

**HIMBEER**



# Familien-Freizeit-Guide

Mediadaten 2020 – Berlin und München



IN BERLIN UND MÜNCHEN

## Inhalt

HIMBEER Verlag .....	3
Redaktionelles Konzept .....	4
Anzeigen .....	5
Produkt-Special .....	6
Preisliste .....	7
AGBs .....	8



#### Familien-Freizeit-Guide

##### BERLIN MIT KIND MÜNCHEN MIT KIND

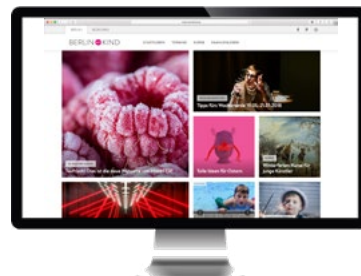
Erscheinungsweise: jährlich  
Auflage: je 20.000  
Verkaufspreis: 14,95 Euro



#### HIMBEER Magazin

##### Stadtmagazine für Berlin und für München

Mediadaten unter:  
[berlinmitkind.de/mediadaten](http://berlinmitkind.de/mediadaten)  
[muenchenmitkind.de/mediadaten](http://muenchenmitkind.de/mediadaten)



#### Online-Familien-Guide

##### [berlinmitkind.de](http://berlinmitkind.de) [muenchenmitkind.de](http://muenchenmitkind.de)

Mediadaten unter:  
[berlinmitkind.de/mediadaten](http://berlinmitkind.de/mediadaten)  
[muenchenmitkind.de/mediadaten](http://muenchenmitkind.de/mediadaten)

# HIMBEER Verlag

Der HIMBEER Verlag mit Sitz in Berlin gibt seit 2008 das HIMBEER Magazin in Berlin und seit 2012 in München heraus. Einmal jährlich erscheinen zudem die Familien-Freizeit-Guides BERLIN MIT KIND und MÜNCHEN MIT KIND. Neben den etablierten Printmedien gehören auch die reichweitenstarken Online-Familien-Guides [berlinmitkind.de](http://berlinmitkind.de) und [muenchenmitkind.de](http://muenchenmitkind.de) fest ins Portfolio des HIMBEER Verlags.

#### Unsere Leser:

- sind Familien mit Kindern von null bis 14 Jahren und werdende Eltern
- leben in der Großstadt, sind aktiv, kulturell interessiert und qualitätsbewusst
- haben einen hohen Bildungsgrad und verfügen über ein überdurchschnittlich hohes Einkommen

#### Die Jahrestitel BERLIN MIT KIND und MÜNCHEN MIT KIND

Im Fokus unserer Familien-Freizeit-Guides stehen spontane Unternehmungen mit Kindern in der Stadt und im Umland. Übersichtlich gestaltet nutzen unsere Leser den Jahrestitel ein Jahr lang als Nachschlagewerk und profitieren von Adressen aus den Bereichen KULTUR, AKTIV und SHOPPING. Schöne Fotostrecken, spannende Reportagen und tolle Inspirationen laden zum Stöbern, Lesen und immer wieder zur Hand nehmen ein.

## Kontakt

#### Büro Berlin

Käthe-Niederkirchner-Str. 7, 10407 Berlin  
Dorothea Boettcher, Jenny Garcia  
[sales@himbeer-verlag.com](mailto:sales@himbeer-verlag.com)  
030-66307360

#### Büro München

Schraudolphstr. 10, 80799 München  
Andrea Winter, Jana Hill  
[sales@himbeer-muenchen.com](mailto:sales@himbeer-muenchen.com)  
089-18920939





Direktpreis: **3.297,-**  
Agenturpreis: **3.879,-**



Direktpreis: **1.733,-**  
Agenturpreis: **2.039,-**



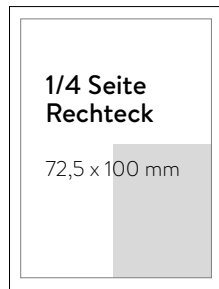
Direktpreis: **1.733,-**  
Agenturpreis: **2.039,-**



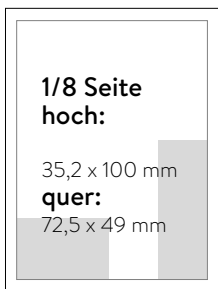
Direktpreis: **1.386,-**  
Agenturpreis: **1.631,-**



Direktpreis: **1.239,-**  
Agenturpreis: **1.458,-**



Direktpreis: **926,-**  
Agenturpreis: **1.089,-**



Direktpreis: **515,-**  
Agenturpreis: **606,-**



Direktpreis: **289,-**  
Agenturpreis: **340,-**

\* Format 1/1 =  
Anschnittformat zzgl. 3 mm  
Beschnittzugabe an allen vier  
Seiten. Die Text- und Bildelemente  
müssen nach oben und unten  
zusätzlich mind. 5 mm und  
seitlich mind. 10 mm nach innen  
gelegt werden.

Alle Preise in Euro zzgl.  
gesetzlicher MwSt.

# Anzeigen

Die jährlich erscheinenden und mittlerweile fest etablierten Familien-Freizeit-Guides sind prall gefüllt mit allen relevanten Adressen der Stadt. Eingebunden in das redaktionelle Umfeld genießt eure Anzeige besondere Aufmerksamkeit bei den Lesern – ein ganzes Jahr lang.

## Platzierung

U2 (160 x 225 mm\*) und U4 (170 x 225 mm\*): + 15 %  
U3 (163 x 225 mm\*): + 10 %

## Technische Anforderungen

**Farbanzeigen:** Bitte den Tonwertzuwachs von ca. 13 % bei 40 % Flächendeckung beachten. Der maximale Gesamtfarbauftrag beträgt 300 %. Für die Bildbearbeitung empfehlen wir die Verwendung des Profils ISOCoated\_v2\_300\_eci.icc.

**Druckunterlagen:** Nur Druck-PDF, TIFF, EPS oder JPEG, CYMK-Modus

**Auflösung:** mind. 300 dpi

Für Nachbearbeitungen berechnen wir ab 80 Euro.

Wenn erforderlich wird die Anzeige mit einer dünnen Linie umrandet.

## Advertorials

Wir bieten die Möglichkeit, in Zusammenarbeit mit euch ein Konzept für ein Advertorial zu erarbeiten. Der Beitrag wird als „WERBUNG“ gekennzeichnet. **Ab einer Größe von 1/1 Seite möglich, Konditionen auf Anfrage.**

## Rabatte

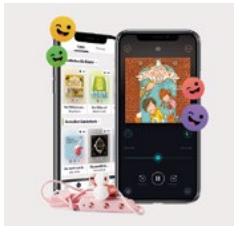
**5 %** Frühbucherrabatt bis 29.06.2020

**5 %** Kombi-Rabatt für Berlin und München

Anzeigenschluss: 11.09.2020

Druckunterlagenabschluss: 25.09.2020

156 SCHÖNE SACHEN WERBUNG

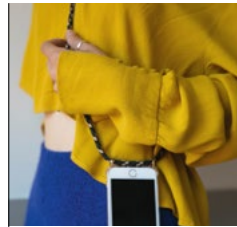


BookBeat – unbegrenzt Hörbücher hören  
bookbeat.de/himbeer

**BookBeat – Hörbuch-App für Groß und Klein**

Kennt ihr schon die Hörbuch-App BookBeat? Bei BookBeat kann die ganze Familie unbegrenzt Hörbücher hören! Für die Kleinsten gibt es sogar Kinderprofile. Testet jetzt BookBeat Premium einen Monat gratis!

bookbeat.de/himbeer



Handyhülle von Xouxou Berlin zum Umhängen  
goodshaus.de



Vintage Brille von Tintin & Milou Lunettes Selection  
Marienburgerstr. 11, 10405 Berlin



Superleicht! Handmade in Berlin! Heißbegehr! Rechtzeitig bestellen!  
derkundschafter.de



Hoodie von Henry und Grace Junghans Kindermode, Karl-Marx-Allee 134, 10243 Berlin



Verliebt in Berlin Berlin-Teenie-Komödie mit Herz  
mixtvision.de



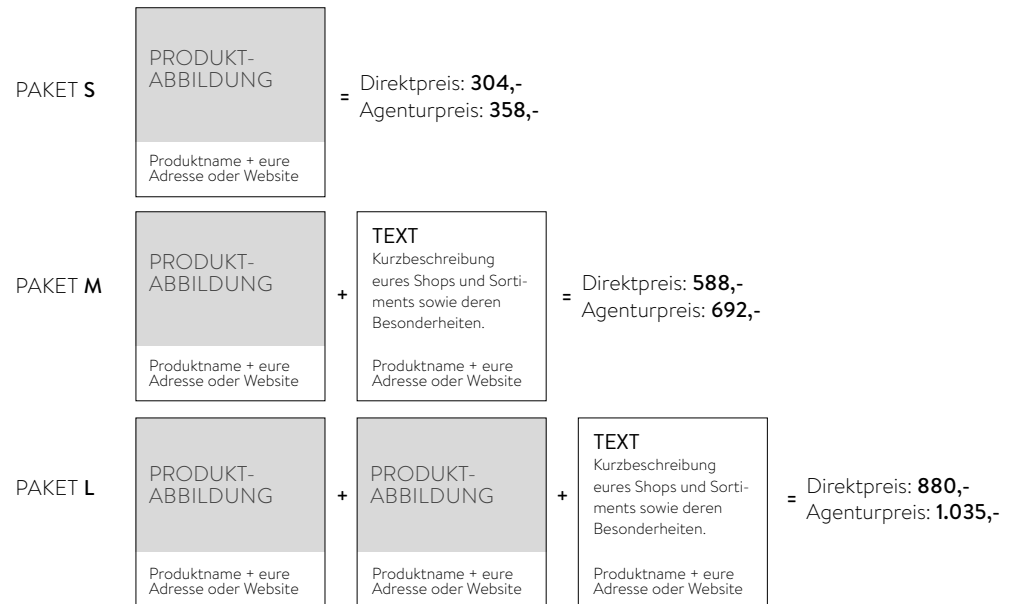
Thule Spring, erhältlich ab Februar 2020  
thule.com



GECKO – Drei Bilderbücher in einem Magazin!  
gecko-kinderzeitschrift.de

# Produkt-Special

Präsentiert unseren Lesern eure Produktempfehlungen und platziert die schönsten Sachen aus eurem Sortiment oder in einer kurzen Beschreibung die Besonderheiten, die euren Shop ausmachen.



**Das benötigen wir:**

- FOTO: Produktabbildung (300 dpi, 48,4 mm breit, 46 mm hoch)
- TEXT: Produktname und Adresse oder Website, insgesamt max. 90 Zeichen inkl. Leerzeichen

Es ist auch möglich, anstelle eines Fotos eine Kurzbeschreibung eures Shops, dessen Besonderheiten und eures Sortiments zu platzieren (max. 260 Zeichen inkl. Leerzeichen). Bitte beachtet, dass wir ausschließlich Produktfotos abbilden können, die weder Logos noch Rabattcodes oder Schrift enthalten.

## Print: Magazin

HIMBEER Berlin/HIMBEER München

Format	Direkt- preis	Agentur- preis
--------	------------------	-------------------

### ANZEIGEN

U4	<b>2.599</b>	3.058
U2, U3	<b>2.486</b>	2.925
1/1	<b>2.260</b>	2.659
1/2 hoch oder quer	<b>1.290</b>	1.518
1/3 quer	<b>880</b>	1.035
1/4 Rechteck, hoch oder quer	<b>670</b>	788
1/8, hoch oder quer	<b>390</b>	459
1/16	<b>198</b>	233

### ADVERTORIALS

1/1	<b>2.712</b>	3.191
1/2, hoch oder quer	<b>1.548</b>	1.821
1/3, quer	<b>1.056</b>	1.242
1/4, Rechteck	<b>804</b>	946

### PRODUKTE

Paket S (1 Kästchen)	<b>210</b>	247
Paket M (2 Kästchen)	<b>380</b>	447
Paket L (3 Kästchen)	<b>540</b>	635

### ANGEBOTE (Nur in München)

Einzel (1 Kästchen)	<b>210</b>	247
Doppel (2 Kästchen)	<b>380</b>	447

### BEILAGEN

Vollbeilage (20.000), bis 20 g	<b>1.640</b>	1.929
Vollbeilage (20.000), ab 20 g	<b>1.880</b>	2.212
Teilbeilage (10.000), bis 20 g	<b>820</b>	965
Teilbeilage (10.000), ab 20 g	<b>940</b>	1.106

## Print: Familien-Freizeit-Guide

BERLIN MIT KIND/MÜNCHEN MIT KIND

Format	Direkt- preis	Agentur- preis
--------	------------------	-------------------

### ANZEIGEN

U2, U4	<b>3.792</b>	4.461
U3	<b>3.627</b>	4.267
1/1	<b>3.297</b>	3.879
1/2, hoch oder quer	<b>1.733</b>	2.039
1/3, quer	<b>1.386</b>	1.631
1/4, quer	<b>1.239</b>	1.458
1/4, Rechteck	<b>926</b>	1.089
1/8, hoch oder quer	<b>515</b>	606
1/16	<b>289</b>	340

### PRODUKTE

Paket S (1 Kästchen)	<b>304</b>	358
Paket M (2 Kästchen)	<b>588</b>	692
Paket L (3 Kästchen)	<b>880</b>	1.035

Alle Preise verstehen sich in Euro, pro Stadt und zzgl. MwSt, der Agenturrabatt beträgt 15 %. Bei einer Kombi-Buchung beider Städte gewähren wir einen Rabatt von 5 % auf den jeweiligen Preis. Details zu den einzelnen Werbeformaten könnt ihr den jeweiligen Mediadaten entnehmen. Die Preise sind gültig vom 01.01.-31.12.2020.

## Online:

berlinmitkind.de/muenchenmitkind.de

Format	Berlin		München	
	Direkt- preis	Agentur- preis	Direkt- preis	Agentur- preis

### WERBEN IM NEWSLETTER

Wochenend-Tipps (wöchentlich)	<b>320</b>	376	<b>300</b>	353
Mini-Tipps (monatlich)	<b>250</b>	294	<b>230</b>	271

### GEWINNSPIELE

Gewinnspiel (4 Wochen)	<b>490</b>	576	<b>410</b>	482
Gewinnspiel-Special (1 Tag)				
Ostern	<b>410</b>	482	<b>340</b>	400
Sommer	<b>410</b>	482	<b>340</b>	400
Adventskalender	<b>410</b>	482	<b>340</b>	400

### ADVERTORIALS

4 Wochen	<b>540</b>	635	<b>450</b>	529
12 Monate	<b>850</b>	1.000	<b>720</b>	847
unbegrenzt	<b>1.800</b>	2.118	<b>1.500</b>	1.765

### WERBEN IM ARTIKEL

4 Wochen	<b>320</b>	376	<b>270</b>	318
12 Monate	<b>660</b>	776	<b>550</b>	647

### TOP-FORMATE

Top-Termin (4 Wochen)	<b>170</b>	200	<b>145</b>	171
Top-Kurs (4 Wochen)	<b>170</b>	200	<b>145</b>	171
Top-Adresse (12 Monate)	<b>360</b>	424	<b>300</b>	353
Top-Urlaubsziel (12 Monate)	<b>360</b>	424	<b>300</b>	353

<b>BANNER</b> (4 Wochen)	<b>810</b>	953	<b>680</b>	800
--------------------------	------------	-----	------------	-----

### SOCIAL MEDIA

auf Anfrage

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in den Printmedien des HIMBEER Verlags/HIMBEER München mit Kind

**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)“, bzw. HIMBEER München mit Kind UG (haftungsbeschränkt)“ zum Zweck der Verbreitung.

Ein „Werbemittel“ ist die als Ausdrucksmittel objektivierte und erkennbare Form einer Werbebotschaft. 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 Verlags 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 Mediataten 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 sales@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 hinweist. 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, QuarkXPress, 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 zuverlässig verarbeitet 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 Gegenandarstellung, 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 kenntlich 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 Anzeigenabschlusses die Veröffentlichung weiterer Werbemittel ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel 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 weiter gehender 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 arglöst 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 verarbeitet 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 Werbemittel 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.

HIMBEER Verlag UG (haftungsbeschränkt) und HIMBEER München mit Kind UG (haftungsbeschränkt), Käthe-Niederkirchner-Str. 7, 10407 Berlin

Stand 01.11.2019