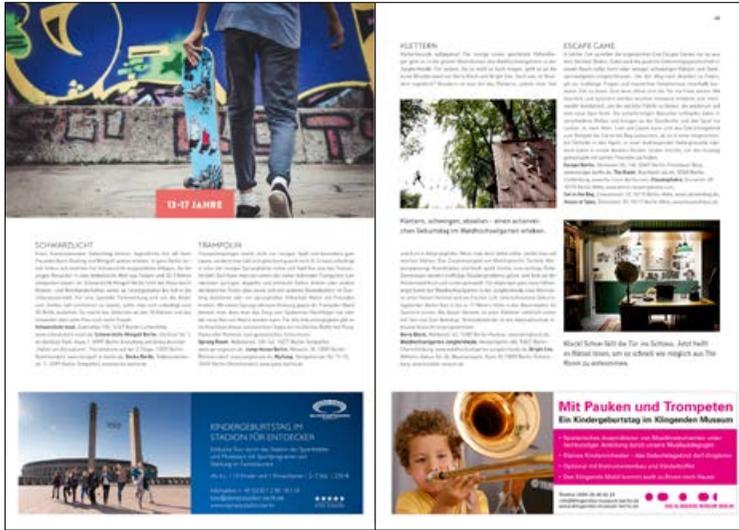


HIMBEER VERLAG

HIMBEER Magazin Berlin

Themenspecial: Kindergeburtstag





Anzeigen

In unserem umfangreichen Special haben wir in der August/September-Ausgabe besondere Tipps sowie spannende und nützliche Informationen rund um das Thema Kindergeburtstag für unsere Leser zusammengestellt. Sie haben die Gelegenheit, Ihre Anzeige in diesem redaktionellen Umfeld prominent und thematisch passend zu platzieren.

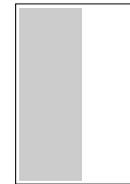
Formate



1/1
210 x 297
(+ 3 mm Beschnitt)
Direktpreis: 2160,-
Agenturpreis: 2542,-



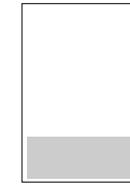
1/2, quer
210 x 147
(+ 3 mm Beschnitt)
Direktpreis: 1235,-
Agenturpreis: 1454,-



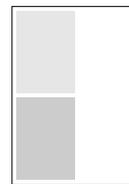
1/2, hoch
100 x 287
Direktpreis: 1235,-
Agenturpreis: 1454,-



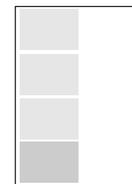
1/3, quer
200 x 95
Direktpreis: 843,-
Agenturpreis: 991,-



1/4, quer
200 x 70
Direktpreis: 645,-
Agenturpreis: 758,-



1/4, Rechteck
100 x 142
Direktpreis: 645,-
Agenturpreis: 758,-



1/8, quer
100 x 70
Direktpreis: 380,-
Agenturpreis: 446,-

Technische Daten:

Format: 210 x 297 mm, Satzspiegel: 185 x 272 mm
Umfang: mindestens 52 Seiten

Anforderungen Druckunterlagen:

nur PDF (optimiert für Druck), TIFF, EPS oder JPEG,
CYMK-Modus, Auflösung: 300 dpi
Für Nachbearbeitungen berechnen wir 80 Euro.
Wenn erforderlich, wird die Anzeige mit einer dünnen
Linie umrandet.



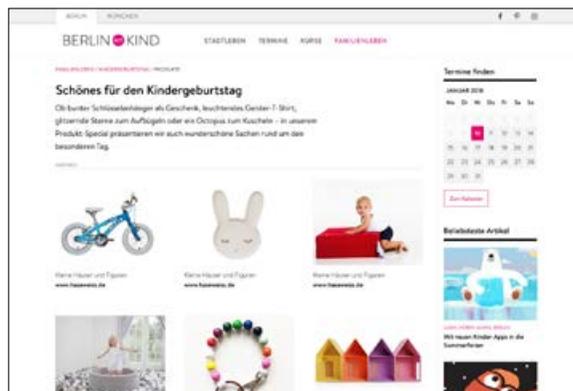
Beispielseiten: Special zum Kindergeburtstag

Advertorial

Die Form des Advertorials ist durch die Einbindung in das redaktionelle Umfeld und den redaktionellen Look besonders attraktiv. Der Beitrag wird als „Anzeige“ gekennzeichnet. Ab einer Größe von 1/4 Seite Rechteck möglich, Anzeigenpreis + 20 %.



Platzierung Print im HIMBEER Magazin



Platzierung Online auf unserer Website berlinmitkind.de

Top-Produkte

In jeder Ausgabe des HIMBEER Magazins bieten wir Ihnen die Möglichkeit, Ihre Lieblingsprodukte zu einem bestimmten Thema im redaktionellen Umfeld zu präsentieren. Die Leser nutzen diese Empfehlungen bewusst als Inspirationsquelle und Kaufempfehlung.

Februar-März	Frühling und Ostern
April-Mai	Baby und Schwangerschaft
Juni-Juli	Kita und Schule
August-September	Kindergeburtstag
Oktober-November	Herbst und Halloween
Dezember-Januar	Winter und Weihnachten

Direktpreise / Agenturpreise

Laufzeit	Print oder 2 Monate Online	Print und 2 Monate Online	Print und 12 Monate Online
Paket S (1 Produkt)	190 / 224 Euro	304 / 358 Euro	392 / 462 Euro
Paket M (2 Produkte)	350 / 412 Euro	560 / 659 Euro	702 / 826 Euro
Paket L (3 Produkte)	500 / 588 Euro	800 / 941 Euro	976 / 1148 Euro

20 % Rabatt inklusive

Das benötigen wir:

- FOTO: Produktabbildung (300 dpi, 62 mm breit, 48 mm hoch)
- TEXT: Produktname, max. 35 Zeichen inkl. Leerzeichen
- Ihre Adresse oder Website

Im Printmagazin ist es auch möglich, anstelle eines Fotos eine Kurzbeschreibung Ihres Shops, dessen Besonderheiten und Ihres Sortiments zu platzieren (max. 250 Zeichen inkl. Leerzeichen). Bitte beachten Sie, dass wir ausschließlich Produktfotos abbilden können, die weder Logos noch Rabattcodes oder Schrift enthalten.

Bestellformular

Gewünschtes Werbeformat im Kindergeburtstag-Special:

ANZEIGEN

- 1/1 Seite
- 1/2 Seite, hoch
- 1/2 Seite, quer
- 1/3 Seite, quer
- 1/4 Seite, quer
- 1/4 Seite, Rechteck
- 1/8 Seite, quer

ADVERTORIAL: _____

TOP-PRODUKTE

- Paket S (1 Produkt)
- Paket M (2 Produkte)
- Paket L (3 Produkte)

zusätzlich:

- 2 Monate Online
- 12 Monate Online

Besondere Vereinbarungen:

Kontakt

Esther Bauer
 Leitung Marketing und Verkauf
 E-Mail: anzeigen@himbeer-verlag.com
 Telefon: 030-66307359
 Fax: 030-66307358

Auftraggeber/Rechnungsadresse

Firma _____ Telefon, Fax _____

Ansprechpartner _____ E-Mail _____

Adresse _____ Datum, Unterschrift _____

Mit meiner Unterschrift willige ich ein, dass die im Vertrag angegebenen personenbezogenen Daten zum Zwecke der Durchführung des Vertrages gemäß den gesetzlichen Bestimmungen der DSGVO gespeichert und verarbeitet werden. Unsere Datenschutzerklärung finden Sie unter berlinmitkind.de/datenschutz.

per SEPA-Lastschriftmandat (-2 % Skonto)

Gläubiger-Identifikationsnummer: DE92ZZZ00001314118

Mandatsreferenz: wird separat mitgeteilt

Kontoinhaber

Bank

IBAN

BIC

Datum

Unterschrift

Hiermit ermächtige ich die HIMBEER Verlag UG, Zahlungen von meinem Konto mittels Lastschrift einzuziehen. Zugleich weise ich mein Kreditinstitut an, die vom HIMBEER Verlag UG auf mein Konto gezogenen Lastschriften einzulösen. Hinweis: Ich kann innerhalb von acht Wochen, beginnend mit dem Belastungsdatum, die Erstattung des belasteten Betrages verlangen. Es gelten dabei die mit meinem Kreditinstitut vereinbarten Bedingungen. Es gelten unsere AGB.

Alle Preise verstehen sich zzgl. MwSt., der Agenturrabatt beträgt 15%.
 Alle Verlinkungen in bezahlten Inhalten sind no follow-Links.

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in den Printmedien des HIMBEER Verlags

I. Allgemeine Bedingungen

1. Anzeigenauftrag, Werbemittel, Auftragsbestätigung

1.1. „Anzeigenauftrag“ im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungstreibenden oder sonstigen Inserenten in den Printmedien der „HIMBEER Verlag UG (haftungsbeschränkt)“ zum Zweck der Verbreitung.

Ein „Werbemittel“ ist die als Ausdrucksmittel objektivierte und erkennbare Form einer Werbetätigkeit. Ein Werbemittel kann aus einem oder mehreren Elementen bestehen, insbesondere aus Texten, Grafiken oder Bildern. Als Werbemittel im Sinne dieser Bedingungen sind insbesondere Anzeigen oder Beilagen zu verstehen. Als Gegenstand von Anzeigenaufträgen kommen grundsätzlich die Werbemittel und Formate in Betracht, die in der jeweils gültigen Preisliste ausgewiesen sind. Sonderformate und -werbeformen müssen mit dem Verlag vereinbart werden.

Der Anzeigenauftrag des Auftraggebers kann die einmalige Veröffentlichung eines Werbemittels oder mehrere Veröffentlichungen von Werbemitteln bestimmter Häufigkeit, Anzahl oder Dauer („Dauerschaltung“) zum Gegenstand haben. Durch den Werbeauftrag können feste Termine für einzelne Schaltungen vereinbart werden, es ist aber auch möglich, die einzelnen Aufträge über einen Zeitraum auf Abruf abzuwickeln.

1.2. Der Auftraggeber kann Angebote für Anzeigenaufträge per Post, E-Mail oder Telefax aufgeben. Der Verlag haftet nicht für Übermittlungsfehler. Der Anzeigenauftrag kommt mit Auftragsbestätigung des Verlags zustande. Für ihre Wirksamkeit und Verbindlichkeit bedürfen Auftragsbestätigungen der Textform und müssen als solche bezeichnet sein.

1.3. Durch den Verlag bestätigte Anzeigenaufträge sind verbindlich. Für Beilagenaufträge gilt II.3. Eine vom Auftraggeber erbetene Stornierung eines Auftrags oder einer Schaltung steht in alleinigem Ermessen des Verlags. Die Regelung Ziffer I.6.3. bleibt unberührt.

1.4. Der Verlag behält sich vor, die Verbreitung und/oder Veröffentlichung von Werbemitteln – auch einzelne Abrufe des Anzeigenauftrags einer Dauerschaltung – wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages auch nach Auftragsbestätigung abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Werbemittel, die Werbung von Dritten oder Werbung für Produkte Dritter (nachfolgend als „Fremdwerbung“ bezeichnet) enthalten. Ziffer I.6.1. bleibt unberührt.

2. Anlieferung von Werbemitteln

2.1. Der Auftraggeber hat die Werbemittel rechtzeitig und in dem vereinbarten Format anzuliefern. Die Angaben zu den technischen Anforderungen in den Mediadaten des Verlags sowie das „Merkblatt zu Beilagen in den Printmedien des HIMBEER Verlags“ finden unbeschadet weiterer Vereinbarungen der Parteien Anwendung.

2.2. Werbemittel und Druckvorlagen sind spätestens bis zum Druckunterlagenschluss der vereinbarten Anzeigenschaltung anzuliefern. Die Anlieferung hat in digitaler Form per E-Mail an anzeigen@himbeer-verlag.com zu erfolgen. Für die rechtzeitige und einwandfreie Lieferung von Werbemitteln, Druckunterlagen oder Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Werbemittel kann der Verlag Ersatz anfordern, ohne hierzu jedoch verpflichtet zu sein.

2.3. Der Auftraggeber hat vor einer digitalen Übermittlung von Druckvorlagen dafür Sorge zu tragen, dass die übermittelten Dateien frei von evtl. Computerviren sind. Entdeckt der Verlag auf einer ihm übermittelten Datei Computerviren, wird diese Datei sofort gelöscht, ohne dass der Auftraggeber hieraus Ansprüche geltend machen kann. Der Verlag behält sich zudem vor, den Auftraggeber für Schadenersatz in Anspruch zu nehmen, wenn durch in den vom Auftraggeber übermittelten Daten enthaltene Computerviren dem Verlag Schäden entstanden ist.

2.4. Bei Druckvorlagen, die zusätzliche Satz-, Film- und Lithokosten verursachen, werden diese in Rechnung gestellt. Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen und Belichtungsdateien nicht sofort erkennbar, sondern werden dieselben erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Auftraggeber bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche. Das Gleiche gilt bei Fehlern in wiederholt erscheinenden Anzeigen, wenn der Auftraggeber nicht vor Drucklegung der nächstfolgenden Anzeige auf den Fehler hin-

weist. Bei Überschreitung der im Terminplan festgelegten Daten für die Übersendung der Druckunterlagen kann keine Gewähr für eine einwandfreie Druckwiedergabe übernommen werden.

2.5. Bei digitaler Übermittlung von mehreren zusammengehörenden Dateien hat der Auftraggeber dafür Sorge zu tragen, dass diese Dateien innerhalb eines gemeinsamen Verzeichnisses (Ordner) gesendet bzw. gespeichert werden. Für die Übertragung von digital übermittelten Druckvorlagen dürfen nur geschlossene Dateien verwendet werden, also solche Dateien, an denen der Verlag inhaltlich keine Möglichkeit der Veränderung hat. Offene Dateien (z. B. Dateien, die unter InDesign, Corel Draw, Quark XPress, Freehand usw. gespeichert wurden) kann der Verlag ablehnen. Der Verlag kann bei offenen Dateien für die inhaltliche Richtigkeit nicht in Anspruch genommen werden. Digital übermittelte Druckvorlagen für Farbanzeigen können nur mit einem auf Papier gelieferten Farb-Proof zu unvermeidbar werden. Ohne Farb-Proof sind Farbabweichungen unvermeidbar, die keinen Anspruch auf Preisminderung oder Schadenersatz auslösen können.

2.6. Sofern der Auftrag wegen nicht ordnungsgemäßer, insbesondere verspäteter oder unterbliebener Anlieferung einwandfreier und geeigneter Werbemittel nicht durchgeführt werden kann und der Verlag trotz angemessener Bemühungen keine Ersatzbuchung eines Dritten beibringen kann, ist der Auftraggeber zur Zahlung einer Entschädigung in Höhe der vereinbarten Vergütung verpflichtet.

3. Gestaltung von Werbemitteln durch den Verlag

Nach individueller Vereinbarung erstellt der Verlag für den Auftraggeber Werbemittel oder unterstützt diesen bei der Erstellung. Sofern demnach vereinbart ist, dass der Verlag für den Auftraggeber das zu schaltende Werbemittel gestaltet, bearbeitet oder anderweitig verändert, räumt der Verlag an den vom Verlag erstellten Arbeitsergebnissen zeitlich auf die Anzeigenschaltung oder die Kampagne befristete, einfache Nutzungsrechte zur bestimmungsgemäßen Verwendung ein. Die Arbeitsergebnisse dürfen nur für die Durchführung des Anzeigenauftrags mit dem Verlag verwendet werden.

4. Zeitpunkt der Veröffentlichung von Werbemitteln

Anzeigenaufträge für Kampagnen sind im Zweifel innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen einer Dauerschaltung das Recht zum Abruf einzelner Veröffentlichungen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb des vereinbarten Zeitraums durchzuführen.

5. Inhaltliche Verantwortung für die Werbemittel, Freistellung

5.1. Der Auftraggeber steht für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der Werbemittel sowie für die Zulässigkeit der Veröffentlichung der Werbemittel ein. Der Auftraggeber stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter einschließlich angemessenen Kosten der Rechtsverteidigung und -vertretung frei. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden.

Der Auftraggeber hat insbesondere auch die Kosten der Veröffentlichung einer Gegenangabe, die sich auf tatsächliche Behauptungen des veröffentlichten Werbemittels bezieht, in Gestalt der belegten Werbefläche nach Maßgabe der jeweils gültigen Preisliste für Werberveröffentlichungen zu tragen.

5.2. Der Verlag kann Werbemittel, die auf Grund ihrer Gestaltung nicht als solche erkennbar sind, als Werbung deutlich kennlich machen. Die Haftung und die Freistellungsverpflichtung des Auftraggebers für nicht hinreichend gekennzeichnete Werbemittel gegenüber dem Verlag bleiben unberührt.

6. Vergütung und Nachlässe

6.1. Der Auftraggeber ist verpflichtet, die aus der Auftragsbestätigung ersichtliche Vergütung zu zahlen. Für die Veröffentlichung von Werbemitteln die Fremdwerbung enthalten, kann der Verlag vom Auftraggeber einen Aufschlag von 50 % des Listenpreises verlangen.

6.2. Der Verlag stellt grundsätzlich nach Auftragsbestätigung, in der Regel jedoch spätestens 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige, eine Rechnung. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Rechnung ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

6.3. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere

Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Buchungen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenschlusses die Veröffentlichung weiterer Werbemittel ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

6.4. Bei Auftraggebern, die zum ersten Mal mit dem Verlag in Geschäftsverbindung treten, kann Vorauskasse bis zum Anzeigenschlusstermin verlangt werden.

6.5. Die in der Anzeigenpreisliste bezeichneten Nachlässe werden nur für die innerhalb des im Anzeigenauftrag vereinbarten Zeitraums erscheinenden Anzeigen des Auftraggebers gewährt.

6.5. Wird der Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet weitergehender Ansprüche des Verlags, den Differenzbetrag zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen der Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten.

6.6. AE-Provisionen in Höhe von 15% vom Listenpreis (Agenturpreis) werden nur Agenturen gewährt, die Anzeigen gewerbsmäßig im eigenen Namen und für eigene Rechnung erwerben und an Dritte weiterveräußern. Agenturen müssen sich in Verträgen und Abmachungen mit ihren Kunden (Inserenten) an die Listenpreise der Redaktion halten. Die vom Verlag gewährte AE-Provision darf von Agenturen an ihre Kunden weder ganz noch teilweise weitergegeben werden. AE-Provisionen werden nur dann gewährt, wenn alle erforderlichen Arbeiten von der Agentur übernommen und reprofähige Vorlagen abgeliefert werden. Werden nicht reprofähige Vorlagen zur Verfügung gestellt, verringert sich die AE-Provision auf 10%. Bei Ausfall bzw. Insolvenz einer Agentur haftet der Auftraggeber für die bestellten Anzeigen.

7. Haftung und Gewährleistung

Die Haftung des Verlags gegenüber dem Auftraggeber ist auf folgende Fälle beschränkt:

7.1. Bei Vorsatz, bei Ansprüchen aufgrund des Produkthaftungsgesetzes, bei Mängeln, die arglistig verschwiegen oder deren Abwesenheit garantiert wurde, bei Verletzungen von Leben, Körper oder Gesundheit sowie in allen sonstigen Fällen zwingenden Gesetzesrechts haftet der Verlag nach den gesetzlichen Regelungen.

7.2. Bei grober Fahrlässigkeit haftet der Verlag nur für typische, vorhersehbare Schäden. Diese Haftungsbeschränkung gilt nicht für Schäden, die von leitenden Angestellten oder rechtlichen Vertretern durch den Verlag verursacht worden sind oder auf einer Verletzung wesentlicher Vertragspflichten beruhen.

7.3. Bei leichter Fahrlässigkeit haftet der Verlag nur im Falle einer Verletzung wesentlicher Vertragspflichten und beschränkt auf typische vorhersehbare Schäden.

7.4. Reklamationen müssen vom Auftraggeber bei offensichtlichen Mängeln spätestens innerhalb von zwei Wochen nach Eingang der Rechnung geltend gemacht werden. Nicht offensichtliche Mängel müssen spätestens ein Jahr nach Veröffentlichung des Werbemittels gerügt werden. Bei fehlerhafter Veröffentlichung eines Werbemittels, trotz rechtzeitiger Lieferung einwandfreier Vorlagen und rechtzeitiger Rüge, kann der Auftraggeber die Veröffentlichung eines einwandfreien Ersatz-Werbemittels verlangen. Fehlerhaft gedruckte Kenn- und Kontrollnummern stellen keinen Mangel der Veröffentlichung eines Werbemittels dar. Der Anspruch auf Nacherfüllung ist ausgeschlossen, wenn dies für den Verlag mit unverhältnismäßigen Kosten verbunden ist.

7.5. Ansprüche gegenüber dem Verlag wegen Schäden oder Aufwendungen aufgrund von Mängeln verjähren nach einem Jahr. § 634 Abs. 3 BGB bleibt unberührt. Alle sonstigen Ansprüche gegenüber dem Verlag wegen Schäden oder Aufwendungen verjähren nach zwei Jahren ab dem Datum der Anspruchsentstehung. Diese Regelung findet keine Anwendung in Fällen von Ziffer 7.1. oder in Fällen grober Fahrlässigkeit des Verlags. In solchen Fällen richtet sich die Haftung des Verlags nach den gesetzlichen Vorschriften.

8. Datenschutz

Der Verlag beachtet alle anwendbaren datenschutzrechtlichen Vorschriften gemäß der DSGVO. Die für die Begründung, Erfüllung, Beendigung und Abwicklung erforderlichen Daten des Auftraggebers sowie darüber hinausgehende freiwillige oder öffentlich zugängliche Angaben verarbei-

tet der Verlag auch für Informationen über seine Produkte und Dienstleistungen.

9. Sonstiges

Erfüllungsort und Gerichtsstand für alle Streitigkeiten aus oder im Zusammenhang mit Anzeigenaufträgen ist Berlin. Auf den Vertrag findet deutsches Recht Anwendung.

II. Besondere Bedingungen für Printanzeigen und Beilagen

1. Platzierung und Größe

1.1. Printanzeigen werden in bestimmten Nummern, Ausgaben oder an bestimmten Stellen der Publikation veröffentlicht, wenn dies schriftlich, auch per Telefax oder E-Mail, vereinbart ist. Sofern keine eindeutige Platzierung vereinbart ist, kann der Verlag die Platzierung frei bestimmen.

1.2. Die Bestätigung einer bestimmten Platzierung bezieht sich jeweils auf die gebuchte Ausgabe.

1.3. Sollte eine Anzeige innerhalb einer bestellten Ausgabe nicht platziert werden können, kann der Verlag diese Anzeige in einer Folgeausgabe veröffentlichen.

1.4. Bei im Wege von Gegengeschäften vereinbarten Schaltungen geht die Platzierung von bezahlten Anzeigen vor.

2. Kennzeichnung als Anzeige

2.1. Anzeigen, die auf Grund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, kennzeichnet der Verlag als solche mit dem Wort „Anzeige“.

2.2. Die Haftung des Auftraggebers für die Anzeige bleibt hiervon unberührt.

3. Beilagenaufträge

3.1. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren gesonderter Bestätigung bindend. Der Verlag kann insbesondere Beilagen ablehnen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Einwirkung Dritter enthalten. Fremdwerbung in Beilagen ist nur nach Sondervereinbarung zulässig. Es gilt Ziffer I.6.1.

3.2. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die ausdrücklich nur in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen des Printmediums 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.

4. Belegexemplare/Probeabzüge

4.1. Der Verlag liefert auf Wunsch von gestalteten und bezahlten Anzeigen einen Anzeigenbeleg, gegebenenfalls auch in digitaler Form. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

4.2. Für Beilagen ist der Hinweis über die Auslieferung in der Ausgabe der Zeitung ausreichend.

4.3. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Die Redaktion berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzugs gesetzten Frist mitgeteilt werden. Sendet der Auftraggeber den ihm rechtzeitig übermittelten Probeabzug nicht innerhalb der gesetzten Frist zurück, so gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt.

4.4. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckstöcke, Filme, Lithos, Matern und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

4.5. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.

Stand 07.06.2018