Nackte Zahlen!

MEDIADATEN PRINT
ANZEIGENPREISLISTE NR. 31
Gültig ab November 2020

Klönschnack – Eine Welt für sich ...
... GEDRUCKT, DIGITAL UND UNTER MENSCHEN!

HAMBURGER Klönschnack

DER HAMBURGER KLÖNSCHNACK – DIE FAKTEN

Kurzcharakteristik
Der Hamburger Klönschnack erscheint seit 1983 als das Monatsmagazin aus den Elbvororten für die Elbvororte mit Inhalten aus Politik, Wirtschaft, Handel, Gesellschaft, Sport, Kunst, Kultur sowie dem Leben und Treiben aus der Region. Die hauseigene Vollredaktion sorgt für eine spannende Mischung aus umfangreichen Artikeln und kurzen Meldungen, die das Magazin zu einer besonders attraktiven Lektüre machen.

Verbreitungsgebiet
Der Hamburger Klönschnack wird kostenlos in die Briefkästen der Privathaushalte in den Elbvororten verteilt.
Das Verbreitungsgebiet umfasst Othmarschen, Flottbek, Nienstedten, Alt-Osdorf, Blankenese, Iserbrook, Sülldorf, Rissen, Wedel und Schenefeld.

Werbewirksamkeit
Der Hamburger Klönschnack begeistert seine Leser seit über 35 Jahren und gehört für Generationen zum Leben in den Elbvororten dazu. Die Leser-Blatt-Bindung ist enorm und die Kaufkraft im Verteilgebiet überdurchschnittlich hoch.

Leser achten aufmerksam auf die Anzeigen, heben Hefte auf und suchen bei Bedarf genau die Anzeigen von Dienstleistern, Handwerkern oder Händlern, die sie benötigen.

Wertigkeit
Als geklammertes 4c-Magazin mit einem Umfang von durchschnittlich 140 Seiten ist der Hamburger Klönschnack ein hochwertiges Unikat, das in Hamburg einzigartig ist.

Erscheinungsweise	monatlich, zum Anfang eines Monats
Anzeigenschluss-termine	bis zum 13. des Vormonats
Druckunterlagen-schlusstermine	bis zum 17. des Vormonats
Druckauflage	70.000 Exemplare
Magazinformat	215 mm breit x 280 mm hoch
Druckverfahren	Rollenoffset
Satzspiegel	186 mm breit x 258 mm hoch, 4 Spalten à 45 mm Breite

Herstellung durch den Verlag
Unsere Herstellung (Satz, Gestaltung, Text) produziert Anzeigenvorlagen im Haus. Bei Anfertigung von Druckvorlagen durch den Verlag bitten wir um rechtzeitige Übermittlung der Vorgaben/Manuskripte. Die Herstellung wird gesondert berechnet.

ALLGEMEINE VERLAGSANGABEN

Herausgeber	Klaus Schümann
Verlag	FUNKE Medien Hamburg GmbH Hamburger Klönschnack Sülldorfer Kirchenweg 2 22587 Hamburg
Telefon	040 86 66 69-0
Telefax	040 86 66 69-41
Internet	www.kloenschnack.de
Bankverbindung	HVB UniCredit Bank AG IBAN DE24 3022 0190 0018 6666 85 BIC HYVEDEMM414
Stornierungsfrist	Anzeigen-Stornierungen sind nur bis zum 12. des Vormonats möglich.

Zahlungsbedingungen
Rechnungen sind innerhalb von 8 Tagen fällig.

Geschäftsbedingungen
Sofern abweichenden Auftragsbedingungen nicht schriftlich zugestimmt wurde, gelten unsere Geschäftsbedingungen für Anzeigen und andere Werbemittel.

RUFEN SIE UNS AN. WIR BERATEN SIE GERN.

040 86 66 69-0 ODER ANZEIGEN@KLOENSCHNACK.DE

Hamburger Klönschnack

Sülldorfer Kirchenweg 2 · 22587 Hamburg · Telefon 040 86 66 69-0 (Fax -41) · www.kloenschnack.de

SONDERWERBEFORMEN

Beilagen

Beilagen sind ab einer Teilauflage von 10.000 Exemplaren buchbar.

Die Verteilgebiete können nach Verfügbarkeit individuell ausgewählt werden.

Anlieferung fertig gefalzt, max. Größe 210 x 275 mm, z. B. bis 20 g

€ 56,24 Direktpreis*
€ 66,16 Grundpreis** per Tausend.

Die Beilagen werden an unbestimmter Stelle eingelegt. Anlieferung der Beilagen nach Absprache direkt an die Druckerei.

Titel-Umhefter

Der Titel-Umhefter ummantelt die Gesamtauflage des Hamburger Klönschnack mit einer Anzeige. Ein echter Hingucker, der Präsenz auf den ersten Blick garantiert.

€ 4.256,00 Direktpreis*
€ 5.007,06 Grundpreis**

Unternehmensprofil

Platzieren Sie Ihre Unternehmensdarstellung als eigenes Produkt in den Klönschnack. Mit der Vielfalt an Sonderproduktionen folgt das Magazin nicht nur den Wünschen der Wirtschaft, es geht mit neuen Ideen auch voraus.

Monothematische Ausgaben finden als Beileger ungebremste Aufmerksamkeit und können sogar mit einer Klönschnack-Titelseite zum Sympathieträger Ihrer Botschaft werden.
Die Leserschaft freut sich über lokale Informationen, die der Klönschnack gern auch für die unternehmerische Selbstdarstellung anbietet oder als Special-Interest-Ausgabe auf die Beine stellt.

Das Unternehmensprofil bietet viel Freiraum für Ihre Gestaltungswünsche vom Text bis zum Umfang, von der Auflage bis zum Vertrieb. Aus diesem Grund kalkulieren wir jedes Angebot individuell nach Kundenvorgabe.

Tip-on-Card

Die Tip-on-Card als ablösbare werbliche (Post)- Karte garantiert höchste Aufmerksamkeit auf der ersten Innenseite „Vorweg“.

Tip-on-Cards eignen sich besonders für Gewinnspiele, Gutschein- oder Sonderaktionen innerhalb eines begrenzten Nutzungszeitraums und zur Imagewerbung.

Die Tip-on-Card belegt die Gesamtauflage von 70.000:

€ 4.016,24 Direktpreis*
€ 4.724,99 Grundpreis**

Format (BxH)
max. 105 mm x 148 mm

* Der Direktpreis gilt bei direkter Abrechnung mit dem Auftraggeber ohne Vermittler/Agentur.
** Der Grundpreis gilt bei Abrechnung über eine Agentur abzüglich 15 % Provision.

RUFEN SIE UNS AN. WIR BERATEN SIE GERN.

040 86 66 69-0 ODER ANZEIGEN@KLOENSCHNACK.DE

ANZEIGENFORMATE UND PREISE

Klönschnack

ANSCHNITT

Format	Breite mm	Höhe mm	Direktpreis* 4c €	Grundpreis** 4c €
1/1 Seite	215 +3 mm Beschnitt	280 +3 mm Beschnitt	2.936,56	3.445,85
1/2 hoch	109 +3 mm Beschnitt	280 +3 mm Beschnitt	1.538,20	1.804,97
quer	215 +3 mm Beschnitt	140 +3 mm Beschnitt	1.526,27	1.790,98

SATZSPIEGEL

Format	Breite mm	Höhe mm	Direktpreis* 4c €	Grundpreis** 4c €
1/2 hoch	92	258	1.398,36	1.640,88
quer	186	128	1.387,52	1.628,16
Toweranzeige	60	258	1.024,52	1.205,32
1/3 quer	186	85	921,40	1.081,20

SATZSPIEGEL

Format	Breite mm	Höhe mm	Direktpreis* 4c €	Grundpreis** 4c €	Direktpreis* s/w €	Grundpreis** s/w €
1/4 hoch	45	258	699,18	820,44	523,74	614,04
quer	186	63	682,92	801,36	511,56	599,76
rechteckig	92	128	693,76	814,08	519,68	609,28
1/6 rechteckig	92	85	460,70	540,60	345,10	404,60
1/8 hoch	45	128	346,88	407,04	259,84	304,64
quer	186	32	346,88	407,04	259,84	304,64
rechteckig	92	63	341,46	400,68	255,78	299,80
Visitenkarte	92	50	271,00	318,00	203,00	238,00
Pauschalformat quer***	92	42	220,90	244,31	165,68	194,92
Pauschalformat hoch***	45	84	220,90	244,31	165,68	194,92
1/32 rechteckig	45	32	109,64	123,06	82,23	96,74

***bis max. 84 mm gesamt

* Der Direktpreis gilt bei direkter Abrechnung mit dem Auftraggeber ohne Vermittler/Agentur.
** Der Grundpreis gilt bei Abrechnung über eine Agentur abzüglich 15 % Provision.

ANZEIGENFORMATE UND PREISE

mm-Preis		Direktpreis* pro mm	Grundpreis** pro mm
ab 85 mm	4c	€ 2,71	€ 3,18
ab 85 mm bis max. 1/4 Seite	s/w	€ 2,03	€ 2,38

Pauschalpreis für alle kleineren Formate (33 bis max. 84 mm gesamt)

pauschal	4c	€ 220,90	€ 244,31
	s/w	€ 165,68	€ 194,92

Weitere Anzeigengrößen und Sonderformate auf Anfrage.

Platzierungen
Bestmöglich, bei auftragsbedingter Platzierung wird ein Zuschlag von 10 % auf den Anzeigenpreis berechnet.

Nachlässe
Bei Mehrfachschaltungen gewähren wir Nachlässe:

ab 3 Anzeigen	3 %
ab 6 Anzeigen	5 %
ab 9 Anzeigen	10 %
ab 12 Anzeigen	15 %

abrufbar jeweils innerhalb eines Jahres, ab dem Monat der Erstschaltung.

Umschlagseiten	Direktpreis*	Grundpreis**
1/1 Seite auf der 4. Umschlagseite, 4c	€ 3.230,21	€ 3.790,44
1/1 Seite auf der 2. oder 3. Umschlagseite, 4c	€ 3.230,21	€ 3.790,44
1/2 Seite auf der 2. oder 3. Umschlagseite, 4c	€ 1.602,58	€ 1.880,53

Preisliste Nr. 31 gültig ab November 2020: Alle genannten Preise sind gültig bei Anlieferung fertiger Druckunterlagen und verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

DATENANLIEFERUNG

Datenanlieferung E-Mail: anzeigen@kloenschnack.de

Hinweise zur digitalen Datenübertragung
Datenübertragung nur mit verbindlichem Andruck, bei Farbe in 4c (nach Euro-Skala). Reklamationen bei Nichtbeachtung der drucktechnischen Vorgaben sind ausgeschlossen.

Datenformat
Das Dokument der digitalen Anzeige ist in Höhe und Breite im gleichen Format anzulegen, das später auch gedruckt werden soll (bei Anzeigen im Anschnitt jeweils 3 mm Beschnitt berücksichtigen). Die Elemente einer Anzeige, die im Anschnitt liegen, müssen einen Mindestabstand von 5 mm zum Endformat haben.

Proofs/Farbräume
Umschlagseiten müssen mit ISOcoated_v2_300 (Fogra 39L), Inhaltsseiten müssen mit PSO_LWC_improved (Fogra 45L) vorbereitet und geprooft werden.

Welche Daten wir verarbeiten können
Am sichersten ist die Anlieferung der Daten als PDF-Datei. Alternativ sind auch Dateien aus QuarkXpress, Photoshop oder Illustrator möglich. Alle nicht in diesen Programmen erstellten Dateien müssen als TIFF, EPS oder PDF gesichert (exportiert) werden. Grundsätzlich gilt: Um Konvertierungsprobleme von PC auf Mac zu vermeiden, ist es auch hierbei am sichersten TIFF-, EPS- oder PDF-Dateien zu senden.

Wie die Daten angeliefert werden sollten
Im richtigen Format, alle Logos, EPS- und TIFF-Dateien sind im Original vorhanden, die Bildauflösung beträgt 300 dpi, Farbe ist in CMYK angelegt, schwarz/weiß-Dateien sind in Grautönen angelegt, Schriften liegen im Original bei oder sind umgewandelt. Es dürfen keine modifizierten Schriften benutzt werden. Keine Sonderfarben verwenden. Transparenzen sollten in PDF-Dateien reduziert sein.

Häufige Fehler/Fehlerbeseitigung
Testen Sie Ihre Daten mit handelsüblichen Check-Programmen wie Pit-Stop etc. auf fehlerlose Belichtbarkeit. Häufige Fehler u. a.: Farben falsch angelegt (RGB statt CMYK), falsche Bildauflösungen, Originaldaten fehlen, Schriften fehlen oder sind beschädigt etc.

Gewährleistung
Achten Sie bitte auf professionelle Anlage Ihrer Daten.
Der Verlag geht von belichtungsfähigen Daten aus, d. h. sie sind ohne Eingriffe digital verarbeitbar. Für Abweichungen in Texten, Abbildungen und insbesondere Farben übernimmt der Verlag keine Haftung.

RUFEN SIE UNS AN. WIR BERATEN SIE GERN.
040 86 66 69-0 ODER ANZEIGEN@KLOENSCHNACK.DE

BEISPIELE FÜR ANZEIGENFORMATE

Klönschnack

Visitenkartenformat
4c € 271,-*
s/w € 203,-*

1/2 Seite hoch im Satzspiegel
4c € 1.398,36*

1/4 Seite rechteckig
4c € 693,76*
s/w € 519,68*

1/8 Seite rechteckig
4c € 341,46*
s/w € 255,78*

1/2 Seite quer
im Satzspiegel
4c € 1.387,52*

1/6 Seite rechteckig
4c € 460,70*
s/w € 345,10*

1/3 Seite quer
4c € 921,40*

(andere Formate sind möglich)

* Direktpreis zzgl. der gesetzlichen MwSt.

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN FUNKE MEDIEN HAMBURG GMBH

Die nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen (nachfolgend „die AGB“) regeln das Verhältnis zwischen der FUNKE Medien Hamburg GmbH (nachfolgend „Vermarkter“) und dem Auftraggeber bei der Erteilung und Abwicklung von Anzeigenaufträgen für vom Vermarkter vermarktete Zeitungen und Printprodukte einschließlich der darauf basierenden und offline lesbaren Mobile- und Tablet-PC-Applikationen („Apps“) und E-Paper (nachfolgend gemeinsam „Zeitungen“), soweit schriftlich nicht etwas anderes vereinbart wurde. Der Auftraggeber kann diese AGB jederzeit auf **www.kloenschnack.de/werben-print/**
aufrufen, ausdrucken sowie herunterladen bzw. speichern.

1. Definitionen
1.1 „Angebot“ im Sinne dieser AGB ist das Angebot des Vermarkters über die Schaltung und Veröffentlichung eines Werbemittels oder mehrerer Werbemittel in Zeitungen und Print-Medien zum Zwecke der Verbreitung. Soweit nicht ausdrücklich anders als verbindliches Angebot bezeichnet, sind Angebote des Vermarkters freibleibend, d. h. nicht bindend, und stehen unter dem Vorbehalt der Verfügbarkeit der angebotenen Leistungen.

1.2 „Anzeigenauftrag“ im Sinne dieser AGB ist das Angebot eines Auftraggebers über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel (nachfolgend insgesamt als „Anzeigen“ bezeichnet) eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten (nachfolgend insgesamt als „Werbungtreibende“ bezeichnet) in einem Printprodukt zum Zweck der Verbreitung. Auftraggeber kann eine Agentur oder direkt ein Werbungtreibender sein.

1.3 Ein „Abschluss“ ist ein Vertrag über die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen unter Beachtung der dem Auftraggeber gemäß Preisliste zu gewährenden Rabatte, wobei die jeweiligen Veröffentlichungen auf Abruf des Auftraggebers erfolgen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so muss das Erscheinungsdatum der letzten Anzeige innerhalb eines Jahres nach Erscheinen der ersten Anzeige liegen (nachfolgend als „Insertionsjahr“ bezeichnet), sofern nicht im Einzelfall ausdrücklich etwas anderes vereinbart worden ist.
1.4 „Vermarkter“ ist die FUNKE Medien Hamburg GmbH für sämtliche von ihr vermarkteten Zeitungen und Printprodukten, auch wenn diese von Dritten verlegt werden.

2. Vertragsschluss
2.1 Bei einem Anzeigenauftrag kommt ein Vertrag, soweit nicht ausdrücklich anders individuell vereinbart, durch Abdruck der Anzeige (bei mehreren Anzeigen der ersten Anzeige) oder durch Bestätigung des Vermarkters in Textform zustande. Sofern ein verbindliches Angebot durch den Vermarkter erfolgt, kommt der Vertrag durch die Annahmeerklärung des Auftraggebers zustande.

2.2 Soweit Agenturen Anzeigenaufträge erteilen, kommt der Vertrag, vorbehaltlich anderer schriftlicher Vereinbarungen, mit der Agentur zustande. Die Agentur ist verpflichtet, dem Vermarkter auf Anforderung vor Vertragsschluss einen Gewerbenachweis via Handelsregisterauszug und einen Mandatsnachweis zukommen zu lassen.

2.3 Anzeigenaufträge von Werbe- und Mediaagenturen werden nur für namentlich genau genannte Werbetreibende angenommen. Die Werbung für die Produkte oder Dienstleistungen eines anderenals des bei der Buchung angegebenen Werbetreibenden bedarf in jedem Fall der vorherigen schriftlichen Zustimmung des Vermarkters.

2.4 Sofern der Vermarkter Aufträge oder Abschlüsse über Dritte vermarkten lässt, handeln diese Dritten als Vertreter des Vermarkters und auf dessen Rechnung.

2.5 Soweit die Gewährung von AE nicht ausgeschlossen ist, wird für alle Aufträge, die über eine vom Vermarkter anerkannte Werbeagentur erteilt werden, eine Mittlergebühr von 15 % auf das Rechnungsnetto vergütet, d. h. auf die Rechnungssumme ohne Mehrwertsteuer nach Abzug von Rabatten. Ausgenommen davon sind Setup-Gebühren, technische Kosten sowie Vergütungen für Kreativleistungen.
2.6 Änderungen und Ergänzungen zu einem Vertrag sowie Abweichungen von diesen AGB bedürfen der Textform. Für Vertragsänderungen und -ergänzungen gilt dies auch für die Aufhebung der Schriftformklausel.

2.7 Bei Agenturbuchungen behält sich der Vermarkter das Recht vor, Buchungsbestätigungen auch an den Auftraggeber der Agentur weiterzuleiten.

3. Anzeigenveröffentlichung
3.1 Sollen Anzeigen nur zu bestimmten Erscheinungsterminen oder an bestimmten Plätzen der Zeitung veröffentlicht werden, so bedarf es hierfür einer ausdrücklichen Vereinbarung mit dem Vermarkter. Die Aufträge für diese Anzeigen müssen so rechtzeitig bei dem Vermarkter eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.

3.2 Für die Veröffentlichung in den digitalen Ausgaben der Zeitungen ist der Vermarkter berechtigt, die für die Papier-Ausgaben vorliegenden Druckunterlagen an die jeweiligen Erfordernisse der digitalen Ausgabe anzupassen. Die Darstellung kann dabei vom Druckergebnis in der Papier-Ausgabe abweichen. Um diese Abweichung auszuschließen, kann der Auftraggeber die genauen Spezifikationen für die Zulieferung einer auf die digitale Ausgabe bereits adaptierten Anzeige vom Vermarkter anfordern. Für die Veröffentlichung der Anzeigen in den digitalen Ausgaben der Zeitungen wird die Anzeige weitgehend proportional auf die Größe einer Seite der digitalen Ausgabe im Verhältnis zur gedruckten Ausgabe skaliert. Zudem werden den Platzierungen in der gedruckten Ausgabe äquivalente Platzierungen in den digitalen Ausgaben gewährleistet.

3.3 Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche tatsächliche Abdruckhöhe der gedruckten Ausgabe der Berechnung zugrunde gelegt.

3.4 Ein Ausschluss von Konkurrenzanzeigen wird grundsätzlich nicht zugesagt.

3.5 Der Vermarkter verteilt Beilagen mit geschäftsüblicher Sorgfalt.
Für die Haushaltsverteilung wird eine 90 prozentige Quote garantiert.

4. Pflichten des Auftraggebers und Ablehnungsrecht des Vermarkters
4.1 Der Auftraggeber ist dafür verantwortlich, dass die von ihm zur Verfügung gestellten Inhalte, insbesondere seine Anzeigen, so ausgestaltet sind, dass sie nicht gegen gesetzliche Bestimmungen verstoßen und insbesondere jugendschutz-, presse-, wettbewerbs-, datenschutz-, straf- und mediendienstrechtliche Vorschriften einhalten. Im Falle eines Verstoßes gegen Satz 1 stellt der Auftraggeber den Vermarkter von allen etwaigen dem Vermarkter daraus entstehenden Kosten, einschließlich der Kosten der Rechtsverteidigung, vollumfänglich auf erstes Anfordern frei. Eine Pflicht zur Prüfung der Werbemittel vor Schaltung und Veröffentlichung des Werbemittels besteht für den Vermarkter nicht.

4.2 Der Vermarkter behält sich vor, Anzeigen abzulehnen, insbesondere, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder deren Veröffentlichung wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form Rechte Dritter oder die Interessen des Vermarkters verletzt oder andere Werbemittel (insbesondere Beilagen, Beiheftungen etc.) aus technischen Gründen nicht dem Objekt beigelegt bzw. beigeheftet werden können. Die Ablehnung einer Anzeige oder eines anderen Werbemittels wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt. Bei Anzeigen, die in ihrem Erscheinungsbild der redaktionellen Gestaltung der Zeitungen entsprechen, behält sich der Vermarkter im Sinne seines publizistischen Auftrages ein Einspruchsrecht vor. Anzeigen, die redaktionell gestaltet sind, müssen sich eindeutig von der Grundschrift der Zeitungen unterscheiden und mit dem Wort „Anzeige“ gekennzeichnet sein. Anzeigen, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Vermarkter mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

4.3 Werbemittel, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbundwerbung), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Zustimmung des Vermarkters. Die Werbungtreibenden sind namentlich zu benennen. Der Vermarkter behält sich die Erhebung eines Verbundaufschlags bzw. eine abweichende Rabattierung vor.

4.4 Ist der Auftraggeber wegen des Inhalts eines Werbemittels bereits abgemahnt worden bzw. wird abgemahnt oder hat er eine Unterlassungsverpflichtungserklärung bereits abgegeben oder gibt er eine solche ab, ist der Auftraggeber verpflichtet, den Vermarkter hierüber unverzüglich zu informieren. Unterlässt der Auftraggeber diese Obliegenheitspflicht, haftet der Vermarkter auch nicht für den dem Auftraggeber durch eine wiederholte Veröffentlichung der beanstandeten Anzeigen(inhalte) entstehenden Schaden.

5. Übermittlung von Druckunterlagen
5.1 Es obliegt dem Auftraggeber, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder den technischen Vorgaben des Vermarkters zur Erstellung und Übermittlung von Druckunterlagen (siehe hierzu auch die Informationen zu technischen Angaben und zur Übertragung von Druckunterlagen in der jeweiligen Preisliste) entsprechende Vorlagen für Anzeigen rechtzeitig zu dem in der jeweiligen Preisliste angegebenen Druckunterlagenschluss anzuliefern und diese ausreichend zur Verwendung durch den Vermarkter zu kennzeichnen. Für die Veröffentlichung in digitalen Ausgaben sind Vorlagen entsprechend den technischen Vorgaben des Vermarkters zur Erstellung und Übermittlung von Online-Werbemitteln anzuliefern. Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen des Auftraggebers nicht sofort erkennbar, so hat der Auftraggeber bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche.
Unerwünschte Druckresultate, die sich auf eine Abweichung des Auftraggebers von den Empfehlungen des Vermarkters zurückführen lassen, führen ebenfalls zu keinem Preisminderungsanspruch.

Das Gleiche gilt bei Fehlern in wiederholt erscheinenden Anzeigen, wenn der Auftraggeber nicht vor Drucklegung der nächstfolgenden Anzeige auf den Fehler hinweist. Der Vermarkter ist nicht verpflichtet, die Druckunterlagen auf Vollständigkeit und Richtigkeit zu überprüfen.

5.2 Kosten des Vermarkters für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen. Bei schwierigen Satzarbeiten, die einen höheren als den üblichen Aufwand erfordern, behält sich der Vermarkter vor, diese dem tatsächlichen Aufwand entsprechend in Rechnung zu stellen. Vereinbart ist die für den belegten
Titel nach Maßgabe der Angaben in der Preisliste sowie in der Auftragsbestätigung übliche Beschaffenheit der Anzeigen im Rahmen der gegebenen Möglichkeiten, die von den Druckunterlagen und der von der Druckerei eingesetzten Technik bestimmt werden.

5.3 Der Auftraggeber hat vor einer digitalen Übermittlung von Druckunterlagen dafür Sorge zu tragen, dass die übermittelten Dateien frei von Computerviren sind. Er ist insbesondere verpflichtet, zu diesem Zweck handelsübliche Schutzprogramme einzusetzen, die jeweils dem neuesten Stand zu entsprechen haben. Entdeckt der Vermarkter auf einer ihm übermittelten Datei Schadensquellen der vorbezeichneten Art, wird der Vermarkter von dieser Datei keinen Gebrauch mehr machen und diese, soweit zur Schadensvermeidung bzw. -begrenzung (insbesondere zur Vermeidung des Übergreifens der Schadensquelle auf die EDV-Anlage des Vermarkters) erforderlich, löschen, ohne dass der Kunde in diesem Zusammenhang Schadensersatzansprüche geltend machen kann. Der Vermarkter behält sich vor, den Kunden auf Schadensersatz in Anspruch zu nehmen, wenn durch solche durch den Kunden infiltrierte Schadensquellen dem Vermarkter Schäden entstanden sind.

5.4 Wenn ein Auftrag nicht oder falsch durchgeführt wird, weil der Auftraggeber seine Mitwirkungspflichten verletzt, insbesondere Produktionsvorlagen nicht rechtzeitig, unvollständig und/oder mangelhaft oder falsch
gekennzeichnet abgeliefert wurden bzw. gemäß Ziff. 5.3 gelöscht wurden, hat der Vermarkter dennoch Anspruch auf die vereinbarte Vergütung.

5.5 Digital übermittelte Druckvorlagen für Farbanzeigen können nur mit
einem auf Papier gelieferten Farbproof zuverlässig verarbeitet werden.
Ohne Farbproof sind Farbabweichungen unvermeidbar; sie lösen keinen Preisminderungsanspruch aus.

5.6 Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung der Druckunterlagen endet einen Monat nach der erstmaligen Veröffentlichung der Anzeige oder des anderen Werbemittels.

6. Mängel

6.1 Entspricht die Veröffentlichung der Anzeige nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit bzw. Leistung, 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 Vermarkter hat das Recht, eine Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung zu verweigern, wenn
(a) 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
(b) diese für den Vermarkter nur mit unverhältnismäßig hohen Kosten möglich wäre. Lässt der Vermarkter eine ihm für die Ersatzanzeige oder die Veröffentlichung des anderen Werbemittels gesetzte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige/Ersatzveröffentlichung erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels ist die Rückgängigmachung des Auftrags ausgeschlossen.

6.2 Der Auftraggeber wird die Anzeige unverzüglich nach Veröffentlichung überprüfen. Soweit der Auftraggeber Kaufmann ist, müssen Mängelrügen unverzüglich nach Veröffentlichung gegenüber dem Vermarkter geltend gemacht werden, es sei denn, es handelt sich um nicht offensichtliche Mängel, dann gilt eine Frist von sechs Monaten. Soweit der Auftraggeber Verbraucher ist, müssen Reklamationen bei offensichtlichen Mängeln binnen zwei Wochen, bei nicht offensichtlichen Mängeln binnen eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn geltend gemacht werden.

6.3 Der Vermarkter haftet für sämtliche Schäden, gleich ob aus vertraglicher Pflichtverletzung oder aus unerlaubter Handlung, nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen:
(a) Bei grober Fahrlässigkeit beschränkt sich die Haftung gegenüber Unternehmern auf den Ersatz des typischen vorhersehbaren Schadens; diese Beschränkung gilt nicht, soweit der Schaden durch gesetzliche Vertreter oder leitende Angestellte des Vermarkters verursacht wurde.
(b) Bei einfacher Fahrlässigkeit haftet der Vermarkter 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, Mangelfolgeschäden oder entgangenen Gewinn.

6.4 Alle gegen den Vermarkter gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf vorsätzlichem oder grob fahrlässigem Verhalten beruhen oder es sich um eine Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit handelt; in solchen Fällen richtet sich die Verjährungsfrist nach den gesetzlichen Vorschriften.

6.5 Bei Ansprüchen nach dem Produkthaftungsgesetz sowie bei einer Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit haftet der Vermarkter unbegrenzt nach den gesetzlichen Vorschriften.

7. Probeabzüge

Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Vermarkter berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm bis zum Anzeigenschluss oder innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden. Probeabzüge für eine digitale Ausgabe werden im PDF-Format geliefert.

8. Zahlungen

8.1 Die Rechnung ist innerhalb der aus der Rechnung ersichtlichen
Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall schriftlich etwas anderes vereinbart ist. Für gewerbliche Kunden wird Skonto, in Höhe von 3 % des Rechnungsbetrages inkl. MwSt., bei Bankeinzug des Gesamtrechnungsbetrages vor Beginn der Leistungserbringung oder bei einer spätestens mit Auftragserteilung erteilten Einzugsermächtigung gewährt, sofern ältere Rechnungen nicht überfällig sind. Der Vermarkter behält sich vor, aus begründetem Anlass, wie z. B. Neuaufnahme der Geschäftsbeziehung, Vorauszahlung zum Anzeigenschluss zu verlangen. Wurde zur Begleichung der Rechnung das Lastschriftverfahren vereinbart, so ist der Vermarkter dazu verpflichtet, dem Auftraggeber Betrag und Belastungsdatum im Vorfeld mitzuteilen. Die Vorinformation (Pre-Notification) erfolgt spätestens einen Werktag vor Kontobelastung.

8.2 Der Auftraggeber kann gegen Ansprüche des Vermarkters nur mit einer unbestrittenen oder rechtskräftig festgestellten Forderung aufrechnen.
Sofern der Auftraggeber Unternehmer ist, ist er zur Ausübung eines Zurückbehaltungsrechts nur befugt, sofern der Gegenanspruch unbestritten oder rechtskräftig festgestellt ist und auf demselben Vertragsverhältnis beruht.

8.3 Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in Höhe der banküblichen Zinsen für Dispositionskredite erhoben. Der Vermarkter kann darüber hinaus die weitere Ausführung des laufenden Anzeigenauftrages oder Abschlusses bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen.

8.4 Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Vermarkter berechtigt, auch während der Laufzeit eines Vertrages das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages zum Anzeigenschlusstermin und von dem Ausgleich offener Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

9. Anzeigenbeleg

Der Vermarkter liefert auf Wunsch einen Beleg für Anzeigen und andere Werbemittel; der Vermarkter behält sich vor, hierfür eine gesonderte Vergütung zu verlangen. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Vermarkters über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige. Für Wort- bzw. Kleinanzeigen können keine Belege geliefert werden.

10. Chiffreanzeigen

Bei Chiffreanzeigen wendet der Vermarkter für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der eingehenden Eingänge die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Expressbriefe auf Chriffreanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die anderen Eingänge auf Chiffreanzeigen werden innerhalb einer Frist von 5 Werktagen per Postweg weitergeleitet. Dem Vermarkter kann einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Eingänge anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A4 (Gewicht 50 g) überschreiten, sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen.

11. Preislisten
11.1 Preise verstehen sich stets zuzüglich der jeweils gesetzlich geltenden Umsatzsteuer; das gilt insbesondere für in Werbeaufträgen und Preislisten genannte Preise.

11.2 Der Vermarkter ist berechtigt, die Preise jederzeit mit Wirkung für die Zukunft zu ändern. Preisänderungen für Anzeigenverträge sind wirksam, wenn sie vom Vermarkter 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. Das Rücktrittsrecht gilt nicht für im Dauerschuldverhältnis abzuwickelnde Aufträge. Hier treten Änderungen der Preisliste sofort in Kraft, sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen ist.

12. Rechteübertragung und -garantie
12.1 Der Auftraggeber ist dafür verantwortlich, dass die von ihm zur Verfügung gestellten Druckunterlagen Rechte Dritter nicht verletzen.
Er erklärt, Inhaber sämtlicher für die Schaltung und Veröffentlichung der von ihm zur Verfügung gestellten Druckunterlagen erforderlichen Nutzungs- und Verwertungsrechte und hierüber verfügungsberechtigt zu sein. Im Falle der Anzeigenerstellung durch den Vermarkter erklärt der Auftraggeber zudem, alle zur Erstellung der Anzeige erforderlichen Rechte zu besitzen. Er stellt den Vermarkter insofern von allen Ansprüchen Dritter auf erste Anforderung frei. Dies umfasst auch die Kosten zur Rechtsverteidigung. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Vermarkter mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen.

12.2 Der Auftraggeber überträgt dem Vermarkter an den von ihm zur Verfügung gestellten Druckunterlagen die für die Erstellung und die Veröffentlichung der Werbung in Print-, Online- und Digital-Medien aller Art, erforderlichen nicht ausschließlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz-, Marken- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentlichen Zugänglichmachung, Entnahme aus einer Datenbank und zum Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Der Vermarkter erhält zudem zeitlich unbegrenzt das Recht zur Eigenwerbung des Vermarkters bzw. der jeweiligen Objekte. Die vorgenannten Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen und sind frei auf Dritte übertragbar.

12.3 Etwaige den Angeboten des Vermarkters zugrunde liegende Konzepte und Bestandteile sind urheber- und wettbewerbsrechtlich geschützt und vom Auftraggeber vertraulich zu behandeln.
Diese Konzepte dürfen insbesondere weder in dieser noch in abgewandelter Form an Dritte weitergegeben noch von dem Auftraggeber außerhalb des Vertragsumfangs für eigene Zwecke genutzt werden.

12.4 Wird im Zusammenhang mit der Anzeige eine Grafik oder in sonstiger Art und Weise der Name, das Logo, das Unternehmenskennzeichen, die Marke, ein Werktitel oder eine sonstige geschäftliche Bezeichnung verwendet, so gewährt der Auftraggeber dem Vermarkter für die Dauer des Vertrages das nicht ausschließliche, nicht übertragbare Recht zur Nutzung der Grafik oder der entsprechenden Zeichen in der jeweiligen Anzeige.

12.5 Vom Vermarkter für den Auftraggeber gestaltete Anzeigenmotive (Promotions) dürfen nur für Anzeigen in den dafür beim Vermarkter gebuchten Titeln/Ausgaben verwendet werden. Weitere Rechte werden nicht eingeräumt.

13. Laufzeit
13.1 Der Vertrag endet mit Ablauf der vereinbarten Vertragslaufzeit.

13.2 Das Recht zur außerordentlichen Kündigung aus wichtigem Grund nach vorheriger Abmahnung bleibt hiervon unberührt. Die Kündigung hat schriftlich zu erfolgen. Ein Recht zur fristlosen Kündigung aus wichtigem Grund liegt insbesondere vor, wenn eine der Parteien trotz einer schriftlichen Abmahnung wiederholt eine wesentliche Vertragspflicht verletzt, eine fortdauernde Vertragsverletzung innerhalb angemessener Frist nicht abstellt oder deren Folgen nicht beseitigt, gegen eine und/oder beide Parteien und/oder gegen eine vom Vermarkter vermarktete Zeitung infolge einer vertragsgegenständlichen Leistung eine Abmahnung erfolgte und/oder eine einstweilige Verfügung erwirkt wurde oder für den Vermarkter der begründete Verdacht besteht, dass der Auftraggeber oder die von ihm zur Verfügung gestellten Inhalte gegen geltende rechtliche Bestimmungen, insbesondere des Strafgesetzbuches oder die geltenden Werberichtlinien, verstößt bzw. verstoßen; ein begründeter Verdacht besteht, sobald dem Vermarkter auf Tatsachen gestützte Anhaltspunkte für einen Verstoß gegen rechtliche Bestimmungen vorliegen, insbesondere ab der Einleitung eines Ermittlungsverfahrens gegen den Vermarkter, den Auftraggeber und/oder gegen die vom Vermarkter vermarkteten Zeitungen bzw. ab der Aufforderung zu einer Stellungnahme durch die zuständigen Stellen. Ein Grund zu fristloser Kündigung ist auch gegeben, wenn über das Vermögen eines Vertragspartners ein Insolvenzverfahren eröffnet oder mangels Masse nicht eröffnet bzw. ein diesbezüglicher Antrag gestellt wird und der betroffene Vertragspartner trotz entsprechender Aufforderung die offenbare Unbegründetheit des Antrags nicht binnen einer angemessenen Frist nachweist.
Ein Grund zur fristlosen Kündigung besteht darüber hinaus, wenn gegen eine der Vertragsparteien Vollstreckungsmaßnahmen ausgebracht und nicht innerhalb von einem Monat aufgehoben wurden.

14. Störungen des Vertragsverhältnisses bei höherer Gewalt
Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, Arbeitskampf, Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen – sowohl im Betrieb des Vermarkters als auch in fremden Betrieben, deren sich der Vermarkter zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient – hat der Vermarkter Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Objekt mit 80% der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften oder auf andere Weise zugesicherten Auflage vom Vermarkter ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Auslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die zugesicherte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht. Der Vermarkter behält sich vor, aus aktuellem Anlass Erscheinungstermine zu verschieben. Dem Auftraggeber erwachsen daraus keinerlei Ansprüche gegenüber dem Vermarkter.

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

16. Vertraulichkeit und Presse
16.1 Soweit nicht schriftlich anders vereinbart, werden die Vertragsparteien Einzelheiten des Vertragsverhältnisses, insbesondere die Preise und Konditionen, sowie über Geschäftsgeheimnisse, von denen sie im Rahmen der Vertragsdurchführung unmittelbar oder mittelbar durch die jeweils andere Partei Kenntnis erlangen, streng vertraulich behandeln. Dies gilt nicht, wenn eine Offenlegung gerichtlich oder behördlich angeordnet wird oder zur gerichtlichen Durchsetzung eigener Rechte gegen die jeweils andere Vertragspartei erforderlich ist. Der Vermarkter ist darüber hinaus berechtigt, den Inhalt des Anzeigenauftrags den gemäß Ziffer 17 eingeschalteten Dritten sowie verbundenen Unternehmen gemäß §§ 15 ff. Aktiengesetz offenzulegen. Die Verpflichtung besteht während der gesamten Vertragslaufzeit und unbegrenzt über eine Beendigung hinaus.

16.2 Der Vermarkter ist berechtigt, die Bruttowerbeumsätze des Auftraggebers und Werbungtreibenden auf Produktebene zur Veröffentlichung an Nielsen Media Research oder vergleichbare Institutionen weiterzuleiten.

16.3 Presseerklärungen sowie sonstige öffentliche Verlautbarungen gegenüber Dritten über die Geschäftsbeziehung zwischen dem Vermarkter und dem Auftraggeber oder bezüglich der Details getroffener Vereinbarungen bedürfen der vorherigen Freigabe des Vermarkters. Dies gilt ebenso für Logoveröffentlichungen für vom Vermarkter gelieferte Logos.

17. Schlussbestimmungen
17.1 Etwaige zusätzliche in der Preisliste und in den sogenannten Ergänzungspreislisten enthaltene Geschäftsbedingungen gelten ergänzend zu diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen.

17.2 Soweit nach diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen Schriftform erforderlich ist, wird diese durch die Textform gewahrt.

17.3 Änderungen der AGB werden dem Auftraggeber unter **www.kloenschnack.de/werben-print/** mitgeteilt. Sie gelten als vom Auftraggeber genehmigt, sofern dieser nicht binnen eines Monats ab Mitteilung schriftlich widerspricht.

17.4 Allgemeine Vertrags- oder Geschäftsbedingungen des Auftraggebers werden hiermit ausdrücklich ausgeschlossen. Dies gilt auch dann, wenn den Bedingungen des Auftraggebers nicht ausdrücklich widersprochen wurde und/oder der Vermarkter die Leistungen widerspruchslos erbringt, d. h. Werbemittel widerspruchslos geschaltet und veröffentlicht werden.

17.5 Erfüllungsort ist der Sitz des Vermarkters. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Vermarkters. Bei Nichtkaufleuten bestimmt sich der Gerichtsstand nach den gesetzlichen Vorschriften. Es gilt deutsches Recht unter Ausschluss des UN-Kaufrechts.

17.6 Sollten einzelne Bestimmungen des Vertrages einschließlich dieser Regelungen ganz oder teilweise unwirksam sein oder sollte der Vertrag eine Lücke enthalten, bleibt die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen oder Teile solcher Bestimmungen unberührt. Die Vertragsparteien verpflichten sich, anstelle einer unwirksamen Bestimmung eine gültige Vereinbarung zu treffen, deren wirtschaftlicher Erfolg dem der unwirksamen so weit wie möglich nahekommt.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen für den HAMBURGER KLÖNSCHNACK

a) Schließt der Kunde mit dem Vermarkter einen Rahmenvertrag, nach dessen Inhalt auf die Preise einzelner Anzeigen Rabatte für den Fall gewährt werden, dass der Kunde mindestens eine festgelegte Anzahl von Anzeigen in einem festgelegten Zeitraum schaltet, behält sich der Vermarkter die Nachbelastung von aufgrund des Rahmenvertrages schon gewährten Rabatten vor, falls der Kunde nicht die in dem Rahmenvertrag festgelegte Anzahl von Anzeigen in dem vereinbarten Zeitraum schaltet. Eine Nachbelastung schon gewährter Rabatte ist ausgeschlossen, wenn der Vermarkter oder der Verlag es zu vertreten haben, dass die in dem Rahmenvertrag festgelegte Anzahl von Anzeigen in dem festgelegten Zeitraum nicht geschaltet werden kann.

b) Änderungen und Stornierungen von Anzeigenaufträgen sind nur bis zum 12. des Vormonats möglich.

c) Für die Haushaltsverteilung wird eine 90-prozentige Quote garantiert.

HAMBURGER Klönschnack
Sülldorfer Kirchenweg 2 · 22587 Hamburg
Telefon 040 86 66 69-0 · Telefax 040 86 66 69-41 · www.kloenschnack.de