




FSC
www.fsc.org
MIX
Papier aus verantwortungsvollen Quellen
FSC® C110508

Mediadaten FIS 2026

ANZEIGENFORMATE

Alle Preise zzgl. der gesetzlichen MwSt. Die Preise verstehen sich für druckreife Unterlagen. Sonderformate auf Anfrage.



1/1 Seite hoch
Breite: 210 mm
Höhe: 297 mm

zzgl.
3 mm Beschnittzugabe auf allen Seiten

1.800 €

1/2 Seite quer
Breite: 175 mm
Höhe: 125 mm

1.100 €

Premium!

2/1 Seite quer
Breite: 420 mm
Höhe: 297 mm

zzgl.
3 mm Beschnittzugabe an allen Seiten

2.900 €

Bonus:

Jede Anzeigenbuchung ist automatisch verbunden mit der Zusendung eines Kontingents von 200 Magazinen, die für eigene Marketingzwecke etc. verwendet werden können. Weitere auf Anfrage gemäß Angebot.

Optionen:

- Titelseite kann eigenes Branding enthalten
Preis und eigene Auflage gemäß Angebot
- Werbebeilagen auf *Anfrage gemäß Angebot*
- Einhefter (4 oder 8-seitig) auf *Anfrage gemäß Angebot*

Gestaltung:

Wünschen Sie die Gestaltung ihrer Werbung oder die Abfotografie ihrer Dienstleistung, Produkte oder Mode? Gerne übernehmen wir das für Sie. Sprechen Sie uns an.

TECHNISCHE DATEN & INFOS

DRUCKUNTERLAGEN

Druckunterlagen bitte ausschließlich in digitaler Form. Anzeigen-Daten bitte nur als hochauflösende PDF-X-Datei oder gezippte tiff-Datei. Andere Formate nur nach Absprache.

ANSCHNITT

Angeschnittene Formate zzgl. 3 mm Beschnittzugabe an allen Seiten über das Heftformat hinaus.

SCHRIFTEN

Schriften komplett einbetten oder in Pfade / Zeichenwege umwandeln.

GRAFIKEN & BILDER

Bitte keine Sonderfarben (Pantone/HKS) verwenden. Alle Farben im CMYK-Modus (Farbprofil siehe unten!) anlegen – keine RGB-Daten! Graustufen- oder Farbbilder mit einer Auflösung von 300 ppi (pixel per inch), Strichabbildungen mit einer Auflösung von 1200ppi (pixel per inch). Sonderfarben nur auf Anfrage.

FARBPROFIL

Für ein optimales Druckergebnis empfehlen wir das Farbprofil ISO Coated v2 300 % (ECI) zu verwenden.

DATENTRÄGER

Daten bitte via E-Mail oder Download-Link liefern.

PROOF / BELEGAUSDRUCK

Bitte legen Sie jeder Anzeige einen verbindlichen Ausdruck bei. Bei Farbanzeigen benötigen wir einen farbverbindlichen Proof. Andernfalls übernehmen wir keine Gewährleistung für den Druck. Fehlbelichtungen auf Grund von unvollständigen oder fehlerhaften Dateien, falschen Einstellungen oder unvollständigen Angaben werden berechnet.

BEILAGEN

Preise für Beilagen gemäß Angebot zzgl. Postgebühren. Auflage: Die Anlieferungsmenge für Beilagen beträgt max. 15.000 Exemplare. Die Postgebühren richten sich nach dem jeweils gültigen Entgeltverzeichnis Pressepost der Deutschen Post AG.

ANZEIGENGESTALTUNG & DATEN-OPTIMIERUNG

Gerne erstellen wir für Ihr Unternehmen maßgeschneiderte und ästhetische Anzeigen für Ihr Unternehmen oder optimieren ihre Daten. Sprechen Sie uns an: remmert@remmbrand.de

HERAUSGEBER

REMMBRAND – Atelier für Konzeption & Werbung

KONZEPT & REDAKTION

REMMBRAND – Atelier für Konzeption & Werbung
Ansprechpartner: Stefan Remmert (V.i.S.d.P.)

ERSCHEINUNGSWEISE

2 x im Jahr (Frühjahr / Sommer & Herbst / Winter)

VERBREITUNG

Das Magazin erscheint aktuell in Hannover und Umgebung.

ANZEIGENSCHLUSS

6 Wochen vor Erscheinen:

Ausgabe Frühjahr / Sommer: 15. Januar (ED: 01. März)

Ausgabe Herbst / Winter: 15. Juli (ED: 01. September)

ANSPRECHPARTNER

Stefan Remmert · remmert@remmbrand.de

DRUCK- & BINDEVERFAHREN

Offsetdruck (Eurosкала) · 70er-Raster · Rückendraht-Heftung ·

Papier aus verantwortungsvollen Quellen (FSC)

MAGAZINFORMAT

210 mm breit x 297 mm hoch (DIN-A4)

GESAMTAUFLAGE

15.000 Exemplare

ANZEIGENABWICKLUNG

REMMBRAND – Atelier für Konzeption & Werbung

Ansprechpartner: Stefan Remmert

Nienburger Straße 14a · 30167 Hannover (Germany)

Telefon: +49 (0) 511 203270-0

Fax: +49 (0) 511 203270-1

E-Mail: remmert@remmbrand.de

Internet: www.remmbrand.de

remmbrand
Atelier für Konzeption & Werbung



ANZEIGENBUCHUNG

Firma

Name/Ansprechpartner

Adresse

Rechnungsadresse (falls abweichend)

Telefon

Fax

Mobil.....E-Mail

Hiermit buche ich verbindlich folgende Anzeige (bitte ankreuzen):

x	Anzeigenformat	Ausrichtung	Maße in mm (Breite x Höhe)	Preis
	1/1 Seite	Hochformat	210 x 297 + 3mm Beschnitt	1.800 €
	<i>Premium!</i> 2/1 Seite	Querformat	420 x 297 + 3mm Beschnitt	2.900 €
	1/2 Seite	Querformat	175 x 125 + 3mm Beschnitt	1.100 €

Ort, Datum Unterschrift.....

Bitte per Fax, E-Mail oder Post zurück senden an:

remmbrand
Atelier für Konzeption & Werbung

REMMBRAND –
Atelier für Konzeption & Werbung
Ansprechpartner: Stefan Remmert

Nienburger Straße 14a
D 30167 Hannover (Germany)

Telefon: +49 (0) 511 203270-0
Fax: +49 (0) 511 203270-1
E-Mail: remmert@remmbrand.de
Internet: www.remmbrand.de

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

1. Vertragsgegenstand / Begriffsbestimmungen

1.1 „Werbefauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über das Zurverfügungstellen von Werbepätzen in den Printprodukten des Einzelunternehmens REMMBRAND – Stefan Remmert (nachfolgend „der Verlag“ genannt), für Werbemittel eines Werbekunden. Ein Vertrag kann auch so ausgestaltet sein, dass die Platzierung mehrerer Werbemittel über einen bestimmten Zeitraum (im Folgenden „Insertionszeitraum“) vereinbart wird, wobei die jeweiligen Platzierungen unter Beachtung der Verfügbarkeit auf Abruf des Werbekunden erfolgen (im Nachfolgenden „Mehrfachauftrag“ genannt).

1.2 „Werbekunde“ ist diejenige Person oder das Unternehmen, für die der Verlag Werbemittel platzieren soll. Werbekunde kann entweder der Werbetreibende selbst (der eigene Waren oder Dienstleistungen bewirbt) oder eine Agentur sein, die im Auftrag eines Dritten für dessen Waren und Dienstleistungen wirbt.

1.3 „Werbemittel“ sind die Werbematerialien, die der Werbekunde dem Verlag zur Platzierung auf den Werbe- und Anzeigepätzen zur Verfügung stellt.

1.4 „Advertorials“ sind fremdproduzierte Werbemittel, die sich in Form und Aufmachung deutlich von den redaktionellen Teilen des Printprodukts (in Typo, graphischen Elementen, Farbigkeit) unterscheiden und mit dem Wort „ANZEIGE“ gekennzeichnet sein müssen. Sie enthalten Text/Bilder/Grafiken und Werbung Dritter.

2. Vertragsschluss

2.1 Der Werbefauftrag sowie sämtliche Leistungen, Angebote und Verträge zwischen dem Verlag und dem Werbekunden unterliegen neben den Bestimmungen im jeweiligen Vertrag ausschließlich diesen AGB. Geschäftsbedingungen des Werbekunden, die diesen AGB entgegenstehen oder von ihnen abweichen, sind unwirksam. Dies gilt auch dann, wenn dem Verlag solche anderen Vertragsbedingungen zur Kenntnis gebracht wurden. Gegenbestätigungen des Werbekunden unter Hinweis auf seine Geschäftsbedingungen wird hiermit widersprochen.

2.2 Jeder Werbefauftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich.

2.3 Soweit eine Agentur dem Verlag einen Werbefauftrag erteilt, kommt der Vertrag mit der Agentur zustande. Andernfalls kommt der Vertrag direkt mit dem Werbetreibenden zustande.

2.4 Änderungen und Ergänzungen des Werbeauftrags bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform. Dies gilt auch für eine Änderung dieser Schriftformklausel.

2.5 Die AGB des Verlags für Werbefaufträge können sich ändern. Deswegen gelten die AGB immer nur für den jeweiligen Werbefauftrag in der zum Zeitpunkt des Abschlusses des Werbeauftrags gültigen Fassung.

2.6 Ist das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen innerhalb eines Insertionszeitraumes eingeräumt, ist der Abruf innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern das erste Werbemittel innerhalb eines Jahres nach Vertragsschluss abgerufen und veröffentlicht wird. Wird das Recht zum Abruf innerhalb dieser Zeit nicht ausübt, verfällt der Anspruch nach Ablauf des Jahres ersatzlos. Die Pflicht zur Zahlung der entsprechenden Vergütung bleibt hiervon unberührt.

3. Leistungen des Verlags

3.1 Der Verlag wird die vom Werbekunden zur Verfügung gestellten Werbemittel innerhalb des im Vertrag angegebenen Zeitraums gemäß den vereinbarten Leistungsmerkmalen in einer dem jeweiligen technischen Standard entsprechenden Weise auf den vereinbarten Werbepätzen des gewählten Printprodukts platzieren. Darüber hinaus ist der Verlag berechtigt, die Werbemittel multimedia (insbesondere im ePaper, in Apps, auf Websites) zu veröffentlichen und öffentlich zugänglich zu machen. Ein Anspruch des Werbekunden auf eine Veröffentlichung über die vereinbarten Werbeplätze des gewählten Printprodukts hinaus besteht nicht.

3.2 Vereinbart ist die für den belegten Titel nach Maßgabe der Angaben in der Preisliste sowie in der Auftragsbestätigung übliche Beschaffenheit der Werbemittel im Rahmen der durch die Druckunterlagen und der von der Druckerei eingesetzten Technik gegebenen Möglichkeiten.

3.3 Anzeigen, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

3.4 Der Verlag behält sich ohne Anerkennung einer Prüfungspflicht vor, Werbemittel - auch einzelne Abrufe von Werbemitteln - aus wichtigem Grund abzulehnen. Ein solcher wichtiger Grund liegt insbesondere vor, wenn konkrete Anhaltspunkte dafür vorliegen, dass das Werbemittel gegen die in Ziffer 4.4 genannten Garantien verstößt, oder deren Veröffentlichung für den Verlag u.a. wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbundwerbung).

3.5 Soweit der Verlag von seinem Ablehnungsrecht bezüglich Verbundwerbung (vgl. Ziffer 3.4) keinen Gebrauch macht, bedürfen diese in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annahmeerklärung des Verlages. Diese berechtigt den Verlag zur Erhebung eines Verbundaufschlages.

3.6 Die Ablehnung einer Anzeige oder eines anderen Werbemittels wird dem Werbekunden unter Angabe von Gründen unverzüglich mitgeteilt. Dem Werbekunden steht es frei, dem Verlag ein neues, bzw. geändertes Werbemittel zur Verfügung zu stellen, was den Anforderungen in Ziffer 3.4 entspricht. Hierdurch auftretende Verzögerungen gehen zu Lasten des Werbekunden.

3.7 Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung und auf Kosten des Werbekunden zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung der Druckunterlagen endet drei Monate nach der erstmaligen Veröffentlichung des Werbemittels.

3.8 Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch und auf Kosten des Werbekunden geliefert. Der Werbekunde trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm bis zum Anzeigenschluss oder innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

3.9 Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art des Werbemittels übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

3.10 Der Verlag liefert auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung des Werbemittels.

3.11 Wird ein Werbefauftrag aus Umständen nicht erfüllt, die weder der Verlag noch der Werbekunde zu vertreten hat, so hat der Werbekunde dem Verlag, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Differenzbetrag zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass zu erstatten.

Die personenbezogenen Daten der betroffenen Person werden gelöscht oder gesperrt, sobald der Zweck der Speicherung entfällt. Eine Speicherung kann darüber hinaus dann erfolgen, wenn dies durch den europäischen oder nationalen Gesetzgeber in unionsrechtlichen Verordnungen, Gesetzen oder sonstigen Vorschriften, denen der Verantwortliche unterliegt, vorgesehen wurde. Eine Einschränkung der Verarbeitung oder Löschung der Daten erfolgt auch dann, wenn eine durch die genannten Normen vorgeschriebene Speicherfrist abläuft, es sei denn, dass eine Erforderlichkeit zur weiteren Speicherung der Daten für einen Vertragsabschluss oder eine Vertragserfüllung besteht.

4. Pflichten des Werbekunden

4.1 Der Werbekunde trägt dafür Sorge, dass die Werbemittel und weiteren notwendigen Informationen rechtzeitig, vollständig, fehlerfrei und den vertraglichen Vereinbarungen entsprechend an-geliefert werden und die Druckunterlagen eine einwandfreie Beschaffenheit ausweisen. Ferner ist der Werbekunde dafür verantwortlich, dass diese sich für die vereinbarten Zwecke, insbesondere die jeweilige Darstellung im entsprechenden Umfeld und in der gebuchten Werbeform, eignen.

4.2 Die Übersendung von mehr als 2 Farbvorlagen, die nicht termingerechte Lieferung der Druckunterlagen und der Wunsch nach einer von der Vorlage abweichenden Druckwiedergabe können Auswirkungen auf Platzierung und Druckqualität der Werbemittel verursachen und schließen spätere Reklamationen aus.

4.3 Kosten des Verlages für vom Werbekunden gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Werbekunde zu tragen.

4.4 Der Werbekunde versichert mit Erteilung des Werbeauftrags, dass er über alle zur Schaltung des Werbeauftrags erforderlichen Rechte verfügt. Er trägt die alleinige Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Werbeschaltung zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen, bei gelieferten Anzeigenvorlagen insbesondere für die verwendeten Bilder, Logos, Schriften und sonstigen Elemente. Der Werbekunde garantiert ferner, dass die Werbemittel - keine Rechte Dritter (insbesondere Urheber-, Persönlichkeits- oder sonstige gewerbliche Schutzrechte) verletzen und/oder nicht gegen sonstige gesetzliche (insbesondere presserechtliche, wettbewerbsrechtliche, datenschutzrechtliche und verbraucherschutzrechtliche) Bestimmungen verstoßen und nicht staatsgefährdender, rassistischer, Gewalt verherrlichender, pornografischer oder jugendgefährdender Natur sind.

4.5 Der Werbekunde stellt den Verlag auf erstes Anfordern im Rahmen des Werbeauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können, insbesondere presserechtliche oder wettbewerbsrechtliche Vorschriften. Dies gilt insbesondere in Bezug auf die unter Ziffer 4.4 abgegebenen Garantien. Bei Veröffentlichung von Gegendarstellungen bestimmen sich die zu ersetzenden Kosten nach Maßgabe des Preises für ein dem Umfang der Gegendarstellung entsprechenden Werbemittel. Ferner wird der Verlag von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt einschließlich sämtlicher Gerichts- und Anwaltskosten in gesetzlicher Höhe. Der Werbekunde ist verpflichtet, dem Verlag für den Fall einer Inanspruchnahme durch Dritte unverzüglich, wahrheitsgemäß und vollständig nach Treu und Glauben sämtliche ihm zur Verfügung stehende Informationen mitzuteilen und Unterlagen vorzulegen, die für eine Prüfung der Ansprüche erforderlich sind.

4.6 Der Werbekunde überträgt dem Verlag die für die Durchführung des Werbeauftrages erforderlichen zeitlich, örtlich und inhaltlich beschränkte Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstige sui generis Schutzrechte. Darüber hinaus ist der Verlag berechtigt, die vorgenannten Rechte zum Zwecke der Eigenwerbung (z.B. Pressemitteilungen und Präsentationen) auch vor und nach Ausführung des Werbeauftrags auszuüben.

4.7 Advertorials sind mindestens 7 Werktage vor Druckunterlagenschluss zur Prüfung und Billigung vorzulegen. Für den Fall, dass Advertorials durch den Verlag oder von ihm eingesetzte Erfüllungsgehilfen erstellt werden, verbleiben sämtliche Rechte an den erstellten Inhalten bei Verlag.

4.8 Der Werbekunde ist verpflichtet, die Werbung nach erstmaliger Schaltung zu prüfen, soweit dies mit zumutbarem Aufwand möglich ist.

4.9 Der Werbekunde hat dem Verlag jede Änderung seiner Firma, Ansprechpartner, Anschrift oder von sonstigen Kontaktinformationen (Tel., Fax, E-Mail etc.) umgehend, spätestens binnen 5 Werktagen per Brief, Fax oder per Email anzuzeigen.

4.10 Der Werbekunde ist nicht berechtigt, die Ansprüche aus dem Werbefauftrag gegenüber dem Verlag (d.h. die gebuchten Belegungseinheiten) auf Dritte entgeltlich oder unentgeltlich zu übertragen. 4.11 Die Werbungsmittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbekunden an die Preisliste des Verlages zu halten.

5. Vergütung, Fälligkeit, Zahlungsverzug

5.1 Die Vergütung für den jeweiligen Werbefauftrag bestimmt sich nach der zum Zeitpunkt des Abschlusses des jeweiligen Werbeauftrags gültigen Preisliste des Verlages. Der Verlag behält sich vor, die Preisliste jederzeit zu ändern. Eine Änderung der Anzeigenpreisliste gilt ab Inkrafttreten auch für laufende Aufträge. Dies gilt gegenüber Nicht-Kaufleuten nicht bei Aufträgen, die innerhalb von vier Monaten nach Vertragsabschluss abgewickelt werden sollen.

5.2 Rabatte für Mehrfachaufträge innerhalb eines Insertionszeitraumes bestimmen sich ebenfalls nach der jeweils gültigen Preisliste des Verlages.

5.3 Rabatte werden nicht gewährt für Unternehmen, deren Geschäftszweck unter anderem darin besteht, für verschiedene Werbetreibende Werbeaufträge zu erteilen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen.

5.4 Werbefaufträge für Werbemittel und Fremdbeilagen, die nur in bestimmten Heftnummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Werbekunden noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Werbe-

mittel werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.

5.5 Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung beansprucht, ist der schriftliche Nachweis des Konzernstatus des Werbekunden erforderlich. Konzernverbundene Unternehmen im Sinne dieser Bestimmung sind Unternehmen, zwischen denen eine kapitalmäßige Beteiligung von mindestens 50 Prozent besteht. Der Konzernstatus ist bei Kapitalgesellschaften durch Bestätigung eines Wirtschaftsprüfers oder durch Vorlage des letzten Geschäftsberichtes, bei Personengesellschaften durch Vorlage eines Handelsregisterauszuges nachzuweisen. Der Nachweis muss innerhalb der ersten Hälfte des Insertionszeitraumes erbracht werden. Konzernrabatte bedürfen der ausdrücklichen, schriftlichen Bestätigung durch den Verlag und werden nur für die Dauer der Konzernzugehörigkeit gewährt. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzuzeigen.

5.6 Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall schriftlich eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

5.7 Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden bankübliche Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Werbefauftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restliche Platzierung der Werbemittel Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Werbekunden, Sitz des Werbekunden im Ausland oder einem Erstauftrag durch den Werbekunden ist der Verlag berechtigt, vor Beginn einer neuen Geschäftsverbindung und auch während der Laufzeit eines Abschlusses das Erscheinen weiterer Werbemittel ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages zum Anzeigenschlusstermin und von dem Ausgleich offenes-tender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

6. Stornierung von Werbefaufträgen

6.1 Eine Stornierung von Werbefaufträgen oder Abrufen ist nur bis zum Anzeigenschlusstermin möglich. Die Stornierung muss schriftlich oder per Email bei dem Verlag eingehen.

7. Haftung des Verlags

7.1 Der Verlag haftet – gleich aus welchem Rechtsgrund - nur bei Vorsatz und grober Fahrlässigkeit eines gesetzlichen Vertreters, eines leitenden Angestellten oder sonstigen Erfüllungsgehilfen; dem Grunde nach bei jeder schuldhaften Verletzung einer wesentlichen Vertragspflicht (wobei der Begriff der wesentlichen Vertragspflicht abstrakte eine solche Pflicht bezeichnet, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrages überhaupt erst ermöglicht und auf deren Einhaltung die jeweils andere Partei regelmäßig vertrauen darf), bei Verzug und Unmöglichkeit und Vorsatz sowie grober Fahrlässigkeit eines einfachen Erfüllungsgehilfen, wobei die Haftung bei Vermögens- und Sachschäden auf die Höhe des typischerweise vorhersehbaren Schadens begrenzt ist.

7.2 Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, illegalem Arbeitskampf, rechtswidriger Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen – sowohl im Betrieb des Verlages als auch in fremden Betrieben, derer sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient – hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit 80% der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften oder auf andere Weise zugesicherten Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die zugesicherte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht.

7.3 Entspricht die Veröffentlichung des Werbemittels nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit bzw. Leistung, so hat der Werbekunde Anspruch auf Zahlungsminderung oder ein einwand-freies Ersatzwerbemittel bzw. Ersatzplatzierung des Werbemittels, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des ursprünglichen Werbemittels beeinträchtigt wurde. Der Verlag hat das Recht, ein Ersatzwerbemittel bzw. Ersatzplatzierung zu verweigern, wenn diese einen Aufwand erfordert, der unter Beachtung des Inhalts des Schuldverhältnisses und der Gebote von Treu und Glauben in einem groben Missverhältnis zu dem Leistungsinteresse des Werbekunden steht, oder diese für den Verlag nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich wäre. Lässt der Verlag eine ihm für das Ersatzwerbe-mittel oder die Ersatzplatzierung des Werbemittels gesetzte angemessene Frist verstreichen oder ist das Ersatzwerbemittel/Ersatzplatzierung erneut nicht einwandfrei, so hat der Werbekunde ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Werbeauftrags. Bei unwesentlichen Mängeln des Ersatzwerbemittels oder der Ersatzplatzierung ist die Rückgängigmachung des Werbeauftrags ausgeschlossen.

7.4 Reklamationen bei nicht offensichtlichen Mängeln müssen binnen eines Jahres ab dem gesetzli-chen Verjährungsbeginn geltend gemacht werden. Alle gegen den Verlag gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf vorsätzlichem Verhalten beruhen.

7.5 Alle in den Punkten 7.1 bis 7.4 genannten Haftungsbeschränkungen gelten nicht in den Fällen zwingender gesetzlicher Haftung, insbesondere nach dem Produkthaftungsgesetz, bei Übernahme einer Garantie sowie bei schuldhaften Verletzungen des Lebens, des Körpers und der Gesundheit.

8. Datenschutz

Der Werbekunde ist verpflichtet, die datenschutzrechtlichen Bestimmungen einzuhalten.

9. Schlussbestimmungen

9.1 Sollten einzelne Bestimmungen dieser AGB ganz oder teilweise unwirksam sein oder werden, so bleibt der Werbefauftrag im Übrigen wirksam. Das gleiche gilt, sofern diese AGB eine Regelungslücke enthalten. Anstelle der ganz oder teilweise unwirksamen oder fehlenden Regelung tritt das, was die Parteien bei verständiger Würdigung der ganz oder teilweisen Unwirksamkeit oder des Fehlens der Regelung vereinbart hätten, falls ihnen dieser Umstand bekannt gewesen wäre, in Kraft.

9.2 Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichem Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Ist der Wohnsitz oder gewöhnlicher Aufenthalt des Werbekunden, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt und hat der Werbekunde nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart, wenn der Vertrag schriftlich geschlossen wurde.

9.3 Erfüllungsort ist der Ort des Verlages.

9.4 Es gilt deutsches Recht.

Stand 01.01.2024