dfm

hair | style | beauty

mediadaten

2024

das friseur magazin
www.dfm.de

dfm

hair | style | beauty

mehr als ein friseurmagazin!
bei uns findet ihr alles rund um

haare, beauty, lifestyle und fashion.

hair

style

beauty

PORTRAIT

03 Inhalt
04 Verlagsangaben
05 Themen- und Terminpläne

WERBEFORMEN UND PREISE

06 Formate und Preise
07 Beilagen
08 Sonderwerbeformen
09 Marktplatz

STREUGEBIETE

10 Deutschland & Österreich

ONLINE WERBEFORMEN

11 Website & Newsletter
12 Social Media

TECHNISCHE ANGABEN

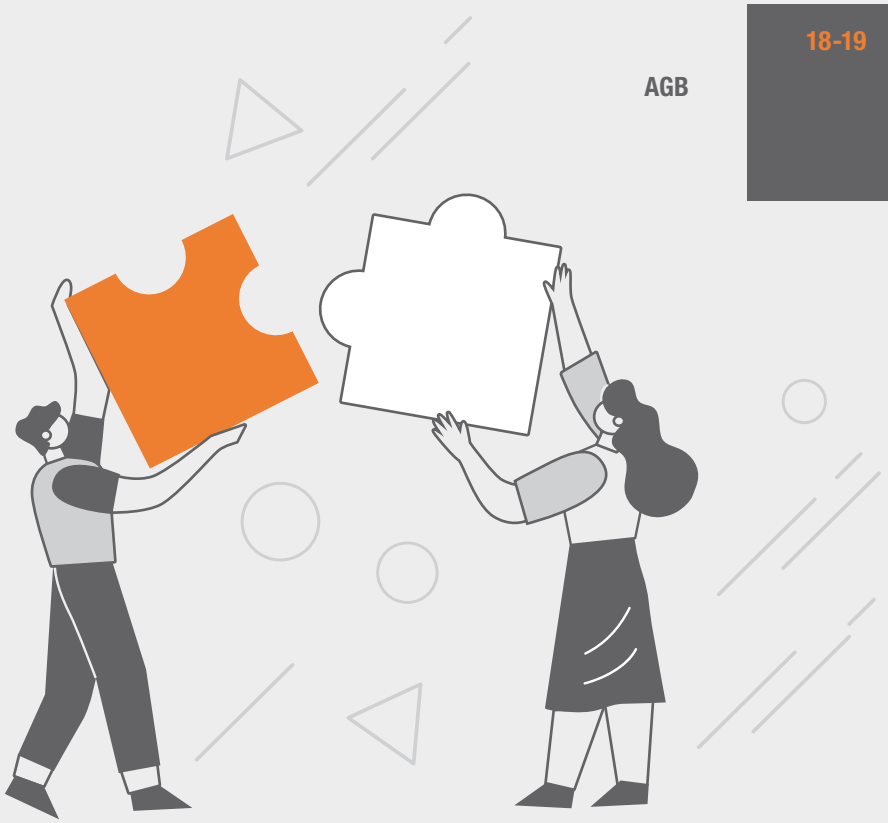
13-14

LESERUMFRAGE

15-17

AGB

18-19



VERLAG

DFM MEDIA GMBH

HAUSANSCHRIFT

Piechlerstraße 18,
86356 Neusäß

POSTANSCHRIFT

Postfach 11 54, 86344 Neusäß
Registergericht: Augsburg
HRB 2073

KONTAKT

Telefon: **+49 (0)821 44471-300**
Fax: **+49 (0)821 44471-390**
E-Mail: **info@dfm.de**
Web: **www.dfm.de**

GESCHÄFTSFÜHRER

ANDRÉ HELD

CHEFREDAKTEUR

STEFAN STANISLAWSKI
Telefon: +49 (0)821 44471-356
E-Mail: s.stanislawski@dfm.de

ANZEIGENANNAHME

Telefon: **+49 (0)821 44471-300**
E-Mail: **info@dfm.de**

ERSCHEINUNGSWEISE

ZWEIMONATLICH

DRUCKAUFLAGE

70.000 EXEMPLARE
(Verlagsangabe, Stand Januar 2023,
Erhöhung möglich)

BANKVERBINDUNG

dfm Media GmbH
Commerzbank Augsburg
Konto: 1 160 605, BLZ: 720 400 46
IBAN : DE39720400460116060500
BIC : COBADEFFXXX

AUSGABEMONAT	ERSCHEINUNGS-DATUM	ANZEIGEN-SCHLUSS	DRUCKUNTER-LAGENSCHLUSS	SCHWERPUNKT-THEMEN
Ausgabe 120 Januar	29.12.2023	**30.11.2023**	04.12.2023	HAARE & MEHR
Ausgabe 121 März	01.03.2024	**31.01.2024**	07.02.2024	WAS GIBT´S NEUES
Ausgabe 122 Mai	30.04.2024	**28.03.2024**	05.04.2024	FARB-FESTIVAL
Ausgabe 123 Juli	01.07.2024	**31.05.2024**	06.06.2024	DURCHGESTYLT
Ausgabe 124 September	30.08.2024	**29.07.2024**	05.08.2024	KREATIVE KÖPFE
Ausgabe 125 November	30.10.2024	**30.09.2024**	07.10.2024	ZEIT ZUM FEIERN
Ausgabe 126 Januar 2025	30.12.2024	**27.11.2024**	03.12.2024	

FORMAT	GRÖSSE	PREIS (4C)
1/4 Anzeigenseite, hoch: 1/4 Anzeigenseite, quer: 1/4 Anzeigenseite, Eckanzeige:	58 x 297 mm* 210 x 71 mm* 103 x 146 mm*	4.099,- € 4.099,- € 4.099,- €
1/3 Anzeigenseite, hoch: 1/3 Anzeigenseite, quer:	73 x 297 mm* 210 x 96 mm*	4.799,- € 4.799,- €
1/2 Anzeigenseite, hoch: 1/2 Anzeigenseite, quer:	103 x 297 mm* 210 x 146 mm*	6.399,- € 6.399,- €
1/1 Anzeigenseite:	210 x 297 mm*	11.119,- €
2/1 Anzeigenseite:	420 x 297 mm*	21.599,- €

MALSTAFFELRABATT**	
2 Schaltungen	5%
4 Schaltungen	10%
6 Schaltungen	15%
8 Schaltungen	20%
10 Schaltungen	25%
12 Schaltungen	30%

Preise in Euro zzgl. gesetzlicher MwSt.
* angeschnitten, Beschnittzugabe an allen Seiten 3 mm.
** Gilt für alle Anzeigenschaltungen innerhalb eines Abschlussjahres.

ZAHLUNGSBEDINGUNGEN

Alle Preise sind Preise ohne MwSt. Zahlungen sind sofort nach Erhalt der Rechnung fällig. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in Höhe der banküblichen Zinsen für Dispositionskredite berechnet.

BEILAGE IM HEFT

bis 25 g	249,- € pro angefangene Tausend*
26 g bis 50 g	279,- € pro angefangene Tausend*
51 g bis 75 g	309,- € pro angefangene Tausend*

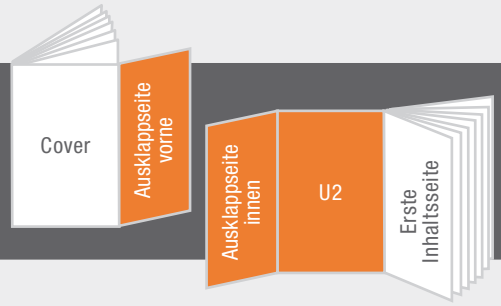
FORMATE

Mindestformat:	105 x 148 mm
Höchstformat:	200 x 280 mm

Preise in Euro zzgl. gesetzlicher MwSt.
Höhere Gewichte auf Anfrage.
*Bei Teilbelegungen zzgl. Teilmengenzuschlag pro PLZ-Gebiet 150,-€.

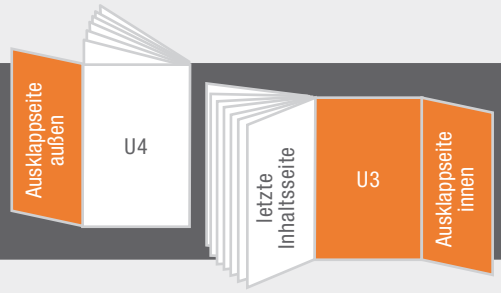
GATEFOLDER
bei 80 Heftseiten
(ohne Cover)

Ausklappseite vorne:	197 x 297 mm*	
Ausklappseite innen:	197 x 297 mm*	
U2-Umschlagseite 2 (Innenteil vorne):	205 x 297 mm*	
		72.099,- €



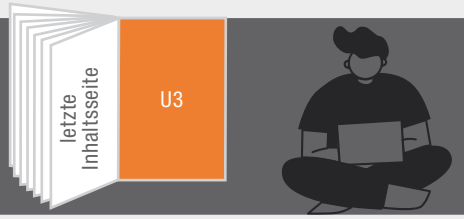
BACKFOLDER
bei 80 Heftseiten
(ohne U4)

Ausklappseite außen:	197 x 297 mm*	
U3-Umschlagseite 3 (Innenteil hinten):	205 x 297 mm*	
Ausklappseite innen:	197 x 297 mm*	
		47.599,- €



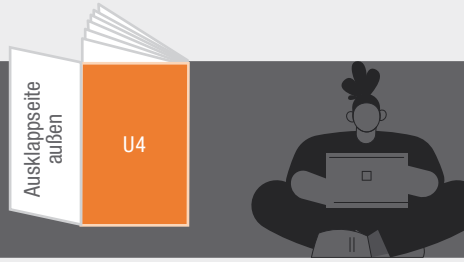
U3

Umschlagseite 3 (Innenteil hinten)	210 x 297 mm*	
		15.449,- €



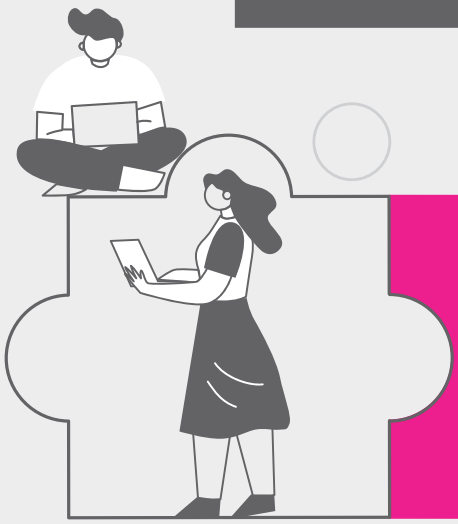
U4

Umschlagseite 4 (Heftrückseite)	210 x 297 mm*	
		19.669,- €



COVER

bei 80 Heftseiten	210 x 297 mm*	
· Präsent auf den ersten Blick		
· Mit Booklets kombinierbar		**27.199,- €**

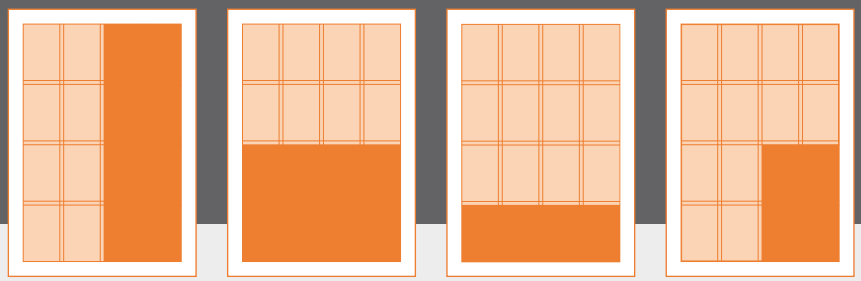


Durch die Seitenbeleimung des Umschlags entsteht ein Streifen von je 6 mm, der auf der U2 und der ersten Inhaltsseite nicht aufgeschlagen werden kann, es sind insgesamt 12 mm Bildverlust zu berücksichtigen.

KLEINANZEIGEN

Unser Marktplatz bietet kleineren Unternehmen die Möglichkeit, ihre Produkte oder Dienstleistungen in der dfm anzubieten. Von Textanzeigen bis hin zu großflächigen Anzeigen mit Bildern sind viele verschiedene Anzeigengrößen möglich. So haben Sie den Spielraum, den Sie sich wünschen.

HIER EINIGE BEISPIELE TYPISCHER ANZEIGENGRÖSSEN

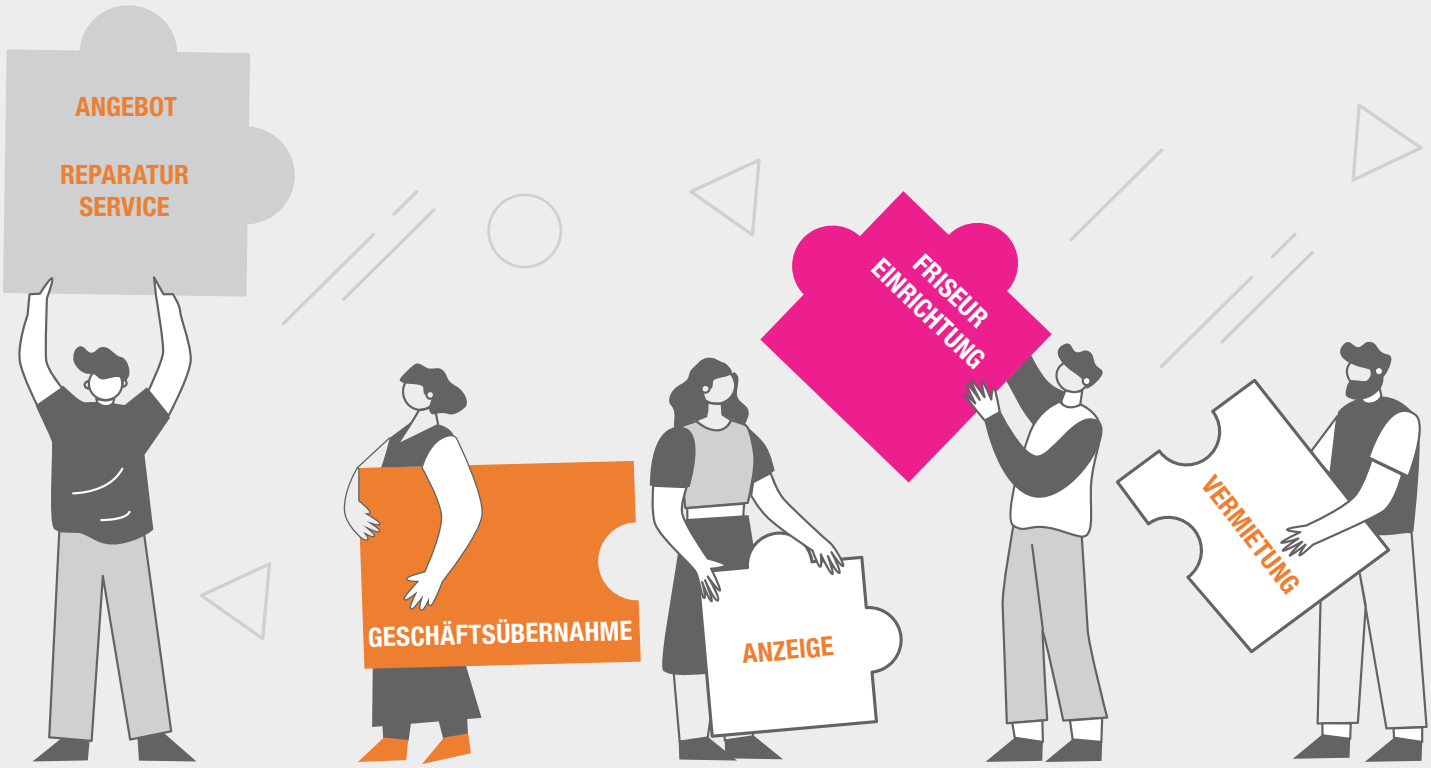


2 Spalten	4 Spalten	4 Spalten	2 Spalten
(1/2 Anzeige, hoch)	(1/2 Anzeige, quer)	(1/4 Anzeige, quer)	(1/4 Anzeige)
84,5 x 265,5 mm	173,5 x 130,5 mm	173,5 x 63 mm	84,5 x 130,5 mm
3.446,19 €	**3.387,78 €**	**1.635,48 €**	**1.693,89 €**

ODER WÄHLEN SIE IHR EIGENES INDIVIDUELLES FORMAT IM MARKTPLATZ!

Nettopreis für jeden mm: **6,49 €**

Beispiel für 2 Spalten (1/2 Anzeige, hoch)
Anzahl der Spalten x Höhe in mm x Preis pro mm
2 Spalten x 265,5 mm x 6,49 € = **3.446,19 €**
Hierzu beraten wir Sie gerne!

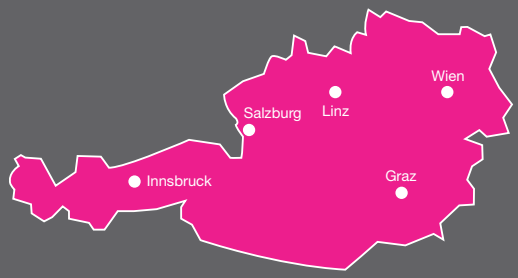


ANGABEN

Angaben können vom aktuellen Stand abweichen und dienen nur zur Orientierung. Belegungen von Sonderwerbeformen wie Beilagen sind in den aufgeführten Regionen der PLZ möglich.

PLZ

PLZ	%
0....	7,5
1....	6,4
2....	8,6
3....	10,7
4....	10,4
5....	11,3
6....	10,8
7....	12,2
8....	11,6
9....	10,5



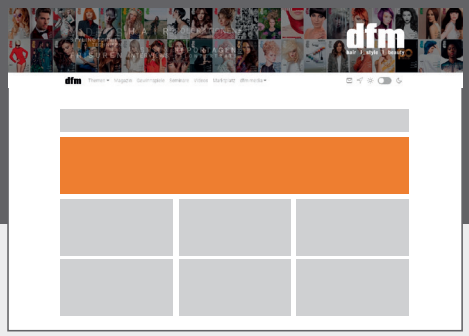
WEBSITE & NEWSLETTER

Highlights, Hintergrundinfos und exklusive Gewinnspiele: auf unserer Website und in unserem Newsletter ist immer etwas Besonderes geboten. Mehrere Tausend Unique Visitors bzw. Adressaten halten uns die Treue – das perfekte Umfeld für Ihre Werbebotschaft.

Werbebanner auf www.dfm.de (Desktop + Mobile)

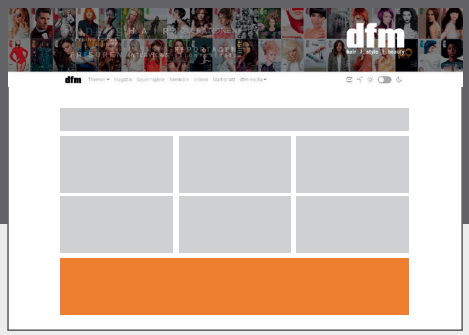
FULL WIDTH BILLBOARD
Unter dem Header
1300 x 300 px

3.499,- €
pro Monat



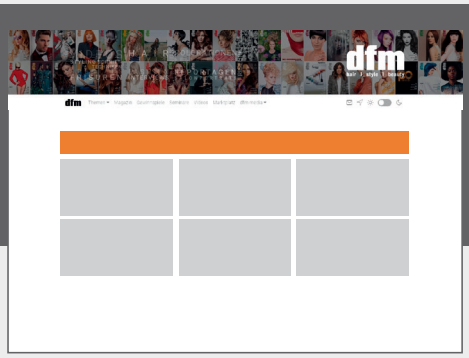
FULL WIDTH BILLBOARD
Unter den Artikeln
1300 x 300 px

2.999,- €
pro Monat



BANNER
630 x 75 px

2.999,- €
pro Monat

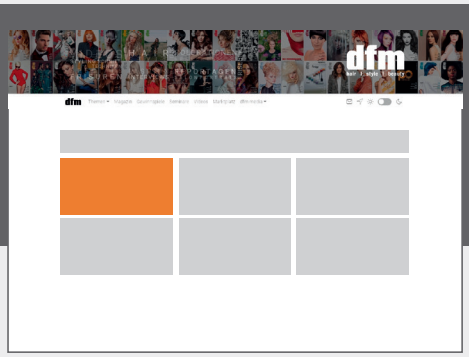


CARD FORMAT (Artikelgröße)
420 x 240 px

2.999,- €
pro Monat

ADVERTORIAL BEITRAG
(Startseite, 1. Artikel)

4.599,- €
pro Monat



NEWSLETTER

Advertorial-Beitrag Wunschplatzierung
1.199,- € pro Newsletter

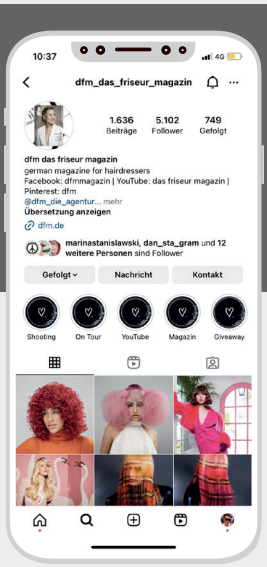
Sondernewsletter Exklusiver Werbenewsletter
1.799,- € pro Newsletter

SOCIALMEDIA

Als Werbung in Social-Media bezeichnet man bezahlte Werbemaßnahmen in den sozialen Netzwerken, die Eure Produkte und Dienstleistungen bekannter machen und verkaufen sollen. Ihr könnt sie daher auch als Paid-Content oder gesponserte Inhalte bezeichnen.

FACEBOOK

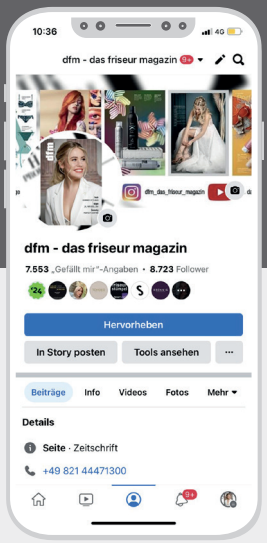
Werbebeitrag
Preise auf Anfrage



Verrücktes, Außergewöhnliches, brandheiße News – diese Mischung begeistert rund **8.500 Follower.** Gerne verbreiten wir auch Ihre Botschaft!

INSTAGRAM

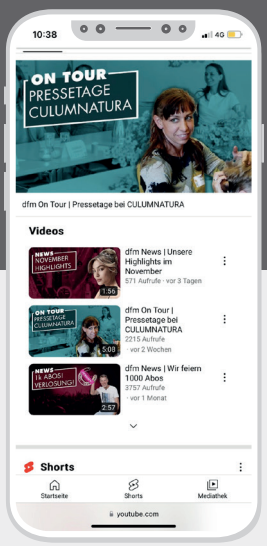
Advertorial-Post (inkl. Link in Bio)
Story-Werbung
Preise auf Anfrage



Das Leben kann so schön sein – zumindest auf Instagram. Hier präsentieren wir unseren aktuell **5.000 Abonnenten** die besten Kollektionsbilder und Frisurenkreationen.

YOUTUBE

Einbau in Produktvorstellung Exklusiver Videobeitrag
Preise auf Anfrage



Produkttests, Salonbesuche, Eventreportagen – auf unserem YouTube-Kanal ist immer etwas los. Fragen Sie uns nach unseren Ideen, wie wir auch Sie und Ihre Produkte präsentieren können.

DRUCKVERFAHREN

Umschlag
Bogenoffset. 4/4 farbig Euro Skala + Dispersionslack
Innenseiten
Rollenoffset. 4/4 farbig Euro Skala
Farbprofile
Umschlag: I SOcoated_v2_eci.icc
Innenseiten: PSO_LWC_Standard_eci.icc

FARBRAUM

CMYK
Alle anderen Farbräume werden im Workflow nach CMYK konvertiert. Geringe Tonabweichungen sind im Toleranzbereich des Offsetdrucks begründet. Für Farbabweichungen kann der Verlag keine Garantie übernehmen.
Sonderfarben
Nur im Bogenoffset (Umschlag) sind Sonderfarben möglich, sonst bereits im Layoutprozess in CMYK umwandeln. Einzelheiten auf Anfrage.

FORMATE

Heftformat: 210 mm Breite
297 mm Höhe
Satzspiegel: 174 mm Breite
265,5 mm Höhe

VERARBEITUNG

Klebebindung

PAPIER

Umschlag
200 g/m², Bilderdruck glänzend gestrichen fast holzfrei

Innenseiten
70 g/m², LWC glänzend fast holzfrei

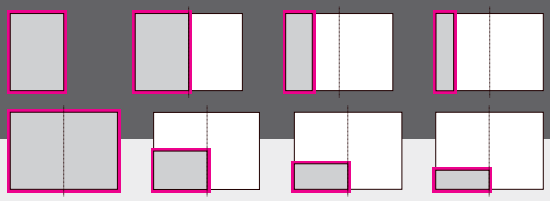
DRUCKUNTERLAGEN

Datenformat
PDF/X-4 Version
Doppelseiten
PDFs als Einzelseiten, dem Druckformat entsprechend, keine Montageflächen. PDF muss korrekte Trimbox (Endformatrahmen) beinhalten.
Beschnitt
3 mm an allen Seiten

DATENANLIEFERUNG
per E-Mail: daten@dfm.de
(max. 12 MB)
Datenträger: CD, DVD, Downloadlink

BESCHNITTZUGABE

Mindestens **3 mm.**

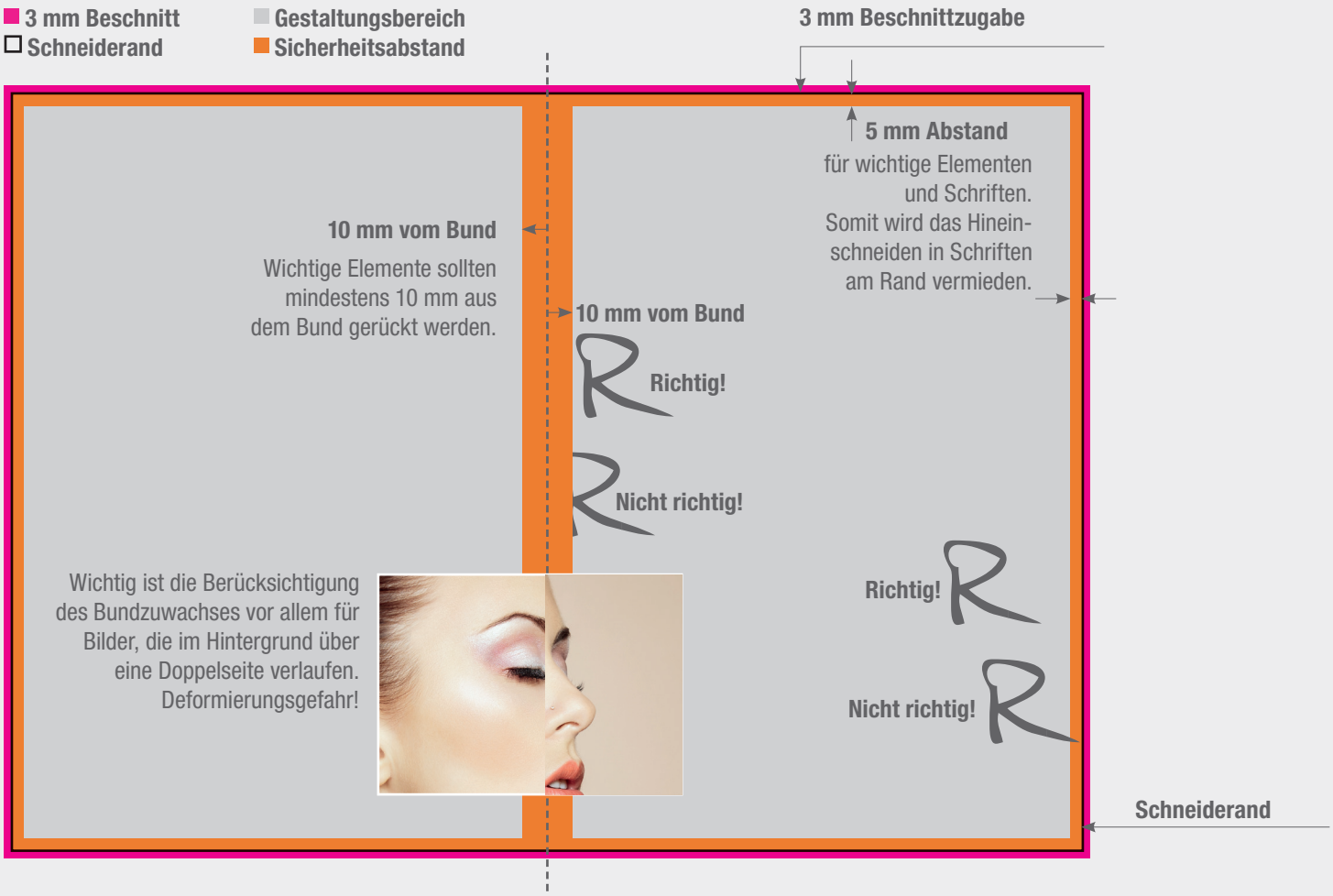


SICHERHEITSABSTAND

Mindestens **5 mm** zum Seitenrand, im Bund **10 mm.**
Bundzuwachses: Bei Klebebindung sollten überlaufende Elemente, Bilder gedoppelt werden, also **2 mm aus dem Bund geschoben sein,** zwischen Umschlag und erster bzw. letzter Inhaltsseite um jeweils **5 mm.**

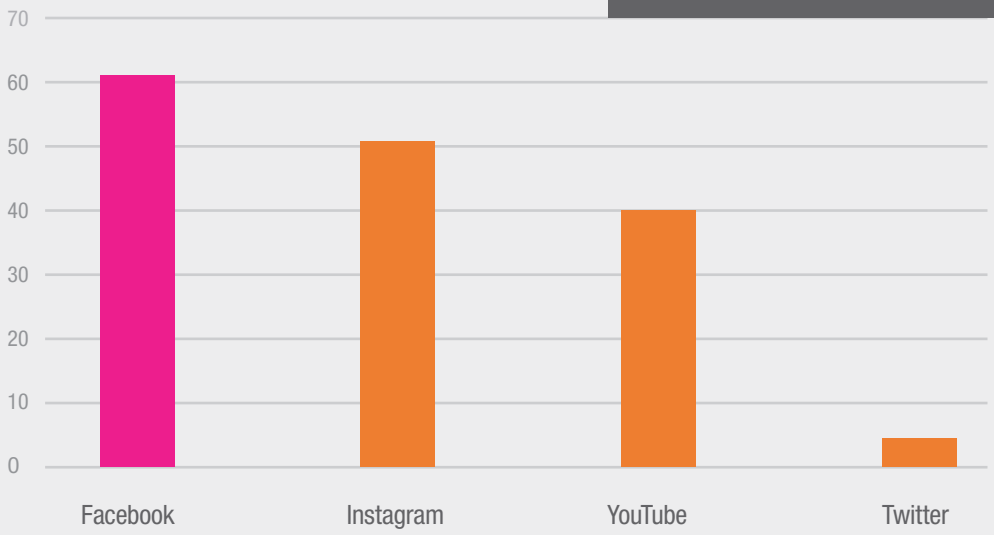
BILDAUFLÖSUNG

300 dpi

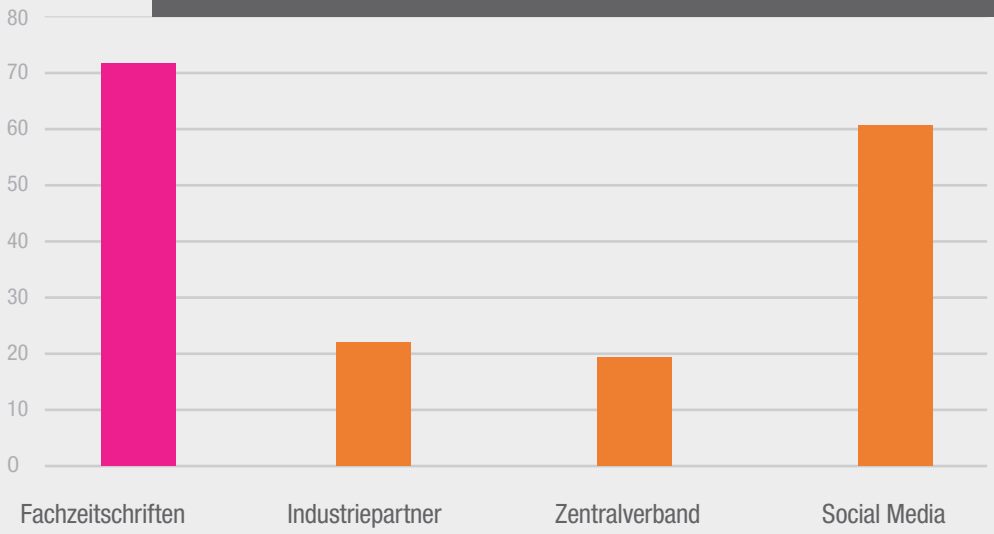


Ein eventuelles **Durchscheinen der Rückseite** bei hellen Anzeigenmotiven **kann nicht ausgeschlossen werden.**

WELCHE UNSERER SOCIAL-MEDIA-KANÄLE HABEN SIE SCHON EINMAL GENUTZT

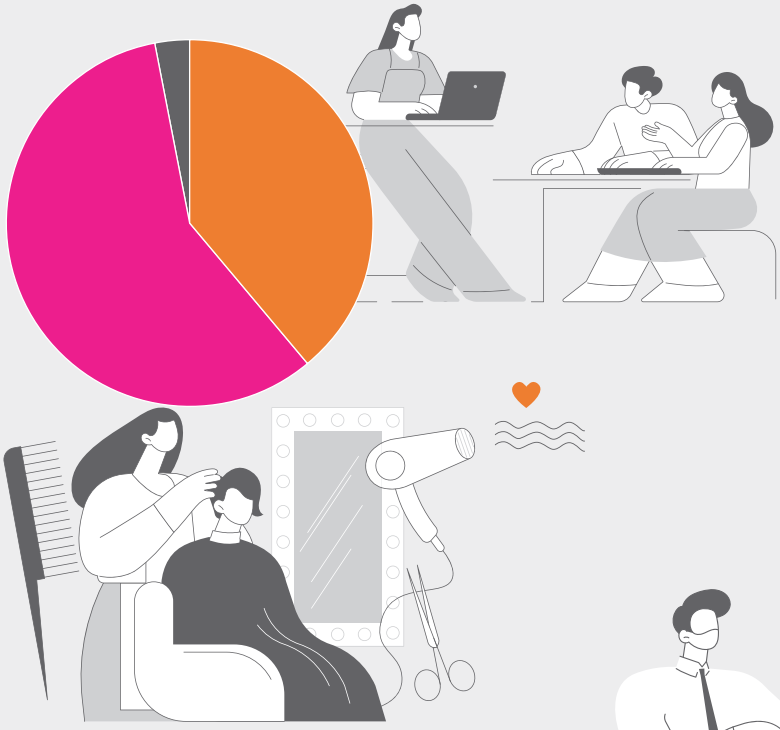


WIE INFORMIEREN SIE SICH ÜBER TRENDS



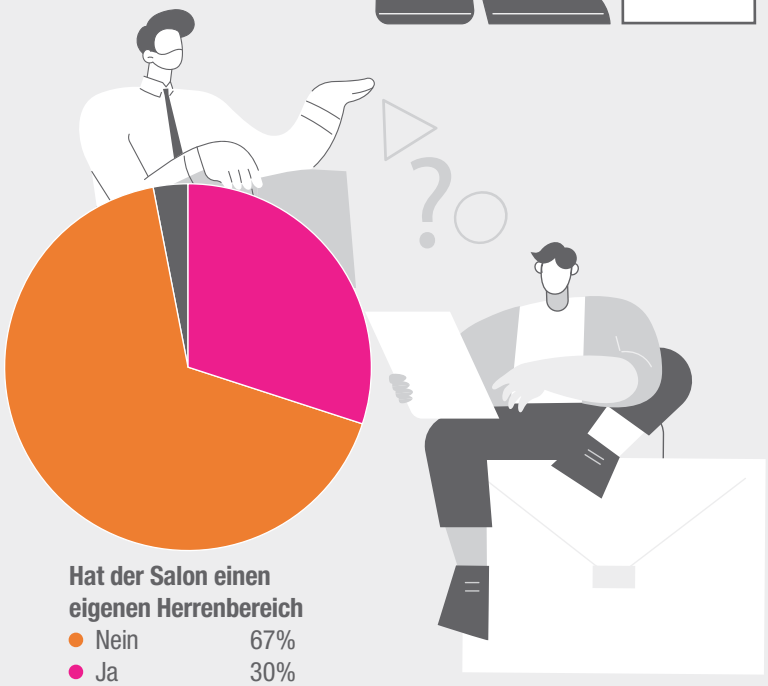
Status der Teilnehmer

- Angestellt 58%
- Salonbesitzer 39%
- K.A. 3%



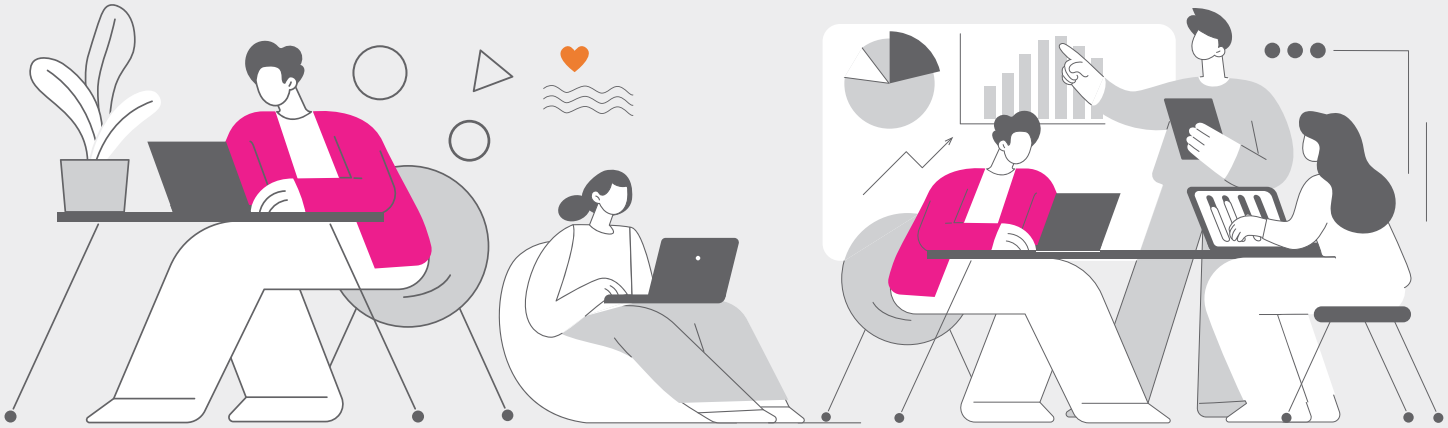
Wie viele Mitarbeiter lesen die dfm

- 1 bis 3 67%
- 4 bis 7 19%
- 8 ≤ 11%
- K.A 3%



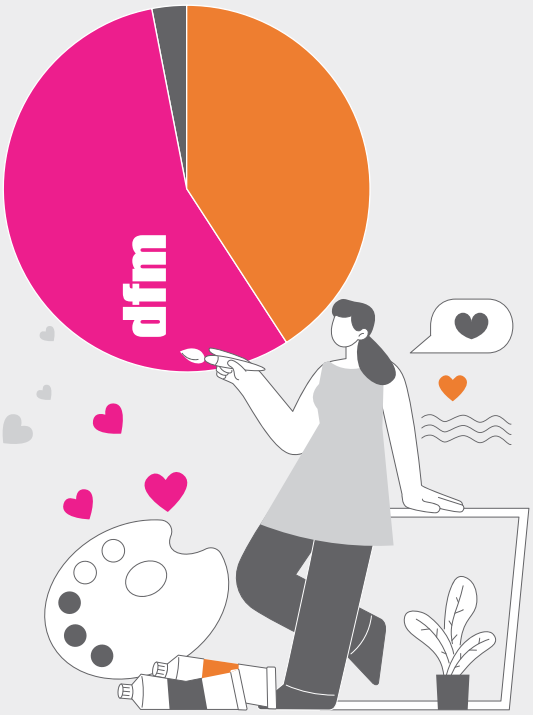
Hat der Salon einen eigenen Herrenbereich

- Nein 67%
- Ja 30%
- K.A 3%



Wie gefällt Ihnen die Optik der dfm

- Gut 56%
- Sehr gut 41%
- K.A 3%

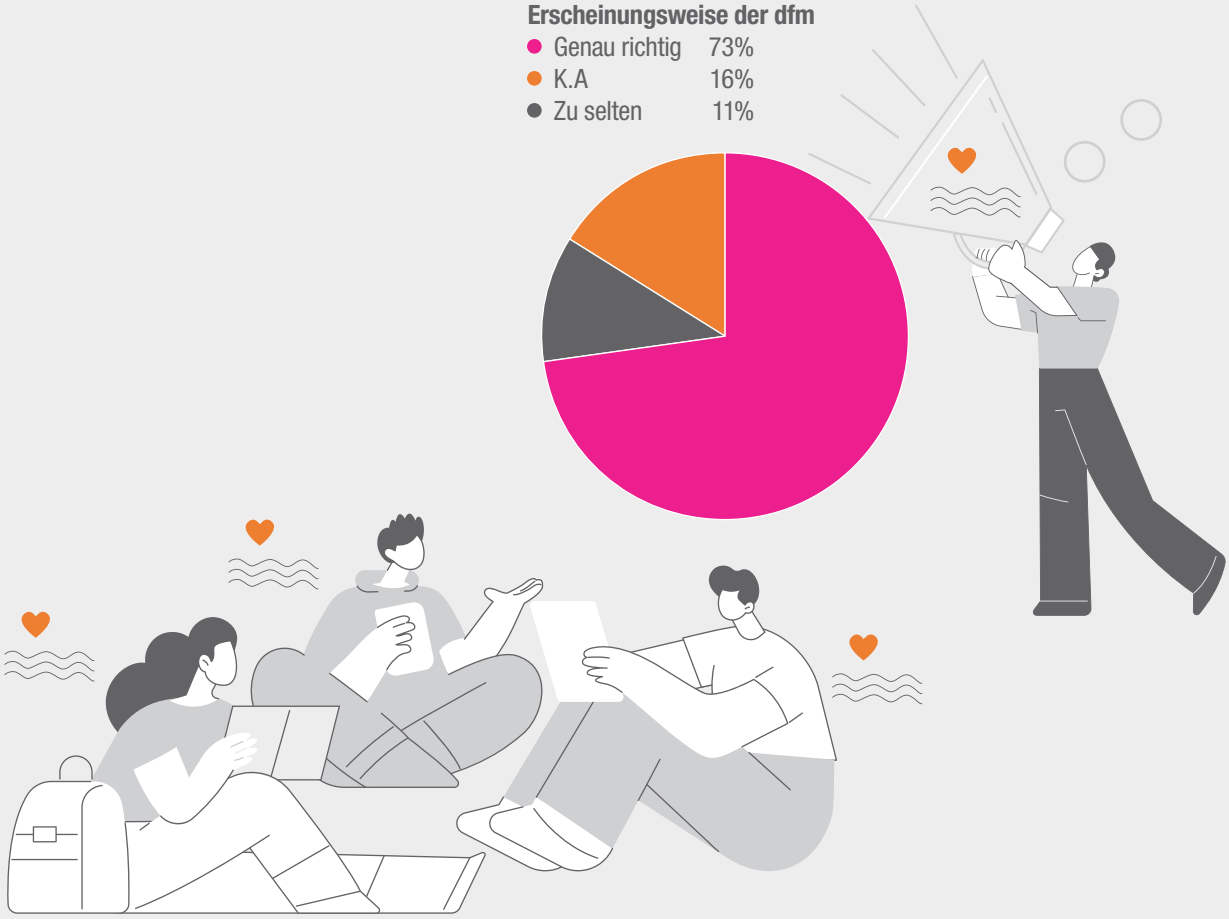


Liegt die dfm für Kunden aus

- Ja 64%
- Nein 31%
- K.A. 5%

Wie beurteilen Sie die zweimonatliche Erscheinungsweise der dfm

- Genau richtig 73%
- K.A 16%
- Zu selten 11%



I. Geltungsbereich

Die nachstehenden Bedingungen gelten für den zwischen dem Kunden und dem Verlag abgeschlossenen Vertrag betreffend Veröffentlichungen des Kunden in den Druckwerken des Verlags, speziell betreffend Werbung für den Kunden. Alle Vereinbarungen, die zwischen dem Kunden und dem Verlag im Zusammenhang mit diesen Verträgen getroffen werden, sind in dem Vertrag zwischen den Vertragsparteien, diesen Bedingungen und der Auftragsbestätigung des Verlags schriftlich niedergelegt.

II. Angebot und Vertragsabschluss

Die Angebote des Verlages sind freibleibend und unverbindlich, es sei denn, dass der Verlag diese schriftlich als verbindlich bezeichnet hat. Abbildungen, Zeichnungen sowie andere Druckunterlagen, welche vom Kunden dem Verlag übersandt werden, gehen in das Eigentum des Verlages über und sind nur annähernd für die Veröffentlichungen des Verlages im Interesse des Kunden maßgebend, soweit sie von beiden Parteien nicht ausdrücklich als verbindlich bezeichnet worden sind.

III. Preise und Zahlungsbedingungen

1. Die Preise des Verlages für Veröffentlichungen in seinen Druckwerken bestimmen sich nach der jeweils aktuellen Preisliste des Verlages, sofern keine abweichenden Vereinbarungen zwischen den Vertragsparteien schriftlich getroffen worden sind oder durch kaufmännische Bestätigungsschreiben fixiert worden sind. Die Preise des Verlages verstehen sich jeweils zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

2. Ist mit dem Kunden nichts Abweichendes schriftlich vereinbart worden, ist der Preis für die Veröffentlichungen vom Kunden in den Druckwerken des Verlages innerhalb von 14 Tagen nach Eingang der Rechnung des Verlages beim Kunden zur Zahlung fällig.

3. Gerät der Kunde mit einer Zahlung in Verzug, ist der Verlag berechtigt, von dem betreffenden Zeitpunkt an Zinsen in Höhe von 8 Prozentpunkten über dem jeweiligen Basiszinssatz der europäischen Zentralbank (EZB) zu verlangen. Die Geltendmachung eines höheren Schadens durch den Verlag bleibt diesem vorbehalten bei entsprechendem Nachweis.

4. Der Kunde ist zur Aufrechnung, auch wenn Mängelrügen oder Gegenansprüche geltend gemacht werden, nur berechtigt, wenn die Gegenansprüche rechtskräftig festgestellt, von dem Verlag anerkannt wurden oder unstreitig sind. Zur Ausübung eines Zurückbehaltungsrechts ist der Kunde nur befugt, wenn sein Gegenanspruch auf demselben Vertrag zwischen den Parteien beruht.

5. Mit der Rechnung über die Veröffentlichungsmaßnahme liefert der Verlag dem Kunden grundsätzlich ein Belegexemplar bzw. falls solche nicht mehr greifbar sind, eine ausdrückliche Bestätigung über die Veröffentlichung und die Auflagenstärke des Druckwerks, in welchem die Veröffentlichung erfolgt ist.

6. Bei Kunden oder Werbemittlern, welche zum ersten Mal Veröffentlichungen beim Verlag ordern oder ihren Sitz im Ausland haben, kann der Verlag die Veröffentlichung von Vorkasse bis zum Anzeigenschlusstermin abhängig machen.

IV. Begriffsbestimmungen, Abnahmefristen, Nichtabnahmefolgen

Anzeigenauftrag im Sinne dieser allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag zwischen dem Kunden und dem Verlag über die Veröffentlichung von Werbeanzeigen in Druckschriften und/oder im Onlinebereich des Verlages zu Werbezwecken für den Kunden. Anzeigenaufträge, welche nicht nur eine einmalige Veröffentlichung betreffen, sondern eine Vielzahl von Veröffentlichungen, sind mangels anderweitiger schriftlicher Vereinbarung zwischen den Parteien, wenn der genaue Termin der Veröffentlichung bei Vertragsabschluss noch nicht schriftlich jeweils fixiert ist, innerhalb eines Kalenderjahres nach Vertragsschluss abzurufen. Bei Werbeverträgen zwischen den Parteien, die eine Vielzahl von Veröffentlichungen vorsehen, sind mangels anderweitiger schriftlich fixierter Konditionen die Folgeveröffentlichungen innerhalb von zwölf Monaten ab Beginn der ersten Veröffentlichung in den Druckwerken des Verlages abzurufen. Bei Nichtabrufung der vertraglich vereinbarten Veröffentlichungen schuldet der Kunde dem Verlag den vollen Preis für die vereinbarten Veröffentlichungen. Dem Kunden wird nachgelassen, nachzuweisen, dass der Verlag wegen der Nichtveröffentlichung sich Aufwendungen erspart hat, welche von dem Kundengeschuldeten Entgelt abzuziehen sind.

V. Liefer- und Leistungszeit

1. Liefertermine oder Fristen, die nicht ausdrücklich als verbindlich vereinbart worden sind, sind ausschließlich unverbindliche Angaben.

2. Falls der Verlag schuldhaft eine ausdrücklich vereinbarte Frist oder einen ausdrücklich vereinbarten Termin nicht einhalten kann oder aus sonstigen Gründen in Verzug gerät, hat der Kunde ihm eine angemessene Nachfrist zu setzen, beginnend mit Ablauf des Tages des Eingangs der schriftlichen Inverzugsetzung bei dem Verlag oder im Fall der kalendermäßig bestimmten Leistungsfrist nach deren Ablauf. Nach fruchtlosem Ablauf dieser Nachfrist ist der Kunde berechtigt, vom Vertrag zurückzutreten.

VI. Haftung

1. Der Verlag haftet nach den gesetzlichen Bestimmungen vorbehaltlich der nachfolgenden Begrenzungen, wenn es sich bei dem Vertrag um ein Fixgeschäft handelt und der Kunde in Folge des vom Verlag zu vertretenden Lieferverzugs berechtigt ist, sich auf den Fortfall seines Interesses an der Vertragserfüllung zu berufen.

2. Der Verlag haftet dem Kunden bei Lieferverzug und Leistungsverzug ausschließlich nach den gesetzlichen Bestimmungen, wenn der Lieferverzug und Leistungsverzug auf einer von dem Verlag zu vertretenden vorsätzlichen oder grob fahrlässigen Pflichtverletzung beruht. Dem Verlag ist ein Verschulden seiner Vertreter oder Erfüllungsgehilfen zuzurechnen. Beruht der Verzug nicht auf einer von dem Verlag zu vertretenden vorsätzlichen oder grob fahrlässigen Vertragsverletzung, ist die Haftung des Verlages auf den vorhersehbaren typischerweise eintretenden Schaden begrenzt.

3. Beruht der von dem Verlag zu vertretende Lieferverzug oder Leistungsverzug auf der schuldhaften Verletzung einer wesentlichen Vertragspflicht oder einer Kardinalpflicht, haftet der Verlag nach den gesetzlichen Bestimmungen; in diesem Fall ist die Schadensersatzhaftung auf den vorhersehbaren, typischerweise eintretenden Schaden begrenzt.

4. Der Verlag ist zu Teillieferungen und Teilleistungen jederzeit berechtigt, soweit dies dem Kunden zumutbar ist.

5. Handelt es sich bei dem Vertragspartner des Verlages (Kunden) um einen vollkaufmännischen Betreib, eine juristische Person des öffentlichen Rechts oder um ein öffentlich-rechtliches Sondervermögen, ist die Haftung des Verlages in dem nach dem Gesetz weitestmöglichen Umfang eingeschränkt.

VII. Gewährleistung u.a.

1. Wird ein Werbeauftrag eines Kunden aus Umständen, welche außerhalb der Haftungssphäre des Verlages liegen, ganz oder teilweise vom Verlag nicht erfüllt, so hat der Kunde unbeschadet seiner sonstigen Verpflichtungen dem Verlag die Quote des ursprünglich vereinbarten Entgelts zu bezahlen, welche dem Verhältnis der vereinbarten Leistung des Verlages zu der tatsächlich erbrachten Leistung des Verlages entspricht.

2. Die Vertragsparteien sind sich einig, dass der Verlag sich in keinem Fall schadensersatzpflichtig macht, wenn die Nichterfüllung seiner Verpflichtungen auf höherer Gewalt beruht, auch wenn diese höhere Gewalt im Risikobereich des Verlages wirksam wird.

3. Der Verlag ist nur verpflichtet, Anzeigen eines Kunden in bestimmten Nummern seiner Druckschriften zu veröffentlichen, wenn dies zwischen den Parteien ausdrücklich schriftlich vereinbart worden ist oder in kaufmännischen Bestätigungsschreiben seitens des Verlages zugesichert worden ist. Anzeigen von Kunden, die aufgrund ihrer Gestaltung für den Verbraucher nicht sofort als Werbeanzeigen erkennbar sind, kann der Verlag im Interesse lauteren Wettbewerbs mit der Überschrift „Anzeige“ kennzeichnen.

4. Auch während eines laufenden Werbevertrages zwischen dem Kunden und dem Verlag ist es dem Verlag gestattet, Veröffentlichungswünsche des Kunden zurückzuweisen, wenn der Inhalt der gewünschten Veröffentlichungen aus rechtlichen Gründen oder ethischen Gründen dem Verlag unzumutbar wird. Eine solche ablehnende Entscheidung des Verlages ist dem Kunden unverzüglich mitzuteilen.

5. Der Kunde ist für die rechtzeitige Lieferung seines Anzeigentextes einschließlich mangelfreier Druckunterlagen selbst verantwortlich. Der Verlag gewährleistet die für seine Veröffentlichungen übliche Druckqualität im Rahmen der gegebenen Möglichkeiten nach den vom Kunden zur Verfügung gestellten Druckunterlagen.

6. Ist die Veröffentlichung der Annonce des Kunden in den Druckwerken des Verlages schlecht leserlich, unrichtig oder unvollständig, so steht dem Kunden ein Minderungsanspruch zu oder nach Wahl des Kunden eine einwandfreie Ersatzanzeige. Diese Rechte stehen dem Kunden jedoch nur dann zu, wenn der Zweck seiner Anzeige wesentlich beeinträchtigt wurde. Soweit dem Kunden das Recht auf eine mangelfreie Ersatzanzeige zusteht, hat der Verlag diese in angemessener Zeit zu veröffentlichen, anderenfalls dem Kunden seine Gewährleistungsansprüche nach dem Gesetz wegen der fehlgeschlagenen Annonce in vollem Umfange zustehen. Hierbei ist zu beachten, dass grundsätzlich die Schadensersatzansprüche des Kunden von der Höhe her auf einen von ihm zu erbringenden Veröffentlichungspreis seiner Werbeannonce beschränkt sind und im Übrigen nur Ersatz für einen vorhersehbaren Schaden geleistet werden kann. Diese Einschränkung gilt nicht, falls dem Verlag, dessen

Vertretern oder Erfüllungsgehilfen Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit vorgeworfen werden kann vom Kunden.

7. Sollten die vom Kunden gelieferten Druckvorlagen nicht druckfähig sein oder vom Kunden zu diesen Druckvorlagen Änderungen gewünscht sein, so trägt der Kunde auch die Kosten, welche dadurch entstehen, dass der Verlag die eingereichten Unterlagen zu druckfähigen Vorlagen abändert oder abändern lässt. Der Verlag informiert vor Herstellung derartiger druckfähiger Vorlagen den Kunden, dass die eingereichten Unterlagen nicht druckfähig sind und weist den Kunden auf diesen Mangel hin. Der Kunde ist dann verpflichtet, der kostenpflichtigen Herstellung derartiger brauchbarer Druckvorlagen zuzustimmen, anderenfalls die Veröffentlichung der Anzeigen und Inserate des Kunden zurückgestellt werden kann bis zur Bereitstellung druckfähiger Vorlagen. Werden Druckunterlagen mit Rückgabepflicht übersandt, so endet die Pflicht des Verlages zur Aufbewahrung dieser Druckunterlagen drei Monate nach Beendigung des Auftrages, für welchen die Druckunterlagen dienen.

8. Ansprüche bei fehlerhaften Wiederholungsanzeigen des Kunden gegenüber dem Verlag sind ausgeschlossen, wenn der Kunde die Möglichkeit hatte, vor Drucklegung der nächstfolgenden Anzeige auf den Fehler hinzuweisen. Diese Möglichkeit wird in der Regel angenommen, wenn dem Kunden ein Belegexemplar der ersten fehlerhaften Werbeanzeige zur Verfügung gestellt worden ist. Bei nicht rechtzeitiger Rüge des Mangels durch den Kunden bleibt der Vergütungsanspruch des Verlages in vollem Umfang bestehen.

VIII. Probeabzüge

Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch des Kunden geliefert. Der Kunde trägt die Verantwortung für die Richtigkeit und Vollständigkeit von ihm an den Verlag zurückgesandter Probeabzüge. Sind hinsichtlich der Größe der Werbemaßnahmen, welche der Kunde wünscht, keine besonderen Größenvorschriften vereinbart, so wird das Ausmaß der Werbeanzeige vom Verlag festgelegt und der Berechnung des Entgelts, welches der Kunde zu zahlen hat, zugrunde gelegt.

IX. Rechnungsstellung, Vorkasse

Sofern die Veröffentlichung von Werbemaßnahmen des Kunden in einer größeren Anzahl von Druckwerken erfolgen bzw. in einem oder mehreren Druckwerken in aufeinander folgenden Zeitschriften, so kann grundsätzlich nach jeder einzelnen Veröffentlichung seitens des Verlages Rechnung gestellt werden. Kommt der Kunde mit der Zahlung der Rechnungen des Verlages in Verzug, so können seitens des Verlages alle bis dato eingeräumten Zahlungsziele gekündigt werden, Veröffentlichungen kann der Verlag in derartigen Fällen dann von Vorkasse abhängig machen.

X. Gegendarstellungen

Der Verlag beurteilt die eingereichten Druckunterlagen und die zu veröffentlichenden Bilder und Texte mit geschäftsüblicher Sorgfalt, haftet jedoch nicht, wenn er vom Kunden über den Aussagegehalt der Annonce getäuscht worden ist. Der Kunde, der Veröffentlichungen in den Druckwerken und/oder im Onlinebereich des Verlages ordert, verpflichtet sich, mit größtmöglicher Sorgfalt bei der Auswahl der Bildgestaltung und des Textes vorzugehen, speziell zu vermeiden, dass Urheberrechte beeinträchtigt werden. Soweit der Verlag von Dritten verpflichtet wird, Gegendarstellungen zu den Inseraten des Kunden abzudrucken, so verpflichtet sich der Kunde, die Kosten der Veröffentlichung dieser Gegendarstellungen zu seinen tatsächlichen Behauptungen in seiner veröffentlichten Anzeige zu tragen. Die dem Kunden in Rechnung zu stellenden Kosten berechnen sich nach der Größe und dem Ort der Veröffentlichung dieser Gegendarstellung im Druckwerk des Verlages, kalkuliert nach der Preisliste des Verlages für derartige Veröffentlichungen (Tarifentgelt nach aktueller Preisliste des Verlages).

XI. Vertrieb von Werbekapazität durch Werbeagenturen etc.

Werbeagenturen sind verpflichtet, sich bei der Vermittlung von Werberaum in den Druckveröffentlichungen des Verlages an die aktuellen Anzeigentarife des Verlages zu halten, also an die aktuelle jeweilige Preisliste des Verlages. Die vom Verlag an Werbeagenturen etc. gewährte Vermittlungsprovision darf den Endkunde weder ganz noch teilweise weitergegeben werden, sondern hat voll und ganz bei der Werbeagentur zu verbleiben.

XII. Beilagen zu Druckveröffentlichungen des Verlages

Die hier gegenständlichen Geschäftsbedingungen des Verlages gelten sinngemäß für Beilagen jeglicher Art oder Sonderausgaben von Druckveröffentlichungen des Verlages.

XIII. Schriftformklausel

Verträge zwischen Kunden und Verlag sind in Textform zu fixieren. Aufträge erfüllen diese Textform auch, wenn diesen ein schriftliches Angebot und eine schriftliche Annahme des Angebots zugrunde liegt. Bei Vollkaufleuten reicht für die Schriftform ein kaufmännisches Bestätigungsschreiben seitens des Verlages aus.

XIV. Änderungen des Anzeigentarifs

Änderungen des Anzeigentarifs werden auch für laufende Aufträge wirksam, nicht jedoch früher als drei Monate nach der ersten Veröffentlichung eines Werbeauftrags eines Kunden in den Druckwerken des Verlages.

XV. Verantwortung für Inserate

Der Kunde ist für den Inhalt und die Zulässigkeit der zur Veröffentlichung gestellten Texte und Bilder ausschließlich verantwortlich. Der Kunde garantiert dem Verlag, dass er alle Nutzungsrechte urheberrechtlicher, leistungsschutzrechtlicher und persönlichkeitsrechtlicher Art selbst hält und die Veröffentlichung nicht die Rechte Dritter insoweit tangiert.

Bei Verstößen insoweit hat der Kunde den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen, welche diese wegen der Ausführung eines derartigen Auftrages gegen den Verlag geltend machen. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob mit deren Veröffentlichung Urheberrechte, Leistungsschutzrechte und Persönlichkeitsrechte Dritter tangiert werden.

XVI. Betriebsstörungen

Bei Betriebsstörungen in Fällen von Bürgerkrieg, legaler und illegaler Streiks, Beschlagnahme, wesentlicher Rohstoff- oder Energieverknappung, höherer Gewalt und dergleichen, sowohl in der Verantwortungssphäre des Verlages, als auch in Betrieben, welcher sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient, hat der Verlag Anspruch auf Bezahlung des vollen tariflichen Entgelts für seine veröffentlichten Anzeigen, wenn seine Druckerzeugnisse im Schnitt der letzten vier Quartale mindestens 80 % der ursprünglich gedachten Auflage erreicht haben. Bei geringeren Auflagenstärken kann der Rechnungsbetrag, welchen der Verlag vom Kunden zu fordern hat, anteilig gekürzt werden.

XVII. Stornierung, Abbestellungen etc.

Abbestellungen und Stornierungen seitens des Kunden müssen in jedem Falle in Textform erfolgen. Gleiches gilt für Änderungswünsche. Eine derartige Mitteilung muss spätestens vier Wochen vor dem Anzeigenschluss der jeweiligen Ausgabe eintreffen. Spätere Stornierungen werden nicht mehr berücksichtigt. Bei Abbestellungen oder bei Änderungswünschen von Anzeigen kann der Verlag in jedem Falle die bis dato angefallenen Kosten berechnen und auch solche Kosten, welche nicht mehr vermieden werden können. Für bereits fest vereinbarte Anzeigen zwischen den Parteien wird bei Storno eine Stornogebühr von 35 % des Anzeigenpreises fällig. Gewährte Abschlussrabatte gem. Preisliste werden auf die tatsächliche Menge georderter Druckveröffentlichungen reduziert. Für Teilleistungen des Verlages bereits gewährte Rabatte können vom Verlag nachbelastet werden, maximal für die vergangenen zwölf Monate.

XVIII. Datenschutz

Die Kunden werden darauf hingewiesen, dass im Rahmen der Geschäftsbeziehungen die Kunden- und Lieferantendaten mit elektronischer Datenverarbeitung beim Verlag gespeichert werden mit dem Zweck, das Vertragsverhältnis zwischen den Parteien abzuwickeln.

XIX. Gerichtsstand

Ist der Kunde ein vollkaufmännischer Betrieb, eine juristische Person des öffentlichen Rechts oder ein öffentlich-rechtliches Sondervermögen, so gilt als Gerichtsstand der Sitz des Verlages, gleichermaßen gilt der Sitz des Verlages auch als Erfüllungsort. In allen anderen Fällen gelten die gesetzlichen allgemeinen Bestimmungen.

XX. Anzuwendendes Recht

Die Beziehungen zwischen den Vertragspartnern richten sich - gleichgültig, wo der Kunde seinen Sitz hat - ausschließlich nach dem in der Bundesrepublik Deutschland geltenden Recht.

Die Anwendung des einheitlichen Gesetzes über den internationalen Kauf beweglicher Sachen sowie des Gesetzes über den Abschluss von internationalen Kaufverträgen über bewegliche Sachen ist ausgeschlossen.

Allgemeine Geschäftsbedingungen von dfm – das friseur magazin

Stand: November 2022

Für Druckfehler übernehmen wir keine Haftung.