

# Anzeigenpreisliste

Nr. 30 gültig ab 1. Januar 2008

aktualisiert Juni 2008



**INHALTSVERZEICHNIS**

Verlagsangaben	... 2
Ansprechpartner	... 3
Überregionale Verbreitung	... 4
Leserstruktur MA 2007	... 5
Bundesausgabe Grundpreise	... 6
Ermäßigte Preise, Kleinanzeigen	... 7
Format- und Preisbeispiele Mo.–Fr.	... 8
Format- und Preisbeispiele Sa.	... 9
taz.de	... 10
Besonders werben	... 11
Sonderthemen Bundesausgabe	... 12
Prospektbeilagen	... 13
Lokalteil Berlin	... 14
Regionalausgabe Nord	... 16
Lokalteil Hamburg	... 18
Lokalteil Bremen	... 19
Technische Daten	... 20
Allgemeine Geschäftsbedingungen	... 21

**DIE TAGESZEITUNG –  
TRADITIONELL ERFRISCHEND ANDERS**

Im September 2008 nähert sich der 30. Jahrestag der Nullnummer, also der ersten Ausgabe der taz; entstanden aus dem Vorsatz, nicht auf bessere Zeitungen zu warten, sondern selber eine zu machen.

Und so sehr sich die Print- und Online-Ausgabe der taz in den letzten Jahrzehnten verändert hat, ihrem publizistischen Selbstverständnis und ihrer Unabhängigkeit ist sie treu geblieben.

250 MitarbeiterInnen, 7.500 GenossInnen sowie 260.000 LeserInnen\* verpflichten sich tatzächlich der Pressevielfalt.

Ihre Werbung in der taz erreicht eine überdurchschnittlich junge, gebildetete, gut verdienende Zielgruppe\* mit einem hohen Anteil an MultiplikatorInnen und EntscheidungsträgerInnen in Medien, Wirtschaft und Verwaltung.

Für diese ist die taz wegen des unverwechselbaren publizistischen Profils, des kritischen und intelligent-unterhaltsamen Blickes aufs Zeitgeschehen unverzichtbar. Unverzichtbar und ausschließlich – das beweist der Anteil von 83 % loyaler ExklusivleserInnen.\*

\* Quelle: MA 2007 Tageszeitungsdatensatz, Exklusivleseranteil bezogen auf die überregionalen Tageszeitungen SZ, FAZ, WELT, FR, HB

**VERLAGSVERTRETUNGEN**

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

**media & more**  
Peter Hanf  
Gartenstraße 7, 22869 Schenefeld  
Tel. (0 40) 83 93 22 -56, Fax -57  
Mobil (01 73) 6 06 76 08  
E-Mail media.more@t-online.de

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

**Hermann Radermacher Medienservice**  
Scheidtstraße 70, 45149 Essen  
Tel. (02 01) 7 10 18 -33, Fax -79  
E-Mail radermacher@advertising.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

**Nielsen VI/VII** (neue Bundesländer)

**taz Verlags- und Vertriebs GmbH**  
Postfach 61 02 29, 10923 Berlin  
Tel. (0 30) 2 59 02 -1 30  
Fax (0 30) 2 51 06 94  
E-Mail anzeigen@taz.de

**BUNDESAUSGABE UND  
LOKALTEIL TAZ BERLIN**

**taz Verlags- und Vertriebs GmbH**  
Postfach 61 02 29  
10923 Berlin

Internet <http://www.taz.de>

E-Mail [anzeigen@taz.de](mailto:anzeigen@taz.de)

Fax (0 30) 2 51 06 94

Telefon (0 30) 2 59 02 -1 30

Disposition,  
Beilagen,  
Familien- und  
Immobilienanzeigen -2 38

Anzeigenberatung und  
Sonderthemen -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](mailto:anzeigen@taz-hamburg.de)

Fax (0 40) 38 90 17 -10

Telefon (0 40) 38 90 17 -0

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](mailto:anzeigen@taz-bremen.de)

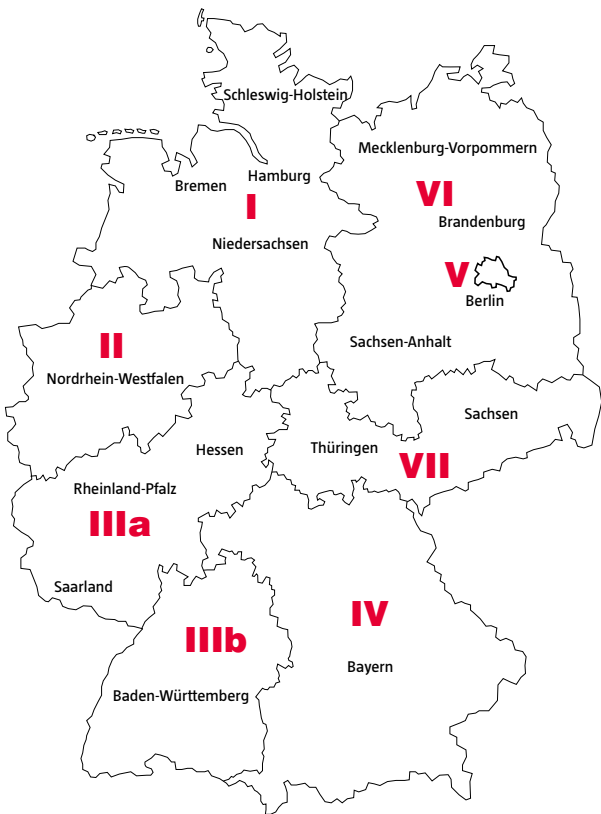
Fax (04 21) 9 60 26 -60

Telefon (04 21) 9 60 26 -10 / -13

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

**DIE ÜBERREGIONALE VERBREITUNG DER TAZ NACH BUNDESLÄNDERN UND NIELSEN-GEBIETEN**

MA 2007



	Bevölkerungsstruktur in %	Leserstruktur der taz	
		in %	Personen
<b>Nielsen I</b>	<b>16</b>	<b>22</b>	<b>56.000</b>
Schleswig-Holstein	4	9	23.000
Hamburg	2	3	8.000
Niedersachsen	10	8	19.000
Bremen	1	2	6.000
<b>Nielsen II Nordrhein-Westfalen</b>	<b>21</b>	<b>26</b>	<b>67.000</b>
<b>Nielsen IIIa</b>	<b>13</b>	<b>14</b>	<b>37.000</b>
Hessen	7	12	30.000
Rheinland-Pfalz	5	2	5.000
Saarland	1	1	2.000
<b>Nielsen IIIb Baden-Württemberg</b>	<b>12</b>	<b>8</b>	<b>21.000</b>
<b>Nielsen IV Bayern</b>	<b>15</b>	<b>10</b>	<b>26.000</b>
<b>Nielsen V Berlin</b>	<b>4</b>	<b>12</b>	<b>31.000</b>
<b>Nielsen VI</b>	<b>9</b>	<b>3</b>	<b>6.000</b>
Brandenburg	3	1	2.000
Mecklenburg-Vorpommern	2	1	3.000
Sachsen-Anhalt	3	1	2.000
<b>Nielsen VII</b>	<b>9</b>	<b>5</b>	<b>12.000</b>
Sachsen	6	1	3.000
Thüringen	3	4	9.000

**DIE LESERSTRUKTUR DER TAZ NATIONAL**

MA 2007

	Bevölkerungsstruktur in %	Leserstruktur der taz	
		in %	Personen
<b>Gesamt ab 14 Jahre</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>258.000</b>
Männer	48	50	129.000
Frauen	52	50	129.000
<b>Alter des Befragten</b>			
14–19 Jahre	8	7	18.000
20–29 Jahre	13	21	54.000
30–39 Jahre	16	15	38.000
40–49 Jahre	19	20	50.000
50–59 Jahre	15	18	46.000
60 Jahre und älter	30	20	52.000
<b>Ausbildung des Befragten</b>			
Volksschule ohne/mit Lehre	42	21	55.000
weiterführ. Schule ohne Abitur	33	21	54.000
Abitur/Studium	19	53	135.000
<b>Tätigkeit des Befragten</b>			
berufstätig	52	58	149.000
in Ausbildung, Schüler, Student	11	18	47.000
Rentner, Pensionär	28	18	46.000
nicht berufstätig	8	6	16.000

	Bevölkerungsstruktur in %	Leserstruktur der taz	
		in %	Personen
<b>Beruf des Befragten (jetziger)</b>			
große Selbständige, freie Berufe	1	5	13.000
kleine u. mittl. Selbst., Landwirte	4	6	15.000
leit./qual. Angestellte u. Beamte	14	25	66.000
sonstige Angestellte u. Beamte	17	14	36.000
Arbeiter, Facharbeiter	16	8	19.000
<b>Beruf des Hauptverdieners</b>			
große Selbständige, freie Berufe	2	8	20.000
kleine u. mittl. Selbst., Landwirte	8	9	22.000
leit./qual. Angestellte u. Beamte	31	43	110.000
sonstige Angestellte u. Beamte	22	24	61.000
Arbeiter, Facharbeiter	38	17	43.000
<b>Haushaltsnettoeinkommen</b>			
unter 1.000 Euro	10	12	30.000
1.000–1.500 Euro	18	11	27.000
1.500–2.000 Euro	20	18	46.000
2.000–2.500 Euro	20	18	45.000
2.500–3.000 Euro	11	15	38.000
3.000 Euro und mehr	20	27	71.000

GRUNDPREISE je mm	Satzspiegel 282 x 420 mm		s/w	2c	3c/4c
<b>mm-Grundpreise im Anzeigenteil</b>		Mo.–Fr.	3,20	3,85	4,50
Mindestgröße 30 mm	Farbanzeigen Mo.–Fr.: 2c 200 mm 3c/4c 400 mm	Samstag	3,55	4,25	5,00
<b>1/1 Seite (2.520 mm)</b>		Mo.–Fr.	8.064,–	9.702,–	11.340,–
(Panoramaanzeigen: 13 Spalten, Mindesthöhe 100 mm)		Samstag	8.946,–	10.710,–	12.600,–
<b>Anzeigen auf Titelseite je mm</b>		Mo.–Fr.	15,35	18,40	21,50
(Formate auf Anfrage)		Samstag	17,05	20,45	23,85
<b>Titelkopfanzeige</b>		Mo.–Fr.	900,–	1.100,–	1.300,–
(Formate auf Anfrage)		Samstag	1.000,–	1.200,–	1.400,–
<b>Textteilanzeigen (3 Seiten Textanschluss)</b>		Mo.–Fr.	12,20	15,25	18,30
maximal 2 Spalten, 90 mm hoch		Samstag	13,55	16,95	20,30

ABWEICHENDE PREISE je mm (Alleinplatzierung)			s/w	2c	3c/4c
<b>Streifenanzeigen</b>	blattbreit 50–74 mm hoch blatthoch 1-spaltig	Mo.–Fr.	4,60	5,50	6,45
Mindestformat blattbreit: s/w, 2c: 50 mm hoch, 4c: 67 mm hoch		Samstag	5,10	6,10	7,15
Ab 140 mm hoch blattbreit bzw. 2-spaltig blatthoch siehe Grundpreise	blattbreit 75–99 mm hoch	Mo.–Fr.	3,95	4,70	5,50
		Samstag	4,40	5,25	6,15
	blattbreit 100–139 mm hoch	Mo.–Fr.	3,50	4,20	4,90
		Samstag	3,90	4,70	5,45
<b>Eckfeldanzeigen</b>	600–999 mm	Mo.–Fr.	4,60	5,50	6,45
		Samstag	5,10	6,10	7,15
<b>Sonderformate auf Anfrage</b>	1.000–1.500 mm	Mo.–Fr.	3,95	4,70	5,50
Farbpreise gelten für druckfertig gelieferte Vorlagen. Satz- und Gestaltungs-kosten nach Aufwand.		Samstag	4,40	5,25	6,15

ERMÄSSIGTE PREISE je mm (im Anzeigenteil)			s/w	2c	3c/4c
<b>Kultur, Veranstaltungen, Kino, Restaurants, Buchhandel, Verlage, Touristik</b> (keine Verkehrsträger)		Mittwoch	2,50	3,00	3,50
		Samstag	2,80	3,35	3,90
<b>Stellenangebote</b>		Mittwoch	3,05	3,65	4,25
		Samstag	3,40	4,05	4,75
<b>Unterricht</b>		Mittwoch	2,90	3,50	4,05
		Samstag	3,20	3,80	4,45
<b>Familienanzeigen, Stellengesuche (privat)</b>		Mittwoch	1,80	–	–
Farbpreise auf Anfrage		Samstag	2,00	–	–
<b>FESTPREISE</b>			s/w	2c	3c/4c
<b>Anzeigen im TV-Programm</b>	2-spaltig / 60 mm 67 x 60 mm	Mo.–Sa.	600,–	900,–	1.200,–
	3-spaltig / 75 mm 103 x 75 mm	Mo.–Sa.	900,–	1.200,–	1.500,–
	4-spaltig / 90 mm 139 x 90 mm	Mo.–Sa.	1.400,–	1.700,–	2.000,–
	8-spaltig / 50 mm 282 x 50 mm	Mo.–Sa.	1.500,–	1.800,–	2.100,–

**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	
<b>gewerblich</b>	bis 3 Zeilen jede weitere Zeile	30,– 10,–	45,– 15,–	<b>Kleinanzeigen-Annahme:</b> 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  <b>Annahmeschluss:</b> 2 Werktage vor Erscheinen (12 Uhr)  <b>Günstige Monats- und Jahresabos auf Anfrage.</b>
<b>Ferienwohnungen</b>	bis 3 Zeilen jede weitere Zeile	30,– 10,–	45,– 15,–	
<b>privat (inkl. MwSt.)</b>	bis 3 Zeilen jede weitere Zeile (keine Rabatte nach Malstaffel)	9,– 3,–	13,50 4,50	
<b>Chiffregebühr</b>	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.				

**FORMAT- UND PREISBEISPIELE S/W- UND FARBANZEIGEN**

**MONTAG-FREITAG**

<p><b>Panoramaseite</b> 13-spaltig 596 x 420 mm</p> <p>s/w 17.472,- 2c 21.021,- 3c/4c 24.570,-</p>	<p><b>1/1 Seite</b> 6-spaltig 282 x 420 mm</p> <p>s/w 8.064,- 2c 9.702,- 3c/4c 11.340,-</p>	<p><b>1/2 Seite</b> quer: 6-spaltig 282 x 210 mm hoch: 3-spaltig 139 x 420 mm</p> <p>s/w 4.032,- 2c 4.851,- 3c/4c 5.670,-</p>	<p><b>Eckfeldanzeige</b> 1.000er Format 4-spaltig 187 x 250 mm</p> <p>s/w 3.950,- 2c 4.700,- 3c/4c 5.500,-</p>
<p><b>1/3 Seite hoch</b> 2-spaltig 92 x 420 mm</p> <p>s/w 2.688,- 2c 3.234,- 3c/4c 3.780,-</p>	<p><b>1/3 Seite quer</b> 6-spaltig 282 x 140 mm</p> <p>s/w 2.688,- 2c 3.234,- 3c/4c 3.780,-</p>	<p><b>1/4 Seite quer</b> 6-spaltig 282 x 105 mm</p> <p>s/w 2.205,- 2c 2.646,- 3c/4c 3.087,-</p>	<p><b>Eckfeldanzeige</b> 1/4 Seite 3-spaltig 139 x 210 mm</p> <p>s/w 2.898,00 2c 3.465,00 3c/4c 4.063,50</p>
<p><b>1/6 Seite hoch</b> 1-spaltig 44 x 420 mm</p> <p>s/w 1.932,- 2c 2.310,- 3c/4c 2.709,-</p>	<p><b>Textteilanzeige</b> 2-spaltig 92 x 70 mm</p> <p>s/w 1.708,- 2c 2.158,- 3c/4c 2.608,-</p>	<p><b>Titelkopfanzeige</b> Festformat 38 x 35 mm</p> <p>s/w 805,- 2c 1.255,- 3c/4c 1.705,-</p>	<p><b>TV-Programm</b> 3-spaltig / 75 mm 103 x 75 mm</p> <p>s/w 900,- 2c 1.200,- 3c/4c 1.500,-</p>

8

**FORMAT- UND PREISBEISPIELE S/W- UND FARBANZEIGEN**

**SAMSTAG**

<p><b>Panoramaseite</b> 13-spaltig 596 x 420 mm</p> <p>s/w 19.383,- 2c 23.205,- 3c/4c 27.300,-</p>	<p><b>1/1 Seite</b> 6-spaltig 282 x 420 mm</p> <p>s/w 8.946,- 2c 10.710,- 3c/4c 12.600,-</p>	<p><b>1/2 Seite</b> quer: 6-spaltig 282 x 210 mm hoch: 3-spaltig 139 x 420 mm</p> <p>s/w 4.473,- 2c 5.355,- 3c/4c 6.300,-</p>	<p><b>Eckfeldanzeige</b> 1.000er Format 4-spaltig 187 x 250 mm</p> <p>s/w 4.400,- 2c 5.250,- 3c/4c 6.150,-</p>
<p><b>1/3 Seite hoch</b> 2-spaltig 92 x 420 mm</p> <p>s/w 2.982,- 2c 3.570,- 3c/4c 4.200,-</p>	<p><b>1/3 Seite quer</b> 6-spaltig 282 x 140 mm</p> <p>s/w 2.982,- 2c 3.570,- 3c/4c 4.200,-</p>	<p><b>1/4 Seite quer</b> 6-spaltig 282 x 105 mm</p> <p>s/w 2.457,00 2c 2.961,00 3c/4c 3.433,50</p>	<p><b>Eckfeldanzeige</b> 1/4 Seite 3-spaltig 139 x 210 mm</p> <p>s/w 3.213,00 2c 3.843,00 3c/4c 4.504,50</p>
<p><b>1/6 Seite hoch</b> 1-spaltig 44 x 420 mm</p> <p>s/w 2.142,- 2c 2.562,- 3c/4c 3.003,-</p>	<p><b>Textteilanzeige</b> 2-spaltig 92 x 70 mm</p> <p>s/w 1.897,- 2c 2.347,- 3c/4c 2.797,-</p>	<p><b>Titelkopfanzeige</b> Festformat 38 x 35 mm</p> <p>s/w 862,75 2c 1.312,75 3c/4c 1.762,75</p>	<p><b>TV-Programm</b> 3-spaltig / 75 mm 103 x 75 mm</p> <p>s/w 900,- 2c 1.200,- 3c/4c 1.500,-</p>

9



**TAZ.DE**

**Werbung auf taz.de:**

- **Treffsicher platziert.**  
Auf taz.de erreichen Sie User, die offen für Neues sind und täglich aktuelle Information und anspruchsvolle Unterhaltung jenseits des Mainstreams nutzen.
  - **Schnell, d.h. kurzfristig platzier- und optimierbar.**
  - **Kostengünstig.**
  - **Unmittelbar und interaktiv** durch Verlinkung auf Ihre Homepage.
- ... und natürlich weiterhin **kombinierbar mit der Print-taz!**

**Adresse:**

www.taz.de

**Anzeigenadresse:**

www.taz.de/anzeigen-verlag

**Dateiformate:**

GIF, JPEG, Flash. Sonderformate auf Anfrage.

Ein zu legender Hyperlink muss mit der Auftragserteilung als vollständige URL angegeben werden.

**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 und ist nicht mit anderen Rabatten kombinierbar.

**Zahlungsbedingungen:**

somit nach Rechnungserhalt netto Kasse, 2 % Skonto bei Einzugsermächtigung, 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

**PREISE**

Werbeformen Format	Größe in Pixel	max. KB	Preise je 1.000 Kontakte	
			Festplatzierung	Rotation
Superbanner	728 x 90	30	30,-	20,-
Skyscraper	120 x 600	30	30,-	20,-
Content Banner	248 x 80	20	10,-	10,-
Content Banner	424 x 120	25	20,-	-
Content Banner	248 x 248	25	15,-	10,-
Rectangle	300 x 250	30	-	30,-
Wallpaper		60	70,-	-

Sonderwerbeformen auf Anfrage. Alternativ zum TKP bieten wir Ihnen zeitraumbezogene Werbung zu Festpreisen an.



**JOURNALE**



Mit den taz-Journalen, die 2x im Jahr erscheinen, positioniert sich die tageszeitung mit einem glänzenden und durchweg farbigen Produkt auf dem Medienmarkt.

Titel und Themen, Auflagen und Preise von erschienenen und zukünftigen Publikationen finden Sie unter [www.taz.de](http://www.taz.de).

**FLYING PAGES**



**Anzeigengröße**  
Titelseite ohne  
Titelkopf  
126 x 362 mm  
Titelseite mit  
Titelkopf /  
Rückseite  
126 x 427 mm

**DOSSIERS**

Die taz veröffentlicht mit Dossiers zu aktuellen Themen im Laufe des Jahres immer wieder informative und umfassende Schwerpunkte.

Themen und Konditionen erfahren Sie zeitnah im Internet oder per Telefon.

Ausgaben (Farbpreise in €)	1. Produkt Titel- und Rückseite	plus 3. Produkt Titel- und Rückseite
taz berlin	5.000 €	7.500 €
taz nord	4.000 €	6.000 €
Kombi berlin/nord	8.000 €	12.000 €

Auch das 2. und 4. Produkt können belegt werden.

**SONDERTHEMEN 2008 IN DER BUNDESAUSGABE**

Auszug

Informationen zu regionalen Sonderthemen und Aktualisierungen im Internet unter [www.taz.de](http://www.taz.de).

Thema	Monat	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
anthroposophie					12						18		
beruf & qualifikation			16 <sup>1</sup>		26						4	29	
biofach			21 <sup>2</sup>										
energie & umwelt				8 <sup>3</sup>		17	12 <sup>4</sup>			9 <sup>5</sup>	x <sup>6</sup>		6
fahr rad!					5	31 <sup>7</sup>							
fairer handel										13 <sup>8</sup>			
frauentaz				8									
geld & versicherungen				15						x <sup>9</sup>			
kinder			23							20			
literaturbeilagen				13 <sup>10</sup>							15 <sup>11</sup>	29	
weltmusik					x								
naturkosmetik						24							
reisespecial		12 <sup>12</sup>											
reise & outdoor			9										
wein				15 <sup>13</sup>									

**\* Sonderthemen mit Messebezug**

Neben der tagestäglichen taz mit 260.000 LeserInnen sowie der Präsenz auf [taz.de](http://taz.de) (monatlich ca. 7 Mio. User) erreichen Sie mit den „Messe“-Sonderthemen, die vor Ort verteilt werden, Ihre Zielgruppe nahezu ohne Streuverluste ganz direkt.

- 1 didacta – 2 biofach – 3 new energy – 4 intersolar – 5 husum wind – 6 interpellats – 7 umweltfestival – 8 woche fairer handel – 9 grünes geld – 10 leipziger buchmesse – 11 frankfurter buchmesse – 12 cmt stuttgart – 13 pro wein

**HIGHLIGHTS**

**beruf & qualifikation**

Mit den Sonderseiten beruf & qualifikation bringen wir unsere LeserInnen immer auf den neuesten Stand. Interessante Hintergrundberichte werden ergänzt durch aktuelle Informationen zu Aus- und Weiterbildungen, Sprachkursen und Seminaren.

**energie & umwelt**

Nachhaltige Sonderseiten informieren über Klimawandel, -schutz und die Entwicklungen in den unterschiedlichen Branchen, jetzt neu auch monothematisch.

**fairer handel**

Anlässlich der Fairen Woche informiert die taz über Lebens- und Arbeitssituation von ProduzentInnen, über Initiativen und politische Hintergründe sowie über fair gehandelte Produkte.

**Anzeigen- und Druckunterlagenschluss:**

15 Tage vor Erscheinen

<b>Nähere Informationen:</b>	(0 30) 2 59 02 -
literaturbeilagen	-1 55
geld & versicherungen, energie & umwelt, anthroposophie	-1 33
kinder, frauen	-1 26
biofach, fairer handel, naturkosmetik	-1 30
reise & outdoor	-3 26
beruf & qualifikation	-1 56
fahr rad!, reisespecial, wein, weltmusik	-2 90

12

**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,-	110,50	119,-	127,50	136,-	144,50	153,-	161,50	170,-	178,50

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/m<sup>2</sup>

**Annahme- und Rücktrittsschluss**  
10 Tage vor Erscheinen

**Beilagenlieferung**  
spätestens 3 Werktage 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**

**Beilagefähigkeit**  
Zur Überprüfung benötigen wir 6 Muster spätestens  
5 Tage vorab. Leporello nicht beilagefähig.

**Liefermengen**  
Bitte ca. 2 Wochen vor Beilagetermin nochmals  
abfragen (Unterschiede je nach aktueller Auflage,  
Anlieferungsort und Teilbelegung). Die angelieferte  
Stückzahl sollte an der Ware erkennbar sein.  
Beilagen dürfen nicht verschränkt oder gebündelt  
angeliefert werden.

**Sonstige Bedingungen**  
Konkurrenzausschluss kann nicht gewährt werden.  
Mehrfachbelegung behalten wir uns vor. Ein  
kostenloser Beilagenhinweis kann veröffentlicht  
werden. Beilagen dürfen keine Fremdwerbung  
enthalten.

**AUSLIEFERUNGSORTE**

bei Belegung der	Bundes- ausgabe	taz berlin	taz nord	taz hamburg	taz bremen
Henke Pressedruck, Plauener Str. 160, 13053 Berlin	X	X			
Druckerei A. Beig, Damm 9–15, 25421 Pinneberg	X		X	X	X
Caro Druck, Kasseler Str. 1a, 60486 Frankfurt	X				

**BERATUNG**

**Bundesausgabe und taz berlin**  
Telefon (0 30) 2 59 02 -2 38

**taz hamburg**  
Telefon (0 40) 38 90 17 -12

**taz bremen**  
Telefon (04 21) 9 60 26 -10

GRUNDPREISE je mm	Satzspiegel 282 x 420 mm		s/w	2c	3c/4c
<b>mm-Grundpreise im Anzeigenteil</b>		Mo.-Fr.	1,05	1,25	1,45
Mindestgröße 30 mm	Farbanzeigen Mo.-Fr.: 2c 200 mm 3c/4c 400 mm	Samstag	1,25	1,50	1,75
<b>1/1 Seite (2.520 mm)</b>	(Panoramaanzeigen: 13 Spalten, Mindesthöhe 100 mm)	Mo.-Fr.	2.646,-	3.150,-	3.654,-
		Samstag	3.150,-	3.780,-	4.410,-
<b>Textteilanzeigen (3 Seiten Textanschluss)</b>	maximal 2 Spalten, 90 mm hoch	Mo.-Fr.	3,80	4,75	5,70
		Samstag	4,50	5,60	6,75
<b>Anzeigen auf Titelseite Berlin</b>		Mo.-Fr.	2,25	2,70	3,15
je mm	max. 600 Gesamtmillimeter	Samstag	2,60	3,10	3,65
<b>Titelkopfanzeige</b>	feste Höhe 30 mm einspaltig. Auch 2- oder 3-spaltig möglich.	Mo.-Fr.	135,-	170,-	205,-
		Samstag	156,-	195,-	235,-
<b>Griffecke</b>	Festformat 2-spaltig / 85 mm hoch	Mo.-Fr.	340,-	425,-	510,-
		Samstag	420,-	525,-	630,-

ABWEICHENDE PREISE je mm (Alleinplatzierung)			s/w	2c	3c/4c
<b>Streifenanzeigen</b>	blattbreit 30-49 mm	Mo.-Fr.	1,70	2,05	-
Mindestformat blattbreit: 30 mm hoch		Samstag	2,00	2,40	-
Ab 100 mm hoch blattbreit bzw. 2-spaltig blatthoch siehe Grundpreise	blattbreit 50-99 mm blatthoch 1-spaltig	Mo.-Fr.	1,50	1,80	2,10
		Samstag	1,80	2,15	2,50
<b>Eckfeldanzeigen</b>	200-599 mm	Mo.-Fr.	1,70	2,05	2,40
		Samstag	2,00	2,40	2,80
	600-999 mm	Mo.-Fr.	1,50	1,80	2,10
		Samstag	1,80	2,15	2,50
<b>Sonderformate auf Anfrage</b>	1.000-1.500 mm	Mo.-Fr.	1,25	1,50	1,75
Farbpreise gelten für druckfertig gelieferte Vorlagen. Satz- und Gestaltungs-kosten nach Aufwand.		Samstag	1,50	1,80	2,10

14

ERMÄSSIGTE PREISE je mm (für rubrizierte Anzeigen)			s/w	2c	3c/4c
<b>Kultur, Veranstaltungen, Kino, Restaurants, Buchhandel, Verlage, Touristik</b> (keine Verkehrsträger)		Mo.-Fr.	0,95	1,15	1,30
		Samstag	1,05	1,30	1,50
<b>Unterricht</b>		Mo.-Fr.	1,00	1,20	1,40
		Samstag	1,15	1,40	1,60
<b>Familienanzeigen, Stellengesuche (privat)</b>		Mo.-Fr.	0,95	-	-
Farbpreise auf Anfrage		Samstag	1,05	-	-
<b>Theatervorschau</b> (Preis je Zeile, keine Rabatte, keine AE)		Mo.-Sa.	2,50	-	-

**Anzeigen- und Druckunterlagenschluss:**  
s/w-Anzeigen: 1 Werktag vor Erscheinen, 12 Uhr (für Montag: freitags, 12 Uhr)  
Farbanzeigen: 2 Werktage vor Erscheinen, 12 Uhr

**Rabatte für Kombinationsanzeigen in den Lokalteilen:**  
Bei Belegung der drei Lokalteile Berlin, Hamburg, Bremen: 20 %  
Bei Belegung von zwei Lokalteilen: 15 %

KLEINANZEIGEN (Fließtext)	Mo. bis Sa.	
<b>gewerblich</b> bis 3 Zeilen jede weitere Zeile	15,- 5,-	<b>taz Verlags- und Vertriebs GmbH</b> Postfach 61 02 29 10923 Berlin Internet <a href="http://www.taz.de">www.taz.de</a> E-Mail <a href="mailto:anzeigen@taz.de">anzeigen@taz.de</a> Fax (0 30) 2 51 06 94 <b>Telefon (0 30) 2 59 02 -1 30</b> Disposition, Beilagen, Familien- und Immobilienanzeigen -2 38 Anzeigenberatung und Sonderthemen -1 33 Verkaufsleitung -1 30 Anzeigenleitung -1 18
<b>Ferienwohnungen</b> bis 3 Zeilen jede weitere Zeile	15,- 5,-	
<b>privat (inkl. MwSt.)</b> bis 3 Zeilen jede weitere Zeile (keine Rabatte nach Malstaffel)	3,00 1,00	
<b>Chiffregebühr</b> (gilt auch für gestaltete Anzeigen)	8,-	
<b>Günstige Wochen- und Monatsabos auf Anfrage.</b> Ca. 50 Anschläge pro Zeile, Fettdruck am Textanfang, kein Belegversand. Zahlungsweise für private Kleinanzeigen: nur Bankeinzug oder Vorauskasse, keine Rechnungslegung.		
<b>Annahme</b> <b>Telefon</b> (0 30) 2 59 02 -2 22 <b>Fax</b> (0 30) 2 59 02 -4 44 <b>E-Mail</b> <a href="mailto:kleinanz@taz.de">kleinanz@taz.de</a> <b>Internet</b> <a href="http://www.taz.de">www.taz.de</a>		
<b>Annahmeschluss 1 Werktag vor Erscheinen, 10.00 Uhr</b>		



**DIE NEUE TAZ NORD – EINE LEUCHE MEHR!**

Wir haben klar Schiff gemacht, trotz rauer See, und halten Kurs auf den ganzen Norden – täglich!

Sie erreichen mit der taz nord 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 gesamten norddeutschen Raum in einer Zeitung!

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

TAZ NORD je mm			s/w	2c	3c/4c
<b>mm-Grundpreise im Anzeigenteil</b> Mindestgröße s/w 30 mm 2c 300 mm 3c/4c 600 mm		Mo.–Fr. Samstag	1,60 2,00	<b>FARBZUSCHLÄGE AUF S/W-PREISE:</b> 150,– 300,– 150,– 300,–	
<b>1/1 Seite (2.520 mm)</b> (Panoramaanzeigen: 13 Spalten, Mindesthöhe 100 mm)		Mo.–Fr. Samstag	4.032,– 5.040,–	4.182,– 5.190,–	4.332,– 5.340,–
<b>Eckfelddanzeigen</b>				<b>FARBPREIS JE MM:</b>	
	200–599 mm	Mo.–Fr. Samstag	2,50 3,10	3,20 4,00	– –
	600–999 mm	Mo.–Fr. Samstag	2,20 2,70	2,70 3,40	3,25 3,95
	1.000–1.500 mm	Mo.–Fr. Samstag	1,70 2,20	2,25 2,85	2,70 3,25
<b>Anzeigen auf Titelseite</b> max. 600 Gesamtmillimeter		Mo.–Fr. Samstag	3,60 4,30	<b>FARBZUSCHLÄGE AUF S/W-PREISE:</b> 150,– 300,– 150,– 300,–	

16

ABWEICHENDE PREISE je mm			s/w	2c	3c/4c
<b>Kino Nord</b>		Donnerstag	2,00	<b>FARBZUSCHLÄGE AUF S/W-PREISE:</b> 150,– 300,–	
<b>Sonderthemen</b>		Samstag	2,00	150,–	300,–
<b>Nordwiese / Stellenmarkt</b>		Samstag	1,60	150,–	300,–
<b>Familienanzeigen</b>		Samstag	1,35	150,–	300,–

**Rabatte für Kombinationsanzeigen:**  
Bei Belegung des Lokalteils Berlin und des Regionalteils „taz nord“: 15 %

KLEINANZEIGEN (Fließtext)		SAMSTAG	
<b>gewerblich</b>	bis 5 Zeilen jede weitere Zeile	21,00 4,20	<b>Die taz nord erreichen Sie in Hamburg und in Bremen:</b> <b>taz hamburg</b> 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  <b>taz bremen</b> 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
<b>Ferienwohnungen</b>	bis 5 Zeilen jede weitere Zeile	21,00 4,20	
<b>privat (inkl. MwSt.)</b>	bis 5 Zeilen jede weitere Zeile (keine Rabatte nach Malstaffel)	6,00 1,20	
<b>Chiffregebühr</b> (gilt auch für gestaltete Anzeigen)		8,00	
Ca. 50 Anschläge pro Zeile, Fettdruck am Textanfang, kein Belegversand. Zahlungsweise für private Kleinanzeigen: nur Bankeinzug oder Vorkasse, keine Rechnungslegung.			
<b>Annahme</b>	<b>Fax Hamburg (0 40) 38 90 17 -10</b> <b>Fax Bremen (04 21) 96 0 26 -60</b> <b>E-Mail kleinanzeigen@taz-nord.de</b>		
<b>Annahmeschluss: Donnerstag, 13.00 Uhr</b>			



GRUNDPREISE je mm		Satzspiegel 282 x 420 mm		
		s/w	2c	3c/4c
<b>mm-Grundpreise im Anzeigenteil</b>		Mo.-Fr.	1,00	1,25
Mindestgröße s/w 30 mm 2c 300 mm 3c/4c 600 mm		Samstag	1,30	1,45
Farbzuschlag unterhalb der Mindestgröße 2c 150,-, 3c/4c 300,-				
<b>Alleinplatzierung auf Lokalseite Hamburg je mm</b>		Mo.-Fr.	2,30	150,-
ab 600 Gesamtmillimeter		Samstag	2,70	150,-
<b>Textteilanzeigen (3 Seiten Textanschluss)</b>		Mo.-Fr.	2,70	150,-
maximal 2 Spalten, 90 mm hoch		Samstag	3,50	150,-
<b>Titelkopfanzeigen</b>		Mo.-Fr.	4,20	150,-
feste Höhe 30 mm, 1-, 2- oder 3-spaltig		Samstag	5,00	150,-
ABWEICHENDE PREISE je mm			s/w	2c
<b>Streifenanzeigen Querformat</b>		Mo.-Fr.	1,70	2,00
Mindestformat blattbreit, 50 mm hoch, ab 600 mm siehe Grundpreise		Samstag	2,10	2,50
<b>Streifenanzeigen Hochformat</b>		Mo.-Fr.	1,70	2,00
Mindestformat 1-spaltig blattoch, ab 2 Spalten blattoch siehe Grundpreise		Samstag	2,10	2,50
<b>Eckfelddanzeigen</b>	200-599 mm	Mo.-Fr.	1,70	2,00
		Samstag	2,10	2,50
	600-999 mm	Mo.-Fr.	1,50	1,80
	Samstag	1,90	2,30	
	1.000-1.500 mm	Mo.-Fr.	1,30	1,60
		Samstag	1,70	2,10
<b>Themensonderhefte im Tabloidformat</b>		Mo.-Sa.	1,70	2,00
Mindestgröße s/w 30 mm 2c 300 mm 3c/4c 600 mm				
Farbzuschlag unterhalb der Mindestgröße 2c 150,-, 3c/4c 300,-				
<b>Familienanzeigen</b>		Mo.-Sa.	0,80	150,-

Anzeigen-/Druckunterlagenschluss: 2 Werktage (Farbanzeigen: 3 Werktage) vor Erscheinen. Rabatte für Kombinationsanzeigen in den Lokalteilen siehe Seite 19.

**taz hamburg**  
taz Entwicklungs GmbH & Co. Medien KG  
Harkortstr. 81, 22765 Hamburg

**Internet** www.taz-hamburg.de  
**E-Mail** anzeigen@taz-hamburg.de  
**Fax** (0 40) 38 90 17 -10

**Telefon** (0 40) 38 90 17 - Disposition -13 / -14  
Anzeigenberatung -13 / -14  
Anzeigenleitung -12



GRUNDPREISE		Satzspiegel 282 x 420 mm		
		s/w	2c	3c/4c
<b>mm-Grundpreise im Anzeigenteil</b>		Mo.-Fr.	0,90	1,10
Mindestgröße s/w 30 mm 2c 300 mm 3c/4c 600 mm		Samstag	1,15	1,35
Farbzuschlag unterhalb der Mindestgröße 2c 150,-, 3c/4c 300,-				
<b>1/1 Seite Formatpreis</b>		Donnerstag	2.268,-	2.268,-
		Samstag	2.898,-	2.898,-
<b>Alleinplatzierung auf Lokalseite Bremen Formatpreis 1/4-Seite</b>		Mo.-Fr.	1.300,-	1.300,-
		Samstag	1.700,-	1.700,-
<b>Textteilanzeige (im redaktionellen Umfeld)</b>		Mo.-Fr.	2,30	+ 150,-
je mm s/w plus Farbzuschlag		Samstag	2,60	+ 150,-
<b>Titelkopfanzeige Formatpreis 1-spaltig 30 mm</b>		Mo.-Fr.	110,-	160,-
		Samstag	130,-	180,-
ABWEICHENDE PREISE je mm			s/w	2c
<b>Eckfeld- und Streifenanzeigen</b>	200-599 mm	Mo.-Fr.	1,50	1,80
		Samstag	1,80	2,10
	600-999 mm	Mo.-Fr.	1,40	1,70
	Samstag	1,70	2,00	
	1.000-1.500 mm	Mo.-Fr.	1,30	1,60
		Samstag	1,60	1,90
<b>Familienanzeigen je mm s/w plus Farbzuschlag</b>		Mo.-Sa.	0,75	+ 150,-

**AD-Specials** taz + digitaz / crossmedia sowie Beilagen bitte gesondert abfragen.

**Anzeigen- und Druckunterlagenschluss**  
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:**  
Bei Belegung der drei Lokalteile Berlin, Hamburg, Bremen: 20 %  
Bei Belegung von zwei Lokalteilen: 15 %

**taz bremen**  
taz Entwicklungs-GmbH & Co. Medien KG

Schlachte 2  
28195 Bremen

**Internet** www.taz-bremen.de  
**E-Mail** anzeigen@taz-bremen.de

**Telefon** (04 21) 9 60 26 -10 / -13  
**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 (Euroska), alle anderen**  
Farbtöne nach HKS-Z-Farbfächer.

**Punktuwachs 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.

**ZAHLUNGSBEDINGUNGEN**

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

**SATZSPIEGEL**

Breite 282 mm x Höhe 420 mm (2.520 Gesamtmillimeter)  
Spaltenzahl 6 (Text- und Anzeigenspalten gleiche Breite)

Spalten	1	2	3	4	5	6	13
Spaltenbreite in mm	44	92	139	187	234	282	...
Panoramaanzeigen in mm	.....						596

**NACHLÄSSE** für Abschlüsse innerhalb eines Jahres

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

**Rabatte für Kombinationsanzeigen in den**  
**Lokalteilen Berlin, Hamburg und Bremen sowie des Regionalteils „taz nord“:**

Bei Belegung von drei Teilen: 20 % Rabatt.  
Bei Belegung von zwei Teilen: 15 % Rabatt.

**die tageszeitung** Allgemeine Geschäftsbedingungen

Telefonische Anzeigenberatung unter (0 30) 2 59 02 - 1 30 / - 2 38

**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 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 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.
- 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 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.
- 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, 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 Musters 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. Der Verlag behält sich vor, Anzeigen, die Fremdwerbung enthalten, abzulehnen oder einen höheren Preis zu berechnen.
- 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.
- 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. 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 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 Käufern 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.
- Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrek-

- turen, 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 Auftraggeber 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 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 Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
- Der Verlag liefert 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.
- Kosten für die Anfertigung bestellter Druckstöcke, Matern und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
- 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 (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigender Man-

Verlagsangaben	Mediadaten MA 2007	Anzeigenpreise Bundesausgabe	Preisbeispiele Mo-Fr Preisbeispiele Sa	taz.de Besonders werben	Sonderthemen 2008 Prospektbeilagen	Lokalteil Berlin	Regionalausgabe Nord	Lokalteil Hamburg Lokalteil Bremen	Technische Daten Rabatte AGB	AGB
----------------	-----------------------	---------------------------------	---	----------------------------	---------------------------------------	------------------	-------------------------	---------------------------------------	------------------------------------	-----

## Fortsetzung: Allgemeine Geschäftsbedingungen

gel, 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 Auftraggeber 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 Verahrung 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 Auftraggebers 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 Auftraggeber 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 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

Mit Erteilung eines Auftrages erkennt der Auftraggeber 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 Ausdruck 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 Auftraggebers erfolgt ist.

c) Die in der Anzeigenpreisliste bezeichneten Nachlässe werden nur für die innerhalb eines Jahres in einer Druckschrift erscheinenden Anzeigen eines Werbungtreibenden gewährt. Die Frist beginnt mit dem Erscheinen der ersten Anzeige.

d) Der Werbungtreibende hat rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb Jahresfrist entsprechenden Nachlass, wenn er zu Beginn der Frist einen Vertrag abgeschlossen hat, der auf Grund der Preisliste zu einem Nachlass von vornherein berechtigt. Die Ansprüche auf Nachvergütung oder Nachbelastung 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 Wiederholungsanzeigen hat der Auftraggeber Anspruch auf einen Anzeigenausschnitt für die erste Anzeige. Alle weiteren Termine können durch Aufnahmebescheinigung bestätigt werden.

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

i) 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 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 Anzeigenstarfs.

j) Die Urheberrechte an den vom Verlag gegen Entwurfskostenbeteiligung 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 ganzzeitigen Anzeigen und seitenteiligen Anzeigen können nur bis 5 Tage vor dem vereinbarten Druckunterlagenabschluss berücksichtigt werden. Abbestellungen müssen schriftlich erfolgen. Bei Abbestellung einer Anzeige kann der Verlag die entstandenen 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 Geschäftsbedingungen 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. 30 aufgeführten Tarife, Rabatte und Formate.

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 -werbemittel 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 Rahmen 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 entweder durch Zusendung oder Faxen des ausgefüllten und unterzeichneten Auftragsformulars, eines eigenständig formulierten und unterzeichneten Auftragswertes 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 fernmündliche Bestätigungen sind rechtlich unverbindlich.

## Fortsetzung: Allgemeine Geschäftsbedingungen

3.5. 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 Werbeagentur 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 fünf Werktagen vor dem zunächst vereinbarten Insertionstermin und steht unter dem Vorbehalt vorhandener Kapazitäten.

### 5. Stornierung

Eine kostenfreie Stornierung ist nur möglich bis spätestens fünf Werktagen 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 Stornierungstextes 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 zwei Werktagen vor dem vereinbarten ersten Schaltungszeitpunkt 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 geeigneter Werbemittel nicht durchgeführt werden kann und die taz trotz angemessener Bemühungen keine Ersatzbuchung eines Dritten bringen 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 Werbeschaltung 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 vorübergehend zu unterbrechen, falls ein hinreichender Verdacht auf rechtswidrige Inhalte der Website vorliegt, auf die der mit der Werbung verbundene Hyperlink verweist. Dies gilt insbesondere in den Fällen der Ermittlungen staatlicher Behörden oder einer Abmahnung eines vermeintlich Verletzten, es sei denn, diese ist offensichtlich unbegründet. 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 bestmögliche 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 fehlerfreie 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 Darstellungssoftware und/oder Hardware (z.B. Browser) des Users oder des Internetdienstleisters oder
- wenn die Beeinträchtigung bei der Wiedergabe des Werbemittels dessen Zweck nicht wesentlich beeinträchtigt oder
- durch Störung der Kommunikationsnetze (z.B. aber nicht ausschließlich Leitungs- und/oder Stromausfall) oder
- durch Rechnerausfall auf Grund Systemversagens oder Leitungsausfall 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 Einzugsermächtigung, sofern ältere Rechnungen beglichen sind.

9.2. Bei Zahlungsverzug werden Zinsen und Einziehungskosten berechnet. Die taz kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Zahlung zurückstellen und für noch ausstehende 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 Teledienstschutzgesetz (TDDSG), Mediendienststaatsvertrag (MDStV), Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) sowie sonstigen datenschutzrechtlichen Bestimmungen davon unterrichtet, dass die im Rahmen der Inanspruchnahme der Leistungen der taz, insbesondere der Auftragserteilung und -bearbeitung, angegebene personenbezogene Daten ausschließlich zu dem Zwecke maschinenlesbar gespeichert, verarbeitet und genutzt werden, zu dem der AG dieses angegeben hat, sofern keine Einwilligung in eine andere Nutzung erteilt wurde sowie zum Zwecke der Abrechnung 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 Vertragsschluss 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 Rechtswirksamkeit der Schriftform.

22

Verlagsangaben	Mediadaten MA 2007	Anzeigenpreise Bundesausgabe	Preisbeispiele Mo–Fr	taz.de	Sonderthemen 2008	Regionalausgabe Nord	Lokalteil Hamburg	Technische Daten Rabatte	AGB
			Preisbeispiele Sa	Besonders werben	Prospektbeilagen	Lokalteil Berlin	Lokalteil Bremen	AGB	

23