



Anzeigenpreisliste

Nr. 40, gültig ab Januar 2018



agma[®]

INHALTSVERZEICHNIS

AnsprechpartnerInnen, Technische Daten, Nachlässe	... 2
Mediadaten MA 2017	... 3
Bundesausgabe	... 4
Format- und Preisbeispiele	... 5
Sonderwerbformen	... 6
Kleinanzeigen	... 8
Onlinewerbung	... 9
Mobilwerbung	... 10
Lokalteil Berlin / NBL	... 11
Format- und Preisbeispiele	... 12
Nordausgabe, Lokalteile Hamburg, Bremen	... 13
Prospektbeilagen	... 14
Magazin FUTURZWEI	... 15
Allgemeine Geschäftsbedingungen	... 16

BUNDESAUSGABE UND LOKALTEIL BERLIN / NBL

taz Verlags- und Vertriebs GmbH
Friedrichstr. 21
10969 Berlin

Internet www.taz.de/anzeigen
E-Mail anzeigen@taz.de

Telefon (0 30) 2 59 02-3 14
Disposition, Beilagen -3 25
Familienanzeigen -3 14
Stellenanzeigen -1 56
Verkaufsleitung -1 30
Anzeigenleitung -1 18

Kleinanzeigen
Telefon (0 30) 2 59 02-2 22, Fax -4 44
E-Mail kleinanz@taz.de
www.taz.de/kleinanzeigen

Bankverbindung
Berliner Volksbank
BLZ: 100 900 00
Kto.: 566 2798 004
BIC: BEVODEBB
IBAN: DE62 1009 0000 5662 7980 04

NORDAUSGABE UND LOKALTEIL HAMBURG

**taz Entwicklungs GmbH & Co.
Medien KG**
Stresemannstraße 23
22769 Hamburg

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

Telefon (0 40) 38 90 17-
Disposition,
Beilagen,
Stellen- und
Familienanzeigen -4 54
Anzeigenberatung und
Sonderthemen -4 53
Anzeigenleitung -4 52

Bankverbindung
Hamburger Sparkasse
BLZ: 200 505 50
Kto.: 1 250 / 124 052
BIC: HASPDEHH
IBAN: DE62 2005 0550 1250 1240 52

NORDAUSGABE UND LOKALTEIL BREMEN

**taz Entwicklungs GmbH & Co.
Medien KG**
Pieperstraße 7
28195 Bremen

E-Mail anzeigen@taz-bremen.de
Fax (04 21) 9 60 26-60

Telefon (04 21) 9 60 26-4 42

Bankverbindung
Sparkasse in Bremen
BLZ: 290 501 01
Kto.: 1 013 762
BIC: SBREDE22XXX
IBAN: DE39 2905 0101 0001 0137 62

TECHNISCHE DATEN

Erscheinungsweise der taz

täglich, außer an Sonn- und Feiertagen

Druckverfahren

Zeitungsrollenoffset

Druckunterlagen

übermitteln Sie bitte per E-Mail.

Bitte fordern Sie unser Merkblatt mit allen Details zur digitalen Druckunterlagen-Übermittlung an.

Anhand der Betreffzeile muss der Auftrag eindeutig identifizierbar sein in folgender Form: „KundIn_TAZ_ET_Größe_Farbe“.

Dateien über 20 MB bitte auf CD per Post/Kurier.

Rasterweite

48 Linien/cm

Farbanzeigen

4c (Eurosкала).

Farbanzeigen erfordern farbverbindliche Proofs. Bei Tonwertabweichungen im Toleranzbereich des Druckverfahrens übernimmt der Verlag keine Garantie.

Punktzuwachs bunt 20 %, schwarz 20 %

(+/- 4 % bei 40 % Flächendeckung).

Gesamtfarbauftrag bis 240 %

(+/- 30 %, UCR-4c-Flächendeckung).

Gestaltungskosten

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

SATZSPIEGEL

Breite 284 mm x Höhe 430 mm (2.580 Gesamtmillimeter)

Spaltenzahl 6 (Text- und Anzeigenspalten gleiche Breite)

Spalten	1	2	3	4	5	6	13
Spaltenbreite in mm	44	92	140	188	236	284	⋮
Panoramaanzeigen in mm							600

NACHLÄSSE für Abschlüsse innerhalb eines Jahres

Malstaffel

für mehrmalige Veröffentlichung

3-mal	3 %
6-mal	5 %
12-mal	10 %
24-mal	15 %
52-mal	20 %

Mengenstaffel

für Millimeterabschlüsse von mindestens

1.500 mm	3 %	30.000 mm	21 %
2.500 mm	5 %	40.000 mm	22 %
5.000 mm	10 %	60.000 mm	23 %
10.000 mm	15 %	80.000 mm	24 %
20.000 mm	20 %	100.000 mm	25 %

ZAHLUNGSBEDINGUNGEN

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

RABATTE FÜR KOMBINATIONSANZEIGEN

Rabatte für Kombinationsanzeigen in den Lokalteilen Berlin/NBL, Hamburg und Bremen sowie in der Nordausgabe:

Bei Belegung von zwei Teilen: 15 % Rabatt.

Bei Belegung von drei Teilen: 20 % Rabatt.

DIE LESERSTRUKTUR DER TAZ NATIONAL

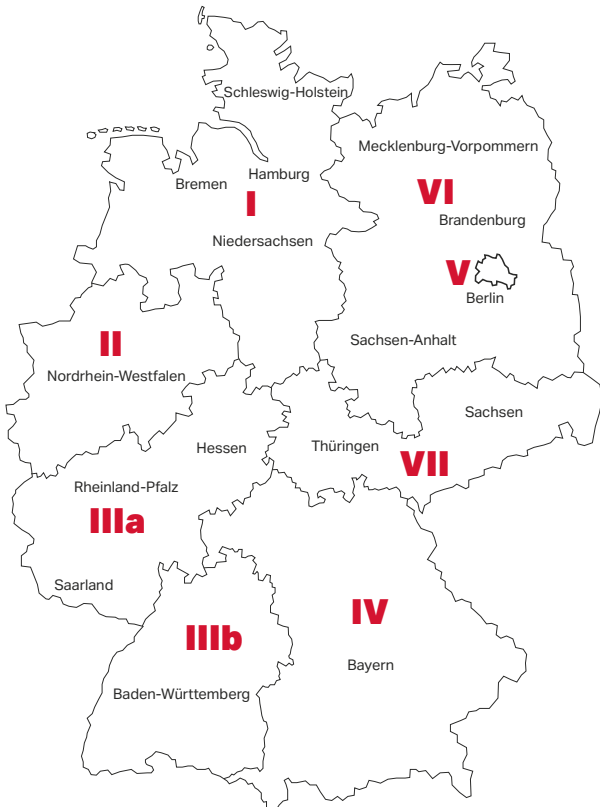
MA 2017 Pressemedien II

	Bevölkerungsstruktur in %	Leserstruktur der taz	
		in %	Personen
Gesamt ab 14 Jahre	100	100	207.000
Männer	49	55	113.000
Frauen	51	45	94.000
Alter des Befragten			
14–19 Jahre	7	3	7.000
20–29 Jahre	14	17	36.000
30–39 Jahre	14	18	37.000
40–49 Jahre	16	17	36.000
50–59 Jahre	18	20	41.000
60–69 Jahre	13	12	24.000
70 Jahre und älter	18	13	26.000
Ausbildung des Befragten			
Hauptschule ohne/mit Lehre	36	9	20.000
weiterführ. Schule ohne Abitur	30	25	52.000
Abitur/Studium	30	63	130.000
Tätigkeit des Befragten			
berufstätig	56	62	128.000
in Ausbildung, Schüler, Student	12	16	33.000
Rentner, Pensionär	25	18	38.000
nicht berufstätig	7	4	8.000

	Bevölkerungsstruktur in %	Leserstruktur der taz	
		in %	Personen
Beruf des Befragten (jetziger)			
Selbstständige (inkl. Landwirte)	5	7	14.000
Freiberufler	1	9	20.000
leit./qual. Angestellte u. Beamte	29	31	64.000
sonstige Angestellte u. Beamte	7	4	8.000
Arbeiter, Facharbeiter	14	10	22.000
Beruf des Haupteinkommensbeziehers			
Selbstständige (inkl. Landwirte)	8	12	25.000
Freiberufler	2	12	24.000
leit./qual. Angestellte u. Beamte	44	53	110.000
sonstige Angestellte u. Beamte	8	2	4.000
Arbeiter, Facharbeiter	34	16	33.000
Haushaltsnettoeinkommen			
unter 1.000 Euro	8	5	10.000
1.000–1.500 Euro	12	7	14.000
1.500–2.000 Euro	13	11	24.000
2.000–2.500 Euro	14	21	43.000
2.500–3.000 Euro	12	6	13.000
3.000 Euro und mehr	40	50	103.000

DIE ÜBERREGIONALE VERBREITUNG DER TAZ NACH NIELSEN- UND VERTRIEBSGEBIETEN

MA 2017



	Bevölkerungsstruktur in %	Leserstruktur der taz	
		in %	Personen
Nielsen-Gebiete			
Nielsen I Schleswig-Holstein, Hamburg, Niedersachsen, Bremen	16	23	47.000
Nielsen II Nordrhein-Westfalen	22	13	28.000
Nielsen IIIa Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland	14	9	18.000
Nielsen IIIb Baden-Württemberg	13	9	19.000
Nielsen IV Bayern	16	10	20.000
Nielsen V Berlin	4	18	37.000
Nielsen VI Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg, Sachsen-Anhalt	8	13	27.000
Nielsen VII Sachsen, Thüringen	8	5	11.000
Verbreitungsgebiete der taz Regional- und Lokalteile			
Berlin & Neue Bundesländer Berlin, NBL (ohne westl. Mecklenburg)	19	36	74.000
Nordausgabe Hamburg, Bremen, Schleswig-Holstein, Niedersachsen, westl. Mecklenburg	16	23	47.000
Hamburg Hamburg, Schleswig-Holstein, östl. Niedersachsen, westl. Mecklenburg	10	11	23.000
Bremen Bremen, westliches Niedersachsen	6	12	25.000

GRUNDPREISE je mm (Satzspiegel 284 x 430 mm)			s/w	farbig
mm-Grundpreise Mindestgröße: 30 mm		Mo.-Fr.	3,85	5,40
		Samstag	4,20	5,90
Textteilanzeigen (3 Seiten Textanschluss) Mindestgröße: 30 Gesamt-mm. Maximal 2 Spalten, 90 mm hoch		Mo.-Fr.	11,55	16,20
		Samstag	12,65	17,70
Anzeigen auf Titelseite				
Titelkopfanzeige (Wochenendausgabe)	Festformat 1-spaltig (44 mm x 30 mm)	Samstag	450,00	540,00
	Festformat 2-spaltig (92 mm x 30 mm)	Samstag	900,00	1.080,00
Griffecke	Festformat 64 mm x 100 mm 1- oder 2-spaltig, Höhe min. 80 mm, max. 120 mm 1- oder 2-spaltig, Höhe min. 80 mm, max. 120 mm	Mo.-Fr.	1.310,00	1.840,00
		Mo.-Fr.	9,35	13,10
		Samstag	10,30	14,40
Textspaltenanzeige (über Bruch)	Festformat 64 mm x 50 mm	Mo.-Fr.	620,00	850,00
Streifenanzeige Festformat 274 mm x 50 mm		Mo.-Fr.	1.750,00	2.450,00
		Samstag	1.930,00	2.710,00

STREIFENANZEIGEN je mm (Alleinplatzierung)			s/w	farbig
Streifenanzeigen Mindestformat blattbreit: 50 mm hoch Ab 200 mm hoch blattbreit bzw. 3-spaltig blatthoch siehe Grundpreise	blattbreit 50–99 mm hoch blatthoch 1-spaltig	Mo.-Fr.	5,70	8,00
		Samstag	6,20	8,70
	blattbreit 100–139 mm hoch	Mo.-Fr.	5,00	7,00
		Samstag	5,50	7,70
	blattbreit 140–199 mm hoch blatthoch 2-spaltig	Mo.-Fr.	4,60	6,45
		Samstag	5,00	7,00

ECKFEL DANZEIGEN je mm (Alleinplatzierung)			s/w	farbig
Eckfeldanzeigen	300–599 mm	Mo.-Fr.	5,70	8,00
		Samstag	6,20	8,70
	600–839 mm	Mo.-Fr.	5,00	7,00
		Samstag	5,50	7,70
	840–1.500 mm	Mo.-Fr.	4,60	6,45
		Samstag	5,00	7,00

ERMÄSSIGTE PREISE je mm (im Anzeigenteil)			s/w	farbig
Kultur, Veranstaltungen, Kino, Touristik (keine Verkehrsträger)		Mittwoch	2,90	4,05
		Samstag	3,20	4,45
Buchverlage, Buchhandel, Musiklabels		Mittwoch	2,30	3,20
		Samstag	2,50	3,50
Stellenangebote		Mittwoch	3,55	4,95
		Samstag	3,90	5,45
Unterricht		Mittwoch	3,25	4,55
		Samstag	3,55	4,95
Stellengesuche (privat)		Mittwoch	2,25	3,15
		Samstag	2,45	3,45
Familienanzeigen (privat) Firmen und Organisationen siehe Grundpreise		Mittwoch	2,00	2,80
		Samstag	2,05	2,85

FORMAT- UND PREISBEISPIELE S/W- UND FARBANZEIGEN

MONTAG-FREITAG

1/1 Seite
6-spaltig
284 x 430 mm

s/w 9.933,-
4c 13.932,-

1/2 Seite quer
6-spaltig
284 x 215 mm

s/w 4.966,50
4c 6.966,-

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

s/w 4.966,50
4c 6.966,-

Eckfeldanzeige
1.000er Format
4-spaltig
188 x 250 mm

s/w 4.600,-
4c 6.450,-

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

s/w 3.956,-
4c 5.547,-

1/3 Seite quer
6-spaltig
284 x 143 mm

s/w 3.946,80
4c 5.534,10

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

s/w 3.210,-
4c 4.494,-

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

s/w 3.225,-
4c 4.515,-

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

s/w 2.451,-
4c 3.440,-

Formate im Anzeigenteil

- 1-sp./80 mm
s/w 308,-
4c 432,-
- 2-sp./75 mm
s/w 577,50
4c 810,-
- 6-sp./40 mm
s/w 924,-
4c 1.296,-

Textteilanzeige
1-spaltig
44 x 50 mm

s/w 577,50
4c 810,-

1. Textspaltenanzeige (über Bruch)
64 x 50 mm

s/w 620,-
4c 850,-

2. Griffelcke auf Titelseite
2-spaltig, 92 x 100 mm

s/w 1.870,-
4c 2.620,-

FORMAT- UND PREISBEISPIELE S/W- UND FARBANZEIGEN

SAMSTAG

1/1 Seite
6-spaltig
284 x 430 mm

s/w 10.836,-
4c 15.222,-

1/2 Seite quer
6-spaltig
284 x 215 mm

s/w 5.418,-
4c 7.611,-

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

s/w 5.418,-
4c 7.611,-

Eckfeldanzeige
1.000er Format
4-spaltig
188 x 250 mm

s/w 5.000,-
4c 7.000,-

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

s/w 4.300,-
4c 6.020,-

1/3 Seite quer
6-spaltig
284 x 143 mm

s/w 4.290,-
4c 6.006,-

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

s/w 3.531,-
4c 4.943,40

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

s/w 3.547,50
4c 4.966,50

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

s/w 2.666,-
4c 3.741,-

Formate im Anzeigenteil

- 1-sp./80 mm
s/w 336,-
4c 472,-
- 2-sp./75 mm
s/w 630,-
4c 885,-
- 6-sp./40 mm
s/w 1.008,-
4c 1.416,-

Textteilanzeige
1-spaltig
44 x 50 mm

s/w 632,50
4c 885,-

1. Titelpopfanzzeige
2-spaltig, 92 x 30 mm

s/w 900,-
4c 1.080,-

2. Griffelcke auf Titelseite
2-spaltig, 92 x 100 mm

s/w 2.060,-
4c 2.880,-

ANZEIGEN IM TV-PROGRAMM (Festformate)

Bundesausgabe

Die Möglichkeit zur Senderpromotion, um einzelne TV-Sendungen oder Sponsoren von Sendungen hervorzuheben. Durch die Platzierung im TV-Programm gelingt eine planvolle Zielgruppenansprache.

			s/w	farbig
2-spaltig, 60 mm	69 x 60 mm	Mo.–Sa.	760,00	1.070,00
3-spaltig, 75 mm	105 x 75 mm	Mo.–Sa.	1.080,00	1.510,00
4-spaltig, 90 mm	141 x 90 mm	Mo.–Sa.	1.630,00	2.280,00
8-spaltig, 50 mm	284 x 50 mm	Mo.–Sa.	1.730,00	2.420,00



z.B. 3-sp. / 75 mm

s/w 1.080,00
4c 1.510,00

ANZEIGENSTRECKE

Bundesausgabe

Eine Anzeigenstrecke besteht aus mindestens drei 1/1 Anzeigen eines Kunden/einer Kundin.

Bitte beachten Sie den Vorlauf von 14 Tagen vor ET. Verbindliche Buchung erst nach Einzelfallprüfung.

Preise auf Anfrage.

ADVERTORIALS

Bundesausgabe | taz.berlin | taz.nord

Kreatives Ad special. Ihre Texte und Fotos transportieren umfassend Informationen über Dienstleistungen sowie Produktinformationen. Das Layout entspricht vollkommen Ihrem Unternehmensdesign.

Advertorials werden mit dem Wort „Anzeige“ gekennzeichnet und kostengünstig zum Anzeigengrundpreis abgerechnet.

Nach Bedarf gestalten wir Ihr individuelles Layout gegen Berechnung der Gestaltungskosten.

z.B. 1/2 Seite (Mo.–Fr.)

Bundesausgabe
s/w 4.966,50
4c 6.966,-

taz.berlin
s/w 1.677,-
4c 2.322,-

taz.nord
s/w 2.451,-
4c 3.483,-



L-ANZEIGEN

Bundesausgabe | taz.berlin | taz.nord

Werbewirksames Format in lang und breit. Der breitlaufende Streifen steht immer am Fuß der Seite, der nach oben laufende Teil der Anzeige in den Außenspalten rechts oder links.

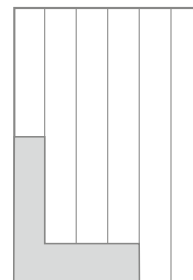
Mindestformat: 300 mm

pro mm		s/w	farbig
Bundesausgabe	Mo.–Fr.	5,70	8,00
	Samstag	6,20	8,70
taz.berlin	Mo.–Fr.	2,15	3,00
	Samstag	2,45	3,40
taz.nord	Mo.–Fr.	2,50	3,70
	Samstag	3,10	4,50

z.B. Bundesausgabe Mo.–Fr.

1-sp. 200 mm
plus 3-sp. 50 mm
= 350 mm gesamt

s/w 1.995,-
4c 2.800,-



MEMOSTICK – DIE HAFTNOTIZ AUF DER TITELSEITE

Bundesausgabe

Der Memostick ist das prominente Sonderformat über Bruch auf der Titelseite der taz die tageszeitung.

Festformat 76 x 76mm, beidseitig bedruckbar. Aufbringen je 1.000 Exemplare: je 150,00 €

Die Erstellung des Memosticks liegt in der Verantwortung des Auftraggebers.

Bei Bedarf kann die taz einen externen Hersteller vermitteln.

Weitere Informationen auf Anfrage.



Weitere Informationen auf Anfrage.

PANORAMA-ANZEIGEN

Bundesausgabe | taz.berlin | taz.nord

Diese Anzeigenform läuft über den Satzspiegel von zwei Seiten, inklusive des Mittelstegs.

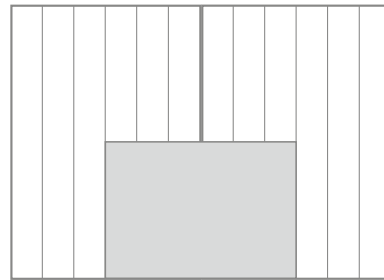
Eine 1/1 Panorama-Anzeige ist das größte Format, Abstufungen sind nach Absprache möglich.

Bitte beachten Sie den Vorlauf von 14 Tagen vor ET. Verbindliche Buchung erst nach Einzelfallprüfung.

Preise auf Anfrage.

z.B. Tunnelanzeige
Bundesausgabe Mo.-Fr.
6-sp. 200 mm
plus 1-sp. 200 mm über Mittelsteg
= 1.400 mm gesamt

s/w	6.440,-
4c	9.030,-



SATELLITENANZEIGEN

Bundesausgabe | taz.berlin | taz.nord

Verstärken Sie Ihre Werbebotschaft durch mindestens drei korrespondierende Textteilanzeigen im kleineren Format auf einer Seite.

Preise siehe Textteilanzeigen

Mindestformat: 30 mm

Höchstformat: 2-spaltig / 90 mm

Rabatte:

Bei 3 Anzeigen = 20 %

Bei 4 Anzeigen = 30 %

z.B. 3 x 1sp. 50 mm
= 150 Textteil-mm
(Mo - Fr) / . 20%

Bundesausgabe

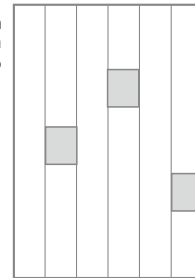
s/w	1.386,-
4c	1.944,-

taz.berlin

s/w	552,-
4c	774,-

taz.nord

s/w	660,-
4c	900,-



VERLINKBARE ANZEIGEN IM E-PAPER

Bundesausgabe | taz.berlin | taz.nord

Leiten Sie im e-Paper der taz Ihre InteressentInnen gezielt auf Ihre Homepage weiter.

Preis für die Verlinkung: 150,-.

Weitere Informationen auf Anfrage.

Kombinationen für Ihre nachhaltige Werbeeffizienz sind natürlich denk- und realisierbar.

Sie haben Interesse an einer weitergehenden Beratung?

Schreiben Sie eine Mail an anzeigen@taz.de oder rufen uns an:

Jan Kniggendorf (0 30) 2 59 02-1 30 oder

Margit Jöhnk (0 30) 2 59 02-1 18.

Wer lange genug sucht, findet auch das Passende, die Eine oder den Anderen.

In der knappsten Inseratform, der Kleinanzeige, wird zum kleinen Preis gesucht und gefunden.

Auch ohne die früher legendären Kommentare der SetzerInnen sind Kleinanzeigen in der taz ein Leserlebnis und eine Fundgrube für Kontakte, Reisen, Wohnen, Arbeiten, Leben...

Kleinanzeigen einfach online aufgeben:
taz.de/kleinanzeigen

BUNDESAUSGABE		Mi. oder Sa.	Mi. und Sa. innerhalb einer Woche
gewerblich, Ferienwohnungen (zzgl. MwSt.)	bis 3 Zeilen jede weitere Zeile	30,00 10,00	45,00 15,00
privat (inkl. MwSt.)	bis 3 Zeilen jede weitere Zeile (keine Rabatte nach Malstaffel)	9,00 3,00	13,50 4,50

Kleinanzeigen-Annahme:

Telefon (0 30) 2 59 02-2 22
Fax (0 30) 2 59 02-4 44
E-Mail kleinanz@taz.de
Internet www.taz.de/kleinanzeigen

Annahmeschluss: 2 Werktage vor Erscheinen (12 Uhr)

BERLIN / NBL		Mo. bis Sa.	Wiederholung innerhalb einer Woche
gewerblich, Ferienwohnungen (zzgl. MwSt.)	bis 3 Zeilen jede weitere Zeile	15,00 5,00	7,50 2,50
privat (inkl. MwSt.)	bis 3 Zeilen jede weitere Zeile (keine Rabatte nach Malstaffel)	3,00 1,00	1,50 0,50

Kleinanzeigen-Annahme:

Telefon (0 30) 2 59 02-2 22
Fax (0 30) 2 59 02-4 44
E-Mail kleinanz@taz.de
Internet www.taz.de/kleinanzeigen

Annahmeschluss: 1 Werktag vor Erscheinen (10 Uhr)

NORDAUSGABE		Samstag
gewerblich, Ferienwohnungen (zzgl. MwSt.)	bis 5 Zeilen jede weitere Zeile	21,00 4,20
privat (inkl. MwSt.)	bis 5 Zeilen jede weitere Zeile (keine Rabatte nach Malstaffel)	6,00 1,20

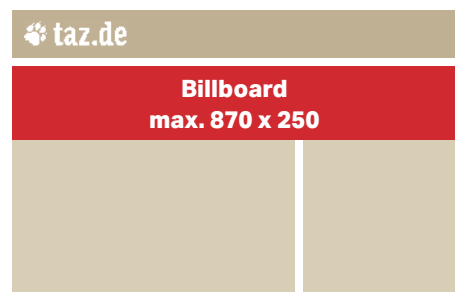
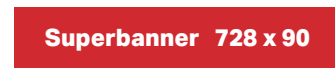
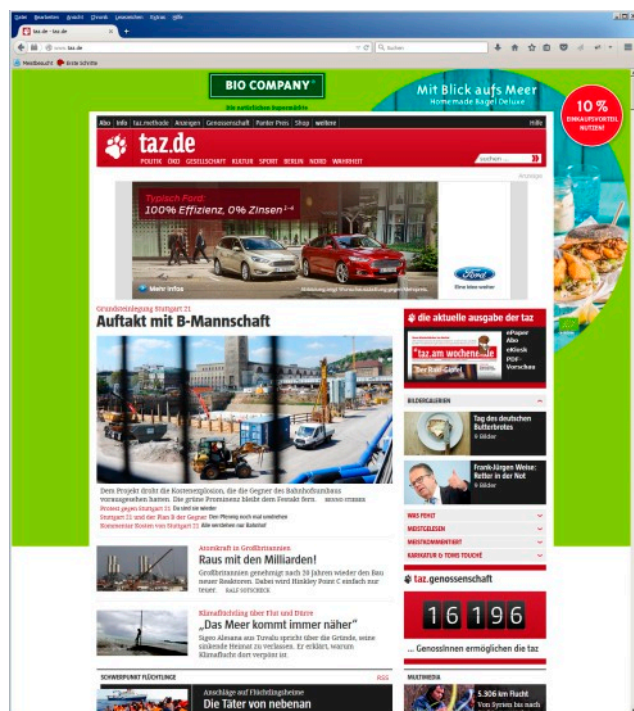
Kleinanzeigen-Annahme:

Fax Hamburg (0 40) 38 90 17-10
Fax Bremen (04 21) 9 60 26-60
E-Mail kleinanzeigen@taz-nord.de
Internet www.taz.de/kleinanzeigen

Annahmeschluss: Dienstag vor Erscheinen

Für alle drei Ausgaben gilt: Abrechnung nach Zeilen wie gedruckt (ca. 40 Anschläge pro Zeile, Fettdruck am Textanfang)
Chiffregebühr 5,00 (privat inkl. / gewerblich zzgl. MwSt.)
Kein Belegversand.
Zahlungsweise für private Kleinanzeigen: nur Bankeinzug oder Vorkasse, keine Rechnungslegung.

ONLINE- UND MOBILWERBUNG



NUTZERDATEN TAZ.DE

Monatliche Page-Impressions: 7,7 Mio.
 Monatliche Visits: 3,7 Mio.
 Quelle: IVW, Juli 2017
 Unique User pro Monat: 1,18 Mio.
 Quelle: AGOF internet facts, März 2017

FORMATE UND PREISE

Werbung auf taz.de ist mit unterschiedlichen Formaten und Platzierungen möglich. Wir erstellen Ihnen gerne ein maßgeschneidertes Angebot, inklusive Crossmedia.

Werbeformen	Größe in Pixel	Preis TKP je 1.000 Kontakte
Superbanner	728 x 90	30,-
Skyscraper	160 x 600	25,-
Content	624 x 150	30,-
Rectangle	300 x 250	40,-
Billboard* (max. Format)	870 x 250	90,-
Wallpaper*		50,-
Fireplace*		75,-

*Mindestabnahme 100.000 Ad Impressions

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

Rotation ohne Zusatzleistungen auf Anfrage.

Zeitraumbezogene Werbung bieten wir auf einzelnen Ressorts zu Festpreisen an.

MOBILE ADS



NUTZERDATEN MOBILE

Monatliche
Page-Impressions: 3.623.467
Monatliche Visits: 1.773.414
Quelle: IVW Juli 2017

Setzen Sie auf einen dynamisch wachsenden Markt? Sie erreichen mit Werbung auf Smart /- iPhone eine zumeist jüngere Zielgruppe, die auch unterwegs optimal informiert bleiben will.

Besonders zielgenau lässt sich Ihr Werbebanner durch Geotargeting und Betriebssystemerkennung einsetzen.

Ob Sie gestandene Geschäftsleute oder innovative Newcomer erreichen wollen, Mobile Ads runden Ihre Kommunikationsstrategie erfolgreich ab.

Format	Größe in Pixel	je 1.000 Kontakte
Mobile Banner	320 x 100 300 x 250	30,- 40,-

TECHNISCHE ANGABEN FÜR TAZ.DE UND MOBILE

Dateiformate:

GIF, PNG, JPG. Sonderformate auf Anfrage.
Dateigröße online bis 30 kB, mobile bis 7 kB.

Dateianlieferung:

mindestens 2 Tage vor Kampagnenbeginn an anzeigen@taz.de

Zahlungsbedingungen:

sofort nach Rechnungserhalt, 2 % Skonto bei Vorkasse und Einzugsermächtigung, sofern alte Rechnungen beglichen sind.

Geschäftsbedingungen:

Es gelten die AGB für Werbung auf taz.de.

Beratung und Buchung:

anzeigen@taz.de

Mediadaten auf taz.de:

www.taz.de/anzeigen

GRUNDPREISE je mm (Satzspiegel 284 x 430 mm)		s/w	farbig
mm-Grundpreise im Anzeigenteil Mindestgröße: 30 mm	Mo.-Fr. Samstag	1,30 1,50	1,80 2,10
Textteilanzeigen (3 Seiten Textanschluss) Mindestgröße: 30 Gesamt-mm. Maximal 2 Spalten, 90 mm hoch	Mo.-Fr. Samstag	4,60 5,30	6,45 7,40

ANZEIGEN AUF DER TITELSEITE BERLIN MONTAG – FREITAG		s/w	farbig
Titelseite Berlin je mm (max. 600 Gesamtmillimeter)	Mo.-Fr.	2,75	3,85
Titelkopfanzeige (Festformat 2-spaltig, 30 mm hoch)	Mo.-Fr.	315,00	441,00
Griffecke (Festformat 2-spaltig, 100 mm hoch)	Mo.-Fr.	510,00	715,00

ANZEIGEN AUF DER TITELSEITE BERLIN SAMSTAG		s/w	farbig
Titelkopfanzeige (Festformat 2-spaltig, 30 mm hoch)	Samstag	366,00	513,00
Textteilanzeige (1-spaltig, bis 50 mm hoch) je mm	Samstag	5,30	7,40
Griffecke (Festformat 2-spaltig, 100 mm hoch)	Samstag	630,00	880,00
Eckanzeige links (1- oder 2-spaltig, bis 100 mm hoch, min. 100 Gesamt-mm) je mm	Samstag	3,15	4,40
Streifenanzeige (Festformat 6-spaltig, 80 mm hoch)	Samstag	1.512,00	2.112,00

ABWEICHENDE PREISE je mm (Alleinplatzierung)		s/w	farbig
Streifenanzeigen blattbreit 30–99 mm, blatthoch 1-spaltig Mindestformat blattbreit: 30 mm hoch. Ab 100 mm hoch blattbreit bzw. 2-spaltig blatthoch siehe Grundpreise	Mo.-Fr. Samstag	2,15 2,45	3,00 3,40
Eckfeldanzeigen 200–599 mm	Mo.-Fr. Samstag	2,15 2,45	3,00 3,40
600–999 mm	Mo.-Fr. Samstag	1,95 2,25	2,70 3,10
Sonderformate auf Anfrage Farbpreise gelten für druckfertig gelieferte Vorlagen. Satz- und Gestaltungskosten nach Aufwand.	Mo.-Fr. Samstag	1,70 1,95	2,35 2,70

ERMÄSSIGTE PREISE je mm (für rubrizierte Anzeigen, Mindestgrößen siehe Grundpreise)		s/w	farbig
Kultur, Veranstaltungen, Kino, Restaurants, Buchhandel, Verlage, Touristik (keine Verkehrsträger)	Mo.-Fr. Samstag	1,10 1,20	1,50 1,65
Unterricht	Mo.-Fr. Samstag	1,15 1,30	1,60 1,80
Stellenangebote	Mo.-Fr. Samstag	1,30 1,50	1,80 2,10
Stellengesuche (privat)	Mo.-Fr. Samstag	1,10 1,20	1,50 1,65
Familienanzeigen (privat) Firmen und Organisationen siehe Grundpreise	Mo.-Fr. Samstag	1,00 1,10	1,40 1,50

Anzeigen- und Druckunterlagenschluss: 1 Werktag vor Erscheinen, 10 Uhr (für Mo.: freitags, 10 Uhr)

Druckunterlagen bitte an vorlagen@taz.de

Prospektbeilagen siehe Seite 14. Rabatte für Kombinationsanzeigen in den Lokalteilen siehe Seite 2.

Sonderwerbformen siehe Seite 6 und 7.

TAZ.PLAN – KULTUR + PROGRAMM FÜR BERLIN

Der taz.plan ist die wöchentliche Hauptstadtbeilage auf 16 Seiten. Zusätzlich im taz.plan: die Theatervorschau.

		s/w	farbig
Anzeigen auf der Titelseite / Festformate			
Titelkopfanzeige (Festformat 2-spaltig, 78 mm hoch)	Donnerstag	670,00	830,00
Textspaltenanzeige (Festformat 60 mm breit, 40 mm hoch)	Donnerstag	175,00	245,00
Griffecke (Festformat 2-spaltig, 90 mm hoch)	Donnerstag	460,00	645,00
Streifenanzeige (Festformat 6-spaltig, 90 mm hoch)	Donnerstag	1.470,00	2.060,00
Die Preise für Anzeigen im Innenteil des taz.plans entsprechen denen der taz.berlin.			
Theatervorschau im taz.plan Preis je Veranstaltung (1 Zeile), keine Rabatte, keine AE Theater-Namenszeile mit Logo in 4c, Tel-Nr. und Hinweis auf Website kostenfrei, Anzeigenschluss: Mo, 12 Uhr Ihr direkter Kontakt für die Theatervorschau: Tel. (0 30) 2 59 02-3 14	Donnerstag	8,00	–

Anzeigen- und Druckunterlagenschluss für den taz.plan: Montag vor Erscheinen, 12 Uhr. Kinoanzeigen: Mittwoch vor Erscheinen, 12 Uhr.
Den Plan zum Plan mit Formatbeispielen können Sie auf download.taz.de/tazplan.pdf einsehen.

FORMAT- UND PREISBEISPIELE S/W- UND FARBANZEIGEN

MONTAG-FREITAG

<p>1/1 Seite 6-spaltig 284 x 430 mm</p> <p>s/w 3.354,- 4c 4.644,-</p>	<p>1/2 Seite quer: 6-spaltig 284 x 215 mm hoch: 3-spaltig 140 x 430 mm</p> <p>s/w 1.677,- 4c 2.322,-</p>	<p>Eckfeldanzeige 1.000er Format 4-spaltig 188 x 250 mm</p> <p>s/w 1.700,- 4c 2.350,-</p>	<p>Eckfeldanzeige 1/4 Seite 3-spaltig 140 x 215 mm</p> <p>s/w 1.257,75 4c 1.741,50</p>
<p>1/3 Seite hoch 2-spaltig 92 x 430 mm</p> <p>s/w 1.118,- 4c 1.548,-</p>	<p>1/3 Seite quer 6-spaltig 284 x 143 mm</p> <p>s/w 1.115,40 4c 1.544,40</p>	<p>1/6 Seite hoch 1-spaltig 44 x 430 mm</p> <p>s/w 924,50 4c 1.290,-</p>	<p>1/4 Seite quer 6-spaltig 284 x 107 mm</p> <p>s/w 834,60 4c 1.155,60</p>
<p>Formate im Anzeigenteil</p> <p>1. 2-sp./150 mm 92 x 150 mm</p> <p>2. 3-sp./100 mm 140 x 100 mm</p> <p>s/w 390,- 4c 540,-</p>	<p>Formate im Anzeigenteil</p> <p>1. 1-sp./80 mm s/w 104,- 4c 144,-</p> <p>2. 2-sp./75 mm s/w 195,- 4c 270,-</p> <p>3. 6-sp./40 mm s/w 312,- 4c 432,-</p>	<p>Textteilanzeige 1-spaltig 44 x 50 mm</p> <p>s/w 230,- 4c 322,50</p>	<p>1. Titelpopfanzzeige 2-sp., 92 x 30 mm</p> <p>s/w 315,- 4c 441,-</p> <p>2. Griffecke auf Titelseite 2-sp., 92 x 100 mm</p> <p>s/w 510,- 4c 715,-</p>

FORMAT- UND PREISBEISPIELE S/W- UND FARBANZEIGEN

SAMSTAG

<p>1/1 Seite 6-spaltig 284 x 430 mm</p> <p>s/w 3.870,- 4c 5.418,-</p>	<p>1/2 Seite quer: 6-spaltig 284 x 215 mm hoch: 3-spaltig 140 x 430 mm</p> <p>s/w 1.935,- 4c 2.709,-</p>	<p>Eckfeldanzeige 1.000er Format 4-spaltig 188 x 250 mm</p> <p>s/w 1.950,- 4c 2.700,-</p>	<p>Eckfeldanzeige 1/4 Seite 3-spaltig 140 x 215 mm</p> <p>s/w 1.451,25 4c 1.999,50</p>
<p>1/3 Seite hoch 2-spaltig 92 x 430 mm</p> <p>s/w 1.290,- 4c 1.806,-</p>	<p>1/3 Seite quer 6-spaltig 284 x 143 mm</p> <p>s/w 1.287,- 4c 1.801,80</p>	<p>1/6 Seite hoch 1-spaltig 44 x 430 mm</p> <p>s/w 1.053,50 4c 1.462,-</p>	<p>1/4 Seite quer 6-spaltig 284 x 107 mm</p> <p>s/w 963,- 4c 1.348,20</p>
<p>Formate im Anzeigenteil</p> <p>1. 2-sp./150 mm 92 x 150 mm</p> <p>2. 3-sp./100 mm 140 x 100 mm</p> <p>s/w 450,- 4c 630,-</p>	<p>Formate im Anzeigenteil</p> <p>1. 1-sp./80 mm s/w 120,- 4c 168,-</p> <p>2. 2-sp./75 mm s/w 225,- 4c 315,-</p> <p>3. 6-sp./40 mm s/w 360,- 4c 504,-</p>	<p>Textteilanzeige 1-spaltig 44 x 50 mm</p> <p>s/w 265,- 4c 370,-</p>	<p>1. Titelpopfanzzeige 2-sp., 92 x 30 mm</p> <p>s/w 366,- 4c 513,-</p> <p>2. Griffecke auf Titelseite 2-sp., 92 x 100 mm</p> <p>s/w 630,- 4c 880,-</p>

NORDAUSGABE			s/w	farbig
mm-Grundpreise im Anzeigenteil Mindestgröße: 30 mm		Mo.-Fr. Samstag	1,80 2,20	2,60 3,00
taz Themen (Verlagsseiten)		Mo.-Sa.	1,50	2,00
1/1 Seite Formatpreis		Mo.-Fr. Samstag	4.411,80 5.392,20	6.372,60 7.353,00
Titelkopfanzeigen Festformat 30 mm, 2-spaltig		Mo.-Sa.	400,00	400,00
Textteilanzeigen 3 Seiten Textanschluss, maximal 2-spaltig, 100 mm hoch		Mo.-Fr. Samstag	5,50 6,30	7,50 8,30
Eckfeld- und Streifenanzeigen	200-999 mm	Mo.-Fr. Samstag	2,50 3,10	3,70 4,50
	1.000-1.500 mm	Mo.-Fr. Samstag	1,90 2,40	2,70 3,30
Private Familienanzeigen (für gewerbliche Aufträge gilt der Grundpreis)		Mo.-Sa.	1,50	2,00
Nordwiese (mit Wohnungs- und Stellenmarkt)		Samstag	2,00	2,80

TAZ THEMEN 2018 IN DER NORDAUSGABE

Die Verlagsseiten der taz bieten ein interessantes redaktionelles Umfeld für Ihre Werbung zu einem äußerst attraktiven Preis. Die kompetente Berichterstattung wird vervollständigt durch aktuelle Tipps und Termine.

Den aktuellen Themen- und Terminplan finden Sie unter www.taz.de/anzeigen.

HAMBURG Lokalseiten			s/w	farbig
mm-Grundpreise im Anzeigenteil Mindestgröße: 30 mm		Mo.-Fr. Samstag	1,30 1,50	1,70 2,00
1/1 Seite Formatpreis		Mo.-Fr. Samstag	3.186,30 3.676,50	4.166,70 4.902,00
Titelkopfanzeigen Festformat 30 mm, 2-spaltig		Mo.-Sa.	270,00	270,00
Textteilanzeigen 3 Seiten Textanschluss, maximal 2-spaltig, 100 mm hoch		Mo.-Fr. Samstag	3,00 3,50	4,30 5,00
Eckfeld- und Streifenanzeigen	200-999 mm	Mo.-Fr. Samstag	1,70 2,10	2,50 3,00
	1.000-1.500 mm	Mo.-Fr. Samstag	1,40 1,70	1,90 2,50
Private Familienanzeigen (für gewerbliche Aufträge gilt der Grundpreis)		Mo.-Sa.	1,00	1,40

BREMEN Lokalseiten			s/w	farbig
mm-Grundpreise im Anzeigenteil Mindestgröße: 30 mm		Mo.-Sa.	1,55	1,70
1/1 Seite Formatpreis		Mo.-Sa.	3.799,00	4.289,25
Titelkopfanzeigen Festformat 30 mm, 2-spaltig		Mo.-Sa.	270,00	270,00
Textteilanzeigen 3 Seiten Textanschluss, maximal 2-spaltig, 100 mm hoch		Mo.-Fr. Samstag	3,00 3,50	4,30 5,00
Eckfeld- und Streifenanzeigen	200-999 mm	Mo.-Fr. Samstag	1,70 1,90	2,20 2,40
	1.000-1.500 mm	Mo.-Fr. Samstag	1,60 1,70	2,00 2,20
Private Familienanzeigen (für gewerbliche Aufträge gilt der Grundpreis)		Mo.-Sa.	1,00	1,40

Anzeigen- und Druckunterlagenschluss Nordausgabe, Hamburg, Bremen: 2 Werktage vor Erscheinen, 12 Uhr (für Montag: freitags, 12 Uhr)

Nordwiese / Stellenmarkt / Verlagsseiten: Anzeigenschluss: Dienstag vor Erscheinen Druckunterlagenschluss: Mittwoch vor Erscheinen

Rabatte für Kombinationsanzeigen in den Lokalteilen siehe Seite 2. Prospektbeilagen siehe Seite 14.

Sonderwerbformen siehe Seite 6 und 7.

TAZ-NORD.DE, TAZ-HAMBURG.DE, TAZ-BREMEN.DE

Formate siehe Seite 9. Wählen Sie zwischen Festpreis und leistungsbezogener Abrechnung.

TAZ ENTWICKLUNGS GMBH & CO. MEDIEN KG

taz nord Hamburg
 Stresemannstr. 23
 22769 Hamburg
 Tel. (0 40) 38 90 17-4 52
 Fax (0 40) 38 90 17-10
 Web www.taz-hamburg.de
 E-Mail anzeigen@taz-hamburg.de

taz nord Bremen
 Pieperstr. 7
 28195 Bremen
 Tel. (04 21) 9 60 26-4 42
 Fax (04 21) 9 60 26-60
 Web www.taz-bremen.de
 E-Mail anzeigen@taz-bremen.de

BUNDESAUSGABE / LOKALTEILE

Preis pro angefangene 1.000 Exemplare, ab 10.000 Exemplare

bis 10 g 104,-	bis 20 g 114,-	bis 30 g 124,-	bis 40 g 134,-	bis 50 g 144,-	bis 60 g 154,-	bis 70 g 164,-	bis 80 g 174,-	bis 90 g 184,-	bis 100 g 194,-
-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	--------------------

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

Mindestgewicht 5 g

Mindestformat 105 x 150 mm

Höchstformat 220 x 300 mm

Einzelblattbeilage

Papiergewicht mind. 170 g/m²

Mehrseitige Beilagen müssen den Falz an der langen Seite haben.

Leporellos sind nicht beilagefähig.

Um eine eventuelle Umfaltung kümmert sich der/die AuftraggeberIn.

Annahme- und Rücktrittsschluss 10 Tage vor ET

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

Beilagenlieferung spätestens 4 Werkzeuge vor ET. Anlieferungsorte und -zeiten siehe unten.

Zur Überprüfung und Abnahme der Beilage müssen der taz spätestens 10 Tage vor Erscheinungstermin 10 Muster vorliegen.

Verbindlich werden Beilagenaufträge erst nach Akzeptanz der Beilage.

Die Muster bitte schicken an: taz Verlags- und Vertriebs GmbH, Vertrieb, z.H. Herrn Uwe Strecker, Friedrichst. 21, 10969 Berlin.

Liefermengen bitte ca. 2 Wochen vor Beilagetermin nochmals abfragen.

Der/die AuftraggeberIn ist für die unversehrte und termingerechte Anlieferung verantwortlich.

Beilagen dürfen nicht gebündelt oder verschränkt angeliefert werden.

Wichtig: Die angelieferte Stückzahl muss an der Ware erkennbar sein. Bitte auf den Lieferscheinen vermerken, dass es sich um eine Beilage in der taz handelt, ebenso den ET sowie den/die AnsprechpartnerIn mit Telefonnummer bei Ihnen im Haus.

SONSTIGE BEDINGUNGEN

Konkurrenzausschluss kann nicht gewährleistet werden. Generell dürfen Beilagen keine Fremdwerbung enthalten.

Beilagen von mehreren Werbepartnern bedürfen einer Sondervereinbarung.

Für Verbundbeilagen erhebt die taz einen Zuschlag von 50 %. Zusätzliche Kosten, die beim Versand (z. B. als Postvertriebsstück) entstehen, trägt der/die AuftraggeberIn.

ANLIEFERUNGSRORTE

bei Belegung der	Bundes- ausgabe	taz B/NBL	taz nord	taz HH	taz HB	Anlieferung werktags
prima Rotationsdruck Nord GmbH+Co.KG Wölzower Weg 14a, 19243 Wittenburg, Frau Rolf, Tel. (03 88 52) 23 23 50 23	X	X				08.00 – 17.00 Uhr freitags bis 12.00 Uhr
Druckerei A. Beig, Damm 9–19, 25421 Pinneberg Martina Kahl, Tel. (0 41 01) 5 35 60 22	X		X	X	X	08.00 – 16.00 Uhr freitags bis 12.00 Uhr
MDV Gießen, Marburger Str. 20, 35390 Gießen Norbert Backes, Tel. (06 41) 3 00 34 54	X					08.00 – 16.00 Uhr freitags bis 12.00 Uhr

ePAPER-BEILAGE

je volle 500 Abos 75,-

Eine Teilbelegung ist nicht möglich.

Bitte vor Auftragserteilung die aktuelle ePaper-Auflage erfragen.

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

Dateianlieferung: 3 Tage vor Erscheinungstermin an: anzeigen@taz.de

Dateiformate: auf Anfrage

BERATUNG

Print:

Bundesausgabe, Lokalteil Berlin / NBL (0 30) 2 59 02-3 25 /-1 30

Nordausgabe (Hamburg) (0 40) 38 90 17-4 52

Nordausgabe (Bremen) (04 21) 9 60 26-4 42

ePaper: (0 30) 2 59 02-1 30

FUTURZWEI – DAS MAGAZIN FÜR POLITIK UND ZUKUNFT

Zukunft kommt nicht von allein. Zukunft wird gemacht.

Für umfassende Informationen zur Meinungsbildung braucht es ein politisches Magazin, das Analysen, Debatten sowie Hintergründe zur Zeit liefert. Das macht FUTURZWEI, das neue Magazin für Zukunft und Politik.

Der Kern von FUTURZWEI ist die sozialökologische Wende. Sie ist die Grundbedingung globaler Gerechtigkeit und einer friedlichen Zukunft. Darum kooperiert FUTURZWEI mit dem Deutschen Naturschutzring (DNR), dem Dachverband von 10.000 Umweltbewegten in Deutschland.

FUTURZWEI – für alle, die das Leben zum Besseren wenden wollen.

Verlegerin: taz Verlags- und Vertriebs GmbH

Herausgeber: Harald Welzer, Mitbegründer der gemeinnützigen Stiftung *FUTURZWEI. Stiftung Zukunftsfähigkeit*

Chefredaktion: Hanna Gersmann, Peter Unfried.



www.taz.futurzwei.org

FORMATE UND PREISE

■ Anschnittformate

1/1 Seite
210 x 297 mm
2.000,-

1/2 Seite
hoch:
105 x 297 mm
quer:
210 x 148 mm
1.100,-

1/3 Seite quer
210 x 99 mm
750,-

1/4 Seite quer
210 x 74 mm
580,-

■ Formate im Satzspiegel

Eckfeld
88 x 130 mm
600,-

Textteil quer
88 x 50 mm
450,-

Tunnelanzeige
206 x 150 mm
1.300,-

■ Umschlagseiten: U2 2.800,- U3 2.400,- U4 3.200,-

TECHNISCHE ANGABEN UND BEILAGEN

Satzspiegel: 180 mm breit x 264 mm hoch

Heftformat: 210 mm breit x 297 mm hoch (A4),

Beschnittzugabe: 3 mm

Farbigkeit: durchgängig 4c

Datenanlieferung: futurzwei.anzeigen@taz.de

Beilagen: Bis 20 g. Nur Gesamtauflage buchbar. 75,- pro 1.000 Exemplare.
Technische Angaben und aktuelle Gesamtauflage auf Anfrage.

ERSCHEINUNGSTERMINE 2018

N°3	Ausgabe 3/2018	12. Dez. 2017	AZ- / DU-Schluss	16. Nov.
N°4	Ausgabe 4/2018	13. März 2018	AZ- / DU-Schluss	15. Feb.
N°5	Ausgabe 5/2018	12. Juni 2018	AZ- / DU-Schluss	17. Mai
N°6	Ausgabe 6/2018	11. Sept. 2018	AZ- / DU-Schluss	16. Aug.
N°7	Ausgabe 7/2019	11. Dez. 2018	AZ- / DU-Schluss	15. Nov.

KONTAKT

Natalie Stöterau E-Mail: futurzwei.anzeigen@taz.de

Tel. (0 30) 2 59 02-1 56

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN FÜR TAZ ANZEIGEN (PRINT UND ONLINE)

Die folgenden Bedingungen gelten nur für die Veröffentlichung von Werbemitteln in Print- und Online-Medien der taz durch Unternehmer. Sie finden keine Anwendung auf Verträge mit Verbrauchern. Parteien des Vertrags, in den die nachfolgenden Bedingungen einbezogen sind, sind auf der einen Seite Sie, der Werbekunde oder die Agentur des Werbekunden (nachfolgend als „Auftraggeber“ bezeichnet) und auf der anderen Seite die taz Verlags- und Vertriebs GmbH, Friedrichstr. 21, 10969 Berlin (nachfolgend als „Verlag“ bezeichnet).

I. ALLGEMEINE BEDINGUNGEN

1. Anzeigenauftrag, Werbemittel, Kampagnen, Auftragsbestätigung

1.1 Ein „Anzeigenauftrag“ im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung und Verbreitung eines oder mehrerer Werbemittel des Auftraggebers oder des Kunden des Auftraggebers in einer Druckschrift oder einem Online-Medium des Verlags.

Ein „Werbemittel“ ist die als Ausdrucksmittel objektivierte und erkennbare Form einer Werbebotschaft. Ein Werbemittel kann aus einem oder mehreren Elementen bestehen, insbesondere aus Texten, Grafiken oder Bildern. Als Werbemittel im Sinne dieser Bedingungen sind insbesondere Anzeigen, Banner oder Beilagen zu verstehen. Als Gegenstand von Anzeigenaufträgen kommen grundsätzlich die Werbemittel und Formate in Betracht, die in der jeweils gültigen Preisliste ausgewiesen sind. Sonderformate und -werkformen müssen mit dem Verlag vereinbart werden.

Der Anzeigenauftrag des Auftraggebers kann die einmalige Veröffentlichung eines Werbemittels oder mehrere Veröffentlichungen von Werbemitteln bestimmter Häufigkeit, Anzahl oder Dauer (nachfolgend als „Kampagne“ bezeichnet) zum Gegenstand haben. Durch den Werbeauftrag können feste Termine für einzelne Schaltungen vereinbart werden, es ist aber auch möglich, die einzelnen Aufträge über einen Zeitraum auf Abruf abzuwickeln.

1.2 Der Auftraggeber kann Angebote für Anzeigenaufträge per E-Mail, Telefax oder Internet (ausschließlich Fließtextanzeigen) aufgeben. Der Verlag haftet nicht für Übermittlungsfehler. Der Anzeigenauftrag kommt mit Auftragsbestätigung des Verlags zustande. Für ihre Wirksamkeit und Verbindlichkeit bedürfen Auftragsbestätigungen der Textform und müssen als solche bezeichnet sein.

1.3 Durch den Verlag bestätigte Anzeigenaufträge sind verbindlich. Für Beilagenaufträge gilt II.3. Eine vom Auftraggeber erbetene Stornierung eines Auftrags oder einer Schaltung steht in alleinigem Ermessen des Verlags. Die Regelung Ziffer II.6.3 bleibt unberührt.

1.4 Der Verlag behält sich vor, die Verbreitung und/oder Veröffentlichung von Werbemitteln – auch einzelne Abrufe des Anzeigenauftrags einer Kampagne – wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlags auch nach Auftragsbestätigung abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Werbemittel, die Werbung von Dritten oder Werbung für Produkte Dritter (nachfolgend als „Fremdwerbung“ bezeichnet) enthalten. Ziffer 6.1 bleibt unberührt.

2. Anlieferung von Werbemitteln

2.1 Der Auftraggeber hat die Werbemittel rechtzeitig und in dem vereinbarten Format anzuliefern. Das Merkblatt „Digitale Druckunterlagen“ und die „Informationen zu Prospektbeilagen in der taz“ finden unbeschadet weiterer Vereinbarungen der Parteien Anwendung.

2.2 Werbemittel und Druckvorlagen sind spätestens zwei Werktage vor dem vereinbarten ersten Schaltertermin anzuliefern. Die Anlieferung hat in digitaler Form per E-Mail an anzeigen@taz.de oder vorlagen@taz.de zu erfolgen. Für die rechtzeitige und einwandfreie Lieferung von Werbemitteln, Druckunterlagen oder Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Werbemittel kann der Verlag Ersatz anfordern, ohne hierzu jedoch verpflichtet zu sein.

2.3 Sofern der Auftrag wegen nicht ordnungsgemäßer, insbesondere verspäteter oder unterbliebener Anlieferung einwandfreier und geeigneter Werbemittel nicht durchgeführt werden kann und der Verlag trotz angemessener Bemühungen keine Ersatzbuchung eines Dritten beibringen kann, ist der Auftraggeber zur Zahlung einer Entschädigung in Höhe der vereinbarten Vergütung verpflichtet.

3. Gestaltung von Werbemitteln durch den Verlag

Nach individueller Vereinbarung erstellt der Verlag für den Auftraggeber Werbemittel oder unterstützt diesen bei der Erstellung. Sofern demnach vereinbart ist, dass der Verlag für den Auftraggeber das zu schaltende Werbemittel gestaltet, bearbeitet oder anderweitig verändert, räumt der Verlag an den vom Verlag erstellten Arbeitsergebnissen zeitlich auf die Anzeigenschaltung oder die Kampagne befristete, einfache Nutzungsrechte zur bestimmungsgemäßen Verwendung ein. Die Arbeitsergebnisse dürfen nur für die Durchführung des Anzeigenauftrags mit dem Verlag verwendet werden.

4. Zeitpunkt der Veröffentlichung von Werbemitteln

Anzeigenaufträge für Kampagnen sind im Zweifel innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen einer Kampagne das Recht zum Abruf einzelner Veröffentlichungen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen des ersten Werbemittels durchzuführen, sofern das erste Werbemittel innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.

5. Inhaltliche Verantwortung für die Werbemittel, Freistellung

5.1 Der Auftraggeber steht für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der Werbemittel sowie für die Zulässigkeit der Veröffentlichung der Werbemittel ein. Der Auftraggeber stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter einschließlich angemessener Kosten der Rechtsverteidigung und -vertretung frei. Der Auftraggeber hat insbesondere auch die Kosten der Veröffentlichung einer Gendarstellung, die sich auf tatsächliche Behauptungen des veröffentlichten Werbemittels bezieht, in Gestalt der belegten Werbefläche nach Maßgabe der jeweils gültigen Preisliste für Werbeveröffentlichungen zu tragen.

5.2 Der Verlag kann Werbemittel, die auf Grund ihrer Gestaltung nicht als solche erkennbar sind, als Werbung deutlich kenntlich machen. Die Haftung und die Freistellungsverpflichtung des Auftraggebers für nicht hinreichend gekennzeichnete Werbemittel gegenüber dem Verlag bleiben unberührt.

6. Vergütung und Nachlässe

6.1 Der Auftraggeber ist verpflichtet, die aus der Auftragsbestätigung ersichtliche Vergütung zu zahlen. Für die Veröffentlichung von Werbemitteln, die Fremdwerbung enthalten, kann der Verlag vom Auftraggeber einen Aufschlag von 50 % des Listenpreises verlangen.

6.2 Zusätzliche Kosten, die beim Versand (z. B. als Postvertriebsstück) entstehen, trägt der Auftraggeber.

6.3 Der Verlag stellt grundsätzlich nach Auftragsbestätigung, in der Regel jedoch spätestens 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige, eine Rechnung. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung anlaufenden 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.

6.4 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 Buchungen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses die Veröffentlichung weiterer Werbemittel ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

6.5 Die in der Anzeigenpreisliste bezeichneten Nachlässe werden nur für die innerhalb eines Kalenderjahres erscheinenden Anzeigen des Auftraggebers gewährt.

6.6 Der Auftraggeber kann den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen bis zum Ende des Kalenderjahres entsprechenden Nachlass verlangen, wenn die Preisliste im Zeitpunkt der ersten Buchung des Kalenderjahres einen entsprechenden Nachlass vorsieht. Die Ansprüche auf Nachvergütung entfallen, wenn sie nicht binnen drei Monaten nach Ende des Kalenderjahres geltend gemacht werden.

6.7 Wird der Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet weiter gehender Ansprüche des Verlags, den Differenzbetrag zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen der Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten.

7. Haftung und Gewährleistung

Die Haftung des Verlags gegenüber dem Auftraggeber ist auf folgende Fälle beschränkt:

7.1 Bei Vorsatz, bei Ansprüchen aufgrund des Produkthaftungsgesetzes, bei Mängeln, die arglistig verschwiegen oder deren Abwesenheit garantiert wurde, bei Verletzungen von Leben, Körper oder Gesundheit sowie in allen sonstigen Fällen zwingenden Gesetzesrechts haftet der Verlag nach den gesetzlichen Regelungen.

7.2 Bei grober Fahrlässigkeit haftet der Verlag nur für typische, vorhersehbare Schäden. Diese Haftungsbeschränkung gilt nicht für Schäden, die von leitenden Angestellten oder rechtlichen Vertretern durch den Verlag verursacht worden sind oder auf einer Verletzung wesentlicher Vertragspflichten beruhen.

7.3 Bei leichter Fahrlässigkeit haftet der Verlag nur im Falle einer Verletzung wesentlicher Vertragspflichten und beschränkt auf typische vorhersehbare Schäden.

7.4 Reklamationen müssen vom Auftraggeber bei offensichtlichen Mängeln spätestens innerhalb von zwei Wochen nach Eingang der Rechnung geltend gemacht werden. Nicht offensichtliche Mängel müssen spätestens ein Jahr nach Veröffentlichung des Werbemittels gerügt werden. Bei fehlerhafter Veröffentlichung eines Werbemittels, trotz rechtzeitiger Lieferung einwandfreier Vorlagen und rechtzeitiger Rüge, kann der Auftraggeber die Veröffentlichung eines einwandfreien Ersatz-Werbemittels verlangen. Fehlerhaft gedruckte Kenn- und Kontrollnummern stellen keinen Mangel der Veröffentlichung eines Werbemittels dar. Der Anspruch auf Nacherfüllung ist ausgeschlossen, wenn dies für den Verlag mit unverhältnismäßigen Kosten verbunden ist.

7.5 Ansprüche gegenüber dem Verlag wegen Schäden oder Aufwendungen aufgrund von Mängeln verjähren nach einem Jahr. § 634 Abs. 3 BGB bleibt unberührt. Alle sonstigen Ansprüche gegenüber dem Verlag wegen Schäden oder Aufwendungen verjähren nach zwei Jahren ab dem Datum der Anspruchsentstehung. Diese Regelung findet keine Anwendung in Fällen von Ziffer 7.1 oder in Fällen grober Fahrlässigkeit des Verlags. In solchen Fällen richtet sich die Haftung des Verlags nach den gesetzlichen Vorschriften.

8. Datenschutz

Der Verlag beachtet alle anwendbaren datenschutzrechtlichen Vorschriften. Die für die Begründung, Erfüllung, Beendigung und Abwicklung erforderlichen Daten des Auftraggebers sowie darüber hinausgehende freiwillige oder öffentlich zugängliche Angaben verarbeitet der Verlag und vom Verlag beauftragte Dienstleister auch für Marketingzwecke, für die Marktforschung und die Information über Produkte und Dienstleistungen.

9. Sonstiges

Erfüllungsort und Gerichtsstand für alle Streitigkeiten aus oder im Zusammenhang mit Anzeigenaufträgen ist Berlin.

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN FÜR TAZ ANZEIGEN (PRINT UND ONLINE)

II. BESONDERE BEDINGUNGEN FÜR PRINTANZEIGEN

1. Platzierung und Größe

- 1.1 Printanzeigen werden in bestimmten Nummern, Ausgaben oder an bestimmten Stellen der Publikation veröffentlicht, wenn dies schriftlich, auch per Telefax oder E-Mail, vereinbart ist. Rubrikanzeigen werden grundsätzlich nur in der jeweiligen Rubrik abgedruckt. Sofern keine eindeutige Platzierung vereinbart ist, kann der Verlag die Platzierung frei bestimmen.
- 1.2 Die Bestätigung einer bestimmten Platzierung bezieht sich jeweils auf die gebuchte Ausgabe.
- 1.3 Sollte eine Anzeige innerhalb einer bestellten Ausgabe nicht platziert werden können, kann der Verlag diese Anzeige in einer Folgeausgabe veröffentlichen.
- 1.4 Bei im Wege von Gegengeschäften vereinbarten Schaltungen geht die Platzierung von bezahlten Anzeigen vor.
- 1.5 Weicht bei einer fertig angelieferten Druckunterlage die Abdruckhöhe von der bestellten Abdruckhöhe im Auftrag ab, gilt das Maß der abgedruckten Anzeige. Angefangene Millimeter werden dabei auf volle Millimeter nach oben gerundet.

2. Kennzeichnung als Anzeige

- 2.1 Anzeigen, die auf Grund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, kann der Verlag als solche mit dem Wort „Anzeige“ kenntlich machen.
- 2.2 Die Haftung des Auftraggebers für die Anzeige bleibt hiervon unberührt.

3. Beilagenaufträge

- 3.1 Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren gesonderter Bestätigung bindend. Der Verlag kann insbesondere Beilagen ablehnen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Werbemittel Dritter enthalten. Fremdwerbung in Beilagen ist nur nach Sondervereinbarung zulässig. Es gilt Ziffer II.6.1.
- 3.2 Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die ausdrücklich nur 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; s. 1.1

4. Belegexemplare

- 4.1 Der Verlag liefert auf Wunsch von gestalteten und bezahlten Anzeigen einen Anzeigenbeleg, gegebenenfalls auch in digitaler Form. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
- 4.2 Bei Fließsatzanzeigen besteht kein Anspruch auf Belegausschnitt. Für Beilagen ist der Hinweis über die Auslieferung in der Ausgabe der Zeitung ausreichend.

5. Minderung bei Aufschwankungen

Der Verlag gewährleistet nach Maßgabe der folgenden Regelung, dass Printanzeigen in der in Aussicht gestellten Auflagenhöhe erscheinen.

- 5.1 Aus einer Auflagenminderung kann bei einer Kampagne der Auftraggeber Minderung verlangen, 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.
- 5.2 Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigender Mangel, wenn sie 20 % beträgt.
- 5.3 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.
- 5.4 Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, illegalen Arbeitskamps, rechtswidriger 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 Anzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit 80 % der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften oder auf andere Weise zugesicherten Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte verkaufte oder zugesicherte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht.

6. Chiffreanzeigen

Bei Chiffreanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und Weiterleitung der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Die Eingänge auf Chiffreanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. 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.

III. BESONDERE BEDINGUNGEN FÜR ONLINE-WERBEMITTEL

1. Online-Kanäle

Der Auftraggeber kann Werbemittel in den Online-Kanälen des Verlags schalten, die in der Preisliste ausgewiesen sind. Dazu zählen insbesondere die Website taz.de und ihr mobiler Ableger, sowie das taz-ePaper.

2. Aussetzung der Auspielung von Werbemitteln

Unbeschadet der Verantwortlichkeit und der Haftung des Auftraggebers für Werbemittel ist der Verlag berechtigt, die Veröffentlichung eines Werbemittels vorübergehend zu unterbrechen, falls ein hinreichender Verdacht auf rechtswidrige Inhalte der Website vorliegt, auf die ein Hyperlink, der im Werbemittel unterlegt ist, verweist. Dies gilt insbesondere in den Fällen der Ermittlungen staatlicher Behörden oder einer Abmahnung eines vermeintlich Verletzten. Der Auftraggeber wird über die Aussetzung unterrichtet und hat die vermeintlich rechtswidrigen Inhalte unverzüglich zu entfernen oder deren Rechtmäßigkeit darzulegen und ggf. zu beweisen.

3. Darstellung von Werbemitteln

- 3.1 Der Verlag unternimmt angemessene Anstrengungen für die bestmögliche Wiedergabe des Werbemittels, die den vorhersehbaren Anforderungen des jeweils üblichen technischen Standards entspricht. Dem Auftraggeber ist jedoch bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, jederzeit eine gänzlich fehlerfreie Wiedergabe eines Werbemittels zu ermöglichen.
- 3.2 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 aufgrund Systemversagens oder Leitungsausfall oder
 - Mängel oder Unterbrechung des Rechners des Auftraggebers sowie der Kommunikationswege vom Auftraggeber zu den Servern des Verlags.