

die tageszeitung



Anzeigenpreisliste

Nr. 32 gültig ab 1. Januar 2010

taz

+ sonntaz

+ taz.de

Telefonische Anzeigenberatung unter (0 30) 2 59 02-1 30 / -3 25

INHALTSVERZEICHNIS

Verlagsangaben	... 2
AnsprechpartnerInnen	... 3
Überregionale Verbreitung	... 4
Leserstruktur MA 2010	... 5
Bundesausgabe Grundpreise	... 6
Ermäßigte Preise, Kleinanzeigen	... 7
Format- und Preisbeispiele Mo.–Fr.	... 8
Format- und Preisbeispiele Sa.	... 9
taz.de	... 10
taz themen	... 12
Prospektbeilagen	... 13
Lokalteil Berlin	... 14
Regionalausgabe Nord	... 16
Lokalteil Hamburg	... 18
Lokalteil Bremen	... 19
Technische Daten	... 20
Allgemeine Geschäftsbedingungen	... 21

DIE TAZ HAT ...

... ihren Preis und einen unschätzbaren Wert

Was als linkes, lautes Projekt am 17. April 1979 begann, ist mittlerweile als unabhängige Qualitätszeitung anerkannt und eine Institution in der deutschen Presselandschaft.

Die taz ist ein Unternehmen, das der Gegenöffentlichkeit verpflichtet bleibt und damit eine unverzichtbare Informationsquelle ist für überdurchschnittlich gebildete, gut verdienende LeserInnen mit einem hohen Anteil an MultiplikatorInnen und EntscheidungsträgerInnen in Medien, Wirtschaft und Verwaltung.*

Und 85 Prozent der 337.000 LeserInnen* sind ExklusivleserInnen; d. h., diese wichtige Zielgruppe erreichen Sie nur in der tageszeitung!

.... am Wochenende zusätzlich die sonntaz

Seit dem 18. April 2009 erscheint die taz in neuem Layout, d.h., die Zeitung ist durchweg farbig und hat als besonderen, magazinigen Teil in der Wochenendausgabe die sonntaz.

Neben der aktuellen Berichterstattung finden Sie somit auf 20 Seiten sonntaz Reportagen, Geschichten sowie Porträts, die den Zeitgeist reflektieren und in die kommende Woche weisen.

Neben Politik, Gesellschaft, Kultur und Medien befasst sich die sonntaz auch mit den Themenfeldern Alltag, Konsum, Körper und Bewegungen – ein weiteres spannendes Umfeld für Ihre Anzeigen zu den regulären Preisen der Bundesausgabe.

... auf taz.de mehr Informationen ganz aktuell

Das Nachrichtenportal taz.de erfreut sich zunehmender Akzeptanz, wie 9,4 Millionen Page-Impressions und 2,6 Millionen Visits** beweisen. Seien Sie mit dabei und gewinnen Sie durch kostengünstige, interaktive Werbepätze oder eine der drei Werbekampagnen für 2010 (s. Klappkarte).

* Quelle: MA 2010 Tageszeitungsdatensatz, Exklusivleseranteil bezogen auf die überregionalen Tageszeitungen Süddeutsche Zeitung, Frankfurter Allgemeine Zeitung, Die Welt, Frankfurter Rundschau, Handelsblatt.

** Quelle IVW 5/2009–7/2009

BUNDESAUSGABE UND LOKALTEIL TAZ BERLIN

taz Verlags- und Vertriebs GmbH
Rudi-Dutschke-Str. 23
10969 Berlin
Internet <http://www.taz.de>
E-Mail anzeigen@taz.de
Fax (0 30) 2 51 06 94

Kleinanzeigen
Telefon (0 30) 2 59 02-2 22
E-Mail kleinanz@taz.de

Telefon (0 30) 2 59 02-1 30
Disposition, Beilagen -3 25
Familienanzeigen -1 26
Stellenanzeigen -1 33
Verkaufsleitung -1 30
Anzeigenleitung -1 18

Bankverbindung
Berliner Volksbank
BLZ 100 900 00
Kto. 566 2798 004

TAZ NORD UND LOKALTEIL TAZ HAMBURG

taz Entwicklungs GmbH & Co.
Medien KG
Harkortstraße 81
22765 Hamburg
E-Mail anzeigen@taz-hamburg.de
Fax (0 40) 38 90 17-10

Telefon (0 40) 38 90 17-
Disposition, Beilagen, Stellen- und Familienanzeigen -14
Anzeigenberatung und Sonderthemen -13
Anzeigenleitung -12

Bankverbindung
Hamburger Sparkasse
BLZ 200 505 50
Kto. 1 250 / 124 052

TAZ NORD UND LOKALTEIL TAZ BREMEN

taz Entwicklungs GmbH & Co.
Medien KG
Schlachte 2
28195 Bremen
E-Mail anzeigen@taz-bremen.de
Fax (04 21) 9 60 26-60

Telefon (04 21) 9 60 26-10

Bankverbindung
Sparkasse in Bremen
BLZ 290 501 01
Kto. 1 013 762

VERLAGSVERTRETUNGEN

Nielsen I (Schleswig-Holstein, Hamburg, Niedersachsen, Bremen)

Arndt Klöckner
Dunckerstraße 16, 10437 Berlin
Tel. (0 30) 44 67 83 00
Fax (0 30) 25 93 69 19
Mobil (01 63) 7 75 75 44
E-Mail arndt.kloekner@web.de

Nielsen II (Nordrhein-Westfalen)
Nielsen IIIa (Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland)

büro Fischer – Medienservice
Wolfram Fischer
Alte Wallgasse 6, 50672 Köln
Tel. (02 21) 52 92 65
Fax (02 21) 51 62 20
E-Mail wfisher@buero-fischer.de

Nielsen IIIb (Baden-Württemberg)
Nielsen IV (Bayern), **Nielsen V** (Berlin)

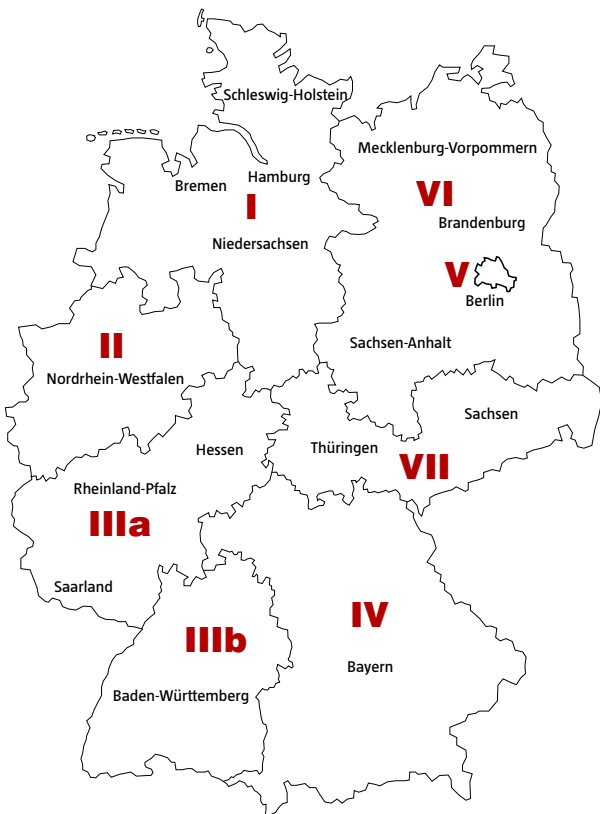
MedienService Ute Beyer
Einhornstr. 18, 12057 Berlin
Tel. (0 30) 6 95 99-2 07, Fax -3 06
E-Mail info@ubmedienservice.de
www.ubmedienservice.de

Nielsen VI/VII (neue Bundesländer)

taz Verlags- und Vertriebs GmbH
Rudi-Dutschke-Str. 23, 10969 Berlin
Tel. (0 30) 2 59 02-1 30
Fax (0 30) 2 51 06 94
E-Mail anzeigen@taz.de
www.taz.de/zeitung/anzeigen-verlag

DIE ÜBERREGIONALE VERBREITUNG DER TAZ NACH BUNDESLÄNDERN UND NIELSEN-GEBIETEN

MA 2010



	Bevölkerungsstruktur in %	Leserstruktur der taz	
		in %	Personen
Nielsen I	16	24	81.000
Schleswig-Holstein	3	3	12.000
Hamburg	2	8	26.000
Niedersachsen	10	11	37.000
Bremen	1	2	7.000
Nielsen II Nordrhein-Westfalen	22	20	67.000
Nielsen IIIa	14	11	36.000
Hessen	7	8	25.000
Rheinland-Pfalz	5	3	11.000
Saarland	1	0	0
Nielsen IIIb Baden-Württemberg	13	14	49.000
Nielsen IV Bayern	15	8	27.000
Nielsen V Berlin	4	15	50.000
Nielsen VI	8	6	21.000
Brandenburg	3	2	8.000
Mecklenburg-Vorpommern	2	1	4.000
Sachsen-Anhalt	3	3	9.000
Nielsen VII	8	2	6.000
Sachsen	5	1	4.000
Thüringen	3	0	2.000

DIE LESERSTRUKTUR DER TAZ NATIONAL

MA 2010

	Bevölkerungsstruktur in %	Leserstruktur der taz	
		in %	Personen
Gesamt ab 14 Jahre	100	100	337.000
Männer	49	52	177.000
Frauen	51	48	161.000
Alter des Befragten			
14–19 Jahre	8	2	7.000
20–29 Jahre	14	16	53.000
30–39 Jahre	15	13	45.000
40–49 Jahre	19	19	65.000
50–59 Jahre	16	25	84.000
60–69 Jahre	13	15	51.000
70 Jahre und älter	16	9	31.000
Ausbildung des Befragten			
Hauptschule ohne/mit Lehre	40	26	88.000
weiterführ. Schule ohne Abitur	34	24	79.000
Abitur/Studium	20	48	163.000
Tätigkeit des Befragten			
berufstätig	54	62	210.000
in Ausbildung, Schüler, Student	11	10	33.000
Rentner, Pensionär	27	21	72.000
nicht berufstätig	8	7	22.000

	Bevölkerungsstruktur in %	Leserstruktur der taz	
		in %	Personen
Beruf des Befragten (jetziger)			
große Selbständige, freie Berufe	2	6	22.000
kleine u. mittl. Selbst., Landwirte	4	6	19.000
leit./qual. Angestellte u. Beamte	15	26	86.000
sonstige Angestellte u. Beamte	17	16	52.000
Arbeiter, Facharbeiter	16	9	31.000
Beruf des Hauptverdieners			
große Selbständige, freie Berufe	3	7	24.000
kleine u. mittl. Selbst., Landwirte	7	9	29.000
leit./qual. Angestellte u. Beamte	31	40	135.000
sonstige Angestellte u. Beamte	20	20	66.000
Arbeiter, Facharbeiter	37	20	66.000
Haushaltsnettoeinkommen			
unter 1.000 Euro	9	7	23.000
1.000–1.500 Euro	16	13	42.000
1.500–2.000 Euro	19	23	79.000
2.000–2.500 Euro	19	17	57.000
2.500–3.000 Euro	12	11	36.000
3.000 Euro und mehr	25	30	101.000

4

5

GRUNDPREISE je mm	Satzspiegel 285 x 430 mm		s/w	2c	3c/4c
mm-Grundpreise Mindestgröße 30 mm Farbanzeigen Mo.–Fr.: 2c 200 mm 3c/4c 400 mm		Mo.–Fr. Samstag	3,35 3,70	4,– 4,45	4,65 5,15
1/1 Seite (2.580 mm) (Panoramaanzeigen auf Anfrage)		Mo.–Fr. Samstag	8.643,– 9.546,–	10.320,– 11.481,–	11.997,– 13.287,–
Textteilanzeigen (3 Seiten Textanschluss) maximal 2 Spalten, 90 mm hoch, Mindestgröße 50 mm		Mo.–Fr. Samstag	10,05 11,15	12,05 13,40	14,05 15,60
Anzeigen auf Titelseite (Aufschlagseite "sonntaz" siehe Seite 9)					
Titelkopfanzeige Festformate	92 mm x 16 mm 44 mm x 32 mm	Mo.–Fr. Samstag	700,– 800,–	850,– 950,–	1.000,– 1.100,–
Griffecke 1- oder 2-spaltig, Mindesthöhe 80 mm, Maximalhöhe 120 mm		Mo.–Fr. Samstag	8,35 9,25	10,– 11,10	11,70 12,95
Textspaltenanzeige über Bruch, Festformat 44 mm x 50 mm		Mo.–Fr. Samstag	420,– 460,–	500,– 550,–	580,– 640,–
Streifenanzeige Festformat 285 mm x 50 mm hoch		Mo.–Fr. Samstag	1.800,– 2.000,–	2.150,– 2.400,–	2.500,– 2.800,–

ABWEICHENDE PREISE je mm (Alleinplatzierung)			s/w	2c	3c/4c
Streifenanzeigen Mindestformat blattbreit: s/w, 2c: 50 mm hoch, 4c: 67 mm hoch Ab 140 mm hoch blattbreit bzw. 2-spaltig blatthoch siehe Grundpreise	blattbreit 50–74 mm hoch blatthoch 1-spaltig blattbreit 75–99 mm hoch blattbreit 100–139 mm hoch	Mo.–Fr. Samstag	4,85 5,35	5,80 6,40	6,80 7,50
		Mo.–Fr. Samstag	4,20 4,65	5,05 5,60	5,90 6,50
		Mo.–Fr. Samstag	3,75 4,15	4,50 5,–	5,25 5,80
Eckfeldanzeigen	600–999 mm	Mo.–Fr. Samstag	4,85 5,35	5,80 6,40	6,80 7,50
Sonderformate auf Anfrage Farbpreise gelten für druckfertig gelieferte Vorlagen. Satz- und Gestaltungs-kosten nach Aufwand.	1.000–1.500 mm	Mo.–Fr. Samstag	4,20 4,65	5,05 5,60	5,90 6,50

ERMÄSSIGTE PREISE je mm (im Anzeigenteil)			s/w	2c	3c/4c
Kultur, Veranstaltungen, Kino, Restaurants, Buchhandel, Verlage, Touristik (keine Verkehrsträger)		Mittwoch Samstag	2,55 2,85	3,05 3,40	3,55 3,95
Stellenangebote		Mittwoch Samstag	3,10 3,45	3,70 4,10	4,30 4,80
Unterricht		Mittwoch Samstag	2,95 3,25	3,55 3,90	4,15 4,55
Familienanzeigen, Stellengesuche (privat) Farbpreise auf Anfrage		Mittwoch Samstag	1,90 2,10	– –	– –

FESTPREISE			s/w	2c	3c/4c
Anzeigen im TV-Programm	2-spaltig / 60 mm 69 x 60 mm 3-spaltig / 75 mm 105 x 75 mm 4-spaltig / 90 mm 141 x 90 mm 8-spaltig / 50 mm 285 x 50 mm	Mo.–Sa. Mo.–Sa. Mo.–Sa. Mo.–Sa.	600,– 900,– 1.400,– 1.500,–	750,– 1.100,– 1.600,– 1.700,–	900,– 1.300,– 1.800,– 1.900,–

Anzeigen- und Druckunterlagenschluss:
s/w-Anzeigen: 2 Werktage vor Erscheinen, 12 Uhr (für Montag: freitags, 10 Uhr)
Farbanzeigen: 3 Werktage vor Erscheinen, 12 Uhr

KLEINANZEIGEN (Fließtext)		Mi. oder Sa.	Mi. und Sa. innerhalb einer Woche	
gewerblich	bis 3 Zeilen jede weitere Zeile	30,– 10,–	45,– 15,–	Kleinanzeigen-Annahme: Telefon (0 30) 2 59 02-2 22 Fax (0 30) 2 59 02-4 44 E-Mail kleinanz@taz.de Internet www.taz.de
Ferienwohnungen	bis 3 Zeilen jede weitere Zeile	30,– 10,–	45,– 15,–	
privat (inkl. MwSt.)	bis 3 Zeilen jede weitere Zeile (keine Rabatte nach Malstaffel)	9,– 3,–	13,50 4,50	
Chiffregebühr	gilt auch für gestaltete Anzeigen	8,–		
Ca. 50 Anschläge pro Zeile, Fettdruck am Textanfang, kein Belegversand. Zahlungsweise für private Kleinanzeigen: nur Bankeinzug oder Vorkasse, keine Rechnungslegung.				Annahmeschluss: 2 Werktage vor Erscheinen (12 Uhr)

FORMAT- UND PREISBEISPIELE S/W- UND FARBANZEIGEN

MONTAG-FREITAG

1/1 Seite
6-spaltig
285 x 430 mm

s/w 8.643,-
2c 10.320,-
3c/4c 11.997,-

1/2 Seite
quer: 6-spaltig
285 x 215 mm
hoch: 3-spaltig
141 x 430 mm

s/w 4.321,50
2c 5.160,-
3c/4c 5.998,50

Eckfeldanzeige
1.000er Format
4-spaltig
189 x 250 mm

s/w 4.200,-
2c 5.050,-
3c/4c 5.900,-

1/3 Seite hoch
2-spaltig
92 x 430 mm

s/w 2.881,-
2c 3.440,-
3c/4c 3.999,-

1/3 Seite quer
6-spaltig
285 x 107 mm

s/w 2.847,30
2c 3.432,-
3c/4c 3.989,70

1/4 Seite quer
6-spaltig
285 x 107 mm

s/w 2.407,50
2c 2.889,-
3c/4c 3.370,50

Eckfeldanzeige
1/4 Seite
3-spaltig
141 x 215 mm

s/w 3.128,25
2c 3.741,-
3c/4c 4.386,-

1/6 Seite hoch
1-spaltig
44 x 215 mm

s/w 2.085,50
2c 2.494,-
3c/4c 2.924,-

Formate im Anzeigenteil

- 1sp./80 mm
s/w 268,-
- 2sp./75 mm
s/w 502,50
- 6sp./40 mm
s/w 804,-

Textteilanzeige
1-spaltig
44 x 50 mm

s/w 502,50
2c 602,50
3c/4c 702,50

Griffecke auf Titelseite
2-spaltig
92 x 100 mm

s/w 1.670,-
2c 2.000,-
3c/4c 2.340,-

TV-Programm
3-spaltig / 75 mm
105 x 75 mm

s/w 900,-
2c 1.100,-
3c/4c 1.300,-

FORMAT- UND PREISBEISPIELE S/W- UND FARBANZEIGEN

SAMSTAG

1/1 Seite
6-spaltig
285 x 430 mm

s/w 9.546,-
2c 11.481,-
3c/4c 13.287,-

1/2 Seite
quer: 6-spaltig
285 x 215 mm
hoch: 3-spaltig
141 x 430 mm

s/w 4.773,-
2c 5.740,50
3c/4c 6.643,50

Eckfeldanzeige
1.000er Format
4-spaltig
189 x 250 mm

s/w 4.650,-
2c 5.600,-
3c/4c 6.500,-

1/3 Seite hoch
2-spaltig
92 x 430 mm

s/w 3.182,-
2c 3.827,-
3c/4c 4.429,-

1/4 Seite quer
6-spaltig
285 x 107 mm

s/w 2.664,30
2c 3.210,-
3c/4c 3.723,60

Eckfeldanzeige
1/4 Seite
3-spaltig
141 x 215 mm

s/w 3.450,75
2c 4.128,-
3c/4c 4.837,50

1/6 Seite hoch
1-spaltig
44 x 430 mm

s/w 2.300,50
2c 2.752,-
3c/4c 3.225,-

Formate im Anzeigenteil

- 1sp./80 mm
s/w 296,-
- 2sp./75 mm
s/w 555,-
- 6sp./40 mm
s/w 888,-

Textteilanzeige
1-spaltig
44 x 50 mm

s/w 557,50
2c 670,-
3c/4c 780,-

Griffecke auf Titelseite
2-spaltig
92 x 100 mm

s/w 1.850,-
2c 2.220,-
3c/4c 2.590,-

TV-Programm
3-spaltig / 75 mm
105 x 75 mm

s/w 900,-
2c 1.100,-
3c/4c 1.300,-

Anzeigen auf Aufschlagseite "sonntaz"

- 1. Titelpfanzzeige**
2-sp., 92 x 78 mm
4c 1.150,-
- 2. Streifen***
6sp., 285 x 75 mm
4c 2.925,-

* 50 - 100 mm Höhe möglich, mm-Preis siehe Streifenanzeigen, nur 4c

TAZ.DE

Das Nachrichtenportal taz.de verzeichnet steigende Zugriffe von im Schnitt 9,4 Millionen Page-Impressions und 2,6 Millionen Visits.
Quelle: IVW 5/2009 – 7/2009

Sie erreichen auf taz.de User, die überdurchschnittlich gebildet sind (51 % haben Abitur oder einen Hochschulabschluss) und über ein sehr gutes Einkommen verfügen (38 % HHNE über 3.000 Euro).
Quelle: AGOF 1/2009

PREISE

Werbeformen Format	Größe in Pixel	max. KB	Preis TKP je 1.000 Kontakte
Superbanner	728 x 90	30	30,-
Skyscraper	160 x 600	30	30,-
Content	300 x 100	20	10,-
Content	440 x 120	25	20,-
Rectangle 1 st Screen	300 x 250	30	50,-
Rectangle Artikel	300 x 250	30	40,-
Wallpaper			50,-
Mindestabnahme 100.000 Impressions			

Die genannten TKP verstehen wir als Full-Service-Preise inkl.
– Wunschplatzierungen auf selektierten Ressorts
– Targeting: vielfältige Möglichkeiten
– Frequency Capping

ROTATION ohne Zusatzleistungen auf Anfrage.

Zeitraumbezogene Werbung bieten wir auf einzelnen Ressorts zu Festpreisen an.

TECHNISCHE ANGABEN, RABATTE

Adresse:
www.taz.de

Anzeigenadresse:
www.taz.de/anzeigen-verlag

Dateiformate:
GIF, JPEG, Flash. Sonderformate auf Anfrage.

Dateianlieferung:
mindestens 2 Tage vor Kampagnenbeginn.

Rabatte:

7.500,- €	3 %
12.000,- €	5 %
20.000,- €	10 %
30.000,- €	15 %
45.000,- €	20 %

Es gilt das Gesamtvolumen innerhalb eines Kalenderjahres / nicht kombinierbar mit anderen Rabatten.

Zahlungsbedingungen:
sofort nach Rechnungserhalt netto Kasse, 2 % Skonto bei Einzugs-ermächtigung, sofern alte Rechnungen beglichen sind.

Geschäftsbedingungen:
Es gelten die AGB für Werbung auf taz.de.

Anlieferadresse:
anzeigen@taz.de

Beratung und Buchung:
anzeigen@taz.de

Superbanner 728 x 90

Content 300 x 100

Rectangle Artikel 300 x 250

TAZ THEMEN 2010 IN DER BUNDESAUSGABE

Auszug

Die Verlagsseiten der taz bieten ein interessantes redaktionelles Umfeld für Ihre Werbung zu einem äußerst attraktiven Preis. Kompetente Berichterstattung wird vervollständigt durch aktuelle Tipps und Termine und daher sehr gerne von den taz-LeserInnen genutzt.

Thema	Jan	Feb	März	April	Mai	Juni	Juli	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez	AnsprechpartnerIn	(0 30) 2 59 02-
ANTHROPOLOGIE				3					25				Yonca Tül	-1 33
BERUF & QUALIFIKATION			13 ¹		8					9		4	Natalie Stöterau	-1 56
BIOFACH		17 ²											Jan Kniggendorf	-1 30
ENERGIE & UMWELT			20 ³			9 ⁴			8 ⁵				Yonca Tül	-1 33
FAHR RAD!				10		5 ⁶							Kaspar Zucker	-2 90
FAIRER HANDEL									11 ⁷				Jan Kniggendorf	-1 30
FRAUENTAZ			8										Kerstin Noll	-1 26
GELD & VERSICHERUNGEN						26			4 ⁸				Yonca Tül	-1 33
GESUNDHEIT & WELLNESS				17 ⁹						13 ¹⁰			Susanne Sigmund	-1 55
GUT LEBEN						12							Yonca Tül	-1 33
KINDER						19				16			Kerstin Noll	-1 26
LITERATURBEILAGEN			18 ¹¹							6 ¹²	27		Susanne Sigmund	-1 55
MOBILITÄT									18				Kaspar Zucker	-2 90
TSCHERNOBYL				24									Yonca Tül	-1 33
WEIN											6		Kaspar Zucker	-2 90
WELTMUSIK					8								Kaspar Zucker	-2 90

*** taz themen mit Messebezug**

Neben der tageszeitung taz mit 337.000 LeserInnen erreichen Sie mit den Messeverlagsseiten, die vor Ort verteilt werden, Ihre Zielgruppe nahezu ohne Streuverluste ganz direkt.

- 1 didacta – 2 BioFach – 3 Weltwassertag – 4 intersolar – 5 Interpellets –
- 6 Umweltfestival – 7 Woche Fairer Handel – 8 Grünes Geld – 9 FIBO – 10 EUHA –
- 11 Leipziger Buchmesse – 12 Frankfurter Buchmesse

Anzeigen- und Druckunterlagenschluss:
15 Tage vor Erscheinen

Eine zeitnahe Ergänzung von taz themen sowie Informationen zu regionalen Verlagsseiten finden Sie unter www.taz.de.

12

die tageszeitung Prospektbeilagen

Telefonische Anzeigenberatung unter (0 30) 2 59 02-3 25



Preisliste Nr. 32
gültig ab
1. Januar 2010
Preise in € zzgl. MwSt

BUNDESAUSGABE / LOKALTEILE

Preis pro angefangene 1.000 Exemplare, ab 10.000 Exemplare

bis 10 g	bis 20 g	bis 30 g	bis 40 g	bis 50 g	bis 60 g	bis 70 g	bis 80 g	bis 90 g	bis 100 g
102,-	111,50	121,-	130,50	140,-	149,50	159,-	168,50	178,-	187,50

Keine Rabatte, 15 % Agenturprovision wird gewährt. 50 % Zuschlag für Verbundbeilagen.

TECHNISCHE ANGABEN

Höchstgewicht
Montag-Freitag ca. 70 g
Samstag ca. 100 g
höhere Gewichte nach Rücksprache

Mindestformat 105 x 150 mm (Postkartenformat)

Höchstformat 220 x 300 mm

Einzelblattbeilage
Papiergewicht mindestens 170 g/m²

Annahme- und Rücktrittsschluss
10 Tage vor Erscheinen

Beilagenlieferung
spätestens 4 Tage, frühestens 6 Tage vor Erscheinungstermin, Anlieferung Mo. bis Do.: 8.30–16.00 Uhr, Freitag und vor Feiertagen: bis 12.00 Uhr

Teilbelegung
sowie kleine Stückzahlen unter 10.000 sind möglich. Bitte sprechen Sie uns an.

SONSTIGE ANGABEN

Beilagenfähigkeit
Zur Überprüfung und Abnahme der Beilage müssen der taz spätestens 5 Tage vor Erscheinungstermin 6 Muster vorliegen. Verbindlich werden Beilagenaufträge erst nach Akzeptanz der Beilage.

Liefermengen
Bitte ca. 2 Wochen vor Beilagetermin nochmals abfragen. Die angelieferte Stückzahl muss an der Ware erkennbar sein. Beilagen dürfen nicht verschränkt oder gebündelt angeliefert werden. Der/die AuftraggeberIn trägt für die unversehrte und termingerechte Anlieferung der Beilage Sorge.

Sonstige Bedingungen
Konkurrenzausschluss kann nicht gewährleistet werden. Generell dürfen Beilagen keine Fremdwerbung enthalten. Beilagen, die von mehreren Werbepartnern genutzt werden, sind nur nach Sondervereinbarung möglich. Für Verbundbeilagen erhebt die taz einen Zuschlag von 50 %. Zusätzliche Kosten, die beim Versand (z. B. als Postvertriebsstück) entstehen, trägt der/die AuftraggeberIn.

Beratung
Bundesausgabe, taz berlin (0 30) 2 59 02-3 25
taz hamburg (0 40) 38 90 17-12
taz bremen (04 21) 9 60 26-10

AUSLIEFERUNGSORTE

bei Belegung der	Bundesausgabe	taz berlin	taz nord	taz hamburg	taz bremen
Henke Pressedruck, Plauer Str. 160, 13053 Berlin Türkan Sorgucu, Tel. (0 30) 98 30 92 35	X	X			
Druckerei A. Beig, Damm 9–15, 25421 Pinneberg Christoph Welsch, Tel. (0 41 01) 53 51 16	X		X	X	X
Caro Druck, Kasseler Str. 1a, 60486 Frankfurt Gerti Schumann, Tel. (0 69) 79 20 97 24	X				

13

GRUNDPREISE je mm Satzspiegel 285 x 430 mm		s/w	2c	3c/4c
mm-Grundpreise im Anzeigenteil Mindestgröße 30 mm, bei Farbanzeigen Mo.–Fr.: 2c 200 mm 3c/4c 400 mm (Mindestgrößen gelten auch bei Streifen- und Eckfeldanzeigen)	Mo.–Fr. Samstag	1,10 1,30	1,30 1,55	1,55 1,80
1/1 Seite (2.580 mm) (Panoramaanzeigen: 13 Spalten, Mindesthöhe 100 mm)	Mo.–Fr. Samstag	2.838,— 3.354,—	3.354,— 3.999,—	3.999,— 4.644,—
Textteilanzeigen (3 Seiten Textanschluss) maximal 2 Spalten, 90 mm hoch	Mo.–Fr. Samstag	4,— 4,70	5,— 5,85	6,— 7,05
Anzeigen auf Titelseite Berlin je mm max. 600 Gesamtmillimeter	Mo.–Fr. Samstag	2,30 2,70	2,90 3,35	3,45 4,05
Titelkopfanzeige feste Höhe 30 mm, 1- oder 2-spaltig möglich	Mo.–Fr. Samstag	4,60 5,40	5,80 6,70	6,90 8,10
Griffecke Festformat 2-spaltig / 90 mm hoch	Mo.–Fr. Samstag	390,— 460,—	500,— 580,—	600,— 700,—

ABWEICHENDE PREISE je mm (Alleinplatzierung)		s/w	2c	3c/4c
Streifenanzeigen Mindestformat blattbreit: 30 mm hoch Ab 100 mm hoch blattbreit bzw. 2-spaltig blatthoch siehe Grundpreise	blattbreit 30–49 mm Mo.–Fr. Samstag	1,80 2,10	2,15 2,50	– 2,95
	blattbreit 50–99 mm blatthoch 1-spaltig Mo.–Fr. Samstag	1,60 1,90	1,90 2,30	2,25 2,65
Eckfeldanzeigen	200–599 mm Mo.–Fr. Samstag	1,80 2,10	2,15 2,50	2,50 2,95
	600–999 mm Mo.–Fr. Samstag	1,60 1,90	1,90 2,30	2,25 2,65
Sonderformate auf Anfrage Farbpreise gelten für druckfertig gelieferte Vorlagen. Satz- und Gestaltungs-kosten nach Aufwand.	1.000–1.500 mm Mo.–Fr. Samstag	1,35 1,60	1,60 1,90	1,90 2,25

14

ERMÄSSIGTE PREISE je mm (für rubrizierte Anzeigen)		s/w	2c	3c/4c
Kultur, Veranstaltungen, Kino, Restaurants, Buchhandel, Verlage, Touristik (keine Verkehrsträger)	Mo.–Fr. Samstag	1,— 1,10	1,20 1,35	1,35 1,55
Unterricht	Mo.–Fr. Samstag	1,05 1,20	1,25 1,45	1,45 1,70
Familienanzeigen, Stellengesuche (privat) Farbpreise auf Anfrage	Mo.–Fr. Samstag	0,95 1,05	– –	– –
Theatervorschau (Preis je Zeile, keine Rabatte, keine AE)	Mo.–Sa.	2,70	–	–

Anzeigen- und Druckunterlagenschluss: s/w-Anzeigen: 1 Werktag vor Erscheinen, 12 Uhr (für Mo: freitags, 12 Uhr) Farbanzeigen: 2 Werktage vor Erscheinen, 12 Uhr
Prospektbeilagen siehe Seite 13. Rabatte für Kombinationsanzeigen in den Lokalteilen siehe Seite 20.

FLYING PAGES		1. PRODUKT 4c *	+ 3. PRODUKT 4c *
Lokalaufgabe taz berlin (Format: 126 x 427 mm, ohne Titelkopf 126 x 362 mm)	Mo.–Sa.	5.000,—	7.500,—
Kombination taz berlin / taz nord	Mo.–Sa.	8.000,—	12.000,—

* alternativ kann auch das 2. und 4. Produkt belegt werden

taz berlin Rudi-Dutschke-Str. 23 Internet www.taz.de Telefon (0 30) 2 59 02-1 30
taz Verlags- und Vertriebs GmbH 10969 Berlin E-Mail anzeigen@taz.de Fax (0 30) 2 51 06 94

KLEINANZEIGEN (Fließtext)	Mo. bis Sa.	Wiederholung innerhalb einer Woche	
gewerblich bis 3 Zeilen jede weitere Zeile	15,— 5,—	7,50 2,50	Kleinanzeigen-Annahme Telefon (0 30) 2 59 02-2 22 Fax (0 30) 2 59 02-4 44 E-Mail kleinanz@taz.de Internet www.taz.de
Ferienwohnungen bis 3 Zeilen jede weitere Zeile	15,— 5,—	7,50 2,50	
privat (inkl. MwSt.) bis 3 Zeilen jede weitere Zeile (keine Rabatte nach Malstaffel)	3,— 1,—	1,50 0,50	
Chiffregebühr (gilt auch für gestaltete Anzeigen)	8,—		

Ca. 50 Anschläge pro Zeile, Fettdruck am Textanfang, kein Belegversand.
Zahlungsweise für private Kleinanzeigen: nur Bankeinzug oder Vorauskasse, keine Rechnungslegung.

Annahmeschluss:
1 Werktag vor Erscheinen (10 Uhr)

TAZ NORD – MEHR ALS HAMBURG UND BREMEN!

Mit der taz nord erreichen Sie Niedersachsen, Bremen, Hamburg, Schleswig-Holstein und das westliche Mecklenburg-Vorpommern.

taz nord heißt außerdem:

- 6x die Woche kritische und unterhaltsame Berichterstattung zu politischen, wirtschaftlichen und sozialen Themen aus dem Norden.
- 1x die Woche, jeden Donnerstag, informiert „taz nord kino“ aktuell über das laufende Kinoprogramm.

- 1x die Woche, jeden Samstag, bieten abwechslungsreiche Themenschwerpunkte Hintergrundwissen und Infos.
- 1x die Woche, auch jeden Samstag, eröffnet die Nordwiese, der Stellen- und Kleinanzeigenmarkt für Norddeutschland, neue Horizonte.
- Pressefreiheit, Präsenz und Präsentation im norddeutschen Raum in einer Zeitung!

Und natürlich können Sie auch in bewährter Weise die Leserinnen und Leser in Hamburg und Bremen individuell ansteuern.

TAZ NORD je mm			s/w	2c	3c/4c
mm-Grundpreise im Anzeigenteil					
Mindestgröße s/w 30 mm 2c 300 mm 3c/4c 600 mm Farbzuschlag unterhalb der Mindestgröße: 2c 80,-, 3c/4c 200,-		Mo.–Fr.	1,80	2,20	2,60
		Samstag	2,20	2,60	3,-
Titelkopfanzeigen					
Feste Höhe 30 mm, 1- oder 2-spaltig		Mo.–Fr.	7,70	+ 80,-	+ 200,-
		Samstag	9,-	+ 80,-	+ 200,-
Anzeigen auf Titelseite					
max. 600 Gesamtmillimeter		Mo.–Fr.	3,60	+ 80,-	+ 200,-
		Samstag	4,30	+ 80,-	+ 200,-
Textteilanzeigen					
3 Seiten Textanschluss, maximal 2-spaltig, 100 mm hoch		Mo.–Fr.	5,50	+ 80,-	+ 200,-
		Samstag	6,30	+ 80,-	+ 200,-
ABWEICHENDE PREISE je mm			s/w	2c	3c/4c
Eckfeld- und Streifenanzeigen					
	200–599 mm	Mo.–Fr.	2,50	3,20	3,70
		Samstag	3,10	4,-	4,50
	600–999 mm	Mo.–Fr.	2,20	2,70	3,30
		Samstag	2,70	3,40	4,-
	1.000–1.500 mm	Mo.–Fr.	1,70	2,30	2,70
		Samstag	2,20	2,90	3,30

TAZ-NORD.DE

Formate siehe Seiten 10/11. Wählen Sie zwischen Festpreis und leistungsbezogener Abrechnung.

ABWEICHENDE PREISE je mm			s/w	2c	3c/4c
Kino Nord		Donnerstag	1,80	+ 80,-	+ 200,-
Sonderthemen		Mo.–Sa.	2,20	+ 80,-	+ 200,-
Private Familienanzeigen (für gewerbliche Aufträge gilt der Grundpreis)		Mo.–Sa.	1,50	+ 80,-	+ 200,-
Nordwiese (mit Wohnungs- und Stellenmarkt)		Samstag	1,80	+ 80,-	+ 200,-

Anzeigen- und Druckunterlagenschluss taz nord, Hamburg, Bremen
s/w-Anzeigen 2 Werktage vor Erscheinen, 12 Uhr (für Montag: freitags, 12 Uhr)
Farbanzeigen 3 Werktage vor Erscheinen, 12 Uhr

Rabatte für Kombinationsanzeigen in den Lokalteilen siehe Seite 20.
Prospektbeilagen siehe Seite 13.

KLEINANZEIGEN (Fließtext)		SAMSTAG	
gewerblich	bis 5 Zeilen jede weitere Zeile	21,- 4,20	<p>Die taz nord erreichen Sie in Hamburg und in Bremen:</p> <p>taz hamburg taz Entwicklungs GmbH & Co. Medien KG Harkortstr. 81 22765 Hamburg Telefon (0 40) 38 90 17-12 Fax (0 40) 38 90 17-10 Internet www.taz-hamburg.de E-Mail anzeigen@taz-hamburg.de</p> <p>taz bremen taz Entwicklungs GmbH & Co. Medien KG Schlachte 2 28195 Bremen Telefon (04 21) 9 60 26-10 Fax (04 21) 9 60 26-60 Internet www.taz-bremen.de E-Mail anzeigen@taz-bremen.de</p>
Ferienwohnungen	bis 5 Zeilen jede weitere Zeile	21,- 4,20	
privat (inkl. MwSt.)	bis 5 Zeilen jede weitere Zeile (keine Rabatte nach Malstaffel)	6,- 1,20	
Chiffregebühr (gilt auch für gestaltete Anzeigen)		8,-	
<p>Ca. 50 Anschläge pro Zeile, Fettdruck am Textanfang, kein Belegversand. Zahlungsweise für private Kleinanzeigen: nur Bankeinzug oder Vorauskasse, keine Rechnungslegung.</p> <p>Annahme Fax Hamburg (0 40) 38 90 17-10 Fax Bremen (04 21) 9 60 26-60 E-Mail kleinanzeigen@taz-nord.de</p> <p>Annahmeschluss: Donnerstag, 13.00 Uhr</p>			

GRUNDPREISE je mm		Satzspiegel 285 x 430 mm		s/w	2c	3c/4c
mm-Grundpreise im Anzeigenteil			Mo.–Fr.	1,10	1,45	1,65
Mindestgröße s/w 30 mm 2c 300 mm 3c/4c 600 mm			Samstag	1,40	1,70	2,-
Farbzuschlag unterhalb der Mindestgröße 2c 80,-, 3c/4c 200,-						
Titelkopfanzeigen			Mo.–Fr.	4,20	+ 80,-	+ 200,-
feste Höhe 30 mm, 1-, 2- oder 3-spaltig			Samstag	5,-	+ 80,-	+ 200,-
Textteilanzeigen (3 Seiten Textanschluss)			Mo.–Fr.	3,50	+ 80,-	+ 200,-
maximal 2-spaltig, 90 mm hoch			Samstag	4,-	+ 80,-	+ 200,-
ABWEICHENDE PREISE je mm				s/w	2c	3c/4c
Eckfeld- und Streifenanzeigen	200–599 mm	Mo.–Fr.	1,70	2,-	2,50	2,50
		Samstag	2,10	2,50	3,-	3,-
	600–999 mm	Mo.–Fr.	1,50	1,80	2,30	2,30
		Samstag	1,90	2,30	2,80	2,80
	1.000–1.500 mm	Mo.–Fr.	1,30	1,60	1,90	1,90
		Samstag	1,70	2,10	2,50	2,50
Private Familienanzeigen			Mo.–Sa.	1,-	+ 80,-	+ 200,-
(für gewerbliche Aufträge gilt der Grundpreis)						

Prospektbeilagen siehe Seite 13. Rabatte für Kombinationsanzeigen in den Lokalteilen siehe Seite 20.

TAZ-HAMBURG.DE

Superbanner, Skyscraper, Content Banner, Rectangle, Wallpaper, Sonderwerbformen auf Anfrage.
Wählen Sie zwischen Festpreis und leistungsbezogener Abrechnung.

taz hamburg Harkortstraße 81 Internet www.taz-hamburg.de Telefon (0 40) 38 90 17-12
taz Entwicklungs GmbH & Co. Medien KG 22765 Hamburg E-Mail anzeigen@taz-hamburg.de Fax (0 40) 38 90 17-10

18

GRUNDPREISE		Satzspiegel 285 x 430 mm		s/w	2c	3c/4c
mm-Grundpreise im Anzeigenteil			Mo.–Fr.	1,-	1,35	1,55
Mindestgröße s/w 30 mm 2c 300 mm 3c/4c 600 mm			Samstag	1,25	1,55	1,75
Farbzuschlag unterhalb der Mindestgröße 2c 80,-, 3c/4c 200,-						
1/1 Seite Formatpreis			Mo.–Fr.	2.268,-	2.268,-	2.268,-
			Samstag	2.898,-	2.898,-	2.898,-
Textteilanzeige			Mo.–Fr.	3,-	+ 80,-	+ 200,-
3 Seiten Textanschluss, maximal 2 Spalten, 100 mm hoch			Samstag	3,50	+ 80,-	+ 200,-
ABWEICHENDE PREISE je mm				s/w	2c	3c/4c
Eckfeld- und Streifenanzeigen	200–599 mm	Mo.–Fr.	1,50	1,80	2,10	2,10
		Samstag	1,80	2,10	2,40	2,40
	600–999 mm	Mo.–Fr.	1,40	1,70	2,-	2,-
		Samstag	1,70	2,-	2,30	2,30
	1.000–1.500 mm	Mo.–Fr.	1,30	1,60	1,90	1,90
		Samstag	1,60	1,90	2,20	2,20
Private Familienanzeigen je mm s/w plus Farbzuschlag			Mo.–Sa.	0,80	+ 80,-	+ 200,-
(für gewerbliche Aufträge gilt der Grundpreis)						

Prospektbeilagen siehe Seite 13. Rabatte für Kombinationsanzeigen in den Lokalteilen siehe Seite 20.

TAZ-BREMEN.DE

Formate siehe Seite 10/11, Preis/Woche ab 70,- €. Wählen Sie zwischen Festpreis und leistungsbezogener Abrechnung.
AD-Specials taz + taz-bremen.de / crossmedia sowie Sonderaktionen bitte gesondert abfragen.

taz bremen Schlachte 2 Internet www.taz-bremen.de Telefon (04 21) 9 60 26-10
taz Entwicklungs GmbH & Co. Medien KG 28195 Bremen E-Mail anzeigen@taz-bremen.de Fax (04 21) 9 60 26-60

TECHNISCHE DATEN

Erscheinungsweise der taz
täglich, außer an Sonn- und Feiertagen

Druckverfahren
Zeitungsrollenoffset

Druckunterlagen
übermitteln Sie bitte per E-Mail oder ISDN.
Bitte fordern Sie unser Merkblatt mit allen Details
zur digitalen Druckunterlagen-Übermittlung an.

Rasterweite
40 Linien/cm

Farbanzeigen 4c (Eurokala), alle anderen
Farbtöne nach HKS-Z-Farbfächer.

Punktzuwachs bunt 20 %, schwarz 20 %
(+/- 4 % bei 40 % Flächendeckung).
Gesamtfarbauftrag 260 %
(+/- 30 %, UCR-4c-Flächendeckung).

Gestaltungskosten
Extra anfallende Gestaltungskosten für Satz und
Repro werden zum Selbstkostenpreis berechnet.

SATZSPIEGEL

Breite 285 mm x Höhe 430 mm (2.580 Gesamtmillimeter)
Spaltenzahl 6 (Text- und Anzeigenspalten gleiche Breite)

Spalten	1	2	3	4	5	6	13
Spaltenbreite in mm	44	92	141	189	237	285	...
Panoramaanzeigen in mm						600

NACHLÄSSE für Abschlüsse innerhalb eines Jahres

Malstaffel für mehrmalige Veröffentlichung	Mengengruppe für Millimeterabschlüsse von mindestens				
3-mal 3 %	1.500 mm 3 %	30.000 mm	21 %		
6-mal 5 %	2.500 mm 5 %	40.000 mm	22 %		
12-mal 10 %	5.000 mm 10 %	60.000 mm	23 %		
24-mal 15 %	10.000 mm 15 %	80.000 mm	24 %		
52-mal 20 %	20.000 mm 20 %	100.000 mm	25 %		

ZAHLUNGSBEDINGUNGEN

Sofort nach Rechnungserhalt netto Kasse,
2 % Skonto bei Einzugsermächtigung und
Vorauszahlung, sofern ältere Rechnungen
beglichen sind.

RABATTE FÜR KOMBINATIONSANZEIGEN

Rabatte für Kombinationsanzeigen in den
Lokalteilen Berlin, Hamburg und Bremen sowie im Regionalteil „taz nord“:
Bei Belegung von zwei Teilen: 15 % Rabatt.
Bei Belegung von drei Teilen: 20 % Rabatt.

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN FÜR ANZEIGEN UND FREMDBEILAGEN IN ZEITUNGEN UND ZEITSCHRIFTEN

- „Anzeigenauftrag“ im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Interessenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.
- Anzeigen sind im Zweifel zur 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.
- Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber (im Folgenden „AG“ abgekürzt) berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.
- Wird der Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der AG, unbeschadet 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 höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
- Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
- 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 beim Verlag eingehen, dass dem AG noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
- Textteilanzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die auf Grund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
- Der Verlag behält sich vor, Auftragsaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt

- oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder 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 Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem AG unverzüglich mitgeteilt. Der Verlag behält sich vor, Anzeigen, die Fremdwerbung enthalten, abzulehnen oder einen höheren Preis zu berechnen. Fremdwerbung in Beilagen nur nach Sondervereinbarung. Bei Verbundwerbung in Anzeigen und Beilagen erhebt der Verlag einen Zuschlag von 50 %.
- Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der AG verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.
- Der AG 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. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der AG ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Schadenersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen; Schadenersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens zugicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigentelgs beschränkt. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

- Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der AG trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.
- Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
- Falls der AG nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste 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.
- 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 Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des AG 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 offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
- Der Verlag liefert auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Auftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
- Kosten für die Anfertigung bestellter Druckstöcke, Matern und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der AG zu tragen.
- Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisermäßigung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder – wenn eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften

gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigender Mangel, wenn sie bei einer Auflage bis zu 50.000 Exemplaren 20 v. H., bei einer Auflage bis zu 100.000 Exemplaren 15 v. H., bei einer Auflage bis zu 500.000 Exemplaren 10 v. H., bei einer Auflage über 500.000 Exemplaren 5 v. H. beträgt.

Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem AG von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.

18. Bei Chiffreanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Chiffreanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Chiffreanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Der Verlag behält sich im Interesse und zum Schutz des AG das Recht vor, die eingehenden Angebote zur Ausschaltung von Missbrauch des Chiffredienstes zu Prüfzwecken zu öffnen. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.

19. Matern werden nur auf besondere Anforderung an den AG zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Vertrages.

20. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nichtkaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des AG, auch bei Nichtkaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der AG nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

Mit Erteilung eines Auftrages erkennt der AG die Geschäftsbedingungen und die Preisliste des Verlages an. Die oben aufgeführten Allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten nur insoweit, als sie den folgenden zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages nicht entgegenstehen.

- a) Fehlerhaft gedruckte Kenn- und Kontrollnummern beeinträchtigen den Zweck der Anzeige nicht.
- b) Der Auftraggeber hat bei Wiederholungsanzeigen den richtigen An- druck seiner Anzeigen sofort bei Erscheinen zu überprüfen. Der Verlag

erkennt Zahlungsminderungs- oder Ersatzansprüche nicht an, wenn bei Wiederholungen der gleiche Fehler unterläuft, ohne dass nach der Veröffentlichung eine sofortige Richtigstellung seitens des AG erfolgt ist.

c) Die in der Anzeigenpreisliste bezeichneten Nachlässe werden nur für die innerhalb eines Jahres in einer Druckschrift erscheinenden Anzei- gen eines Werbungtreibenden gewährt. Die Frist beginnt mit dem Er- scheinen der ersten Anzeige.

d) Der Werbungtreibende hat rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb Jahresfrist entspre- chenden Nachlass, wenn er zu Beginn der Frist einen Vertrag abge- schlossen hat, der auf Grund der Preisliste zu einem Nachlass von vornherein berechtigt. Die Ansprüche auf Nachvergütung oder Nachbe- lastung entfallen, wenn sie nicht binnen drei Monaten nach Ablauf des Abschlussjahres geltend gemacht werden.

e) Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden dieselben erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Werbungtreibende bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche.

f) Bei Änderung der Preisliste oder der Geschäftsbedingungen kann für bereits angelaufene Abschlüsse eine Karenzzeit eingeräumt werden.

g) Bei Fließsatzanzeigen und bei privaten Gelegenheitsanzeigen besteht kein Anspruch auf Belegausschnitt. Bei Wiederholungs- anzeigen hat der AG Anspruch auf einen Anzeigenausschnitt für die erste Anzeige. Alle weiteren Termine können durch Aufnahme- bescheinigung bestätigt werden.

h) Die Bestätigung einer bestimmten Platzierung bezieht sich jeweils auf die belegte Hauptausgabe. Soweit zu dieser Ausgabe lokale Wechsel- seiten gehören, behält sich der Verlag eine andere Platzierung vor.

i) Der AG steht für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen ein; dem AG obliegt es, den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen. Durch Erteilung eines Auftrages 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.

j) Die Urheberrechte an den vom Verlag gegen Entwurfskosten- beteiligung erstellten Anzeigenentwürfen und Texten, Signets und dergleichen bleiben beim Verlag. Die Anzeigenentwürfe und Texte, Signets und dergleichen dürfen nur für die Insertion in der taz verwendet werden. Bei Zuwiderhandlung werden die üblichen und angemessenen Kosten für einen grafischen Entwurf (Texte) in Rechnung gestellt.

k) Bei Dauerkunden behält sich der Verlag vor, ohne Benachteiligung des Werbungtreibenden den Beginn der sich regelmäßig erneuernden Abschlüsse auf den Quartalsanfang zu legen.

l) Abbestellungen von ganzseitigen Anzeigen und seitenleitenden Anzei- gen können nur bis 5 Tage vor dem vereinbarten Druckunterlagen- schluss berücksichtigt werden. Abbestellungen müssen schriftlich er- folgen. Bei Abbestellung einer Anzeige kann der Verlag die entstanden- en Satzkosten berechnen.

m) Im Rahmen der Geschäftsbeziehungen bekanntgewordene Daten werden mit Hilfe der EDV bearbeitet und gespeichert. Die Daten werden zu keinen anderen Zwecken als zu den Vertragszwecken verwendet (gemäß § 26 Absatz 1 und § 34 Absatz 1 Bundesdatenschutzgesetz).

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen auf taz.de

1. Werbeauftrag

- 1.1. „Werbeauftrag“ i. S. d. vorliegenden Allgemeinen Geschäftsbedin- gungen fürs Internet der taz ist ein Vertrag über die Schaltung eines oder mehrerer Werbemittel eines Werbungtreibenden oder sonstiger Interessenten als Auftraggeber (im Folgenden „AG“ abgekürzt) auf taz.de. Für den Werbeauftrag gelten die vorliegenden AGB sowie die in der vorliegenden Preisliste Nr. 32 aufgeführten Tarife, Rabatte und For- mate.
- 1.2. Die taz ist berechtigt, die vorliegenden AGB jederzeit zu ändern.

2. Werbemittel

- 2.1. Ein Werbemittel kann aus einem oder mehreren der genannten Elemente bestehen: aus einem Bild oder Text, aus Tonfolgen und Bewegtbildern.
- 2.2. Werbemittel, die auf Grund ihrer Gestaltung nicht als solche erkennbar sind, werden als Werbung deutlich kenntlich gemacht.
- 2.3. Für die Schaltung von Werbemitteln kommen grundsätzlich die Formate in Frage, die in der jeweils gültigen Preisliste ausgewiesen sind. Sonderformate und -werbeformen sind nach Rücksprache mit der taz Verlags- und Vertriebs GmbH möglich.

3. Vertragsschluss und Buchungskonditionen

- 3.1. Ein Vertrag über Werbemittel kann geschlossen werden für ein einzelnes Werbemittel oder für eine Anzahl von Werbemitteln. Im Rah- men dieser Verträge können feste Termine für einzelne Schaltungen vereinbart werden, es ist aber auch möglich, die einzelnen Aufträge über einen Zeitraum auf Abruf abzuwickeln.
- 3.2. Die Abrechnung erfolgt wie mit dem AG vereinbart.
- 3.3. Vorbehaltlich entgegenstehender individueller Vereinbarungen kommt der Vertrag grundsätzlich nur zustande durch:
 - das schriftliche Angebot zum Vertragsschluss durch den AG ent- weder durch Zusendung oder Faxen des ausgefüllten und unter- zeichneten Auftragsformulars, eines eigenständig formulierten und unterzeichneten Auftragsstextes oder durch E-Mail
 - und die Annahme des Auftrages durch die taz Verlags- und Vertriebs GmbH durch schriftliche Auftragsbestätigung, E-Mail oder durch die online erfolgende Verbreitung der Werbung. Mündliche oder fern- mündliche Bestätigungen sind rechtlich unverbindlich.

3.4. Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag mit der Werbeagentur selbst zustande. Aufträge von Werbeagenturen oder -mittlern werden nur für namentlich bezeichnete und identifizierbare Werbungtreibende angenommen. Die taz ist berechtigt, von der Werbe- agentur den Mandatsnachweis zu verlangen und sich den Status als Agentur nachweisen zu lassen.

4. Terminverschiebung

Die schriftliche Verschiebung eines vereinbarten Insertionszeitpunktes ist nur möglich bis 5 Werktage vor dem zunächst vereinbarten Inser- tionstermin und steht unter dem Vorbehalt vorhandener Kapazitäten.

5. Stornierung

Eine kostenfreie Stornierung ist nur möglich bis spätestens 5 Werk- tage vor dem vereinbarten Erscheinen der Insertion. Die Stornierung bedarf der Schriftform und kann erfolgen durch Zusendung bzw. Faxen des ausgefüllten und unterzeichneten Stornierungsformulars oder eines eigenständig formulierten und unterzeichneten Stornierungs- textes oder per E-Mail. Eine fernmündliche oder mündliche Stornierung ist nicht möglich.

6. Bereitstellung des Werbemittels

6.1. Der AG ist verpflichtet zur vollständigen Anlieferung einwandfreier und geeigneter Werbemittel in der endgültigen digitalen Form bis spätestens 2 Werktage vor dem vereinbarten ersten Schaltungstermin an: anzeigen@taz.de.

6.2. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Vorlagen fordert die taz Ersatz an. Bei nicht ordnungsgemäßer, insbesondere verspäteter Anlieferung oder nachträglicher Änderung wird keine Gewähr für die vereinbarte Verbreitung des Werbemittels, insbesondere nicht für das Erreichen der gebuchten Pls, übernommen.

6.3. Die taz übernimmt für das gelieferte Werbemittel sowie weiterer Materialien keine Verantwortung und ist nicht verpflichtet, diese an den AG zurückzuliefern.

6.4. Sofern der Auftrag wegen nicht ordnungsgemäßer, insbesondere verspäteter oder unterlieber Anlieferung einwandfreier und geeig- neter Werbemittel nicht durchgeführt werden kann und die taz trotz angemessener Bemühungen keine Ersatzbuchung eines Dritten beibringen kann, ist der AG zur Zahlung einer Entschädigung in Höhe der vereinbarten Vergütung verpflichtet.

7. Ablehnungsbefugnis, Zurückziehen sowie Unterbrechung der Werbemittelschaltung

7.1. Die taz behält sich vor, die vom AG zum Zwecke der Werbe- schaltung überlassenen Werbemittel wegen des Inhalts, der Herkunft, ihrer Form, der technischen Qualität oder wegen der Website, auf die verlinkt wird, abzulehnen und zurückzuweisen. Gleiches gilt, wenn die Werbemittel oder die Website, auf die verlinkt wird, gegen Gesetze und/oder behördliche Bestimmungen verstoßen.

7.2. Die Zurückweisung wird dem AG mitgeteilt.

7.3. Die taz ist berechtigt, die Schaltung des Werbemittels vorüber- gehend zu unterbrechen, falls ein hinreichender Verdacht auf rechts- widrige Inhalte der Website vorliegt, auf die der mit der Werbung ver- bundene Hyperlink verweist. Dies gilt insbesondere in den Fällen der Ermittlung staatlicher Behörden oder einer Abmahnung eines vermeintlich Verletzten, es sei denn, diese ist offensichtlich unbegrün- det. Der AG wird über die Sperrung unterrichtet und hat die vermeintlich rechtswidrigen Inhalte unverzüglich zu entfernen oder deren Rechtmäßigkeit darzulegen und ggf. zu beweisen.

8. Gewährleistung und Haftung

Die taz gewährleistet im Rahmen der vorhersehbaren Anforderungen eine dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende best- mögliche Wiedergabe des Werbemittels. Die Gewährleistung gilt nicht für unwesentliche Fehler. Dem AG ist jedoch bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, jederzeit eine gänzlich fehler- freie Wiedergabe eines Werbemittels zu ermöglichen. Ein Fehler in der Darstellung der Werbemittel liegt insbesondere dann nicht vor, wenn er hervorgerufen wird:

- durch die Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungssoft- und/oder Hardware (z. B. Browser) des Users oder des Internet- dienstleisters oder
- wenn die Beeinträchtigung bei der Wiedergabe des Werbemittels dessen Zweck nicht wesentlich beeinträchtigt oder
- durch Störung der Kommunikationsnetze (z. B., aber nicht aus- schließlich Leitungs- und/oder Stromausfall) oder
- durch Rechnerausfall aufgrund Systemversagens oder Leitungs- ausfall oder
- Mängel oder Unterbrechung des Rechners des AG sowie der Kommunikationswege vom AG zu den taz-Servern.

9. Zahlungsbedingungen

- 9.1. Sofort nach Rechnungserhalt. Netto Kasse, 2 % Skonto bei Ein- zugsermächtigung, sofern ältere Rechnungen beglichen sind.
- 9.2. Bei Zahlungsverzug werden Zinsen und Einziehungskosten be- rechnet. Die taz kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Zahlung zurückstellen und für noch aus- stehende Schaltungen Vorauszahlung verlangen.

10. Außerordentliche Kündigung

- Die taz ist zur schriftlichen außerordentlichen Kündigung insbesondere dann berechtigt, wenn
 - der Kunde seiner Zahlungspflicht trotz zweimaliger Mahnung nicht nachgekommen ist,
 - der Kunde in der Vergangenheit bereits einmal das Werbemittel bzw. die Ziel-URL eigenmächtig geändert hat,
 - der Kunde gegen wesentliche Bestimmungen dieser AGB verstößt.

11. Datenschutz

Der AG wird hiermit gemäß Teledienststedatenschutzgesetz (TDDSG), Mediendiensteestaatsvertrag (MDStV), Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) sowie sonstigen datenschutzrechtlichen Bestimmungen davon unterrichtet, dass die im Rahmen der Inanspruchnahme der Leistungen der taz, insbesondere der Auftragserteilung und -bearbei- tung, angegebene personenbezogenen Daten ausschließlich zu dem Zwecke maschinenlesbar gespeichert, verarbeitet und genutzt wer- den, zu dem der AG dieses angegeben hat, sofern keine Einwilligung in eine andere Nutzungsart erteilt wurde sowie zum Zwecke der Ab- rechnung und Vergütung.

12. Gerichtsstand und anwendbares Recht

- 12.1. Erfüllungsort ist der Sitz der taz Verlags- und Vertriebs GmbH, also Berlin.
 - 12.2. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthaltsort des AG im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der AG nach Ver- tragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz der taz vereinbart.
- Änderungen und Ergänzungen dieser AGB bedürfen zu ihrer Rechts- wirksamkeit der Schriftform.