

2015 | MEDIA KIT

DAFÜR STEHT GRÜN & GLORIA

Grün & Gloria
gute Sachen machen

GRÜN & GLORIA ist **Stadtportal** für Menschen, die nachhaltigen Lebensstil nicht als Strafe verstehen, sondern Lust haben, einen neuen Lebensstil zu entdecken.

GRÜN & GLORIA ist **Plattform**, auf der sich Akteure vernetzen, um ihre Projekte aus dem Bereich Umwelt, Ernährung, Verkehr und Konsum gemeinsam voran zu bringen.

GRÜN & GLORIA ist **Informationsbörse** für München mit einem übersichtlichen und ausführlichen Kalenderteil.

GRÜN & GLORIA ist **Marktplatz** und **Branchenbuch** für grüne Entrepreneurs.

VERLAG

GutWetterVerlag
UG (haftungsbeschränkt)
Schwanthalerstr. 155
80339 München

ANSPRECHPARTNER

Marco Eisenack und Justyna Dembowski
anzeigen@gruenundgloria.de
Telefon: 089 21 66 50 55
Fax: 089 21 66 50 56

GRÜN & GLORIA IN KÜRZE

DAS lokale Nachhaltigkeitsportal

Betreut von den Redakteuren von:
Münchner Klimaherbst-Magazin
klimaretter.info

Newsletter mit 2000 Abonnenten, darunter besonders viele Multiplikatoren und Meinungsführer dieser Stadt.



STADTVERBESSERER - WIR MACHEN UNS DIE STADT, WIE SIE UNS GEFÄLLT



Von zähen Entscheidungsprozessen auf dem nationalen Parkett haben wir genug – und sind damit nicht alleine: Immer mehr Menschen beginnen mit der großen Transformation in ihrem eigenen Umfeld und bauen ihren Alltag um; sei es als Konsument, Unternehmer, Verkehrsteilnehmer – oder auch Gärtner und Imker. Wir gehen nicht davon aus, dass wir so die Welt retten. Aber wir möchten zumindest lieber Teil der Lösung sein als Teil des Problems.

So widmet sich Grün&Gloria den Menschen, die einfach gute Sachen machen. Das Spektrum reicht von Politik bis Kultur, von Handwerk bis Wissenschaft, von Bildung bis Aktion. Auch Kritik und Anregungen im kommunalen Bereich sind Themen der Reportagen, Interviews und Berichte.

Kern des Portals ist neben der [tagesaktuellen Berichterstattung](#) das stadtweite und Ressort übergreifende [Blogger-Netzwerk](#) in der Community von Grün&Gloria. Akteure und Multiplikatoren aus den verschiedensten Genres (Umweltaktivisten, Stadtplaner, Künstler, Politiker und Unternehmer) erzählen auf Grün&Gloria von ihren Ideen und Initiativen. Durch Kommentarfunktionen und Nutzerprofile steht der Vernetzungsgedanke im Mittelpunkt der Community. Interessierte sollen sich über einen interaktiven Stadtplan schnell über Projekte und Probleme in ihrem Stadtteil informieren.

Marktplatz: Hier schaffen wir Werbepartnern einen exklusiven Präsentationsraum. Unternehmen, die unseren Guidelines genügen, können hier ihre Dienstleistung vorstellen, ihrer Produkte und Events bewerben. Sortiert nach einzelnen Rubriken können die Leser hier nützliche Adressen und News finden. Zugleich verbessern Sie Ihr Google-Ranking. Ein optimaler Mehrwert auch für Ihre Pressemitteilung.

Kalender: Ob Ausstellungen, Führungen, Vorträge oder Filmpremieren: In der Kalenderübersicht finden Münchner die wichtigsten Daten aus dem Bereich Klimaschutz und Nachhaltigkeit – aktuell, zuverlässig und komfortabel aufbereitet.

Münchner Klimaherbst: Auf dieser Unterseite präsentieren wir alle wichtigen Neuigkeiten und Termine der Veranstaltungsreihe zum Münchner Klimaherbst.

WERBEN IM GLAUBWÜRDIGEN UMFELD

Wer liest Grün & Gloria?

Wichtige Akteure und Schlüsselfiguren aus der Nachhaltigkeitsbewegung in München und Region.

Zeigen Sie Flagge in ihrem lokalen Umfeld. Nutzen Sie Grün&Gloria als Plattform für Ihre Botschaft und profitieren Sie von der hohen Glaubwürdigkeit des Netzwerks rund um den Münchner Klimaherbst. Schalten Sie Ihre Werbung in einem Portal, das zukunftsweisend für die digitale Vernetzung der Stadtgesellschaft ist. Folgende Werbemöglichkeiten gibt es:

Präsentation auf
Werbepannern

[siehe Seite 5]
ab 100.- Euro pro Woche

Präsentation im
Marktplatz

[siehe Seite 7]
ab 9,90 Euro im Monat

Präsentation im
Newsletter

[siehe Seite 9]
ab 200.- Euro

PLAZIERUNGEN UND ANZEIGENFORMATE

Wide Skyscraper oben

- rechte Navigation / oben = 250.- Euro/ Woche
- Format: 160×600 pixels

Wide Skyscraper unten

- rechte Navigation / unten = 200.- Euro/ Woche
- Format: 160×600 pixels

Rectangle Head

- rechte Navigation / oben = 200.- Euro/ Woche
- Format Medium Rectangle: 300×250 pixels

Rectangle Bufett

- rechte Navigation / unten 150.- Euro/ Woche
- Format Medium Rectangle: 300×250 pixels

Fullbanner Text

- Banner = 100.- Euro/Woche
- Format: 468×60 pixels

Full Banner: Text
468 X 60 px

Wide Skyscraper
160 X 600 px

Medium Rectangle:
Head oder Bufett
jeweils 300 X 250 px

Technische Anforderungen

- jpg/gif/pnf/swf Datei
- Dateigröße bis 40KB
- das Werbemittel darf folgendes beinhalten: HTML, Flash, GIF und simples JavaScript
- Flash-Werbung nur ohne Ton und bitte mit Backup-Bild, Link muss in die Flash-Datei eingebettet sein

Technischer Support

Wir gestalten gerne Ihre Werbung oder passen Ihre Vorlage an:

- Gestaltung = 100.- Euro
- Anpassung = 25.- Euro

Mehrfachbuchungen

2 Schaltungen	- 5%
3 Schaltungen	- 10%
4 Schaltungen	- 20%
12 Schaltungen	- 30%

MARKTPLATZ, HIER GEWINNEN SIE KUNDEN



Bauen



Beauty



Bücher



Essen & Trinken



Fahrrad



Geld



Gesundheit



Medien



Mobilität



Mode



NGO



Ökostrom



Restaurant



Supermarkt



Urlaub



Wohnen

Nicht jedes Unternehmen darf sich auf dem **Marktplatz** von Grün&Gloria präsentieren. Durch den Ausschluss von Green-Washing und Etikettenschwindlern profitieren Sie von der hohen Credibility der Platzierung.

Wählen Sie bis zu zwei passende **Kategorien**.

Preis : 9,90 pro Monat (einmalige Einrichtungsgebühr 59,90)

Technische Daten:

Word-Text plus Fotos (jpg)

Auch das Einbinden von Videos via youtube oder vimeo ist problemlos möglich.

Größe: bis ca. 3.000 Zeichen

Mögliche Kategorien:

Platzieren Sie Ihren Beitrag in bis zu zwei Kategorien.

MARKTPLATZ-BEISPIEL: SCHMATZ

Grün & Gloria
gute Sachen macher



Gut und grün ist uns wichtig:

Die Natur erzeugt perfekte Nahrungsmittel – genial verpackt und mit allem drin, was der Mensch braucht. Unsere Bioprodukte sind reine Natur, egal ob schonend verarbeitet, raffiniert veredelt oder einfach belassen. Sie machen Freude, wecken Energie und schmecken einfach besser.

Biologische Lebensmittel bieten gleich eine ganze Reihe an Vorteilen: sie stehen für Gesundheit, Vitalität und unverfälschten Geschmack, aber auch für artgerechte Tierhaltung, fairen Handel und Umweltschutz, denn Bio-Landbau ist klimaschonend: Er verursacht nur drei Viertel bis halb so viel...

schädliche Treibhausgase. Technik oder ohne Glutelin und für alle Bedürfnisse und anbietet. Transparent und auf der Basis von Wissen und

Gute Sachen:

... **now** Bio-Limonade – neu in der 0,75 Liter Flasche!



Black Cola
Der volle, authentische Cola-Geschmack mit dem Kick von Guarana. Anregend, aufregend und köstlich.



Fresh Lemon
Naturfrüh mit prickelnd, frischem Zitronengeschmack und wertvollen Inhaltsstoffen.



Orange Cola
Intensiver Cola-Geschmack kombiniert mit einer fruchtigen Orange-Note und einem Schuss Zitrone. Köstlich anregend wird die Mischung durch einen Hauch Guarana.



Sunny Orange
Fruchtiger Geschmack nach sonnengereiften Orangen mit einer spritzigen Zitronen-Note.

0,75l

1,69

11 x 225 = 615 Pfand

Kontakt

Name: schmatz. Naturkost am Glockenbach

Öffnungszeiten: Mo. – Sa. 9-20 Uhr

Telefon: 089 5328063

Adresse: Holzstraße 49, 80469 München

Homepage www.schmatz-naturkost.de

NEWSLETTER - DIREKTER GEHT NICHT

Der Newsletter von Grün&Gloria ist die effizienteste Methode, lokale Zielgruppen schnell und punktgenau zu erreichen. Jeden zweiten Donnerstag informieren wir rund 2000 Abonnenten unseres Newsletters über die wichtigsten Termine der Woche und bieten einen kleinen Rückblick über spannende Ereignisse der vergangenen Tage.

Der Newsletter bietet Ihnen die Möglichkeit, die wichtigsten Akteure aus den Bereichen Politik, Wirtschaft und Bildung in der Metropolregion München zu erreichen sowie viele der am stärksten engagierten Bürger in der Region direkt anzusprechen.

Kombipakete:

Preis : 200.- Euro pro Woche
(inklusive Aufnahme Ihrer Adresse im Marktplatz)

Technische Anforderungen

- jpg/gif/pnf/swf Datei
- Dateigröße bis 40KB
- Größe:728x90 Pixel
- das Werbemittel darf folgendes beinhalten:
HTML, Flash, GIF und simples JavaScript.
- Flash-Werbung nur ohne Ton und bitte mit Backup-Bild
- Daten an anzeigen@gruenundgloria.de

Mehrfachbuchungen

2 Schaltungen	- 5%
3 Schaltungen	- 10%
4 Schaltungen	- 20%
12 Schaltungen	- 30%

Grün & Gloria
gute Sachen machen

Liebe Münchnerin, lieber Münchner,
Sie wollten doch nur Spazieren. Für die Gegner der Olympiabewerbung Münchens ist aus der Spazierschlendrierei längst Ernst geworden. Mit der Hochspannung um die Diskussion um die Olympiabewerbung Münchens eine neue Eskalationsstufe erreicht.

Zuvor hatten Olympiakandidaten den Münchner Stadtoberen die hervorragenden Qualitäten eines von zwei St. Pauli-Becken. Anlässlich des geplanten Abrisses eines Wohnhauses am Olympark verteilte Christian Hammer, der Vorsitzende des Bund Naturschutz Bayern, die *„Kampfbroschüre zur Bewerbung Münchens“* und eine CD. In vier Mappen sammeln die Bürger den Druck um Grundfragen (siehe Foto) wieder verständlich zu finden. Wir haben daher nochmal nachgefragt, was denn nun so schlimm ist. [Hier erfahren Sie mehr.](#)

Und zur umfassenden Information über die Hintergründe der Bewerbung, die Kritik am IOC und die Nebenwerber möchten wir an dieser Stelle unbedingt das Interview eines Kollegen empfehlen. Jens Wiersch spricht die Bewerber auf seine Seite [www.wiersch.de](#) aus der Nähe.

Viel Spaß beim Lesen, wünscht der [Newsletter-Redaktion](#)

Der Newsletter wird unterstützt von:

NaturWatt
Energie für Generationen.

NaturWatt verlängert Präsenzzeit
Der Ökostromanbieter [NaturWatt](#) garantiert Stromerlösen und Wachstum zu NaturWatt-Strom die aktuellen bundesweiten Preise bis zum 31.12.2011. Möglich geworden ist dies durch einen stetigen Kundenzuwachs im Laufe des Jahres. Dem Anbieter ist die Qualität seiner Produkte wichtig. [Hier erfahren Sie mehr.](#)

Termine für Münchner Kleinrentner

So., 28.08., 9 Uhr: Waldtour zu alten Bäumen
Zwischen Bruck nach Dachau finden sich beeindruckende Baumriesen wie die mehr als 200-jährige Linde in Puch.
Terminleiter: [Ulrich Müller](#), Tel.: 699 / 2 71 90 52
Ort: Treffpunkt am S-Bahnhof Fürstenfeldbruck
Kosten: für LEU-Mitglieder 8 Euro, Nichtmitglieder 10 Euro

So., 28.08., ab 14 Uhr: Europäische Nacht der Fledermaus
Nachmittags-Spaziergang für Kind und Kegel, abends ab 19.15 Uhr beginnt die Fledermaus-Tour mit dem Bat-Gebirge!
Terminleiter: [Ulrich Müller](#), Tel.: 699 / 2 71 90 52
Ort: Treffpunkt am Christlichen Turm

So., 28.08., ab 9 Uhr: Urbane Landwirtschaft
Gemeinsam in der Röhler Heide Hühner zusammen reiten. Da weiß man am Abend, was man getan hat.
Terminleiter: [Ulrich Müller](#), Tel.: 699 / 29 62 76 62
Treffpunkt: S-Bahnhof Allach, Westseite, Georg-Feiler-Mühl-Str.

So., 30.08., ab 14.30 Uhr: Soziale Ökonomie
Allach zeigt, wie sich immer mehr Unternehmen weltweit von Konkurrenzdenken und Gewinnmaximierung verabschieden. Ein Vortrag mit Beispielen erfolgreicher gemeinschaftlicher Netzwerke.
Terminleiter: [Ulrich Müller](#)
Ort: [Einkaufszentrum](#)
Tel: [Einkaufszentrum](#), Schwanthalerstr. 92

Verbrauchertipp

Trend zum E-Bike
Nicht mehr verschütt zum Termin, weite Strecken ohne Zielverlust radeln und nicht den lästigen Gestänge-Schmerz. Fahrer mit Elektromotor werden immer beliebter. Aber worauf kommt es beim Kauf eigentlich an? Worauf soll man achten? Was darf es kosten? Wie wichtig ist die Batterie?

Die Verbraucherzentrale hat auf ihrer [www.vzb.de](#) Website umfangreiche Informationen über den neuen Nachfolge-Superstar platziert.

Seit Jahren steigt der Umsatz im zweirädrigen Bereich. Im vergangenen Jahr wurden sogar 79 Prozent mehr E-Bikes verkauft als 2008. Siegfried Heudorfer vom Energie-Industrie-Verband (EIV) räumt dies auf die Weiterentwicklung der Batterie-Technologie und der Antriebsysteme auf „praktische Modelle mit klarem Design“ zurück. Er ist optimistisch: „Für das laufende Jahr...

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungstreibenden oder sonstigen Inserenten im „HIMBEER Stadtmagazin für Leute mit Kindern“ zum Zweck der Verbreitung.

2. Anzeigen sind im Zweifel für Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.

3. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.

4. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die die Redaktion nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeachtet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höhere Gewalt im Risikobereich des Herausgebers besteht.

5. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.

6. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig bei der Redaktion eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Ansonsten wird für die Aufnahme von Anzeigen in bestimmten Nummern, Ausgaben oder Plätzen keine Gewähr übernommen. Wünsche des Kunden nach einer bestimmten Platzierung sind für die Redaktion nicht verbindlich, es sei denn sie hat die Beachtung dieser Wünsche dem Kunden schriftlich zugesagt. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.

7. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche von der Redaktion mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

8. Die Redaktion behält sich vor, Anzeigenaufträge - auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses - und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen der Redaktion abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für die Redaktion unzumutbar ist. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Modells der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

9. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert die Redaktion unverzüglich Ersatz an. Die Redaktion gewährleistet eine übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckvorlagen gegebenen Möglichkeiten.

10. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Weitergehende Haftung für die Redaktion ist ausgeschlossen. Reklamationen müssen innerhalb von 4 Wochen nach Eingang von Rechnung und

Belegen geltend gemacht werden.

11. a) Zum Schadenersatz gleich aus welchem Rechtsgrund einschließlich unerlaubter Handlungen, ist die Redaktion nur verpflichtet, soweit Schäden (1) durch schuldhaftes Verletzen einer vertragswesentlichen Pflicht (Kardinalpflicht) durch die Redaktion in eine des Erreichens des Vertragszweck gefährdenden Weise verursacht werden oder (2) auf grobe Fahrlässigkeit oder Vorsatz von der Redaktion zurückzuführen sind.

b) Haftet die Redaktion gem. Ziffer a) (1) für die Verletzung einer vertragswesentlichen Pflicht, ohne dass ihm grobe Fahrlässigkeit oder Vorsatz zur Last fallen, ist die Haftung von dem Vertrag auf die vereinbarten Anzeigenpreise beschränkt.

c) Für mittelbare Schäden, Mangelfolgeschäden oder entgangenen Gewinn haftet die Redaktion nicht, sofern diese nicht auf Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit der Redaktion zurückzuführen sind.

d) Fälle höherer Gewalt wie auch Arbeitskämpfmaßnahmen, Beschlagnahme, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung oder Betriebsstörungen entbinden die Redaktion von der Verpflichtung auf Erfüllung von Aufträgen und Leistung von Schadenersatz.

12. Die Redaktion gewährleistet die drucktechnisch zeitbedingte bestmögliche Wiedergabe der Anzeige. Reklamationen offensichtlicher Mängel muss der Auftraggeber unmittelbar nach Kenntniserlangung des Mangels erheben. Nicht offensichtliche Mängel sind innerhalb von sechs Wochen ab dem Erscheinen der Anzeige zu beanstanden.

13. Die Redaktion übernimmt keine Haftung für Fehler aus telefonischen oder fernschriftlichen Übermittlungen jeder Art. Eine Haftung wird auch nicht übernommen, wenn sich Mängel an der Vorlage erst bei der Reproduktion oder beim Druck zeigen. Der Werbungstreibende hat dann bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche. Die eventuell entstehenden Mehrkosten z.B. zur Nachbesserung der Druckunterlagen oder für Maschinenstillstand müssen weiterberechnet werden.

14. 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.

15. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

16. Die Rechnung ist innerhalb von 14 Tagen nach Rechnungslegung zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist.

17. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen, Einziehungskosten sowie Mahnkosten in Höhe von Euro 5,00 pro Mahnung berechnet. Die Redaktion kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen.

Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist die Redaktion berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücktritt auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

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

19. 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. 20. Aus einer Auflagenminderung kann nur dann ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder anders zugesicherte Auflage um mehr als 20% unterschritten wird.

Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungs- und Schadenersatzansprüche ausgeschlossen, wenn die Redaktion dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.

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

22. Erfüllungsort ist der Sitz der Redaktion. Gerichtsstand ist der Sitz der Redaktion. Soweit Ansprüche der Redaktion nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes gelegt, ist als Gerichtsstand der Sitz der Redaktion vereinbart. Auf den Vertrag findet deutsches Recht Anwendung.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen

a) Die allgemeinen und unsere zusätzlichen Geschäftsbedingungen, die Auftragsbestätigung und die jeweils gültige Preisliste sind für jeden Auftrag maßgebend. Der erteilte Anzeigenauftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch die Redaktion rechtsverbindlich. Abweichende Geschäftsbedingungen werden erst gültig durch schriftliche Bestätigung der Redaktion.

b) Bei Änderungen der Anzeigenpreise treten die neuen Bedingungen auch für laufende Aufträge - sofern keine anderslautende schriftliche Vereinbarung getroffen wurde - mit dem Einführungsstermin des neuen Tarifs in Kraft.

c) Bei Kunden/Werbeagenturen, die zum ersten Mal mit der Redaktion in Geschäftsverbindung treten, kann Vorauskasse bis zum Anzeigenschlussstermin verlangt werden.

d) 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 Werbungstreibende 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.

e) Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit des Anzeigentextes/Bildmotivs. Er stellt die Redaktion von allen Ansprüchen Dritter frei, die in diesem Zusammenhang etwa geltend gemacht werden, auch wenn der Auftrag storniert sein sollte. Die Redaktion ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Durch Erteilung eines Anzeigenauftrages verpflichtet sich der Inserent, die Kosten der Veröffentlichung einer Gegendarstellung, die sich auf tatsächliche Behauptungen der veröffentlichten Anzeige bezieht, zu tragen, und zwar nach Maßgabe des jeweils gültigen Anzeigentarifs. Erscheinen nicht rechtzeitig sistierte Anzeigen, so stehen auch dem Auftraggeber daraus keine Ansprüche gegen den Verlag zu.

g) Abbestellungen müssen schriftlich erfolgen. Bei Abbestellung einer Anzeige kann die Redaktion die entstandenen Satzkosten berechnen.

h) AE-Provisionen in Höhe von 15% vom Listenpreis 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. Auf Sonderpreise und rabattierte Preise wird keine AE-Provision gewährt. Die von der Redaktion gewährte AE-Provision darf von Agenturen an ihre Kunden weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

i.) 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%. In jedem Fall ist Voraussetzung für einen Provisionsanspruch, dass kein Erstkontakt mit dem Auftraggeber durch die HIMBEER-Redaktion zustande gekommen ist oder ein Direktvertrag vorliegt. Bei Ausfall bzw. Insolvenz einer Agentur haftet der Auftraggeber für die bestellten Anzeigen.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen

für die digitale Übermittlung von Druckunterlagen für Anzeigen

a) Digitale Druckvorlagen sind solche, welche per Datenträger direkt oder indirekt per Fernübertragung an die Redaktion papierlos übermittelt werden.

b) Unerwünschte Druckresultate (z. B. durch fehlende Schriften, falsche Rasterweite), die sich auf eine Abweichung des Kunden von den Empfehlungen der Redaktion zur Erstellung von Druckunterlagen zurückführen lassen, führen zu keinem Anspruch auf Preisminderung oder Schadenersatz.

c) Bei digitaler Übermittlung von mehreren zusammengehörenden Dateien hat der Kunde 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 die Redaktion inhaltlich keine Möglichkeit der Veränderung hat. Offene Dateien (z. B. Dateien, die unter Corel Draw, QuarkXPress, Freehand usw. gespeichert wurden) kann die Redaktion ablehnen. Die Redaktion kann bei offenen Dateien für die inhaltliche Richtigkeit nicht in Anspruch genommen werden.

d) 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. In jedem Fall ist ein Ausdruck per Fax an die Redaktion zu senden, um die sachliche Richtigkeit überprüfen zu können. Ein Korrekturfax muss vom Kunden ausdrücklich angefordert werden. Nur bei richtiger Farbpassung ist eine farblich richtige Umsetzung in üblichen Toleranzen gewährleistet.

e) Werden digital übermittelte Druckvorlagen per Datenträger an die Redaktion übermittelt, werden diese nur auf besonderen Wunsch an den Kunden gegen eine pauschale Versandgebühr von EUR 2,50 zurückgeschickt.

f) Der Kunde 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 Kunde hieraus Ansprüche geltend machen kann. Die Redaktion behält sich zudem vor, den Kunden auf Schadenersatz in Anspruch zu nehmen, wenn durch solche durch den Kunden infiltrierten Computerviren der Redaktion Schäden entstanden sind.