



Hamburger Morgenpost

Anzeigen-Preisliste

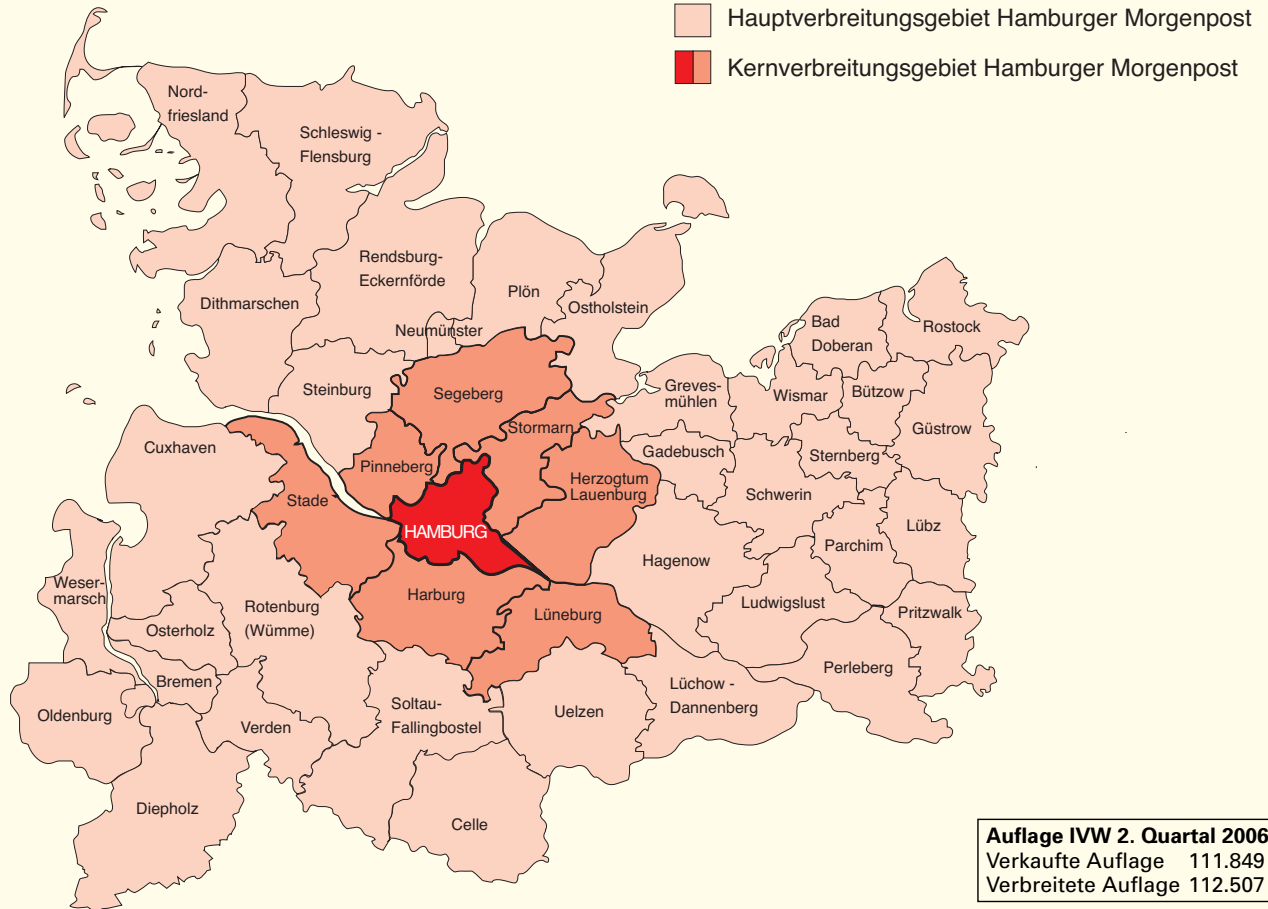
Nr. 50

Gültig ab 01. Januar 2007

- 1** Verbreitungsgebiet
- 2** Allgemeine Verlagsangaben
- 3** Digitaler Druckunterlagenversand / Technische Angaben
- 4** Anzeigentarife
- 5** Prospektbeilagen – Streuplan
- 6** Prospektbeilagen – Konditionen und technische Vorgaben
- 7** Formatbeispiele
- 8** Leseranalyse
- 9** Geschäftsbedingungen



1 Verbreitungsgebiet





Verlag: Morgenpost Verlag GmbH
Postanschrift: 22751 Hamburg
Besucher: Griegstraße 75, 22763 Hamburg

Telefon: **Anzeigenabteilung**
(040) 80 90 57-257
Überregionaler Handel / Markenartikel
(040) 80 90 57-337

Sonderveröffentlichungen
Termine und Themen auf Anfrage
(040) 80 90 57-358/-627

Reisemarkt
(040) 80 90 57-281

Stellenmarkt
(040) 80 90 57-389

Telefonische Anzeigenannahme
(040) 80 90 57-336

Telefax: (040) 80 90 57-275 /-384

E-mail-Adresse: anzeigen@mopo.de

Internet: www.mopo.de

Bankverbindungen: Deutsche Bank (BLZ 200 700 00) Konto-Nr. 05 34 446

Erscheinungsweise: Täglich

Anzeigenschluss: Für die Dienstags- bis Sonnabendsausgaben am Vortag, 11 Uhr, für die Sonntagsausgabe am Donnerstag, 14 Uhr, für die Montagsausgabe am Freitag, 14 Uhr, für plan7 am Montag, 11 Uhr.

Für Farbanzeigen:
2 Werktage vor Erscheinungstermin bis 11 Uhr

Für redaktionell gestaltete Anzeigen:
2 Werktage vor Erscheinen bis 11 Uhr

plan7 erscheint als in das Heft integrierter, herausnehmbarer Bestandteil der HAMBURGER MORGENPOST jeden Donnerstag.

Die wichtigsten Märkte und ihre Erscheinungstage:

Weiterbildung: Montag, 14-tägig
Reisemarkt: Mittwoch, Sonnabend, Sonntag
Stellenmarkt: Mittwoch, Sonnabend, Sonntag
Automarkt: Freitag
Immobilienmarkt: Freitag
MOPo Markt: Sonnabend
Bekanntschaffen: Sonnabend, Sonntag

Zahlungsbedingungen: Zahlbar sofort nach Rechnungserhalt netto Kasse. Bei Vorauszahlung oder Bankbuchung 2 % Skonto auf Gesamtbeträge von über 100,- €, sofern ältere Rechnungen nicht überfällig sind. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden die üblichen Bankzinsen für Dispositionskredite berechnet. Bei neuen Geschäftsverbindungen oder bei Zahlungsverzug behält sich der Verlag das Recht vor, die Veröffentlichung der Anzeigen und Beilagen von der Vorauszahlung der Insertionskosten abhängig zu machen.

Nachlässe:	Malstaffel	Mengenstaffel
	für mehrmalige Veröffentlichungen	für Millimeterabschlüsse von mindestens
	6-mal 5 %	2.000 mm 5 %
	12-mal 10 %	4.000 mm 10 %
	26-mal 15 %	7.000 mm 15 %
	52-mal 20 %	15.000 mm 20 %
		ab 20.000 mm ist Einzelkalkulation möglich

Agenturprovision: 15 %

Chiffregebühren: 12,- € inkl. MwSt. pro Auftrag bei Zusendung der Offerten.

ZMG/ZIS-Nr.: 101 954

Geschäftsbedingungen: Für die Abwicklung von Aufträgen gelten die Geschäftsbedingungen des Verlages, siehe **9**

Werbung auf www.mopo.de: mopo.de ist eine der meistgenutzten Internetseiten der Metropolregion Hamburg und somit eine attraktive Ergänzung für Ihre Print-Kampagne. Klassische Werbeformen und individuelle Lösungen in den Bereichen Sponsoring, Sonderwerbeformen oder im Content-Sektor besprechen wir gern mit Ihnen.

Kontakt: Telefon: (040) 80 90 57-358
E-Mail: banner@mopo.de



Digitale Druckunterlagen

Software: QuarkXPress 3.32, 4.1 und 6.5
Adobe Illustrator CS2
Adobe InDesign CS2
Aldus Freehand 9.0 und MX
Adobe Photoshop CS2
Adobe Acrobat 7.0

ISDN: **Leonardo Pro** (040) 88 91 44 50
Eurofile, Easy Transfer (040) 88 91 30 74
Für diesen Zugang benötigen Sie Name/Passwort. Bitte melden Sie sich vorher in der IT-Abteilung: Telefon (040) 80 90 57-7 77.

E-MAIL: anzeigen@mopo.de

FTP-SERVER: auf Anfrage

Anforderungen

System: PC, Apple Macintosh

Farbprofil: Zur Zeit gilt das aktuelle Ifra-Standardprofil für Zeitungen:
Druckstandardisierung auf Basis von ISO 12647-3

Farbprofil: »ISOnewspaper26v4.icc«
Graustufenprofil: »ISOnewspaper26v4_gr.icc«

Wir stellen Ihnen gern das Ifra-Standardprofil für Zeitungen per E-Mail oder ISDN zur Verfügung.

Wir benötigen zwei zeitungssimulierte Andrucke.

Summe der Farbdeckung: maximal 240 %

Farben: **ausschließlich in CMYK**

Zusatzfarben nach **HKS Z**-Farbfächer

Für graduelle Abweichungen bei Zusatzfarben (im Rahmen der üblichen Toleranzen), die aus 4c (Skalenfarben) zusammengesetzt werden müssen, übernimmt der Verlag keine Haftung.

Schriften: Sie sollten in die Datei eingebunden oder in Zeichenwege/Pfade umgewandelt sein.
Nicht eingebundene Schriften müssen mitgeliefert werden – ausschließlich Postscript-Zeichensätze.

PDF: PDF/X-3
Farbanzeigen als Composite-Dateien mit Passkreuzen.
Dateien werden zur Weiterverarbeitung in EPS umgewandelt.

Bilder: Auflösung mindestens 200 dpi
Keine DCS 2-Formate verwenden!

Sonstiges: Achten Sie bitte auf Vollständigkeit Ihrer Daten.
Überdrucken-Einstellungen korrekt definieren.

Daten aus Office-Anwendungen wie Word, Excel, Powerpoint etc., sowie Daten aus Corel Draw können wir nicht verarbeiten.

Kontrolle: Zur korrekten Weiterverarbeitung Ihrer Daten benötigen wir ein Kontrollfax.
Telefax (040) 80 90 57-6 31

Kontakt: Anzeigensatz Telefon (040) 80 90 57-3 67
Herstellung/Druck Telefon (040) 80 90 57-3 29

Satzspiegel: 285 mm hoch, 210 mm breit

Spaltenbreite: 38 mm
Spaltenzahl: 5
1/1 Seite = 1.425 mm
(2 Spalten = 81 mm / 3 Spalten = 124 mm / 4 Spalten = 167 mm)
Textspalten = Anzeigenspalten

Druckverfahren: Offset (Coldset nach ISO 12647-3 Zeitungsdruck)

Preisliste Nr. 50 – Gültig ab 01. 01. 2007

4 Anzeigentarife



Unabhängige Tageszeitung
Pflichtblatt der
Wertpapierbörse Hamburg
Erscheinungsort: Hamburg

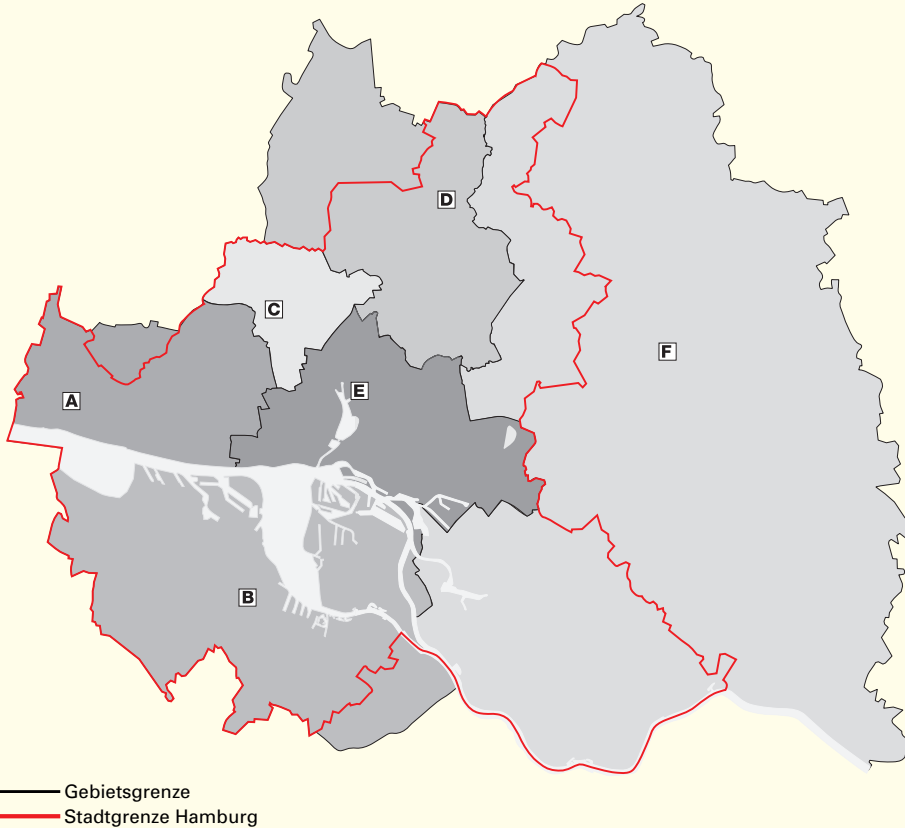
Anzeigenpreise je mm in €		Mo.–Fr.	Kombi Sa./So.
Grundpreis		3,96	4,95
Anzeigen bis 30 mm / 1-spaltig		3,15	3,94 ^{1) 2)}
Farbanzeigen:	Mindestgröße		
1 Zusatzfarbe	100 mm	4,77	5,96
2 Zusatzfarben	356 mm (1/4 Seite)	6,09	7,61
4-farbig	356 mm (1/4 Seite)	6,55	8,19
Abweichende Preise			
Amtliche Bekanntmachungen		3,25	4,06 ^{3) 4)}
Gastronomie/Veranstaltungen		3,10	3,88
Private Familienanzeigen		1,80	2,25 ^{3) 4)}
Reise		3,05	3,81 ^{3) 5)}
Textteil		13,00	16,25
Treffpunktanzeigen: Preise auf Anfrage			
Immobilienanzeigen: Preise auf Anfrage			
Farbzuschläge:	1 Zusatzfarbe	zzgl. 0,81	1,01
	2 Zusatzfarben	zzgl. 2,13	2,66
	4-farbig	zzgl. 2,59	3,24
Überbreite Anzeigen			
15 % Aufschlag auf den jeweiligen mm-Preis			
Verbindliche Platzierungsvorschriften			
10 % Aufschlag auf den jeweiligen mm-Preis			

Seitengrundpreise:		
1/1 s/w	5.643,00	7.053,75
1/1 1 Zusatzfarbe	6.797,25	8.493,00
1/1 2 Zusatzfarben	8.678,25	10.844,25
1/1 4-farbig	9.333,75	11.670,75
2/1 s/w + Bund (= 440 mm x 285 mm / Panoramaseite)	12.414,60	15.518,25

Sonderplatzierungen je mm in €	Mo.–Fr.	Kombi Sa./So.
Titelseite Format 55 mm breit, Mindesthöhe 60 mm, Maximalhöhe 90 mm oder 30 mm/5-spaltig inkl. 1 Zusatzfarbe	14,00	17,50
Rückseite Mindestformat 50 mm/2-spaltig oder 100 mm/1-spaltig Höchstformat 80 mm/5-spaltig s/w	5,10	6,38
TV-Programm Mindestformat 40 mm/2-spaltig oder Höchstformat 80 mm/2-spaltig s/w	5,10	6,38
Kreuzworträtsel Format 80 mm Höhe/2-spaltig s/w	5,10	6,38
plan7 Titelseite Maximal-Format 100 mm/2-spaltig oder 70 mm/5-spaltig s/w	5,10	6,38
plan7 daily Mindestformat 50 mm/2-spaltig oder Höchstformat 80 mm/5-spaltig s/w	5,10	6,38
Seite 3 Mindestformat 50 mm/2-spaltig oder 100 mm/1-spaltig, Höchstformat 100 mm/2-spaltig und 5-spaltig bis 100 mm Höhe s/w	5,10	6,38
Weitere Sonderplatzierungen (Horoskop, Wetter u. a.) oder Sonderwerbeformen (Sponsoring, Tunnelanzeigen u. a.)	auf Anfrage	

Redaktionell gestaltete Anzeigen
Redaktionell gestaltete Anzeigen können nur in Verbindung mit und in maximal derselben Größe neben oder über gestalteten Anzeigen geschaltet werden. Das redaktionelle Motiv kann auf Wunsch von der HAMBURGER MORGENPOST erstellt werden. Preise für redaktionell gestaltete Anzeigen auf Anfrage. Redaktionell gestaltete Anzeigen müssen mit dem Wort „Anzeige“ gekennzeichnet werden.

¹⁾ Trifft nicht auf Model-/Hostessenanzeigen zu. ²⁾ Ohne Nachlässe, mit Agenturvergütung. ³⁾ Diese Preise gelten nur, wenn die Anzeigen in den dafür vorgesehenen Rubriken erscheinen. Ansonsten wird der Grundpreis berechnet. ⁴⁾ Ohne Nachlässe oder Agenturvergütung. ⁵⁾ Gilt nur für lokale Kunden und Fremdenverkehrsanzeigen. Alle Preise zuzüglich Mehrwertsteuer.



Die Gebiete A – F können einzeln oder in Kombination belegt werden. Selbstverständlich sind auch Belegungen außerhalb der auf der Karte angegebenen Grenzen möglich. Einzelheiten und Auflagen auf Anfrage.

Ⓐ Bahrenfeld, Blankenese, Eidelstedt, Groß-Flottbek, Iserbrook, Lurup, Nienstedten, Osdorf, Othmarschen, Rissen, Stellingen, Sülldorf

Ⓑ Altenwerder, Cranz, Eißendorf, Finkenwerder, Francop, Gut Moor, Harburg, Hausbruch, Heimfeld, Kleiner Grasbrook, Langenbek, Marmstorf, Moorburg, Neuenfelde, Neugraben-Fischbek, Neuland, Rönneburg, Seevetal, Sinstorf, Spadenland, Steinwerder, Veddel, Wilhelmsburg, Wilstorf

Ⓒ Fuhlsbüttel, Groß Borstel, Lokstedt, Niendorf, Schnelsen

Ⓓ Bramfeld, Duvenstedt, Farmsen-Berne, Hummelsbüttel, Langenhorn, Lemsahl-Mellingstedt, Norderstedt, Ohlsdorf, Poppenbüttel, Sasel, Steilshoop, Wellingsbüttel

Ⓔ Alsterdorf, Altona, Altstadt, Barmbek, Billbrook, Billstedt, Borgfelde, Dulsberg, Ottensen, Eilbek, Eimsbüttel, Eppendorf, Hamm, Hammerbrook, Harvestehude, Hohe Luft, Hohenfelde, Horn, Klostertor, Marienthal, Neustadt, Rothenburgsort, Rotherbaum, St. Georg, St. Pauli, Uhlenhorst, Wandsbek, Winterhude

Ⓕ Allermöhe, Altengamme, Ammersbek, Ahrensburg, Aumühle, Bargteheide, Barsbüttel, Bergstedt, Billwerder, Bergedorf, Börnsen, Braak, Brunsbek, Brunstorf, Curslack, Dassendorf, Delingsdorf, Eschburg, Fahrendorf, Geesthacht, Glinde, Grande, Großensee, Großhansdorf, Hamwarde, Hoisdorf, Hohenhorn, Jenfeld, Jersbek, Kasseeburg, Kirchwerder, Kröppelshagen, Kuddewürde, Lohbrügge, Lütjensee, Moorfleet, Neuengamme, Ochsenwerder, Ohlstedt, Oststeinbek, Rahlstedt, Rausdorf, Reinbek, Reitbrook, Sachsenwald, Siek, Stapelfeld, Tatenberg, Tonnorf, Trittau, Volksdorf, Wentorf, Witzhave, Wohldorf, Wohltorf, Worth

Preisliste Nr. 50 – Gültig ab 01. 01. 2007

6 Prospektbeilagen – Konditionen und technische Vorgaben



Unabhängige Tageszeitung
Pflichtblatt der
Wertpapierbörse Hamburg
Erscheinungsort: Hamburg

Preise:	je angefangene 1.000 Exemplare	€
	bis zu 10 g Einzelgewicht	64,00
	bis zu 15 g Einzelgewicht	72,00
	bis zu 20 g Einzelgewicht	81,00
	bis zu 25 g Einzelgewicht	87,00
	bis zu 30 g Einzelgewicht	95,00
	bis zu 35 g Einzelgewicht	105,00
	bis zu 40 g Einzelgewicht	113,00

Höhere Gewichte als 40 g auf Anfrage.
Alle Preise zuzüglich Mehrwertsteuer.

Nachlässe:	Malstaffel	Mengenstaffel
	6-mal 5 %	ab 1 Mio. 5 %
	12-mal 7,5 %	ab 2 Mio. 7,5 %
	26-mal 10 %	ab 3 Mio. 10 %

Agenturprovision: 15 %

**Belegungs-
möglichkeiten:** Täglich
Es können einzelne Stadtbezirke, Landgebiete,
Kombinationen daraus oder die Gesamtauflage belegt
werden. **Streuplan siehe oben.** Sonntags sind nicht alle
Kombinationen laut Streuplan belegbar.
Mindestauflage 10.000 Exemplare.
Einzelheiten auf Anfrage.

Formate: Mindestformat 10,5 x 14,8 cm (DIN A6)
Höchstformat 22,0 x 30,0 cm
Größere Formate müssen auf das Höchstformat
gefaltet werden.
Mehrseitige Prospektbeilagen müssen an der
Längsseite gefaltet werden.

**Auftragserteilung,
Rücktrittsrecht:** Spätestens 10 Tage vor Beilegung

Beilagenhinweis: In der belegten Ausgabe erfolgt auf Wunsch ein
kostenloser Beilagenhinweis, der jedoch nicht Bestand-
teil des Auftrages ist.

Muster: Die Beschaffenheit der Muster bedarf grundsätzlich
der vorherigen Prüfung durch den Verlag. Dazu müssen
10 Prospektbeilagenmuster spätestens 10 Tage vor
Beilegung dem Verlag vorliegen.

Anlieferung: Spätestens 3 Werktage vor Beilegung bis 15 Uhr frei Haus

Versandanschrift:

Montag-Sonnabend Kieler Zeitung GmbH & Co. Offsetdruck KG
Radewisch 2 (Abzweiger v. Steindamm), 24145 Kiel

Sonntag Druckzentrum Schleswig-Holstein
Fehmarnstraße 1, 24782 Büdelsdorf

Zusätzliche Geschäftsbedingungen für Prospektbeilagen

- Konkurrenzausschluss sowie Alleinbelegung können nicht zugesichert werden.
- Der Verlag behält sich die Ablehnung oder Höherberechnung des Auftrages vor, wenn Prospektbeilagen für zwei oder mehr Firmen werben; dies gilt auch, wenn Prospektbeilagen zeitungssähnliches Aussehen haben.
- Prospektbeilagen müssen so beschaffen sein, dass sie maschinell verarbeitet werden können. Ist dies nicht der Fall, werden die Mehrkosten als Erschwerniszuschlag zusätzlich in Rechnung gestellt. Maschinell nicht verarbeitet werden können Formate unter DIN A6 sowie DIN A6 unter 15 g.
- Der Streuauftrag wird erst nach Vorlage eines für Satz, Text und Gestaltung verbindlichen Musters sowie dessen Billigung durch den Verlag ausgeführt; lehnt der Verlag die Ausführung des Streuauftrages ab, so kann dies auch noch nach dem Termin für das Rücktrittsrecht erfolgen.
- Bei Gewichts- oder Formatabweichungen behält sich der Verlag ein Schieberecht vor.
- Ein Anspruch auf Minderung oder Schadensersatz entfällt, wenn mehrere Prospektbeilagen zusammenhaften und einem Zeitungsexemplar beigefügt werden oder deren Sauberkeit durch den Einlegevorgang leidet.

Preisliste Nr. 50 – Gültig ab 01. 01. 2007

Formatbeispiele



Unabhängige Tageszeitung
Pflichtblatt der
Wertpapierbörse Hamburg
Erscheinungsort: Hamburg



Titelseite: 90 mm hoch,
55 mm breit =
90 mm zur Berechnung



1/4 Seite = 178 mm hoch,
81 mm breit (2 Spalten) =
356 mm zur Berechnung



1/2 Seite = 142 mm hoch,
210 mm breit (5 Spalten) =
710 mm zur Berechnung



285 mm hoch,
81 mm breit (2 Spalten) =
570 mm zur Berechnung



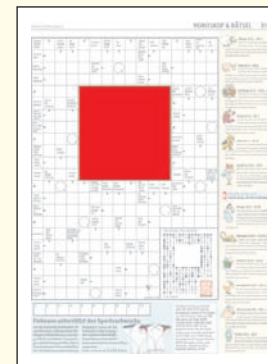
Tausender-Format =
250 mm hoch,
167 mm breit (4 Spalten) =
1000 mm zur Berechnung



100 mm hoch,
210 mm breit (5 Spalten) =
500 mm zur Berechnung



Tunnelanzeige:
100 mm hoch,
124 mm breit (3 Spalten) =
300 mm zur Berechnung



Kreuzworträtsel:
80 mm hoch,
81 mm breit (2 Spalten) =
160 mm zur Berechnung



Gesamtleserschaft					
Zielgruppe	Reichweite	Struktur	Zielgruppe	Reichweite	Struktur
Total	290.000		Total	290.000	
Geschlecht			Berufstätigkeit		
Männer	158.000	54 %	in Ausbildung, Schüler, Studenten	21.000	7 %
Frauen	132.000	46 %	berufstätig	197.000	68 %
			nicht berufstätig, Rentner, Pensionäre	72.000	25 %
Alter			Haushaltsnettoeinkommen		
14–19 Jahre	16.000	6 %	weniger als 1.000,- €	26.000	8 %
20–39 Jahre	112.000	39 %	1.000,- € bis unter 1.500,- €	67.000	23 %
40–59 Jahre	105.000	36 %	1.500,- € bis unter 2.000,- €	48.000	17 %
60 Jahre und älter	57.000	20 %	mehr als 2.000,- €	149.000	52 %
Bildung			Haushaltsgröße		
Schüler in allgemeinbild. Schule	9.000	3 %	1 Person im Haushalt	85.000	29 %
Volks-/Hauptschule ohne Lehre	29.000	10 %	2 Personen im Haushalt	107.000	37 %
Volks-/Hauptschule mit Lehre	94.000	32 %	3 Personen im Haushalt	41.000	14 %
weiterführende Schule ohne Abitur	116.000	40 %	4 und mehr Personen im Haushalt	56.000	19 %
Abitur, Hochschulreife, Studium	41.000	14 %			

Alle Daten sind der MA 2006 entnommen.

9 Geschäftsbedingungen



Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.
2. 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.
3. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.
4. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die 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.
5. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeter dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
6. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass es 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. Textteil-Anzeigen 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.
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 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 Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
9. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.
 10. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen; Schadensersatzansprüche 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 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 voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts beschränkt. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von 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 Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
 13. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach der 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.
 14. 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 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 offestehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
 15. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
 16. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen und Zeichnungen 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 oder – wenn eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittlich verkaufte Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigter Mangel, wenn sie bei einer Auflage von
bis zu 50 000 Exemplaren 20 v. H.,
bis zu 100 000 Exemplaren 15 v. H.,
bis zu 500 000 Exemplaren 10 v. H.,
über 500 000 Exemplaren 5 v. H., beträgt.

- Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.
18. Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf 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 im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Der Verlag kann darüber hinaus mit dem Auftraggeber die Möglichkeit der Selbstabholung oder der gebührenpflichtigen Zusendung vereinbaren. Briefe, die das zulässige Format DIN A 4 (Gewicht von 50 Gramm) überschreiten sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann hierfür 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, wobei die sachliche Zuständigkeit des örtlich zuständigen Amtsgerichtes ohne Rücksicht auf den Streitwert vereinbart ist. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nichtkaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber 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

- a) Werbemittel und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.
- b) Konzernrabatt wird nur bei privatwirtschaftlich organisierter Zusammenschluss gewährt. Keine Anwendung findet er z. B. beim Zusammenschluss verschiedener selbstständiger hoheitlicher Organisationen oder bei Zusammenschlüssen, bei denen Körperschaften des öffentli-

- chen Rechts beteiligt sind. Für die Anwendung eines Konzernrabattes auf Tochtergesellschaften ist der schriftliche Nachweis einer 50%igen Anteil übersteigenden Kapitalbeteiligung erforderlich.
- c) Im Verhältnis zu dem Verlag trägt der Auftraggeber die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit für die Insertion der zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen. Durch Erteilung eines Anzeigenauftrages verpflichtet sich der Inserent, die Kosten einer Veröffentlichung seiner Gegendarstellung, die sich auf tatsächliche Behauptungen der veröffentlichten Anzeige beziehen, zu tragen, und zwar nach Maßgabe des jeweils gültigen Anzeigentarifs. Den Auftraggeber trifft die Verpflichtung, den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen, die diesen aus der mangelfreien und vertragsgemäßen Ausführung des Anzeigenauftrages – etwa wegen Verletzung von Rechten Dritter – treffen. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Der Auftraggeber hält den Verlag auch von allen Ansprüchen aus Verstößen gegen das Urheberrecht frei. Ist der Auftraggeber abgemahnt worden oder hat er bereits eine Unterlassungsverpflichtungserklärung bezüglich bestimmter Anzeigen (-inhalte) abgegeben, ist der Auftraggeber verpflichtet, den Verlag unverzüglich schriftlich darüber zu informieren. Unterlässt der Auftraggeber diese Obliegenheitspflicht, kann der Verlag schon aus diesem Grund jede Mithaftung für den dem Auftraggeber durch eine wiederholte Veröffentlichung der beanstandeten Anzeigen (-inhalte) entstehenden Schaden verweigern.
- d) Sind etwaige Mängel der Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, so hat der Auftraggeber bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche. Das Gleiche gilt bei Fehlern in wiederholt erscheinenden Anzeigen, wenn der Auftraggeber nicht vor Drucklegung der nächstfolgenden Anzeige auf den Fehler hinweist.
- e) Bei Änderung der Anzeigenpreise treten die neuen Bedingungen auch bei laufenden Aufträgen von Kaufleuten sowie bei Daueraufträgen von Nichtkaufleuten sofort in Kraft, sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen ist.
- f) Bei Betriebsstörungen, wie etwa dem unverschuldeten Ausfall der Druckmaschinen oder in Fällen höherer Gewalt, Arbeitskampf, Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen – sowohl im Betrieb des Verlages als auch in fremden Betrieben, derer sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient – hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeige. Bei einer verzögerten Auslieferung erwachsen dem Auftraggeber gleichfalls keine Ersatzansprüche. Im übrigen ist der Verlag in den genannten Fällen bei höherer Gewalt wie auch vom Verlag unverschuldeten Arbeitskampfmaßnahmen von der Verpflichtung auf Erfüllung von Aufträgen und Leistungen von Schadensersatz entbunden.
- g) Bei Wortanzeigen und bei privaten Gelegenheitsanzeigen besteht kein Anspruch auf Belegausschnitt.

- h) Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten ist der Verlag berechtigt, bei Nichtzahlung trotz Fälligkeit dem kaufmännischen Auftraggeber die banküblichen Zinsen für Dispositionskredite zu berechnen. Für den Fall des Verzugsentritts kann der Verlag weitergehende Verzugschäden, insbesondere Einziehungskosten, geltend machen. Im Geschäftsverkehr mit Nichtkaufleuten verbleibt es bei den gesetzlichen Regelungen der §§ 284 bis 286 BGB. Für den Fall der Stundung behält sich der Verlag das Recht vor, für den Zeitraum der Stundung, auf deren Gewährung der Auftraggeber keinen Anspruch hat, vom kaufmännischen oder nichtkaufmännischen Auftraggeber die üblichen Bankzinsen für Dispositionskredite zu verlangen. Ohne dieses Recht würde eine Stundung nicht gewährt werden. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen.
- i) Beiliegenaufträge und Separatverteilungen können vom Verlag nur dann sachgerecht durchgeführt werden, wenn das Verteilgut ordnungsgemäß verpackt, abgezählt und mit den Stückzahlen pro Gebinde beschriftet, unbeschädigt und genau gefalzt ist, sowie rechtzeitig an die betreffende Geschäftsstellenadresse angeliefert wird. Bei Abnahme von angelieferten Prospekten kann für deren Stückzahl im Voraus keine Garantie übernommen werden, weil ein sofortiges Auszählen unmöglich ist. Lieferscheine werden deshalb unter Vorbehalt unterschrieben. Fracht- und Zustellkosten, Rollgeld etc. gehen bei allen Aufträgen grundsätzlich zu Lasten des Auftraggebers.
- j) Die telefonische Abnahme von Anzeigentexten geschieht nur auf Wunsch und Gefahr des Bestellers. Für Fehler durch schlecht geschriebene Manuskripte oder telefonisch veranlassete Änderungen kann nicht gehaftet werden, ebensowenig berechtigten Wiedergabefehler bei zu spät (nach Anzeigenschluss) eingereichten (Korrektur-) Manuskripten den Auftraggeber zu Rechnungskürzungen. Dies gilt nicht bei grob fahrlässigem Verhalten der Verlagsmitarbeiter.
- k) Nach Beendigung der Pflicht zur Aufbewahrung der Druckunterlagen werden diese vernichtet.
- l) Im Rahmen der Geschäftsbedingungen bekannt gewordene Daten werden mit Hilfe der EDV bearbeitet und gespeichert. Die Daten werden zu keinen anderen als zu den Vertragszwecken verwendet (gemäß § 26 Abs. 1 und § 34 Abs. 1 Bundesdatenschutzgesetz).
- m) Abbestellungen müssen schriftlich erfolgen. Bei Abstellung einer Anzeige kann der Verlag die entstandenen Satzkosten berechnen.
- n) Der Verlag behält sich das Recht vor, für Anzeigen in Verlagsbeilagen, Sonderveröffentlichungen und Kollektiven Sonderpreise festzulegen.
- o) Sollte eine der oben stehenden Klauseln rechtsunwirksam sein oder werden, so soll die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen unangetastet bleiben. Die unwirksame Bestimmung soll durch eine Bestimmung ersetzt werden, die dem wirtschaftlich Gewollten am nächsten kommt.

Verlagsvertretungen

Nielsen 1

Dirk Struwe
Medienvermarktung
Poelchaukamp 8
22301 Hamburg
Telefon (0 40) 28 05 80 60
Telefax (0 40) 28 05 80 89
e-mail: info@struwe-media.de

Nielsen 2

VMS Verlags-Media-Service
Heribert Unterfeld GmbH
Benrodestraße 45
40597 Düsseldorf
Telefon (02 11) 71 30 04
Telefon (02 11) 65 02 38-0
Telefax (02 11) 71 46 50
e-mail: unterfeld-media-service@t-online.de

Nielsen 3 a

Verlagsbüro Krimmer GmbH
Am Lindenbaum 24
60433 Frankfurt
Telefon (0 69) 53 09 08-0
Telefax (0 69) 53 09 08-50
e-mail: frankfurt@krimmer.com

Nielsen 3 b

Verlagsbüro
Steingaustraße 14
73230 Kirchheim
Telefon (0 70 21) 4 20 62
Telefax (0 70 21) 7 17 33
e-mail: stuttgart@krimmer.com
www.krimmer.com

Nielsen 4

Morgenpost Verlag GmbH
Griegstraße 75
22763 Hamburg
Telefon (0 40) 80 90 57-337/-260
Telefax (0 40) 80 90 57-275
e-mail: anzeigen@mopo.de

Nielsen 5, 6 + 7

Berliner Verlag GmbH
Key Account Management
Karl-Liebknecht-Straße 29
10178 Berlin
Telefon (0 30) 23 27 70 52
Telefax (0 30) 23 27 62 59
e-mail: kam-info@berliner-verlag.de
