

BERLIN LIEST LOKAL – BERLIN KAUFTE LOKAL – BERLIN WIRBT LOKAL

Der
Kiez-
Experte

MediaDaten 2016

Preisliste Nr. 20
gültig ab 1. Januar 2016

... DAMIT IHRE WERBUNG ANKOMMT

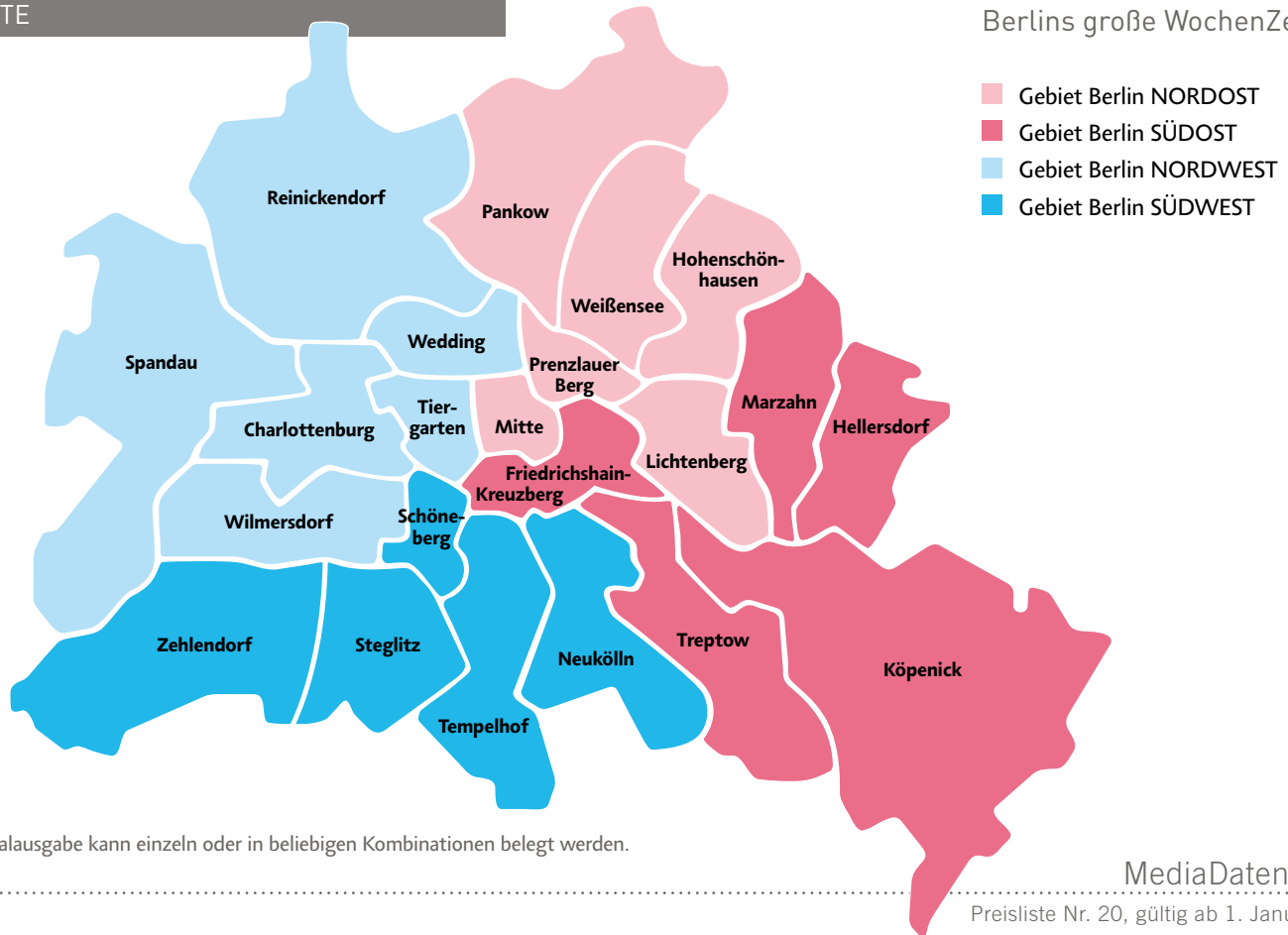


BERLINER
Abendblatt
www.abendblatt-berlin.de | Nr. 20 | Mi, Spandau 27. Jan 2016

Wir zeigen Berlin.
In **allen** Facetten.

GEBIETE

Berlins große Wochenzeitung.



Jede Lokalausgabe kann einzeln oder in beliebigen Kombinationen belegt werden.

ANZEIGENPREISE

Belegung	Lokalausgabe	Auflage	mm-Preis €	
010	Pankow	63.007	1,95	Nord-Ost
011	Weißensee	38.265	1,59	
012	Prenzlauer Berg	75.030	2,41	
013	Mitte	42.115	1,62	
014	Lichtenberg	79.429	2,54	
015	Hohenschönhausen	53.723	1,80	
016	Marzahn	69.410	2,29	Süd-Ost
017	Hellersdorf	57.881	1,96	
018	Treptow	61.010	1,98	
019	Köpenick	58.945	1,99	
020	Friedrichshain/Kreuzberg	57.090	2,19	
	NO/SO	655.905	15,62*	
021	Reinickendorf	97.455	3,08	Nord-West
023	Charlottenburg	55.715	1,85	
024	Wilmerdorf	36.405	1,41	
025	Spandau	41.767	1,62	
027	Tiergarten	22.065	1,26	
028	Wedding	52.760	1,81	
029	Neukölln	97.490	3,08	Süd-West
031	Steglitz	90.910	2,87	
032	Zehlendorf	42.820	1,59	
033	Tempelhof	86.248	2,82	
034	Schöneberg	20.610	1,25	
	NW/SW	644.245	15,85*	
	Trägerauflage	1.300.150	31,47*	

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 Mengestaffel

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 veröffentlicht werden. Über die Möglichkeiten unsere Kombinationspartner im Land Brandenburg zu belegen, informieren wir Sie gern.

Geprüfte Trägerauflage (II/14) durch Wirtschaftsprüfer nach den Richtlinien von BVDA und BDZV: 1.294.184 Exemplare.
Zusätzliche Auslage in ausgewählten Vertriebsstellen.



* enthält bereits den Kombinationsrabatt
s/w-Rabatt: 28 % auf den 4c-mm-Anzeigen-Preis

> VERLAG UND KUNDENKONDITIONEN

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

> s/w-Rabatt

28 % auf den 4c-mm-Preis

> TITELPLATZIERUNGEN

Platzierung

1. Spalte Titel	Aufschlag	40 %
2. Spalte Titel	Aufschlag	25 %
Titelfuß	Aufschlag	25 %

> BANKVERBINDUNG UND ZAHLUNGSBEDINGUNGEN

Deutsche Bank AG

IBAN: DE 76 1007 0000 0118 5578 00, BIC: DEUTDEBB

ID-Nr. DE 811 199 541, Steuer-Nr. 217/5842/2135, Finanzamt Köln-Nord

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

KLEINANZEIGEN (Gültig für Anzeigen innerhalb der Rubrikenmärkte)

Auflage 351.569
Pankow, Weißensee,
Prenzlauer Berg, Mitte,
Lichtenberg, Hohenschönhausen

Auflage 304.336
Marzahn, Hellersdorf,
Treptow, Köpenick,
Friedrichshain/Kreuzberg

Auflage 306.167
Reinickendorf, Spandau,
Charlottenburg, Wilmersdorf,
Tiergarten/Wedding

Auflage 338.078
Neukölln,
Steglitz/Zehlendorf,
Tempelhof, Schöneberg

Anzeigen	NORDOST	SÜDOST	NORDWEST	SÜDWEST
Grundpreis je mm 4c	6,50 €	6,50 €	6,50 €	6,50 €

Immobilien- und Reiseanzeigen 4c Gesamtauflage 13,90 € (enthält bereits den Kombinationsrabatt, nicht abschlussrabattfähig)

Fließtextanzeigen	NORDOST	SÜDOST	NORDWEST	SÜDWEST
-------------------	---------	--------	----------	---------

Gewerbliche Kleinanzeigen

bis 3 Zeilen (1. Zeile fett, 39 Zeichen, 2.+3. Zeile je 39 Zeichen)	21,20 €	21,20 €	21,20 €	21,20 €
jede weitere Zeile	5,00 €	5,00 €	5,00 €	5,00 €

Gewerbliche Immobilienanzeigen

bis 3 Zeilen (1. Zeile fett, 39 Zeichen, 2.+3. Zeile je 39 Zeichen)	13,00 €	13,00 €	13,00 €	13,00 €
jede weitere Zeile	4,50 €	4,50 €	4,50 €	4,50 €

Gewerbliche Reiseanzeigen

	Gesamtauflage
bis 3 Zeilen (1. Zeile fett, 39 Zeichen, 2.+3. Zeile je 39 Zeichen)	35,00 €
jede weitere Zeile	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 €

TECHNISCHE DATEN UND ANFORDERUNGEN**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-ROM/DVD WIN/MAC**Dateiformate:**

Hochauflösende Adobe-Acrobat-Datei 1.4 (*.pdf) oder EPS-Datei (*.eps). Verwendete Schriften müssen eingebunden bzw. in Kurven oder Zeichenwege umgewandelt sein. Die Dateien sind ohne Beschnitt und Passermarken anzuliefern. Anzeigen sollten grundsätzlich im Veröffentlichungsformat (1:1) vorliegen und nicht als offene Dateien, wie z. B. Dateien aus Office-Programmen, gesendet werden, da hier die Qualität nicht gewährleistet werden kann.

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

Bei Abbildungen ab 115 % wird keine Qualitätsgarantie übernommen.

Belichtungsauflösung: 1.270 dpi bei einem 48er Raster (100 lpi)**Tonwertbereich:** 3% bis 90%, Rasterflächen können ins Weiß auslaufen**Punktzuwachs:** ca. 26 % bei 50%iger Flächendeckung für Standard-Zeitungsdruckpapier**Farbmodus CMYK****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 WAN-Ifra-Website (<http://www.wan-ifra.org/de/articles/2015/09/30/newspaper-colour-profile-download>) für Standard-Zeitungsdruckpapier: WAN-IFRANewspaper26v5.icc**Daten-Übertragung****Empfangszeiten:** Täglich 24 Stunden unter Berücksichtigung der Anzeigenschlusstermine.**FTP:** ftp.abendblatt-berlin.de

User: azz-anzeigen, Passwort: AZZ#anzeigen

Kontakt: Tel.: (030) 293 88 88**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.

Druckfarben

Es wird nach den Vorgaben der DIN/ISO 12647-3 gearbeitet.

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-Z-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.

BEILAGENPREISE

> 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!
Anlieferung frühestens 7 Tage vor Erscheintermine.

> Technische Angaben:

1. Formate und g/m²-Gewichte:
Mindestformat: 10,5 x 14,8 cm bei einem Papiergewicht von mindestens 120 g/m².
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.



Berlins große Wochenzeitung.

> Grundpreis pro 1.000 Exemplare als Beilage im Abendblatt

bis 20 g: € 52,00	bis 50 g: € 61,50
bis 30 g: € 54,50	bis 60 g: € 65,00
bis 40 g: € 58,00	

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.

> Preis Direktverteilung auf Anfrage

> Zuschläge

Erstellung Teilbelegungsplanung	10 %
Erstellung Planung Geomarketing	30 %
Vorfristige Anlieferung	
Lagerung	10 € / Palette / Kalenderwoche
Handling	4 € pro Palette
Kontrollen	
max 1% der beauftragten Beilagenmenge	
1malig	50 € zzgl. 1 € / Adresse

> Sonstige Angaben:

1. Anschluss 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.

1. Angebotene Preise sowie alle anderen Abmachungen zwischen Auftraggeber und Auftragnehmer erlangen erst Verbindlichkeit durch die Auftragsbestätigung der Verteilfirma. Preisangebote werden in € zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer (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 Stücklöhne je Tsd. Exemplare basieren auf dem Gesetz zur Regelung eines allgemeinen Mindestlohns – Mindestlohngesetz (MiLoG) und den Erhebungen, Erfassungen und Kalkulationen, die zu Grunde gelegt wurden um den Mindestlohn aus dem Mindestlohngesetz nicht zu unterschreiten. Die Preise werden nach Format und Gewicht der Werbesendungen sowie nach der Aufgabenstellung der Verteilart, Fähigkeiten der örtlichen Zusteller und der Bebauungsstruktur und örtlichen Gegebenheiten 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 Auftragsverfüllung zu Lasten des Auftraggebers.
5. Bei vereinbarten Verteilterminen werden die zur Verteilung einzusetzenden Verteilgruppen verbindlich eingepplant. Falls der Auftraggeber aus irgendwelchen Gründen die Termine nicht einhalten kann, werden hierdurch zwangsläufig Arbeitspausen entstehen. Diese Arbeitspausen werden als Auftragsverfüllung 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. Verteilaufräge hinsichtlich Sendungen, die gegen bestehende Gesetze verstoßen, werden nicht durchgeführt. Der Auftraggeber behält sich vor, Verteilaufräge wegen sachlich gerechtfertigten Grundsätzen abzulehnen ohne Angaben von Gründen. Die Ablehnung eines Auftrags wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
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 Einwurfsverbot versehene Briefkästen (gekennzeichnet durch gut sichtbar angebrachten Aufkleber) wird geachtet. Von der Verteilung ausgenommen sind: Gewerbebetriebe, Büros, Kaufhäuser, Heime, Feriensiedlungen, Kasernen, Krankenhäuser, ebenso Häuser auf Betriebs- und Werksgeländen sowie Häuser, die außerhalb eines zusammenhängenden Wohngebietes liegen. Ebenfalls ausgenommen sind Haushalte oder Häuser, die einem Einwurf ausdrücklich widersprochen haben oder auf sogenannten Blacklist geführt werden. In Hochhäusern, in denen ein Briefkasteneinwurf nicht erlaubt ist, kann auch eine mit der Hausverwaltung abgestimmte Menge an dem dafür vorgesehenen Platz abgelegt werden, soweit die Hausverwaltung dem zugestimmt hat. Die Einholung dieser Zustimmung ist nicht Auftragsgegenstand, es sei denn, es wurde individuell vereinbart.
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, unverschludeter Verzögerungen, z.B. bei Betriebsstörungen gleich welcher Art, haftet die Verteilfirma nicht. Des Weiteren 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 abgebogen 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 umseitig genannten Verteilfirma.

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 Auftragnehmer behält sich vor, Anzeigenaufträge oder einzelne Werbemittel im Rahmen eines Abschlusses nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen abzulehnen oder zu sperren. Dies gilt insbesondere dann, wenn der Inhalt gegen Gesetze, behördliche Bestimmungen oder die guten Sitten verstößt oder die Veröffentlichung der Werbung für den Anbieter unzumutbar ist. Die Ablehnung eines Auftrags wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt. Darüber hinaus kann der Auftragnehmer eine bereits veröffentlichte Werbung zurückziehen, wenn der Auftraggeber nachträgliche Änderungen der Inhalte in der Werbung selbst beziehungsweise hinter der Werbung oder durch die Verweise (Link) vornimmt.
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-Aufritten 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 gesetzte 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 –,

- sowie gesetzlich zulässig, 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 Anzeigentgeltes 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, in der Regel 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. Bei Wort-, Familien- und privaten Gelegenheitsanzeigen besteht kein Anspruch auf Belegausschnitt.
 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 Preisminderungsansprüche 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. Einschreibriefe 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 anstelle und im erklärtem 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. Die Chiffregebühr wird pro Veröffentlichung berechnet, auch wenn keine Zusendungen eingehen.
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 Werbemittler 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 vornherein berechtigt. Fließtext ist nicht abschlussfähig.
- c) Der Verlag wendet bei Entgegennahme der Anzeigentexte die geschäftsübliche Sorgfalt an, haftet jedoch nicht, wenn er von Auftraggebern irreführt oder getäuscht wird. Eine inhaltliche oder rechtliche Prüfung findet nicht statt.
- 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 auf erstes Anfordern freizustellen. Durch Erteilung eines Anzeigenauftrages verpflichtet sich der Inserent, 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 privaten Kleinanzeigen gilt der Abbuchungsbeleg als Rechnung.
- 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 Beanstandungen 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 Papiervorlagen (z. B. Fotopapier) 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, Verlagssonderveröffentlichungen 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.

KONTAKTDATEN

Postanschrift

Berliner Abendblatt
Postfach 35 06 25
10215 Berlin

☎ 030 / 293 88 88

📠 030 / 293 88 74 94

Besucheranschrift

Berliner Abendblatt
Karl-Liebknecht-Straße 29
10178 Berlin

☎ 030 / 293 88 88

📠 030 / 293 88 74 94

www.abendblatt-berlin.de



... DAMIT IHRE WERBUNG ANKOMMT



BERLINER
Abendblatt
www.abendblatt-berlin.de | No. 24 10178 Berlin, 03. Jan. 2013

Wir zeigen Berlin.
In **allen** Facetten.