

cinearte

Medien für Filmschaffende

DIE NUMMER EINS

Wir wollen wirklich nicht angeben. Aber wir müssen das einfach nochmal wiederholen, weil es noch nicht jeder mitbekommen hat:

Seit zwei Jahren sind unsere Nachrichten für Filmschaffende das Informationsmedium mit den meisten Abonnenten in der deutschen Filmbranche.

Außerdem das einzige, das die wichtigsten Berufsverbände für ihre Mitglieder beziehen.

Wir finden, das sollten Sie wissen.

ANZEIGENLISTE 010 – 1. JANUAR 2011

Redaktion: cinearte – Peter Hartig | Friedrichstraße 15 | 96047 Bamberg | Telefon: +49-951-2974.6955 | E-Mail: info@cinearte.net

Anzeigen: cinearte – Michael Wesp-Bergmann | Paosostraße 68a | 81243 München | Telefon: +49-89-55 298 563 | Telefax: +49-89-55 298 564 | E-Mail: anzeigen@cinearte.net

Vertrieb und Abonnements: crew united – Lutz und Zenglein GbR | Fraunhoferstraße 6 | 80469 München | Telefon: +49-89-2024.4030 | Fax: +49-89-2024.4031 | E-Mail: info@crew-united.com

unsere idee

Film ist Teamarbeit – nur wird vom Team leider nur selten jemand erwähnt. Ohne die Bilder würde aus dem besten Drehbuch nur ein Hörspiel. Die Leistungen und Ideen all derjenigen vorzustellen, die zum Gelingen eines Films beitragen – mit diesem Gedanken startete 2003 **cinearte**. Zum ersten Mal gibt ein Medium einen umfassenden und aktuellen Überblick, was in den Kulissen der Filmproduktion vorgeht – und lässt die Beteiligten selbst zu Wort kommen.

unser anspruch

Zuverlässige Informationen halten wir für selbstverständlich. Doch Fakten allein liefern nur die halbe Wahrheit. **cinearte** schildert die Hintergründe und Zusammenhänge. Dabei legen wir höchsten Wert auf Qualität: in Text, Bild und Gestaltung. Und sollte uns doch einmal ein Fehler unterlaufen, geben wir das unumwunden zu und stellen es richtig.

Zuverlässigkeit und Glaubwürdigkeit pflegen wir übrigens nicht nur gegenüber unseren Lesern und Gesprächspartnern. Auch unsere Anzeigenkunden können sich darauf verlassen.

unsere zeitschriften

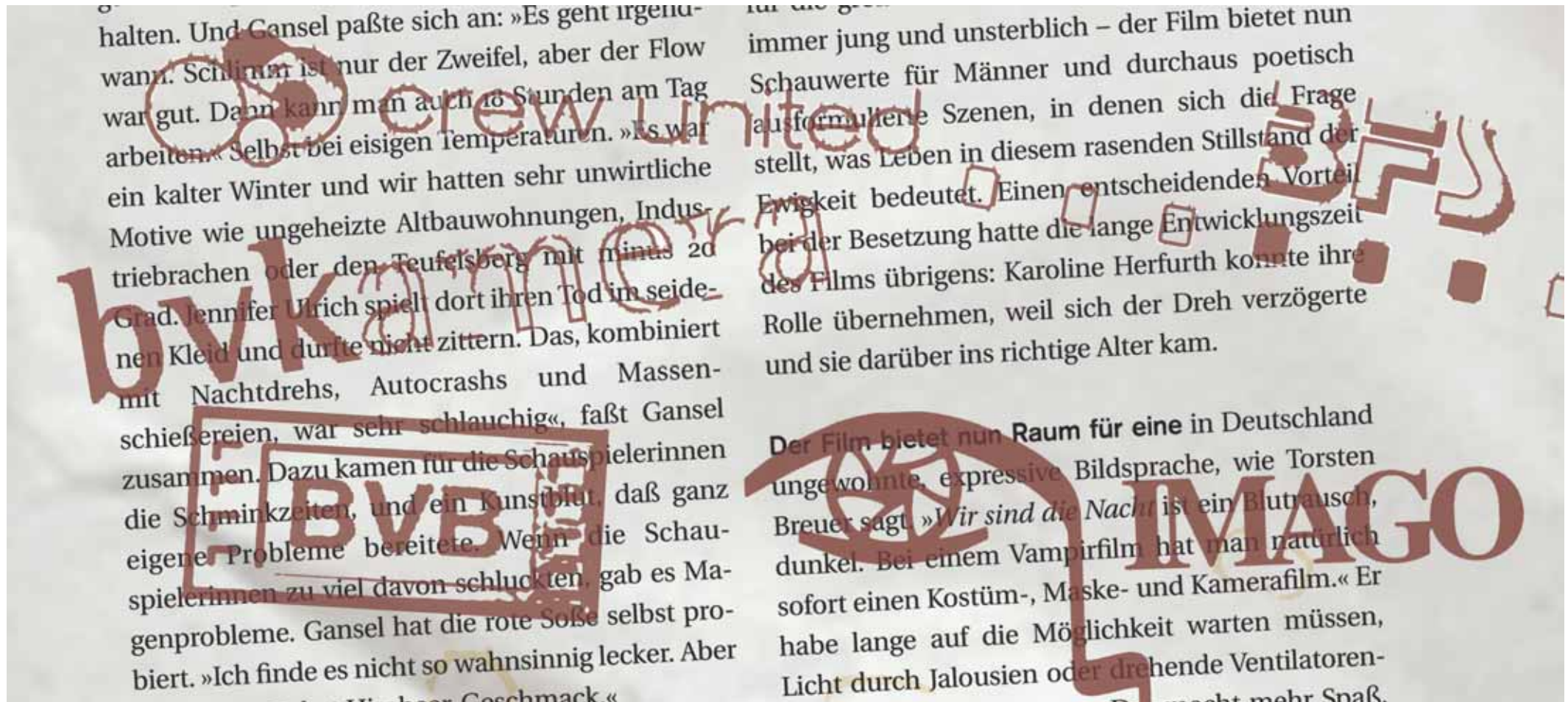
Unsere *Nachrichten für Filmschaffende* sind wahrscheinlich die erste reine PDF-Zeitschrift im deutschsprachigen Raum: alle 14 Tage die aktuellsten Informationen, schlank und schnell aufbereitet und übers Internet jederzeit und überall verfügbar.

Für alle, die längere Geschichten und große Fotos mögen und etwas in die Hand nehmen wollen, gibt es viermal im Jahr **cinearte XL**, gedruckt und auf Papier. Das Magazin für Filmschaffende bietet ausführliche Hintergrundartikel, Interviews und Produktionsberichte, zum Lesen, Schauen und Blättern.

inhalt

Grundsätzliches	3
Abonnenten	3
Entwicklung	4
Intermediate	5
Imago	5
 cinearte.pdf	 6
Kurzcharakteristik	7
Leser	8
Wettbewerbsumfeld	8
Formate und Preise	10
Technische Vorgaben	10
Erscheinungstermine	10
 cinearte XL	 11
Kurzcharakteristik	12
Formate und Preise	13
Technische Vorgaben	13
Erscheinungstermine	14
 cinearte 2.0	 15
Soziale Medien	15
 Allgemeines	
Zahlungsbedingungen, Bankverbindung	13
AGB	16





Liebe Hersteller, Distributoren und Verleiher von **Kameratechnik, Kamerazubehör, Stabilisierungssystemen und Aufzeichnungsmaterial**: Der **Bundesverband Kamera (bvk)** hat cinearte und cinearte xl als einzige Zeitschriften für seine Mitglieder abonniert. Sonst nichts.

Liebe Hersteller, Distributoren und Verleiher von **Beleuchtung, Dollys, Kränen, Schienen und weiterem Gripzubehör**: Der **Bundesverband Beleuchtung und Bühne (BVB)** hat cinearte und cinearte xl als einzige Zeitschriften für seine Mitglieder abonniert. Sonst nichts.

Liebe Hersteller, Distributoren und Verleiher von **Schnittsystemen**: Der **Bundesverband Filmschnitt Editor (BFS)** hat cinearte und cinearte xl als einzige Zeitschriften für seine Mitglieder abonniert. Sonst nichts.

Liebe Anbieter von **Weiterbildungen und Fachveranstaltungen**: **14 Berufsverbände und die führende Branchenplattform im Internet** beziehen regelmäßig cinearte als Informationsmedium für ihre Mitglieder. Sonst nichts.

14 Berufsverbände. Das führende Branchennetzwerk. Über 11.000 Filmschaffende.

rückblick

Im Jahr 2010 konnte **cinearte** wieder zulegen. Die Zahl der Abonnenten ist um fast 30 Prozent gestiegen, drei weitere Berufsverbände der Filmbranche haben unsere zweiwöchentlichen PDF-Nachrichten als Informationsmedium für ihre Mitglieder abonniert – und nichts anderes!

Das macht die *Nachrichten für Filmschaffende* zur meistgelesenen Zeitschrift der Branche und uns natürlich auch ein bißchen stolz. Weil es zeigt, daß eine zuverlässige und kritische Berichterstattung über die Berufsgrenzen hinweg geschätzt und honoriert wird.

Für dieses Vertrauen und die Anerkennung danken wir allen unseren Lesern.



Wir denken immer schon ein Stück weiter. Und über Grenzen hinweg. Deshalb haben wir Ende 2011 mit zwei Partnermagazinen **intermediate®** gegründet – die internationale Arbeitsgemeinschaft unabhängiger Fachzeitschriften für die audiovisuelle Branche. Oder einfacher ausgedrückt: ein Netzwerk von Magazinen, die denken und handeln wie wir.

Qualität in Form und Inhalt, Unabhängigkeit und der Blick auf den ganzen Film sind die wichtigsten Eigenschaften von **intermediate®**-Zeitschriften.

Gründungsmitglieder von **intermediate®** sind **FilmPRO** in Polen und **Kinečko** in der Slowakei. Weitere Partner werden 2011 beitreten.

FILMPRO **KINEČKO** **cinearte**

Wir tauschen uns bei Themen und Artikeln aus, um auch geografisch über den Tellerrand zu blicken. Und empfehlen unseren Anzeigenkunden zuverlässige Partner auf neuen Märkten.

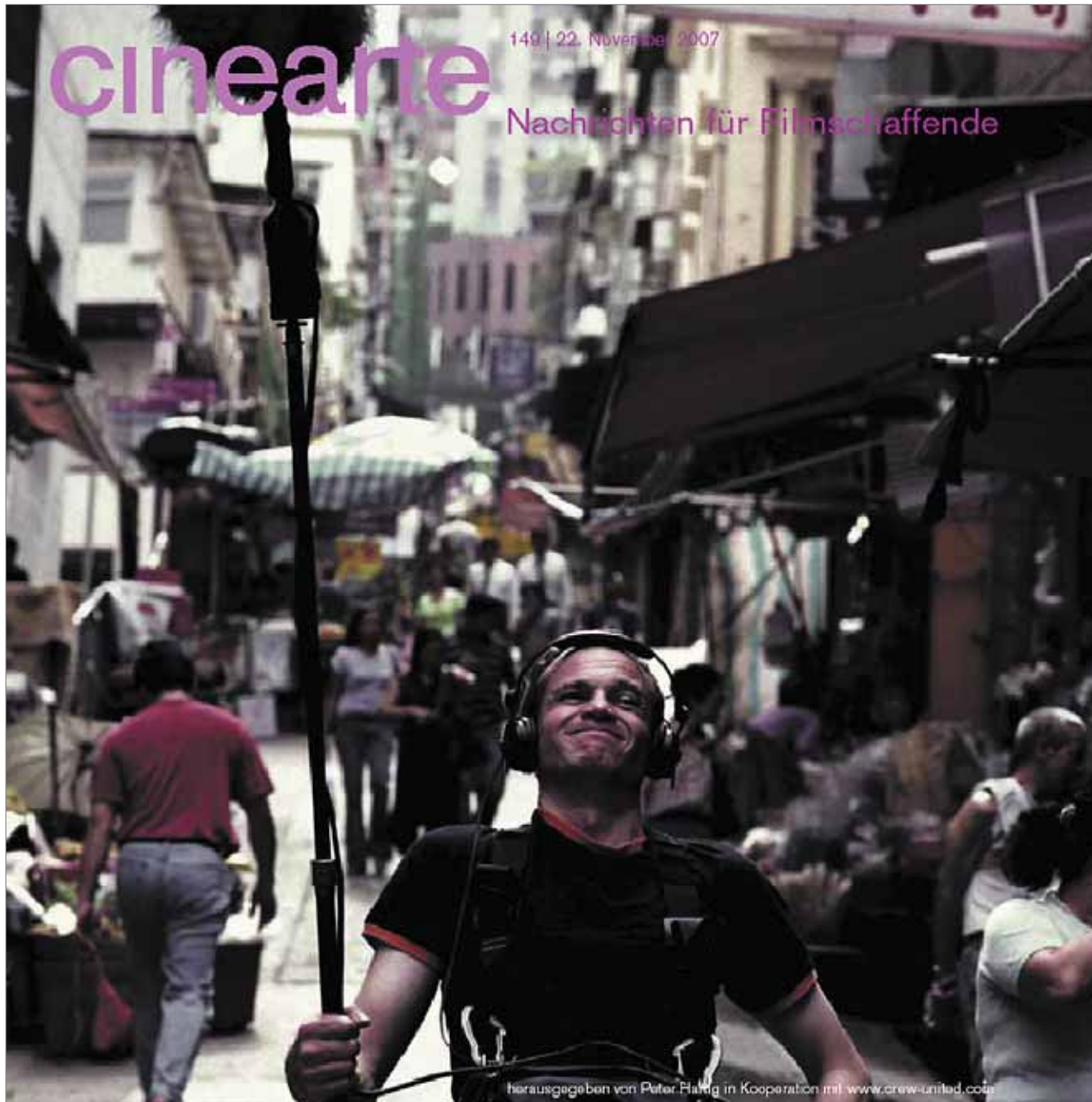
Der erste Vorteil für Sie: Um unsere Rabattkonditionen zu nutzen, können Sie Ihre Anzeigenschaltungen in allen **intermediate®-Zeitschriften beliebig kombinieren!**



Grenzenlos kooperativ.

Wer so denkt, trifft rasch auf Gleichgesinnte: Als erste deutschsprachige Zeitschrift ist **cinearte Partner von Imago** – der internationalen Vereinigung von 39 Kameraverbänden aus der ganzen Welt.





149 | 22. November 2007

cinearte

Nachrichten für Filmschaffende

herausgegeben von Peter Hainig in Kooperation mit www.crew-united.com

Dreifaches Heldentum

Vier Kamerateams, 370 Kassetten Rohmaterial, 400 Arbeitstage im Schneide-
raum: Thomas Grube begleitete die Ber-
liner Philharmoniker auf ihren TRIP TO
ASIA. Die Dokumentation über Musik
in einer anderen Welt soll im Februar in
die Kinos kommen.

»Ich bin kein Klassikkenner«, bekennt
Thomas Grube freimütig. Daß er sich
gerade mit *Rhythm is it!* einen Namen
gemacht hat, scheint dem zu wider-
sprechen. Der Kinofilm über ein Ju-
gendsozialprojekt der Berliner Philhar-
moniker zog zwischen dem September
2004 und Ende 2006 fast 650.000 Zu-
schauer ins Kino. An diesen, auch im
Rahmen des aktuellen Dokumentar-
film-Booms, außergewöhnlichen Er-

Zehn Konzerte in
sechs Städten –
und in der Frei-
zeit angolte das
Drehteam nach
Motiven in den
fünf Ländern:
Toni Mann Bernd
von Bassowitz.

Foto: Boonformedia

cinearte
Nachrichten für
Filmschaffende

Art:
PDF-Zeitschrift

Format:
A4 quer

Umfang:
30-50 Seiten

**Erscheinungs-
rhythmus:**
14täglich

Auflage:
11,229
(Abonnement,
Stand Oktober
2010)

Verbreitung:
über 20.000
(hochgerechnet)



cinearte ist der aktuelle Nachrichtendienst für die Profis in der Film- und Fernsehproduktion.

Die neuesten Dreharbeiten, Interviews und Porträts vom Kameramann bis zum Maskenbildner, Hintergrundberichte und ein umfangreicher Nachrichten- und Serviceteil halten unsere Leser ständig auf dem Laufenden – 26 Mal im Jahr, jeden zweiten Donnerstag aufs Neue.

Als einziges Medium im Lande bietet **cinearte** einen umfassenden Einblick hinter die Kulissen der Film- und Fernsehproduktion – vom Förderentscheid bis zum Kinostart.

Und durch die exklusive Kooperation mit dem Branchennetzwerk www.crew-united.com hat **cinearte** den aktuellsten und zuverlässigsten Drehspiegel der Filmlandschaft.

11.229 Abonnenten pro Ausgabe*,
26 Ausgaben pro Jahr

cinearte erreicht seine Leser als PDF im Querformat. Das hat viele Vorteile:

- > Jeder kann selbst entscheiden, ob er lieber am Bildschirm liest oder auf Papier.
- > **cinearte** erreicht jeden Leser per E-Mail oder als Download – ganz egal, wo er sich gerade auf der Welt befindet.
- > Jeder Leser hat jederzeit unbegrenzten Zugriff auf unser Online-Archiv mit Volltextsuche und allen Ausgaben zum Herunterladen (rechts).

Das wird gerne genutzt und weitergegeben. Und so erreicht **cinearte** weit mehr als seine 11.229 Abonnenten.



*Stand: Oktober 2010

Was lesen Filmschaffende? cinearte!

unsere leser

Seit der ersten Ausgabe wächst **cinearte** stetig und überzeugt durch Konzept und Qualität. Das haben auch andere erkannt:

- > Seit Juli 2005 erhalten Full Member des Branchenportals crew-united.com regelmäßig die *Nachrichten für Filmschaffende*.
- > Seit Oktober 2006 haben 14 große Berufsverbände der Filmbranche **cinearte** für ihre Mitglieder abonniert:

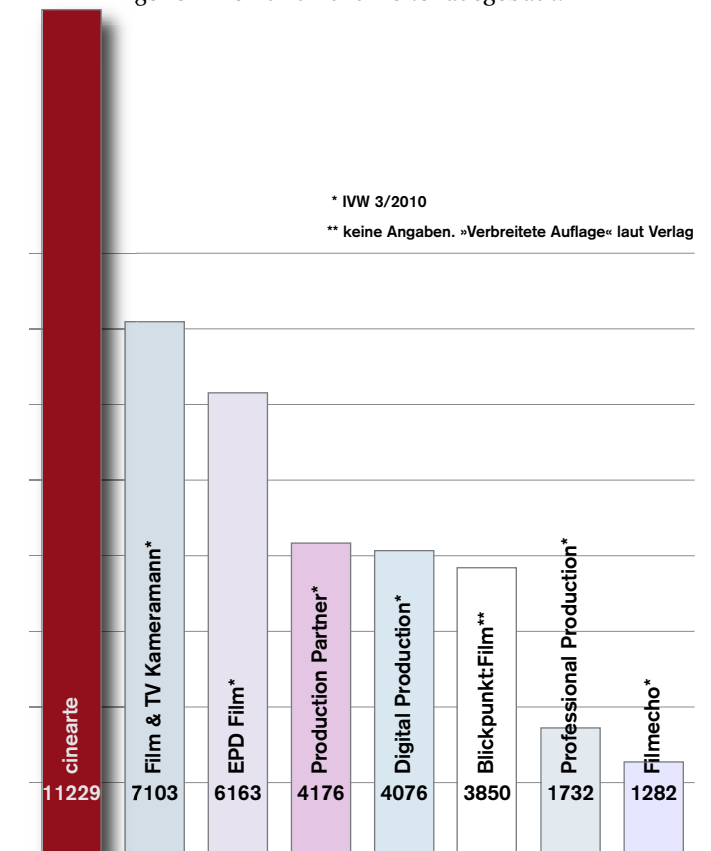
_Bundesverband Regie (BVR)	_Interessenverband deutscher Schauspieler (IDS)
_Bundesverband Kamera (BVK)	_Berufsvereinigung Filmton (BVFT)
_Bundesverband Filmschnitt – Editor (BFS)	_Bundesverband Casting (BVC)
_Verband der Szenenbildner, Filmarchitekten und Kostümbildner in Europa (SFK)	_Bundesverband der Fernsehkameraleute (BVFK)
_Bundesvereinigung Maskenbild (BVM)	_Verband der Requisiteure und Set Decorator (VdRSD)
_Bundesverband Beleuchtung und Bühne (BVB)	_Bundesverband der Film- und Fernsehschauspieler (BFFS)
_Bundesverband Produktion (BVP)	
_Bundesverband deutscher Stuntleute (BVS)	

Durch seinen guten Namen erreicht **cinearte** inzwischen 11.229 Abonnenten – allesamt professionell Beschäftigte in der Filmproduktion.

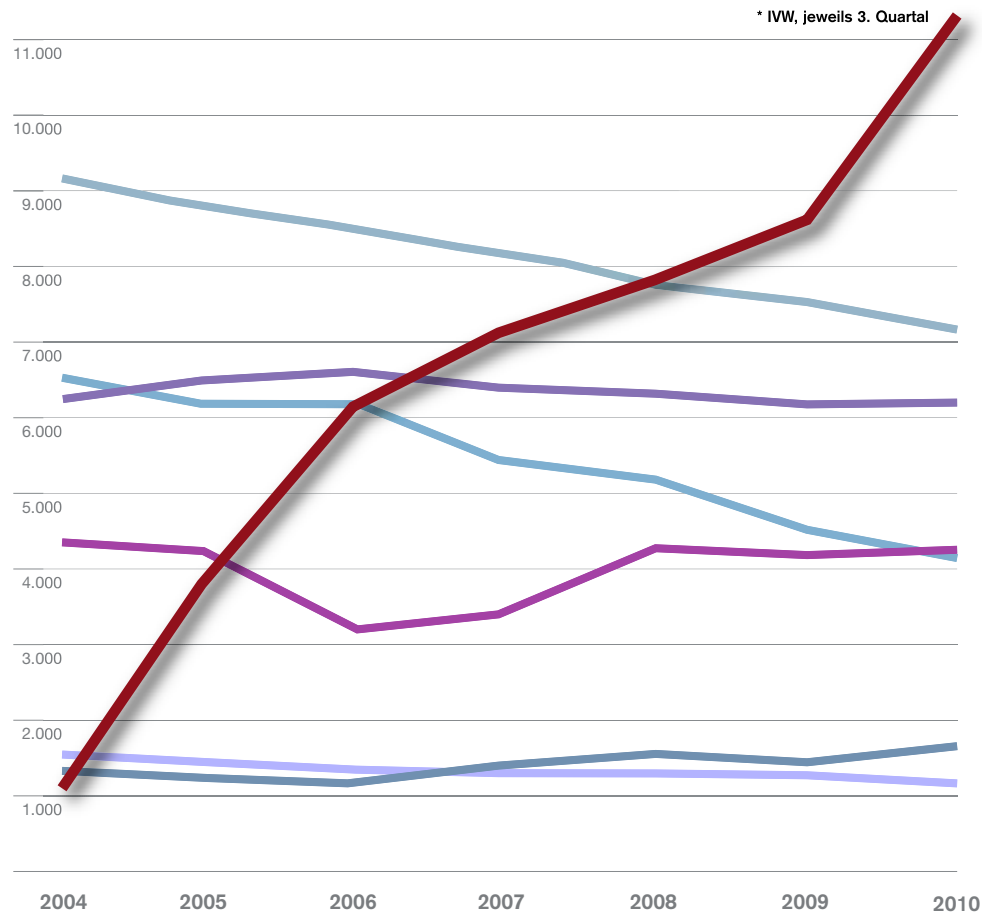


beste reichweite

In nur sechs Jahren hat **cinearte** mit seinem Abonnentenstamm die Spitzenposition unter den Fachzeitschriften eingenommen und 2010 weiter ausgebaut.



beste aussichten



Wir schwimmen gegen den Trend. Während bei anderen die Abonnentenzahlen sinken, hat **cinearte** ständig zugelegt. Allein im vergangenen Jahr 2010 um rund 30 Prozent.

Film & TV Kameramann*

EPD Film*

Production Partner*
Digital Production*

Professional Production*
Filmecho*

ihre vorteile

Durch **cinearte** kommt Ihre Werbung direkt an die Zielgruppe – ohne Streuverluste und sagenhaft günstig. Denn dank PDF können wir Ihnen viele Vorteile bieten:

- > **Ihre Anzeige ist verlinkt.** Ein Mausklick aufs PDF führt direkt zu Ihrer Website.
- > **Ihre Anzeige ist indiziert:** Die Volltextsuche unseres Archivs findet auch Ihre Produkte und Dienstleistungen jederzeit wieder. Ein paar Schlagwörter genügen.
- > **Ihre Anzeige ist aktuell:** Unsere Produktionsweise spart nicht nur Kosten, sondern auch ganz schön viel Zeit. Deshalb können auch Sie schnell reagieren, wenn's mal brennt.
- > **Ihre Anzeige ist verbreitet.** Von jeder Ausgabe mit Ihrer Schaltung stellen wir Ihnen ein PDF zur Verfügung, das Sie zusätzlich über Ihren eigenen Verteiler an Ihre Kunden weiterverbreiten dürfen.
- > **Ihre Anzeige ist günstig:** Weil eh alles über den Rechner läuft, kostet uns auch der Farbdruck nichts. Deshalb bezahlen Sie dafür auch keinen Cent mehr.

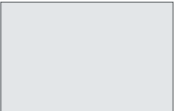
formate & preise

Nicht nur Leser können **cinearte** abonnieren: Wenn Sie mehrfach buchen, kommt Sie Ihre Anzeige noch günstiger, als sie ohnehin schon ist. Das kostet dann so viel:

	87 x 101 mm	
	bei einfacher Schaltung	150 Euro
	bei dreimaliger Schaltung	120 Euro
	bei zehnmaliger Schaltung	100 Euro

	87 x 210 mm	
	bei einfacher Schaltung	240 Euro
	bei dreimaliger Schaltung	180 Euro
	bei zehnmaliger Schaltung	160 Euro

	145 x 210 mm	
	bei einfacher Schaltung	320 Euro
	bei dreimaliger Schaltung	260 Euro
	bei zehnmaliger Schaltung	220 Euro

	297 x 210 mm	
	bei einfacher Schaltung	570 Euro
	bei dreimaliger Schaltung	515 Euro
	bei zehnmaliger Schaltung	400 Euro

technische vorgaben

Ihre Anzeige sollte in einem Ordner liegen, der eine eindeutige Zuordnung erlaubt (z.B. Cinearte_002, Anzeigenkunde). Senden Sie uns bitte:

_die zu verwendende Anzeige

_alle verwendeten Schriften (PostScript)

_alle verwendeten Dateien (Bilder, Logos usw.) als tiff- oder eps-Format

Dateiformate:

_QuarkXPress bis 7.31

_Adobe Illustrator bis 13.0.1

_Adobe Acrobat 9.4.1

Sie können uns Ihre Anzeige auch als direkt als PDF liefern. Bitte achten Sie darauf, daß alle Schriften eingebettet sind und für Bilddaten eine **Auflösung von 150 dpi** gewählt wurde. Die Acrobat-Voreinstellungen schicken wir Ihnen gerne zu. Eine aktuelle Version können Sie auch direkt auf www.cinearte.net unter »Anzeigen« herunterladen.

Sie können uns Ihre Anzeige einfach über unsere E-Mail-Adresse **info@cinearte.net** übermitteln. Bitte informieren Sie uns zur Sicherheit telefonisch.

Bitte beachten Sie:

Farben dürfen nicht im RGB-Modus angelegt sein (nur in CMYK)

termine

Erscheinungstermin: Jeden zweiten Donnerstag.

Anzeigen- und Druckunterlagenschluß: Dienstag vor Erscheinungstag, falls nicht anders vereinbart.



Goldene Zeiten

Spaniens «Goldene Zeiten»
sind bislang zu wenig im Kino
behandelt worden, meint
Agustín Díaz Yanes beim
Drehbuchstudium in der
Küche. Der Regisseur mit
Geschicktsplan bringt mit
«Alatriste» nun einen Lichtstrahl
ins Dunkel.

Eine populäre Buchreihe. Ein begnadeter
Regisseur mit überschaubarer Werkliste.
Bekannte, aber auch nicht zu berühmte
Schauspieler; gewaltige Ausstattung –
und Viggo Mortensen in der Hauptrolle.
So entstand der Kinoerfolg des Jahres
in Spanien: «Alatriste».

cinearte XL
*Das Magazin für
Filmschaffende*

Art:
PDF-Zeitschrift

Format:
A5+

Umfang:
100 Seiten

**Erscheinungs-
rhythmus:**
dreimonatlich

Auflage:
7.000

unser magazin

2006 hat **cinearte** Zuwachs bekommen. Für alle, die längere Geschichten und große Fotos mögen und etwas in die Hand nehmen wollen, gibt es **cinearte XL**. Das ist sowas wie der kleine dicke Bruder unserer Nachrichten, sieht aber höllisch gut aus.

Das *Magazin für angewandte Filmkunst* bietet ausführliche Hintergrundartikel, Interviews und Produktionsberichte und ist somit die ideale Ergänzung zu den 14täglichen PDF-Nachrichten.

cinearte XL erscheint viermal im Jahr – die komplette Auflage wird direkt an Filmschaffende vertrieben. Bereits im ersten Jahr haben wir einen Stamm von mehr als 800 Abonnenten erreicht, und während andere über rückläufige Zahlen klagen, legen wir weiter zu: Seit Anfang 2008 ist **cinearte XL** auch im Bahnhofsbuchhandel zu haben, und der aktuelle Abonnentenstamm (November 2010) beläuft sich auf 1.628 Leser.

Das mögen auch die Profis: Die Berufsverbände Kamera (BVK), Szenen- und Kostümbild (SFK), Schnitt (BFS), Maske (BVM) und Beleuchtung und Bühne (BVB) haben **cinearte XL** als einziges Print-Magazin für ihre Mitglieder abonniert. Die führenden europäische Fachmesse der Branche, die Cinec, setzt **cinearte XL** seit der ersten Ausgabe 2004 als Katalog für ihre Besucher ein.



ihr vorteil

Mit Ihrer Anzeige in **cinearte XL**...

...erreichen Sie Ihre Zielgruppe nahezu ohne Streuverluste.

...erreichen Sie eine langfristige Werbewirkung, die durch den »zeitlosen« zusätzlichen Inhalt von cinearte XL gewährleistet wird.

...plazieren Sie sich in einem hochwertigen Umfeld, das Ihre Produkte und Leistungen ins richtige Licht rückt.

...werden Sie ernst genommen: Kein anderes Magazin wird von den führenden Berufsverbänden der Branche für ihre Mitglieder bezogen.



formate & preise

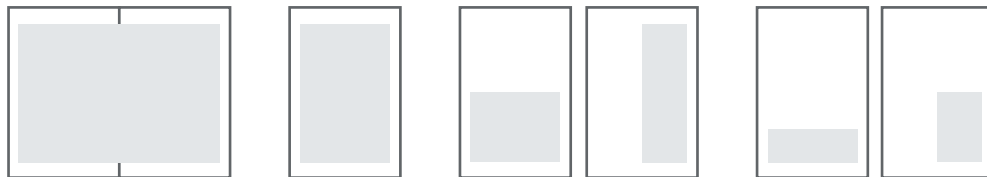
Zeitschriftenformat: 162 mm breit, 230 mm hoch

Satzspiegel: 131 mm breit, 199 mm hoch

Spaltenzahl: 2 Spalten, Spaltenbreite: 63 mm

Beschnittzugabe: 3 mm je Kante

Druck- und Bindeverfahren, Druckunterlagen: Offsetdruck, Klebebindung, Positiv-Filme bis 54er Raster.



Format	2/1 Seite	1/1 Seite	1/2 Seite		1/4 Seite	
Breite x Höhe mm	305 x 199	131 x 199	131 x 98	63 x 199	131 x 47	63 x 98
Anschnittformate	324 x 230	162 x 230	162 x 115	74 x 230		
Preise vierfarbig	2800 Euro	1600 Euro	980 Euro		600 Euro	

Vorzugsplätze: 2. Umschlagseite 4c: 2100 Euro
4. Umschlagseite 4c: 2700 Euro für sonstige bindende Platzvorschriften 10% Zuschlag.

Sonderfarben (HKS oder Pantone) müssen im CMYK-Modus vorliegen. Allen Preisen ist der jeweils gültige gesetzliche Mehrwertsteuersatz hinzuzurechnen. Anschnittformate ohne Beschnittzugaben. Weitere Formate, Farb- und Plazierungswünsche sind nach Vereinbarung möglich.

rabatte & provisionen

Nachlässe zum Grundpreis bei Abnahme innerhalb eines Jahres:

Malstaffel:		Mengenstaffel:	
halbes Jahr (zwei Ausgaben)	5%	2 Seiten	5%
ganzes Jahr (vier Ausgaben)	10%	4 Seiten	10%
		Agenturprovision:	15%

technische vorgaben

Um eine optimale Qualität Ihrer Anzeigen zu gewährleisten, benötigen wir von Ihnen möglichst einfach zu bearbeitende Daten. Bitte beachten Sie folgendes:

Ihre Anzeige sollte in einem Ordner liegen, der eine eindeutige Zuordnung erlaubt (z.B. Cinearte_XL_015, Anzeigenkunde). Senden Sie uns die zu verwendende Anzeige als druckfertiges PDF. Für andere Dateiformate stehen wir Ihnen gerne mit Informationen zur Verfügung.

Bitte beachten Sie: Farben dürfen nicht im RGB-Modus angelegt sein (nur in CMYK).

Bitte senden Sie uns immer eine Kopie des Anzeigenauftrages sowie einen Ausdruck der Anzeige (bei farbigen Anzeigen ein verbindliches Farbproof).

Datenträger sollten Sie bitte eindeutig beschriften. Bei Anlieferung über E-Mail informieren Sie uns bitte zur Sicherheit telefonisch. Unsere E-Mail-Adresse: info@cinearte.net

zahlungsbedingungen

Alle Anzeigen- und Bannerpreise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer. Rechnungen sind am Erscheinungstag der Ausgabe, in der Ihre Anzeige veröffentlicht wird, zur Zahlung fällig und spätestens innerhalb von 14 Tagen – gerechnet vom Datum der Rechnungstellung an – zu bezahlen, sofern nicht im Einzelfall eine andere Zahlungsfrist oder Voraussetzung vereinbart ist. Bei Vorauszahlung, die bis zum Erscheinungstag beim Verlag eingeht, 2% Skonto, sofern alte Rechnungen nicht überfällig sind.

Bankverbindung: Peter Hartig
Konto.: 776 345 805
Postbank München
BLZ: 700 100 80

USt-ID: 222/36639

termine

Nicht nur die Themen in cinearte XL sind dicht an der Branche. Mit unseren Erscheinungsterminen richten wir uns nach den Veranstaltungen, zu denen viele Filmschaffende zusammenkommen. Bei den wichtigsten Veranstaltungen im Land sind wir mit aktuellen Ausgaben und als Medienpartner selbst vor Ort.

xl 018 Erscheinungstag:

31. Januar 2011

Anzeigenschluß:

10. Januar 2011

Druckunterlagenschluß:

14. Januar 2011

10.2.-20.2. Berlinale

14.3.-18.3. Insight Out

4.3. Marburger Kamerapreis

INSIGHT OUT



xl 020 Erscheinungstag:

30. Juni 2011

Anzeigenschluß:

10. Juni 2011

Druckunterlagenschluß:

15. Juni 2011

24.6.-2.7. Filmfest München

9.9.-13.9. IBC



xl 019 Erscheinungstag:

31. März 2011

Anzeigenschluß:

11. März 2011

Druckunterlagenschluß:

16. März 2011

9.4.-14.4. NAB

3.5.-6.5. FMX

[Juni] Digitale Cinematographie

8.4. Deutscher Filmpreis

11.5.-22.5. Festival Cannes

[Juni] Deutscher Kamerapreis



digitale cinematographie ||



xl 021 Erscheinungstag:

30. September 2011

Anzeigenschluß:

12. August 2011

Druckunterlagenschluß:

15. September 2011

[September] Festival Venedig

[Oktober] Hands on HD

[Oktober] Edit

[Oktober] Hofer Filmtage

[November] Filmplus

[November] Camerimage

[November] Hochschulfilmfest München

[Januar 2012] Max-Ophüls-Preis



sozial kompetent



Als einziges Fachmedium der Branche ist **cinearte** regelmäßig in Social-Media-Netzwerken aktiv: Wir twittern, haben Freunde auf Facebook und senden über unseren Kanal auf YouTube.

Unsere Seite auf **Facebook** zum Beispiel gefällt inzwischen* 803 Leuten. Jeder Post wird durchschnittlich mehr als 2.000 Mal aufgerufen.

Tägliche Beitragsaufrufe
3.697 +2.599 %

Vor allem wissen wir aber dank der **Statistikfunktionen** ziemlich genau, wer, wo und wie alt unsere Nutzer sind.

Nutzen Sie das aus, indem Sie uns in Facebook auf Ihre Fachveranstaltungen hinweisen lassen. Jeder **Post bis 420 Zeichen** ist mit einem Link auf Ihre Website oder Foto bzw. Logo versehen und wird automatisch auch über Twitter weiterverbreitet.

1 Post	je 30 Euro
4 Posts	je 25 Euro
10 Posts	je 20 Euro

Posts bei Mehrfachschaltungen haben unterschiedliche Inhalte. Keine Wiederholungswerbung.



Jetzt' im Netz

Unsere größte Nutzergruppe: Junge Berliner ab 25.
Willkommen in der digitalen Bohème!

01 Mit der Erteilung eines Auftrages erkennt der Auftraggeber die Allgemeinen Geschäftsbedingungen und die jeweils gültige Preisliste für die Zeitschriften cinearte und cinearte xl, herausgegeben von Peter Hartig, Friedrichstr. 15, 96047 Bamberg (nachfolgend cinearte bzw. »Auftragnehmer« genannt) für Werbeaufträge in einer der beiden Zeitschriften als verbindlich an.

02 Der Vertrag zwischen Auftraggeber und Auftragnehmer kommt zustande, wenn der Auftragnehmer den Auftrag schriftlich bestätigt. Bei Einwendungen hat der Auftraggeber innerhalb von 3 Tagen nach Zugang der Auftragsbestätigung dieser schriftlich zu widersprechen. Nach Ablauf dieser Frist gilt das Schweigen des Auftraggebers als Zustimmung zu den Bedingungen der Auftragsbestätigung.

03 Ein »Auftrag« im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag zwischen Auftragnehmer und Auftraggeber über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel (z.B. Beilagen) eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten (nachfolgend insgesamt als »Werbungtreibende« bezeichnet) in der Publikation cinearte bzw. cinearte xl zum Zweck der Verbreitung.

04 Ein »Abschluß« ist ein Vertrag über die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen, wobei die Veröffentlichungen auf Abruf des Auftraggebers erfolgen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb eines Jahres nach Vertragsschluß abgerufen und veröffentlicht wird.

05 Anzeigen, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche von dem Auftragnehmer mit dem Wort »Anzeige« deutlich kenntlich gemacht.

06 Der Auftragnehmer behält sich vor, Aufträge ganz oder teilweise abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder deren Veröffentlichung für den Auftragnehmer wegen des Inhalts, der Herkunft, der Gestaltung oder der technischen Form unzumutbar ist. Die Ablehnung eines Auftrags wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

07 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 den technischen Vorgaben des Auftragnehmers entsprechende Vorlagen für Anzeigen und andere Werbemittel rechtzeitig bis zum Druckunterlagenschluß anzuliefern. Zur Farbabstimmung wird ein stand- und farbverbindlicher Digitalproof benötigt, der den Fogra- Medienkeil enthält und der ISO 126472-2 bzw. dem jeweils aktuellen Medienstandard entspricht. Ohne einen solchen Proof wird keine Gewähr für die farblich richtige Wiedergabe übernommen. Korrekturabzüge werden nicht versandt. Liegen

dem Auftragnehmer die Druckunterlagen bis zum Druckunterlagenschluß nicht oder nicht vollständig vor, so wird bei einem Abschluß das vorher geschaltete Motiv wiederholt. Bei einer Einzelanzeigen-schaltung wird der gesamte Anzeigenpreis berechnet. Sollte sich ein neuer Auftraggeber finden, so wird der Rechnungsbetrag um den Betrag, den dieser für die Anzeige zahlt, gekürzt. Entstehen dem Auftragnehmer durch die nicht vollständige oder nicht rechtzeitige Anlieferung von Druckunterlagen Aufwendungen oder ein Schaden, so hat der Auftraggeber Ersatz zu leisten. Kosten des Auftragnehmers für von dem Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen. Vereinbart ist die für die genannte Publikation nach Maßgabe der Angaben in den Media-Daten des Auftragnehmers und in der Auftragsbestätigung übliche Beschaffenheit der Anzeigen oder anderen Werbemittel im Rahmen der durch die von dem Auftraggeber übersandten Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Dies gilt allerdings nur für den Fall, daß der Auftraggeber den Vorgaben des Auftragnehmers zur Erstellung und Übermittlung der Druckunterlagen entspricht.

08 Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht des Auftragnehmers zur Aufbewahrung von Druckunterlagen endet drei Monate nach der erstmaligen Veröffentlichung der Anzeige.

09 Entspricht die Veröffentlichung der Anzeige nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit bzw. Leistung, so hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung des anderen Werbemittels, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige oder des anderen Werbemittels beeinträchtigt wurde. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels ist die Rückgängigmachung des Auftrages ausgeschlossen. Reklamationen bei nicht offensichtlichen Mängeln müssen von dem Auftraggeber binnen eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn geltend gemacht werden, anderenfalls sind alle Rechte ausgeschlossen. Der Auftragnehmer haftet für sämtliche Schäden, gleich aus vertraglicher Pflichtverletzung oder aus unerlaubter Handlung nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen: Bei grober Fahrlässigkeit beschränkt sich die Haftung im Geschäftsverkehr mit Unternehmern auf den Ersatz des typischerweise vorhersehbaren Schadens; diese Beschränkung gilt nicht, soweit der Schaden durch gesetzliche Vertreter oder Leitende Angestellte des Auftragnehmers verursacht wurde. Bei einfacher Fahrlässigkeit haftet der Auftragnehmer nur, wenn eine wesentliche Vertragspflicht verletzt wurde. In solchen Fällen ist die Haftung auf den typischen vorhersehbaren Schaden beschränkt. Bei Ansprüchen aus dem Produkthaftungsgesetz sowie bei einer Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit haftet der Auftragnehmer nach den gesetzlichen Vorschriften. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – unverzüglich nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden, spätestens jedoch 7 Tage nach Erhalt des Belegs. Alle gegen den Auftragnehmer gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf vorsätzlichem Verhalten beruhen.

10_ Der Auftragnehmer versendet seine Rechnung spätestens 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige oder des anderen Werbemittels. Die Rechnung ist 30 Tage nach Zugang zur Zahlung fällig, sofern sich ein anderer Zahlungstermin nicht aus einer abweichenden schriftlichen Vereinbarung der Parteien ergibt. Geht die Zahlung dem Auftragnehmer binnen 8 Tagen ab Rechnungsdatum zu, kann der Auftraggeber ein Skonto von 2 Prozent des Rechnungsbetrages einbehalten.

11_ Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in Höhe von 5 Prozent über dem Basiszinssatz erhoben sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Auftragnehmer kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen. Bei begründeten Zweifeln an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Auftragnehmer berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages zum Anzeigenschlußtermin und von dem Ausgleich offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

12_ Wenn die Publikation, in der die Anzeige oder das andere Werbemittel des Auftraggebers vertragsgemäß zu erscheinen hat, weniger als einen Monat später als zu dem dem Auftraggeber mitgeteilten Termin erscheint, ist dies nicht als Verzug des Auftragnehmers anzusehen und begründet keine Rechte zugunsten des Auftraggebers.

13_ Der Auftragnehmer liefert nach seiner Wahl kostenfrei bis zu 3 vollständige Belegexemplare oder eine entsprechende Anzahl von Anzeigenausschnitten oder Belegseiten an den Auftraggeber. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Auftragnehmers über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige oder des anderen Werbemittels.

14_ Aus einer Auflagenminderung kann ein Anspruch auf Preisminderung bei einem Abschluß über mehrere Anzeigen nur hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder – wenn eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittlich verkaufte Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigender Mangel, wenn sie bei einer Auflage bis zu 50.000 Exemplaren 20 Prozent, bei einer Auflage bis zu 100.000 Exemplaren 15 Prozent und bei einer Auflage von bis zu 500.000 Exemplaren 10 Prozent beträgt. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Auftragnehmer dem Auftraggeber von einer Verringerung der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, daß dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.

15_ Werbemittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden in jedem Einzelfall an die Preislisten des Auftragnehmers zu halten.

16_ Der Auftraggeber gewährleistet, daß er alle zur Veröffentlichung der Anzeige erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen sowie der gelieferten Werbemittel. Der Auftraggeber stellt den Auftragnehmer im Rahmen des Auftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung 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. Der Auftraggeber überträgt dem Auftragnehmer sämtliche für die Nutzung der Werbung in Print- und Onlinemedien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentliche Zugänglichmachung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags erforderlichen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen.

17_ Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, illegalem Arbeitskampf, rechtswidriger Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen – sowohl im Betrieb des Auftragnehmers, als auch in fremden Betrieben, derer sich der Auftragnehmer zur Erfüllung des Auftrages bedient – hat der Auftragnehmer Anspruch auf volle Bezahlung der vereinbarten Leistung, wenn die betreffende Publikation mit erheblicher Verspätung von dem Auftragnehmer ausgeliefert worden ist (vergleiche Punkt 12). Bei geringeren Verkaufsauslieferungen wird die vereinbarte Vergütung in dem gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die zugesagte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht. Im übrigen besteht in den oben genannten Fällen keine Pflicht des Auftragnehmers auf Erfüllung von Aufträgen und Leistungen von Schadensersatz. Insbesondere besteht kein Anspruch auf Schadensersatz für nicht veröffentlichte oder nicht rechtzeitig veröffentlichte Anzeigen oder andere Werbemittel.

18_ Erfüllungsort ist der Sitz des Auftragnehmers. Im Geschäftsverkehr mit Unternehmern, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Auftragnehmers. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Unternehmern, zum Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluß seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes gelegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Auftragnehmers vereinbart.