



MEDIADATEN SPIELZEIT-VORSCHAU 2026/27

SEIEN SIE DABEI MIT EINER EXKLUSIVEN PLATZIERUNG IHRER ANZEIGE IN DER ZENTRALEN PUBLIKATION DER HAMBURGISCHEN STAATSOPER FÜR DIE SAISON 2026/27. ES STEHEN NUR WENIGE ANZEIGENPLÄTZE ZUR VERFÜGUNG.

ERSCHEINUNGSTERMIN	7. April 2026
INHALT	Ausführliche Beschreibung aller Neuproduktionen von Oper und Ballett, der Konzerte des Philharmonischen Staatsorchesters und des gesamten Repertoires mit den Besetzungen sowie umfassende Informationen zu Abonnements und Eintrittspreisen und einem detaillierten Spielplan
UMFANG	ca. 350 Seiten
AUFLAGE	25.000 Ex.
DISTRIBUTION	Kostenloser Versand an Abonnent:innen, Besucher:innen, Presse, Multiplikator:innen und Förder:innen sowie Auslage in der Staatsoper
BROSCHÜRENFORMAT	170 mm breit x 240 mm hoch
ANZEIGENFORMATE	U3: 170 mm breit x 240 mm hoch 1/1 Innenteil: 170 mm breit x 240 mm hoch Alle Anzeigen im Anschnitt zzgl. 3 mm Beschnitt rundum. Bitte beachten Sie einen möglichen Bundverlust von bis zu 10 mm. In diesem Bereich sollten keine relevanten Informationen platziert werden.
ANZEIGENPREISE	Umschlagseite 3: € 7.900 Innenseite : € 4.900 (Platzierung im Spielplan, rechte Seiten können nicht garantiert werden)
BUCHUNGSSCHLUSS	15. Dezember 2025
DRUCKUNTERLAGENSCHLUSS	9. Januar 2026
FARBPROFIL	Forgra 47 PSO-Uncoated_ISO12647

Die Anzeigenmotive bedürfen der Freigabe durch die Intendanz. Die Erstellung der Druckunterlagen sollte daher erst nach der Freigabe erfolgen.
Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Hamburgischen Staatsoper GmbH.

ANZEIGENVERTRETUNG	Antje Sievert Brahmsallee 103 20244 Hamburg Tel. 0172 39 444 29 Mail: office@kultur-anzeigen.com
--------------------	--

ANZEIGENVERTRETUNG

MEDIADATEN

ANTJE SIEVERT

Tel: 0172 39 444 29

Mail: office@kultur-anzeigen.com

ZAHLUNG

sofort netto ohne Abzug

Von Neukunden erbitten wir Vorkasse

Agenturprovision: 15 %

Alle Preise verstehen sich zzgl. gesetzl. MwSt.

BANKVERBINDUNG HAMBURGISCHE STAATSOPER

Bank HypoVereinsbank

IBAN DE 41200300000003202033

BIC HYVEDEMM300

Ust-Id-Nr.: DE 118 509 784

DRUCKVERFAHREN

Offset (Europa Skala), keine Sonderfarben

DATENANLIEFERUNG AN

Mail: anzeigen@staatsoper-hamburg.de

DATENFORMAT

hochaufgelöstes Pdf/X-3-Standard

WICHTIG

Bei Lieferung fehlerhafter Daten besteht kein Reklamationsanspruch.

Sie erhalten vor Druckbeginn ein Pdf mit Ihrer in die Publikation eingebundenen

Anzeige zur Freigabe.

STAND: NOVEMBER 2025

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN (AGB)

Die vorliegenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen (nachfolgend „AGB“) regeln das Verhältnis zwischen dem Verlag und dem Auftraggeber bei der Erteilung und Abwicklung von Auftragsaufträgen, soweit nicht ausdrücklich etwas anderes vereinbart ist. Allgemeine Vertrags- oder Geschäftsbedingungen des Auftraggebers werden hiermit ausgeschlossen; dies gilt auch dann, wenn den Bedingungen des Auftraggebers nicht ausdrücklich widersprochen wird oder der Verlag seine Leistungen widerspruchsfrei erbringt.

1. Definitionen

„Agentur“ meint Agenturen, die mit der Schaltung von Werbung in eigenem oder fremdem Namen befasst sind. Dies umfasst nicht reine Beratungs- oder Planungsagenturen. „Anzeigen“ umfasst Anzeigen und sonstige Werbemittel. „Anzeigenauftrag“ oder „Abschluss“ ist der Vertrag zwischen Verlag und Auftraggeber über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden in einer vom Verlag vermarkteten Zeitung oder Zeitschrift zum Zweck der Verbreitung. Auch ein Vertrag über die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen, bei denen die jeweiligen Veröffentlichungen auf Abruf des Auftraggebers erfolgen, ist ein Abschluss. Der Anzeigenauftrag kommt zustande durch die Buchung der Anzeige durch den Auftraggeber (Angebot) und Bestätigung der Buchung durch den Verlag in Textform oder durch Abdruck der Anzeige (Annahme). Jeder Anzeigenauftrag bezieht sich auf einen vom Auftraggeber konkret mit Name oder Firma bezeichneten Werbungtreibenden; der Austausch des Werbungtreibenden durch den Auftraggeber nach Anzeigenbuchung bedarf der Zustimmung des Verlages in Textform. „Auftraggeber“ ist der Vertragspartner des Verlages. Dies kann entweder der Werbungtreibende selbst oder dessen Agentur sein. Wird ein Werbungtreibender durch eine Agentur vertreten, so ist spätestens bei der Anzeigenbuchung in Textform ausdrücklich darauf hinzuweisen, dass die Buchung im Namen und für Rechnung des Werbungtreibenden erfolgen soll. Unterbleibt ein derartiger rechtzeitiger Hinweis, gilt der Vertrag als mit Wirkung für und gegen die Agentur abgeschlossen. Der Verlag ist berechtigt, von der Agentur einen Mandatsnachweis zu verlangen. „Verlag“ ist die Hamburgische Staatsoper GmbH, Große Theaterstrasse 25, 20354 Hamburg. „Werbungtreibender“ ist die juristische oder natürliche Person, die oder deren Produkte oder Dienstleistungen die Anzeige bewirbt.

2. 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. Wechselt der Werbungtreibende während des Abwicklungszeitraums eines Abschlusses die Agentur, so geht der Verlag davon aus, dass die ehemalige Agentur, soweit sie Auftraggeber ist, der neuen Agentur das Vertragsverhältnis mit allen Rechten und Pflichten aus dem Abschluss überträgt.

3. Werden einzelne oder mehrere Abrufe eines Abschlusses aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Rabatt dem Verlag zu erstatten.

4. Aufträge für Anzeigen, die nur in bestimmten Heftnummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist.

5. Anzeigen, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als solche erkennbar sind, werden vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ versehen.

6. Anzeigenaufträge sind für den Verlag bis zur Vorlage des Musters durch den Auftraggeber und seiner Billigung durch den Verlag kündbar. Der Verlag behält sich zudem vor, Anzeigen – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – abzulehnen, wenn

- deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder
- deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder
- diese Werbung anderer Personen als des Werbungtreibenden („Dritter“) oder für Dritte enthalten.

Die Vertragskündigung nach Satz 1 oder die Ablehnung einer Anzeige nach Satz 2 wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

7. Für die rechtzeitige Lieferung und die einwandfreie Beschaffenheit geeigneter Druckunterlagen oder anderer Werbemittel ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Bei der Anlieferung von digitalen Druckunterlagen ist der Auftraggeber verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder den technischen Vorgaben des Verlages entsprechende Vorlagen für Anzeigen rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern. Kosten des Verlages für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen. Vereinbart ist die für den belegten Titel nach Maßgabe der Angaben in der Preisliste sowie in der Auftragsbestätigung übliche Beschaffenheit der Anzeigen oder anderen Werbemittel im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.

8. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung der Druckunterlagen endet drei Monate nach der erstmaligen Verbreitung der Anzeige.

9. Entspricht die Veröffentlichung der Anzeige nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit, so hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Der Verlag hat das Recht, eine Ersatzanzeige zu verweigern, wenn

- diese einen Aufwand erfordert, der unter Beachtung des Inhalts des Schuldverhältnisses und der Gebote von Treu und Glauben in einem groben Missverhältnis zu dem Leistungsinteresse des Auftraggebers steht, oder
- diese für den Verlag nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich wäre.

Lässt der Verlag eine ihm für die Ersatzanzeige oder die Veröffentlichung des anderen Werbemittels gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht mangelfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftragsauftrages. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige ist die Rückgängigmachung des Auftragsauftrages ausgeschlossen. Reklamationen bei nicht offensichtlichen Mängeln müssen binnen eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn geltend gemacht werden.

10. Der Verlag haftet für sämtliche Schäden, gleich ob aus vertraglicher Pflichtverletzung oder aus unerlaubter Handlung nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen: Bei grober Fahrlässigkeit beschränkt sich die Haftung im kaufmännischen Verkehr auf den Ersatz des typischen vorhersehbaren Schadens; diese Beschränkung gilt nicht,

soweit der Schaden durch leitende Angestellte des Verlages verursacht wurde. Bei einfacher Fahrlässigkeit haftet der Verlag nur, wenn eine wesentliche Vertragspflicht verletzt, eine Garantie übernommen oder arglistig getäuscht wurde. In solchen Fällen ist die Haftung auf den typischen vorhersehbaren Schaden beschränkt. Im Falle einer Haftung nur für den typischen vorhersehbaren Schaden besteht keine Haftung für mittelbare Schäden, Mangelfolgeschäden oder entgangenen Gewinn. Bei Ansprüchen nach dem Produkthaftungsgesetz sowie bei einer Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit haftet der Verlag nach den gesetzlichen Vorschriften. Alle gegen den Verlag gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf vorsätzlichem Verhalten beruhen.

11. Geringe Farb- und Tonwertabweichungen sind durch das Druckverfahren bedingt. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zugesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm bis zum Anzeigenschluss oder innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

12. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigender Mangel, wenn sie bei einer Auflage von

- bis zu 50.000 Exemplaren mindestens 20 v. H.
- bis zu 100.000 Exemplaren mindestens 15 v. H.
- bis zu 500.000 Exemplaren mindestens 10 v. H.

beträgt. Preisminderungsansprüche sind ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.

13. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall in Textform eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Rabatte für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt. Der Verlag behält sich vor, aus begründetem Anlass, wie z.B. Neuaufnahme der Geschäftsbeziehung, Vorauszahlung zum Anzeigenschluss zu verlangen. Mit Zustandekommen des Anzeigenauftrages tritt die auftraggebende Agentur ihren diesbezüglichen Zahlungsanspruch gegen den Werbetreibenden sicherungshalber an den Verlag ab, der diese Abtretung annimmt. Der Verlag ist berechtigt, diese Sicherungsabtretung gegenüber dem Werbetreibenden offenzulegen, wenn die auftraggebende Agentur sich mit der Begleichung der Rechnung des Verlages mindestens drei Tage in Verzug befindet.

14. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden bankübliche Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen 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 Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages zum Anzeigenschlusstermin und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen. Der Auftraggeber ist zur Aufrechnung gegen Ansprüche des Verlages nur mit unstreitigen oder rechtskräftig festgestellten Ansprüchen berechtigt.

15. Der Verlag liefert auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

16. Im Verhältnis zwischen Verlag und Auftraggeber gilt die jeweils vom Verlag veröffentlichte aktuelle Preisliste. Der Verlag ist berechtigt,

die AGB und die Preise jederzeit mit Wirkung für die Zukunft zu ändern. AGB- und Preisänderungen für erteilte Anzeigenaufträge sind wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens einen Monat vor Veröffentlichung der Anzeige angekündigt werden; in diesem Falle steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Zugang der Änderungsmitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden. Bei Sonderrabatten (z.B. Gegengeschäfte etc.) werden zusätzlich anfallende Kosten (z.B. Postgebühren) gesondert ausgewiesen und nicht rabattiert und provisioniert.

17. Rabatte werden, mit Ausnahme der nachfolgenden Regelungen, nicht gewährt für Werbungtreibende, die für andere Werbungtreibende ebenfalls Anzeigenaufträge erteilen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen. Der Verlag behält sich vor, einer auftraggebenden Agentur auch solche Rabatte oder Nachlässe einzuräumen, die unabhängig von dem einzelnen Anzeigenauftrag bzw. Werbungtreibenden sind. Soweit nicht ausdrücklich anders ausgewiesen, beziehen sich die Rabattstaffeln in den Preislisten auf die Schaltungen für einen Werbungtreibenden je Insertionsjahr.

18. Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung 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 zugelieferten Werbemittel. Er stellt den Verlag im Rahmen des Anzeigenauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen oder der Rechte Dritter entstehen können. Ferner wird der Verlag von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Verlag nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen. Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Print- und Onlinemedien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, und zwar im Rahmen der Vertragserfüllung auf Dritte übertragbar und zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen.

19. Der Auftraggeber gestattet dem Verlag, seine Anzeigen online auf den Websites des Verlages und ggf. als Bestandteil einer e-paper-Ausgabe öffentlich zugänglich zu machen sowie offline (z.B. auf DVD) zu vervielfältigen und zu verbreiten.

20. Der Auftraggeber bedarf zur vollständigen oder teilweisen Übertragung seiner Rechte und Pflichten aus dem Anzeigenauftrag der vorherigen schriftlichen Zustimmung des Verlages. Der Verlag ist berechtigt, sich zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten aus dem Anzeigenauftrag Dritter zu bedienen.

21. Der Verlag behält sich vor, aus aktuellem Anlass Erscheinungstermine zu verschieben. Dem Auftraggeber erwachsen daraus keinerlei Ansprüche gegenüber dem Verlag.

22. Es findet ausschließlich deutsches Recht Anwendung. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist der Sitz des Verlages.