



...damit **Ihre Werbung** ankommt!

Berlin liest lokal – Berlin kauft lokal – Berlin wirbt lokal



Berlins große Wochenzeitung.

**MediaDaten 16/2010**

gültig ab 1. Januar 2010

**Postanschrift:**

Berliner Abendblatt  
Postfach 35 06 25  
10215 Berlin  
Tel.: 030/293 88 88  
Fax: 030/293 88 877

**Besucherschrift:**

Berliner Abendblatt  
Karl-Liebknecht-Straße 29  
10178 Berlin  
Tel.: 030/293 88 88  
Fax: 030/293 88 877



## ANZEIGENPREISE

Berlins große Wochenzeitung

	Lokalausgabe	Auflage	mm-Preis			
<b>OST</b>	Pankow	59.525	1,24	<b>Nordost</b>		
	Weißensee	39.160	1,00			
	Prenzlauer Berg	76.050	1,64			
	Mitte	38.200	1,21			
	Lichtenberg	76.350	1,68			
	Hohenschönhausen	48.200	1,23	<b>Südost</b>		
	Marzahn	65.000	1,49			
	Hellersdorf	54.360	1,19			
	Treptow	60.640	1,25			
	Köpenick	57.610	1,25			
Friedrichshain/Kreuzberg	58.100	1,49				
	<b>NO/SO</b>	<b>633.195</b>	<b>9,05*</b>			
<b>WEST</b>	Reinickendorf	101.850	2,13	<b>Nordwest</b>		
	Charlottenburg	58.895	1,28			
	Wilmersdorf	33.790	0,89			
	Spandau	66.344	1,94			
	Tiergarten	28.090	1,39			
	Wedding	33.725				
	Neukölln	105.050	2,10	<b>Südwest</b>		
	Zehlendorf	21.905	2,02			
	Steglitz	59.505				
	Tempelhof	89.540	1,92			
	Schöneberg	33.175	0,95			
		<b>NW/SW</b>	<b>631.869</b>		<b>9,58*</b>	
		<b>Trägerauflage</b>	<b>1.265.064</b>		<b>18,63*</b>	
	<b>+ Vertriebsstellen</b>	<b>4.140</b>				
	<b>Berlin gesamt</b>	<b>1.269.204</b>				

### Malstaffel

ab 3 Anzeigen	3 %	ab 18 Anzeigen	15 %
ab 6 Anzeigen	5 %	ab 24 Anzeigen	20 %
ab 12 Anzeigen	10 %	ab 48 Anzeigen	25 %

### oder Mengstaffel

ab 3.000 mm	5 %
ab 5.000 mm	10 %
ab 10.000 mm	15 %
ab 20.000 mm	20 %
ab 30.000 mm	nach Vereinbarung

### Kombinationsrabatt

ab 2 Ausgaben	10 %
ab 3 Ausgaben	15 %
ab 5 Ausgaben	20 %
ab 8 Ausgaben	25 %
ab 11 Ausgaben	30 %

Der mm-Preis einer Kombinationsanzeige errechnet sich durch Addition der mm-Preise der gewünschten Einzelausgaben, abzüglich der gewährten Rabatte. Kombinationsnachlass wird nur für Anzeigen gewährt, die unverändert (gleicher Inhalt und Größe) in mehreren Ausgaben zum gleichen Erscheinungstermin erscheinen. Über die Möglichkeiten unsere Kombinationspartner im Land Brandenburg zu belegen, informieren wir Sie gern.



Geprüfte Trägerauflage (II/09) durch Wirtschaftsprüfer nach den Richtlinien von BVDA und BDZV: 1.248.806 Exemplare.  
Zusätzliche Auslage in ausgewählten Vertriebsstellen.

\* enthält bereits den Kombinationsrabatt

**Media Daten 2010**

Preisliste Nr. 16 gültig ab 1. Januar 2010



## VERLAG UND KONDITIONEN

Berlins große Wochenzeitung.

BVZ Anzeigenzeitungen GmbH · Karl-Liebknecht-Straße 29 · 10178 Berlin · Handelsregister AG Berlin-Charlottenburg HRB 78708

## ERSCHEINUNGSWEISE

Die Ausgaben erscheinen zum Wochenende (Fr/Sa). Die Verteilung erfolgt flächendeckend an erreichbare Haushalte in den Verbreitungsgebieten.

## ANZEIGEN- UND DRUCKUNTERLAGENSCHLUSS

Anzeigenschluss	Di. 12.00 Uhr	Druckunterlagen	Di. 14.00 Uhr
für Kleinanzeigen	Di. 10.00 Uhr	per FTP-Server	Mi. 10.00 Uhr

## VERANSTALTUNGS-/IMMOBILIEN-/STELLEN- & REISEANZEIGEN

Für Veranstaltungs-, Immobilien-, Stellen- und Reiseanzeigen wird ein Rabatt von 25 % (bezogen auf den Grundpreis pro mm) gewährt.

## TITELPLATZIERUNGEN

Platzierung			Farbe		
1. Spalte Titel	Aufschlag	40 %	1 ZF Aufschlag	20 %	
2. Spalte Titel	Aufschlag	25 %	2 ZF Aufschlag	30 %	
Titelfuß	Aufschlag	25 %	4c Aufschlag	40 %	

## FARBANZEIGEN

Für **Farbanzeigen** wird ein Aufschlag pro Farbe und Lokalausgabe berechnet:

	1 ZF	2 ZF	4c
bis 150 mm	€ 80,00	€ 160,00	€ 240,00
ab 151 mm	20 %	30 %	40 %

Für die festen Kombinationen werden Farbaufschläge berechnet:

	1 ZF	2 ZF	4c
<b>NO/SO</b>	bis 150 mm € 300,00	€ 600,00	€ 900,00
	ab 151 mm 20 %	30 %	40 %
<b>NW/SW</b>	bis 150 mm € 300,00	€ 600,00	€ 900,00
	ab 151 mm 20 %	30 %	40 %
<b>Gesamt</b>	bis 150 mm € 600,00	€ 1.200,00	€ 1.800,00
	ab 151 mm 20 %	30 %	40 %

## BANKVERBINDUNG UND ZAHLUNGSBEDINGUNGEN

### Deutsche Bank AG

Gewerbliche Anz.	Konto-Nr.: 1 47 95 91	BLZ: 100 700 00
private Kleinanz.	Konto-Nr.: 118 557 801	BLZ: 100 700 00

Für Auslandsüberweisungen: IBAN: DE75 1007 0000 0147 9591 00, BIC: DEUTDEBB

Rechnungsbetrag zahlbar sofort nach Rechnungserhalt, bei Bankab-buchung unter Abzug von 2 % Skonto ab einem Rechnungsbetrag von 100 €, wenn keine weiteren offenen Rechnungen vorliegen.

Auftragsgrundlage sind grundsätzlich die Allgemeinen Geschäftsbedin-gungen. Mit der Auftragserteilung werden die Geschäftsbedingungen anerkannt. Anzeigenreklamationen müssen dem Verlag innerhalb von 4 Wochen nach Erscheinen schriftlich mitgeteilt werden. Alle Preise ver-stehen sich zuzüglich gesetzlicher MwSt.

**Media Daten 2010**

Preisliste Nr. 16 gültig ab 1. Januar 2010



## KLEINANZEIGEN

Berlins große Wochenzeitung

**Auflage 337.485**  
Pankow, Weißensee,  
Prenzlauer Berg, Mitte,  
Lichtenberg, Hohenschönhausen

**Auflage 295.710**  
Marzahn, Hellersdorf,  
Treptow, Köpenick,  
Friedrichshain/Kreuzberg

**Auflage 322.694**  
Reinickendorf, Spandau,  
Charlottenburg, Wilmersdorf,  
Tiergarten/Wedding

**Auflage 309.175**  
Neukölln,  
Steglitz/Zehlendorf,  
Tempelhof, Schöneberg

Anzeigen (gestaltet)	NORDOST	SÜDOST	NORDWEST	SÜDWEST
Grundpreis je mm	4,60 €	4,10 €	4,60 €	4,60 €
Farbzuschlag pro Zusatzfarbe	300,00 €	300,00 €	300,00 €	300,00 €
Immobilien- und Reiseanzeigen:	Gesamtauflage 9,95 € SW (enthält bereits den Kombinationsrabatt, nicht abschlussrabattfähig)			

Fließtextanzeigen	NORDOST	SÜDOST	NORDWEST	SÜDWEST
<b>Gewerbliche Kleinanzeigen</b>				
<b>bis 3 Zeilen</b> (1. Zeile fett, 22 Zeichen, 2.+3. Zeile je 39 Zeichen)	20,50 €	20,50 €	20,50 €	20,50 €
<b>jede weitere Zeile</b>	5,00 €	5,00 €	5,00 €	5,00 €
<b>Gewerbliche Immobilienanzeigen</b>				
<b>bis 3 Zeilen</b> (1. Zeile fett, 22 Zeichen, 2.+3. Zeile je 39 Zeichen)	12,50 €	12,50 €	12,50 €	12,50 €
<b>jede weitere Zeile</b>	4,50 €	4,50 €	4,50 €	4,50 €
<b>Gewerbliche Reiseanzeigen:</b>	Gesamtauflage			
<b>bis 3 Zeilen</b> (1. Zeile fett, 22 Zeichen, 2.+3. Zeile je 39 Zeichen)	32,00 €			
<b>jede weitere Zeile</b>	9,60 €			

### Kombinationsrabatt

2 Gebiete 10 %  
ab 3 Gebiete 15 %

Der mm-Preis einer Kombinationsanzeige errechnet sich durch Addition der mm-Preise des gewünschten Gebietes, abzüglich der gewährten Rabatte. Kombinationsnachlass wird nur für Anzeigen gewährt, die unverändert (gleicher Inhalt und Größe) in mehreren Ausgaben zum gleichen Erscheinungstermin erscheinen.

Chiffregebühren pro Veröffentlichung, auch wenn keine Zuschriften eingehen: Selbstabholung 4,00 € / Zusendung: 6,00 €

**Media Daten 2010**

Preisliste Nr. 16 gültig ab 1. Januar 2010



## TECHNISCHE DATEN UND ANFORDERUNGEN

Berlins große Wochenzeitung

### Zeitungsformat

Rheinisches Format / Rollenoffset-Zeitungsdruck

**Satzspiegel** Spaltenanzahl: 7

**1/1 Seite** 479 x 327 mm (H x B) = 3.353 mm

**1/2 Seite** 230 x 327 mm (H x B) = 1.610 mm

**Panorama-Seite:** 479 x 677 mm (H x B)

**Spaltenbreiten:** Anzeigen- und Textteil

1 Spalte: 45 mm

2 Spalten: 92 mm    5 Spalten: 233 mm

3 Spalten: 139 mm    6 Spalten: 280 mm

4 Spalten: 186 mm    7 Spalten: 327 mm

**1/2-rheinisches Format** (Tabloid): Spaltenzahl: 5

1/1 Seite 327 x 233 mm (H x B) = 1.635 mm

Panorama-Seite: 327 x 485 mm (H x B)

### Digitale Druckunterlagen

**Datenträger:** CD, DVD

**Dateiformate:**

Vorzugsweise sind PDF-Dateien zu liefern, in denen sämtliche, auch in EPS-Bestandteilen enthaltene Schriften eingebunden sind. Die Distiller-Einstellungen (Settings) erhalten Sie auf Anfrage per E-Mail. Benutzen Sie bitte kein Farbmanagement bei der PDF-Generierung. Wir verarbeiten PDF 1.2, 1.3 oder PDF/X-3. Offene Dateien werden nur in Ausnahmefällen nach Absprache akzeptiert; alle Bestandteile der Anzeige wie Bilder, Logos, Grafiken und alle Schriften sind dann mitzuliefern.

**Bildauflösung:** 200 dpi (bei 1:1-Abbildungen)

Bei Abbildungen ab 115 % kann keine Qualitätsgarantie übernommen werden.

**Belichtungsauflösung:** 1.270 dpi bei einem 40er Raster (100 lpi)

**Tonwertbereich:** 3 % bis 90 %, Rasterflächen können ins Weiß auslaufen

**Punktzuwachs:** ca. 26 % bei 50%iger Flächendeckung für Standard-Zeitungsdruckpapier

**Farbmodus CMYK** (keine RGB-Daten)

**max. Farbdeckung:** Summe C+M+Y+K vorzugsweise < 220 %, maximal 240 %

**Farbaufbau:** GCR: mittel/stark, Unterfarbzugabe 20 % und 95 % Schwarz

**Farbmanagement-System:** Empfehlung: kostenloser Download der Standard-ICC-Profile für Offsetzeitungsdruck von der IFRA-Website (<http://www.ifra.de/> [Button ISO Profiles]) für 40er Raster Standard-Zeitungsdruckpapier: ISOnewspaper26v4.icc (Farbprofil) bzw. ISOnewspaper26v4\_gr.icc (Graustufenprofil)

**Programme:**

**Mac:** QuarkXPress 7.3.1, Macromedia Freehand MX, InDesign CS3

**PC:** QuarkXPress 7.3.1, Corel Draw 12.0

**Daten-Übertragung**

**FTP:** ftp://fritz.dd-v.de

User: Berl\_Abendblatt, Passwort: digitale gzm (regio connect): (0351) 49 09 910

**Kontakt:** Tel.: (030) 23 27 51 01

**E-Mail:** anzeigen@abendblatt-berlin.de

### Organisatorische Voraussetzungen

Sämtliche Anzeigenbestandteile sind in einem Ordner oder als gepackte Datei (Stuffit oder WinZip) mit folgenden Angaben in der Infodatei anzuliefern:

- Anzeigengröße • Farbigkeit • Ausgabe
- Ansprechpartner und Tel.-Nr. für Rückfragen.

**Ordnerbezeichnung:**

BA\_Ersch.-Tag\_Kundenname\_Ausgabe

An den Verlag ist jeweils ein Kontrollfax mit der Ordnerkennung und Angaben s. o. zu senden.

**Kontrollfax:** (030) 293 88 877

**Druckfarben**

Euroskala nach DIN 16539.

Druckreihenfolge: Cyan-Magenta-Yellow-Schwarz.

Farbige Anzeigen, auch bei einer Zusatzfarbe, werden generell im 4c-Aufbau aus der Euroskala gedruckt. Dementsprechend **sind alle Druckunterlagen 4c-aufgebaut anzuliefern. Bei mehrfarbigen Anzeigen ist ein farbverbindlicher Ausdruck bzw. Proof mitzuliefern.** Für HKS- und Pantone-Schmuckfarben ist weiterhin die Farbnummer anzugeben. HKS-Farben werden nach Separationstabelle aus der Euro-Skala aufgebaut (Einschränkungen entspr. HKS-Z-Farbtabelle beachten).

**Geschäftsbedingungen:**

Geringfügige Abweichungen in Passer und/oder Farbton berechtigen nicht zu Ersatz- oder Minderansprüchen.

**Media Daten 2010**

Preisliste Nr. 16 gültig ab 1. Januar 2010



## Anlieferanschrift

### Beilagen und Direktverteilungen:

BVZ Berliner Zeitungsdruck GmbH

– Berliner Abendblatt –

Abt. Weiterverarbeitung

Am Wasserwerk 11,

10365 Berlin

Tel.: 030 / 55 17 52 50

Fax: 030 / 55 17 52 19

Öffnungszeiten: Mo.–Fr. 8:00–16:00 Uhr

### Achtung:

Bei Anlieferung auf Paletten müssen diese unbedingt mit einer **Palettenkarte analog Lieferschein** gekennzeichnet sein!

## Grundpreis pro 1.000 Exemplare

bis 20 g	€ 45,00	bis 50 g	€ 54,50
bis 30 g	€ 47,50	bis 60 g	€ 58,00
bis 40 g	€ 51,00		

Preise gelten bei Komplettbelegung einer Bezirksausgabe. Teilbelegungen auf PLZ-Ebene sind auf Anfrage möglich. Über 60 g auf Anfrage. Ab einer Anzahl von 1 Mio. Exemplaren Preis nach Vereinbarung.

## Technische Angaben:

1. Formate und g/m<sup>2</sup>-Gewichte:  
Mindestformat: 10,5 x 14,8 cm bei einem Papiergewicht von mindestens 120 g/m<sup>2</sup>.  
Höchstformat: 22,5 x 35,0 cm, Falz oder Heftung parallel zur langen Seite.
2. Beilagen müssen so beschaffen sein, daß sie maschinell verarbeitet werden können. Das Einlegen von Prospekten mit Leporellofalz, aufgeklebten Postkarten auf der Außenseite oder mit Warenmustern und -proben ist nicht möglich. Eine Termingarantie, Haftung im Falle höherer Gewalt sowie eine ordnungsgemäße Einlage und Verteilung bei beschädigt gelieferten Prospekten oder technischen Störungen kann nicht übernommen werden, ebenso nicht für Einsteckhefter im technischen Bereich (Toleranzgrenze 2 %).
3. Anlieferung spätestens Dienstag vor Erscheinen (10:00 Uhr). Bei Feiertagen entsprechend früher.

## Sonstige Angaben:

1. Ausschluss wird in Bezug auf Konkurrenz-Beilagen nicht gewährt.
2. Beilagen dürfen keine Fremdanzeigen enthalten.
3. Letzter Rücktrittstermin 6 Werktage vor Erscheinen.
4. Reklamationen müssen innerhalb von drei Tagen nach Erscheinen dem Verlag schriftlich mitgeteilt werden.



## ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN FÜR BEILAGEN- UND DIREKTVERTEILUNGEN

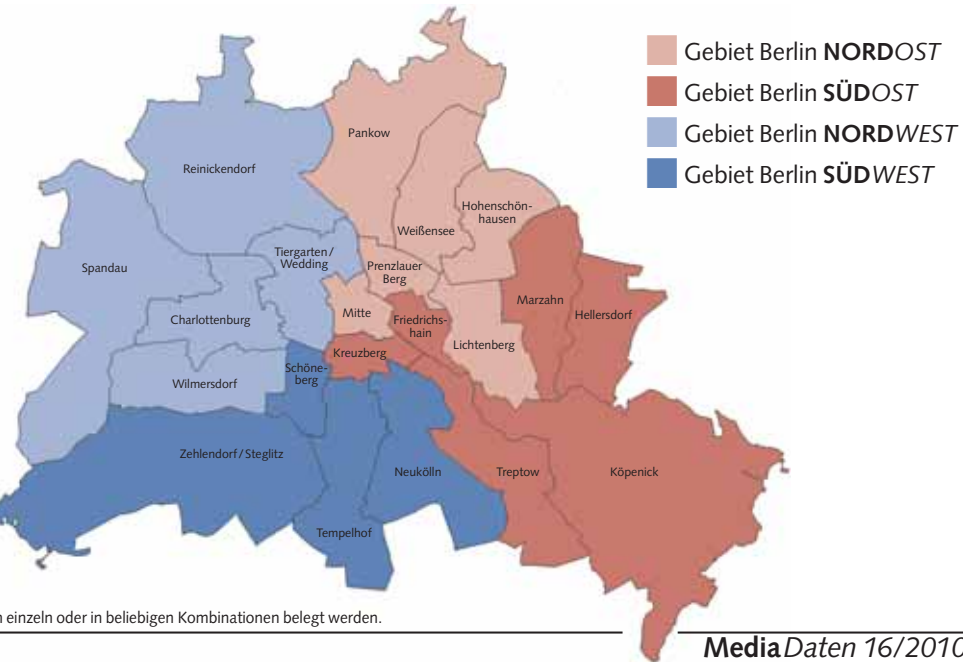
Berlins große Wochenzeitung

1. Angebotene Preise sowie alle anderen Abmachungen zwischen Auftraggeber und Auftragnehmer erlangen erst Verbindlichkeit durch die Auftragsbestätigung der Verteilfirma. Preisangebote werden in € zzgl. ges. MwSt. angegeben und sind bis zur Auftragsbestätigung freibleibend.
2. Preise für Verteilungen von Warenproben, Prospekt-, Katalog-, Zeitungs- oder ähnliche Sendungen werden jeweils per 1.000 Stück angegeben und berechnet. Die Preise werden nach Format und Gewicht der Werbesendungen sowie nach der Aufgabenstellung der Verteilart und der Bebauungsstruktur der Verteilgebiete berechnet. Unterliegt der vereinbarte Auftrag der Überschreitung von Format und Gewicht der Werbesendung sowie Aufgabenstellung, Verteilart und Verteilgebiet, so ist ein von der Verteilfirma neu festgesetzter und entsprechend höherer Preis als vereinbart zu zahlen. Sendungen, die über Briefkästen zur Verteilung gelangen, müssen Briefkastenformat aufweisen. Sperrige Sendungen erhalten in der Regel einen Preisaufschlag von 5 bis 20 %
3. Wenn nicht ausdrücklich anders vereinbart, sind die zu verteilenden Sendungen rechtzeitig an die Anschrift der Verteilfirma frei Haus anzuliefern. Die Verteilfirma haftet für die sorgsame Lagerung und Behandlung der Sendungen in ihren Räumen. Kosten entstehen dem Auftraggeber durch die Lagerung nicht.
4. Unter rechtzeitiger Anlieferung ist der Eingang des Verteilgutes mindestens 3 Werktage vor Verteilbeginn bei der vereinbarten Lieferanschrift zu verstehen. Wartezeiten, die durch Anlieferung und Übernahme eventuell entstehen sollten, gehen als Auftragsbefreiung zu Lasten des Auftraggebers.
5. Bei vereinbarten Verteilterminen werden die zur Verteilung einzusetzenden Verteilgruppen verbindlich eingeplant. Falls der Auftraggeber aus irgendwelchen Gründen die Termine nicht einhalten kann, werden hierdurch zwangsläufig Arbeitspausen entstehen. Diese Arbeitspausen werden als Auftragsbefreiung dem Auftraggeber in Rechnung gestellt. Da die Dienstleistung im Bereich Haushaltwerbung hochgradig lohnintensiv ist, empfiehlt es sich für den Auftraggeber, hierauf besonders zu achten.
6. Für Überdrucke gelten folgende Regelungen als vereinbart: Die Druckereien liefern in der Regel Überdrucke mit an, die bis zu 10 % der Gesamtmenge ausmachen können, ohne daß die Mengen in den Lieferscheinen der Druckereien gesondert ausgewiesen sind. Diese Überdrucke und eventuelle Reste von Werbesendungen werden durch die Verteilfirma bis zu 2 Wochen nach einer Teil- oder Gesamtverteilung aufbewahrt. Nach Ablauf dieser Frist werden diese Exemplare als Makulatur behandelt. Eine weitere Lagerpflicht besteht für die Verteilfirma nicht.
7. Der Auftraggeber haftet für die Art und Inhalt des Verteilauftrages, insbesondere für den textlichen Inhalt von Drucksachen sowie für die Substanz der Warenproben. Eine Haftung der Verteilfirma wird ausgeschlossen. Die Verteilfirma ist berechtigt, die Verteilung von Prospekten oder anderen Sendungen wegen Beanstandungen des Inhalts oder der Form (aus technischer Sicht heraus) abzulehnen. Dies kann auch im Rahmen eines Gesamtauftrages für Teilverteilungen geschehen. Verteilaufträge hinsichtlich Sendungen die gegen bestehende Gesetze verstoßen, werden nicht durchgeführt.
8. Besondere Bedingungen für Direktverteilungen  
Die Verteilung erfolgt ausschließlich an Haushalte durch Einstecken der Exemplare in Briefkästen. Es wird pro Briefkasten grundsätzlich nur ein Exemplar eingeworfen, unabhängig von der Menge der Haushaltsnamen, es sei denn, dass der Auftraggeber schriftlich eine andere Ausdeckungsquote wünscht. Sollten in einem Haus mit mehr als 3 Haushalten keine einzelnen Briefkästen vorhanden sein, sondern lediglich ein Sammelbriefkasten für das ganze Haus, so wird nur 1 Exemplar eingesteckt.

- Ist ein Haus mit Innenbriefkästen verschlossen und wird auch nach mehrmaligem Klingeln nicht geöffnet, so wird dieses Haus nicht bedient. Auf mit einem Einwurfverbot versehene Briefkästen (gekennzeichnet durch gut sichtbar angebrachtem Aufkleber) wird geachtet. Von der Verteilung ausgenommen sind: Gewerbebetriebe, Büros, Kaufhäuser, Heime, Feriensiedlungen, Kasernen, Krankenhäuser, ebenso Häuser auf Betriebs- und Werksgebieten, sowie Häuser, die außerhalb eines zusammenhängenden Wohngebietes liegen.
9. Die Verteilfirma übernimmt keinerlei Haftung für einen durch die Werbemaßnahme erhofften, jedoch nicht eingetretenen Erfolg.
  10. Die Verteilfirma ist ermächtigt, erforderlichenfalls Subunternehmer zur Durchführung eines Verteilauftrages einzusetzen. Die Haftung für die Verteilfirma bleibt in diesem Fall bestehen.
  11. Rechnungslegung erfolgt nach Abschluß der Aktion als Gesamtrechnung oder wahlweise als wöchentliche Teilrechnung. Die Rechnungen sind nach Erhalt ohne Abzug von Skonto etc. sofort fällig. Bei Zahlungsverzug werden Mahnspesen, Verzugszinsen in Höhe von 11 % sowie Inkasso- und Rechtsanwaltskosten berechnet. Die weitere Ausführung von laufenden Aufträgen kann durch die Verteilfirma bis zur Bezahlung zurückgestellt und für die noch verbleibende restliche Ausführung des Auftrages Vorauszahlung verlangt werden.
  12. Bei höherer Gewalt, Streiks, unverschuldeter Verzögerungen, z.B. bei Betriebsstörungen gleich welcher Art, haftet die Verteilfirma nicht. Desweiteren entfällt die Haftung für die Minderung des Verteilgutes bei Schäden durch Brand, Bruch oder Versand. Ebenso für Schäden, die durch Witterungseinflüsse oder durch Dritte verursacht werden.
  13. Beanstandungen / Reklamationen  
Eventuelle Beanstandungen oder Reklamationen über nicht vertragsgerechte Ausführung einer Verteilung können nur innerhalb drei Tagen nach ihrer Entstehung berücksichtigt werden. Reklamationen werden nur anerkannt, wenn sie Tag und Ort, Straße und Haus-Nr. der Verteilung sowie den Namen des Reklamanten und eine genaue Beschreibung der Umstände enthalten. Reklamationen haben grundsätzlich schriftlich zu erfolgen. Beanstandungen und Reklamationen werden unverzüglich geprüft und anschließend hierzu Stellung genommen. Bei begründeten Beanstandungen aus eigenem Verschulden leistet die Verteilfirma Kostenfreiheit insofern, als die Stückzahl des von der Beanstandung betroffenen Einzel-Verteilbezirkes entweder gutgeschrieben wird oder nach Absprache mit dem Verteilunternehmen an der Rechnung abgezogen werden kann. Begründete Beanstandungen bestehen insofern, wenn ganze Straßenzüge oder Verteilbezirks-Teile nachweislich nicht beschickt wurden. Wie allgemein üblich, gelten 5% Streuverlust nicht als Mangel.
  14. Eventuelle zusätzliche Änderungen eines Auftrages bedürfen ausdrücklich der Schriftform. Nebenabreden haben keine Gültigkeit.
  15. Verwenden Auftraggeber und Auftragnehmer widersprechende Geschäftsbedingungen, so haben die Geschäftsbedingungen des Auftragnehmers Vorrang und gelten ausschließlich.
  16. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist der Firmensitz der einseitig genannten Verteilfirma.

**Media Daten 2010**

Preisliste Nr. 16 gültig ab 1. Januar 2010



Jede Lokalausgabe kann einzeln oder in beliebigen Kombinationen belegt werden.

MediaDaten 16/2010

**ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN DES VERLAGES**

1. Anzeigenauftrag im Sinne der nachfolgenden allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungstreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.
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. Anzeigen, die in mehreren Ausgaben mit gleichem Motiv am selben Erscheinungstag erscheinen, zählen für die Erfüllung des Abschlusses wie eine Anzeige.
4. 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.
5. 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 Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
6. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluß mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
7. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
8. Der Verlag 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 des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen die 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 oder höher berechnet. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
9. Für rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber 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 Verlag ist berechtigt, die für das Berliner Abendblatt erteilten Anzeigenaufträge im Rahmen seiner technischen Möglichkeiten ergänzend auch in seinen Online-Auftritten zu veröffentlichen. Die Online-Darstellung kann vom Druckergebnis in der Printausgabe abweichen.
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 im Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Läßt der Verlag eine ihm hierfür gestellte Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber 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 Verlegers für Schäden wegen Fehlens zugesicherter 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 vorhersehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgeltes beschränkt. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang der Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.
11. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber 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.
12. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach der Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
13. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber vierzehn Tage nach der Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Voraussetzung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlungen werden nach der Preisliste gewährt.
14. Bei Zahlungsverzug werden Mahnspesen, Verzugszinsen sowie Inkasso- und Rechtsanwaltskosten berechnet. Der Nachweis eines geringeren Verzugszinsschadens bleibt dem Auftraggeber unbenommen. 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 Auftraggebers 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 Rechnungsbeiträge abhängig machen.
15. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf ausdrücklichen 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 des Verlages über eine Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
16. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
17. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage unterschritten wird.

- Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigter 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 Preisierungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag den Auftraggeber vor dem Absinken der Auflage so rechtzeitig in Kenntnis gesetzt hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.

18. Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Elbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Ziffernanzeigen 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. Dem Verlag kann einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A4 (Gewicht 100 g) überschreiten, sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann dennoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.
19. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.
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 Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten zum Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsabschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes gelegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

**Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages**

- a) Die Werbemittel und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in 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) Abschlüsse werden kundenspezifisch angelegt. Der Werbungtreibende hat rückwirkenden Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb Jahresfrist entsprechenden Nachlaß, wenn er zu Beginn der Frist einen Auftrag abgeschlossen hat, der aufgrund der Preisliste zu einem Nachlaß von vorherein berechtigt.
- c) Der Verlag wendet bei Entgegennahme und Prüfung der Anzeigentexte die geschäftliche Sorgfalt an, haftet jedoch nicht, wenn er von Auftraggebern irreführt oder getäuscht wird.
- d) 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.
- e) Der Auftraggeber steht für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen ein; dem Auftraggeber obliegt es, den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen. Durch Erteilung eines Anzeigenauftrages verpflichtet sich der Insertent, die Kosten der Veröffentlichung einer Gegendarstellung, die sich auf tatsächliche Behauptung der veröffentlichten Anzeige bezieht, zu tragen und zwar nach Maßgaben des jeweils gültigen Anzeigentarifs. Dies gilt sinngemäß auch für Prospektbeilagen.
- f) Bei Änderungen der Preisliste treten diese ab Gültigkeitsdatum in Kraft. Für Aufträge, die im Rahmen eines Abschlusses vorliegen bzw. gebucht werden, treten die Änderungen nach Ablauf von drei Monaten ab Gültigkeitsdatum in Kraft. Dies gilt nicht für im Dauerschuldverhältnis abzuwickelnde Aufträge. Hier treten Änderungen der Preisliste sofort in Kraft, sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen ist.
- g) Im Fall höherer Gewalt oder bei Störung des Arbeitsfriedens erlischt jede Verpflichtung auf Erfüllung von Aufträgen und Leistungen von Schadenersatz, sofern den Verlag nicht Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit trifft.
- h) Bei Wort-, Familien- und privaten Gelegenheitsanzeigen besteht kein Anspruch auf Belegausschnitt.
- i) Der Auftraggeber hat bei Wiederholungsanzeigen den richtigen Abdruck seiner Anzeigen sofort bei Erscheinen zu überprüfen. Der Verlag erkennt Zahlungsminderung oder Ersatzansprüche nicht an, wenn bei Wiederholungen der gleiche Fehler unterläuft, ohne dass nach der Veröffentlichung eine sofortige Richtigstellung seitens des Auftraggebers erfolgt ist. Sonstige Bestandsangaben sind, sofern es sich um offensichtliche Mängel handelt, innerhalb vier Wochen nach Rechnungslegung zu erheben.
- j) Die Zuständigkeit des jeweiligen Amtsgerichtes ohne Rücksicht auf den Streitwert gilt als vereinbart.
- k) Der Verlag speichert im Rahmen der Geschäftsbedingungen bekanntgewordene Daten, die zu keinen anderen Zwecken als zu den Vertragszwecken verwendet werden (Gemäß §§ 23 und 26, Absatz 1 Bundesdatenschutzgesetz).
- l) Vervielfältigte Druckunterlagen sowie montagefähige Papierunterlagen (z. B. Fotopapiere) stehen dem Verlag mit Auftragserteilung zur freien Verfügung und unterliegen nicht der Aufbewahrungsfrist für Druckunterlagen.
- m) Bei Insolvenzen und Zwangsvergleichen entfällt jeglicher Nachlaß.
- n) Zuschriften auf Kennzifferanzeigen, außer Stellenangebote, werden nur dann weitergeleitet, wenn sie in Standardbrief- oder Postkartenform abgefaßt sind.
- o) Für die in dieser Preisliste nicht erwähnten Teilbelegungen, Kombinationsabschlüsse und Jahresabschlüsse über 30.000 mm sowie für Flächenanzeigen und Kombinationen mit anderen Titeln vom Verlag können vom Verlag besondere bzw. abweichende Preise festgelegt werden.
- p) Der Verlag behält sich das Recht vor, für Anzeigen in Sonderbeilagen, Verlagsonderveröffentlichungen und Kollektiven Sonderpreise oder von der Preisliste abweichende Konditionen festzulegen.
- q) Der Verlag behält sich das Recht vor, bis 3 Tage vor Anzeigenschluß nicht belegte Festplatzierungen und sogenannte Depotanzeigen mit von der Preisliste abweichenden Konditionen anzubieten.