



C

CLIPS

Für die Besten

NR. 36 GÜLTIG AB 01|01|2019

Mediadaten 2019

CLIPS - HAIR UND BUSINESS FÜR DIE BESTEN

CLIPS ist für die professionelle Friseurbranche. CLIPS ist gleichermaßen Hochglanz-Fashionmagazin und businessorientiertes Fachmagazin. Mit seiner ausgewiesenen Fashionkompetenz, gepaart mit innovativen Businesssthemen in einem frischen, zeitgemäßen Look sowie vielen Stimmen aus der Branche, ist CLIPS einzigartig.

CLIPS steht dabei für Individualität, zeigt profundes Management-Know-how aber auch Produktinnovationen, Kollektionen, Wettbewerbe, Trend-Forecasts und Friseurservices. Außerdem werden erfolgreiche Konzepte bei der Aus- und Fortbildung vorgestellt.

Schon seit längerem pflegt CLIPS darüber hinaus eine enge Medienpartnerschaft mit der Intercoiffure Deutschland und unterstreicht damit seine Rolle als Fachmagazin für die Besten der Besten. CLIPS erreicht die Premiumfriseure in Deutschland!

CLIPS IST CREATIVE, COOL, COLORFUL, CLEVER, CLASSY, CHIC, COSMOPOLITAN - COIFFURE.

CLIPS liefert Monat für Monat:

- mehr Fashion, Lifestyle und Kollektionen
- mehr Business-News, Meinungen und Informationen
- mehr Friseur-Statements, Interviews und Ansichten



AUSGABE 1 | JANUAR

- Fashion-Edition

AUSGABE 2 | FEBRUAR

- Spray, Mousse, Gel: Styling-Helfer
- Die neuen Seminare 2019
- Runway-Report: Fashion Week Berlin

AUSGABE 3 | MÄRZ

- New Color:
Trends für Haare und Make-up

AUSGABE 4 | APRIL

- Extension-High-Style:
Hochzeits- und Frühlingslooks
- Salon- und Einrichtungskonzepte

AUSGABE 5 | MAI

- Mehr Volumen und Pflege!
- Sunshine-Specials

AUSGABE 6 | JUNI

- Männerwelten:
Trends und Salonkonzepte

AUSGABE 7 | JULI

- Fashion-Edition

AUSGABE 8 | AUGUST

- Back to nature: Nachhaltigkeit
und Natürlichkeit
- Runway-Report: Fashion Week Berlin

AUSGABE 9 | SEPTEMBER

- Color-Inspiration
- Treatments und Anti-Aging

AUSGABE 10 | OKTOBER

- Extensions, Zweithaar

AUSGABE 11 | NOVEMBER

- Salonkonzepte: New Design

AUSGABE 12 | DEZEMBER

- Tools: Scheren, Rasierer,
Föhns, Glätteisen

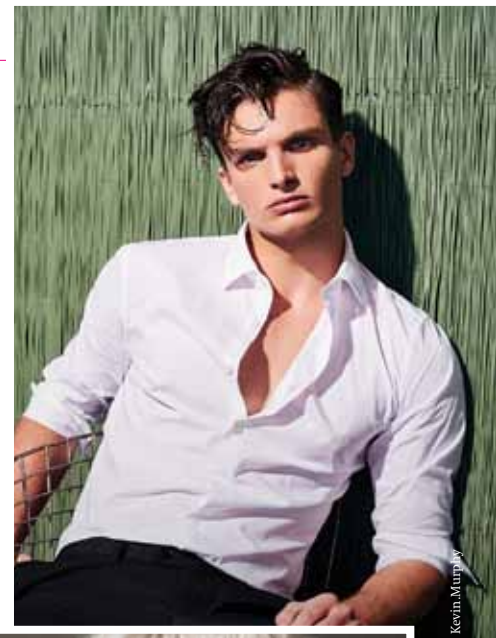
NICHT DAS PASSENDE UMFELD DABEI?

Sprechen Sie mit uns
Chefredaktion: Petra Weinzierl
Tel. 0 40 / 656 17 52
petra.weinzierl@clips-online.de
Anzeigen: Hansjörg Schmidt
Tel. 0 75 31 / 81 22 33
hjschmidt@clips-online.de



TERMINE

AUSGABE	ERSCHEINUNGS-DATUM	REDAKTIONS- UND ANZEIGENSCHLUSS	DRUCKDATEN-SCHLUSS
12/18	01. Dezember 2018	25. Oktober 2018	09. November 2018
1/19	02. Januar 2019	23. November 2018	05. Dezember 2018
2/19	01. Februar 2019	20. Dezember 2018	09. Januar 2019
3/19	01. März 2019	24. Januar 2019	08. Februar 2019
4/19	01. April 2019	25. Februar 2019	08. März 2019
5/19	02. Mai 2019	25. März 2019	09. April 2019
6/19	01. Juni 2019	25. April 2019	09. Mai 2019
7/19	01. Juli 2019	24. Mai 2019	08. Juni 2019
8/19	01. August 2019	25. Juni 2019	09. Juli 2019
9/19	01. September 2019	25. Juli 2019	09. August 2019
10/19	01. Oktober 2019	24. August 2019	09. September 2019
11/19	02. November 2019	25. September 2019	09. Oktober 2019
12/19	02. Dezember 2019	25. Oktober 2019	08. November 2019



VERLAG

ORBIS-WERBUNG GmbH & Co. KG
Neuhauser Str. 21, 78464 Konstanz

HERAUSGEBER / VERLEGER

Dr. Dirk S. Heizmann

VERLAGSLEITER

Tobias Klumpp

CHEFREDAKTION

Petra Weinzierl
Tel. 0 40 / 656 17 52
petra.weinzierl@clips-online.de

ANZEIGEN

Hansjörg Schmidt
Tel. 0 75 31 / 81 22 33
hjschmidt@clips-online.de

INTERNET

www.clips-online.de

ERSCHEINUNGSWEISE

12 x jährlich, jeweils am Monatsersten

VERBREITETE EXEMPLARE

ca. 13.500 Exemplare*

FORMATE

Zeitschriftenformat: 220 mm breit, 297 mm hoch
Satzspiegel: 199 mm breit, 264 mm hoch
Spaltenbreite: 4 Spalten zu je 48 mm
Angeschnittene Anzeigenseiten:
plus 3 mm Beschnitt an allen Seiten

JAHRESABOPREIS

78,- Euro in Deutschland (inkl. MwSt. und
Versandkosten). Ausland auf Anfrage.

DRUCKVERFAHREN, FARBSKALA & VERARBEITUNG

Bogenoffset, Europaskala DIN 16539,
Klebebindung

RÜCKTRITTSRECHT

Zu den jeweiligen Anzeigenschlussterminen,
sofern schriftlich zugesagt.
Premiumplatzierungen nur als Festbuchung.

ZAHLUNGSBEDINGUNGEN

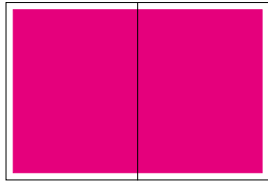
Innerhalb von 30 Tagen nach Rechnungs-
datum rein netto.

UMSATZSTEUERIDENTIFIKATIONS- NUMMER

USt-Ident-Nr. DE280647548

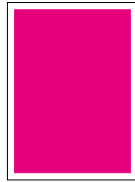
* Stand: 1. August 2017. Verlagsplanung für die verbreiteten
Exemplare 2018 (Aboexemplare, Mitgliederexemplare, Werbe-
exemplare, sowie Verbreitung über Schulen und Messen,
etc.) ohne Garantie

ANZEIGENFORMATE|ANZEIGENPREISE



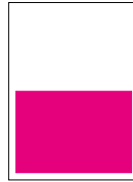
2/1 SEITEN

440 x 297 mm*
4c € 8.640,-



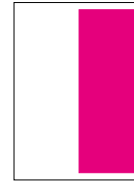
1/1 SEITE

220 x 297 mm*
199 x 264 mm
4c € 4.320,-



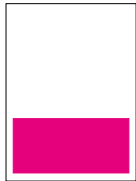
1/2 SEITE

220 x 148 mm*
199 x 128 mm
4c € 2.160,-



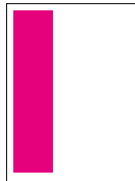
1/2 SEITE

109 x 297 mm*
99 x 264 mm
4c € 2.160,-



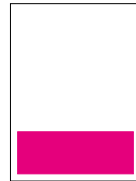
1/3 SEITE

220 x 102 mm*
199 x 92 mm
4c € 1.440,-



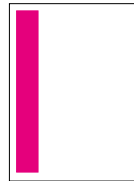
1/3 SEITE

74 x 297 mm*
65 x 264 mm
4c € 1.440,-



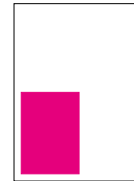
1/4 SEITE

220 x 74 mm*
199 x 69 mm
4c € 1.080,-



1/4 SEITE

52 x 297 mm*
48 x 264 mm
4c € 1.080,-



1/4 SEITE

109 x 148 mm*
99 x 128 mm
4c € 1.080,-

TECHNISCHE ANGABEN FÜR DIGITALE ANZEIGENDRUCK-UNTERLAGEN

PDF bzw. PDF/X-3 Composite-Dateien als Einzelseiten nach ISO 12647-2 Stand 2004 (BDV/Fogra Offsetstandard), in CMYK, 2400 dpi, 175 lpi, + 3 mm Beschnitt, inkl. Schnittmarken, Kompatibilität Acrobat 4.0 (PDF 1.3).

Bitte geben Sie im Dateinamen den Absender und die Ausgabe-Nr. an. Andere Dateiformate nur nach vorheriger Absprache. Die Kosten für die Erstellung von PDF/X-3 Dateien und eine eventuell anfallende Bearbeitung werden von uns berechnet.

ÜBERMITTLUNG VON DIGITALEN ANZEIGENDRUCKUNTERLAGEN

E-Mail: hjschmidt@clips-online.de
Tel. bei Rückfragen: 0 75 31 / 81 22 33

Einen farberverbindlichen Proof mit Ugra/Fogra Medienkeil nach ISOcoated_v2_eci.icc Standard per Post an:

ORBIS-WERBUNG GmbH & Co. KG
Neuhauser Str. 21, 78464 Konstanz

* Beschnittzugabe: 3 mm an allen Seiten bzw. den Aussenseiten

Zuschläge für Sonderfarben auf Anfrage.

Alle Preise verstehen sich in Euro zuzüglich der jeweils gültigen gesetzlichen Mehrwertsteuer.

PREMIUMPLATZIERUNGEN



TITEL-BANDEROLE

Preis auf Anfrage



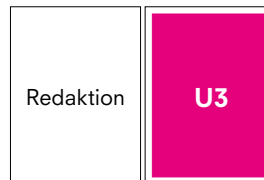
TITEL-BOOKLET

Preis auf Anfrage



2. UMSCHLAGSEITE

Verfügbarkeit
auf Anfrage
€ 5.410,-



3. UMSCHLAGSEITE

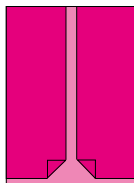
Verfügbarkeit
auf Anfrage
€ 4.930,-



4. UMSCHLAGSEITE

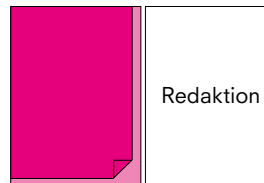
Verfügbarkeit
auf Anfrage
€ 5.410,-

Bei Anzeigen mit besonderer Platzierungsvorschrift außer den oben bereits aufgeführten werden die Grundpreise um 15 % erhöht.



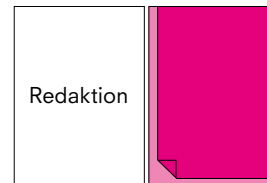
TITEL-ALTARFALZ

Preis auf Anfrage
Titelgestaltung in Absprache
mit dem Verlag



AUSKLAPPBARE 2. UMSCHLAGSEITE

(3 Seiten)
€ 15.000,-



AUSKLAPPBARE 4. UMSCHLAGSEITE

(4 Seiten)
€ 18.800,-

Alle Preise verstehen sich in Euro zuzüglich der jeweils gültigen gesetzlichen Mehrwertsteuer.

BEILAGEN

Maximalformat 210 mm breit, 287 mm hoch,
Minimalformat 105 mm breit, 148 mm hoch

bis 25 g Gewicht	180,- € /%
25g bis 50 g Gewicht	230,- € /%
50g bis 75 g Gewicht	280,- € /%

Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Beilagenmusters und dessen Billigung bindend.

BEIKLEBER

Auf einer separat berechneten
1/1-Trägeranzeige, Karte bis 20 g,
maschinell verarbeitet 76,- € /%
Abweichende Formate und Ausführungen
(Booklets, Warenproben, etc.) auf Anfrage.

BEIHEFTER

2 Seiten 200,- € /%
4 Seiten 240,- € /%
Weitere Preise auf Anfrage.

ALLGEMEINE ANGABEN

Beilagen, Beihefter und Beikleber sind nicht rabattfähig und können nicht in bestehende Abschlüsse einbezogen werden.

BEILAGENANLIEFERUNG

Wir akzeptieren in der Regel ausschließlich Teilbeilagen. Liefermenge an Druckerei auf Anfrage bzw. siehe Auftragsbestätigung

Lieferung zum Druckunterlagenschluss an:
W. Kohlhammer Druckerei GmbH + Co. KG
Augsburger Straße 722
70329 Stuttgart

Werbliche Anzeigen in Rubriken
(z.B. Schulen/Seminare, Marktplatz)
Grundpreis pro mm Höhe: € 2,10 (s/w)
auf Basis 1-spaltig mit Breite 42 mm.
Mindestabnahme: 30 mm, 1-spaltig
30 % Zuschlag für jede weitere Farbe
aus der Euroskala (max. 75 % bei 4c)
Chiffre-Gebühr: 35,- €

RABATTE

» Mengenstaffel	
ab 2 Seiten	5 %
ab 3 Seiten	8 %
ab 6 Seiten	12 %
ab 10 Seiten	15 %
» Malstaffel	
ab 2-maliges Erscheinen	5 %
ab 3-maliges Erscheinen	8 %
ab 6-maliges Erscheinen	12 %
ab 10-maliges Erscheinen	15 %

Rabatte gelten bei Abnahme innerhalb eines Abschlussjahres. Keine Rabatte werden gewährt auf Premium-Platzierungen und Ad Specials sowie Beihefter, Beilagen und Beikleber.

Alle Preise verstehen sich in Euro zuzüglich der jeweils gültigen gesetzlichen Mehrwertsteuer.

ONLINE-WERBUNG

ONLINE-WERBUNG AUF WWW.CLIPS-ONLINE.DE

Bezeichnung	Formate	Dateiformat	Platzierung	Preis pro Monat
Supersize Banner	600 x 160 pixel	JPG/GIF	Seitenkopf	€ 850,-
Wide Skyscraper	160 x 600 pixel	JPG/GIF	Rechte Spalte	€ 850,-
Banner	234 x 234 pixel	JPG/GIF	Mittlere Spalte	€ 450,-
Advertorial	PR-Artikel	durch uns erstellt	Im Textteil	€ 800,-

Alle Preise verstehen sich in Euro zuzüglich der jeweils gültigen gesetzlichen Mehrwertsteuer.



Photo: Torsen Gülsdorf; Hair: Deiter Gehlhaar



Photo: Goldwell



Photo/Hair: Marc Kluckert; Model: Arian Shabani

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

1/1 Definitionen

„AGB“ meint die nachfolgenden Geschäftsbedingungen der ORBIS-WERBUNG GmbH & Co. KG für deren Publikationen.

„Agentur“ meint Agenturen, die mit der Auftragserteilung in eigenen oder fremden Namen beauftragt sind. „Auftraggeber“ meint ein Auftraggeber, für den eine von ihm beauftragte Agentur als Auftraggeberin 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 Agentur; auf der 2. Stufe zwischen der Agentur und dem Agenturkunden. „Auftraggeber“ meint den Vertragspartner der ORBIS-WERBUNG GmbH & Co. KG (Agentur oder Direktkunde des Verlags). „Direktkunde“ meint einen Auftraggeber, mit dem ein direktes Vertragsverhältnis mit dem Verlag besteht. Das gilt auch dann, wenn eine Agentur als Stellvertreterin eingeschaltet hat, die den Auftrag in seinem Namen abschließt (§ 164 BGB). „Publikation“ meint eine vom Verlag vermarktete Print- oder Digital-Publikation. „Verlag“ meint die ORBIS-WERBUNG GmbH & Co. KG, Neuhauserstraße 21, 78464 Konstanz; Sitz der Gesellschaft: Konstanz; Amtsgericht Freiburg i. Br., HRA Nr. 38 03 63; Persönlich haftende Gesellschafterin: Terra Verlag GmbH; Geschäftsführer: Dr. Dirk Heizmann

2/ Geltungsbereich

2.1 Diese AGB gelten für Anzeigenaufträge, Beilagenaufträge, Aufträge bezüglich sonstiger Werbemittel 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 Verlags zu den einzelnen Zeitschriften als wesentlicher Vertragsbestandteil. Entgegenstehende 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 entgegenstehender oder von diesen AGB abweichender 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 Textfax aufgegeben werden. Der Vertrag kommt mit der Annahme des Anzeigenauftrags durch den Verlag zustande. Die Annahme kann durch Auftragsbestätigung oder Rechnungsstellung 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 Verlags 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.) zusätzliche Bearbeitungskosten an. Ein Auftrag, der ohne Vorlage des Anzeigentextes oder eines Beilagenmusters erteilt wurde, gilt unter dem Vorbehalt als zustimmend, dass der Verlag gegen den Text oder die Form der Werbung keine Einwendungen erhebt.

3.4 Kommt der Vertrag mit einer Agentur zustande, tritt die Agentur mit Zustandekommen des Auftrages ihren diesbezüglichen Zahlungsanspruch gegen den 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 Verlags mindestens 30 Tage in Verzug befindet.

4/ Ablehnung von Aufträgen

4.1 Bei einem Abschluss über mehrere Veröffentlichungen, zu denen die Texte nachträglich eingereicht werden, kann der Verlag die Durchführung eines einzelnen Auftrags wegen Bedenken gegen den Text oder die Form oder wegen Unvereinbarkeit mit anderen Werbung aufgeben bzw. zeitlich verschieben, ohne dass hierdurch der Gesamtschluss berührt wird.

4.2 Der Verlag behält sich generell vor, Aufträge - auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses - wegen ihres Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach sachgemäßem Ermessen abzulehnen (bzw. bis zu einer Korrektur zurückzustellen), insbesondere wenn der Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung aus anderen Gründen für

den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Vertretern aufgegeben werden. Die Ablehnung eines Auftrags wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

4.3 Der Auftraggeber hat keinen Anspruch darauf, dass der Verlag Aufträge Dritter mit vergleichbarem Inhalt ablehnt.

5/ Widerrufsrecht für Verbraucher

Die Widerrufsbelehrung für Verbraucher wird diesen in einem separaten Dokument vom Verlag zur Verfügung gestellt.

6/ Gestaltung der Anzeige

6.1 Enthält 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 Preisberechnung die tatsächliche Abdruckgröße zugrunde gelegt. Die jeweiligen Anzeigenmindestgrößen sind den Preisangaben der betreffenden Publikation (Zeitschriften) zu entnehmen. Seitenanteilige Formate können nicht miteinander verbunden und abgerechnet werden.

6.2 Der Verlag ist berechtigt, bei Anzeigen, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als Anzeige erkennbar 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 erreichbare Heft realisiert. Der Verlag kann die Ausführung des Auftrags bis zur vollständigen Bezahlung der Vergütung zurückstellen. Anspruch auf Veröffentlichung oder Beilage in bestimmten Heften oder an bestimmten 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 Auftraggeber wachsen daraus keinerlei Ansprüche 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 elektronisch übermittelt oder in Druckschrift angenommen werden. Der Verlag haftet nicht für Übermittlungsfehler, insbesondere bei telefonisch durchgegebenen oder handgeschriebenen zusätzlichen Anweisungen.

8.3 Bei digital angelegten Druckunterlagen gewährleistet der Verlag die drucktechnisch einwandfreie Erfüllung des Auftrags nur, wenn vorseitens des Auftraggebers 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 Verlag keine Haftung für das Druckergebnis. Die Anlieferung offener Daten erfolgt auf eigenes Risiko des Auftraggebers. Anzeigen, die Sonder- oder RGB-Farben enthalten, werden in CMYK umgesetzt. Für eventuell dadurch bedingte Farbabweichungen 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 Änderungen der Druckunterlagen hat der Auftraggeber zu tragen. Eine überdurchschnittlich aufwendige Bearbeitung von Druckunterlagen und überdurchschnittlich 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 vorseitens des Verlags nicht erfolgt. Korrekturabzüge werden dem Auftraggeber mit dem Verlag mit der 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 Monate 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. Einschreibebriefe 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 Auftraggebers das Recht vor, die eingehenden Angebote zur Ausschaltung von Missbrauch des Chiffredienstes zu Prüfzwecken zu öffnen. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.

12/ Veröffentlichung in Online-Medien

Der Auftraggeber gestattet dem Verlag, die Anzeigen als Bestandteil der digitalen 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 Publikation besteht nur, wenn der Auftraggeber die Veröffentlichung ausdrücklich gebucht hat.

13/ Belegexemplare

13.1 Soweit nicht auf Wunsch, der vom Auftraggeber zusammen mit der Auftragserteilung dem Verlag mitzuteilen ist, einen Anzeigeblock, je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrags werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlags 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 Anzeigepaketten schließen. Ein Anspruch auf Abschluss einer solchen Vereinbarung besteht nicht.

14.2 Soweit nicht ausdrücklich anderes ausgewiesen ist, beziehen sich die Rabattstaffeln in den Preislisten auf die Schaltung für einen Werbungtreibenden je Insertionsjahr. Rabatte werden, mit Ausnahme der nachfolgenden Regelungen, nicht gewährt für Werbungtreibende, die für andere Werbungtreibende Anzeigenaufträge erteilen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen. Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung (so genannter Konzernrabatt) beansprucht, ist der schriftliche Nachweis der Konzernzugehörigkeit erforderlich. Konzernverbundene Unternehmen im Sinne dieser Vorschrift sind Unternehmen, zwischen denen eine kapitalmäßige Beteiligung von mindestens 50 % besteht. Der Nachweis über die Konzernzugehörigkeit ist spätestens bis zum Ende des Insertionsjahres vorzulegen. Ein späterer Nachweis 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 unverzüglich 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 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 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 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 ist sicher, dass die von ihm zugelierten 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 erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte. Dazu gehört insbesondere das Recht zur 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

Da Beilagen maschinell in die Print-Publikation eingelegt werden, übernimmt der Verlag nur dann die Gewähr für das ordnungsgemäße Einlegen, wenn die vom Auftraggeber beizustellenden Beilagen sachgemäß verpackt, unbeschädigt und genau gefalzt angeliefert werden. Bei der Annahme von angelieferten Beilagen kann die Stückzahl vom Verlag nicht kontrolliert werden, die Unterzeichnung auf dem Lieferchein bedeutet deshalb keine Bestätigung der Stückzahl. Unvollständige oder unrichtige Angaben auf Fremddruckereim 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, muss die Beilage manuell in die Print-Ausgabe einsortiert werden; diese Dienstleistung erbringt der Verlag nur nach ausdrücklicher Absprache 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 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 Fehlern zu überprüfen und übernimmt dafür weder ausdrücklich noch konkludent Gewähr oder Haftung.

18.1.2 Sofern nicht ausdrücklich in den Medienaten einer Publikation auf den IVW verwiesen wird, unterliegen die Publikationen nicht dem IVW-Kontrollsystem.

18.1.3 Die Bezeichnung „verbreitete Exemplare“ in den Medienaten einer Publikation gibt die Zahl der Exemplare einschließlich Freistücke (Beleg- und Werbeweitere Exemplare) an, die nach der Planung (Prognose) des Verlags in Umlauf gebracht werden sollen. Die tatsächlich verbreiteten Exemplare können von den prognostizierten Zahlen abweichen. Bei den publizierten Auflagenzahlen in den Medienaten handelt es sich dementsprechend nur dann um Garantiauflegen, wenn diese ausdrücklich als „Garantieauflege“ bezeichnet sind.

18.1.4 Die Auflagenhöhe der Publikationen können Schwankungen unterliegen. Sofern in den Medienaten nicht ausdrücklich eine Auflagenzahl als Garantieauflege bezeichnet ist, handelt es sich bei den Angaben zur Auflagenprognose um Planzahlen (Prognosen) entweder für Ausgaben oder für einen Zeitraum, in dem sich mehrere Ausgaben berechnen können, deren Erreichen vom Verlag nicht zugesichert wird und deren Nichterreichen den Auftraggeber nur dann zur Minderung berechtigt, wenn die tatsächlich verbreiteten Exemplare (einschließlich Freistücke) 40% unter der in den Medienaten publizierten Planzahl liegen. Eine Auflagenminderung aus Gründen der Ziffer 19.2 bleibt unberücksichtigt. Zudem sind bei Abschluss 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 Insertionsjahres die Garantieauflege unterschritten wird. Eine Auflagenminderung tritt nur dann ein zur Preiserminderung berechtigender Mangel, wenn und soweit sie bei einer Garantieauflege bis zu 50.000 Exemplaren mindestens 20 v.H., bei einer Garantieauflege bis zu 100.000 Exemplaren mindestens 15 v.H., bei einer Garantieauflege bis zu 500.000 Exemplaren mindestens 10 v.H., bei einer Garantieauflege über 500.000 Exemplaren mindestens 5 v.H. beträgt. Eine Auflagenminderung aus Gründen der Ziffer 19.2 bleibt unberücksichtigt.

Als Garantieauflege gilt die in der Preisliste einer Publikation des Verlags oder auf andere Weise ausdrücklich als solche bezeichnete „Garantieauflege“. Zudem sind bei Abschlüssen Preiserminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Garantieauflege 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 Auflagenzahlen als „Garantieauflege“ veröffentlichen: Abweichend von Ziffer 18.1.5 berechtigt eine Auflagenminderung bei Titeln, die heftbezogene Auflagenzahlen als Garantieauflege veröffentlichen, nur dann zu einer Preiserminderung, wenn und soweit sie bei einer Auflage (Garantieauflege) von bis zu 500.000 Exemplaren 10 v.H. (Schwankungsbreite) und bei einer Auflage (Garantieauflege) von bis zu 100.000 Exemplaren 5 v.H. (Schwankungsbreite) unterschritten wird. Als Garantieauflege gilt die in der Preisliste einer Publikation des Verlags oder auf andere Weise ausdrücklich als solche bezeichnete „Garantieauflege“.

Eine Auflagenminderung aus Gründen der Ziffer 19.2 bleibt unberücksichtigt.

Voraussetzung für einen Anspruch auf Preiserminderung ist ein rabattfähiger Abschluss auf Basis der Mengenschlüssel 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 Auflagenüberr- und Auflagenunterschreitungen der belegten Ausgaben innerhalb des Insertionsjahres. Ein Anspruch auf Rückvergütung ist innerhalb eines halben Jahres nach Ablauf des Insertionsjahres geltend zu machen. Die Höhe der Rückvergütung ergibt sich aus dem Umfang der saldierten Auflagenunterschreitung außerhalb der Schwankungsbreite.

Wird dem Auftraggeber nicht nur ein Rabatt nach Listenpreis, sondern auf individuelle Sonderpreise ein Sondervergütungs-Rabatt seitens des Verlags gewährt, ist der Verlag berechtigt, vor Zahlung der Rückvergütung den durch die Gewährung des außerordentlichen Rabatts gegenüber den Listenpreisen ersparten Betrag von dem rückzuvergütenden Betrag abzuziehen.

Ein Anspruch auf Rückvergütung besteht nur, wenn die Rückvergütungssumme mindestens 2.500 € beträgt.

18.1.7.1 Die mögliche Auflagenminderung in diesen AGB und 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. Bestandung offensichtlicher Mängel müssen dem Verlag innerhalb einer Woche nach Empfang des Belegs erklärt werden, die mögliche Mängel innerhalb der geltenden Verjährungsfrist. Die Haftung für Mängel in Bezug auf die elektronische Lesbarkeit von abgedruckten QR-Codes ist - vorbehaltlich einer Haftung des Verlags 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 Verlags bestellend, gilt Folgendes:

18.2.1 Die Online-Werbung wird in einem dem üblichen technischen Standard entsprechenden Maße wiedergegeben. Eine jederzeitige und vollständig fehlerfreie Wiedergabe kann der Verlag jedoch nach 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 Verlags liegende Ursachen bedingt wird: Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungsoftware (z. B. Browser) oder Hardware des Users oder des Internetdienstleisters, Störung der Kommunikationsnetze, Rechnerausfall auf Grund von Systemversagen oder Leistungsversagen, unvollständige und/oder nicht aktualisierte Zwischenspeicherung auf Proxy-Servern oder im lokalen Cache oder durch einen Ausfall des vom Verlag genutzten Ad-Server, der nicht länger als 24 Stunden (24 Stunden geocached) innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der vertraglich vereinbarten Schaltung der Anzeige andauert.

18.2.2 Bei einem Ausfall des Ad-Server über einen erheblichen Zeitraum (mehr als 10 % der gebuchten Zeit einer zeitgebunden 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 mangelfreie erneute Schaltung der Online-Werbung; dies gilt nicht, wenn die erneute Schaltung für den Verlag unzumutbar ist, insbesondere wenn sie einen unzumutbar hohen Aufwand verursacht. Die Leistungserbringung der erneuten Schaltung ist von dem Auftraggeber, wenn hierfür gestellten angemessenen Frist vor oder hat die erneute Schaltung der Werbung für den Auftraggebers kein Interesse, oder ist eine erneute Schaltung dem Verlag unzumutbar, so kann der Auftraggeber vom Vertrag zurücktreten und 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 Vorbringen des Verlags 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 grob fahrlässige Pflichtverletzung des Verlags oder seiner Vertreter oder Erfüllungsgehilfen beruhen, sowie für Schäden bei Nichterteilung einer vom Verlag gegebenen Garantie oder wegen arglistig verschwiegener Mängel. Der Verlag haftet unter Begrenzung auf Ersatz des vertragstypischen, vorhersehbaren Schadens für solche Schäden, die auf einer leicht fahrlässigen Verletzung wesentlicher Vertragspflichten durch ihn oder seine gesetzlichen Vertreter oder Erfüllungsgehilfen beruhen. Vertragswesentliche Pflichten sind die Pflichten, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrags 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 und anderen Umständen, die der Haftung des Verlags und Vertreters nicht zurechenbar sind, haftet der Verlag nicht.

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

20/ Datenschutz / Eingesandetes redaktionelles Material / Urheberrecht / Marken

20.1 Die Orbis Werbung GmbH & Co. KG, Zeitschrift Clips, fordert grundsätzlich Dritte nicht auf, mit ihr in Kontakt zu treten und ihr persönliche Daten gleich welcher Art zu übermitteln. Wenn Sie dies dennoch tun, so erklären Sie mit Ihrer Kontaktaufnahme, dass sämtliche persönlichen Daten rein freiwillig übermittelt werden. Sie stimmen zu, dass Ihre personenbezogenen Daten zum Zwecke des Kontaktes mit Ihnen und für die Sie persönlich zugeschnittene Werbung und Marktforschung von der Orbis Werbung GmbH & Co. KG erhoben, gespeichert, verarbeitet und genutzt sowie falls erforderlich an Dritte weitergegeben werden. Diese Einwilligung kann jederzeit widerrufen werden (es reicht eine Mail an info@terra-verlag.de). Dies führt zu einer Löschung der uns übersendeten persönlichen Daten. Unsere Datenschutzerklärung finden Sie unter <https://www.orbis-werbung.de/cms/datenschutz/>.

20.2 Die Orbis Werbung GmbH & Co. KG Zeitschrift Clips, fordert grundsätzlich Dritte nicht auf, dem Verlag Material gleich welcher Art (z.B. Bilder, Texte, Warenproben, u.ä.) zu übersenden. Falls Sie uns dennoch unaufgefordert Material übersenden, so übernehmen wir hierfür keinerlei Gewähr oder Haftung irgendwelcher Art (z.B. bei Beschädigung oder Verlust u.ä.) und wir senden dieses Material nur zurück, wenn uns die hierfür entstehenden Aufwendungen (z.B. Verpackung, Porti, Arbeitsaufwand u.ä.) ersetzt werden. Sofern dem Verlag unaufgefordert Material zugesandt wird, wird es ohne Rücksicht auf den Namen des Absenders, das dieses Material frei von jedweden Rechten Dritter ist und dass der Rechteinhaber dem Verlag das zeitliche, räumliche und inhaltlich unbeschränkte Recht einräumt, das zugesandete Material (Texte, Bilder, u.ä.) sowohl in unveränderter, als auch in bearbeiteter oder umgestalteter Form, z. B. in Ausschnitten oder retuschiert, zu nutzen. Dies bezieht sich sowohl auf die Nutzung in der Zeitschrift Clips als auch auf deren Website www.clips-online.de.

20.3 Alle veröffentlichte Beiträge sind urheberrechtlich geschützt. Ohne Genehmigung des Verlages ist jedwede Verwertung mit Ausnahme der gesetzlich zugelassenen Fälle, strafbar. Dies gilt auch für die Vervielfältigung per Kopie, die Aufnahme in elektronische Datenbanken und die Vervielfältigung auf Datenträger.
20.4 Eine Markenbezeichnung kann warenzeichenrechtlich geschützt sein, auch wenn bei ihrer Verwendung das Zeichen „®“ oder ein anderer Hinweis auf bestechende Rechte fehlen sollte. In Fällen höherer Gewalt besteht kein Anspruch auf Lieferung.

21/ Allgemeine Bestimmungen

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

21.2 Auf alle Streitigkeiten aus oder in Verbindung mit diesen AGB sowie aus und in Zusammenhang mit den auf deren Basis getätigten 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: August 2018

