

Staatsoper
Hamburg

Hamburg
Ballett

Philharmonisches
Staatsorchester
Hamburg

Media-Daten

2024-25

Anzeigenvertretung

Antje Sievert

Tel: 040-45 06 98 03

Fax: 040-45 06 98 04

Mail: office@kultur-anzeigen.com

Zahlung

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.

Bankverbindung	Hamburgische Staatsoper
Bank	HypoVereinsbank
IBAN	DE 41200300000003202033
BIC	HYVEDEMM300

Ust-Id-Nr.: DE 118 509 784

Druckverfahren

Offset (Europa Skala), keine Sonderfarben

Datenanlieferung an

Miriam Kunisch

Mail: anzeigen@staatsoper-hamburg.de

Datenformat

hochaufgelöstes Pdf/X-3-Standard

Wichtig

Bei Lieferung fehlerhafter Daten besteht kein Reklamationsanspruch.

Sie erhalten vor Druckbeginn ein Pdf mit Ihrer in die Publikation eingebundenen Anzeige zur Freigabe.

Staatsoper Journal

- Erscheinungsweise:** 6 x pro Spielzeit 2024/2025
- Auflage:** jeweils 20.000 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:** 210 mm breit x 280 mm hoch
- Anzeigenformate:**
1/1 Seite: Anschnittformat = Heftformat zzgl. 3 mm Beschnitt rundum
U2 und U3: Anschnittformat = 205 mm breit x 280 mm hoch zzgl. 3 mm Beschnitt rundum
1/2 Seite: 100 mm breit x 280 mm hoch zzgl. 3 mm Beschnitt rundum
1/3 Seite: 66 mm breit x 280 mm hoch zzgl. 3 mm Beschnitt rundum
- Farbprofile:** Innenseite: ISO coated v2 (300%) (ECI) / Umschlag: PSO Uncoated ISO12647 (ECI)
- Anzeigenpreise:** U2: € 1.900,- / U3: € 1.500,- / U4: € 1.900,-
1/1 innen: € 1.000,- / 1/2 innen: € 600,- / 1/3 innen: € 400,-
- Mengenstaffel:** 2 Seiten: 5 %, 4 Seiten: 10 %, 6 Seiten: 15 %
- Beilagen:** Möglich ist 1 Beilage je Ausgabe.
max. Gewicht: 30 g, max. Format 190 mm breit x 270 mm hoch **Preis:** € 140,-/Tsd.

Termine:	Heft	Erscheinungstermin	Druckunterlagenschluss	Anzeigenschluss
	1	Mo 19. Aug 2024	Di 02. Jul 2024	Fr 24. Mai 2024
	2	Mi 06. Nov 2024	Di 08. Okt 2024	Mi 11. Sep 2024
	3	Mi 08. Jan 2025	Di 03. Dez 2024	Mi 06. Nov 2024
	4	Mi 26. Feb 2025	Di 28. Jan 2025	Mo 30. Dez 2024
	5	Mi 16. Apr 2025	Di 18. Mrz 2025	Mi 19. Feb 2025
	6	Mi 04. Jun 2025	Fr 02. Mai 2025	Di 01. Apr 2025

Monatliche Programmvorschau (Leporello)

Erscheinungsweise: 10 x pro Spielzeit 2024/2025

Auflage: 45.000 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:

Redaktionelle Seite: 1/1 Seite hoch: 89 mm breit x 200 mm hoch (nur Satzspiegel möglich)

1/2 Seite hoch: 89 mm breit x 95 mm hoch (nur Satzspiegel möglich)

Kalenderseite + U4: 1/1 Seite quer: 200 mm breit x 89 mm hoch (nur Satzspiegel möglich)

1/2 Seite quer: 95 mm breit x 89 mm hoch (nur Satzspiegel möglich)

Farbprofil: ISO coated v2 (300%) (ECI)

Anzeigenpreise: U4: € 970,-

1/1 Seite.: € 780,-

1/2 Seite: € 480,-

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

Termine:	Ausgabe	Erscheinungstermin	Druckunterlagenschluss	Anzeigenschluss
	Aug/Sep 2024	Di 02. Jul 2024	Di 18. Jun 2024	Do 06. Jun 2024
	Okt 2024	Di 10. Sep 2024	Do 04. Jul 2024	Do 20. Jun 2024
	Nov 2024	Di 01. Okt 2024	Di 17. Sep 2024	Do 05. Sep 2024
	Dez 2024	Di 29. Okt 2024	Di 15. Okt 2024	Mi 02. Okt 2024
	Jan 2025	Di 26. Nov 2024	Di 12. Nov 2024	Mi 30. Okt 2024
	Feb 2025	Di 17. Dez 2024	Di 03. Dez 2024	Do 21. Nov 2024
	Mrz 2025	Di 28. Jan 2025	Di 14. Jan 2025	Do 02. Jan 2025
	Apr 2025	Di 25. Feb 2025	Di 11. Feb 2025	Do 30. Jan 2025
	Mai 2025	Di 01. Apr 2025	Di 18. Mrz 2025	Do 06. Mrz 2025
	Jun 2025	Di 29. Apr 2025	Mo 14. Apr 2025	Mi 02. Apr 2025
	Jul 2025	Di 27. Mai 2025	Di 13. Mai 2025	Fr 02. Mai 2025

Philharmonische Welt

Erscheinungsweise:	4 x in der Spielzeit 2024/2025
Umfang:	8 Seiten
Auflage:	ca. 26.000 Exemplare pro Ausgabe
Distribution:	Beilage in WELT am SONNTAG (regionale Teilbeilage im Raum Hamburg) sowie ständige Auslage in der Hamburgischen Staatsoper und temporäre Auslage bei den Konzerten des Philharmonischen Staatsorchesters in der Elbphilharmonie. Versand an Abonnenten sowie Sponsoren und Förderer und freier Download unter: www.staatsorchester-hamburg.de
Heftformat:	297 mm breit x 420 mm hoch
Anzeigenformate im	U4, 1/1 Seite im Anschnitt: 297 mm breit x 420 mm hoch 1/1 Seite: 257 mm breit x 364 mm hoch
Satzspiegel:	1/2 Seite hoch: 125 mm breit x 364 mm hoch 1/2 Seite quer: 257 mm breit x 179 mm hoch 1/4 Seite: 125 mm breit x 179 mm hoch
Anzeigenpreise:	U4: € 5.000,- U2: € 4.500,- 1/1 Innen: € 2.500,- 1/2 Seite: € 1.400,- 1/4 Seite: € 990,-
Erscheinungstermine:	28. September 2024, 7. Dezember 2024, Anfang Februar 2025, Anfang April 2025 (Änderungen vorbehalten)
Buchungsschluss:	Jeweils sechs Wochen vor dem Erscheinungsdatum

Ballett-Jahrbuch

- Erscheinungsweise:** Das Ballett-Jahrbuch erscheint zu Beginn der 2-wöchigen Ballett-Tage am 6. Juli 2025
- Auflage/Heftformat:** ca. 1.500 Exemplare pro Saison, 210 mm breit x 265 mm hoch
- Anzeigenpreise:** U4: € 3.500,- U3: € 2.800,-
- Buchungsschluss:** Anfang Mai 2025

Programmhefte Oper und Ballett

Erscheinungsweise:	jeweils zu den Premieren im großen Haus, sowie Nachdrucke für Repertoirestücke/Neueinstudierungen. Laufzeit bis zu zwei Jahren.
Auflage:	ca. 33.900 Exemplare pro Saison, Belegung von Teilaufgaben auf Anfrage möglich
Distribution:	Verkauf an der Tageskasse sowie bei den entsprechenden Vorstellungen in den Foyers.
Heftformat	Premieren-Programmhefte Oper: 148 mm breit x 200 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.

Farbprofil:	ISO coated v2 (300%) (ECI)
Anzeigenpreise:	Ab einer Auflage von: U4: 10.000 Ex. € 345,-/Tsd. 20.000 Ex. € 330,-/Tsd. 40.000 Ex. € 315,-/Tsd. U3: 10.000 Ex. € 245,-/Tsd. 20.000 Ex. € 230,-/Tsd. 40.000 Ex. € 215,-/Tsd. U2 und Innenseite: auf Anfrage

Programmhefte Philharmonisches Staatsorchester

Erscheinungsweise:	11 x pro Saison (10 Philharmonische Doppelkonzerte und 1 Sonderkonzert). Änderungen vorbehalten.
Umfang:	16-24 Seiten
Gesamtauflage:	30.800 Exemplare pro Spielzeit
Heftformat:	148 mm breit x 200 mm hoch
Anzeigenformate:	1/1 Seite Anschnitt: Heftformat zzgl. 3 mm Beschnitt rundum
Farbprofil:	ISO coated v2 (300%) (ECI)
Anzeigenpreise:	Es ist nur eine Komplett-Belegung aller Programmhefte möglich! Motiv-Wechsel ist mit angemessenem Vorlauf möglich. U4: € 4.500,- U2/U3: € 4.000,-

Bei kombinierter Buchung von Anzeigen in den Programmheften der Staatsoper und des Philharmonischen Staatsorchesters erhalten Sie auf den Anzeigenpreis des Philharmonischen Staatsorchesters 20 % Rabatt.

Anzeigen auf den Eintrittskarten

Laufzeit:	nach Absprache
Auflage:	425.000
Format:	203 mm breit x 82 mm hoch / Druckfläche: 196,2 mm breit x 67 mm hoch
Technische Daten:	Druck auf speziellem Thermo-Papier und auf den Print@Home Tickets. 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:	3-farbig
Druckunterlagenschluss:	nach Absprache
Preis:	€ 20.800,-

Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB)

Die vorliegenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen (nachfolgend „AGB“) regeln das Verhältnis zwischen dem Verlag und dem Auftraggeber bei der Erstellung 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 widerspruchsfrei 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 Planungsagenturen.

„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 rechtzeitig 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 Druckschrift 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 Musters 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 Druckerunterlagen oder anderer Werbemittel ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Bei der Anlieferung von digitalen Druckerunterlagen 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 Druckerfolgen oder der Aufträge gehen 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 anderer Werbemittel im Rahmen der durch die Druckerunterlagen gegebenen Möglichkeiten.

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

Erspricht 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, Mangelgeschäden 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.

1. 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 die Fehlerkorrekturen, die ihm bis zum Anzeigenschluss oder innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzugs gesetzten Frist mitgeteilt werden.

2. Eine Aufgabeminderung ist nur dann ein zur Preiserminderung berechtigender Mangel, wenn sie bei einer Auflage von

• bis zu 100.000 Exemplaren mindestens 20 v. H.

• bis zu 500.000 Exemplaren mindestens 15 v. H.

beträgt. Preiserminderungsansprüche 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.

3. Die Rechnung ist innerhalb der von 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 diesbezüglichen Zahlungsanspruch gegen den Werbtreibenden sicherungshalber an den Verlag ab, der diese Abtretung annimmt. Der Verlag ist berechtigt, diese Sicherungsabtretung gegenüber dem Werbtreibenden offenanzulegen, wenn die auftraggebende Agentur sich mit der Begleichung der Rechnung des Verlages mindestens dreiflig Tage in Verlag befindet.

4. 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 Zahlungsverzins von der Vorauszahlung des Betrages zum Anzeigenschlusstermin und von dem Ausgleich offener Rechnungsbeträge abhängig zu machen. Der Auftraggeber ist zur Aufrechnung gegen Ansprüche des Verlages nur mit unstreitigen oder rechtskräftig festgestellten Ansprüchen berechtigt.

5. 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 stellt 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. Gegenstände 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 zugefertigten 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 übertragbar 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 Websites 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
Brahmsallee 103
20244 Hamburg

Tel: 040-45 06 98 03

Fax: 040-45 06 98 04

Mail: office@kultur-anzeigen.com

Stand Juli 2024