FAMILIENMAGAZIN

WILLKOMMEN IN DER LIESLOTTE-FAMILIE!

Mediadaten Print. Gültig ab 01. August 2026





















Hintergrundfoto: Annette Dornauf



POSITIONIERUNG

Eine starke Marke.

25.000 Auflage
ca. 67.000 Leser:innen

HÖCHSTE AUFLAGE

liesLotte ist auflagenstärkstes Publikumsmagazin im Großraum Augsburg, Bayerisch-Schwaben, Allgäu.
Die Auflage ist stets vergriffen.

GUTE PREISE

liesLotte hat die günstige und faire Preise. Aktueller TAP siehe Preisliste.

BELIEBT UND BEGEHRT

Das Image ist unvergleichlich positiv. 93,67 %* finden liesLotte sehr gut

* Quelle: Leser:innenumfrage aus 05 / 2023



Franziska Krause, fotolia

WERTE LEBEN

Wir sind die Familienexpertinnen!

100 % FAIR

100 % EXPERT:INNENTUM

liesLotte hat den umfangreichsten Veranstaltungskalender der Region. Über 1.000 Termine pro Ausgabe.

liesLotte ist unentbehrlicher Wegweiser und Informationsquelle für Eltern. Familien vertrauen uns.

100 % HERZBLUT

liesLotte steht für leidenschaftlichen Journalismus. Ausschließlich selbst recherchierte + geschriebene Artikel.

liesLotte steht für soziales Engagement. Plattform für soziale und kulturelle Einrichtungen.

100 % GELEBTE WERTE

liesLotte steht für Werte. Wertschätzend. Vertrauensvoll. Herzlich.

liesLotte steht für Partnerschaft. Faire, ehrliche und kooperative Zusammenarbeit mit unseren Kund:innen.



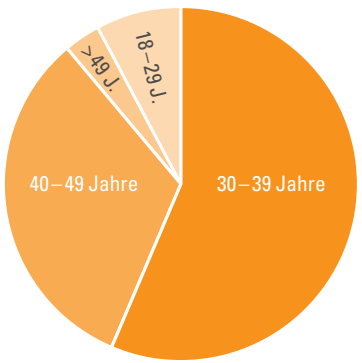
efetova, iStock, Thinkstock

LESER:INNENSTRUKTUR

Familie sind wir alle.

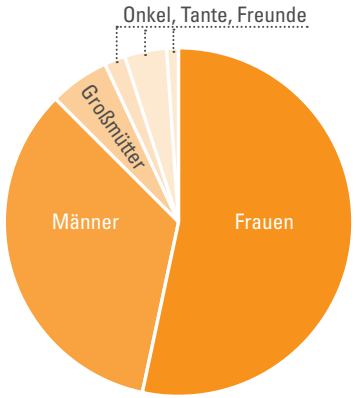
Familien fahren Autos, bauen Häuser, machen Urlaub, investieren in Kinder und gestalten aktiv ihre Freizeit.

ALTER



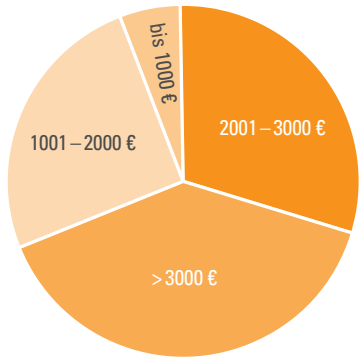
85 % unserer Leser:innen sind zwischen 30 und 50 Jahren alt.

FRAUEN / MÄNNER



85,2 % der Leser:innen sind Entscheidungsträger:innen in Familienangelegenheiten.

FAMILIEN-NETTO-EINKOMMEN



61 % sind Gutverdiener:innen.

Quelle: Leser:innenumfrage aus 11/2011



hxdyl, iStock, Thinkstock

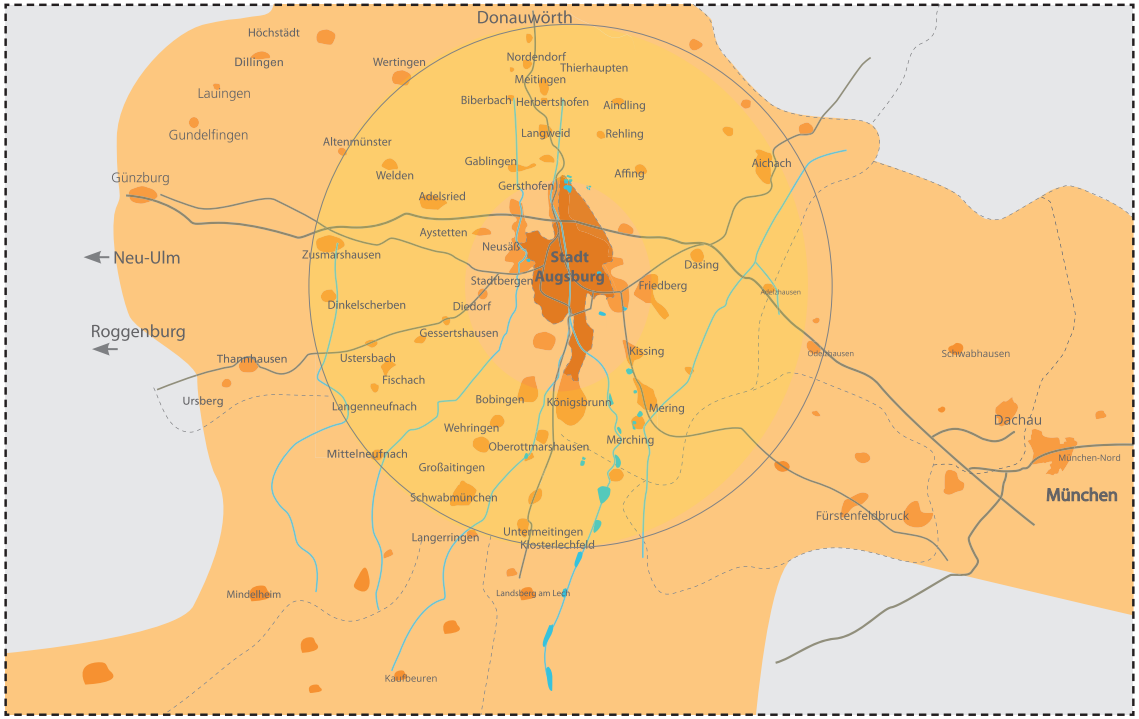
LIESLOTTE-HEIMAT

Unsere Auslagestellen auf einen Blick.

Das Einzugsgebiet von liesLotte erstreckt sich vom Großraum Augsburg, über Bayerisch-Schwaben, Allgäu bis zum Münchner Norden.

WIR HOLEN FAMILIEN DORT AB, WO SIE TÄGLICH SIND.

- Kindertagesstätten
- Schulen / Horte
- Praxen von Ärzt:innen
- Kulturstätten / Freizeiteinrichtungen
- Sportvereine
- Einzelhandel / schöne Geschäfte
- Bibliotheken
- Therapeutische Einrichtungen
- Ämter / Gemeinden
- Familienzentren
- Hebammenpraxen / Geburtsstationen
- Krabbelgruppen





Creativeye99, iStock, Thinkstock

PRODUKTE PRINT

Erzählen Sie Ihre Geschichte.

ADVERTORIALS

Neben klassischen Anzeigen haben Sie die Möglichkeit, Ihr Angebot und Ihr Unternehmen interessant und lebendig als Advertorial darzustellen. Durch die redaktionelle Integration erhöhen Sie die Akzeptanz der Nutzer:innen. Fesseln Sie die Leser:innen mit einer spannenden Geschichte. Wir unterstützen Sie gern dabei und setzen die Promotionseiten individuell um.



Anzeige

STADTSPARKASSE AUGSBURG ERRICHTET EIN FLECKCHEN URWALD IM GROSSSTADTSCHUNGEL

In diesem Jahr, vom 27. Mai bis 25. Juni, wird der Moritzplatz zum grünen Highlight in der Augsburger Innerstadt. Die Stadtsparkasse Augsburg legt mit einer architektonisch interessanten Holzkuppel den Fokus auf das Thema Nachhaltigkeit – erlebbar, optisch ansprechend und zum Anfassen.

Stadtsparkasse Augsburg

Das Projekt Urwaldkuppel bringt mit über 300 Pflanzen Grün in die Stadt

Alle Infos unter: www.sska.de/stadtgewaechs

ADVERTORIAL: KINDERGEBURTSTAG

- eine der beliebtesten Rubriken im Magazin
- Ihr Angebot im Advertorial auf circa 1/3 Seite ausführlich beschreiben
- liesLotte übernimmt gern für Sie die professionelle Produktion
- fragen Sie nach unseren Sonderkonditionen



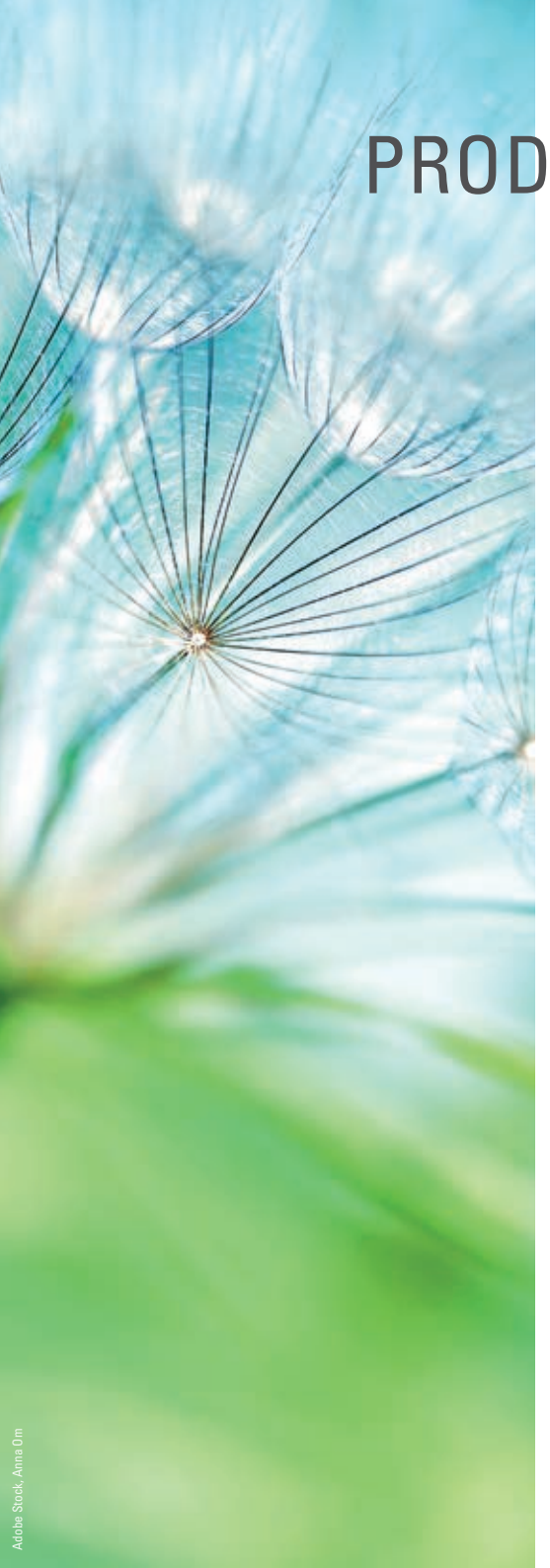
Kindergeburtstag

TIERISCHE SCHATZSUCHE IN DER NATUR

Tierischer Kindergeburtstag auf dem Sieber-Hof

ACTION PUR MIT FUNSPORT ODER ESCAPE-ROOM

Kindergeburtstag in der Exus Sporterlebniswelt Garsthofen



PRODUKTE PRINT

Kund:innenkreis zielgerichtet erreichen.

STELLENANZEIGEN

– besonders geeignet für die Branchen Bildung, Pädagogik, Gesundheit, Soziales
– Stellenanzeige wird zwei Monate lang gesehen
– es gilt unsere reguläre Preisliste
– sehr gut kombinierbar mit Social Media



KLEINANZEIGEN

– Texteintrag im Terminkalender
– klassische Kleinanzeige ab 5 Zeilen
– zusätzlich mit Logo und Rahmen buchbar

Kleinanzeige ohne Logo

mit Logo und Rahmen



GEWINNSPIEL PRINT

– regelmäßig in jeder Ausgabe 2–3 Gewinnspiele
– äußerst beliebt bei den Leser:innen

Adobe Stock, Anna Om



Thinkstock, Vadmary, iStock

PRODUKTE ERGÄNZEND

Noch mehr Aufmerksamkeit.

BEILAGEN & BEIHEFTER

Legen Sie Ihre Flyer, Broschüren oder Printwerke aufmerksamkeitsstark in liesLotte ein und profitieren Sie von unserer positiven Marke.



GESTALTUNG VON ANZEIGEN

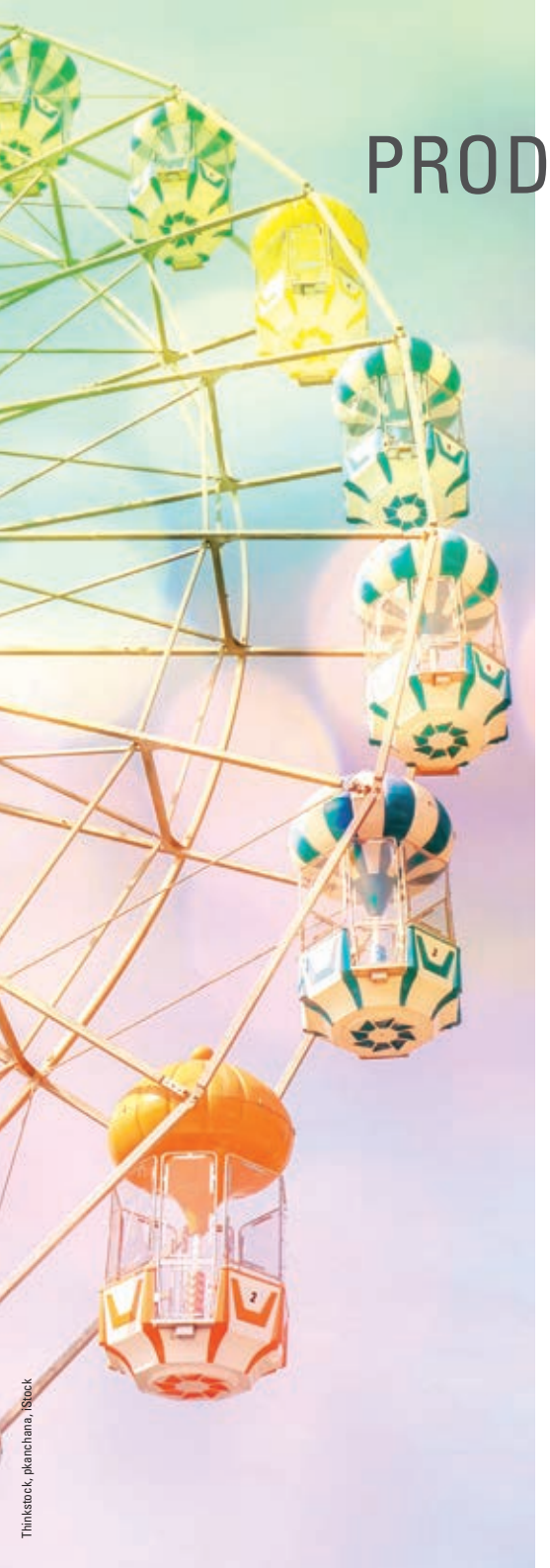
Wir übernehmen auf Wunsch die Gestaltung von ansprechenden und wirksamen Anzeigen.

GRAFIK.LAYOUT.TEXT.PR

Unsere hausinterne Agentur bietet:
– Gestaltung von Printprodukten wie Logos, Flyer, Broschüren etc.
– Textarbeiten, Lektorat
– Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

www.in-wort-und-bild.net

liesLotte Agentur
in Wort & Bild



Thinkstock, pkanchana, iStock

PRODUKTE ONLINE

Multimedial profitieren.

PRODUKTE ONLINE

www.lieslotte.de

www.termine.lieslotte.de

Online-Banner
Online-Advertorial
Branchenbucheintrag
Sponsored Termin



PRODUKTE SOCIAL MEDIA

lieslotte

familienmagazin_lieslotte

Sponsored Post
Verlosung Instagram

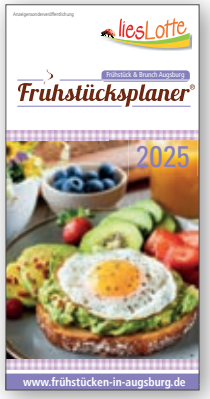


Fordern Sie unsere **Online-Mediadaten** an.

Oder hier downloaden:
www.lieslotte.de/magazin/mediadaten/werben-in-lieslotte/

BESTSELLER

Noch mehr Möglichkeiten.



FRÜHSTÜCKSPLANER

1 x jährlich
ET: 01. April
Format: DIN lang
Auflage: 20.000

Fordern Sie unsere
Mediadaten an.
www.frühstücken-in augsburg.de



PURPUR

2 x jährlich, April + Oktober
Format: A4
Auflage: 15.000
Wertemagazin für die Region
Augsburg

Fordern Sie unsere
Mediadaten an.
www.purpur-magazin.de

natara, Adobe Stock

ANZEIGEN PREISLISTE NR. 15a – 2026 / 27

Nr. 15a, gültig ab 01.08.2026.
Es gelten unsere AGB Nr. 5.

Alle Preise zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer.

25.000 Auflage
ca. 67.000 Leser:innen

liesLotte

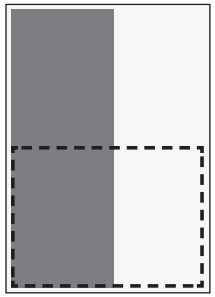
Erscheinungsweise
2-monatlich

Anzeigenschluss

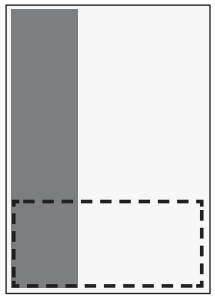
Febr. / März:	10.01.
April / Mai:	10.03.
Juni / Juli:	10.05.
Aug. / Sept.:	10.07.
Okt. / Nov.:	10.09.
Dez. / Jan.:	10.11.



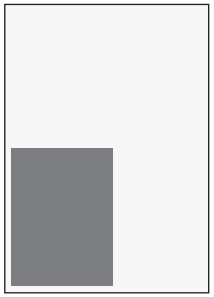
1/1 Seite
210 x 297 mm
+ 3 mm Beschnitt
Ortspreis: **2200 €**
Grundpreis: **2588 €**



1/2 Seite
quer: 190 x 137 mm
hoch: 92 x 275 mm
Ortspreis: **990 €**
Grundpreis: **1165 €**



1/3 Seite
quer: 190 x 92 mm
hoch: 60 x 275 mm
Ortspreis: **695 €**
Grundpreis: **817 €**



1/4 Seite
Eck: 92 x 137 mm

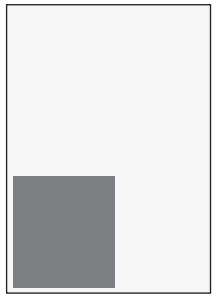
Ortspreis: **525 €**
Grundpreis: **618 €**

Umschlagplatzierung

U2 / U3
Ortspreis: **2500 €**
Grundpreis: **2941 €**

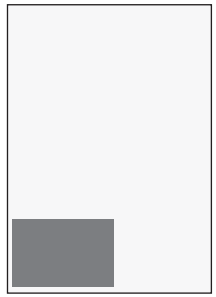
U4
Ortspreis: **2850 €**
Grundpreis: **3353 €**

Titelseite
Ortspreis: **4900 €**
Grundpreis: **5765 €**



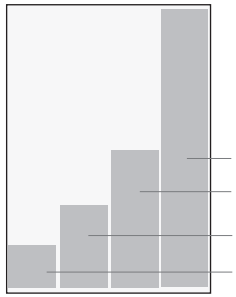
1/6 Seite
92 x 95 mm

Ortspreis: **450 €**
Grundpreis: **530 €**



1/8 Seite
quer: 92 x 60 mm

Ortspreis: **325 €**
Grundpreis: **382 €**



		Ortspreis	/ Grundpreis
1/4	43 x 275	**525 €**	/ 618 €
1/8	43 x 137	**325 €**	/ 382 €
1/16	43 x 65	**265 €**	/ 312 €
1/32	43 x 35	**199 €**	/ 234 €

Platzierung nur im Veranstaltungskalender

liesLotte MEDIEN VERLAG

liesLotte® Medien Verlag
Schillstr. 129b
86169 Augsburg
Inhaberin: Uta Börger

Tel.: 0821 / 50 85 111
E-Mail: anzeigen@lieslotte.de

www.lieslotte.de

Format
A4, 210 x 297 mm
Satzspiegel: 190 x 275 mm

Beschnitt
Nur ganzseitige Anzeigen im Anschnitt, alle anderen Anzeigen ohne Beschnitt im Satzspiegel.

Datenanlieferung
PDF/X-3, tiff, jpg
CMYK, Auflösung: 300 dpi
keine Rabatte für Graustufen-Anzeigen

Für Nachbearbeitungen berechnen wir 60 € / Std.

Malrabatt
3 – 5 Ausgaben = 3 %
6 Ausgaben = 9 %
(innerhalb von 12 Monaten)

Orts- und Grundpreis
Der Ortspreis gilt für ortsansässige KundInnen.

Der Grundpreis gilt für auswärtige KundInnen sowie für Werbeagenturen. Agenturrabatt wird auf den Grundpreis gewährt, wenn der Vertragsabschluss mit einer ordentlichen Werbeagentur vorliegt und druckfähige Daten angeliefert werden.

Adobe Stock, prettyboy80

PRODUKTPREISLISTE NR. 15a – 2026/27

Nr. 15a, gültig ab 01.08.2026.
Es gelten unsere AGB Nr. 5.

Alle Preise zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer.

WEITERE PRODUKTE PRINT

	Ortspreis	Grundpreis
ADVERTORIALS		
1/1	2350 €	2639 €
1/2	1100 €	1295 €
1/3	795 €	935 €
1/4	595 €	700 €
Kindergeburtstag 1/3	350 €	412 €
STELLENANZEIGEN		
alle Größen	laut Preisliste	
GEWINNSPIELE PRINT		
1/6	95 €	112 €
KLEINANZEIGEN		
5 Zeilen (Minimum)	59 €	
jede weitere Zeile	3 €	
Logo + Rahmen	100 €	

BEILAGEN	
bis 20 g	85 €/1000 Stk.
bis 40 g	95 €/1000 Stk.
höhere Gewichte	auf Anfrage
ANZEIGENGESTALTUNG	
	ab 60 €

liesLotte® Medien Verlag
Schillstr. 129b
86169 Augsburg
Inhaberin: Uta Börger

Tel.: 0821/5085111
E-Mail: anzeigen@lieslotte.de

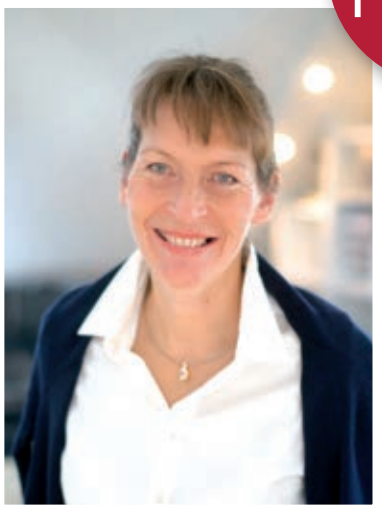
www.lieslotte.de

Adobe Stock, prettyboy80

VERTRAUENSVOLL: PROFITEAM MIT HERZ

110% POWER





UTA BÖRGER

Inhaberin, Anzeigenleitung,
Kund:innenbetreuung

Tel.: 0821 / 50 85 111
E-Mail: anzeigen@lieslotte.de

GABI CYRAN-SYLLA

Kund:innenbetreuung

Tel.: 0821 / 21 96 880
Mobil: 01577 / 4 70 83 78
E-Mail: gabi.cyran-sylla@lieslotte.de

FAMILIENMAGAZIN

liesLotte

liesLotte® Medien Verlag
Schillstr. 129 b
86169 Augsburg
Inhaberin: Uta Börger

Tel.: 0821 / 50 85 111
E-Mail: anzeigen@lieslotte.de

www.lieslotte.de
www.lieslotte-medien-verlag.de

liesLotte ist Mitglied im FamilienMagazinNetzwerk®.

3 Familienmagazine bundesweit
besonders stark in Bayern
Gesamtauflage: 88.000 (Stand: 07/2026)

www.familienmagazin.net

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

Nr. 5, gültig ab 01.03.2021

liesLotte MEDIEN VERLAG

§ 1 Geltungsbereich, Änderungen, Anzeigenauftrag

1. Die nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten für alle Verträge zwischen dem liesLotte Medien Verlag, Uta Börger, Schillstr. 129 b, 86169 Augsburg (nachfolgend Verlag) und seinen Kunden (nachfolgend Auftraggeber).
2. Allgemeine Geschäftsbedingungen des Auftraggebers finden keine Anwendung, auch dann nicht, wenn der Verlag diesen Geschäftsbedingungen nicht ausdrücklich widerspricht. Mündliche Nebenabreden bestehen nicht.
3. Der Verlag behält sich vor, diese AGB zu ändern, insbesondere bei einer Änderung der gesetzlichen Vorschriften oder der höchstrichterlichen Rechtsprechung, mit dem Ziel, diese AGB entsprechend den Erfordernissen der geänderten Rechtslage anzupassen. Im Falle einer Änderung von AGB wird der Verlag dem Kunden die neue Fassung der Bestimmungen unter Hervorhebung der Änderungen unverzüglich übermitteln.
4. Anzeigenauftrag im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist jeder Vertrag zwischen Verlag und Auftraggeber über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel, z.B. die Einlage von Werbeflyern (nachfolgend insgesamt als „Anzeigen" bezeichnet) von Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Zeitschrift zum Zweck der Verbreitung.

§ 2 Vertragsschluss, Rechtliche Verantwortung und Vertragsinhalt

1. Der Verlag ist frei, Angebote von Kunden ohne Angabe von Gründen abzulehnen. Der Anzeigenvertrag kommt mit Absendung der Auftragsbestätigung und Zugang derselben beim Auftraggeber zustande. Ist der Zugang der Auftragsbestätigung beim Auftraggeber nicht festzustellen und liegt keine gegenteilige Mitteilung des Auftraggebers vor, kommt der Vertrag mit der Veröffentlichung der Anzeige zustande.
2. Für die Beschaffenheit geeigneter Druckunterlagen oder anderer Werbemittel, insbesondere für den Inhalt, dessen Richtigkeit und rechtliche Zulässigkeit ist nur der Auftraggeber verantwortlich. Der Verlag ist berechtigt, bei Anzeigen, deren Inhalte gegen gesetzliche oder behördliche Verboten oder gegen die guten Sitten verstoßen, ohne vorherige Mitteilung an den Auftraggeber die Verbreitung/Veröffentlichung zu verweigern. Der Auftraggeber wird hiervon unverzüglich unterrichtet. Die Zahlungsverpflichtung des Auftraggebers bleibt unberührt.
3. Es besteht kein Ausschluss von Konkurrentenanzeigen. Sollen Anzeigen von Konkurrenten des Auftraggebers auf derselben, einer gegenüberliegenden Anzeigenseite oder in sonstiger Form ausgeschlossen werden, bedarf es einer entsprechenden schriftlichen Vereinbarung.
4. Der Auftraggeber kann nicht verlangen, dass eine Anzeige oder Beilage an einer bestimmten Stelle veröffentlicht wird, es sei denn, die Vertragsparteien haben ausdrücklich etwas Anderes schriftlich vereinbart.
5. Ist im Rahmen eines Anzeigenauftrags das Recht zum mehrfachen Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzurufen. Erfolgt der Abruf nicht, endet der Anzeigenauftrag innerhalb der Jahresfrist, die Zahlungsverpflichtung des Auftraggebers bleibt hiervon unberührt.

§ 3 Pflichten des Auftraggebers, Vertragsabwicklung

1. Der Auftraggeber hat den Anzeigentext entsprechend den Vorgaben des Verlags zu erstellen und zu übermitteln. Bei fernmündlich oder mündlich übermittelten Anzeigen, Termin- und Ausgabenänderungen, Textkorrekturen und Abbestellungen übernimmt der Verlag für Übermittlungsfehler keine Haftung. Der Verlag wendet bei Entgegennahme und Prüfung der Anzeigentexte die geschäftsübliche Sorgfalt an.
2. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Freiheit von Rechten Dritter an den zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen. Dem Auftraggeber obliegt es, den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen, die diesem aus der Ausführung des Auftrags gegen den Verlag erwachsen. Mit der Erteilung eines Anzeigenauftrages verpflichtet sich der Auftraggeber, die Kosten der Veröffentlichung einer Gegendarstellung, die sich auf tatsächliche Behauptungen der veröffentlichten Anzeige bezieht, zu tragen, und zwar nach Maßgabe der jeweils gültigen Mediadaten.
3. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes oder der Beilagen sowie der Fehlerfreiheit ist der Auftraggeber verantwortlich. Der gelieferte Anzeigentext wird nicht Korrektur gelesen. Änderungen durch den Verlag erfolgen grundsätzlich nicht. Der Verlag gewährleistet die für den Auftrag übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.
4. Ansprüche gegen den Verlag bei fehlerhaften Anzeigen sind dann ausgeschlossen, wenn der Auftraggeber die Möglichkeit hatte, vor Drucklegung auf den Fehler hinzuweisen und die korrekten Daten bis zum Anzeigenschluss nachzuliefern. Der Anzeigenschluss wird in den Mediadaten veröffentlicht. Der Verlag ist nicht verpflichtet, nochmals eine Nachfrist zu setzen. Werden die Daten nicht bis zum Anzeigenschluss vom Auftraggeber nachgeliefert, insbesondere wenn der Auftraggeber die Mangelhaftigkeit der Daten kannte, darf der Verlag mit den ihm zur Verfügung stehenden Daten die Anzeige veröffentlichen. Der vollständige Vergütungsanspruch des Verlages bleibt unberührt. Wird die Anzeige wegen Fehlerhaftigkeit nicht veröffentlicht, gilt § 5 Abs. 1 Satz 1 analog.
5. Soll der Verlag den Anzeigentext erstellen und/oder gestalten, ist eine entsprechende Vereinbarung zu treffen. Ist die Übermittlung von Korrekturabzügen dabei ausdrücklich individualvertraglich vereinbart, werden diese im pdf-Format erstellt. Der Auftraggeber ist verantwortlich für die inhaltliche Richtigkeit der Korrekturabzüge. Soweit der Auftraggeber nicht innerhalb einer ihm gesetzten Frist Änderungswünsche schriftlich geltend macht, gilt der Korrekturabzug als genehmigt. Ist eine Frist nicht ausdrücklich bestimmt, so beträgt sie eine Woche ab Zugang der Korrekturabzüge beim Auftraggeber. In den Anzeigenpreisen sind maximal 2 Korrekturläufe inklusive. I.Ü. werden Korrekturabzüge nicht erstellt. Druckunterlagen werden nur auf ausdrückliche Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt.

§ 4 Vergütung, Zahlungsbedingungen, Preisänderungen

1. Die Vergütung richtet sich, soweit nicht anders schriftlich vereinbart, nach den zum Zeitpunkt des Anzeigenauftrags geltenden Mediadaten, einsehbar unter www.lieslotte.de/mediadaten
2. Alle Rechnungen des Verlags sind innerhalb von 14 Tagen seit Rechnungszugang fällig. Sämtliche Preise verstehen sich als Nettopreise in Euro, zuzüglich der im Zeitpunkt der Anzeigenveröffentlichung geltenden gesetzlichen Mehrwertsteuer.
3. Der Verlag behält sich die Ablehnung von Schecks sowie anderen unbaren Zahlungsmitteln vor. Deren Annahme erfolgt nur zahlungshalber. Eine Zahlung gilt erst mit Gutschrift auf dem Konto des Verlags als erfolgt, bei einer Scheckzahlung, wenn die Gutschrift vorbehaltlos erfolgt ist. Zahlungen in fremder Währung werden gemäß Bankabrechnung gutgeschrieben. Bankgebühren sind vom Auftraggeber zu tragen. Skonti werden bei Abschluss einer Einzugsermächtigung gemäß den Mediaten gewährt.
4. Der Verlag darf eine angemessene 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/oder von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
5. Liegen zwischen der Auftragsbestätigung und der Veröffentlichung einer Anzeige mehr als 5 Monate, und ändern sich zwischenzeitlich die Mediadaten, so gelten die Anzeigenpreise im Zeitpunkt der Veröffentlichung. Der Verlag wird den Auftraggeber hierauf in der Änderungsmitteilung nochmals besonders hinweisen. Die Preisänderung wird wirksam, wenn der Kunde einer Preisänderung nicht innerhalb von zwei Wochen nach Zugang der Änderungsmitteilung widerspricht. Widerspricht der Auftraggeber zuvor, haben beide Vertragsparteien das Recht, den Vertrag ohne Frist zu kündigen.

§ 5 Stornierung und Rücktritt

Stornierungen durch den Auftraggeber bedürfen der Schriftform.

Stornierungen von klassischen Anzeigen sind bis zum Anzeigenschluss kostenfrei möglich. Der Anzeigenschluss ist in den Mediadaten genannt. Nach Ablauf dieser Frist werden im Falle einer Stornierung 100 % des Anzeigenpreises fällig. Gleiches gilt, soweit Anzeigenvorlagen durch den/die KundIn nicht angeliefert werden aus Gründen, die der Verlag nicht zu vertreten hat.

Sollte der Verlag bereits Leistungen erbracht haben, z.B. Schreiben eines Advertorials, Anzeigenerstellung und / oder -gestaltung, wird unabhängig von Fristen die tatsächlich geleistete Arbeit und der Aufwand durch den Verlag abgerechnet. Diese werden mit einem Stundensatz von 50 € netto berechnet. Die Abrechnung erfolgt im 15-Minuten-Takt. Nach dem Anzeigenschluss ist zusätzlich noch der Anzeigenplatz mit 100 % der gebuchten Summe fällig.

§ 6 Aufrechnung und Zurückbehaltungsrechte, Abtretung

1. Der Auftraggeber kann nur mit rechtskräftig festgestellten, entscheidungsreifen oder unbestrittenen Gegenforderungen aufrechnen. Ein Zurückhaltungsrecht kann nur geltend gemacht werden, soweit es auf demselben Vertragsverhältnis beruht.
2. Unternehmern und juristischen Personen des öffentlichen Rechts ist die Abtretung von Rechten an Dritte ohne Zustimmung des Verlags nicht gestattet.

§ 7 Nutzungsrechte

1. Der Auftraggeber garantiert, 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 Anzeigenveröffentlichung zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen sowie der zugelieferten Werbemittel. Ein Prüfpflicht des Verlags besteht nicht. Der Auftraggeber stellt den Verlag im Rahmen des Anzeigenauftrages von allen Schadensersatzansprüchen Dritter frei, einschließlich der Kosten für Rechtsverfolgung und Rechtsverteidigung.
2. Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Print- und Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentlichen Zugänglichmachung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrages notwendigen Umfang, ggf. auch individualvertraglich. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt sowie zeitlich begrenzt auf das Auftragsverhältnis übertragen. Der Auftraggeber tritt mit Abschluss des Anzeigenvertrags die genannten Rechte an den Verlag unentgeltlich ab, der Verlag nimmt die entsprechend Abtretung an.
3. Der Auftraggeber verpflichtet sich, den Verlag unverzüglich schriftlich über abgegebene Unterlassungserklärungen oder einstweilige Verfügungen im Zusammenhang mit einer in Auftrag gegebenen Anzeige zu informieren.
4. Erstellt der Verlag für den Auftraggeber Texte, Grafiken oder ähnliche schutzrechtsfähige Leistungen im Rahmen von § 4 Abs. 4, erhält der Auftraggeber hieran ein zeitlich auf den Anzeigenauftrag befristetes, einfaches und nicht übertragbares Nutzungsrecht. Die Einräumung von Nutzungsrechten wird erst mit vollständiger Entrichtung der Vergütung wirksam. Eine Weiterverwendung (Vervielfältigung, Verbreitung oder öffentliches Zugänglichmachen) außerhalb des Anzeigenauftrags ist nur mit ausdrücklicher schriftlicher Zustimmung des Verlages zulässig.
5. Zudem gelten die zusätzlichen AGB – Zustimmung über die Verwertungsrechte an Foto-, Film- und Lichtbildaufnahmen (Seite 2).

§ 8 Gewährleistung

1. Der Verlag gewährleistet im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten insbesondere die drucktechnisch ordnungsgemäße Durchführung des Auftrags, soweit der Auftraggeber seinen diesbezüglichen Mitwirkungspflichten (insbesondere seiner Pflicht zur Anzeigenerstellung entsprechend der Dateivorgaben) ebenfalls ordnungsgemäß nachgekommen ist. Der Verlag haftet nicht, wenn er aufgrund von Vorlagen, Vorgaben und/oder Freigaben des Auftraggebers gehandelt hat.
2. Offensichtliche Mängel der Anzeige, die in die Verantwortungssphäre des Verlags fallen, muss der Auftraggeber unverzüglich nach Erscheinen der Anzeige geltend machen. Ist der Auftraggeber Unternehmer oder eine juristische Person des öffentlichen Rechts, überlässt er dem Verlag die Wahl der Art der Nacherfüllung zur Beseitigung des Mangels. Ist diese nicht möglich, bestimmen sich die Rechte nach dem Gesetz. Ansprüche des Auftraggebers wegen eines Mangels verjähren innerhalb von 12 Monaten. Im Übrigen gelten die gesetzlichen Vorschriften.

§ 9 Haftung

1. Der Verlag haftet bei Vorsatz und grober Fahrlässigkeit in vollem Umfang nach den gesetzlichen Bestimmungen. Bei Schäden aus Verletzungen des Lebens, des Körpers, der Gesundheit, des Produkthaftungsgesetzes oder von wesentlichen Vertragspflichten haftet der Verlag darüber hinaus bereits für jede Fahrlässigkeit. Dasselbe gilt, wenn der Verlag eine Garantie für die Beschaffenheit der vertraglichen Leistung übernommen hat. Eine darüber hinaus gehende Haftung besteht nicht.
2. Hat der Verlag leicht fahrlässig eine vertragswesentliche Pflicht verletzt, ist die Ersatzpflicht für Sachschäden auf den typischerweise entstehenden, vernünftigerweise vorhersehbaren Schaden beschränkt. Eine darüber hinaus gehende Haftung besteht nicht.
3. Vertragswesentliche Pflichten sind solche, die dem Kunden Rechtspositionen verschaffen, welche ihm der Vertrag nach seinem Inhalt und Zweck gerade zu gewähren hat sowie solche, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrages überhaupt erst ermöglicht und auf deren Einhaltung der Kunde regelmäßig vertraut und vertrauen darf.
4. Ist die vertragliche Haftung ausgeschlossen oder beschränkt, gilt dies auch für die persönliche Haftung von Arbeitnehmern, Vertretern oder Erfüllungsgehilfen des Verlags.
5. Haftet der Verlag gem. Absatz § 9 Absatz 1, verbleibt es bei der gesetzlichen Verjährungsfrist, im Übrigen ist Verjährungsfrist gegenüber Unternehmern wegen eines Mangels auf 12 Monate beschränkt.

§ 10 Ankündigungsfrist für den Einzug von SEPA-Lastschriften

Nimmt der Auftraggeber am SEPA-Lastschriftverfahren (SEPA-Firmenlastschrift) teil, wird ihm der Bankeinzug spätestens einen Werktag vorher angekündigt. Der Einzug wiederkehrender Zahlungen mit gleichen Beträgen wird einmal jährlich angekündigt.

§ 11 Höhere Gewalt; Selbstbelieferungsvorbehalt

Ereignisse aller Art, die von den Parteien nicht verschuldet sind (Streik, Betriebsstörungen, Transportstörungen, Liefersperren, Natureireignisse, Unruhen, Krieg usw.), entbinden den Verlag von seiner Leistungspflicht für die Dauer der Behinderung.

§ 12 Anzeigenbelege

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

§ 13 Anzeigenkennzeichnung

Anzeigen, die auf Grund ihrer Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige", „Anzeigensonderveröffentlichung" oder „Verlagsveröffentlichung" deutlich kenntlich gemacht. Dies gilt auch für die auf der Website www.lieslotte.de eingestellten kostenpflichtigen PR-Texte und Online-Banner.

§ 14 Datenschutz

Der Verlag erhebt, verarbeitet und speichert Daten zur Auftragsabwicklung, Pflege der laufenden Kundenbeziehung sowie zum postalischen Versand von Informationen zu Angeboten und Dienstleistungen. Diese Kundendaten werden gem. § 33 BDSG elektronisch gespeichert. Die Daten werden Dritten nicht direkt zugänglich gemacht und stets nach den Bestimmungen des Bundesdatenschutzgesetzes behandelt. Die Daten werden zur Vertragsabwicklung verarbeitet und genutzt. Eine Weitergabe der Daten an Dritte erfolgt nicht, sofern dies nicht zur Erfüllung des Vertragsverhältnisses mit dem Kunden erforderlich ist bzw. hierzu nicht eine gesetzliche oder behördlich angeordnete Verpflichtung besteht. Mit der technischen Durchführung der Datenverarbeitung werden teilweise externe Dienstleister als Auftragsdatenverarbeiter im Sinne des Bundesdatenschutzgesetzes beauftragt.

§ 15 Erfüllungsort, Schriftform, Gerichtsstand & anwendbares Recht

1. Erfüllungsort für alle sich aus der Geschäftsbeziehung zwischen dem Verlag und dem Auftraggeber ergebenden Leistungspflichten ist der Sitz des Verlages, wenn nicht die Vertragsparteien ausdrücklich etwas Anderes vereinbaren.
2. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Person des öffentlichen Rechts ist oder dem öffentlich-rechtlichen Sondervermögen sind mündliche Nebenabreden oder Zusagen, die von diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen abweichen, sind nur wirksam, wenn der Verlag sie schriftlich bestätigt. Dies gilt auch für einen Verzicht auf dieses Formerfordernis. Eine durch Telefax oder E-Mail übermittelte Erklärung steht der Schriftform gleich.
3. Gerichtsstand für alle Ansprüche aus der Geschäftsbeziehung ist ausschließlich Augsburg, wenn der Auftraggeber Kaufmann, eine juristische Person des öffentlichen Rechts ist oder zum öffentlich-rechtlichen Sondervermögen zählt oder in Deutschland keinen allgemeinen Gerichtsstand hat. Es gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des Kollisionsrechts und des UN-Kaufrechts (CISG).

AGB: ZUSTIMMUNG ÜBER DIE VERWERTUNGSRECHTE AN FOTO-, FILM- UND LICHTBILDAUFNAHMEN

Nr. 3, gültig ab 01.08.2026

liesLotte MEDIEN VERLAG

§ 1 Vertragsgegenstand

(1) Der Rechteinhaber räumt der Lizenznehmerin umfassend alle Rechte am Bild- und Filmmaterial (Lichtbilder, Lichtbildwerke, Filme in Bildformaten und Verbreitungsformen wie z.Bsp. jpeg, raw, bmp, dng, exr, jp2, jpg, jng, png, psd, Film, Kino, Fernsehen, PC, Streaming, RealVideo, Flash, Quicktime, MP2-7, DIRAC,Theora,Flac,VP6-8, AAC, OGG, HD, HD+,HuffYUV, CorePNG (OpenSource) LCL-Codec, Lagarith, FFV1, MSU Lossless; AZW; HDV (Videoformat), AVCHD, WMV, WebM.) gem. § 2 ein und gibt an, dass er im alleinigen Besitz aller erforderlichen Rechte ist resp. bevollmächtigt ist, diese der Lizenznehmerin möglichst vollumfänglich einzuräumen.
Die Lizenznehmerin nimmt das Angebot zu den nachfolgenden Bedingungen an.

(2) Die Lizenznehmerin wird die vom Rechteinhaber überlassenen Lichtbildwerke und Filme für Werbe- und redaktionelle Zwecke sowohl in Printwie auch in allen Onlinemedien der Lizenznehmerin (inkl. Social Media wie Facebook, Instagram oder Nachfolgemodellen sowie bislang noch nicht bekannten, oder neuen Alternativen davon) nutzen. Online sind die Bildwerke und Filmaufnahmen weltweit abrufbar.

§ 2 Rechteeinräumung

(1) Zur Verwirklichung der in § 1 beschriebenen Nutzungszwecke räumt der Rechteinhaber der Lizenznehmerin unentgeltlich und für die Dauer dieses Vertrags unwiderruflich, räumlich und zeitlich unbeschränkt, frei von Rechten Dritter, das Recht zur Verwertung ein.

(2) Dies umfasst insbesondere auch:

(a) das Recht, die vertragsgegenständlichen Fotos (Lichtbilder oder -werke) und Filme der Öffentlichkeit ganz oder teilweise im Rahmen der Nutzung zur Online-, Print- oder Fernsehwerbung zugänglich zu machen ("Recht der Öffentlich-Zugänglichmachung");

(b) das Recht, zur Einspeicherung der Bildwerke und Filme in der Website der Lizenznehmerin sowie auf Abruf von Besuchern der Website hin zu vervielfältigen (Downloadmöglichkeit);

(c) das Recht der elektronischen Bildbearbeitung, etwa durch Retuschierung oder Montagen. Der Lizenznehmer ist berechtigt, die vertragsgegenständlichen Bilderwerke sowie Filme ausschnittsweise zu benutzen, zu bearbeiten und zu konvertieren. Bei Änderungen wird die Lizenznehmerin immer die ethischen Grundsätze des Werberates beachten und nie ethisch anstößige Veränderungen vornehmen oder vornehmen lassen.

(3) Die Nutzungsrechteeinräumung umfasst auch Rechte, die zur Erreichung des Vertragszwecks erforderlich sind, aber erst auf Grund neuer Gesetzeslage oder aus anderen Gründen nachträglich an den vertragsgegenständlichen Fotos entstehen, ohne dass hierdurch eine neue Nutzungsart begründet wird.

§ 3 Herkunft, Authentizität und Einsatz künstlicher Intelligenz

(1) Der Rechteinhaber hat der Lizenznehmerin spätestens bei Überlassung des Bild- oder Filmmaterials vollständig und wahrheitsgemäß mitzuteilen, ob das Material ganz oder teilweise mithilfe künstlicher Intelligenz erzeugt oder inhaltlich verändert wurde und deshalb als solches zu kennzeichnen ist. Auf Nachfrage hat er die zur zutreffenden Kennzeichnung erforderlichen ergänzenden Angaben zu machen.

(2) Nicht mitteilungspflichtig sind ausschließlich technisch unterstützende Standardbearbeitungen, die den Aussagegehalt des Materials nicht wesentlich verändern, insbesondere übliche Anpassungen von Helligkeit, Kontrast, Farbe, Schärfe, Auflösung oder Dateiformat. Werden dagegen für den Aussagegehalt relevante Inhalte erzeugt, entfernt, ersetzt oder verändert, ist dies stets mitzuteilen.

(3) Der Rechteinhaber sichert zu, dass seine Angaben vollständig und richtig sind und das überlassene Material keine unzutreffende Vorstellung über die Echtheit dargestellter Personen, Gegenstände, Orte, Unternehmen oder Ereignisse hervorruft. Erkennt er nach der Überlassung, dass seine Angaben unrichtig oder unvollständig waren, hat er die Lizenznehmerin unverzüglich in Textform zu informieren.

(4) Die Lizenznehmerin ist berechtigt, das Material mit einem Hinweis auf seine künstliche Erzeugung oder Bearbeitung zu versehen, ergänzende Angaben anzufordern sowie die Veröffentlichung abzulehnen, auszusetzen oder bereits veröffentlichte Inhalte zu entfernen. Ein Anspruch des Rechteinhabers auf Veröffentlichung oder auf eine bestimmte Kennzeichnung besteht nicht.

(5) Die Lizenznehmerin ist gegenüber dem Rechteinhaber nicht verpflichtet, das Material auf seine Herkunft, Authentizität oder eine mögliche KI-Erzeugung beziehungsweise KI-Bearbeitung zu überprüfen. Die Entgegennahme, Bearbeitung oder Veröffentlichung des Materials stellt keine Bestätigung seiner Authentizität oder rechtlichen Zulässigkeit dar.

(6) Der Rechteinhaber stellt die Lizenznehmerin nach Maßgabe der gesetzlichen Vorschriften von berechtigten Ansprüchen Dritter frei, die auf einer von ihm schuldhaft verursachten Verletzung der Pflichten aus diesem Paragrafen beruhen. Die Freistellung umfasst die erforderlichen und angemessenen Kosten der Rechtsverteidigung. Weitergehende gesetzliche Ansprüche bleiben unberührt.

§ 4 Rechtegarantie

(1) Der Rechteinhaber sichert zu, zur Einräumung der in diesem Vertrag bezeichneten Rechte berechtigt zu sein und dass der vertragsgemäßen Nutzung des überlassenen Materials keine Rechte Dritter entgegenstehen.

(2) Der Rechteinhaber sichert insbesondere zu, dass die für die vorgesehene Nutzung erforderlichen Einwilligungen oder sonstigen Berechtigungen hinsichtlich erkennbar abgebildeter Personen sowie geschützter Werke, Kennzeichen und sonstiger Inhalte Dritter vorliegen. Er hat die Lizenznehmerin vor der Veröffentlichung vollständig auf bestehende Rechte, Einwilligungsvorbehalte, zeitliche oder inhaltliche Beschränkungen sowie erforderliche Urheber- oder Quellenangaben hinzuweisen.

(3) Der Rechteinhaber wird die Lizenznehmerin unverzüglich informieren, wenn ihm Umstände bekannt werden, aufgrund derer die vertragsgemäße Nutzung des Materials Rechte Dritter verletzen könnte.

(4) Der Rechteinhaber stellt die Lizenznehmerin nach Maßgabe der gesetzlichen Vorschriften von berechtigten Ansprüchen Dritter frei, die auf einer von ihm schuldhaft verursachten Verletzung der vorstehenden Pflichten oder auf unrichtigen beziehungsweise unvollständigen Angaben beruhen. Die Freistellung umfasst die erforderlichen und angemessenen Kosten der Rechtsverteidigung. Die Lizenznehmerin wird den Rechteinhaber unverzüglich über geltend gemachte Ansprüche informieren und ihm, soweit zumutbar, Gelegenheit zur Stellungnahme und Mitwirkung an der Rechtsverteidigung geben. Weitergehende gesetzliche Ansprüche bleiben unberührt.

§ 5 Kündigung und Lizenzdauer

(1) Die schriftliche Kündigung aus besonderem Grund bleibt unberührt. Ein Kündigungsgrund ist ein Verstoß des Lizenznehmers gegen die Pflichten aus diesem Vertrag oder der fortgesetzte Verstoß gegen Nebenpflichten trotz mindestens zweimaliger Aufforderung zur Beendigung des Pflichtverstoßes, der dem anderen Vertragspartner ein Festhalten am Vertrag und die weitere Zusammenarbeit unzumutbar macht.

(2) Soweit der Vertrag zeitlich limitiert werden soll, ist dies gesondert zu vereinbaren.

§ 6 Löschungspflicht bei Kündigung

Die Lizenznehmerin verpflichtet sich, nach Beendigung des Vertragsverhältnisses alle vertragsgegenständlichen Bildwerke und Filme, die bei ihr (auf eigenen Servern und Computern oder Datenträgern) vorliegen, zu löschen. Eine Verpflichtung zur Löschung von Datenmaterial im Internet, insbesondere bei Google besteht darüber hinaus nicht.

§ 7 Schlussbestimmungen

(1) Dieser Vertrag unterliegt ausschließlich deutschem Recht. Mündliche Nebenabreden bestehen nicht. Änderungen oder Ergänzungen dieses Vertrages bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform.

(2) Ansprüche aus diesem Vertrag können weder abgetreten, noch verpfändet, noch mit dem Recht eines Dritten belastet werden, soweit die andere Partei dem nicht ausdrücklich zustimmt. Erfüllungsort ist der Verlagssitz.