



Lufthansa

Media Guide 2027

Ihre Marke im richtigen Moment.

Inhalt

Über Lufthansa	3
Zahlen & Fakten	4
Touchpoint Übersicht	5
01 Preflight Media	6
Digitale Banner	8
Bordkarten Banner	9
02 Airport Media	10
Lounge Video Screens	12
03 Onboard Media	13
Inflight Entertainment Pre-Roll	15
FlyNet Portal	16
Datenspezifikationen	17
Kontakt	21



Mit Lufthansa erreichen Sie Ihr Ziel: Menschen, Märkte und weltweite Reisemomente.

Lufthansa verbindet Menschen und Märkte auf der ganzen Welt und schafft dabei ein Reiseumfeld, in dem Qualität, Vertrauen und internationale Reichweite zusammenkommen. Mit **183 Destinationen in 69 Ländern**, mehr als **4.400 wöchentlichen Verbindungen** und über 250 Flugzeugen bietet Lufthansa Marken Zugang zu einer großen und anspruchsvollen Zielgruppe.

Besonders wertvoll ist dabei nicht nur die Reichweite, sondern das Umfeld. Lufthansa Gäste sind weltoffen, qualitätsbewusst und überdurchschnittlich affin für Premium- und Luxusprodukte. So entstehen **entlang der gesamten Reise relevante Kontaktmomente**. Von der Buchung bis On-Bord-Zeit wird Ihre Marke sichtbar, wenn Aufmerksamkeit und Relevanz besonders hoch sind.



Deutschland

966 Verbindungen/Woche
15 Reiseziele



Europa

3.808 Verbindungen/Woche
121 Reiseziele in 40 Ländern



Nordamerika

262 Verbindungen/Woche
22 Reiseziele in 2 Ländern



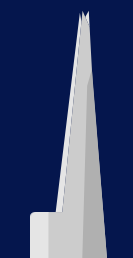
Ferner Osten

153 Verbindungen/Woche
15 Reisezielen in 7 Ländern



Afrika

75 Verbindungen/Woche
12 Reiseziele in 9 Ländern



Naher Osten

75 Verbindungen/Woche
7 Reiseziele in 6 Ländern



Südamerika

35 Verbindungen/Woche
6 Reiseziele in 5 Ländern

Ihre Marke dort, wo außergewöhnlich wertvolle Zielgruppen erreichbar werden.

Lufthansa bietet Ihnen Zugang zu einer Zielgruppe, die für Premium-Marken besonders relevant ist: weltoffen, gut situiert und mit ausgeprägtem Qualitätsbewusstsein. Lufthansa Gäste zeigen ein starkes Interesse an Konsumgütern und eine **überdurchschnittliche Kaufbereitschaft im Premium- und Luxussegment.**

Als Entscheider:innen und Multiplikator:innen aus Wirtschaft und Gesellschaft verfügen viele über große Entscheidungsfreiheit – beruflich wie privat. Gleichzeitig liegen sie bei **Investitionsbereitschaft und Technologieaffinität signifikant über dem deutschen Durchschnitt.** So erreicht Ihre Marke Menschen, die hohe Ansprüche stellen, offen für Innovationen sind und bereit sind, in Qualität zu investieren.



56 Mio.

Passagiere circa pro Jahr

63 %

sind 30–59 Jahre alt

18 % sind 30 bis 39 Jahre alt

18 % sind 40 bis 49 Jahre alt

27 % sind 50 bis 59 Jahre alt

53 %

der Passagiere sind männlich

39 %

sind Business Traveller

Die richtigen Touchpoints für starke Markenmomente.

Die richtigen Momente. Die richtigen Touchpoints. Die richtige Wirkung. Lufthansa kennt die relevanten Kontaktpunkte entlang der Customer Journey und schafft für Marken genau dort Präsenz, wo Aufmerksamkeit und Umfeld die größte Wirkung entfalten.



01 Preflight Media

- Digitale Banner
- Bordkarten Banner



02 Airport Media

- Lounge Video Screens



03 Onboard Media

- Inflight Entertainment Pre-Roll
- FlyNet Portal

01 Preflight Media

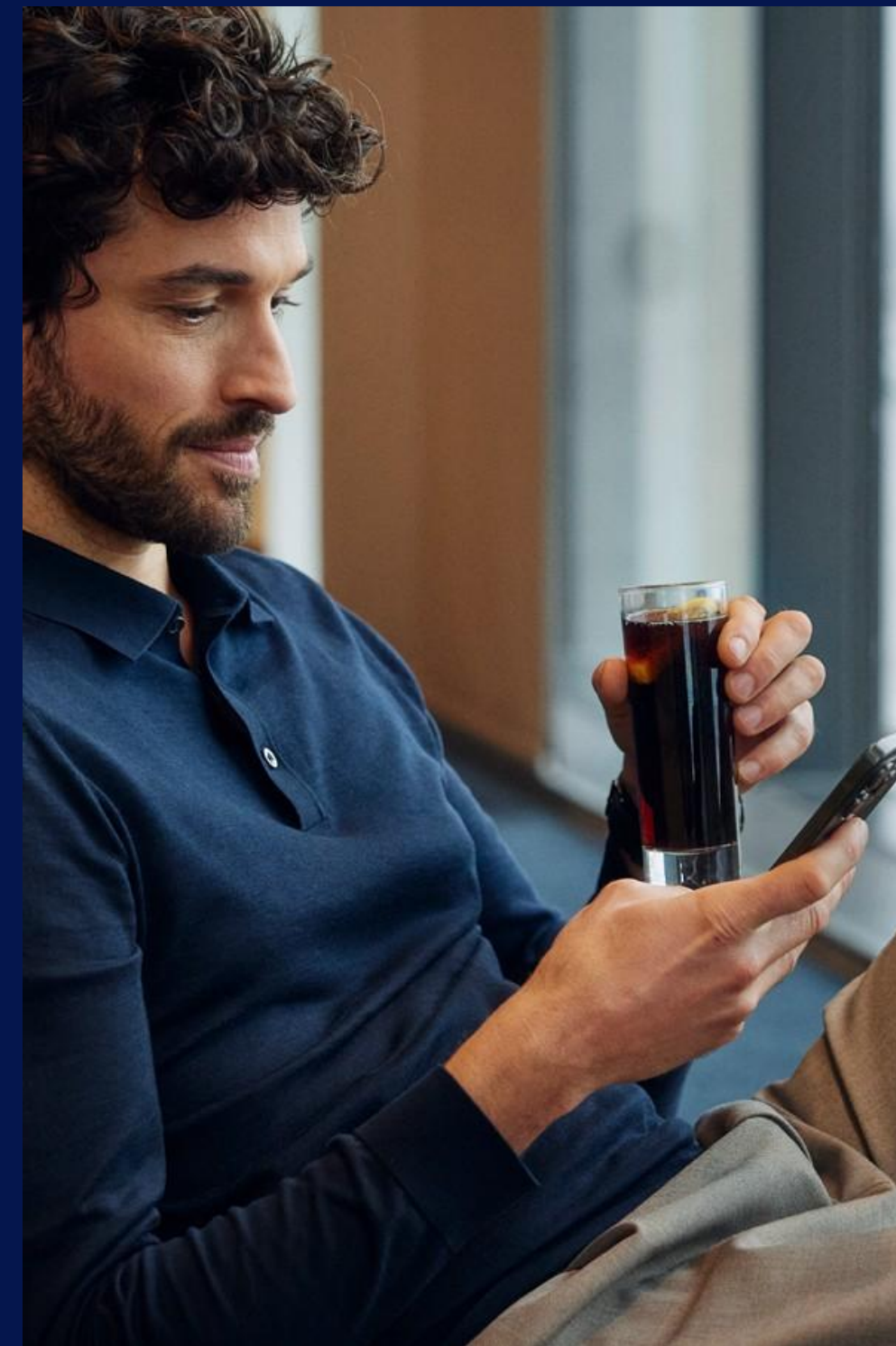
↗ Digitale
Banner

↗ Bordkarten
Banner





Jede Reise startet mit einem Kontaktmoment



~ 2 Mio.

monatliche Impressions



56 Mio.

Passagiere im Jahr

Die volle Aufmerksamkeit der Reisenden schon vor dem Boarding nutzen. Die Luft-hansa Preflight Medien platzieren Ihre Botschaft entlang des Customer Journeys und schafft hochwertige Kontaktpunkte in einem Umfeld mit hoher Relevanz und starker Nutzerbindung.

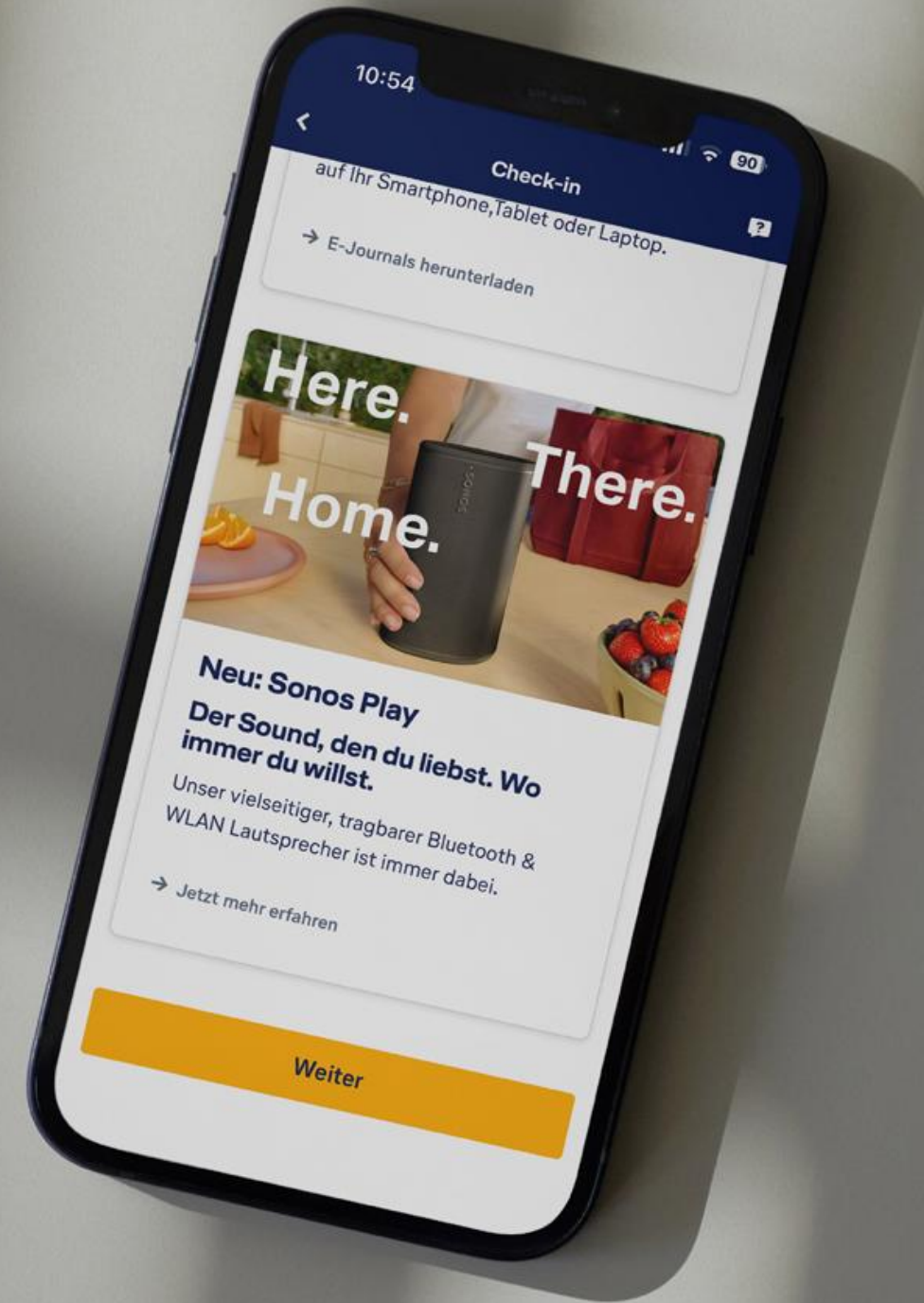
ab **22.900 €/Monat**

Digitale Banner

Maximale digitale Sichtbarkeit Ihrer Marke in den meistgenutzten Lufthansa-Services

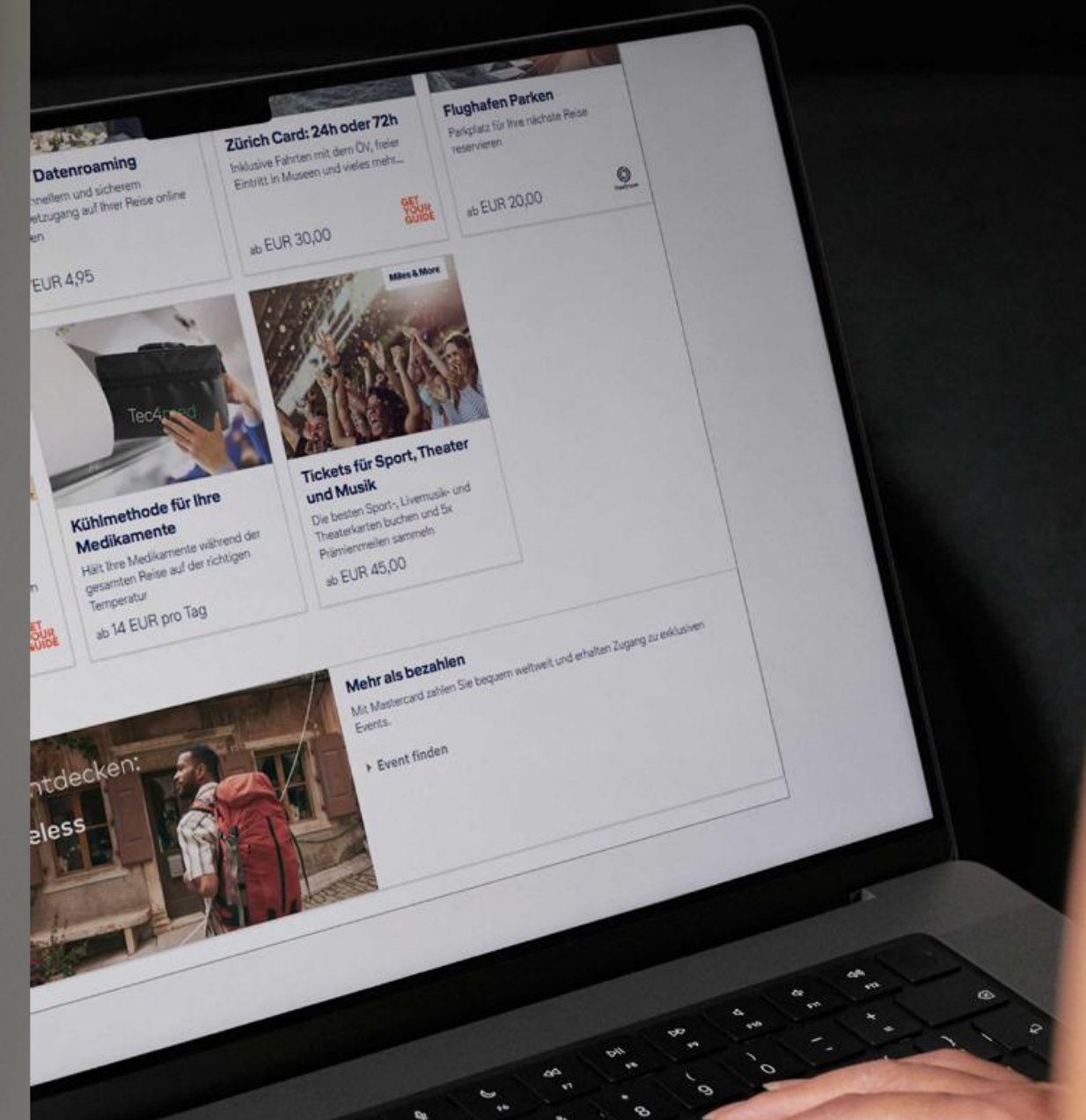
Nutzen Sie zwei der wichtigsten digitalen Lufthansa-Touchpoints für Ihre Markenkommunikation. Ob bei der Buchungsverwaltung oder unmittelbar vor Reiseantritt: Ihre Werbung wird dort sichtbar, wo **Passagiere aktiv mit ihren Reiseinformationen interagieren**. So erreichen Sie **monatlich bis zu 1,96 Mio. Impressions** in einem aufmerksamkeitsstarken Umfeld und begleiten Reisende in entscheidenden Momenten ihrer Reise.

➤ Datenspezifikationen



Check-In Bestätigung

Sichtbarkeit direkt nach dem Check-In mit bis zu **1,25 Mio. Aufrufen/Monat**. Platzierung im aufmerksamkeitsstarken Umfeld relevanter Reisedaten.



Meine Buchung

Präsenz im direkten Buchungsumfeld mit bis zu **710 Tsd. Views/Monat**. Sichtbar während der aktiven Reiseplanung und bei jeder Flugbuchung.

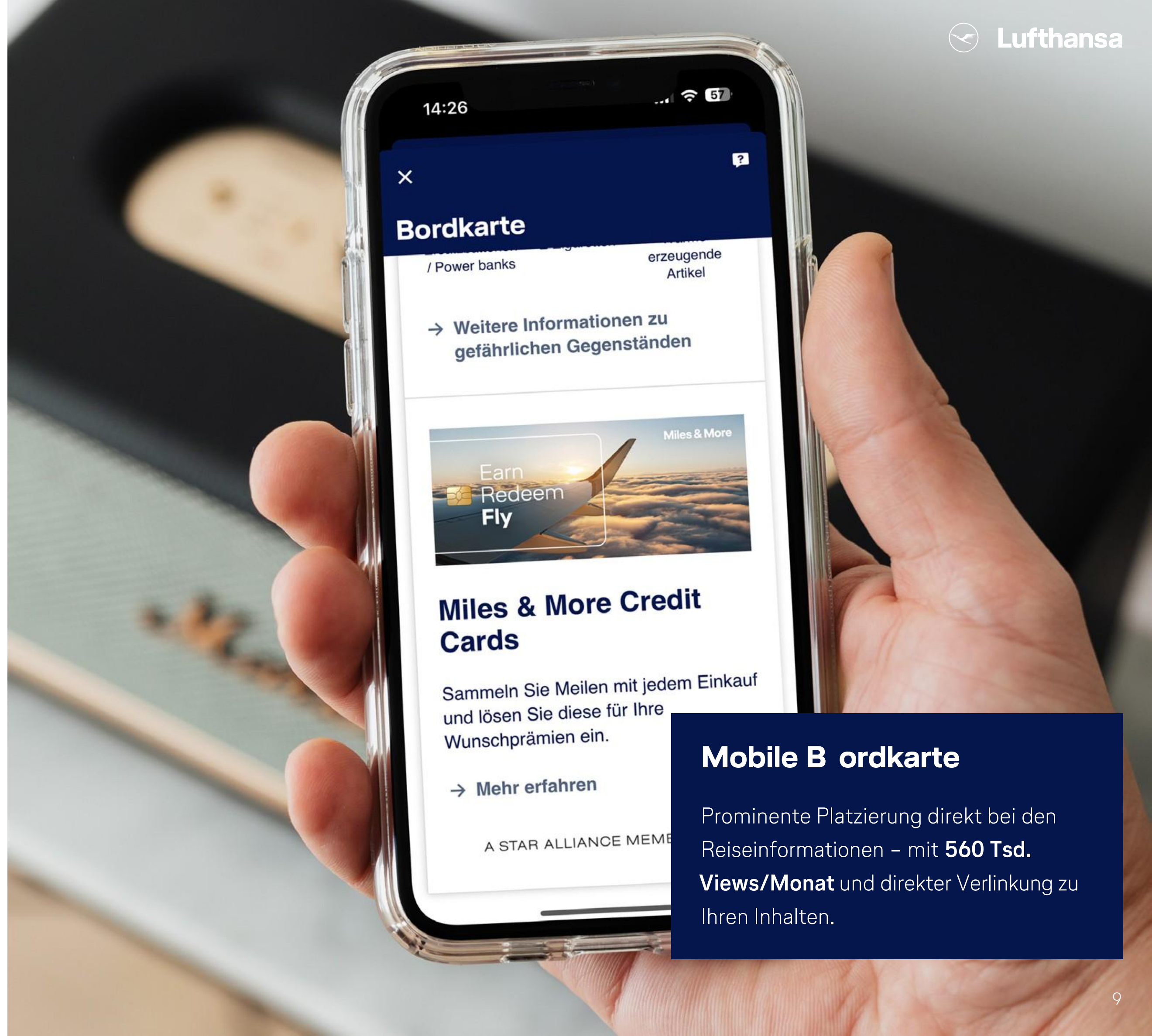
Bordkarten Banner

Ein Touchpoint, den Ihre Zielgruppe garantiert im Blick behält

Die mobile Bordkarte begleitet Lufthansa-Passagiere vom Check-in bis zum Boarding und bietet Ihrer Marke einen besonders aufmerksamkeitsstarken Platz direkt unter den zentralen Reiseinformationen auf dem Smartphone.

Mit **560.000 Views pro Monat**, einer hohen Reichweite vor allem bei Geschäftsreisenden und Vielfliegern sowie einer direkten Verlinkung verbindet sie starke Sichtbarkeit mit unmittelbarer Aktivierung.

➤ Datenspezifikationen



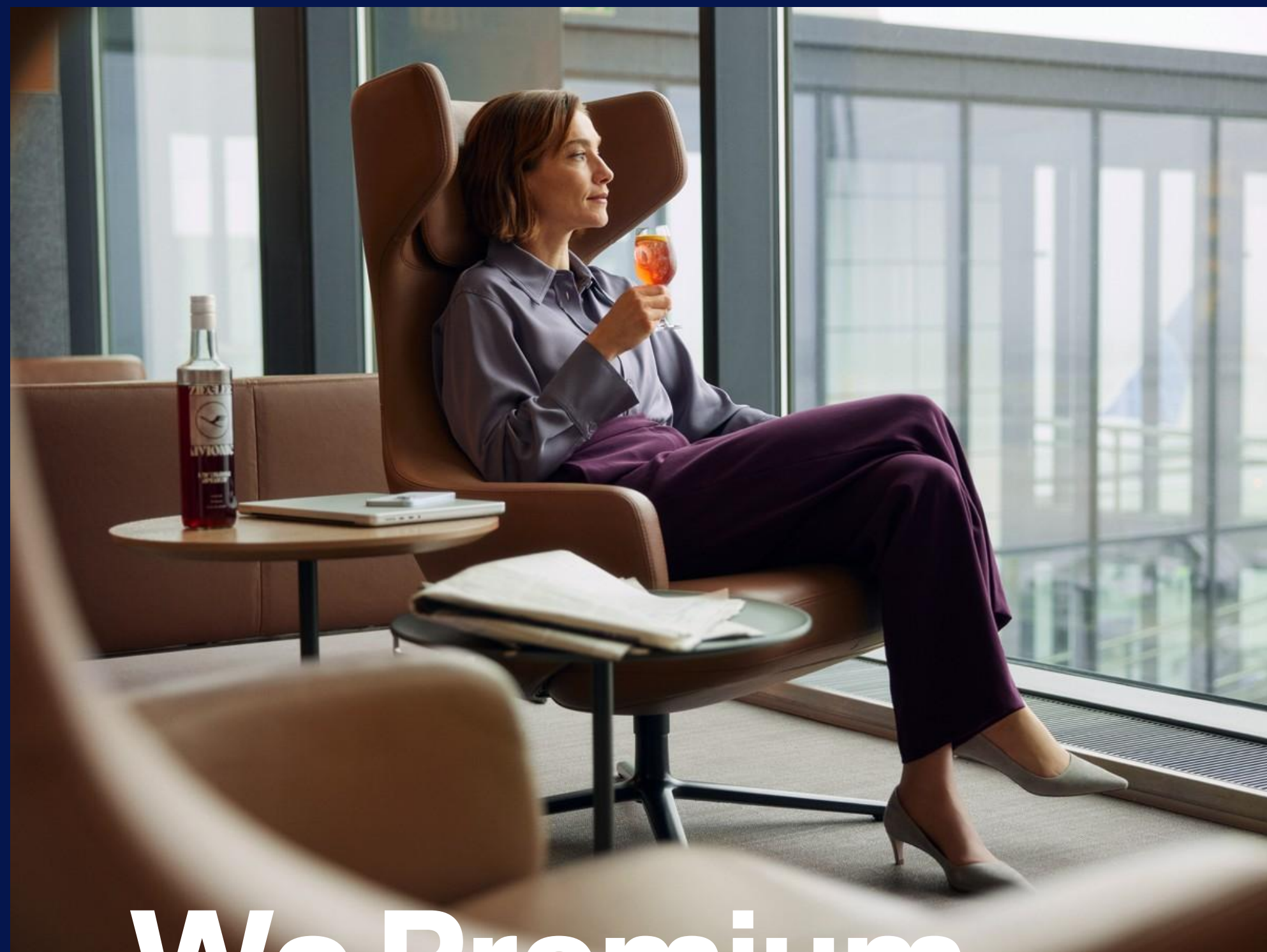
Mobile Bordkarte

Prominente Platzierung direkt bei den Reiseinformationen – mit **560 Tsd. Views/Monat** und direkter Verlinkung zu Ihren Inhalten.

02 Airport Media

 Lounge Video
Screens





Wo Premium-Zielgruppen Zeit für Marken haben



30 +

Lounges in ganz Deutschland



≤ 590 Tsd.

Gäste im Monat



**alle
5 Min.**

wiederholt sich der Spot



Ø 11.200

Ausstrahlungen pro Tag

In den Lufthansa Business und Senator Lounges treffen Marken auf Reisende mit hoher Kaufkraft und ausgeprägtem Qualitätsbewusstsein. Ein exklusives Ambiente und die prominente Platzierung in den Lounges schaffen ideale Voraussetzungen für effektive Markenkommunikation.

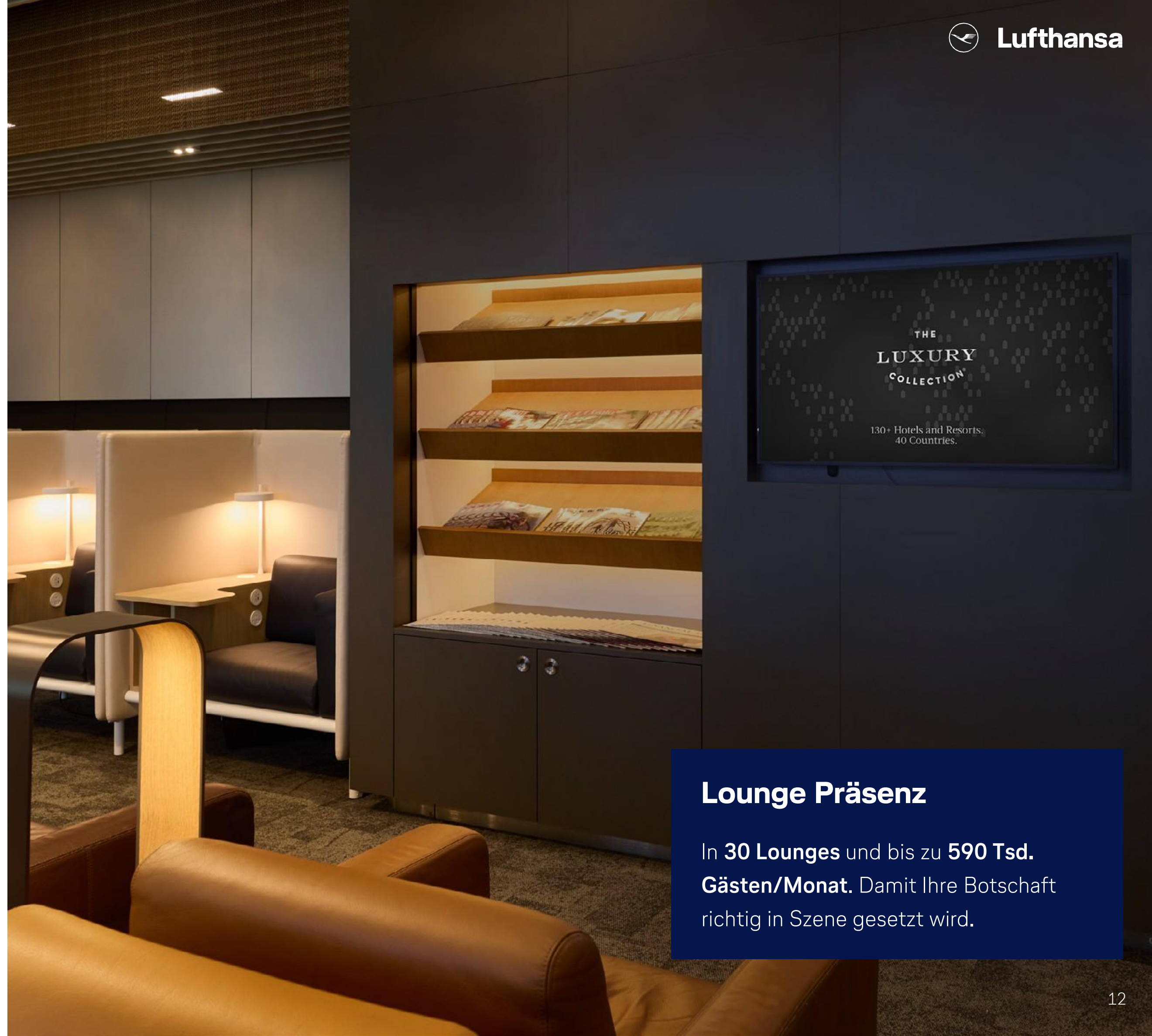
ab **40.600 €/Monat**

Lounge Video Screens

Premium-Kontakte an Deutschlands wichtigsten Flughäfen

Erreichen Sie internationale Statuskund:innen sowie First- und Business Class Reisende in einem hochwertigen Umfeld mit besonders hoher Verweildauer. Auf **59 Screens in 30 Lufthansa Lounges deutschlandweit** wird Ihre Marke zum festen Bestandteil des Lounge-Erlebnisses.

➤ Datenspezifikationen



Lounge Präsenz

In **30 Lounges** und bis zu **590 Tsd. Gästen/Monat**. Damit Ihre Botschaft richtig in Szene gesetzt wird.

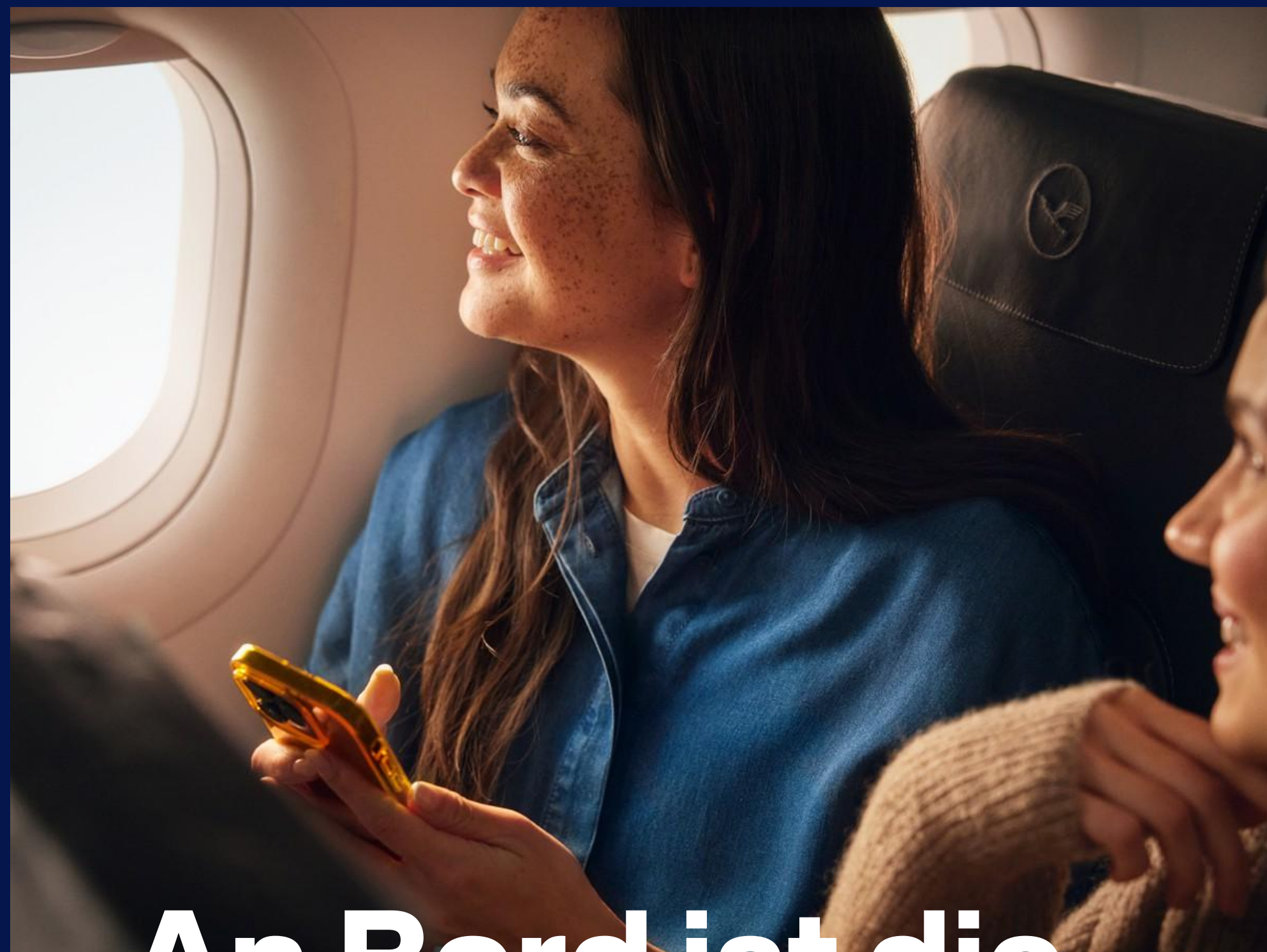
03 Onboard Media



Inflight Entertainment
Pre-Roll



FlyNet
Portal



An Bord ist die Zeit, die Ihrer Botschaft gehört



≤ 1 Mio.

monatliche User hat das Lufthansa
Wi-Fi (FlyNet)



39 %

der Lufthansa Gäste reisen
geschäftlich



66 %

erinnern sich an die Werbung



56 Mio.

Passagiere im Jahr

An Bord entsteht ein Kommunikationsmoment, den es so an keinem anderen Touchpoint der Reise gibt: weniger Ablenkung, mehr Zeit und die volle Aufmerksamkeit einer anspruchsvollen Zielgruppe.

ab **45.100 €/Monat**

Inflight Entertainment Pre-Roll

Die volle Aufmerksamkeit, bevor die Unterhaltung beginnt

Nutzen Sie die Reisezeit Ihrer Zielgruppe für wirkungsvolle Markenkommunikation. Die **Pre-Roll-Platzierung** vor Filmen und Serien erreicht rund **15 Mio. Passagiere pro Jahr** und profitiert von einer durchschnittlichen Nutzungsdauer von 4,9 Stunden pro Langstreckenflug.

Mit einer Werbeerinnerung von 66 % und der Ausspielung in allen Buchungsklassen bietet das Inflight Entertainment ideale Voraussetzungen für aufmerksamkeitsstarke Markenauftritte.

➤ Datenspezifikationen



Pre-Roll Classic

Erreicht **ø 1,9 Mio. Kontakte/Monat** und garantiert einen **Share of Voice von 20 %**. Sichtbar vor dem Entertainmentprogramm in allen Buchungsklassen.

Pre-Roll Light

Erreicht **ø 950 Tsd. Kontakte/Monat** und garantiert einen **Share of Voice von 10 %**. Sichtbar vor dem Entertainmentprogramm in allen Buchungsklassen.

FlyNet Portal

Präsent im digitalen Mittelpunkt der Reise

Nutzen Sie die Reisezeit der Lufthansa-Passagiere als Ihre Werbezeit. Mit einer Platzierung im WLAN-Portal FlyNet erreichen Sie **monatlich rund 820.000 Reisende** auf Europa-, Kontinental- und ausgewählten Allegris-Langstreckenflügen.

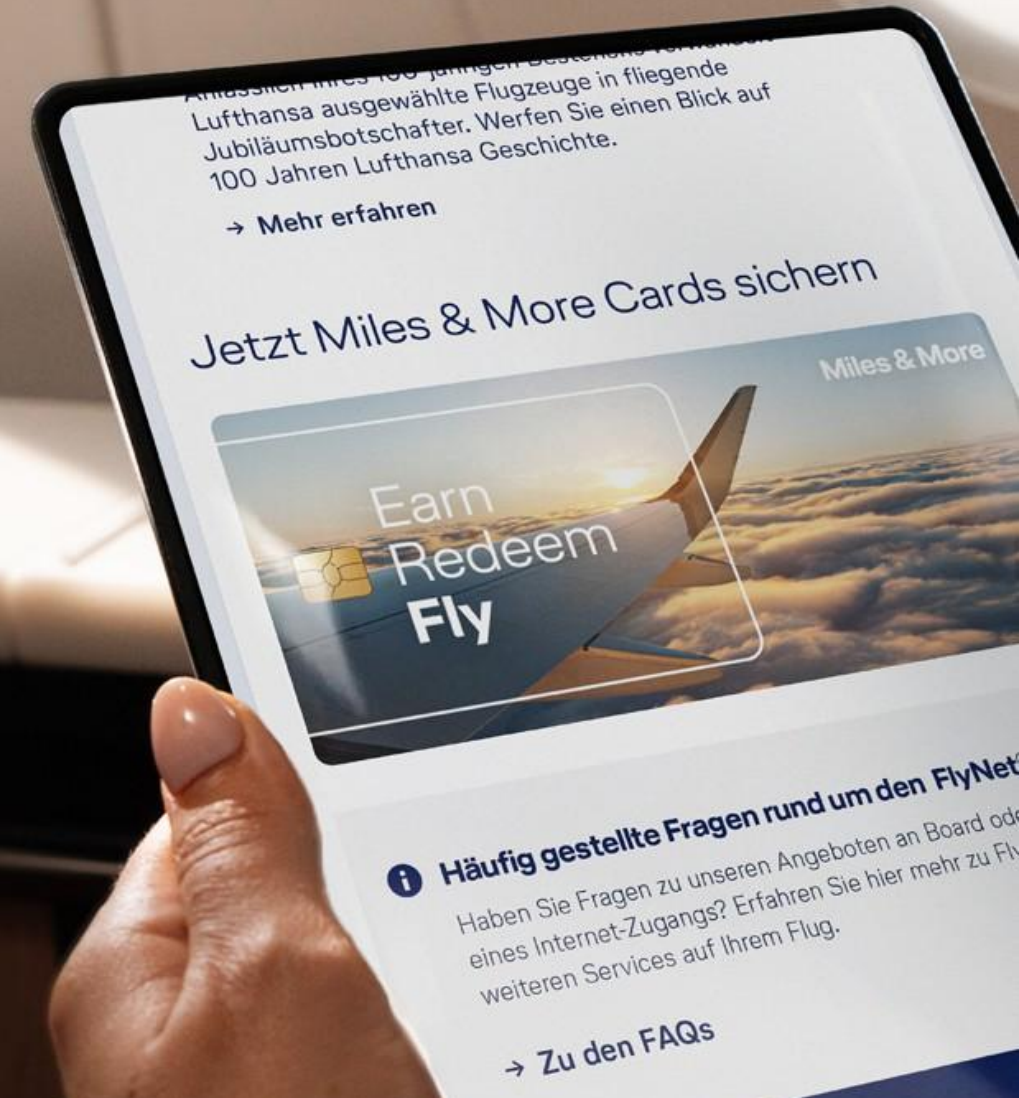
Je nach Kampagnenziel stehen unterschiedliche Formate zur Verfügung: Interstitial Video-Ads erscheinen im **Anmeldeprozess für Free Messaging** oder der Moving Map und sind nicht klickbar. Stage und Clickable Banner sind für **alle Gäste auch ohne Registrierung sichtbar** und können direkt auf Ihre Website oder zu weiterführenden Inhalten verlinken.

➤ Datenspezifikationen



Interstitial Video Ad

Interstitial Ads erreichen **rund 820 Tsd. User/Monat**. Die nicht überspringbare Platzierung erscheint bei der Anmeldung zum Free Messaging oder vor der Moving Map und schafft so einen besonders aufmerksamkeitsstarken Kontakt an Bord.



Stage Banner oder Clickable Banner

Für **ø 820 Tsd. Passagiere/Monat** für jeden sichtbar – auch ohne Registrierung. Sie kann direkt zu Ihren Inhalten verlinken und ist monatlich buchbar.

Datenspezifikationen

Digitale Banner
Preflight

[➤ Zur Werbefläche](#)

	Check-In Bestätigung	Meine Buchung
Nutzer (DE)	460.000 Views/Monat	240.000 Views/Monat
Nutzer (EN)	790.000 Views/Monat	470.000 Views/Monat
Bildgröße	1200 x 742 Pixel	1.350 x 600 Pixel und 418 x 162 Pixel
Textlänge (inkl. Leerzeichen)	Headline max. 48 Zeichen Subline max. 68 Zeichen CTA max. 24 Zeichen	Headline max. 25 Zeichen Subline max. 100 Zeichen CTA max. 20 Zeichen
Sprache	Deutsch oder Englisch	Deutsch oder Englisch

Bordkarten Banner
Preflight

[➤ Zur Werbefläche](#)

	Mobile Banner
Nutzer (DE)	190.000 Views/Monat
Nutzer (EN)	370.000 Views/Monat
Bildgröße	960 x 420 Pixel
Textlänge (inkl. Leerzeichen)	Headline max. 48 Zeichen Subline max. 68 Zeichen CTA max. 24 Zeichen
Sprache	Deutsch oder Englisch

Buchungsinformation	Buchungszeitraum	Buchungsschluss	Motivfreigabe	Liefertermin
Digitale Banner	Monatlich	Bis zu 4 Wochen vor Erscheinen	Bis zu 3 Wochen vor Erscheinen	Bis zu 2 Wochen vor Erscheinen
Digitale Bordkarte	Monatlich	Bis zu 4 Wochen vor Erscheinen	Bis zu 3 Wochen vor Erscheinen	Bis zu 2 Wochen vor Erscheinen

Lounge Video Screens

Airport

[➤ Zur Werbefläche](#)

Lounges	bis zu 30 Lounges
Besucher	bis zu 590.000 Gäste/Monat
Format	diverse Formate ohne Ton, 1.920 x 1.080 Pixel
Spotlänge	30 Sekunden (Standard)
Verweildauer	Ø 60 Minuten/Gast
Ausstrahlungen inkl. FRA	11.200-mal/Tag und 33.600-mal/Monat
Wiederholung	Alle 5 Minuten

Buchungsinformation	Buchungszeitraum	Buchungsschluss	Motivfreigabe	Liefertermin
Lounge Screens	Monatlich	Bis zu 4 Wochen vor Erscheinen	Bis zu 3 Wochen vor Erscheinen	Bis zu 2 Wochen vor Erscheinen

FlyNet Portal
Onboard

[➤ Zur Werbefläche](#)

Inflight Entertainment
Onboard

[➤ Zur Werbefläche](#)

	Interstitial Video Ad	Stage Banner	Clickable Banner
Nutzer	ø 820.000 Nutzer im Monat	ø 820.000 Nutzer im Monat	
Bildformat	—	2.880 x 1.234 Pixel und 1.000 x 1.000 Pixel	1.456 x 420 Pixel, 600x500 Pixel und 1.940 x 500 Pixel
Videoformat	720 x 1280 Pixel (portrait) mp4 video, max. 1 MB	–	–
Textlänge (inkl. Leerzeichen)	—	Headline max. 44 Zeichen CTA max. 25 Zeichen	Headline max. 24 Zeichen
Sprache	Deutsch & Englisch	Deutsch & Englisch	Deutsch & Englisch

	Classic	Light
Nutzer	ø 1,9 Mio./Monat	ø 950 Tsd./Monat
SOV	20 %	10 %
OTS	1,53	0,76
Datei	1-/2-Kanalton, mit oder ohne Musik	
Format	30 Sekunden	
Sprache	Audio in Deutsch oder Englisch	
Untertitel	Optional in Deutsch oder Englisch	

Buchungsinformation	Buchungszeitraum	Buchungsschluss	Motivfreigabe	Liefertermin
FlyNet Portal	Monatlich	Bis zu 7 Wochen vor Erscheinen	Bis zu 6 Wochen vor Erscheinen	Bis zu 5 Wochen vor Erscheinen
Inflight Entertainment	Monatlich	Bis zu 10 Wochen vor Erscheinen	Bis zu 9 Wochen vor Erscheinen	Bis zu 8 Wochen vor Erscheinen

Allgemeine Geschäftsbedingungen

1. Zuständigkeit / Vertragspartner

Deutsche Lufthansa AG – nachfolgend Lufthansa genannt – ist exklusiv für die Vermarktung der Lufthansa Medien zuständig. Der Vertrag über die Ausführungen des vomAuftraggeber erteilten Werbeauftrages wird im Namen und auf Rechnung der Lufthansa abgeschlossen.

2. Vertragsabschluss

Angebote von Lufthansa sind in jedem Fall freibleibend. Der Vertrag kommt durch die schriftliche Bestätigung von Lufthansa zustande. Mündliche, fernmündliche und elektronische Aufträge gelten, wie von Lufthansa schriftlich bestätigt, als vereinbart, sofern der Auftraggeber nicht innerhalb von 24 Stunden nach Zugang der Buchungsbestätigung (auch Auftragsbestätigung genannt) dieser schriftlich widerspricht. Für sämtliche Aufträge gelten ausschließlich die jeweils gültigen Allgemeinen Geschäftsbedingungen von Lufthansa (AGB). Der Geltung von allgemeinen Geschäftsbedingungen des Auftraggebers wird hiermit ausdrücklich widersprochen, es sei denn, Lufthansa hat der Geltung ausdrücklich schriftlich zugestimmt. Dies gilt auch dann, wenn Lufthansa in Kenntnis entgegenstehender Bedingungen einen Auftrag vorbehaltlos annimmt.

3. Aufträge von Agenturen

Buchungen von Werbeagenturen werden nur für namentlich genau bezeichnete Werbungtreibende (Name, vollständige Anschrift) angenommen. Werbeagenturen oder Werbemittler erhalten von Lufthansa, sofern sie entsprechende Dienstleistungen nachweisen können, eine Agenturvergütung von 15 % auf das Auftragsnetto, d. h. auf die Nettorechnungssumme ohne MwSt., nach Abzug von Rabatten. Bei Veränderung eines Auftragswertes und/oder eines Rabattes durch Zubuchung oder Storno wird die Agenturvergütung neu berechnet.

4. Zeitraum der Abwicklung

Abwicklungszeitraum ist die zwischen Lufthansa und dem Auftraggeber vertraglich vereinbarte Laufzeit.

5. Vorlaufzeiten, Druckunterlagenschluss

Die angegebenen Vorlaufzeiten (z. B. Motivfreigabe, Liefertermin) dienen als Richtwerte. Die genauen Termine können von den angegebenen Richtwerten zum Teil abweichen. Es gelten die Termine gemäß Buchungsbestätigung. Sollte ein in der Buchungsbestätigung genannter Termin von den angegebenen Vorlaufzeiten abweichen und der Auftraggeber damit nicht einverstanden sein, ist er zum Rücktritt berechtigt. Er muss den Rücktritt innerhalb von fünf Werktagen ab Erhalt der Buchungsbestätigung schriftlich erklären.

6. Rücktritt

Mit der Bestätigung gemäß Ziffer 2. dieser AGB wird der Werbeauftrag angenommen. Der Auftraggeber kann den Werbeauftrag mindestens in Textform stornieren. Bei der Stornierung durch den Auftraggeber fallen folgende Stornierungskosten für den Auftraggeber an, wobei sich die Staffe lung dieser Kosten nach dem in der Auftragsbestätigung angegebenen Buchungsschluss für das jeweilige Medium richtet. Bei Stornierung bis maximal vier Wochen vor Buchungsschluss fallen 50 % des Auftragswertes an. Geht die Stornierung Lufthansa weniger als vier Wochen vor Buchungsschluss zu, fallen 70 % des Auftragswertes an. Bei Stornierung nach Buchungsschluss fallen 100 % des Auftragswertes an. Dem Auftraggeber bleibt vorbehalten, den Nachweis zu erbringen, dass die seitens Lufthansa geltend gemachten Kosten nicht oder nur in wesentlich geringerer Höhe entstanden sind. Bei Teilstornierungen durch den Auftraggeber werden ggf. gewährte Abschlussrabatte für den verbleibenden Werbeauftrag gemäß der zum Stornierungszeitpunkt aktuellen Preisliste neu berechnet. Lufthansa kann den Auftrag gemäß Ziffer 7., 16. bzw. 18. dieser AGB schriftlich stornieren.

7. Zurückweisung von Werbeaufträgen

Lufthansa behält sich vor, Werbeaufträge – auch bereits rechtsverbindlich bestätigte Aufträge – sowie einzelne Aufträge im Rahmen eines Abschlusses abzulehnen, wenn diese gegen Gesetze, behördliche Bestimmungen, Rechte Dritter oder die guten Sitten verstoßen, oder deren Veröffentlichung z. B. wegen ihres Inhaltes, ihrer Herkunft oder technischen Form für Lufthansa unzumutbar ist, insbesondere im Fall einer möglichen Rufschädigung oder Bewerbung von Konkurrenzprodukten. Die Ablehnung wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt. In diesem Fall entfällt

die Zahlungsverpflichtung für die jeweilige Leistung, jedoch sind Stornokosten gemäß Ziffer 6. dieser AGB entsprechend zu tragen, sollte der Auftraggeber die Ablehnung seitens Lufthansa zu vertreten haben. Die Geltendmachung weiterer Ansprüche ist ausgeschlossen. Wird die gebuchte Werbeleistung trotz des zunächst erklärten Rücktritts erbracht, bleibt es auch bei der ursprünglichen Zahlungsverpflichtung des Auftraggebers. Kosten für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat er ebenfalls zu tragen.

8. Preise

Die angegebenen Preise sind Nettopreise, die ohne Abzug zu zahlen sind, sofern kein Rabatt vereinbart wurde. Die Preise verstehen sich zzgl. der jeweils geltenden gesetzlichen Mehrwertsteuer. Für den Fall, dass der Kunde gesetzlich verpflichtet ist, Steuern, Gebühren oder Abgaben einzubehalten, hat der Kunde diese zusätzlichen Beträge zu zahlen, um sicherzustellen, dass Lufthansa den vereinbarten Nettobetrag erhält, den Lufthansa auch erhalten hätte, wenn keine dieser Steuern, Gebühren oder Abgaben erhoben würden.

9. Grundpreis im Inflight Entertainment / Lounge Screens

Der Grundpreis ist im Inflight Entertainment und bei dem Medium Lounge Screens die Vergütung für die Ausstrahlung der Werbefernsehsendung. Er enthält keine Produktionsoder sonstigen Kosten. Sofern Produktionskosten bzw. sonstige Kosten aufgrund der angelieferten Vorlagen anfallen, werden diese gesondert berechnet und gehen in jedem Fall zu Lasten des Auftraggebers. Die Preise laut Preisliste basieren auf der angegebenen Sekundenlänge. Weicht die tatsächliche Sendungslänge von der vereinbarten Sendungslänge ab, gilt die tatsächliche Sendungslänge als Abrechnungsgrundlage, wobei Lufthansa der geänderten Sekundenlänge zustimmen muss.

10. Platzierung / Reklamation

Lufthansa behält sich das Recht kurzfristiger Umstellungen (z. B. zeitliche Verschiebung oder Änderung der Platzierung) vor. Nach Möglichkeit wird der Auftraggeber vorab informiert. Anzeigen, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als solche erkennbar sind, werden mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht. Probeabzüge und Mitschnitte werden nur auf ausdrücklichen Wunsch, der vor Beginn des Buchungszeitraums geäußert wurde, geliefert. Die gebuchten Werbespots werden von Lufthansa innerhalb der vereinbarten Preisgruppe platziert, vorbehaltlich Änderungen gemäß Ziffer 12. dieser AGB. Die Preisgruppen ergeben sich aus der Lufthansa Programmstruktur, die zum Zeitpunkt der Auftragsbestätigung gültig ist. Lufthansa übernimmt keine Gewähr dafür, dass neben den im Programmschema ausgewiesenen Werbeinseln keine weiteren Werbeinseln angeboten und ausgestrahlt werden. Kann die termingerechte Ausstrahlung des Werbespots aufgrund von technischen Störungen, wegen höherer Gewalt oder sonstiger von Lufthansa nicht zu vertretender Umstände nicht eingehalten werden, wird die Ausstrahlung des Werbespots auf einen angemessenen Ersatzsendeplatz verlegt. Bei erheblichen Verschiebungen wird der Auftraggeber unverzüglich hierüber von Lufthansa in Kenntnis gesetzt.

11. Mängel

Sämtliche Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb einer Ausschlussfrist von einem Monat nach Rechnungseingang geltend gemacht werden. Für eine nur unerhebliche Abweichung bestehen keine Ansprüche wegen Sachmängeln. Mängelansprüche verjähren innerhalb von einem Jahr ab der Platzierung der Anzeige.

12. Preisänderungen

Änderungen in der Preisliste sind jederzeit möglich. Für vereinbarte und bestätigte Werbeaufträge sind Preisänderungen allerdings nur wirksam, wenn sie von Lufthansa mindestens einen Monat vor Durchführung angekündigt werden. Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von fünf Werktagen nach Erhalt der Mitteilung gegenüber Lufthansa schriftlich ausgeübt werden.

13. Zahlungsbedingungen / Aufrechnung

Sofern keine abweichende vertragliche Regelung getroffen worden ist, werden die in Auftrag gegebenen Werbeaufträge monatlich im Voraus berechnet. Die Rechnungen

werden dem Auftraggeber, soweit nicht anders vereinbart, elektronisch gestellt und sind laut der auf der Rechnung angegebenen Zahlungsfrist zu bezahlen. Bei Neuaufnahme einer Geschäftsverbindung behält sich Lufthansa vor, Vorauszahlungen zu verlangen. Die Zahlungen erfolgen ausschließlich auf die von Lufthansa auf der Rechnung genannten Konten. Bankspesen gehen zu Lasten des Auftraggebers. Bei Zahlungsverzug ist Lufthansa berechtigt, die Durchführung des Auftrages zurückzustellen, ohne dass dadurch ein Ersatzanspruch des Auftraggebers entsteht. Der Auftraggeber haftet für den entstandenen Verzugsschaden. Dazu gehören Verzugszinsen in gesetzlicher Höhe (§ 288 BGB). Lufthansa behält sich die Geltendmachung eines weitergehenden Verzugsschadens vor. Ein Zahlungsverzug berechtigt Lufthansa nach den gesetzlichen Bestimmungen zum Rücktritt vom Vertrag. Ein daraus entstandener Schaden ist vom Auftraggeber zu ersetzen. Es darf nur mit unbestrittenen oder rechtskräftig festgestellten Forderungen aufgerechnet werden.

14. Druckunterlagen / Sendematerial

Jedes Werbemittel ist durch Lufthansa freizugeben. Sofern keine abweichende Vereinbarung getroffen worden ist, muss der Auftraggeber die Freigabe für das entsprechende Werbemittel gemäß den Terminen in der Buchungsbestätigung vor Druckunterlagenschluss bei Lufthansa einholen. Der Auftraggeber ist verpflichtet, Lufthansa unverzüglich schriftlich zu informieren, wenn Umstände eintreten oder erkennbar werden, aus denen sich ergibt, dass die vorgenannte Frist nicht eingehalten werden kann. Für die rechtzeitige Lieferung sowie einwandfreie Druckunterlagenlieferung an die von Lufthansa zu benennende Stelle ist der Auftraggeber verantwortlich. Bei Schaltung von mehreren Anzeigen mit gleichem Motiv ist pro Werbeträger eine Vorlage zu liefern. Der Auftraggeber ist verpflichtet, Lufthansa das für die Ausstrahlung der Werbespots notwendige Material für Spielfilme und TV-Serien gemäß den Terminen in der Buchungsbestätigung vor der Sendung zur Verfügung zu stellen. Die Sendekopien müssen der von Lufthansa vorausgesetzten Qualität entsprechen. Das Sendematerial wird im Namen von Lufthansa bei dem jeweiligen Dienstleister verwahrt und dem Auftraggeber nur auf Anforderung wieder zugesandt. Sollte ein Motiv für eine Werbesendung mehr als ein Jahr nicht zum Einsatz kommen, ist Lufthansa berechtigt, hierfür überlassene Sendeunterlagen und das Sendematerial entschädigungslos zu vernichten. Wenn Sendungen nicht oder falsch zur Ausstrahlung kommen, weil Unterlagen, Texte oder Sendekopien nicht rechtzeitig, mangelhaft oder falsch gekennzeichnet zur Verfügung gestellt worden sind, wird die vereinbarte Sendezeit in Rechnung gestellt. Dem Auftraggeber stehen in diesem Fall keine Ersatzansprüche zu. Der Auftraggeber trägt die Gefahr bei der Übermittlung von Sendeunterlagen und Sendematerial. Der Auftraggeber sichert zu, dass die GEMA-Abrechnung durch ihn erfolgt bzw. erfolgen wird.

15. Auflagenhöhe/Restbestände

Die Mengen der Werbeträger (z. B. Erfrischungstuch) können aufgrund von Abweichungen der Passagiermengen variieren und zeitlich nicht eingegrenzt werden; Auflagenüberhänge werden verteilt. Sollte die Auflage bzw. Teilauflage trotz Bemühen der Lufthansa im Werbezeitraum nicht verteilt werden, berechtigt dies den Auftraggeber nicht zu einerMinderung der vereinbarten Vergütung.

16. Medien-, wettbewerbs- und urheberrechtliche Verantwortung des Auftraggebers/Freistellung

Im Verhältnis zu Lufthansa trägt der Auftraggeber allein die medienrechtliche-, wettbewerbsrechtliche und sonstige inhaltliche Verantwortung für die Werbesendung. Wird die vertragsgemäße Leistung der Lufthansa durch Rechte Dritter oder einen Gesetzesverstoß (insbesondere solche aus Urheberrecht, Wettbewerbsrecht, Medienrecht) beeinträchtigt, so ist der Auftraggeber verpflichtet, die Verletzung von Rechten Dritter bzw. den Gesetzesverstoß auszuräumen. Bis dahin ist Lufthansa berechtigt, die Leistung zurückzuhalten, also insbesondere die betreffende Anzeige nicht (weiter) zur schalten, bzw. Printwerke zurückzuhalten bzw. zurückzuholen. Gelingt es dem Auftraggeber bis Ablauf einer von Lufthansa bestimmten angemessenen Frist nicht, die Verletzung bzw. den Verstoß auszuräumen, ist Lufthansa berechtigt, vom Vertrag zurückzutreten. Es gilt Ziffer 6. dieser AGB entsprechend.

Darüber hinaus stellt der Auftraggeber Lufthansa von allen Ansprüchen frei, die von Dritten gegen Lufthansa wegen der Verletzung von Rechten geltend gemacht werden, und wird Lufthansa alle im Zusammenhang mit dem Rechtsstreit stehenden Kosten erstatten.

Lufthansa benachrichtigt den Auftraggeber unverzüglich, wenn derartige Ansprüche Dritter gegen sie geltend gemacht werden und wird die Ansprüche des Dritten nicht ohne Zustimmung des Auftraggebers anerkennen.

17. Haftung

Die Haftung von Lufthansa bezüglich sämtlicher in diesen AGB genannten Vertragsverhältnisse (einschließlich der jeweiligen Erfüllungsgehilfen) ist bei Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit sowie bei Vorliegen einer Garantie unbeschränkt. Bei leichter Fahrlässigkeit ist die Haftung im Falle der Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit ebenfalls unbeschränkt. Bei einer leicht fahrlässigen Verletzung wesentlicher Vertragspflichten ist die Haftung beschränkt auf darauf zurückzuführende Sach- und Vermögensschäden in Höhe des vorhersehbaren, typischerweise eintretenden Schadens. Eine wesentliche Vertragspflicht ist die Pflicht, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrages überhaupt erst ermöglicht und auf deren Einhaltung der Vertragspartner regelmäßig vertrauen darf. Soweit gesetzlich zulässig, ist jede weitergehende Haftung auf Schadensersatz – außer für Ansprüche nach dem Produkthaftungsgesetz – ausgeschlossen.

18. Integrität

Der Auftraggeber verpflichtet sich, die gesetzlichen Vorschriften zur Bekämpfung der Korruption zu beachten. Insbesondere versichert er, dass er Mitarbeitern der Lufthansa oder diesen nahestehenden Personen keine unzulässigen Vorteile anbietet, verspricht oder gewährt. Gleiches Verbot gilt für Mitarbeiter des Auftraggebers, Erfüllungsgehilfen und sonstige Dritte, die nach Weisung des Auftraggebers handeln. Stellt Lufthansa fest, dass der Auftraggeber gegen einen der o. g. Standards verstößt, behält Lufthansa sich das Recht vor, von dem mit diesem Auftraggeber geschlossenen Vertrag zurückzutreten. Es gilt Ziffer 6. dieser AGB entsprechend.

19. Geheimhaltung und Datenschutz

Sämtliche vertrags- und personenbezogenen Daten (gleich, ob in schriftlicher, mündlicher oder sonstiger Form) unterliegen der Geheimhaltung und zwar auch dann, wenn sie nicht entsprechend gekennzeichnet sind. Der Auftraggeber und Lufthansa verpflichten sich gegenseitig zur vertraulichen Behandlung dieser Daten, es sei denn, diese sind ohnehin allgemein zugänglich oder ausdrücklich zur Veröffentlichung bestimmt oder ohne Vertragsbruch rechtmäßig von Dritten später erworben. Jede Weitergabe vertraulicher Informationen an Dritte bedarf der Zustimmung seitens der anderen Partei bzw. der Partei, welche die Informationen übergeben hat. Lufthansa ist berechtigt, vertrauliche Information an mit ihr verbundene Unternehmen im Sinne von § 15 AktG weiterzugeben. Beide Parteien verpflichten sich, auch über das Ende des Vertragsverhältnisses hinaus Stillschweigen über die bekannt gewordenen Daten und Informationen für die Dauer von 5 Jahren zu wahren.

20. Schlussbestimmungen

Änderungen und Ergänzungen zum Vertrag einschließlich Nebenvereinbarungen und Änderungen dieser Klauseln bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform. Sollten einzelne Bestimmungen dieser AGB unwirksam sein oder werden, bleiben die übrigen Vertragsbestandteile unberührt. Auf das Vertragsverhältnis zwischen dem Auftraggeber und der Lufthansa findet das Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechts (CISG), sowie der kollisionsrechtlichen Bestimmungen Anwendung. Vertragssprache ist Deutsch. Bei Benutzung anderer Sprachen ist der deutsche Wortlaut maßgebend. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist ausschließlicher Gerichtsstand für alle Streitigkeiten, auch in Urkunden- und Wechselprozessen, aus oder in Zusammenhang mit dem Vertragsverhältnis, seiner Entstehung, Wirksamkeit oder Beendigung Frankfurt am Main, Bundesrepublik Deutschland.



Lufthansa

Let's make your brand travel.

Für Buchungen oder Rückfragen stehen wir Ihnen
jeder Zeit zur Verfügung. Konktakieren Sie uns unter
lufthansa.com/medien

Kontakt aufnehmen