



schluck

DAS ANSTÖSSIGE WEINMAGAZIN

Redaktionskonzept
und Metadaten 2016/2017

**„Unsere Mission:
Die Begeisterung für
Wein mit der Freude
am Leben zu verbinden.“**

schluck
DAS ANSTÖSSIGE WEINMAGAZIN

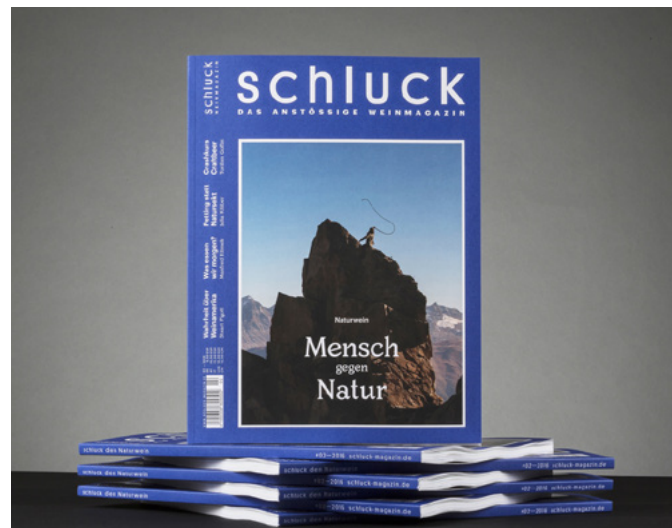
Intro.

SCHLUCK hört sich vertraut an: unmittelbar, authentisch, intensiv. Es klingt nach einer nie enden wollenden Weinverkostung, gemeinsam mit den besten Freunden.

SCHLUCK schweißt zusammen, feiert das Leben und, vor allem, die Liebe zu gutem Wein. SCHLUCK ist das pure Bekenntnis zu einer neuen, jungen Wein- & Genusskultur und richtig guten Leberwerten.

Als „das anstößige Weinmagazin“ ist SCHLUCK das Magazin der der jungen Avantgarde - wobei jung nichts mit dem Alter zu tun hat!

Ein Titel, der seinen Inhalten und Protagonisten auf den Grund geht. Der Titel von und für ambitionierte Wein- und Lebenskünstler.



Redaktionelles Konzept.

SCHLUCK ist das geschmackvoll-intensive Wein-kultur-Magazin mit breitem Themenspektrum und humorvollem Twist. Kräftig, anregend, gehaltvoll - wie ein richtig guter Wein. **SCHLUCK** verkorkt frische Perspektivenwechsel mit einem sensiblen Gespür für Menschen und gut erzählte Geschichten. Immer wieder neu, immer wieder crisp.

WEIN & LEBERKUNST

Weil wir Wein lieben, erzählt **SCHLUCK** von der puren Leidenschaft für Wein. Von den Geschichten und Geschichtchen seiner Macher und Liebhaber, von handverlesenen Manufakturen, Städten und Regionen. Von Menschen und ihrem Handwerk, vom wahren Leben mit all seinen Brüchen. **SCHLUCK** macht authentische Weinkultur erlebbar. So intensiv und subjektiv wie möglich.

LEBENS KUNST

Weil wir die schönen Dinge des Lebens lieben, ist **SCHLUCK** ein visuell getriebenes Autorenmagazin für Designbegeisterte. Die Leidenschaft für Wein trifft auf Design, Architektur, Musik und Stil. Immer wieder überraschend, immer wieder pointiert. Experimentelle Foto- und Illustrationsstrecken und humorvolle Short Cuts unterhalten mit einem Augenzwinkern. Nicht immer politisch korrekt, aber dafür um so authentischer.



schluck
DAS ANSTÖSSIGE WEINMAGAZIN

Redaktionelles Konzept.

Das Layout erlebnisintensiv und berührend, führt souverän und stilsicher durch die SCHLUCK. Emotionale Ästhetik, spielerische Kreativität und ein großzügiges Format. Ein Titel der sich als geistreiches, lässig entspanntes Weinkultur-Avantgarde-Magazin positioniert, aber auch Genussmittel für den Mainstream ist.

Ein Magazin mit lebhafter Essenz. Selbstbewusst, experimentierfreudig, bestens gelaunt, charmant und unkonventionell. SCHLUCK bringt die Dinge auf den Punkt und spricht eine lebendige, intensive, emotionale Sprache. Eine Sprache, die begeistert und Denkanstöße liefert.

Ein redaktioneller Mix der besten Wein-Autoren und Kontributoren aus zahlreichen kreativen Disziplinen. Winzerische Fachkompetenz trifft auf genreübergreifendes Know-How aus Design, Architektur und Stil, auf kreativen und inhaltlichen Austausch und smarte Experimentierfreude.

SCHLUCK das ist die Leidenschaft für guten Wein verbunden mit der Leidenschaft für hochkarätige Magazinkultur. Immer überraschend und immer intensiv.



Themenfelder.

In der Welt von SCHLUCK treffen sich Winzer und Kreative, Weinkultur und Stil, Lebensfreude und kreatives Talent. SCHLUCK bereichert die Magazinslandschaft mit einer coolen Mischung aus unkonventionellen Portraits, spektakulären Bildern, authentischen Stories. Dabei geht es um die intelligente Verknüpfung der facettenreichen Themenfelder:

WEIN

Regionen & Städte
Portraits & Persönliches
Handwerk & Unternehmertum
Heimat & Fernweh

LEBENSART

Design & Architektur
Mode & Musik
Foto- & Darstellende Kunst
Humor & Satire



Leserprofil.

Mit diesem intensiven Themenmix richtet sich SCHLUCK an kultur- und designbegeisterte Lebens- und Leberkünstler. An bekennende Genussmenschen im besten Alter zwischen 25 und 55. Urban, etabliert, anspruchsvoll.

SCHLUCK-Leser arbeiten in der freien Wirtschaft, der Agentur- und Verlagsbranche: Eine **weltoffene, stilsichere Leistungselite** mit der nötigen Kaufkraft und großem Interesse für hochwertige Genussprodukte. Slow-Food-Anhänger, die das Gute schätzen.

SCHLUCK wendet sich an **Experten der Weinwirtschaft**: Winzer, Sommeliers, Gastronomen und Weinhändler der gehobenen Gastronomie und Hotellerie. Diese sind aber nicht nur Leser, sondern auch Multiplikatoren, wenn es um die Verbreitung des Magazins geht.

Beide Zielgruppen sind geprägt von einer klaren Haltung und anspruchsvollen Werten.



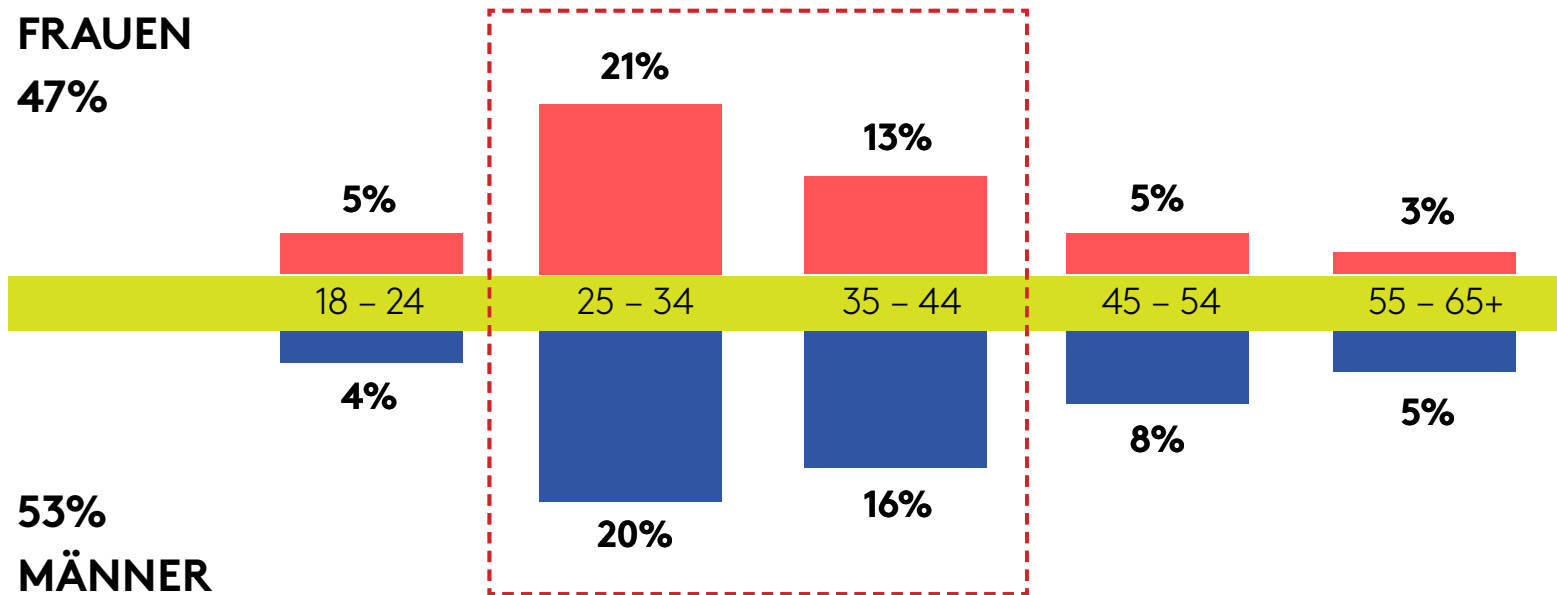
Willi Schlögl (Cordobar)



Felix Bodmann (Schnutentunker), Frank Krüger (Wein & Glas), Martin Zwick (Riesling Cup)

Leserprofil.

Zielgruppe Facebook



Macher, Kontributoren & Netzwerk.

Macher / Initiatoren

JULIA KLÜBER

Herausgeberin

Berät Unternehmen der Weinbranche weltweit bei der strategischen Ausrichtung und im Markenaufbau. Ausserdem ist sie geschäftsführende Gesellschafterin der Agentur Wine-adventures, deren Kernkompetenz in der Konzeption und Kreation von Corporate Identity und Markenerlebnissen liegen.

CHRISTIAN SCHÄRMER

Herausgeber & Art Director

Art Director, ausgebildeter Koch und Weinliebhaber. Betreibt das Designstudio Proxi.me in Berlin und Barcelona mit Schwerpunkt Corporate Branding und Editorial Design. Er unterrichtet über visuelle Systeme und Buch-/Magazindesign an Hochschulen im In- und Ausland. Er ist Mitinitiator des Contemporary Food Lab in Berlin.



v.l.n.r.: Julia Klüber, Christian Schärmer, Manfred Klimek, Paul Truszkowski

PAUL TRUSZKOWSKI

Herausgeber

Kennt den Weinhandel wie seine Westentasche. Er verantwortet den Weineinkauf eines international tätigen Fine Wine-eCommerce-Unternehmens. Seine Passion: Menschen, Orte und ihre Geschichten mit Hilfe der digitalen Medien zu kommunizieren. 2011 gründete er zusammen mit Julia Klüber die erfolgreiche Eventreihe WineVibes.

MANFRED KLIMEK

Chefredakteur

Manfred Klimek arbeitet als Fotograf und Autor. Seine Bilder erschienen u.a. im Stern, Spiegel und im Zeit-Magazin, als Autor arbeitet er u.a. für Vinum, Brand-Eins und die Zeit. Ihm kann man auch mit Fachfragen in Sachen Weinbau kommen: Klimek macht eine Rotweincuvée in der Toskana. Und einen Veltliner im österreichischen Kamptal.

Ein umfangreiches Netzwerk aus Fachautoren und Kreativen garantiert einen souveränen inhaltlichen Auftritt: **Felix Bodmann, Stevan Paul, Hendrik Haase, Sebastian Bordthäuser, Thorsten Goffin, Billy Wagner, Stuart Pigott, Johannes von Dohnanyi, Nina Wessely, Chandra Kurt, Nina Anika Klotz, Gerd Retter, Jürgen Schmücking** und viele andere werden für die Content-Erstellung aktiviert.

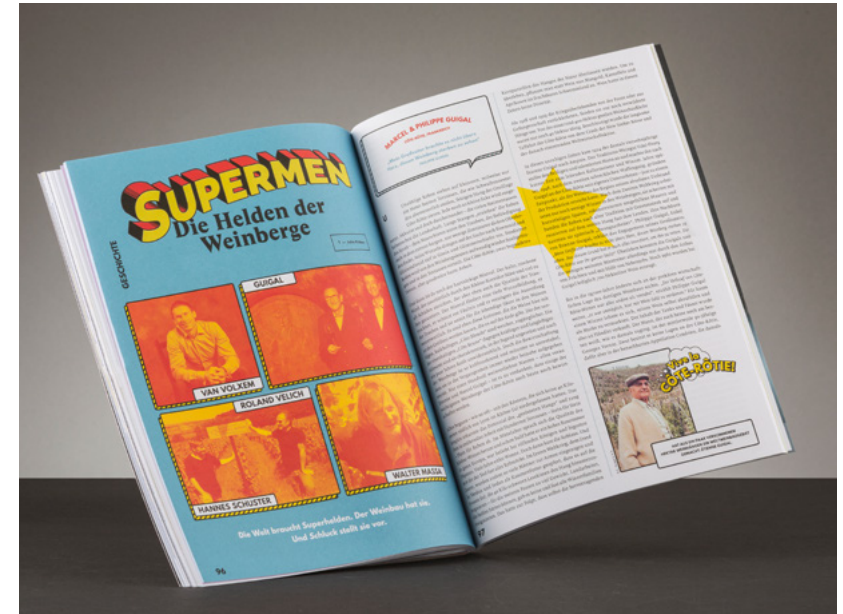
schluck
DAS ANSTÖSSIGE WEINMAGAZIN

Spezifikationen.

Format. 210 x 280mm
Seiten. 120
Sprache. Deutsch
Erscheinung. 2x jährlich
März / September
Auflage. 20.000 Stück
Ausgaben. #1: 16.09.2015
#2: 09.03.2016
#3: 12.09.2016

Nächste Ausgabe. 09.03.2017
Thema: Revolution & Veränderung

Copypreis. Deutschland: 9,50 €
Österreich: 10,00 €
Luxemburg: 10,00 €
Südtirol: 12,00 €
Schweiz: 12,00 SFR



Anzeigenformate & Preise.

Anzeige	Format im Anschnitt Breite x Höhe	Preis	
2/1 Seite	420 x 280 mm	8.500 €	
1/1 Seite	210 x 280 mm	4.900 €	
1/2 Seite hoch	105 x 280 mm	2.500 €	
1/2 Seite quer	210 x 140 mm	2.500 €	
1/3 Seite hoch	70 x 280 mm	1.900 €	
1/3 Seite quer	210 x 93 mm	1.900 €	
U2	210 x 280 mm	5.600 €	
U3	210 x 280 mm	5.600 €	
U4	210 x 280 mm	7.000 €	
Opening Spread	420 x 280 mm	9.700 €	
1/1 Advertorial	210 x 280 mm	5.000 € + 2.000 €	

Alle Preise AE-fähig.

Sämtliche Preise verstehen sich zuzüglich gesetzlicher Umsatzsteuer.

Malstaffel (Schaltung bis Ende 2017):
ab 2 Schaltungen 3%
ab 4 Schaltungen 5%

Bitte sprechen Sie uns für Sonderwünsche oder Sonderformate wie Beihefter, Beileger, Sonderfarben, etc. einfach an.

Sonderwerbformen.

SCHLUCK bietet seinen Kunden einmalige oder serielle Advertorials und Creative Spaces. Dabei geht es um Bilder, die faszinieren. Geschichten, die in Erinnerung bleiben. Advertorials ermöglichen eigene Dramaturgien, die größere Informationstiefe bewirkt eine intensive Beschäftigung mit der Werbebotschaft.

ADVERTORIALS

Diese redaktionell gestalteten Anzeigenseiten oder -strecken werden als Anzeige gekennzeichnet. Idee, Entwicklung und Umsetzung erfolgen in enger Abstimmung mit dem Kunden. Bild- und Textmaterial werden vom Kunden geliefert. Die Produktionskosten beinhalten Layout, Text sowie reprofähige Druckunterlagen. Sie sind nicht AE- oder rabattfähig. Individuelle Wünsche, wie zum Beispiel Fotoshootings oder Illustrationen, werden gesondert berechnet.

Anzeigenpreis: 5.000 EUR / Seite
Produktionskosten: nach Aufwand

CREATIVE SPACE

Professionell recherchiert, pointiert geschrieben, charmant präsentiert. Creative Space ist eine redaktionell gestaltete Strecke im Magazin von mindestens zwei Seiten, deren Grundidee durch den Kunden angeregt und dann individuell von der SCHLUCK Redaktion konzipiert und gestaltet wird. Die Inhalte werden nicht mit dem Kunden abgestimmt. Das Bild- und Textmaterial wird von der Redaktion selbstständig erstellt.

Weitere Informationen auf Anfrage

Distribution.

SCHLUCK wird in den folgenden Ländern vertrieben:
**Deutschland, Österreich, Schweiz, Luxemburg
und Südtirol.**

SCHLUCK wird über folgende Kanäle vertrieben:

- **Bahnhofs- und Flughafenbuchhandel**
- **Pressegrosso** beliefert ausgewählte Einzelhändler
- **Abonnements & Einzelheftbestellungen via www.schluck-magazin.de**

Zudem läuft der Vertrieb von SCHLUCK über ein gut gepflegtes Netzwerk von

- **Weinhändlern**
- **vinophilen Hot Spots**
- **ausgewählten Magazinläden**

sowie mittels eigenem zielgerichtetem Sondervertrieb in

- **Modeboutiquen**
- **Concept Stores**
- **Design Hotels**
- **Galerien**

Und über einen Verkaufsstand auf den **WineVibes Events**.



Kalender & Termine.

1 - Identität Herbst 2015

EVT: 16.09.2015

2 - Austausch - Schwerpunkt: Naturwein Frühling 2016

EVT: 09.03.2016

3 - Europa Herbst 2016

EVT: 12.09.2016

4 - Revolution & Veränderung Frühling 2017

EVT: 09.03.2017

Anzeigenschluss: 01.02.2017

Drucklagenschluss: 03.02.2017

5 - t.b.c. Herbst 2017

EVT: 12.09.2017

Anzeigenschluss: 01.08.2017

Drucklagenschluss: 03.08.2017

Was andere über uns sagen.



DUFTSTARS
DEUTSCHER
PARFUMPREIS
2016



VOX



ORF 1
RADIO ÖSTERREICH 1

profil

Profil - 28.11.2015

„Etwas frech im Abgang, aber gut eingebundene Säure - tolles Potenzial.“

Franfurter Allgemeine
ZEITUNG FÜR DEUTSCHLAND

FAZ - 27.09.2015

Stuart Pigott

„Hier hat sich ein Printmedium erfolgreich von der Blogger-Welt inspirieren lassen.“

ÜBER
MEDIEN

übermedien.de

Peter Breuer

„Schluck sieht aus wie ein Punk-Fanzine und fräst eine Schneise in die sonst so glatte Fressecke des Zeitschriftenregals.“

lobenbergs
GUTE WEINE

Gute Weine Lobenberg

Heiner Lobenberg

„Wie 11 Freunde für Wein: sehr witzig, intellektuell, hinter sinnig und intelligent.“

B.Z.

FLUX FM

webweinschule

Der
Schnutentunker



GOURMETWELTEN
Das Genussportal

Originalverkorkt®
Das Magazin über flüssige und überflüssige Eskapaden

Technische Daten.

Heftformat: 210 x 280mm
Satzspiegel: 190 x 260mm

Anzeigen-Datenformat:

Unseparierte PDF/X3-Dateien mit darin enthaltenen Schriften, Logos, Bildern.

Beschnittzugabe

Allseits 3 mm. Bei Anzeigen mit Beschnitt müssen werbewichtige Text- und Bildelemente ausreichend Abstand zum Nettoformat haben (mind. 10 mm).

Doppelseiten bitte als Einzelseiten abspeichern.
Eine Bunddoppelung ist nicht erforderlich.

Druckverfahren

Bogenoffset nach ISO Standard auf xx Papier (Cover 300 g/qm, Inhalt 135 g/qm).

Farbanzeigen

Nach Euro-Skala. Geringe Tonwertabweichungen sind im Toleranzbereich des Druckverfahrens begründet.

Auflösung

Bildbestandteile CT: 300 dpi, Linework LW 1200 dpi. CMYK-Modus.

Bindung

Lay-Flat-Klebebindung

Druckunterlagen

Bitte liefern Sie die Anzeigen per CD-ROM mit farbverbindlichem Proof an den Verlag. Datenübertragung (FTP bzw. E-Mail) auf Anfrage.

Auf dem Proof müssen der Name des verwendeten Farbparameters sowie die Proofbezeichnung ausgedruckt sein. Als Kontrollmittel ist der Ugra/FOGRA-Medienkeil mitzudrucken.

Mit ICC-Profilen hergestellte Daten müssen folgendes Profil aufweisen: ISO Coated v2 300% (ECI).

Ganzheitliche Kommunikation.

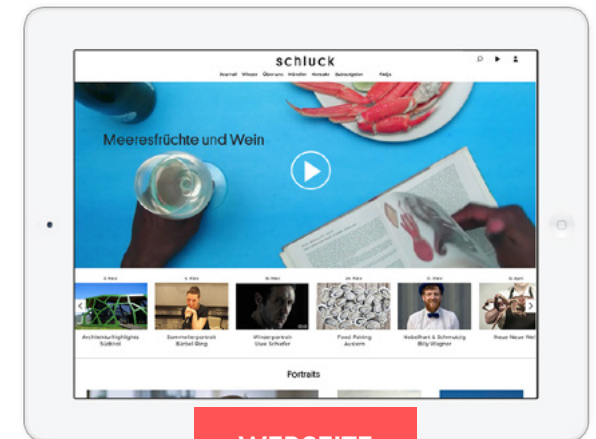
Kommunikation von A bis Z.
Aktive Bespielung diverser Kommunikations-Kanäle
und Vernetzung mit der Community.
Organisches Wachstum.



EVENTS



SOCIAL MEDIA



WEBSEITE



NEWSLETTER

schluck
DAS ANSTÖSSIGE WEINMAGAZIN

Kontakt.

SCHLUCK ging Mitte September 2015 an den Start und mischt die Magazinlandschaft gewaltig auf.

Begleiten Sie uns auf dem Weg in einen wunderbaren Neuanfang der Wein- & Genussmagazinkultur. Sie haben Interesse an einer Kooperation? Dann freuen wir uns auf Ihre Rückmeldung.

lesen@schluck-magazin.de

Wineadventures UG

Julia Klüber

Pappelallee 78/79

10435 Berlin

T +49 · (0)30 · 206 144 15

AGBs.

1. GELTUNGSBEREICH

1.1 Auf die mit dem Auftragnehmer geschlossenen Aufträge über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel in der Printpublikation SCHLUCK zum Zweck der Verbreitung (nachfolgend „Anzeigenauftrag“) finden ausschließlich diese AGB Anwendung. Der Auftragnehmer widerspricht sämtlichen entgegenstehenden und / oder zusätzlichen AGB des Auftraggebers; sie finden nur Anwendung, wenn der Auftragnehmer sich mit ihnen ausdrücklich und schriftlich einverstanden erklärt hat.

1.2 Diese AGB gelten auch für sämtliche gegenwärtigen und zukünftigen Anzeigenaufträge. Das gilt auch, wenn der Auftragnehmer den Auftraggeber bei künftigen Verhandlungen nicht nochmals auf die Anwendung dieser AGB hinweist.

2. ZUSTANDEKOMMEN UND ÄNDERUNG DES ANZEIGENAUFTRAGS

2.1 Der Vertrag kommt mit der Annahme des Anzeigenauftrags durch den Auftragnehmer zustande.

Die Annahme kann durch Auftragsbestätigung oder Rechnungsstellung erfolgen. Ein Auftrag, der ohne Vorlage des Anzeigentextes erteilt wurde, gilt unter dem Vorbehalt als angenommen, dass der

Auftragnehmer gegen den Text oder die Form der Werbung keine Einwendungen erhebt.

2.2 Der Auftragnehmer behält sich generell vor, Aufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – wegen ihres Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Auftragnehmers abzulehnen (bzw. bis zu einer Korrektur durch den Auftraggeber nicht auszuführen), wenn der Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung aus anderen Gründen für den Auftragnehmer unzumutbar ist. Ein Erstattungsanspruch des Auftraggebers besteht in diesen Fällen nicht. Die Ablehnung des Auftrags teilt der Auftragnehmer dem Auftraggeber unverzüglich mit.

2.3 Bei einem Abschluss über mehrere Veröffentlichungen („Gesamtabschluss“), zu denen die Inhalte nachträglich eingereicht werden, kann der Auftragnehmer die Durchführung eines einzelnen Auftrags wegen Bedenken gegen Text oder Form oder wegen Unvereinbarkeit mit anderer Werbung nach seiner Wahl ablehnen oder zeitlich verschieben, ohne dass hierdurch der Gesamtabschluss berührt wird.

3. UNKLARHEITEN IM ANZEIGENAUFTRAG

3.1 Anzeigen, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, macht der Auftragnehmer als solche mit dem Wort „Anzeige“ kenntlich.

3.2 Enthält der Auftrag keine Vorschriften über die Höhe, Breite und Farbigkeit einer Anzeige, so verfährt der Auftragnehmer entsprechend dem mutmaßlichen Willen des Auftraggebers. In diesem Falle ist der Auftraggeber zur Zahlung des Preises verpflichtet, der sich aus der erfolgten Größe und dem Layout der Druckanzeige ergibt.

3.3 Aufträge werden, sobald die Druckunterlagen und die Werbemittel auf dem vom Auftragnehmer vorbezeichneten Weg und in der von ihm vorgegebenen Form vollständig und ordnungsgemäß eingegangen sind, für die nächstmögliche Ausgabe realisiert. Der Auftragnehmer kann die Ausführung des Auftrags bis zur Bezahlung zurückstellen. Vom Auftragnehmer

mitgeteilte Veröffentlichungstermine für die entsprechende Anzeige sind unverbindlich und berechtigten nicht zur Lösung vom Vertrag, zur Minderung oder zum Schadensersatz, wenn der voraussichtliche Veröffentlichungstermin weniger als einen Monat überschritten wird. Ein Anspruch auf Veröffentlichung in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift besteht nur bei ausdrücklicher Vereinbarung.

3.4 Der Ausschluss von Mitbewerbern bedarf einer besonderen Vereinbarung. Er kann – soweit die Parteien nicht ausdrücklich etwas anderes vereinbaren – nur für gleiche, gegenüberliegende oder zwei unmittelbar aufeinanderfolgende Seiten erfolgen.

4. RECHTE DRITTER

4.1 Der Auftraggeber gewährleistet und sichert zu, dass er alle zur Schaltung der Anzeige und dem Vertrieb des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt, er insbesondere sämtliche erforderlichen Nutzungsrechte der Inhaber von Urheber-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechten an den von ihm gestellten Werbeunterlagen und –texten erworben hat und frei darüber verfügen kann.

5. AUFTRAGSABWICKLUNG

5.1 Für die rechtzeitige Lieferung und die einwandfreie Beschaffenheit geeigneter Druckunterlagen oder anderer Werbemittel ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Bei der Anlieferung von Druckunterlagen ist der Auftraggeber verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format und sämtlichen technischen Vorgaben des Auftragnehmers für die aktuell gültigen technischen MediaDaten entsprechende Datensätze rechtzeitig bis zum vereinbarten Druckunterlagenschluss anzuliefern. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Auftragnehmer unverzüglich Ersatz an.

5.2 Der Anzeigentext ist vom Auftraggeber vor Anlieferung an den Auftragnehmer auf Rechtschreibung und Grammatik zu prüfen. Eine Korrektur durch den Auftragnehmer erfolgt nicht.

5.3 Zur Farbabstimmung benötigt der Auftragnehmer einen stand- und farbverbindlichen Digitalproof. Ohne einen solchen Proof übernimmt der Auftragnehmer keine Gewähr für die farblich richtige Wiedergabe der Anzeige.

5.4 Korrekturabzüge liefert der Auftragnehmer nur auf ausdrücklichen Wunsch des Auftraggebers. Sendet der Auftraggeber den ihm übermittelten Korrekturabzug nicht rechtzeitig, spätestens aber fünf Wochen vor geplanter Veröffentlichung zurück, so gilt der Korrekturabzug als zum Druck genehmigt. Die Kosten für erhebliche, nicht vom Auftragnehmer zu vertretende Korrekturen, stellt der Auftragnehmer dem Auftraggeber gesondert in Rechnung. Entsprechendes gilt für sonstige Kosten des Auftragnehmers wegen vom Auftraggeber gewünschter oder nicht vom Auftragnehmer zu vertretender Änderungen der Druckvorlagen; diese hat der Auftraggeber zu tragen.

5.5 Der Auftragnehmer liefert nach dem Erscheinen der Anzeige kostenlos ein Belegexemplar an den Auftraggeber. Verfügt der Auftragnehmer nicht mehr über ein Belegexemplar und kann er dieses nur zu unverhältnismäßig hohen Kosten nachproduzieren lassen, stellt er dem Auftraggeber eine rechtsverbindliche Bescheinigung über das Veröffentlichungsdatum und den Inhalt der Anzeige aus.

5.6 Vom Auftraggeber überreichte Druckunterlagen bewahrt der Auftragnehmer bis drei Mo-

nate nach Veröffentlichung der Anzeige auf und vernichtet diese sodann nach eigenem, freien Ermessen. Eine Rücksendung an den Auftraggeber erfolgt nur bei besonderer schriftlicher Vereinbarung.

6. LEISTUNGSSTÖRUNGEN

6.1 Soweit nicht anders vereinbart, gerät der Auftraggeber mit der Zahlung in Verzug, wenn er eine Rechnung nicht binnen 14 Tagen nach Eingang der Rechnung bei ihm bezahlt hat.

6.2 Liegen dem Auftragnehmer die Druckunterlagen bis zum Druckunterlagenschluss nicht oder nicht vollständig vor und kann der Auftragnehmer die hierdurch entstehenden Lücken nicht durch andere Aufträge füllen, so bleibt der Auftraggeber zur Zahlung des gesamten Anzeigenpreises verpflichtet.

6.3 Im Übrigen hat der Auftragnehmer bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, illegalem Arbeitskampf, rechtswidriger Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoffoder Energieverknappung und dergleichen - sowohl im Betrieb des Auftragnehmers, als auch bei Dritten, derer sich der Auftragnehmer zur Erfüllung des Auftrages bedient - Anspruch auf volle Bezahlung, auch wenn die betreffende Publikation mit erheblicher, über den Zeitraum von einem Monat hinaus gehender Verspätung von dem Auftragnehmer veröffentlicht worden ist. Im Übrigen besteht in den oben genannten Fällen keine Pflicht des Auftragnehmers zur Erfüllung von Aufträgen und Leistung von Schadensersatz. Insbesondere besteht kein Anspruch des Auftraggebers auf Schadensersatz für nicht veröffentlichte oder nicht rechtzeitig veröffentlichte Anzeigen oder andere Werbemittel.

6.4 Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt ist. Lässt der Auftragnehmer eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages.

7. HAFTUNG DES AUFTRAGGEBERS; FREISTELLUNGSPFLICHT

7.1 Der Auftraggeber stellt den Auftragnehmer auf erstes Anfordern von allen Ansprüchen frei, die Dritte wegen seiner Anzeige aufgrund unzulässiger Inhalte oder sonstiger Gesetzesverstöße gegen den Auftragnehmer geltend machen (Ziffer 2.2 dieser AGB). Dies gilt auch für Aufträge, die bei Vertretern aufgegeben werden.

7.2 Der Auftraggeber stellt den Auftragnehmer von allen Ansprüchen Dritter frei, die gegenüber dem Auftragnehmer wegen der Verletzung urheber-, wettbewerbs-, presse-, strafrechtlicher und sonstiger gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner stellt der Auftraggeber den Auftragnehmer von allen Kosten der Rechtsverteidigung frei. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Auftragnehmer nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen.

8. VERÖFFENTLICHUNG ALS ONLINE-PUBLIKATION

8.1 Soweit der Auftragnehmer die Anzeige aufgrund gesonderter Vereinbarung mit dem Auftraggeber zusätzlich unter www.schluck-magazin.de veröffentlicht, finden auf die Online Veröffentlichung die Bestimmungen dieser AGB entsprechende Anwendung, sofern nicht in den Ziffern 8.2. bis 8.4. etwas Abweichendes geregelt ist.

8.2 Die Internetseiten des Auftragnehmers sind urheberrechtlich geschützt. An den Inhalten der Internetseiten trägt der Auftragnehmer das alleinige Urheberrecht. Die Rechte der Auftraggeber beschränken sich auf das Einstellen und Abrufen von Werbeanzeigen. Auftraggeber und sonstige Internetnutzer sind nicht berechtigt, Inhalte der Internetseiten zu vervielfältigen oder anderweitig zu verwerten. Der Auftraggeber überträgt dem Auftragnehmer sämtliche für die Nutzung der Werbung im Rahmen des Vertragszweckes in Print- und Onlinemedien aller Art, einschließlich auf den Internetseiten des Auftragnehmers, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Bearbeitung, öffentliche Zugänglichmachung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich, örtlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrages erforderlichen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen und berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie aller bekannten Formen der Online-Medien.

8.3 Der Auftragnehmer ist berechtigt, bereits veröffentlichte Anzeigen von seinen Internetseiten zu entfernen, wenn der Auftragnehmer feststellt oder von Dritten (z. B. durch Abmahnung) darauf hingewiesen wird, dass Anzeigen gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstoßen oder deren Inhalt aus anderen Gründen für den Auftragnehmer unzumutbar ist. Das Gleiche gilt, soweit innerhalb der Anzeige des Auftraggebers eine Verlinkung auf Seiten mit unzulässigen Inhalten erfolgt ist.

8.4 Der Auftragnehmer gewährleistet eine dem üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe des Werbemittels. Dem Auftraggeber ist jedoch bekannt, dass es im elektronischen Bereich nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, ein von Fehlern vollkommen freies Programm zu erstellen. Bei einem Ausfall des Ad-Servers über einen erheblichen Zeitraum (mehr als 10 %) entfällt die Zahlungspflicht des Auftraggebers für den Zeitraum des Ausfalls in anteiliger Höhe des überschießenden Betrags einer reinen Printanzeige. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen.

9. ERFÜLLUNGORT, GERICHTSSTAND, SONSTIGES

9.1 Erfüllungsort ist Berlin. Sofern der Auftraggeber Kaufmann, juristische Person des öffentlichen Rechts oder ein öffentlich-rechtliches Sondervermögen ist, sind die Gerichte des Landes Berlin örtlich zuständig.

9.2 Die Aufrechnung des Auftragnehmers mit Gegenansprüchen oder die Geltendmachung eines Zurückbehaltungsrechts durch ihn sind nur zulässig, sofern die Ansprüche des Auftragnehmers unbestritten und fällig oder rechtskräftig festgestellt und fällig sind.

9.3 Mündliche Nebenabreden bestehen nicht.

Stand: Juni 2015