner at the top left featuring a child jumping in a field.
- SKY SCRAPER:** A vertical sidebar on the right containing navigation links like 'Überichts Karten', 'Postfestzahlen Suche', 'Bundesland Suche', 'Feriengebote Suche', 'Wörterbuch Suche', 'Aktuelle Termine', 'Technik', 'Winter aktiv', 'Weihnachten', 'Tipps Europaweit', 'Reiseberichte', and 'Koch & Backrezepte'.
- ADVERTORIAL:** A large rectangular area at the bottom left containing an article titled 'KINDERGEBURTSTAG IM NATURZOO RHEINE' with a photo of penguins.
- CONTENT AD:** A rectangular area at the bottom center containing a search bar and a login field.
- BUTTON:** A small rectangular area at the bottom right.

Fullbanner: 468 x 60 Pixel

Skyscraper: 160 x 600 Pixel

Advertorial: Artikelgröße

Content Ad: 300 x 250 Pixel

Button: 160 x 200 Pixel

Link

FamilienkulTour  
ist IVW-geprüft



# FamilienkulTour

# 5. Gewinnspiele

The screenshot shows the homepage of the 'Familienkultur' website. At the top left is a large image of a child jumping in a field. To the right is a navigation menu with categories like 'Überwachte Karten', 'Postleitzahlen Sucher', 'Bundesland Sucher', 'Feriengebiete Sucher', 'Städterat Sucher', and 'Aktuelle Termine'. Below this is a horizontal menu with categories: 'Kinder Geburtstag', 'Kultur', 'Natur', 'Hallenbäder', 'Freibäder', 'Parks & Zoo', 'Sport & Spiel', 'Techak', and 'Winter aktiv'. The main content area features several articles with images and titles, such as 'FAMILIENKULTUR: WOHNEN IN DEN FERJEN: FREIZEITPARKS UND ZOOE' with an image of a llama, 'ATLANTICUM BREMERHAVEN IM FORUM FISCHERHÖF: FISCHE UND MEER' with an image of people, 'DAS ODYSSEUM IN KÖLN WIRD ZUM WASSERPARADIES' with an image of a child in a boat, and 'TIERPARK ESSELHOF' with an image of a dog. On the right side, there is a 'Mein Bereich' section with a search bar and a 'Partner & Links' section listing 'amiellaNetwork' and 'KINDER JUGENDCLUB'. At the bottom right, there is a 'Gewinnspiel' section with a contest advertisement for 'Großer Fotowettbewerb zum Kinostart von BABYS am 19. August' and a 'Newsletter schon bestellt?' link with an image of a child performing a handstand.

**Gewinnspiele** werden in der Größe eines Content Ads oder auch in Form eines Advertorials auf der Startseite präsentiert. Die Laufzeiten betragen in der Regel 4 Wochen.

In der Angebotspauschale sind die Erstellung der Gewinnspielseite und die Einbindung auf der Seite enthalten.



# Familienkultur

# 6. Preise



**Fullbanner:** Pauschalpreis nach Vereinbarung

**Skyscraper:** Pauschalpreis nach Vereinbarung

**Advertorial:** z.B. auf Startseite € 120,- pro Monat

**Content Ad:** z.B. auf Startseite € 400,- pro Monat

**Button:** z.B. auf Startseite € 250,- pro Monat

**Gewinnspiele:** Pauschalpreis nach Vereinbarung

**Newsletter:** Pauschalpreis nach Vereinbarung

Alle Anzeigen können auch auf bestimmte Bundesländer, Tourismus- oder Ferienregionen oder Bereiche (Sport & Spiel, Kultur, Natur, Kindergeburtstag etc.) beschränkt werden.

# 7. Ansprechpartner

Für Agenturen:



[www.commonmedia.de](http://www.commonmedia.de)

Für Direct Marketing:

Sabine Gruler

[sabine.gruler@familienkultour.de](mailto:sabine.gruler@familienkultour.de)

Bianca Bonacci

[bianca.bonacci@familienkultour.de](mailto:bianca.bonacci@familienkultour.de)

Telefon: +49 (0)2156 - 4921837

Fax: +49 (0)2156 - 60685

[www.familienkultour.de](http://www.familienkultour.de)

**Familien** **kultour**

# 8. Geschäftsbedingungen

## 1. Werbeauftrag

(1) Werbeauftrag im Sinne der nachfolgenden allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Schaltung eines Werbemittels oder mehrerer Werbemittel auf [www.familienkultour.de](http://www.familienkultour.de) zum Zwecke der Verbreitung.

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

## 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 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) Werbemittel, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als solche erkennbar sind, werden als Werbung deutlich kenntlich gemacht.

(3) 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: [marketing@familienkultour.de](mailto:marketing@familienkultour.de). Im Falle einer verspäteten Werbemittelanlieferung ist eine ordnungsgemäße Erfüllung der Kampagne nicht mehr garantiert und eine Rückvergütung in Form einer Gutschrift nicht möglich.

## 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, ist eine Abwicklung über den Online-Vermarkter Commonmedia erforderlich.

(3) Werbung für Waren oder Leistungen von mehr als einem Werbungtreibenden 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. Nachlasserstattung**

(1) Eine Kampagne gilt als erfüllt, wenn die gebuchten PageImpressions über alle Platzierungen hinweg erreicht wurden oder die im Pauschalpreis vereinbarte Zeitdauer der Werbeschaltung abgelaufen ist.

(2) 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.

(3) Der Auftraggeber hat, wenn nichts anderes vereinbart ist, einen Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Werbemitteln innerhalb eines Kalenderjahres 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 3 Monaten nach Ablauf der Jahresfrist geltend gemacht wird.

(4) Grundlage für die Abrechnung von Kampagnen ist das Reporting unseres AdServers. Reporting-Reklamationen können nur während einer laufenden Kampagne gemacht werden. Nach Abschluss einer Kampagne und Erhalt des Endreportings können Reklamationen abrechnungs- und kompensationstechnisch nicht mehr berücksichtigt werden.

#### **5. 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.

#### **6. 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.