



Langer Tag der  
StadtNatur  
30./31. Mai 2026

*...macht neugierig!*

**Mediadaten**

# Langer Tag der StadtNatur

- ... seit 2007
- ... Berlins Naturfestival
- ... Expeditionen ins wilde Berlin
- ... in allen 12 Bezirken
- ... 28 Stunden
- ... 350 Veranstalter\*innen
- ... 500 Führungen & Mitmachaktionen



Der Lange Tag der StadtNatur ist Berlins beliebtes Naturfestival und begeistert jährlich mit über 500 Veranstaltungen an einem Wochenende.

**Unser Fokus:** Naturerlebnis und Umweltbildung. Wir bieten exklusive Einblicke in verborgene urbane Oasen, Natur- und Landschaftsschutzgebiete, sowie „Berliner Berge“, Wasserwelten u.v.m. Begleitet von Expert\*innen, entdecken unsere Besucher\*innen die Stadt, ihre Natur und urbanen Grünflächen neu. Eine ideale Plattform, um ein umweltbewusstes, neugieriges Publikum zu erreichen.



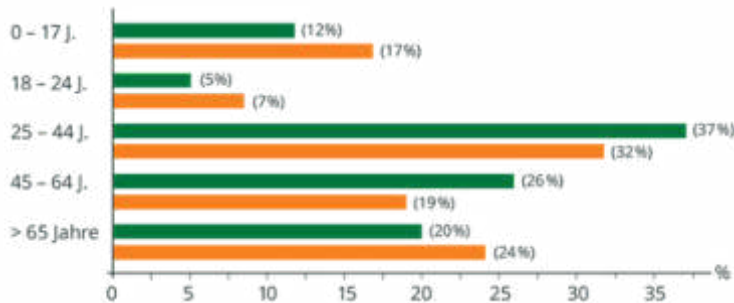
# Wer besucht den Langen Tag der StadtNatur?

Unsere Veranstaltungen richten sich an Familien, Freundesgruppen, Senior\*innen, Paare, Singles und an alle, die neugierig sind.

Anteil der Altersgruppen

- Besucher\*innen (2025)

- Berliner Durchschnitt (Werte 2023)



# Reichweite der Werbung

## Plakate

### Wall-Citylightposter (CLP)

250 Plakate für 1 Woche  
Kontakte inkl. Pendler > 10 Mio.

### U-Bahn

270 Plakate für 2 Wochen +  
Werbespot U-Bahnhof Friedrichsstraße  
tägliche U-Bahnfahrten laut BVG 1,63 Mio.

## Flyer & Aushänge

50.000 Flyer und Aushänge in Bibliotheken,  
Denns-Biomärkten und bei Akteur\*innen des  
Langen Tags der StadtNatur



# Reichweite der Werbung

Online

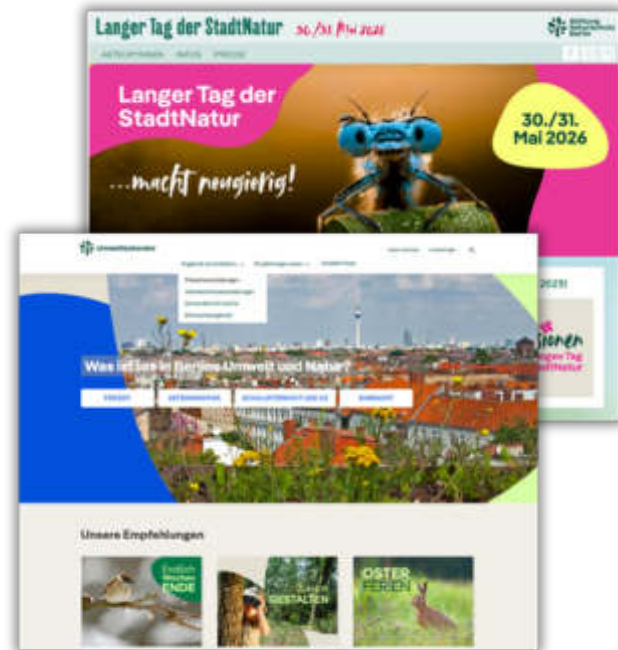
## Langer Tag der StadtNatur

380.000 Webseitenaufrufe  
im Eventzeitraum\*

## Umweltkalender Berlin

100.000 Webseitenaufrufe  
im Eventzeitraum\*

500.000 Webseitenaufrufe  
ganzjährig



*\*Eventzeitraum: der Monat vor  
und während des Events*

Langer Tag der StadtNatur – Mediadata

# Webseite - Content Ad

Online

## Anzeigenmöglichkeiten Webseite

Langer Tag der StadtNatur

» rotierendes Banner (max. 3) = 830 Euro

» exklusiv Banner = 1.900 Euro  
im Eventzeitraum

## Anzeigenmöglichkeiten Kombipaket Webseiten

Langer Tag + Umweltkalender Berlin

im Eventzeitraum

(begrenzt; auf Anfrage)

Weitere Anzeigenmöglichkeiten auf Anfrage

## Veröffentlichungszeitraum

27.04.-15.06.2026

Anzeigenschluss:

13.04.2026



Langer Tag der StadtNatur – Mediadata

# Impressum

## Zahlungsbedingungen

Die Kosten für die Anzeigenherstellung trägt der Auftraggebende.  
Zahlung innerhalb von 14 Tagen nach Rechnungslegung ohne Abzug.  
Alle Preise sind Endpreise.

## Rücktrittsrecht

schriftlich, zwei Wochen vor Anzeigenschluss  
AE-Provision: kann leider nicht gewährt werden

## Herausgeberin

Stiftung Naturschutz Berlin  
Potsdamer Str. 68, 10785 Berlin · Tel.: 030 26 39 40  
[www.stiftung-naturschutz.de](http://www.stiftung-naturschutz.de)

## Anzeigenanfragen

[anzeigen.langertag@stiftung-naturschutz.de](mailto:anzeigen.langertag@stiftung-naturschutz.de)  
030 26 39 41 68

## Datenanlieferung

PDF, JPG oder EPS (eingebundene Schriften)  
Es gelten unsere AGBs vom 30.01.2024,  
siehe Anlage „AGB\_Mediadaten.pdf“



## Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) der Stiftung Naturschutz Berlin für Werbemittel in Printprodukten und im Bereich der Onlinewerbung (Stand 30.01.2024)

### 1. Werbeauftrag

1. „Werbeauftrag“ im Sinne der vorliegenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) ist der Vertrag zwischen der Stiftung Naturschutz Berlin (nachfolgend als Herausgeberin bezeichnet) und Werbungtreibenden und sonstigen Inserenten (nachfolgend als Auftraggeber bezeichnet) über die Veröffentlichung und/oder Schaltung einer oder mehrerer Anzeigen in Druckschriften, Informations- und Kommunikationsdiensten, insbesondere Internetangeboten der Herausgeberin (nachfolgend insgesamt als „Kampagne“ bezeichnet) zum Zweck der Verbreitung.

2. Für den Werbeauftrag gelten ausschließlich die vorliegenden AGB, die bei Vertragsschluss für das betreffende Medium gültige Preisliste der Herausgeberin sowie die technischen Anforderungen und Vorgaben. Die Herausgeberin behält sich dabei das Recht vor, von den in der Preisliste vorgesehenen Formaten geringfügig abzuweichen, ohne dass es einer neuen Preisliste bedarf. Die Gültigkeit etwaiger allgemeiner Geschäftsbedingungen des Auftraggebers ist, soweit sie mit diesen allgemeinen Geschäftsbedingungen nicht übereinstimmen, ausdrücklich ausgeschlossen.

3. Die Stiftung Naturschutz Berlin ist berechtigt, die vorliegenden AGB jederzeit zu ändern.

### 2. Werbemittel

1. Ein Werbemittel im Sinne dieser AGB kann zum Beispiel aus einem oder mehreren der genannten Elemente bestehen:

- aus einem Bild, Text, Bewegtbild,
- aus einer sensitiven Fläche, die durch Anklicken einer vom Auftraggeber genannten Onlineadresse die Verbindung zu weiteren Daten herstellt, die im Bereich des Auftraggebers liegen.

2. Werbemittel, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Kampagne erkennbar sind, werden als solche von der Herausgeberin als Werbung kenntlich gemacht. Hierzu zählt insbesondere die Möglichkeit, die Werbemittel oder Kampagne

mit dem Wort „Anzeige“ zu kennzeichnen und/oder vom redaktionellen Inhalt räumlich abzusetzen, um den Werbecharakter zu verdeutlichen.

### 3. Vertragsschluss

1. Vorbehaltlich entgegenstehender individueller Vereinbarungen kommt der Vertrag grundsätzlich durch schriftliche Bestätigung des Auftrags zustande.

2. Stornierungen für Werbeaufträge in Printprodukten sind der Herausgeberin spätestens bis zwei Wochen vor Anzeigenabschluss in Schriftform mitzuteilen.

3. Stornierungen für Werbeaufträge in Onlinemedien sind der Herausgeberin bis 8 Werktage vor Veröffentlichung in Schriftform mitzuteilen.

### 4. Ablehnungsbefugnis

1. Die Herausgeberin behält sich vor, Werbemittel- und Beilagenaufträge der Kampagne wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen der Herausgeberin abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt, vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde, deren Veröffentlichung für die Herausgeberin unzumutbar oder mit dem Stiftungszweck nicht vereinbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei der Geschäftsstelle der Herausgeberin oder bei Dritten, die im Auftrag der Herausgeberin tätig werden.

2. Beilagenaufträge sind für die Herausgeberin erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Lesenden den Eindruck eines Bestandteiles der Druckschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

### 5. Platzierung

1. Aufträge für Kampagnen und Fremdbeilagen, die ausschließlich an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig bei der Herausgeberin eingehen, dass die Herausgeberin noch vor Redaktionsabschluss prüfen kann, ob der Auftrag auf diese Weise ausführbar ist. Die Ablehnung eines Auftrags wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

2. Für die Aufnahme von Kampagnen mit bestimmter Platzierung wird keine Gewähr geleistet, es sei denn, dass der Auftraggeber die Auftragsgültigkeit ausdrücklich davon abhängig gemacht hat.

3. Die Herausgeberin wird das vom Auftraggeber zur Veröffentlichung bestimmte und überlassene Material einer Onlinekampagne für die vertraglich vereinbarte Dauer auf der vertraglich festgelegten Internetseite platzieren. Der Auftraggeber hat entsprechend der vertraglichen Vereinbarung Anspruch auf eine Platzierung der Onlinekampagne an einer bestimmten Position der jeweiligen Internetseite.

4. Ein Recht auf Konkurrenzausschluss wird nicht gewährt.

### 6. Haftung und Gewährleistung des Auftraggebers

1. Für die rechtzeitige Lieferung und die einwandfreie Beschaffenheit geeigneter Unterlagen und Daten zur Schaltung der Kampagne ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Unterlagen oder Daten fordert die Herausgeberin unverzüglich Ersatz an. Bei der Anlieferung von digitalen Unterlagen ist der Auftraggeber verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder den technischen Vorgaben der Herausgeberin entsprechende Vorlagen für die Kampagne rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern.

2. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende

erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

3. Die Urheberrechte an vom Auftraggeber gewünschten und von der Herausgeberin gegen Entwurfskostenbeteiligung erstellten Anzeigenentwürfen und Texten, Signets und dergleichen bleiben bei der Herausgeberin.

4. Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung der Kampagne (Bild und Text) erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber stellt die Herausgeberin von Ansprüchen Dritter frei, die diese wegen der Verletzung ihrer Rechte geltend machen können. Ferner wird die Herausgeberin von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet die Herausgeberin nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen. Der Auftraggeber überträgt der Herausgeberin sämtliche für die Nutzung der Kampagne in Onlinemedien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung und Sendung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang.

### 7. Haftung und Gewährleistung der Herausgeberin

1. Die Herausgeberin gewährleistet nach Maßgabe der Angaben in der Preisliste sowie in der Auftragsbestätigung die für das jeweilige Werbemittel übliche Qualität im Rahmen der durch die vom Auftraggeber gelieferten digitalen Unterlagen gegebenen Möglichkeiten. Dem Auftraggeber ist jedoch bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, jederzeit eine gänzlich fehlerfreie Wiedergabe des Werbemittels zu ermöglichen. Die Gewährleistung gilt daher nicht für unwesentliche Fehler. Ein Fehler in der Darstellung der Werbemittel der Kampagne liegt insbesondere dann nicht vor, wenn er

- durch die Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungssoftware und/oder Hardware (z.B. Browser),
- durch Störung der Kommunikationsnetze anderer Betreiber

oder

- durch sonstige technische Gründe, die die Herausgeberin nicht zu vertreten hat, hervorgerufen wird.

2. Ein Farbausschluss oder eine Farbgarantie können nicht gewährleistet werden.

3. Bei ungenügender Wiedergabequalität des Werbemittels hat der Auftraggeber nach Anzeige des Mangels bei der Herausgeberin Anspruch auf Minderung oder eine einwandfreie Ersatzwerbung, jedoch nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Kampagne beeinträchtigt wurde. Bei Fehlschlägen oder Unzumutbarkeit der Ersatzmaßnahme hat der Auftraggeber ein Recht auf Minderung oder Stornierung des Auftrags.

4. Beanstandungen können bei Onlinekampagnen nur innerhalb von 14 Tagen nach Veröffentlichung der Kampagne geltend gemacht werden.

5. Beanstandungen können bei Printkampagnen nur innerhalb von 14 Tagen nach Rechnungsstellung geltend gemacht werden.

6. Sind etwaige Mängel bei den digitalen Vorlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden diese erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Auftraggeber bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche.

7. Fällt die Durchführung eines Werbeauftrags aus Gründen aus, die die Herausgeberin nicht zu vertreten hat, so wird die Durchführung des Auftrags nach Möglichkeit nachgeholt. Bei Nachholung in angemessener und für den Auftraggeber zumutbarer Zeit nach Beseitigung der Störung bleibt der Vergütungsanspruch der Herausgeberin bestehen. Im Falle höherer Gewalt erlischt jede Verpflichtung der Herausgeberin auf Erfüllung von Aufträgen und Leistungen von Schadensersatz.

8. Bei nicht veröffentlichten oder nicht rechtzeitig veröffentlichten Kampagnen wird eine Veröffentlichung nach Möglichkeit in angemessener und für den Auftraggeber zumutbarer Zeit nachgeholt. Ein Anspruch auf Schadensersatz besteht jedoch nicht.

9. Aus einer Auflagenminderung der Druckschrift kann nur dann ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn die in der Preisliste zugesicherte Auflage um mindestens 25 Prozent unterschritten wird. Darüber hinaus sind etwaige Preisminderungs- und Schadensersatzansprüche ausgeschlossen, wenn die Herausgeberin dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Kampagne vom Vertrag zurücktreten konnte.

### 8. Zahlungsbedingungen

1. Die Rechnungslegung erfolgt mit dem Erscheinungstermin. Die Rechnung ist innerhalb von 14 Tagen nach Eingang zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine kürzere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nicht gewährt.

2. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in Höhe von 3 Prozentpunkten über dem jeweils gültigen Basiszins der Deutschen Bundesbank sowie die Einziehungskosten berechnet.

3. Die Herausgeberin liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Kampagnenbeleg.

### 9. Datenschutzerklärung

Bezüglich der Erhebung und Verwendung personenbezogener Daten des Auftrags gilt unsere [Datenschutzerklärung](#).

### 10. Schlussbestimmungen

1. Erfüllungsort und Gerichtsstand für beide Teile ist Berlin. Es gilt das deutsche Recht.

2. Änderungen und Ergänzungen dieser AGB bedürfen zu ihrer Rechtswirksamkeit der Schriftform.