

Mediadaten 2020

Preisliste Nr. 6
gültig seit 01.01.2011



Lifestyle-
ZEITSCHRIFTEN

huss

HUSS-MEDIEN GmbH
10400 Berlin
Telefon 030 42151-447
Telefax 030 42151-293

**Kurzcharakteristik
und Zielgruppe:**

Die Zeitschrift richtet sich an Endkunden (B2C) und zur Kundenberatung im Elektro-Fachhandel.

bewusst&gesundleben

versteht sich als Ratgeber und Begleiter für eine Lebensart, die bewusst anders ist, als der allgemeine Trend zu leben. Wer sich ausgewogen und vitaminreich ernährt, sich fit hält durch Sport und Bewegung und sein Zuhause allergenarm gestaltet, lebt im Allgemeinen gesund, ist mental ausgeglichen und fühlt sich wohl. In unserer heutigen Zeit, die von Stress, Hektik und Leistungsdruck geprägt ist, bedeutet ein gesundheitsbewusster Lebensstil Wohlbefinden, Zufriedenheit und Glück.

Das Magazin wendet sich hauptsächlich an Personen in der Altersgruppe von 20 bis 69 Jahren. Die Leser haben ein ausgeprägtes Gesundheitsbewusstsein und eine hohe Qualitätsorientierung. Sie sind bereit, für Qualität und umweltfreundliche Produkte mehr Geld auszugeben.



**Themen-
schwerpunkte:**

Gesund essen



Gesund leben



Gesund wohnen



Smart Home



Termine:

Erscheinungstermin:	Mai 2020
Anzeigenschluss:	30. 04. 2020
Druckunterlagenschluss:	20. 04. 2020
Redaktionsschluss:	25. 02. 2020

Auf Wunsch erhalten Sie ausführliche Themenkonzepte unter
E-Mail: bringfriede.trester@hussmedien.de

Herausgeber: Dipl.-Ing. (FH) Christoph Huss

Verlag: HUSS-MEDIEN GmbH
Am Friedrichshain 22
10407 Berlin
Telefon: 030 42151-0
Telefax: 030 42151-293

Projektleitung: Bringfriede Trester (verantwortlich) ☎ -447
E-Mail: bringfriede.trester@hussmedien.de

Gestaltung: Geertje Steglich
E-Mail: geertje.steglich@arcor.de

**Erscheinungsweise
je Ausgabe:** 1× jährlich

**Druckauflage
je Ausgabe:** 60.000 Exemplare

Vertrieb je Ausgabe: Um die geplante Auflage optimal zu streuen und so den Leserkreis zu erhöhen, haben wir unseren Vertrieb auf drei Kanäle aufgeteilt:

25.000

Exemplare

über den Kiosk an allen Bahnhöfen und Flughäfen im gesamten Bundesgebiet

5.000

Exemplare

als Bordexemplare

30.000

Exemplare

über den Lesezirkel Weissgerber in den Städten Berlin, Hamburg, München, Frankfurt, Stuttgart, Dresden und Leipzig (Das Heft wird jeweils mit Originaltitel ohne Lesezirkel-Umschlag u. a. in Arztpraxen, Anwaltsbüros, Autohäuser, Cafés, Friseur- und Kosmetiksalons sowie Fitnessstudios ausgelegt.)

Einzelverkaufspreis: 4,80 € inklusive MwSt. zuzüglich 1,80 € Porto- und Versandanteil

Format	Breite x Höhe* in mm	sw in €	4-farbig** in €
 1/1 Seite	210 x 297	6.050,-	7.190,-
 1/2 Seite	106 x 297 (hoch) 210 x 143 (quer)	3.225,-	4.365,-
 1/3 Seite	70 x 297 (hoch) 210 x 106 (quer)	1.440,-	2.200,-
 1/4 Seite	56 x 297 (hoch) 210 x 83 (quer)	1.110,-	1.890,-

* Anschnittformat plus 3 mm Beschnitt allseitig ** Farbzuschläge nicht rabattfähig

Vorzugsplatzierungen: 4. Umschlagseite 8.500,- €
2. Umschlagseite 8.500,- €
Titelseite inklusive Gatefolder auf Anfrage

Themenspezifische Werbeseite: Bei Anlieferung von Text- und Bildmaterial gestalten wir eine themenspezifische Werbeseite nach Ihren Wünschen. Nach Fertigstellung erhalten Sie ein PDF zur Ansicht und Druckfreigabe.
1/1 Seite 4c 6.500,- €
1/2 Seite 4c 3.200,- €
inklusive Layout- und Herstellerkosten

Zeitschriftenformat: 210 mm breit x 297 mm hoch, DIN A4

Druck- und Bindeverfahren, Druckunterlagen: Offsetdruck, Klebebindung
Druckunterlagen bitte in digitaler Form mit verbindlicher Farbvorlage.

Zahlungsbedingungen/ Bankverbindung: Commerzbank
Konto-Nr.: 976005900
BLZ: 120 400 00
IBAN: DE88 1204 0000 0976 0059 00
BIC: COBADEFFXXX
USt-Ident-Nr.: DE 137189299
14 Tage nach Erhalt der Rechnung netto.
Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

	Werbeform	Format (Breite x Höhe)	Platzierung	Preis pro Monat
	Full Banner	468 x 60 Pixel	gesamte HP oben oder im Content	700,- €
	Half Banner	234 x 60 Pixel	gesamte HP oben oder im Content	500,- €
	Super Banner (Leaderboard)	728 x 90 Pixel	gesamte HP oben	900,- €
	Skyscraper	120 x 600 Pixel	gesamte HP rechts, links	1.200,- €
	Half Skyscraper	120 x 300 Pixel	gesamte HP rechts	1.000,- €

	Werbeform	Format (Breite x Höhe)	Platzierung	Preis pro Monat
	Wide Skyscraper	160 x 600 Pixel	gesamte HP rechts, links	1.400,- €
	Wallpaper	468 x 60 + 120 x 600 Pixel	gesamte HP	1.600,- €
	Big Wallpaper	728 x 90 + 160 x 600 Pixel	gesamte HP	1.900,- €
	Rectangle	180 x 150 Pixel	gesamte HP rechte Leiste	700,- €
	Textanzeige mit Bild	maximal 500 Zeichen	gesamte HP im Content	700,- €

Bei Bedarf gestalten wir auch Ihre Onlinewerbeform. Weitere Werbeformen auf Anfrage.

Rubriken: gesamte Website im Rotationsverfahren mit höchstens 3 weiteren oder exklusiv

Web-Adressen: www.lifestylegewinnspiele.de

**Zahlungsbedingungen/
Bankverbindung:**

Commerzbank
Konto-Nr.: 976005900
BLZ: 120 400 00

IBAN: DE61 1204 0000 0976 0059 00
BIC: COBADEFFXXX

USt-Ident-Nr.: DE 137189299

14 Tage nach Erhalt der Rechnung netto.
Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

- 1. „Anzeigenauftrag“** im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung von Anzeigen und Fremdbeiträgen in einer Druckschrift sowie über Online-Werbung zum Zweck der Verbreitung. Ein Abschluss erfolgt unter Beachtung der gemäßigte Preisliste zu gewöhnlichen Rabatte. Rechtsverbindliche Anzeigenaufträge kommen erst durch schriftliche Bestätigung des Auftraggebers zustande.
- 2. Abruf:** Anzeigen und Fremdbeiträge sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses nicht ausdrücklich ein Abzurufen innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwehrt, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.
- 3. Bei Abschlüssen** ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in der Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannten Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen zu den vertraglich vereinbarten Konditionen bzw. nach Preisliste abzurufen.
- 4. Online-Werbung** (z. B. Homepage, Newsletter etc.) bestimmt sich nach den geltenden gesetzlichen Bestimmungen. Der Auftraggeber hat während der gesamten Laufzeit des Vertrags die Webseiten, auf denen die Online-Werbung veröffentlicht wird, aufrecht zu erhalten. Vorbehaltlich entgegenstehender Individualvereinbarungen sind die vom Bannerstatus des Verlags angezeigten Werte bei den Visits und Page Impressions maßgeblich.
- 5. Ablehnung von Aufträgen:** Der Verlag ist berechtigt, Anzeigenaufträge – auch einzelne Aufträge im Rahmen eines Gesamtauftrages – nach sachgemäßem Ermessen abzulehnen. Dies gilt insbesondere, wenn deren Inhalt gegen Gesetz- oder behördliche Bestimmungen verstößt, vom deutschen Werberecht in einem Beschwerdeverfahren beanstandet ist, die Rechte Dritter verletzen, die Herkunft oder der technischen Form unzureichend ist, die Aufträge nicht ordnungsgemäß oder unvollständig, durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestellsatzes der Zeitung, der Zeitschrift oder des verlagserigen Online-Angebots erwecken oder Fremdanzeigen enthalten. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich nach Kenntnisnahme des betreffenden Inhalts mitgeteilt. Online-Werformen, die im Widerspruch zu diesen Bestimmungen stehen, können auch nachträglich aus dem Online-Angebot entfernt werden.
- 6. Anzeigenschluss:** In die in den Preislisten angegebenen Anzeigenschlüsse sind für den Verlag unverbindlich. Dem Verlag steht es frei, Anzeigenschlüssen mit kurzfristigen Preisänderungen entgegenzusetzen, ansonsten unverändert.
- 7. Das Storno:** von bereits gebuchten Aufträgen durch den Auftraggeber ist bis 14 Tage vor Anzeigenschluss (Print) bzw. Beginn der Kampagne (Online) möglich. Danach fallen Stornogebühren in Höhe von 50 % des Bruttopreises an. Bei Stornierungen nach Anzeigenschluss werden 100 % Stornogebühr vom Gesamtpreis fällig. Kundenfungen und Rückkürte, die nach dem Anzeigenschluss bzw. dem Beginn der Kampagne eingehen, werden höchstens für die nächste Print-Ausgabe bzw. Online-Kampagne wirksam. Die Anzeigenschlüsse nach Anzeigenschluss bzw. dem Beginn der Kampagne grundsätzlich nur aus wichtigem Grund gekündigt werden. Für die Kündigung reichen Telefax oder E-Mail.
- 8. Platzierung von Anzeigen:** Anzeigen werden in bestimmten Nummern, Ausgaben oder an bestimmten Stellen der Druckschrift oder den Online-Medien veröffentlicht, in die jeweils bei der Auftragserteilung schriftlich, auch per Telefax und E-Mail vereinbart und vom Verlag bestätigt wird. Rubrikanzeigen werden grundsätzlich nur in der jeweiligen Rubrik veröffentlicht. Sofern keine eindeutigen Platzierungsvorgaben gemacht werden, kann der Verlag die Platzierung frei bestimmen.
- 9. Haftung für die Inhalte:** Der Auftraggeber ist für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der Anzeige und/oder der Online-Werform sowie hinsichtlich der hierfür zur Verfügung gestellten Materialien. Er stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter frei, die in diesem Zusammenhang etwa geltend gemacht werden (inklusive der Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung), auch wenn der Auftrag storniert sein sollte. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Durch Erteilung eines Anzeigenauftrages verpflichtet sich der Inserent, die Kosten der Veröffentlichung einer Gegenanzeige, die sich auf tatsächliche Behauptungen der veröffentlichten Anzeige bezieht, zu tragen, und zwar nach Maßgabe des jeweils gültigen Anzeigenpreises. Der Auftraggeber ist auch dem Verfasser der Anzeige gegenüber für alle Ansprüche gegen den Verlag zu haften.
- 10. Druckunterlagen:** Für die rechtzeitige und einwandfreie Lieferung des Anzeigentextes in Druckunterlagen, Belgogen sowie in der Online-Werbung ist der Auftraggeber verantwortlich. Die Schlusstermine für Druckunterlagen sind der jeweiligen Anzeigenpreisliste des Verlags zu entnehmen.
Gefahrübergang ist mit Eingang der Unterlagen beim Verlag oder der Online-Werformeln. Die Übersendung von mehr als zwei Farblagen, die nicht termingerecht sind, und der Wunsch nach einer, die den Verlag abweichenden Druckwiedergaben können Auswirkungen auf Platzierung und Druckqualität verursachen und schließen spätere Reklamationen aus. Sofern möglich, wird der Verlag jedoch für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen unverzüglich Ersatz anfordern.
Rücksendung: Druckunterlagen werden nur auf besondere Aufforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet sechs Wochen nach der Veröffentlichung der Anzeige. An den Verlag übermittelte Datenmaterial mit Druckvorlagen gehen in das Eigentum des Verlags über. Sie werden nur auf ausdrücklichen Wunsch und gegen eine Verandgebühren von 5,00 € an den Auftraggeber auf dessen Risiko zurück gesendet.
Abdruckhöhe von Anzeigen: Sind keine besonderen Größenvorschriften vereinbart oder vorgegeben, wird die Anzeige mit der für eine solche Anzeige üblichen Höhe abgedruckt und berechnet. Weicht bei einer fertig angelegten Druckunterlage die Abdruckhöhe von der bestellten Abdruckhöhe im Auftrag ab, gilt das Maß der in Abdruck gebrachten Anzeigehöhe. Angefangene Millimeter werden dabei auf volle Millimeter nach oben gerundet.
Probabzüge werden nach Wunsch geliefert. Der Auftraggeber ist für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der Anzeige und/oder der Online-Werform sowie hinsichtlich der hierfür zur Verfügung gestellten Materialien. Er stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter frei, die in diesem Zusammenhang etwa geltend gemacht werden (inklusive der Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung), auch wenn der Auftrag storniert sein sollte. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Durch Erteilung eines Anzeigenauftrages verpflichtet sich der Inserent, die Kosten der Veröffentlichung einer Gegenanzeige, die sich auf tatsächliche Behauptungen der veröffentlichten Anzeige bezieht, zu tragen, und zwar nach Maßgabe des jeweils gültigen Anzeigenpreises. Der Auftraggeber ist auch dem Verfasser der Anzeige gegenüber für alle Ansprüche gegen den Verlag zu haften.
Wenden: Druckvorlagen oder Online-Werbung digital z. B. Diskette, CD-ROM) oder durch Fernübertragung (z. B. ISDN, E-Mail) papieren an den Verlag übermitteln, gelten zusätzlich die folgenden Bestimmungen:
Datenschutz: Bei digitalen Daten werden die personenbezogenen Daten nach der Auftraggeber dafür Sorge zu tragen, dass diese Daten innerhalb eines gemeinsamen Verzeichnisses (Ordner) gesammelt bzw. gespeichert werden. Anzeigenvorlagen sollen nur mit geschlossenen Daten digital übertragen werden. Der Verlag haftet nicht bei fehlerhafter Veröffentlichung von Anzeigen (Print), die mit offenen Daten übermittelt werden.
Online-Werbung darf nach Absprache mit dem Verlag nur in geeigneten Datenformaten angefertigt werden. Die Vorgaben des Verlags sind zu beachten. Der Verlag haftet nicht für fehlerhaft angelegte Dateien.
Farbanzeigen: Bei digital übermittelten Druckvorlagen für Farbanzeigen ist vom Auftraggeber ein Farb-Proof mitzulefern. Digitale erstellte Prüfdrucke müssen zur Kontrolle der Farbtrennung bei der FOGRA/UGRA-Medienlinie in der aktuellen Version enthalten. Andrucke müssen einen offiziellen Druckkontrollstempel aufweisen. Ohne Farb-Proof des Auftraggebers sind Farbtabweichungen unvermeidbar. Diese können keine Ersatzansprüche des Auftraggebers auslösen. In jedem Fall ist ein Ausdruck per Fax an den Verlag zu übermitteln, um sachliche Rückfragen überführen zu können. Ein Korrekturfax muss vom Auftraggeber ausdrücklich angefordert werden. Nur bei richtiger Farbtrennung ist eine fachliche richtige Umsetzung in üblichen Toleranzen gewährleistet.
Computerver: Der Auftraggeber haftet dafür, dass die übermittelten bzw. gespeicherten Dateien frei von Computerviren sind. Der Verlag ist berechtigt, Dateien mit Computerviren zu löschen, ohne dass dem Auftraggeber hieraus Ansprüche entstünden. Der Verlag behält sich zudem vor, den Auftraggeber auf Schadensersatz in Anspruch zu nehmen, wenn durch solche durch den Auftraggeber infizierten Computerviren dem Verlag Schaden entstünden.
11. Anzeigenbeleg: Der Verlag liefert nach Wunsch einen Anzeigenbeleg in Kopie. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenabschnitte, Belgogen oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlags über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
12. Chiffrenzeigen: Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen zur Abholung aufbewahrt bzw. dem Auftraggeber auf dem normalen Postweg weitergeleitet, auch wenn es sich um einwertige Einmal-Einzelblätter handelt. Wenn keine Anweisung zum Abzurufen vorliegt, werden die Anzeigen nach sechs Wochen an den Postweg abgegeben. Nicht abgeholt Zuschriften vernichtet. Der Verlag behält sich im Interesse und zum Schutz des Auftraggebers das Recht vor, die eingehenden Angebote zur Ausschaltung von Missbrauch des Ziffernendienstes zu Prüfzwecken zu öffnen. Der Auftraggeber kann den Verlag berechneten, Zuschriften aufzugeben zu öffnen.
13. Errechnung Abnahmehempe: Bei der Errechnung der Abnahmehempen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
14. Zusätzliches Satzzeichen: Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen unsorgfältig vereinbart. Der Auftraggeber ist der Auftraggeber für den Auftraggeber gelieferte Druckvorlagen, deren Behandlung oder nachträgliche Änderung zusätzliche Kosten verursachen.
15. Nachlässe: Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtschritten, den Unterschied zwischen dem gewählten und dem tatsächlich in Betracht kommenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlags beruht.

- 16. Preisänderungen:** Bei Änderung der Anzeigenpreise treten die neuen Bedingungen auch für laufende Aufträge – sofern keine anders lautende, schriftliche Vereinbarung getroffen wurde – mit dem Einführungstermin des neuen Tarifs in Kraft.
- 17. Abweichende Preise:** Für Anzeigen in Verlagsbelangen und redaktionell gestaltete Anzeigen, Anzeigen in Sonderveröffentlichungen und Kollektiven sowie für die Onlineverbreitung und für Anzeigen, welche nach Anzeigenschluss verkauft werden, kann der Verlag von der Preisliste abweichende Preise festlegen.
18. Anzeigenschluss: Die Anzeigenpreise sind für den Verlag verbindlich. Der Auftraggeber ist über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisänderung hergestellt werden, wenn die in der Preisliste garantierte Verkaufsaufträge im Gesamtdruckumfang des vergangenen Inserentenjahres laut IWM-Verbindungen um 30 % unterschritten wird. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preiserminderungen- und Schadenersatzansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben wird, dass dieser vor Erscheinen der Anzeigen vom Verlag zurücktreten konnte. Änderungen des Heftumfangs behält sich der Verlag vor, wenn dies dem Auftraggeber nicht rechtzeitig schriftlich bekannt gemacht wird.
- 19. Rechnung:** sind innerhalb von 14 Tagen nach Erscheinen der Anzeigen zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Der Verlag ist berechtigt, fehlerhafte Rechnungen innerhalb von sechs Monaten nach Rechnungsstellung zu korrigieren.
- 20. Bei Zahlungsverzug** oder Stellung der Anzeigen werden die gesetzlichen Zinsen, im kaufmännischen Geschäftsverkehr in Höhe von 9 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz der Europäischen Zentralbank ab Fälligkeit der Rechnungsträger, sowie eine Verzugschadenspauschale in Höhe von 40,00 € bemessen, die auf ein geschuldetes Verfallensdatum bezogen wird. Der Auftraggeber ist verpflichtet, die Pauschale für den Schaden (bei Rechtsverfolgung) der Pauschale für die verspätete Abgabe- oder Ratenzahlungen, in § 288 BGB n. F.) Zahlungsverzug betragen im kaufmännischen Geschäftsverkehr längstens 60 Tage, es sei denn, darüber hinausgehende Zahlungsfristen sind für den Gläubiger nicht grob unbillig. Ist der Auftraggeber Verbraucher liegt der Zinssatz im Verzugsfall bei 5 Prozentpunkten über dem jeweiligen Basiszinssatz. Dies gilt auch im Fall der Stundung. Die Geltendmachung eines weiteren Verzugschadens behält sich der Verlag gegenüber Unternehmen und Verbrauchern vor. Den Vertragspartnern bleibt es jedoch vorbehalten, im einzelnen niedrigeren oder einen höheren Schaden nachzuweisen. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug von Unternehmen und Verbrauchern 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 Zahlungsvolumen von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenhaltender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
- 21. Gewährleistung:** Bei fehlerhaftem Abdruck einer Anzeige trotz rechtzeitiger Lieferung einwandfreier Druckunterlagen und rechtzeitiger Reklamation kann der Auftraggeber den Abdruck einer einwandfreien Nachsendung (Nachherfüllung) oder Minderung des Anzeigenpreises in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt ist, verlangen. Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden dieselben erst bei der Produktion deutlich, so hat der Auftraggeber bei unangemessener Abdruck keine Gewährleistungsansprüche. Das gleiche gilt bei Fehlern in wiederholt erscheinenden Anzeigen, wenn der Auftraggeber nicht vor Drucklegung die Druckunterlagen zur Verfügung stellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, die Druckunterlagen vollständig und richtig zu überprüfen. Die Gewährleistung bei **Online-Werbung** auf solche Fehler in der Wiedergabe der Online-Werform beschränkt, die in der Einflussgröße des Verlags, d. h. insbesondere auf dem Server des Verlags entstehen bzw. begründet sind. Die Gewährleistung gilt ferner nicht für unwesentliche Fehler, z. B. dann, wenn die Beeinträchtigung bei der Wiedergabe der Online-Werform deren Zweck nicht wesentlich beeinträchtigt. Dem Auftraggeber ist bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, jederzeit eine gänzlich fehlerfreie Wiedergabe der Online-Werform zu ermöglichen. Bei einem Ausfall des Servers vor einem erheblichen Zeitintervall (mehr als 24 Stunden) oder dem Auftreten einer zeitlich unbegrenzten Fehlfunktion, wird der Auftraggeber, den Ausfall an Medialiesung nachzuweisen oder die Zeit der Insertion zu verlängern, sofern dies den Interessen des Auftraggebers nicht zuwiderläuft. Im Falle des Scheiterns einer Nachlieferung innerhalb der ursprünglich gebuchten Insertion bzw. nach Verlängerung des Inserenzzeitraumes, entfällt die Zahlungspflicht des Auftraggebers für die in die Zeitraum nicht realisierten bzw. durchschnittlich nicht angefallenen Medialiesungen. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen. Im Übrigen liegt ein Fehler nicht vor bei einem Ausfall des vom Verlag genutzten Servers, der nicht länger als 24 Stunden fortlaufend und/oder intermittierend über einen Zeitraum von 30 Tagen nach Beginn der Anzeigenlieferung andauert. Beachtet der Auftraggeber diese Geschäftsbedingungen und die Empfehlungen des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von digitalen Druckunterlagen und Online-Werbung nicht, so stehen ihm keine Ansprüche wegen fehlerhafter Anzeigenveröffentlichung zu. Der Verlag gewährleistet die drucktechnisch zeitnahe Bestmögliche Wiedergabe der Anzeigen im Rahmen der durch die Druckvorlagen gegebenen Möglichkeiten.
Reklamationen offensichtlicher Mängel müssen vom Auftraggeber spätestens innerhalb von vier Wochen nach Veröffentlichung schriftlich geltend gemacht werden. Sämtliche Gewährleistungsansprüche weichen nur Abauf des § 11 des Verlags, wenn dies auf die Veröffentlichung der entsprechenden Anzeige oder Beilage folgendes Jahres.
22.a) zur Haftung, gleich aus welchem Rechtsgrund einschließlich unerlaubter Handlungen, ist der Verlag nur verpflichtet, soweit Schäden (1) durch schuldhaftes Verletzung einer vertragswesentlichen Pflicht (Kardinalpflicht) durch den Verlag in die eines Erreichens des Vertragszwecks gefährdenden Weise verursacht werden oder (2) durch einen Sachmangel oder Vorsatz von dem Verlag zuzuführen sind.
b) Haftet der Verlag gemäß Ziffer a) (1) für die Verletzung einer vertragswesentlichen Pflicht, ohne dass ihm grobe Fahrlässigkeit oder Vorsatz zur Last fallen, ist die Haftung von dem Vertrag auf die vereinbarten Anzeigenpreise beschränkt.
c) Haftet der Verlag gemäß Ziffer a) (1) oder (2) für grobe Fahrlässigkeit oder Vorsatz von Mitarbeitern, die nicht Organe oder leitende Angestellte des Verlags sind, ist die Haftung des Verlags ebenfalls auf die vereinbarten Anzeigenpreise begrenzt.
d) Die Haftung für Schäden, die aus dem unangemessenen Gebrauch von vertraglicher Aufwendungen herfließen, haftet der Verlag nicht, sofern diese nicht auf Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit von Organen oder leitenden Angestellten des Verlags zuzuführen sind.
e) Ansonsten ist jede Haftung des Verlags auf solche persönlichen Schäden beschränkt, mit deren Eintritt der Verlag nach den ihm bei Vertragsabschluss bekannten Umständen vernünftigerweise rechnen konnte.
f) Der Ausschluss oder die Begrenzung von Ansprüchen gem. den vorstehenden Ziffern a) bis e) schließt Ansprüche gegen Mitarbeiter und Beauftragte des Verlags ein. Eine Haftung des Verlags wegen Personenschäden, Fehlens zugehöriger Eigenschaften oder nach dem Produktabgabensystem bleibt unberührt.
g) Keine Ansprüche des Auftraggebers bestehen für den Fall, dass die Nichtverfügbarkeit auf Arbeiten oder Wartungsaufgaben beruht, die lediglich im Interesse des Auftraggebers erfolgen.
h) Der Verlag übernimmt keine Haftung für Fehler aus telefonischen oder fernschriftlichen Übermittlungen jeder Art. Eine Haftung wird auch nicht übernommen, wenn die Übermittlung in der Übermittlung des Auftraggebers liegt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, die Haftung für die Übermittlung von Daten und die Haftung für die Übermittlung von Daten zu übernehmen. Die eventuell entstehenden Mehrkosten z. B. zur Nachbesetzung der Druckunterlagen oder für Maschinentaler müssen weiterberechnet werden.
13. Fälle höherer Gewalt wie z. B. Arbeitskampfmassnahmen, Beschlagnahme, allgemeiner Rohstoff- oder Energieknappung oder Betriebsstörungen entbinden den Verlag von der Verpflichtung auf Erfüllung von Aufträgen und Leistung von Schadenersatz. Kann der Verlag dennoch die Aufträge mit 80 % der verkauften Auflage erfüllen, so hat der Verlag Anspruch auf die Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen. Geringere Leistungen sind nach Tausender-Seltenpreis gemäß der im Tarif genannten verkauften Auflage zu bezahlen.
23. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist der Sitz des Verlags, soweit hierüber eine Vereinbarung gesetzlich zulässig ist. Auf den Vertrag findet deutsches Recht Anwendung, wobei zwingendes Verbraucherrecht des Landes, in dem Sie sich gewöhnlich aufhalten, anwendbar bleibt.
Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlags
a) Die allgemeinen den Geschäftsbedingungen, die Auftragsbestätigung und die jeweils gültige Preisliste sind für jeden Auftrag maßgebend. Abweichende Geschäftsbedingungen werden erst gültig durch schriftliche Bestätigung des Verlags.
b) Die Werbungsmitler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Anzeigen, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungsstrebenden an die Preisliste des Verlags zu halten. Die vom Verlag gewährte Mitteilungsergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.
c) Bei Auftraggeber/Werbeagenturen, die zum ersten Mal mit dem Verlag in Geschäftsverbindung treten, kann Vorauskasse zum Anzeigenschlusstermin verlangt werden.
d) Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Print- und Online-Medien aller Art (inklusive Internet) erforderlichen Urheberrechtlichen Nutzungs- und sonstigen Rechte, insbesondere zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Entnahme aus einer Datenbank und Abzur, und zwar zeitlich, inhaltlich und örtlich unbegrenzt in dem für die Durchführung der Aufträge notwendigen Umfang. Der Auftraggeber garantiert, dass er die Nutzungsrechte frei von Rechten Dritten an den Verlag überträgt, andernfalls er den Verlag von allen Rechten Dritter freistellt, einschließlich der Kosten für die Rechtsverfolgung.

**Kurzcharakteristik
und Zielgruppe:**

Die Zeitschrift richtet sich an Endkunden (B2C) und zur Kundenberatung im Elektro-Fachhandel.

kaffeeteabc

informiert ausgesprochene Kaffeeliebhaber und Gelegenheitsgenießer gleichermaßen über Wissenswertes und Trends rund um die Kaffeebohne. Die Vorstellung aktueller Maschinen-Neuheiten bringt den Stand der häuslichen Kaffeezubereitungstechnik auf den Punkt. So verzaubert das Lifestyle-Magazin „kaffeeteabc“ einerseits die Leser von der Magie des Kaffees und begeistert sie andererseits von der Möglichkeit, mit einem passenden Gerät auch zu Hause den Lieblingskaffee in Barista-Perfektion zubereiten zu können.

Das Magazin wendet sich an Personen in der Altersgruppe ab 30 Jahren, die sehr an den Themen Kaffee, Tee, Wein und Schokolade interessiert sind und diese Produkte regelmäßig oder gern genießen. Für die Leser spielt gutes Essen und Trinken eine große Rolle im Leben und sie achten dabei auf gute Qualität.



**Themen-
schwerpunkte:**

Kaffee



Technik



Tee



Schokolade



Wein



Termine:

Erscheinungstermin: November 2020
Anzeigenschluss: 07.10.2020
Druckunterlagenschluss: 20.10.2020
Redaktionsschluss: 27.08.2020

Auf Wunsch erhalten Sie ausführliche Themenkonzepte unter
E-Mail: bringfriede.trester@hussmedien.de

HUSS-MEDIEN GmbH

Am Friedrichshain 22
10407 Berlin
Tel. +49 30 42151-0
management@hussmedien.de
www.huss.de



Auflage: 8.000



Auflage: 20.000



Auflage: 10.500



Auflage: 40.500



Auflage: 11.000



Auflage: 13.200



Auflage: 12.000



Auflage: 25.000

HUSS-VERLAG GmbH

Joseph-Dollinger-Bogen 5
80807 München
Tel. +49 89 32391-0
management@hussverlag.de
www.huss.de



Auflage: 7.000



Auflage: 33.000



Auflage: 13.000



Auflage: 7.500



Auflage: 15.000



Auflage: 21.000



Auflage: 33.000



Auflage: 42.000

Auflage = Druckauflage (Verlagsangaben)



tw.huss-verlag.de
xi.huss-verlag.de
fb.huss-verlag.de

Bestellen Sie noch heute Ihr Probeexemplar und die aktuellen Mediadaten!

