



Anzeigenvertretung

Antje Sievert

Tel: 040-45 06 98 03

Fax: 040-45 06 98 04

Mail: antje.sievert@kultur-anzeigen.com

Druckverfahren: Offset (Europa Skala)
keine Schmuckfarben

Druckvorstufe: Repro Studio Kroke GmbH
Holsteinischer Kamp 12
22081 Hamburg
Tel: 040-209 44 6-0
Fax: 040-209 44 6-29
Mail: info@reprostudiokroke.de

Bankverbindung: Hamburgische Staatsoper

Bank: Deutsche Bank

BLZ: 200 700 24

KTO: 4877577

Ust-Id-Nr.: DE 118 509 784

Zahlungsbedingungen: sofort netto ohne Abzug

Von Neukunden erbitten wir Vorkasse für die ersten 3 Rechnungen. Zahlung bis zum Anzeigenschluss.

Agenturprovision: 15%

Alle Preise verstehen sich zzgl. gesetzl. MwSt.

Premieren der Saison 2010/2011

Brett Dean Bliss	12. September 2010
Richard Wagner Götterdämmerung	17. Oktober 2010
Chopin Dances Ballett von Jerome Robbins und John Neumeier	05. Dezember 2010
Charles Gounod Faust	30. Januar 2011
Gioachino Rossini La Cenerentola	08. Mai 2011
Hans Pfitzner Palestrina	05. Juni 2011
37. Hamburger Ballett-Tage Premiere: Zehnte Sinfonie von Gustav Mahler Ballett von John Neumeier	26. Juni – 10. Juli 2011 26. Juni 2011

Saison – Vorschauen für die Spielzeit 2011/2012

Saison – Vorschau »Staatsoper Hamburg/Hamburg Ballett«

Erscheinungsweise:	1 x jährlich im Frühjahr zur Spielzeit-Pressekonferenz (April/Mai)
Umfang:	ca. 100 Seiten
Inhalt:	ausführliche Beschreibung aller Premieren- und Repertoirestücke, Besetzungen, Preise, Jahresspielplan, Abonnements, farbiger Saalplan
Auflage:	35.000 Exemplare
Distribution:	kostenloser Versand an alle Abonnenten, Journalisten und Meinungsbildner und Förderer der Hamburgischen Staatsoper, Ausgabe auf Anfrage in der Oper
Heftformat:	160 mm breit x 245 mm hoch
Anzeigenformat:	Anschnitt Innenteil: Heftformat zzgl. 3 mm Beschnitt rundum Satzspiegel: 130 mm breit x 222 mm hoch U4: 157 mm breit x 245 mm hoch, zzgl. 3 mm Beschnitt rundum U3/Klappe: 144 mm breit x 245 mm hoch, zzgl. 3 mm Beschnitt rundum
Anzeigenpreise:	U4, 4-farbig: € 8.000,- U3, 4-farbig: € 6.000,- Innenseiten, 4-farbig: € 4.600,-

Die Anzeigenmotive der Vorschauen bedürfen der Freigabe durch die Intendanz. Die Erstellung der Druckunterlagen sollte erst nach der Freigabe erfolgen. Buchungsschluss: Ende Februar 2011

Spielzeit – Flyer »Staatsoper Hamburg/Hamburg Ballett« 2011/2012

Erscheinungsweise:	1 x jährlich im Frühjahr zur Spielzeit-Presskonferenz (April/Mai)
Umfang:	24 Seiten
Inhalt:	kalendarischer Spielplan, Premieren und Repertoire Oper und Ballett, Saalplan
Auflage:	150.000 Exemplare
Distribution:	Auslage in der Oper (Foyer, Tageskasse, Veranstaltungen, etc.) Direktversand an Opern-Kunden; weiter Verteiler in HH-Stadt + Metropolregion (ausgewählte Gastronomie, Vorverkaufskassen, öffentliche Institutionen wie z.B. Bücherhallen); Beilage zu zielgruppen-relevanten Publikationen.
Heftformat:	210 mm breit x 100 mm hoch
Anzeigenformat:	Satzspiegel U4: 200 mm breit x 90 mm hoch Satzspiegel Innenseite: 195 mm breit x 84 mm hoch
Anzeigenpreise:	U4, 4-farbig: € 6.800,- Innenseite (Kalender), 4-farbig: € 4.600,-
Anzeigenannahmeschluss:	Ende Februar 2011

Die Anzeigenmotive der Vorschauen bedürfen der Freigabe durch die Intendanz. Die Erstellung der Druckunterlagen sollte erst nach der Freigabe erfolgen. Buchungsschluss: Ende Februar 2011

Staatsoper Journal

Erscheinungsweise: 6 x in der Saison 2010/2011
Auflage: jeweils 30.000 Exemplare
Distribution: Auslage in der Oper, ausgewählten Hotels, Restaurants und öffentlichen Institutionen. Versand an über 600 Journalisten, ca. 500 Abonnenten des Journals sowie Sponsoren und Förderer.
Heftformat: 232 mm breit x 330 mm hoch
Anzeigenformate: 1/1 Seite: Satzspiegel: 202 mm breit x 300 mm hoch
Anschnittformat = Heftformat zzgl. 3 mm Beschnitt rundum
1/2 Seite: 110 mm breit x 330 mm hoch zzgl. 3 mm Beschnitt rundum
1/3 Seite: 79 mm breit x 330 mm hoch zzgl. 3 mm Beschnitt rundum
Anzeigenpreise: U4, 4-farbig: € 2.800,- U2, 4-farbig: € 2.500,-
U3, 4-farbig: € 2.300,- 1/1 innen, 4-farbig: € 1.950,-
1/2 innen, 4-farbig: € 1.150,- 1/3 innen, 4-farbig: € 850,-
1/2 und 1/3 Seiten sind auf Anfrage und ab Buchung von mind. 3 Ausgaben möglich.
Mengenstaffel: 2 Seiten: 5%, 4 Seiten: 10%, 6 Seiten: 15%
Beihefter: auf Anfrage
Sonderplatzierung: »Gute Adressen rund um die Staatsoper«
Format: 98,5 mm breit x 70 mm hoch, 4c, **Preis:** € 420,-
Diese Rubrik erscheint nur bei Verkauf von mindestens 3 Anzeigenplätzen.
Buchbar nur saisonweise.

Termine:	Heft	Erscheinungstermin	Anzeigenschluss	Druckunterlagenschluss
	1	10. August 2010	03. Juni 2010	30. Juni 2010
	2	06. Oktober 2010	28. Juni 2010	13. September 2010
	3	24. November 2010	06. Oktober 2010	01. November 2010
	4	19. Januar 2011	24. November 2010	27. Dezember 2010
	5	06. April 2011	16. Februar 2011	14. März 2011
	6	08. Juni 2011	20. April 2011	16. Mai 2011

Monatliche Programmvorschau (Leporello)

Erscheinungsweise: 11 x in der Saison 2010/2011
Auflage: jeweils 55.000 Exemplare
Distribution: Auslage in der Oper, umfangreicher Verteiler in Hamburg und Umland; Hotels, Restaurants, öffentliche Institutionen, Versand an Journalisten, Versand an Privatadressen von Opern-Kunden.

Anzeigenformate:

Redaktion. Seite + U4: 1/1 Seite hoch: 89 mm breit x 200 mm hoch
Kalenderseite: 1/1 Seite quer: 200 mm breit x 89 mm hoch
1/2 Seite quer: 95 mm breit x 89 mm hoch

Anzeigenpreise:

U4: € 930,-
1/1 Seite, 4-farbig: € 750,-
1/2 Seite, 4-farbig: € 460,-

Rabatte: Bei Spielzeitbelegung (11 Ausgaben) erhalten Sie 10% Rabatt!

Termine:	Monat	Erscheinungstermin	Druckunterlagenschluss
	September 2010	10. August 2010	28. Juni 2010
	Oktober 2010	03. September 2010	16. August 2010
	November 2010	01. Oktober 2010	15. September 2010
	Dezember 2010	29. Oktober 2010	13. Oktober 2010
	Januar 2011	03. Dezember 2010	17. November 2010
	Februar 2011	30. Dezember 2010	08. Dezember 2010
	März 2011	28. Januar 2011	12. Januar 2011
	April 2011	04. März 2011	16. Februar 2011
	Mai 2011	01. April 2011	16. März 2011
	Juni 2011	29. April 2011	13. April 2011
	Juli 2011	27. Mai 2011	11. Mai 2011

Programmhefte Oper und Ballett

Erscheinungsweise:	jeweils zu den Premieren im großen Haus, sowie Nachdrucke für Repertoirestücke/Neueinstudierungen. Laufzeit bis zu zwei Jahren.
Auflage:	ca. 100.000 Exemplare pro Saison
Distribution:	Verkauf an der Tageskasse sowie bei den entsprechenden Vorstellungen in den Foyers.
Heftformat	Programmhefte Oper: 160 mm breit x 245 mm hoch Programmhefte Ballett: 195 mm breit x 240 mm hoch

Detaillierte Informationen zu den Formaten erhalten Sie mit der Auftragsbestätigung, da die Programmhefte der Repertoirestücke z.T. abweichende Formate haben.

Anzeigenpreise: Es ist nur eine Komplett-Belegung aller Programmhefte möglich!
Ein Motiv-Wechsel ist mit angemessenem Vorlauf möglich.

U4, 4-farbig:	€ 27.000,-
U3, 4-farbig:	€ 18.000,-
U2, 4-farbig:	auf Anfrage
Innenseite:	auf Anfrage

Informationen zu den Erscheinungsterminen und Druckunterlagenschlüssen auf Anfrage!

Ballett-Jahrbuch

Erscheinungsweise:	Das Ballett-Jahrbuch erscheint zu Beginn der 2-wöchigen Ballett-Tage am 26. Juni 2011
Auflage/Heftformat:	ca. 3.000 Exemplare pro Saison, 210 mm breit x 265 mm hoch
Anzeigenpreise:	U4, 4-farbig € 3.500,- U3, 4-farbig € 2.800,-
Buchungsschluss:	Mitte Mai 2011

Anzeigen auf der Rückseite der Eintrittskarten 2010/2011

Laufzeit:	Juli 2010 – Juli 2011
Drucktermin:	Mai 2010
Auflage:	425.000
Format:	145 mm breit x 80 mm hoch
Technische Daten:	Druck auf speziellem Thermo-Papier. Die Gestaltung der Anzeige muss den besonderen technischen Anforderungen dieses Papiers angepasst werden. Eine Überprüfung der technischen Realisierbarkeit des Anzeigenmotivs ist vor Druckbeginn dringend erforderlich!
Farbigkeit:	2-farbig, 4-farbig (Europaskala) auf Anfrage
Druckunterlagenschluss:	Anfang Mai 2010
Preis:	€ 15.500,-

Infos zur Datenanlieferung

Bevorzugtes Format: hochaufgelöstes Pdf/X-3-Standard

sonstige Formate: Programme und Dateiformate für **Apple Macintosh**

aktuelle Programmversionen: QuarkXPress/InDesign/FreeHand/Illustrator/PhotoShop

Wichtig: Zur Layout- und Eingangskontrolle der Anzeigen schicken Sie unbedingt parallel ein Proof oder ein Korrektur-Fax an beide unten angegebenen Faxnummern. Sollte diese Kontrollmöglichkeit nicht vorliegen, kann die einwandfreie Veröffentlichung nicht zugesichert werden.

Bei Lieferung fehlerhafter Daten besteht kein Reklamationsanspruch.

Für detaillierte Informationen fordern Sie bitte das »Info-Blatt zur Datenübermittlung« an.

Übermittlung von digitalen Anzeigendaten an:

Repro Studio Kroke GmbH

Holsteinischer Kamp 12

22081 Hamburg

e-mail info@reprostudiokroke.de

Telefon (040) 20 94 46 0

Fax (040) 20 94 46 29 (Kroke)

Fax (040) 45 06 98 04 (Sievert)

Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB)

Die vorliegenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen (nachfolgend „AGB“) regeln das Verhältnis zwischen dem Verlag und dem Auftraggeber bei der Erteilung und Abwicklung von Anzeigenaufträgen, soweit nicht ausdrücklich etwas anderes vereinbart ist. Allgemeine Vertrags- oder Geschäftsbedingungen des Auftraggebers werden hiermit ausgeschlossen; dies gilt auch dann, wenn den Bedingungen des Auftraggebers nicht ausdrücklich widersprochen wird oder der Verlag seine Leistungen widerspruchlos erbringt.

1. Definitionen

„Agentur“ meint Agenturen, die mit der Schaltung von Werbung in eigenem oder fremdem Namen befasst sind. Dies umfasst nicht reine Beratungs- oder Planungsgagenturen.

„Anzeigen“ umfasst Anzeigen und sonstige Werbemittel.

„Anzeigenauftrag“ oder „Abschluss“ ist der Vertrag zwischen Verlag und Auftraggeber über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden in einer vom Verlag vermarkteten Zeitung oder Zeitschrift zum Zweck der Verbreitung. Auch ein Vertrag über die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen, bei denen die jeweiligen Veröffentlichungen auf Abruf des Auftraggebers erfolgen, ist ein Abschluss. Der Anzeigenauftrag kommt zustande durch die Buchung der Anzeige durch den Auftraggeber (Angebot) und Bestätigung der Buchung durch den Verlag in Textform oder durch Abdruck der Anzeige (Annahme). Jeder Anzeigenauftrag bezieht sich auf einen vom Auftraggeber konkret mit Name oder Firma bezeichneten Werbungtreibenden; der Austausch des Werbungtreibenden durch den Auftraggeber nach Anzeigenbuchung bedarf der Zustimmung des Verlages in Textform.

„Auftraggeber“ ist der Vertragspartner des Verlages. Dies kann entweder der Werbungtreibende selbst oder dessen Agentur sein. Wird ein Werbungtreibender durch eine Agentur vertreten, so ist spätestens bei der Anzeigenbuchung in Textform ausdrücklich darauf hinzuweisen, dass die Buchung im Namen und für Rechnung des Werbungtreibenden erfolgen soll. Unterbleibt ein derartiger rechtzeitiger Hinweis, gilt der Vertrag als mit Wirkung für und gegen die Agentur abgeschlossen. Der Verlag ist berechtigt, von der Agentur einen Mandatsnachweis zu verlangen.

„Verlag“ ist die Hamburgische Staatsoper GmbH, Große Theaterstrasse 25, 20354 Hamburg.

„Werbungtreibender“ ist die juristische oder natürliche Person, die oder deren Produkte oder Dienstleistungen die Anzeige bewirbt. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln. Wechselt der Werbungtreibende während des Abwicklungszeitraums eines Abschlusses die Agentur, so geht der Verlag davon aus, dass die ehemalige Agentur, soweit sie Auftraggeber ist, der neuen Agentur das Vertragsverhältnis mit allen Rechten und Pflichten aus dem Abschluss überträgt.

Werden einzelne oder mehrere Abrufe eines Abschlusses aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Rabatt dem Verlag zu erstatten.

Aufträge für Anzeigen, die nur in bestimmten Heftnummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Drucksrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist.

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

Anzeigenaufträge sind für den Verlag bis zur Vorlage des Masters durch den Auftraggeber und seiner Billigung durch den Verlag kündbar. Der Verlag behält sich zudem vor, Anzeigen – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder

• deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder diese Werbung anderer Personen als des Werbungtreibenden („Dritter“) oder für Dritte enthalten.

Die Vertragskündigung nach Satz 1 oder die Ablehnung einer Anzeige nach Satz 2 wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt. Für die rechtzeitige Lieferung und die einwandfreie Beschaffenheit geeigneter Druckunterlagen oder anderer Werbemittel ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Bei der Anlieferung von digitalen Druckunterlagen ist der Auftraggeber verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder den technischen Vorgaben des Verlages entsprechende Vorlagen für Anzeigen rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern. Kosten des Verlages für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen. Vereinbart ist die für den belegten Titel nach Maßgabe der Angaben in der Preisliste sowie in der Auftragsbestätigung übliche Beschaffenheit der Anzeigen oder anderen Werbemittel im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.

Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung der Druckunterlagen endet drei Monate nach der erstmaligen Verbreitung der Anzeige.

Entspricht die Veröffentlichung der Anzeige nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit, so hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Der Verlag hat das Recht, eine Ersatzanzeige 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 Auftraggebers steht, oder

• diese für den Verlag nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich wäre.

Lässt der Verlag eine ihm für die Ersatzanzeige oder die Veröffentlichung des anderen Werbemittels gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht mangelfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Anzeigenauftrages. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige ist die Rückgängigmachung des Anzeigenauftrages ausgeschlossen. Reklamationen bei nicht offensichtlichen Mängeln müssen binnen eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn geltend gemacht werden.

Der Verlag haftet für sämtliche Schäden, gleich ob aus vertraglicher Pflichtverletzung oder aus unerlaubter Handlung nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen: Bei grober Fahrlässigkeit beschränkt sich die Haftung im kaufmännischen Verkehr auf den Ersatz des typischen vorhersehbaren Schadens; diese Beschränkung gilt nicht, soweit der Schaden durch leitende Angestellte des Verlages

verursacht wurde. Bei einfacher Fahrlässigkeit haftet der Verlag nur, wenn eine wesentliche Vertragspflicht verletzt, eine Garantie übernommen oder arglistig getäuscht wurde. In solchen Fällen ist die Haftung auf den typischen vorhersehbaren Schaden beschränkt. Im Falle einer Haftung nur für den typischen vorhersehbaren Schaden besteht keine Haftung für mittelbare Schäden, Mangellogoschäden oder entgangenen Gewinn. Bei Ansprüchen nach dem Produkthaftungsgesetz sowie bei einer Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit haftet der Verlag nach den gesetzlichen Vorschriften. Alle gegen den Verlag gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf vorsätzlichem Verhalten beruhen.

11. Geringe Farb- und Tonwertabweichungen sind durch das Druckverfahren bedingt. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zugesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm bis zum Anzeigenschluss oder innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzugs gesetzten Frist mitgeteilt werden.

12. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigender Mangel, wenn sie bei einer Auflage von

• bis zu 50.000 Exemplaren mindestens 20 v. H.

• bis zu 100.000 Exemplaren mindestens 15 v. H.

• bis zu 500.000 Exemplaren mindestens 10 vH.

betragt. Preisminderungsansprüche sind ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.

13. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall in Textform eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Rabatte für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt. Der Verlag behält sich vor, aus begründetem Anlass, wie z.B. Neuaufnahme der Geschäftsbeziehung, Vorauszahlung zum Anzeigenschluss zu verlangen. Mit Zustandekommen des Anzeigenauftrages tritt die auftraggebende Agentur ihren dienstbezüglichen Zahlungsanspruch gegen den Werbetreibenden sicherungshalber an den Verlag ab, der diese Abtretung annimmt. Der Verlag ist berechtigt, diese Sicherungsabtretung gegenüber dem Werbetreibenden offenzulegen, wenn die auftraggebende Agentur sich mit der Begleichung der Rechnung des Verlages mindestens dreißig Tage in Verzug bezieht.

14. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden bankübliche Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages zum Anzeigenschlusstermin und von dem Ausgleich offenkundiger Rechnungsbeträge abhängig zu machen. Der Auftraggeber ist zur Aufrechnung gegen Ansprüche des Verlages nur mit unstrittigen oder rechtskräftig festgestellten Ansprüchen berechtigt.

15. Der Verlag liefert auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenauschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

16. Im Verhältnis zwischen Verlag und Auftraggeber gilt die jeweils vom Verlag veröffentlichte aktuelle Preisliste. Der Verlag ist berechtigt, die AGB und die Preise jederzeit mit Wirkung für die Zukunft zu ändern. AGB- und Preisänderungen für erteilte Anzeigenaufträge sind wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens einen Monat vor Veröffentlichung der Anzeige angekündigt werden; in diesem Falle steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Zugang der Änderungsmitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden. Bei Sonderrabatten (z.B. Gegengeschäfte etc.) werden zusätzlich anfallende Kosten (z.B. Postgebühren) gesondert ausgewiesen und nicht rabattiert und provisioniert.

17. Rabatte werden, mit Ausnahme der nachfolgenden Regelungen, nicht gewährt für Werbungtreibende, die für andere Werbungtreibende ebenfalls Anzeigenaufträge erteilen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen. Der Verlag behält sich vor, einer auftraggebenden Agentur auch solche Rabatte oder Nachlässe einzuräumen, die unabhängig von dem einzelnen Anzeigenauftrag bzw. Werbungtreibenden sind. Soweit nicht ausdrücklich anders ausgewiesen, beziehen sich die Rabattstaffeln in den Preislisten auf die Schaltungen für einen Werbungtreibenden je Insertionsjahr.

18. Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung der Anzeige erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen sowie der zugelierten Werbemittel. Er stellt den Verlag im Rahmen des Anzeigenauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen oder der Rechte Dritter entstehen können. Ferner wird der Verlag von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Verlag nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen. Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Print- und Onlineformen aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, und zwar im Rahmen der Vertragserfüllung auf Dritte übertragen und zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen.

19. Der Auftraggeber gestattet dem Verlag, seine Anzeigen online auf dem Webistes des Verlages und ggf. als Bestandteil einer e-paper-Ausgabe öffentlich zugänglich zu machen sowie offline (z.B. auf DVD) zu vervielfältigen und zu verbreiten.

20. Der Auftraggeber bedarf zur vollständigen oder teilweisen Übertragung seiner Rechte und Pflichten aus dem Anzeigenauftrag der vorherigen schriftlichen Zustimmung des Verlages. Der Verlag ist berechtigt, sich zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten aus dem Anzeigenauftrag Dritter zu bedienen.

21. Der Verlag behält sich vor, aus aktuellem Anlass Erscheinungstermine zu verschieben. Dem Auftraggeber erwachsen daraus keinerlei Ansprüche gegenüber dem Verlag.

22. Es findet ausschließlich deutsches Recht Anwendung. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist der Sitz des Verlages.

Anzeigenvertretung

Antje Sievert
Parkallee 25
20144 Hamburg

Tel: 040-45 06 98 03

Fax: 040-45 06 98 04

Mail: antje.sievert@kultur-anzeigen.com