



DIE LIEBE IST EINE HIMMELSMACHT  
MÄRCHEN UND GESCHICHTEN VON LIEBE UND HASS  
9.-26. NOVEMBER 2017



# MEDIADATEN 2017





... versteht sich als die Institution für das traditionsgebundene und literarische Genre der Märchen, Sagen und Geschichten. Mit Sitz in Europas Kulturhauptstadt Berlin organisiert MÄRCHENLAND jedes Jahr mehr als 1.500 Veranstaltungen für Kinder und Erwachsene, darunter das größte Märchenfestival der Welt – die BERLINER MÄRCHENTAGE.

MÄRCHENLAND präsentiert jedes Jahr einen Kulturkreis dieser Erde in allen denkbaren Kunstgattungen.

MÄRCHENLAND bewahrt das Märchen als Weltkulturerbe und bringt universelle Märchenbotschaften in aktuelle gesellschaftliche Diskussionen ein.

MÄRCHENLAND bewegt Persönlichkeiten aus Politik, Wirtschaft und Medien sich gemeinsam für die Kinder- und Jugendkultur sowie in der Altenpflege zu engagieren.

Märchen schaffen Gemeinschaft  
Märchen wirken präventiv  
Märchen fördern Kreativität  
Märchen machen erfolgreich



Es war einmal ...

Im Jahr 2004 gründeten Silke Fischer und Monika Panse MÄRCHENLAND – Deutsches Zentrum für Märchenkultur.

Ein Land der Märchen, Sagen und Geschichten, regiert mit Ideenreichtum, Kompetenz und einem starken Netzwerk.

# Ihre Anzeige und/oder Ihr Banner im Rahmen der 28. BERLINER MÄRCHENTAGE

## Größtes Märchenfestival der Welt!

Jährlich 150.000 Besucher: Kita- und Schulkinder, Jugendliche, Lehrer\*innen, Erzieher, Betreuer, Pädagogen, Eltern, Kunst- und Kulturschaffende und -interessierte, Medien, Touristen  
800 Veranstaltungen an 300 Orten in ganz Berlin und Umland  
Ca. 70 Highlight-Veranstaltungen in Botschaften, Landesvertretungen, Ministerien, Unternehmen

28-jährige Tradition (entstanden 1989)

Schirmherr ist seit 1989 der Regierende Bürgermeister von Berlin. Märchenstunden, Theater, Tanz, Musik, Lesungen  
Online-Veranstaltungskalender auf [www.maerchenland.de](http://www.maerchenland.de)

28. BERLINER MÄRCHENTAGE  
„Die Liebe ist eine Himmelsmacht“  
Märchen und Geschichten  
von Liebe und Hass  
09.-26. November 2017

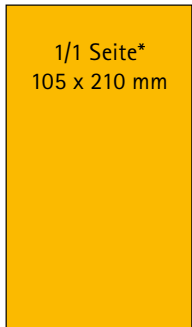
Ca. 25.000  
Homepage-Besucher monatlich!



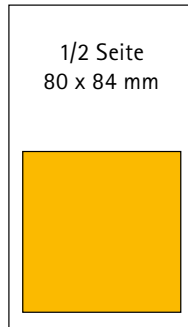


<b>Herausgeber</b>	MÄRCHENLAND   Deutsches Zentrum für Märchenkultur gGmbH Spreeufer 5 , 10178 Berlin www.märchenland.de	<b>Erscheinungstermin</b>	04.10.2017
<b>Anzeigenverwaltung</b>	Runze & Casper Werbeagentur GmbH Linienstraße 214, 10119 Berlin Tel. (030) 280 18-145 E-Mail verlagsservice@runze-casper.de www.runze-casper.de	<b>Anzeigenschluss</b>	04.09.2017
<b>Erscheinungsweise</b>	1x jährlich	<b>Druckunterlagenschluss</b>	04.09.2017
<b>Druckauflage</b>	15.000 Exemplare	<b>Rabatte</b>	7,5 % Kombirabatt für Anzeige (Print) und Banner (online)
<b>Mailingauflage</b>	10.000 Exemplare durch Mailingaktionen mit PDF-Anhang des Programmkatalogs	<b>Druckunterlagen</b>	Druckfähige PDF-Dateien Anzeigen im Anschnittformat + 5 mm Beschnittzugabe
<b>Heftformat</b>	105 mm x 210 mm		Für rechtzeitige Anlieferung und Richtigkeit des Inhaltes der Druckunterlage haftet der Auftraggeber
<b>Distribution</b>	Medien, Unternehmen, politische Institutionen, Kultureinrichtungen, Schulen, Kindergärten etc.	<b>Zahlungsbedingungen</b>	Alle Preise in Euro zzgl. gesetzlicher MwSt. Zahlung nach Rechnungserhalt ohne Abzug
		<b>Rücktrittsrecht</b>	Nur schriftlich zwei Wochen vor Anzeigenschluss

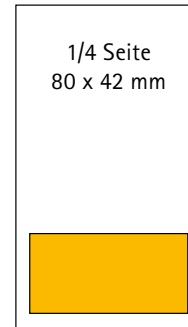
# FORMATE UND PREISE – Print



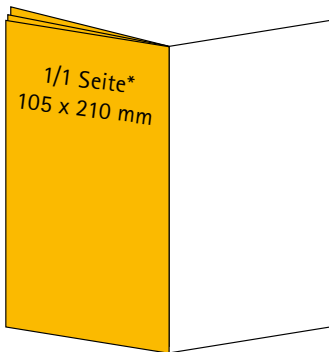
4c € 1.500



4c € 900  
s/w € 550



4c € 500  
s/w € 250



## UMSCHLAGSEITEN

- 2. Umschlagseite 4c € 1.875
- 3. Umschlagseite 4c € 1.875
- 4. Umschlagseite 4c € 2.500

\* zzgl 5 mm Beschnittzugabe umseitig



Gern bearbeiten und gestalten wir kostenpflichtig die Werbemittel; Termine und Kosten hierfür auf Anfrage.

Im Fall der Herstellung und Bearbeitung von Werbemitteln durch Runze & Casper werden die Kosten dafür gesondert berechnet.

Zielgruppen	Kinder, Jugendliche, Eltern, Lehrer, Betreuer, Künstler, Märchenfans usw.
Besuche	ca. 26.500 pro Monat
Seitenaufrufe	ca. 522.000 pro Monat
Buchungsschluss	10 Tage vor Schaltbeginn
Rabatte	7,5 % Kombirabatt für Anzeige (Print) und Banner (online)
Zuschläge	30 % im Monat Oktober
Dateiformate	JPG oder PNG-Datei (Auflösung 72 dpi)
Kontakt	Sara Nasereddin, Tel. (030) 280 18 170
Datenanlieferung	anzeigen@runze-casper.de

Detaillierte Informationen zur Datenlieferung werden bei Auftragsbestätigung versendet. Für die rechtzeitige Anlieferung vollständiger, einwandfreier und geeigneter Werbemittel haftet der Auftraggeber.

Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen für die Werbung in Informations- und Kommunikationsdiensten.

<http://verlagsservice.runze-casper.de/service/bund-anzeigen/geschaeftsbedingungen.htm>

# FORMATE UND PREISE – Online Werbung



## Auf der Startseite

Größe	Preis	Dauer
226 x 226 px	€ 400	Monat
226 x 226 px	€ 120	Woche



## Rechter Seitenrand

Rubrik Berliner Märchentage  
Vorschau

Größe	Preis	Dauer
226 x 50 px	€ 70	Monat
226 x 70 px	€ 90	Monat
226 x 150 px	€ 110	Monat



## Rechter Seitenrand

Rubrik Berliner Märchentage  
Programmdatenbank

Größe	Preis	Dauer
226 x 50 px	€ 60	Monat
226 x 70 px	€ 80	Monat
226 x 150 px	€ 100	Monat



## Linker Seitenrand

Rubrik Berliner Märchentage  
Vorschau

Größe	Preis	Dauer
226 x 50 px	€ 70	Monat
226 x 70 px	€ 90	Monat
226 x 150 px	€ 110	Monat

## ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN FÜR ANZEIGEN IN ZEITUNGEN UND ZEITSCHRIFTEN

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung zum Zwecke der Verbreitung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbebetreibenden in einer Druckschrift.
2. Anzeigenaufträge sind im Zweifel innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzuwickeln. 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 befugt, innerhalb der in Nummer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.
4. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Rückerstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht oder wenn der Auftraggeber im Falle von Preiserhöhungen, statt ein ihm vorbehaltenes oder später eingeräumtes Rücktrittsrecht auszuüben, den Vertrag zu den neuen Preislisten bis zur Erreichung des ursprünglich vereinbarten Auftragswertes fortsetzt.
5. Betr. Textteilanzeigen. Unzutreffend.
6. Für die Aufnahme von Anzeigen in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder bestimmten Plätzen der Druckschrift wird keine Gewähr geleistet, es sei denn, dass der Auftraggeber die Gültigkeit des Auftrages ausdrücklich davon abhängig gemacht hat.
7. Absatz betr. Textteilanzeigen. Unzutreffend. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ kenntlich gemacht.
8. Der Verlag behält sich vor, Anzeigen- und Beilagenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen Grundsätzen des Verlages abzulehnen. Dies gilt auch für Aufträge, die an den Schaltern der Geschäftsstellen, bei Annahmestellen oder bei Vertretern aufgegeben werden. 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 der 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 Druckerunterlagen oder der Beilage ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckerunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die drucktechnisch einwandfreie Wiedergabe der Anzeige.

10. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Weitergehende Haftungen für den Verlag sind ausgeschlossen. Reklamationen müssen innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnungen und Belegen geltend gemacht werden. Für Fehler bei telefonischen Übermittlungen jeder Art übernimmt der Verlag keine Haftung.
11. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Sendet der Auftraggeber den ihm rechtzeitig übermittelten Probeabzug nicht fristgemäß zurück, so gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt.
12. Sind keine besonderen Größenvorschriften angegeben, so wird die tatsächliche Abdruckhöhe der Preisberechnung zugrunde gelegt.
13. Absatz betr. Rechnungslegung bei Zeitungen. Unzutreffend. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine kürzere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.
14. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in Höhe von mindestens 3 % über dem jeweiligen Diskontsatz der Deutschen Bundesbank sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Konkurs und Zwangsvergleichen entfällt jeglicher Nachlass. Bei Vorlegen eines wichtigen Grundes ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offen stehender Rechnungsbeiträge abhängig zu machen, ohne dass hieraus dem Auftraggeber irgendwelche Ansprüche gegen den Verlag erwachsen.
15. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenauschnitt. Wenn Art und Umfang des Anzeigenauftrages es rechtfertigen, werden mindestens zwei Kopfbelege oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Aufnahmebescheinigung des Verlages.
16. Kosten für erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen und Lieferungen besteller Druckstöcke, Matrern und Zeichnungen hat der Auftraggeber zu bezahlen.
17. Aus einer Auflagenminderung kann nur dann Anspruch auf Preiserminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise zugesicherte durchschnittliche Auflage oder – wenn eine Auflage nicht zugesichert ist – die durchschnittliche verkaufte Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preiserminderung berechtigender Mangel, wenn sie bei einer Auflage von bis zu 50.000 Exemplaren 20 v. H., bei einer Auflage von bis zu 100.000 Exemplaren 15 v. H., bei einer Auflage von bis zu 500.000

Exemplaren 10 v. H., bei einer Auflage von über 500.000 Exemplaren 5 v. H. beträgt. Darüber hinaus sind etwaige Preiserminderungs- und Schadenersatzansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.

18. Betr. Ziffernanzeigen. Unzutreffend.

19. Betr. Maternaufbewahrung. Unzutreffend.

20. Erfüllungsort und Gerichtsstand für beide Teile ist, soweit das Gesetz zwingend nichts anderes vorsieht, der Sitz des Verlages.

## ZUSÄTZLICHE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN DES VERLAGES

- a) Der Werbemittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich mit ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungstreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.
- b) Die allgemeinen und die zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages, die Auftragsbestätigung und die jeweils gültige Preisliste sind für jeden Auftrag maßgebend. Der erteilte Anzeigenauftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich.
- c) Eine Änderung der Anzeigenpreisliste gilt ab Inkrafttreten auch für die laufenden Aufträge.
- d) Wenn für konzernangehörige Firmen die gemeinsame Rabattierung beansprucht wird, ist die schriftliche Bestätigung einer mindestens 75-prozentigen Kapitalbeteiligung der Muttergesellschaft erforderlich.
- e) Im Falle höherer Gewalt erlischt jede Verpflichtung des Verlages auf Erfüllung von Aufträgen und Leistung von Schadenersatz. Insbesondere wird auch kein Schadenersatz für nicht veröffentlichte oder nicht rechtzeitig veröffentlichte Anzeigen geleistet.
- f) Bei Betriebsstörungen oder Eingriffen durch höhere Gewalt (z. B. Streik, Beschlagnahme u. dgl.) hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn die Aufträge mit 80 % der garantierten verkauften Auflage erfüllt sind. Geringere Leistungen sind nach dem Tausender-Seitenpreis gemäß der im Tarif garantierten verkauften Auflage zu bezahlen.
- g) Sind etwaige Mängel bei den Druckerunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden dieselben erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Auftraggeber bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche.
- h) Die Pflicht zur Aufbewahrung von Druckerunterlagen endet 3 Monate nach Erscheinen der jeweiligen Anzeige, sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen worden ist.
- i) Die Übersendung von mehr als 2 Farbvorlagen, die nicht termingerechte Lieferung der Druckunterlagen, und der Wunsch nach einer von der Vorlage abweichenden Druckwiedergabe können Auswirkungen auf Platzierung und Druckqualität verursachen und schließen spätere Reklamationen aus. Der Verlag muss sich die Berechnung entstehender Mehrkosten vorbehalten.