

HIMBEER



Familien-Freizeit-Guide

Mediaden 2020

Inhalt

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





Familien-Freizeit-Guide

BERLIN MIT KIND

Erscheinungsweise: jährlich

Auflage: 20.000

Verkaufspreis: 14,95 Euro

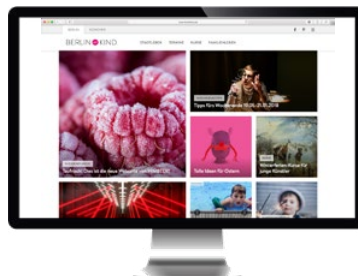


HIMBEER Magazin

Stadtmagazin für Berlin

Mediadaten unter:

berlinmitkind.de/mediadaten



Online-Familien-Guide

berlinmitkind.de

muenchenmitkind.de

Mediadaten unter:

berlinmitkind.de/mediadaten

muenchenmitkind.de/mediadaten

HIMBEER Verlag

Der HIMBEER Verlag mit Sitz in Berlin gibt seit 2008 das HIMBEER Magazin in Berlin heraus.

Einmal jährlich erscheint zudem der Familien-Freizeit-Guide BERLIN MIT KIND.

Neben den etablierten Printmedien gehören auch die reichweitenstarken Online-Familien-Guides berlinmitkind.de und 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

Der Jahrestitel BERLIN MIT KIND

Im Fokus unseres 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

HIMBEER Verlag

Käthe-Niederkirchner-Str. 7, 10407 Berlin

Dorothea Boettcher, Jenny Garcia, Alina Gast

sales@himbeer-verlag.com

030-66307360



Sehenswertes
Unerwartetes, Einzigartiges, Unvergessliches in Berlin

Entscheidend
Berlin ist nicht nur eine Stadt der Kreativität, hier entstehen auch die Regeln für die Arbeitswelt. Die von Berlin für die Arbeitssituationen, die von Berlin für die Arbeitssituationen, die von Berlin für die Arbeitssituationen...

Unvergesslich
Die Kunst der Berlin-Galerien... Die Kunst der Berlin-Galerien... Die Kunst der Berlin-Galerien...

Wiederbelebt
Ein großes, urbanes... Ein großes, urbanes... Ein großes, urbanes...

Einzigartig
Die Berlin... Die Berlin... Die Berlin...

Erfröhliche Elternzeit mit Baby

Beim ersten Kind verändert sich das Leben fundamental. Gerade Frauen, die viele Jahre als selbstbestimmtes Leben geführt haben, fällt es nicht leicht, den Spagat zwischen anspruchsvoller Überforderung und geistiger Unterforderung auszubalancieren. Die gute Nachricht: Ihr seid nicht allein – da draußen sind tolle Frauen in derselben Situation, ihr müsst sie nur treffen!

„Vernetzt euch, teilt eure Sorgen, Ängste, Freuden!“

Da eine Frauenzeit ist auch Frauen Zeit, die nicht nur die Kindererziehung von großem Wert ist, sondern auch die Frauenzeit selbst, die genau das ist, was sie sind. Sie sind nicht nur die Überforderung, sondern auch die Unterforderung, die sie sind. Sie sind nicht nur die Überforderung, sondern auch die Unterforderung, die sie sind.



Wo führt das hin? Hier werden Fragen nach dem Leben in der Zukunft gestellt

WIRTSCHAFTSWECHSEL – Ein Wirtschaftswachstum... Ein Wirtschaftswachstum... Ein Wirtschaftswachstum...

TOURNEE ARTS HERZLICH – Die Tournee... Die Tournee... Die Tournee...

Schwermetalle – Die Schwermetalle... Die Schwermetalle... Die Schwermetalle...

BRANDSCHUTZ – Die Brandschutz... Die Brandschutz... Die Brandschutz...

GRUNDGESETZ – Das Grundgesetz... Das Grundgesetz... Das Grundgesetz...

DEUTSCHER BUNDETAG – Der Deutsche Bundestag... Der Deutsche Bundestag... Der Deutsche Bundestag...

HERZLICH WILLKOMMEN – Herzlich willkommen... Herzlich willkommen... Herzlich willkommen...

PARKADE – Parkade... Parkade... Parkade...

Redaktionelles Konzept

Der Familien-Freizeit-Guide für Berlin umfasst alle relevanten Bereiche des Familienlebens von der ersten Zeit mit Baby bis zum Teenageralter. Neben den persönlichen Tipps und Neuentdeckungen der Redaktion kommen Berliner Familien mit ihren Empfehlungen zu Kunst, Mode, sportlichen oder kulinarischen Erlebnissen zu Wort.

Tolle Orte und Ideen für Kindergeburtstage spielen ebenso eine Rolle wie ausgewählte Familienausflüge ins Umland und Top 10-Listen für Unternehmungen mit Babys, Kindern und Teenagern. Auch Berlinbesuchern ist er ein hilfreicher Stadtführer.

Umfangreicher Adressteil

- aus den Bereichen Kultur, Shopping und Aktiv
- informativ und übersichtlich gestaltet
- viele persönliche Tipps aus der Redaktion und von ausgewählten Experten
- ausführliche Adresstexte und zahlreiche Fotos
- einfache Orientierung durch Stadtteilsortierung

Weitere Informationen und einen Blick ins Buch findet ihr unter berlinmitkind.de/buch

BERLIN MIT KIND 2021

Erscheinungstermin: 13.11.2020

Format: 170 x 225 mm

Umfang: ca. 208 Seiten

Auflage: je 20.000 Exemplare

für 14,95 Euro im Buchhandel und am Kiosk erhältlich



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



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



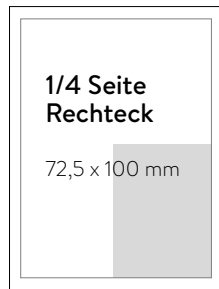
Direktpreis: **1.733,-**
Agenturpreis: **2.039,-**



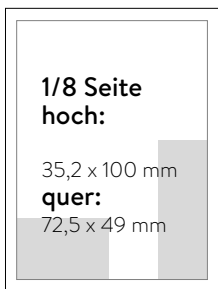
Direktpreis: **1.386,-**
Agenturpreis: **1.631,-**



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

Der jährlich erscheinende und mittlerweile fest etablierte Familien-Freizeit-Guide ist 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 1/2 Seite möglich, Konditionen auf Anfrage.**

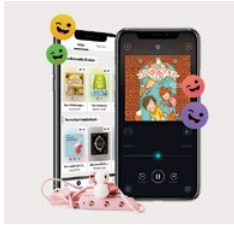
Rabatte

5 % Frühbucherrabatt bis 29.06.2020

Anzeigenschluss: 11.09.2020

Druckunterlagenabschluss: 25.09.2020

156 SCHÖNE SACHEN WERBUNG

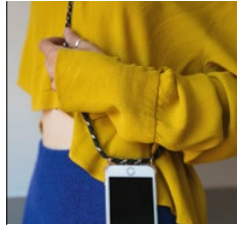


BookBeat – unbegrenzt Hörbücher hören
bookbeat.de/himbeer

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



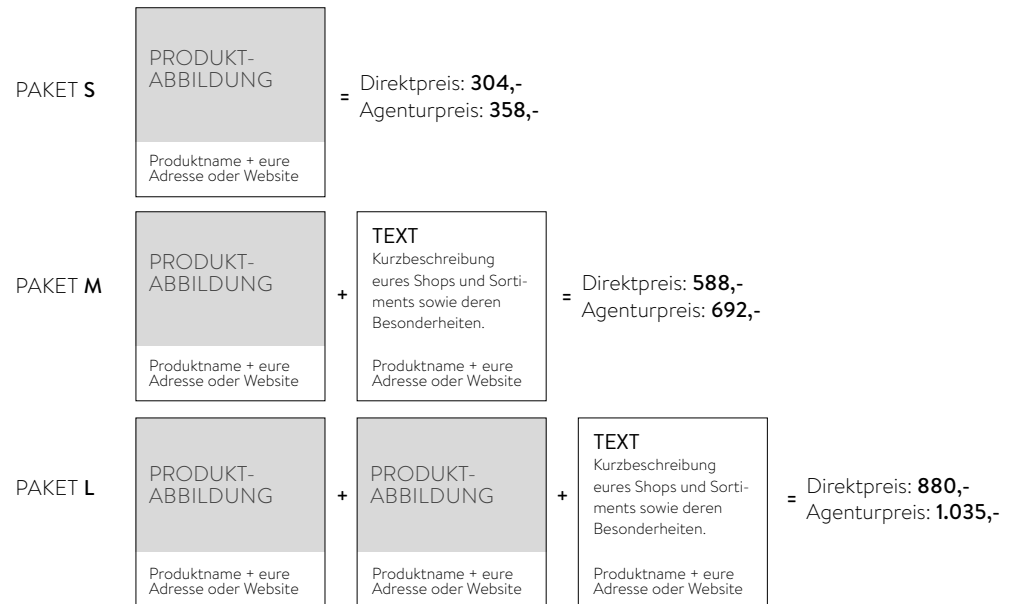
Thule Spring, erhältlich ab Februar 2020
thule.com



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 Magazin

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

ANZEIGEN

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

ADVERTORIALS

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

PRODUKTE

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

BEILAGEN

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

Print: Familien-Freizeit-Guide BERLIN MIT KIND

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

ANZEIGEN

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

PRODUKTE

Paket S (1 Kästchen)	304	358
Paket M (2 Kästchen)	588	692
Paket L (3 Kästchen)	880	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)	320	376	300	353
Mini-Tipps (monatlich)	250	294	230	271

GEWINNSPIELE

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

ADVERTORIALS

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

WERBEN IM ARTIKEL

4 Wochen	320	376	270	318
12 Monate	660	776	550	647

TOP-FORMATE

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

BANNER (4 Wochen)	810	953	680	800
--------------------------	------------	-----	------------	-----

SOCIAL MEDIA

auf Anfrage

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 objektiviert 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 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 Druckunterlageschluss 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 Preisreduzierung oder Schadenersatz auslösen können.

2.6. Sofern der Auftrag wegen nicht ordnungsgemäßer, insbesondere verspäteter oder unterliegender 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 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 Gegendarstellung, die sich auf tatsächliche Behauptungen des veröffentlichten Werbemittels bezieht, in Gestalt der belegten Werbefläche nach Maßgabe der jeweils gültigen Preisliste für Werbeveröffentlichungen 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 Anzeigenschlusses die Veröffentlichung weiterer

Werbemittel ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offestehender 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 verarbeitet der Verlag auch für Informationen über seine Produkte und Dienstleistungen.

9. Stornierungsbedingungen

Das Stornieren von bereits gebuchten Aufträgen durch den Auftraggeber ist bis 14 Tage vor Anzeigenschluss (Print) bzw. Datenanlieferungstermin für die Kampagne (Online, Newsletter, Social Media) möglich. Danach fallen Stornogebühren von 50% des Brutto preises an. Bei Stornierungen nach Anzei-

genschluss bzw. Datenanlieferungstermin werden 100 % Stornogebühr vom Gesamtpreis fällig. Die Stornierung muss schriftlich erfolgen (auch per Fax oder E-Mail möglich).

10. 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 veröffentlicht.

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 Probeabzuges 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 besteller 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), Käthe-Niederkirchner-Str. 7, 10407 Berlin

Stand 01.11.2019