

NR 8
gültig ab
08 | 2017



HOCHZEIT *News*

MEDIADATEN | 2018

ALLGEMEINE & TECHNISCHE ANGABEN

VERLAG

Terra-Verlag GmbH
Neuhauser Straße 21
D-78464 Konstanz
Telefon: +49 / (0) 75 31 / 81 22 0
Fax: +49 / (0) 75 31 / 81 22 99

ANSPRECHPARTNER

Redaktion
Marina Litterscheidt
Telefon: +49 / (0) 75 31 / 81 22 31
litterscheidt@hochzeit-magazin.net

Anzeigen

Michaela Groß
Telefon: +49 / (0) 75 31 / 81 22 36
gross@hochzeit-magazin.net

ERSCHEINUNGSWEISE

6x jährlich/zweimonatlich

VERBEITUNGSGEBIET

Deutschland, Österreich, Schweiz

FORMAT

DIN A4 (210 mm breit x
297 mm hoch) plus 3 mm Beschnitt

SATZSPIEGEL

180 mm breit x 234 mm hoch

DRUCKVERFAHREN

Offsetdruck

PLATZIERUNGSVORSCHRIFT

Für Aufnahme an bestimmten Plätzen
innerhalb einer Ausgabe keine Gewähr.

DRUCKUNTERLAGEN

Satzherstellung sowie Montage
werden weiterberechnet

VERBREITETE EXEMPLARE

ca 2'200 Exemplare*

ZAHLUNGSBEDINGUNGEN

Zahlungen innerhalb von 30 Tagen
nach Rechnungsdatum rein netto.

Umsatzsteuer-Identifikationsnummer:
USt-Ident-Nr. DE 142305607

TERMINE

Ausgabe Nr. 1/2018

Redaktions- & Anzeigenschluss 05.10.2017
Erscheinungsdatum 05.12.2017

Ausgabe Nr. 2/2018

Redaktions- & Anzeigenschluss 25.01.2018
Erscheinungsdatum 06.03.2018

Ausgabe Nr. 3/2018

Redaktions- & Anzeigenschluss 08.03.2018
Erscheinungsdatum 17.04.2018

Ausgabe Nr. 4/2018

Redaktions- & Anzeigenschluss 12.04.2018
Erscheinungsdatum 12.06.2018

Ausgabe Nr. 5/2018

Redaktions- & Anzeigenschluss 21.06.2018
Erscheinungsdatum 07.08.2018

Ausgabe Nr. 6/2018

Redaktions- & Anzeigenschluss 23.08.2018
Erscheinungsdatum 04.10.2018

* Verlagsplanung (Stand: 1. August 2017) für die verbreiteten Print-Exemplare (Aboexemplare, Werbeexemplare, Verbreitung über Dienstleister und Messen, etc.) ohne Garantie
Alle Preise in Euro zuzüglich der jeweils gültigen gesetzlichen Mehrwertsteuer.

KONZEPT, ANZEIGEN-FORMATE & PREISE

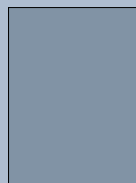
HOCHZEIT*News* ist das aktuelle Insider-Medium für den Brautmoden-Fachhandel. Mit praxisnahen Informationen für den eiligen Leser rund um die Brautmode, mit Trends und Branchennews, mit Tipps für Abverkauf und Warenpräsentation.

Nutzen Sie die Vorteile, die Ihnen **HOCHZEIT***News* bietet. Setzen Sie für Ihre erfolgreiche Kommunikation mit den Entscheidern im Brautmoden-Handel auf ein Medium, das Ihre Werbebotschaft zielgenau und lückenlos an alle relevanten Marktteilnehmer in Deutschland, Österreich und in der Schweiz transportiert.

Eine Zeitschrift der Terra-Verlag GmbH
Neuhauser Str. 21, 78464 Konstanz/Deutschland
Telefon: +49 / (0) 75 31 / 81 22 36
www.hochzeit-magazin.net

BEILAGEN

bis 10 g, 2 Seiten (1 Blatt): 1'024,-



1/1 SEITE
210 x 297 mm*
s/w 760,-
4c 920,-



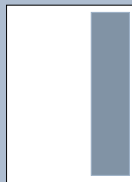
1/2 SEITE quer
180 x 119 mm
s/w 405,-
4c 485,-



1/2 SEITE hoch
83 x 238 mm
s/w 405,-
4c 485,-



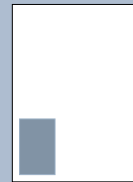
1/3 SEITE quer
180 x 78 mm
s/w 283,-
4c 322,-



1/3 SEITE hoch
56 x 238 mm
s/w 283,-
4c 322,-



1/4 SEITE quer
180 x 55 mm
s/w 215,-
4c 242,-



1/6 SEITE hoch
56 x 116 mm
s/w 141,-
4c 160,-

CHIFFRE
45,-

* Angeschchnittenes Anzeigenformat zzgl. 3 mm Beschnitt an den Seiten bzw. am Bund bzw. an den Außenseiten.
Alle Preise in Euro zuzüglich der jeweils gültigen gesetzlichen Mehrwertsteuer.
Sonderformate und PR-Veröffentlichungen auf Anfrage.

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

1// Definitionen

„AGB“ meint die nachfolgenden Geschäftsbedingungen der Terra Verlag GmbH für deren Publikatio-nen.

„Agentur“ meint Agenturen, die mit der Auftragserteilung in eigenen oder fremden Namen befasst sind.

„Agenturkunde“ meint ein Auftraggeber, für den eine von ihm beauftragte Agentur als Auftraggeber:in in eigenem Namen und auf eigene Rechnung Leistungen beim Verlag bucht. In Bezug auf die Buchung besteht ein 2-stufiges Vertragsverhältnis: auf der 1. Stufe zwischen dem Verlag und der Agen-tur; auf der 2. Stufe zwischen der Agentur und dem Agenturkunden.

„Auftraggeber“ meint den Vertragspartner der Terra Verlag GmbH (Agentur oder Direktkunde des Verlages).

„Direktkunde“ meint einen Auftraggeber, mit dem ein direktes Auftragsverhältnis mit dem Verlag besteht. Das gilt auch dann, wenn eine Agentur als Stellvertre-terin eingeschaltet hat, die den Auf-trag in seinem Namen abschließt (§ 104 BGB). „Publikation“ meint eine vom Verlag vermarktete Print- oder Digital-Publikation. „Verlag“ meint die Terra Verlag GmbH, Neuhäuserstraße 21, 78464 Konstanz; Sitz der Gesellschaft: Konstanz; Amtsgericht Freiburg i. Br., HRB Nr. 38 10 53; Geschäftsführer: Dr. Dirk Heizmann

2// Geltungsbereich

2.1 Diese AGB gelten für Anzeigenaufträge, Beilagenaufträge, Aufträge bezüglich sonstiger Werbe-mittel sowie für Folgeaufträge hierzu (nachfolgend insgesamt als „Anzeigen“ bezeichnet). Zusätzlich zu diesen AGB gelten die zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses aktuellen Preislisten bzw. die aktuellen Preisangaben des Verlages zu den einzelnen Zeitschriften als wesentlicher Vertragsbestandteil. Entge-genstehende oder abweichende Bedingungen des Auftraggebers erkennt der Verlag nicht an, es sei denn, er hat diesen Bedingungen ausdrücklich in Textform zugestimmt. Diese AGB gelten auch dann, wenn der Verlag in Kenntnis entgegen-stehender oder von diesen AGB abweichenden Bedingungen des Auftraggebers die Leistung vorbehaltlos ausführt.

2.2 Anzeigenauftrag im Sinne dieser AGB ist der Vertrag zwischen dem Verlag und dem Auftraggeber über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel in einem Print-medium oder einheitlich in Print- und Online-Medien zum Zweck der Verbreitung.

3// Vertragsschluss

3.1 Die Aufträge für Anzeigen können telefonisch, schriftlich, per E-Mail oder per Telefax aufgegeben werden. Der Vertrag kommt mit der Annahme des Anzeigenauftrags durch den Verlag zustande. Die Annahme kann durch Auftragsbestätigung oder Rücksendung bestätigt erfolgen.

3.2 Jeder Anzeigenauftrag bezieht sich auf einen vom Auftraggeber konkret mit Name oder Firma bezeichnenden Werbungtreibenden. Der Austausch des Werbungtreibenden durch den Auftraggeber nach Anzeigenbuchung bedarf der Zustimmung des Verlages in Textform.

3.3 Änderungen der Vertragsdaten (z. B. Firmierung, Anschrift) müssen dem Verlag schnellstmöglich angezeigt werden. Nach Rechnungsstellung fallen für Änderungen (etwa der Firmierung etc.) zusätzli-che Bearbeitungskosten an. Ein Auftrag, der ohne Vorlage des Anzeigentextes oder eines Beilagen-musters er-teilt wurde, gilt unter dem Vorbehalt als zustandekommen, dass der Verlag gegen den Text oder die Form der Werbung keine Einwendungen erhebt.

3.4 Kommt der Vertrag mit einer Agentur zu Stande, tritt die Agentur mit Zu-standekommen des Auftrages ihren diesbezüglichen Zahlungsanspruch gegen die Agenturkunden sicherungshalber an den Verlag ab, der diese Abtretung annimmt. Der Verlag ist berechtigt, diese Sicherungsabtretung gegenüber dem Agenturkunden offen zu legen, wenn die auftraggebende Agentur sich mit der Begleichung der Rechnung des Verlages mindestens 30 Tage in Verzug befindet.

4// Ablehnung von Aufträgen

4.1 Bei einem Abschluss über mehrere Veröffentlichungen, zu denen die Texte nachträglich abgereicht werden, kann der Verlag die Durchführung eines einzel-nen Auftrags wegen Bedenken gegen den Text oder die Form oder wegen Unvereinbarkeit mit anderer Werbung ablehnen bzw. zeitlich verschieben, ohne dass hierdurch der Gesamtabschluss berührt wird.

4.2 Der Verlag behält sich generell vor, Aufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschluss-ses – wegen ihres Inhalts, der Herkunft oder der tech-

nischen Form nach sachgemäßem Ermessen abzulehnen (bzw. bis zu einer Korrektur zurückzustellen), insbesondere wenn der Inhalt gegen Gesetz oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung aus anderen Gründen für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Ver-tertern aufgegeben werden. Die Ablehnung eines Auftrags wird dem Auftrag-geber unverzüglich mitgeteilt.

4.3 Der Auftraggeber hat keinen Anspruch darauf, dass der Verlag Aufträge Drit-ter mit vergleichba-rem Inhalt ablehnt.

5// Widerrufsrecht für Verbraucher

Die Widerrufsbekanntmachung für Verbraucher wird diesen in einem separaten Doku-ment vom Verlag zur Verfügung gestellt.

6// Gestaltung der Anzeige

6.1 Inhalt der Auftrag keine Vorgaben über die Höhe, Breite und Farbigkeit einer Anzeige, so wird entsprechend dem mutmaßlichen Willen des Auftraggebers verfahren. In diesem Falle wird der Preisbereich die tatsächliche Abdruckgröße zugrunde gelegt. Die jeweiligen Anzeigenminderstgrößen sind den Preis-anangaben der betreffenden Publikation (Zeitschriften) zu entnehmen. Seitenan-teilige Formate können nicht miteinander verbunden und abgerechnet werden.

6.2 Der Verlag ist berechtigt, bei Anzeigen, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als Anzeigen erkenn-bar sind, entsprechend den gesetzlichen Vorgaben (in der Regel mit dem Wort „Anzeige“) als solche kenntlich zu machen.

7// Realisierungszeitraum

7.1 Aufträge werden, sobald die Druckunterlagen oder Prospekte verfügbar sind, für das nächst er-reichbare Heft realisiert. Der Verlag kann die Ausfüh-rung des Auftrags bis zur vollständigen Bezahlung der Vergütung zurückstellen. Anspruch auf Veröffentlichung oder Beilage in bestimmten Heften oder an be-stimmten Plätzen besteht nur bei ausdrücklicher Vereinbarung.

7.2 Der Verlag behält sich vor, aus aktuellem Anlass Erscheinungstermine zu verschieben. Der Verlag behält sich weiterhin vor, die Publikation vor dem ersten Verkaufstag auszuliefern. Dem Auftragge-ber wachsen daraus keinerlei Ansprü-che gegenüber dem Verlag.

8// Zulieferung von Druckunterlagen und Werbemitteln

8.1 Der Auftraggeber ist verantwortlich für die rechtzeitige Lieferung fehlerfreier Druckunterlagen und Werbemittel.

8.2 Vorgaben für Anzeigen können nur maschinell geschrieben oder elektro-nisch übermittelt oder in Druck-schrift ankommen werden. Der Verlag haftet nicht für Übermittlungfehler, insbesondere bei telefonisch durchgegebenen oder handschriftlichen zusätzlichen Anweisungen.

8.3 Bei digital angelegten Druckunterlagen gewährleistet der Verlag die druck-technisch einwandfreie Erfüllung des Auftrags nur, wenn vonseiten des Auftrag-gebers alle technischen Voraussetzungen hierfür erfüllt sind. Bei Anlieferung von unvollständigen oder fehlerhaften Druckdaten oder von Druckdaten, die von den vom Kunden zugelieferten Vorlagen abweichen, übernimmt der Ver-lag keine Haftung für das Druckergebnis. Die Anlieferung offener Daten erfolgt zum eigenen Risiko des Auftraggebers. Anzeigen, die Sonder- oder RGB-Farben enthalten, werden in CMYK umgesetzt. Für eventuell dadurch bedingte Farb-abweichungen kann der Verlag keine Gewähr übernehmen. Bei Zusendung von Druckdaten ohne Farbandruck/Proof haftet der Verlag nicht für Farbabweichungen im Druck. Geringe Tonwertabweichungen liegen im Toleranzbereich des Offsetdruckverfahrens. Der Verlag gewährleistet die übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.

9// Änderungen von Druckunterlagen

Kosten des Verlags für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Än-derungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen. Eine überdurch-schnittlich aufwendige Bearbeitung von Druckunterlagen und überdurchschnitt-lich umfangreiche Satzarbeiten werden dem Auftraggeber gesondert, zum Selbstkostenpreis in Rechnung gestellt. Der Anzeigentext ist vom Auftraggeber vor Zulieferung an den Verlag auf Rechtschreibung und Satzzeichen zu prüfen, da eine Nachkorrektur vonseiten des Verlags nicht erfolgt. Korrekturabzüge werden dem Auftraggeber vom Verlag nicht zur Verfügung gestellt. Etwas anderes gilt nur, wenn die Übermittlung von Korrekturabzügen ausdrücklich zwischen dem Verlag und dem Auftraggeber vereinbart wurde. Sendet der Auftraggeber den

ihm übermittelten Korrekturabzug nicht innerhalb der ihm vom Verlag hierzu mitgeteilten Frist zurück, so gilt der Korrekturabzug als zum Druck genehmigt. Die Kosten für erhebliche Korrekturen werden vom Verlag gesondert in Rechnung gestellt.

10// Aufbewahrung von Druckunterlagen

Die Pflicht des Verlags zur Aufbewahrung von Druckunterlagen erlischt 3 Mona-te nach der letzten Veröffentlichung.

11// Chiffreanzeigen

Bei Chiffreanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Zuschriften die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Ein-schreibebriefe und Eilbriefe auf Chiffreanzeigen werden nur auf dem normalen Postdienst weitergeleitet. Die Eingänge auf Chiffreanzeigen werden 4 Wochen aufbewahrt. Zuschriften die innert dieser Frist nicht abgeholt werden, werden vernichtet. Der Verlag behält sich im Interesse und zum Schutz des Auftrag-gebers das Recht vor, die eingehenden Angebote zur Ausschaltung von Miß-bräuch des Chiffredienstes zu Prüfzwecken zu öffnen. Die Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsange-boten ist der Verlag nicht verpflichtet.

12// Veröffentlichung in Online-Medien

Der Auftraggeber gestattet dem Verlag, die Anzeigen als Bestandteil der digita-len Ausgabe der Publikation und/oder als Bestandteil der Internet-Präsenz der Publikation öffentlich zugänglich zu machen. Ein Anspruch auf Veröffentlichung in der digitalen Ausgabe und/oder als Bestandteil der Internet-Präsenz der Pu-blikation besteht nur, wenn der Auftraggeber die Veröffentlichung ausdrücklich gebührt hat.

13// Belegexemplare

Der Verlag liefert auf Wunsch, für vom Auftraggeber zusammen mit der Auf-tragserteilung dem Verlag mitzuleisten ist, einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrags werden Anzeigenauschnitte, Belegexemplare oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft wer-den, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung der Anzeige.

14// Preise, Rabatte, Rechnungen, Zahlung

14.1 Im Verhältnis zwischen Verlag und Auftraggeber gilt die aktuelle Preisliste. Der Verlag kann in Einzelvereinbarungen mit dem Auftraggeber von den AGB und den Preislisten abweichen, insbesondere Vereinbarung über den Kauf von Anzeigepaketen schließen. Ein Anspruch auf Abschluss einer solchen Verein-barung besteht nicht.

14.2 Soweit nicht ausdrücklich anderes ausgewiesen ist, beziehen sich die Rabattstaffeln in den Preislisten auf die Schaltung für einen Werbungtreibenden je Inserationsjahr. Rabatte werden, mit Ausnahme der nachfolgenden Regelungen, nicht gewährt für Werbungtreibende, die für andere Werbungtreibende Anzei-genaufträge erteilen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen. Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung (so ge-nannter Konzernrabatt) beansprucht, ist der schriftliche Nachweis der Konzern-zugehörigkeit erforderlich. Konzernverbundene Unternehmen im Sinne dieser Vorschrift sind Unternehmen, zwischen denen eine kapitalmäßige Beteiligung von mindestens 30 % besteht. Der Nachweis über die Konzernzugehörigkeit ist spätestens bis zum Ende des Inserationsjahrs vorzulegen. Ein späterer Nach-weis kann nicht rückwirkend anerkannt werden. Konzernrabatte bedürfen in jedem Fall der ausdrücklichen Bestätigung in Textform durch den Verlag. Konzernrabatte werden nur für die Dauer der Konzernzugehörigkeit gewährt. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist dem Verlag unver-züglich anzuzeigen. 14.3 Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen Frist fällig, sofern nicht im einzelnen Fall in Textform eine andere Zahlungsfrist oder Voraus-zahlung vereinbart ist. Etwas Rabatte für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt. Der Verlag behält sich vor, aus begründetem Anlass, wie z.B. Neuaufnahme der Geschäftsbeziehung, Vorauszahlung zu verlangen.

14.4 Bei Zahlungsverzug 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 Leistungen Vorauszahlungen verlangen.

15/ Stornierung für Unternehmer (und Verbraucher nach Ablauf der Widerrufsfrist)

Für den Unternehmer (und für Verbraucher auch nach Ablauf der Widerrufsfrist und -möglichkeit, ohne dass diese Verbraucherrechte durch die nachfolgende Regelung beeinträchtigt werden), gilt:

Anzeigenaufträge – ausgenommen Jahresfestbuchungen – können bis zum Anzeigenschlusstermin storniert werden. Die Stornierung muss schriftlich oder in Textform (per Post, Fax oder E-Mail) erfolgen. Ist die Anzeige bereits in Druck gegeben, hat der Auftraggeber die Anzeige zu bezahlen. Ansonsten kann der Verlag die Erstattung der bis zur Stornierung angefallenen Kosten nach den gesetzlichen Vorschriften verlangen.

16/ Zugelieferte Inhalte

16.1 Der Kunde stellt sicher, dass die von ihm zugelieferten und zur Veröffentlichung bestimmten Inhalte, insbesondere Texte, Grafiken oder Bilder, nicht im Widerspruch zu geltenden Rechtsvorschriften stehen und keine Rechte Dritter, insbesondere Urheberrechte oder sonstige Schutzrechte verletzen.

16.2 Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Anzeige in Print-Medien und digitalen Medien erforderlicher urheberrechtlicher Nutzung-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte. Dazu gehört insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentlicher Zugänglichmachung, Speicherung in und Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar im Rahmen der Vertragserfüllung auf Dritte übertragbar und zeitlich, örtlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrages notwendigen Umfang.

17/ Zulieferung von Beilagen

Die Beilagen maschinell in die Print-Publikation eingelegt werden, übernimmt der Verlag nur dann die Gewähr für das ordnungsgemäße Einlegen, wenn die vom Auftraggeber beizuliefernden Beilagen sachgemäß verpackt, unbeschädigt und genau gefalzt angelegt werden. Bei der Annahme von angelegelten Beilagen kann die Stückzahl vom Verlag nicht kontrolliert werden, die Unterzeichnung auf dem Lieferschein bedeutet deshalb keine Bestätigung der Stückzahl. Unvollständige oder unrichtige Angaben auf Fremdlieferscheinen können zu einer fehlerhaften Beilagenverbreitung führen, für die der Verlag dann nicht haftet. Eine bestimmte Platzierung im Heft kann nicht zugesagt werden.

Wünscht der Auftraggeber eine bestimmte Platzierung von Beilagen in einer Print-Ausgabe einer Publikation, sind die Beilagen maschinell in die Print-Ausgabe einsortiert; diese Dienstleistung erbringt der Verlag nur nach ausdrücklicher Vereinbarung mit dem Auftraggeber gegen Vergütung. Auch bei einer sorgfältigen manuellen Einsortierung der Beilagen kann es in Einzelfällen zu Fehlsortierungen kommen, für die der Verlag keine Gewährleistung schuldet.

18/ Gewährleistung

18.1 Print-Publikation

18.1.1 Für die Lieferung einwandfreier Druckvorlagen für Anzeigen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Der Verlag ist nicht verpflichtet, die zur Verfügung gestellten Anzeigen bzw. sonstigen Werbemittel auf deren Richtigkeit, Aktualität, Vollständigkeit, Seriosität, Qualität und/oder Freiheit von Fehlen zu überprüfen und übernimmt dafür weder ausdrücklich noch konkludent Gewähr oder Haftung.

18.1.2 Sofern nicht ausdrücklich in den Mediadaten einer Publikation auf den IWV verwiesen wird, unterliegen die Publikationen nicht dem IWV-Kontrollsystem. 18.1.3 Die Bezeichnung „verbreitete Exemplare“ in den Mediadaten einer Publikation gibt die Zahl der Exemplare einschließlich Freistücke (Beleg- und Werbeexemplare) an, die nach der Planung (Prognose) des Verlages in Umlauf gebracht werden sollen. Die tatsächlich verbreiteten Exemplare können von den prognostizierten Zahlen abweichen. Bei den publizierten Auflagenzahlen in den Mediadaten handelt es sich dementsprechend nur dann um Garantieauflagen, wenn diese ausdrücklich als „Garantieauflagen“ bezeichnet sind.

18.1.4 Die Auflagenhöhe der Publikationen können Schwankungen unterliegen. Sofern in den Mediadaten nicht ausdrücklich eine Auflagenzahl als Garantieauflage bezeichnet ist, handelt es sich bei den Angaben zur Auflagenhöhe um Planzahlen (Prognosen) entweder für Ausgaben oder für einen Zeitraum, in dem auch mehrere Ausgaben verbreitet werden können, deren Erreichen vom Verlag nicht zugesichert wird und deren Nichterreichen den Auftraggeber nur dann zur Minderung berechtigt, wenn die tatsächlich verbreitete Exemplare (einschließlich Freistücke) 40% unter der in den Mediadaten publizierten Planzahl liegt.

Eine Auflagenminderung aus Gründen der Ziffer 19.2 bleibt unberücksichtigt. Zudem sind bei Abschlüssen Preiserminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von der Reduktion der Planzahlen so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.

18.1.5 Aus einer Auflagenminderung kann – vorbehaltlich der Ziffer 18.1.6 – nach Maßgabe des Satzes 2 bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preiserminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der 1. Anzeige beginnenden Inserationsjahres die Garantieauflage unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein Preiserminderung berechtigender Mangel, wenn und soweit sie

bei einer Garantieauflage bis zu 50.000 Exemplaren mindestens 20 v.H. bei einer Garantieauflage bis zu 100.000 Exemplaren mindestens 15 v.H. bei einer Garantieauflage bis zu 500.000 Exemplaren mindestens 10 v.H. bei einer Garantieauflage über 500.000 Exemplaren mindestens 5 v.H. beträgt. Eine Auflagenminderung aus Gründen der Ziffer 19.2 bleibt unberücksichtigt. Als Garantieauflage gilt die in der Preisliste einer Publikation des Verlages oder auf andere Weise ausdrücklich als solche bezeichnete „Garantieauflage“. Zudem sind bei Abschlüssen Preiserminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Abstinken der Garantieauflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.

18.1.6 (Sondervorschriften bei Auflagenminderungen für Titel, die heftbezogene Auflagedaten als „Garantieauflage“ veröffentlichten): Abweichend von Ziffer 18.1.5 berechtigt eine Auflagenminderung bei Titeln, die heftbezogene Auflagedaten als Garantieauflage veröffentlichten, nur dann zu einer Preiserminderung, wenn und soweit sie bei einer Auflage (Garantieauflage) von bis zu 500.000 Exemplaren 10 v.H. (Schwankungsbreite) und bei einer Auflage (Garantieauflage) von über 500.000 Exemplaren 5 v.H. (Schwankungsbreite) überschreitet.

Als Garantieauflage gilt die in der Preisliste einer Publikation des Verlages oder auf andere Weise ausdrücklich als solche bezeichnete „Garantieauflage“. Eine Auflagenminderung aus Gründen der Ziffer 19.2 bleibt unberücksichtigt. Voraussetzung für einen Anspruch auf Preiserminderung ist ein rabattfähiger Abschluss auf Basis der Mengentafel und für mindestens 3 Ausgaben.

18.1.7 Die mögliche Auflagenminderung nach den vorstehenden Regelungen (Ziffer 18.1.4 – 18.1.6) errechnet sich als Saldo der Auflagenüber- und Auflagenunterschreitungen der belegten Ausgaben innerhalb des Inserationsjahres. Ein Anspruch auf Rückvergütung ist innerhalb eines halben Jahres nach Ablauf des Inserationsjahres geltend zu machen. Die Höhe der Rückvergütung ergibt sich aus dem Umfang der saldierten Auflagenunterschreitung außerhalb der Schwankungsbreite.

Wurde dem Auftraggeber nicht nur ein Rabatt nach Listenpreis, sondern auf individualvertraglicher Grundlage ein weitergehender Rabatt seitens des Verlages gewährt, ist der Verlag berechtigt, vor Zahlung der Rückvergütung den durch die Gewährung des außerordentlichen Rabatts gegenüber den Listenpreisen ersparten Betrag von dem rückzuvergebenden Betrag abzuziehen.

Ein Anspruch auf Rückvergütung besteht nur, wenn die Rückvergütungssumme mindestens 2500 € beträgt.

18.1.8 Sofern nicht ausdrücklich in diesen AGB oder zwischen dem Verlag und dem Auftraggeber individuell-vertraglich Abweichendes vereinbart ist, haftet der Verlag für Mängel nach den hierfür geltenden gesetzlichen Bestimmungen. Mängelhaftungsansprüche verjähren innerhalb von 2 Jahren ab Lieferung, falls der Auftraggeber Verbraucher ist, ansonsten innerhalb von 12 Monaten ab Lieferung. Beanstandung offensichtlicher Mängel müssen dem Verlag innerhalb einer Woche nach Empfang des Belegs erklärt werden, sonstige Mängel innerhalb der geltenden Verjährungsfrist. Die Haftung für Mängel in Bezug auf die elektronische Lesbarkeit von abgedruckten QR-Codes ist – vorbehaltlich einer Haftung des Verlages nach Ziffer 19. – generell ausgeschlossen.

18.2 Online-Publikation

Hat der Auftraggeber eine Veröffentlichung der Anzeige in der digitalen Ausgabe und/oder als Bestandteil der Internet-Präsenz der Publikation des Verlages gebucht, gilt:

18.2.1 Die Online-Werbung wird in einer dem üblichen technischen Standard entsprechenden Weise veröffentlicht. Eine jederzeitige und vollständig fehlerfreie Wiedergabe kann der Verlag jedoch nicht dem derzeitigen Stand der Technik nicht sicherstellen. Ein vom Verlag zu vertretender Fehler in der Wiedergabe liegt

insbesondere dann nicht vor, wenn die Wiedergabe durch folgende, außerhalb des Verantwortungsbereichs des Verlages liegende Umstände beeinträchtigt wird: Verwendung einer nicht designierten Darstellungsoftware (z. B. Browser) oder Hardware des Users oder des Internetdienleisters, Störung der Kommunikationsnetze, Rechnerausfall auf Grund von Systemversagen oder Leistungsauflauf, unvollständige und/oder nicht aktualisierte Zwischenspeicherung auf Proxy-Servern oder im lokalen Cache oder durch einen Ausfall des vom Verlag genutzten Ad-Servers, der nicht länger als 24 Stunden (laufend oder addiert) innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der vertraglich vereinbarten Schaltung der Anzeige andauert.

18.2.2 Bei einem Ausfall des Ad-Servers über einen erheblichen Zeitraum (mehr als 10 % der gebuchten Zeit einer zeitgebundenen Festbuchung) wird der Verlag den Veröffentlichungszeitraum in Abstimmung mit dem Auftraggeber entsprechend der Ausfallzeit verlängern. Entspricht die Verlängerung nicht den Interessen des Auftraggebers, reduziert sich die vom Auftraggeber für die Online-Veröffentlichung zu leistende Vergütung anteilig entsprechend der Ausfallzeit. Weitere Ansprüche sind – unbeschadet der Ziffer 19. – ausgeschlossen.

18.2.3 Bei Mängeln, insbesondere bei ungenügender Wiedergabequalität des Werbemittels, hat der Auftraggeber Anspruch auf eine mängelfreie erneute Schaltung der Online-Werbung; dies gilt nicht, wenn die erneute Schaltung für den Verlag unzumutbar ist, insbesondere wenn sie einen unzumutbar hohen Aufwand verursachen würde. Nimmt der Verlag die erneute Schaltung nicht innerhalb einer ihm hierfür gestellten angemessenen Frist vor und hat die erneute Schaltung der Werbung für den Auftraggeber kein Interesse, oder ist eine erneute Schaltung dem Verlag unzumutbar, so kann der Auftraggeber vom Vertrag zurücktreten oder die Vergütung mindern. Das Recht des Auftraggebers zur Ersatzvornahme ist ausgeschlossen.

18.2.4 Der Auftraggeber ist verpflichtet, die Online-Werbung unverzüglich nach Beginn der Verbreitung zu prüfen und erkannte Mängel unverzüglich anzuzeigen. Unterlässt der Auftraggeber die Anzeige, so gilt die Leistung des Verlags als genehmigt, es sei denn, es handelt sich um einen Mangel, der bei der Prüfung nicht erkennbar war. Später erkannte Mängel sind ebenfalls unverzüglich anzuzeigen.

18.2.5 Im Übrigen haftet der Verlag für Mängel nach den hierfür geltenden gesetzlichen Bestimmungen. Mängelhaftungsansprüche verjähren innerhalb von zwölf Monaten ab Leistungserbringung.

19/ Haftung

19.1 Der Verlag haftet im Rahmen der Gesetze für Schäden aus der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit sowie für Schäden, die auf Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit des Verlages oder seiner gesetzlichen Vertreter oder Erfüllungsgehilfen beruhen, sowie für Schäden bei Nichteinhaltung einer vom Verlag gegebenen Garantie oder wegen arglistig verschwiegener Mängel. Der Verlag haftet unter Begränzung auf Ersatz des vertragstypischen und vorhersehbaren Schadens für solche Schäden, die auf einer leicht fahrlässigen Verletzung wesentlicher Vertragspflichten durch ihn oder seine gesetzlichen Vertreter oder Erfüllungsgelhilfen beruhen. Vertragswesentliche Pflichten sind Pflichten, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrages überhaupt erst ermöglicht und auf deren Einhaltung der Vertragspartner regelmäßig vertrauen darf. Der Verlag haftet für sonstige Fälle leicht fahrlässigen Verhaltens begrenzt auf Euro 25.000 je Schadensfall. Sonstige Schadensersatzansprüche des Auftraggebers sind ausgeschlossen. Die Vorschriften des Produkthaftungsgesetzes bleiben unberührt. 19.2 Für Schäden aus höherer Gewalt, Streik oder anderen Umständen, die der Verlag nicht zu vertreten hat, haftet dieser nicht.

19.3 Die Einschränkungen der Ziffern 19.1 und 19.2 gelten auch zugunsten der gesetzlichen Vertreter und Erfüllungsgelhilfen des Verlages, wenn Ansprüche direkt gegen diese geltend gemacht werden.

20/ Allgemeine Bestimmungen

20.1 Ausschließlicher Gerichtsstand für Streitigkeiten mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist der Sitz des Verlages.

20.2 Auf alle Streitigkeiten aus oder in Verbindung mit diesen AGB sowie aus und in Zusammenhang mit den auf deren Basis getroffenen Geschäften findet, unabhängig vom rechtlichen Grund, ausschließlich das Recht der Bundesrepublik Deutschland Anwendung, dies jedoch unter Ausschluss aller nicht-zwingenden Bestimmungen des Kollisionsrechts, die in eine andere Rechtsordnung verweisen. Die Anwendung des U.N.-Kaufrechts ist ausgeschlossen. Stand: Juni 2015



HOCHZEIT-Fotostrecken: Bodo Rickassel

HOCHZEIT *News*

TERRA-VERLAG GMBH

Neuhauser Str. 21, 78464 Konstanz/Deutschland
Telefon: +49 / (0) 75 31 / 81 22 36
www.hochzeit-magazin.net