



# Anzeigenpreisliste

Nr. 41, gültig ab Januar 2019



## INHALTSVERZEICHNIS

|  |        |
|--|--------|
| Ansprechpartner*innen,<br>Technische Daten,<br>Nachlässe | ... 2  |
| Mediadaten MA 2018                                       | ... 3  |
| Bundesausgabe  | ... 4  |
| Format- und Preisbeispiele                               | ... 5  |
| Sonderwerbformen   | ... 6  |
| Kleinanzeigen  | ... 8  |
| Onlinewerbung  | ... 9  |
| Mobilwerbung   | ... 10 |
| Lokalteil Berlin / NBL                                   | ... 11 |
| Format- und Preisbeispiele                               | ... 12 |
| Nordausgabe,<br>Lokalteile Hamburg, Bremen               | ... 13 |
| Prospektbeilagen   | ... 14 |
| Magazin FUTURZWEI  | ... 15 |
| Allgemeine<br>Geschäftsbedingungen                       | ... 16 |

## BUNDESAUSGABE UND LOKALTEIL BERLIN / NBL

**taz Verlags- und Vertriebs GmbH**  
Friedrichstr. 21  
10969 Berlin

Internet [www.taz.de/anzeigen](http://www.taz.de/anzeigen)  
E-Mail [anzeigen@taz.de](mailto: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](mailto:kleinanz@taz.de)  
[www.taz.de/kleinanzeigen](http://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 Verlags- und Vertriebs GmbH**  
Stresemannstraße 23  
22769 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-**  
Disposition,  
Beilagen,  
Stellen- und  
Familienanzeigen -4 54

Anzeigenberatung und  
Sonderthemen -4 53

Anzeigenleitung -4 52

---

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

## NORDAUSGABE UND LOKALTEIL BREMEN

**taz Verlags- und Vertriebs GmbH**  
Pieperstraße 7  
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 26-4 42**

---

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

## TECHNISCHE DATEN

**Erscheinungsweise der taz**  
täglich, außer an Sonn- und Feiertagen

**Druckverfahren**  
Zeitungsrollenoffset

**Druckunterlagen**  
übermitteln Sie bitte per E-Mail an  
[vorlagen@taz.de](mailto:vorlagen@taz.de)

Anhand der Betreffzeile muss der Auftrag  
eindeutig identifizierbar sein in folgender Form:  
„Kund\*in\_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).

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

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

## 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.

DIE LESERSTRUKTUR DER TAZ NATIONAL

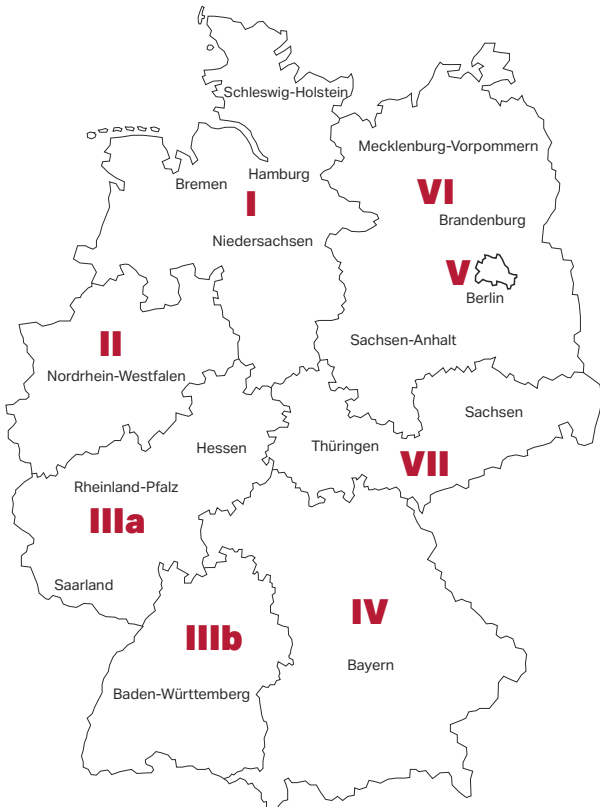
MA 2018 Tageszeitungsdatensatz

|                                 | Bevölkerungsstruktur in % | Leserstruktur der taz |                |
|---------------------------------|---------------------------|-----------------------|----------------|
|                                 |                           | in %                  | Personen       |
| <b>Gesamt ab 14 Jahre</b>       | <b>100</b>                | <b>100</b>            | <b>225.000</b> |
| Männer                          | 49                        | 49                    | 110.000        |
| Frauen                          | 51                        | 51                    | 115.000        |
| <b>Alter des Befragten</b>      |                           |                       |                |
| 14–19 Jahre                     | 7                         | 2                     | 6.000          |
| 20–29 Jahre                     | 14                        | 20                    | 46.000         |
| 30–39 Jahre                     | 14                        | 16                    | 35.000         |
| 40–49 Jahre                     | 16                        | 14                    | 32.000         |
| 50–59 Jahre                     | 18                        | 25                    | 56.000         |
| 60–69 Jahre                     | 13                        | 15                    | 33.000         |
| 70 Jahre und älter              | 17                        | 8                     | 17.000         |
| <b>Ausbildung des Befragten</b> |                           |                       |                |
| Hauptschule ohne/mit Lehre      | 34                        | 10                    | 23.000         |
| weiterführ. Schule ohne Abitur  | 30                        | 29                    | 65.000         |
| Abitur/Studium                  | 31                        | 59                    | 132.000        |
| <b>Tätigkeit des Befragten</b>  |                           |                       |                |
| berufstätig                     | 57                        | 61                    | 137.000        |
| in Ausbildung, Schüler, Student | 11                        | 16                    | 36.000         |
| Rentner, Pensionär              | 25                        | 20                    | 46.000         |
| nicht berufstätig               | 7                         | 2                     | 6.000          |

|   | Bevölkerungsstruktur in % | Leserstruktur der taz |          |
|---|---------------------------|-----------------------|----------|
|   |                           | in %                  | Personen |
| <b>Beruf des Befragten (jetziger)</b>     |                           |                       |          |
| Selbstständige (inkl. Landwirte)          | 5                         | 6                     | 13.000   |
| Freiberufler                              | 2                         | 8                     | 18.000   |
| leit./qual. Angestellte u. Beamte         | 30                        | 32                    | 71.000   |
| sonstige Angestellte u. Beamte            | 7                         | 5                     | 11.000   |
| Arbeiter, Facharbeiter                    | 14                        | 11                    | 24.000   |
| <b>Beruf des Haupteinkommensbeziehers</b> |                           |                       |          |
| Selbstständige (inkl. Landwirte)          | 8                         | 9                     | 21.000   |
| Freiberufler                              | 2                         | 10                    | 21.000   |
| leit./qual. Angestellte u. Beamte         | 46                        | 48                    | 108.000  |
| sonstige Angestellte u. Beamte            | 8                         | 4                     | 10.000   |
| Arbeiter, Facharbeiter                    | 32                        | 20                    | 46.000   |
| <b>Haushaltsnettoeinkommen</b>            |                           |                       |          |
| unter 1.000 Euro                          | 8                         | 8                     | 18.000   |
| 1.000–1.500 Euro                          | 11                        | 10                    | 23.000   |
| 1.500–2.000 Euro                          | 13                        | 11                    | 25.000   |
| 2.000–2.500 Euro                          | 14                        | 21                    | 47.000   |
| 2.500–3.000 Euro                          | 12                        | 10                    | 23.000   |
| 3.000 Euro und mehr                       | 42                        | 40                    | 89.000   |

DIE ÜBERREGIONALE VERBREITUNG DER TAZ NACH NIELSEN- UND VERTRIEBSGEBIETEN

MA 2018



|   | Bevölkerungsstruktur in % | Leserstruktur der taz |          |
|---|---------------------------|-----------------------|----------|
|   |                           | in %                  | Personen |
| <b>Nielsen-Gebiete</b>  |                           |                       |          |
| Nielsen I<br>Schleswig-Holstein, Hamburg, Niedersachsen, Bremen                       | 16                        | 15                    | 33.000   |
| Nielsen II<br>Nordrhein-Westfalen   | 22                        | 18                    | 40.000   |
| Nielsen IIIa<br>Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland                                     | 14                        | 12                    | 26.000   |
| Nielsen IIIb<br>Baden-Württemberg   | 13                        | 6                     | 13.000   |
| Nielsen IV<br>Bayern  | 16                        | 11                    | 26.000   |
| Nielsen V<br>Berlin   | 4                         | 13                    | 30.000   |
| Nielsen VI<br>Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg, Sachsen-Anhalt                     | 8                         | 17                    | 38.000   |
| Nielsen VII<br>Sachsen, Thüringen   | 8                         | 9                     | 20.000   |
| <b>Verbreitungsgebiete der taz Regional- und Lokalteile</b>                           |                           |                       |          |
| Berlin & Neue Bundesländer<br>Berlin, NBL (ohne westl. Mecklenburg)                   | 19                        | 39                    | 87.000   |
| Nordausgabe<br>Hamburg, Bremen, Schleswig-Holstein, Niedersachsen, westl. Mecklenburg | 16                        | 14                    | 32.000   |
| Hamburg<br>Hamburg, Schleswig-Holstein, östl. Niedersachsen, westl. Mecklenburg       | 10                        | 10                    | 23.000   |
| Bremen<br>Bremen, westliches Niedersachsen  | 6                         | 4                     | 9.000    |

| <b>GRUNDPREISE je mm</b> (Satzspiegel 284 x 430 mm)   |   |         | <b>s/w</b> | <b>farbig</b> |
|---|---|---------|------------|---------------|
| <b>mm-Grundpreise</b><br>Mindestgröße: 30 mm  |   | Mo.-Fr. | 3,90       | 5,50          |
|   |   | Samstag | 4,25       | 6,00          |
| <b>Textteilanzeigen</b> (3 Seiten Textanschluss)<br>Mindestgröße: 30 Gesamt-mm. Maximal 2 Spalten, 90 mm hoch |   | Mo.-Fr. | 11,70      | 16,40         |
|   |   | Samstag | 12,80      | 17,95         |
| <b>Anzeigen auf Titelseite</b>  |   |         |            |               |
| <b>Titelkopfanzeige</b> (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      |
| <b>Griffecke</b>  | Festformat 64 mm x 100 mm<br>1- oder 2-spaltig, Höhe min. 80 mm, max. 120 mm<br>1- oder 2-spaltig, Höhe min. 80 mm, max. 120 mm | Mo.-Fr. | 1.330,00   | 1.860,00      |
|   |   | Mo.-Fr. | 9,50       | 13,30         |
|   |   | Samstag | 10,45      | 14,60         |
| <b>Textspaltenanzeige</b> (über Bruch)  | Festformat 64 mm x 50 mm  | Mo.-Fr. | 630,00     | 860,00        |
| <b>Streifenanzeige</b> Festformat 274 mm x 50 mm  |   | Mo.-Fr. | 1.780,00   | 2.490,00      |
|   |   | Samstag | 1.960,00   | 2.750,00      |

| <b>STREIFENANZEIGEN je mm</b> (Alleinplatzierung)   |   |         | <b>s/w</b> | <b>farbig</b> |
|---|---|---------|------------|---------------|
| <b>Streifenanzeigen</b><br>Mindestformat: 284 mm breit x 50 mm hoch<br>Ab 200 mm hoch blattbreit (284 mm)<br>bzw. 3-spaltig blatthoch (430 mm)<br>siehe Grundpreise | blattbreit 50–99 mm hoch<br>blatthoch 1-spaltig   | Mo.-Fr. | 5,80       | 8,15          |
|   |   | Samstag | 6,30       | 8,85          |
|   | blattbreit 100–139 mm hoch                        | Mo.-Fr. | 5,10       | 7,15          |
|   |   | Samstag | 5,60       | 7,85          |
|   | blattbreit 140–199 mm hoch<br>blatthoch 2-spaltig | Mo.-Fr. | 4,70       | 6,60          |
|   |   | Samstag | 5,10       | 7,15          |

| <b>ECKFELDDANZEIGEN je mm</b> (Alleinplatzierung) |              |         | <b>s/w</b> | <b>farbig</b> |
|---|--------------|---------|------------|---------------|
| <b>Eckfelddanzeigen</b>                           | 300–599 mm   | Mo.-Fr. | 5,80       | 8,15          |
|   |              | Samstag | 6,30       | 8,85          |
|   | 600–839 mm   | Mo.-Fr. | 5,10       | 7,15          |
|   |              | Samstag | 5,60       | 7,85          |
|   | 840–1.500 mm | Mo.-Fr. | 4,70       | 6,60          |
|   |              | Samstag | 5,10       | 7,15          |

| <b>ERMÄSSIGTE PREISE je mm</b> (im Anzeigenteil)                                |  |          | <b>s/w</b> | <b>farbig</b> |
|---|--|----------|------------|---------------|
| <b>Kultur, Veranstaltungen, Kino, Touristik</b> (keine Verkehrsträger)          |  | Mittwoch | 2,95       | 4,10          |
|   |  | Samstag  | 3,25       | 4,50          |
| <b>Buchverlage, Buchhandel, Musiklabels</b>                                     |  | Mittwoch | 2,30       | 3,20          |
|   |  | Samstag  | 2,50       | 3,50          |
| <b>Stellenangebote</b>  |  | Mittwoch | 3,65       | 5,05          |
|   |  | Samstag  | 4,00       | 5,55          |
| <b>Unterricht</b>   |  | Mittwoch | 3,30       | 4,60          |
|   |  | Samstag  | 3,60       | 5,00          |
| <b>Stellengesuche</b> (privat)  |  | Mittwoch | 2,25       | 3,15          |
|   |  | Samstag  | 2,45       | 3,45          |
| <b>Familienanzeigen</b> (privat)<br>Firmen und Organisationen siehe Grundpreise |  | Mittwoch | 2,10       | 2,90          |
|   |  | Samstag  | 2,15       | 2,95          |

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

**MONTAG-FREITAG**

**1/1 Seite**  
6-spaltig  
284 x 430 mm

s/w 10.062,-  
4c 14.190,-

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

s/w 5.031,-  
4c 7.095,-

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

s/w 5.031,-  
4c 7.095,-

**Eckfeldanzeige**  
**1.000er Format**  
4-spaltig  
188 x 250 mm

s/w 4.700,-  
4c 6.600,-

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

s/w 4.042,-  
4c 5.676,-

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

s/w 4.032,60  
4c 5.662,80

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

s/w 3.274,20  
4c 4.590,30

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

s/w 3.289,50  
4c 4.611,75

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

s/w 2.494,-  
4c 3.504,50

**Formate im Anzeigenteil**

1. 1-sp./80 mm  
s/w 312,-  
4c 440,-

2. 2-sp./75 mm  
s/w 585,-  
4c 825,-

3. 6-sp./40 mm  
s/w 936,-  
4c 1.320,-

nur mittwochs

**Textteilanzeige**  
1-spaltig  
44 x 50 mm

s/w 585,-  
4c 820,-

1. **Textspaltenanzeige (über Bruch)**  
64 x 50 mm

s/w 630,-  
4c 860,-

2. **Griffecke auf Titelseite**  
2-spaltig, 92 x 100 mm

s/w 1.900,-  
4c 2.660,-

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

**SAMSTAG**

**1/1 Seite**  
6-spaltig  
284 x 430 mm

s/w 10.965,-  
4c 15.480,-

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

s/w 5.482,50  
4c 7.740,-

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

s/w 5.482,50  
4c 7.740,-

**Eckfeldanzeige**  
**1.000er Format**  
4-spaltig  
188 x 250 mm

s/w 5.100,-  
4c 7.150,-

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

s/w 4.386,-  
4c 6.149,-

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

s/w 4.375,80  
4c 6.134,70

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

s/w 3.595,20  
4c 5.039,70

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

s/w 3.612,-  
4c 5.063,25

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

s/w 2.709,-  
4c 3.805,50

**Formate im Anzeigenteil**

1. 1-sp./80 mm  
s/w 340,-  
4c 480,-

2. 2-sp./75 mm  
s/w 637,50  
4c 900,-

3. 6-sp./40 mm  
s/w 1.020,-  
4c 1.440,-

**Textteilanzeige**  
1-spaltig  
44 x 50 mm

s/w 640,-  
4c 897,50

1. **Titelkopfanzeige**  
2-spaltig, 92 x 30 mm

s/w 900,-  
4c 1.080,-

2. **Griffecke auf Titelseite**  
2-spaltig, 92 x 100 mm

s/w 2.090,-  
4c 2.920,-

**ANZEIGEN IM TV-PROGRAMM (Festformate)**

Bundesausgabe

Die Möglichkeit zur Senderpromotion, um einzelne TV-Sendungen oder Sponsor\*innen 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 5.031,-  
4c 7.095,-

**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.

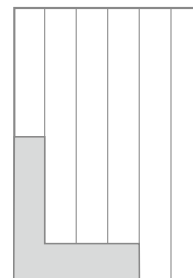
Mindestformat: 300 mm

| pro mm        |         | s/w  | farbig |
|---------------|---------|------|--------|
| Bundesausgabe | Mo.–Fr. | 5,80 | 8,15   |
|               | Samstag | 6,30 | 8,85   |
| 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 2.030,-  
4c 2.852,50



**MEMOSTICK – DIE HAFTNOTIZ AUF DER TITELSEITE**

Bundesausgabe

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

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

Die Erstellung des Memosticks liegt in der Verantwortung der Auftraggebenden.

Bei Bedarf kann die taz einen externen Hersteller vermitteln.



Weitere Informationen auf Anfrage.

**PANORAMA-ANZEIGEN**

Bundesausgabe | taz.berlin | taz.nord

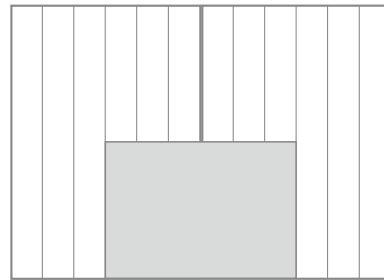
Diese Anzeigenform läuft über den Satzspiegel von zwei Seiten, inklusive des Mittelstegs.

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 6.580,-**  
**4c 9.240,-**



**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**

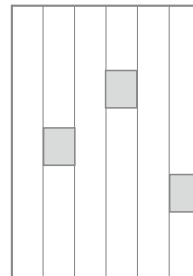
s/w 1.404,-  
4c 1.968,-

**taz.berlin**

s/w 552,-  
4c 774,-

**taz.nord**

s/w 660,-  
4c 900,-



**DIGITALE WERBUNG IM TAZ ePAPER**

Bundesausgabe | taz.berlin | taz.nord

Mit dem ePaper erhalten alle Abonent\*innen neben der taz-Bundesausgabe auch sämtliche Regional- und Lokalteile (Berlin/NBL, taz nord/hamburg sowie taz nord/bremen). Eine lokal geschaltete Printanzeige kann also im ePaper bundesweit gelesen werden.

**Verlinkbare Anzeigen im ePaper:**

Anzeigen der Printausgabe erscheinen natürlich auch im ePaper.

Für Sie besteht die Möglichkeit, Ihre Anzeige im ePaper direkt zu verlinken, z.B. auf Ihre Website.

Für die Verlinkung berechnen wir **pauschal 150,-**.

Weitere Informationen auf Anfrage.

**1/1 ePaper:**

Dieses Festformat bietet die Möglichkeit, exklusiv das ePaper der taz zu belegen. Es handelt sich um eine 1/1-Seite, die zwischen die redaktionellen Seiten gestellt wird.

**Der Preis beträgt je volle 500 Abos 75,-.**

Eine Teilbelegung ist nicht möglich. Bitte erfragen Sie vor Auftragserteilung die aktuelle ePaper-Auflage.

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

**Dateianlieferung:** 3 Tage vor Erscheinungstermin an: [anzeigen@taz.de](mailto:anzeigen@taz.de)

**Dateiformat:** Berliner Format 284 mm breit x 430 mm hoch

**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](mailto: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 Setzer\*innen sind Kleinanzeigen in der taz ein Leserlebnis und eine Fundgrube für Kontakte, Reisen, Wohnen, Arbeiten, Leben...

Kleinanzeigen einfach online aufgeben:  
**taz.de/kleinanzeigen**

| <b>BUNDESAUSGABE</b>                                |   | <b>Mi. oder Sa.</b> | <b>Mi. und Sa.<br/>innerhalb einer Woche</b> |
|---|---|---------------------|--|
| <b>gewerblich, Ferienwohnungen</b><br>(zzgl. MwSt.) | bis 3 Zeilen<br>jede weitere Zeile                                    | 30,00<br>10,00      | 45,00<br>15,00                               |
| <b>privat</b><br>(inkl. MwSt.)                      | bis 3 Zeilen<br>jede weitere Zeile<br>(keine Rabatte nach Malstaffel) | 9,00<br>3,00        | 13,50<br>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](mailto:kleinanz@taz.de)  
Internet [www.taz.de/kleinanzeigen](http://www.taz.de/kleinanzeigen)

**Annahmeschluss: 2 Werktage vor Erscheinen (12 Uhr)**

| <b>BERLIN / NBL</b>                                 |   | <b>Mo. bis Sa.</b> | <b>Wiederholung<br/>innerhalb einer Woche</b> |
|---|---|--------------------|---|
| <b>gewerblich, Ferienwohnungen</b><br>(zzgl. MwSt.) | bis 3 Zeilen<br>jede weitere Zeile                                    | 15,00<br>5,00      | 7,50<br>2,50                                  |
| <b>privat</b><br>(inkl. MwSt.)                      | bis 3 Zeilen<br>jede weitere Zeile<br>(keine Rabatte nach Malstaffel) | 3,00<br>1,00       | 1,50<br>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](mailto:kleinanz@taz.de)  
Internet [www.taz.de/kleinanzeigen](http://www.taz.de/kleinanzeigen)

**Annahmeschluss: 1 Werktag vor Erscheinen (10 Uhr)**

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

**Kleinanzeigen-Annahme:**

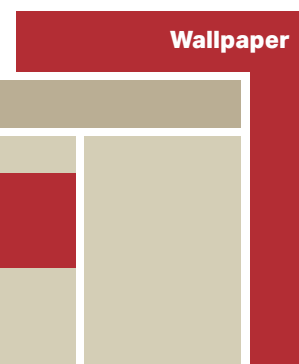
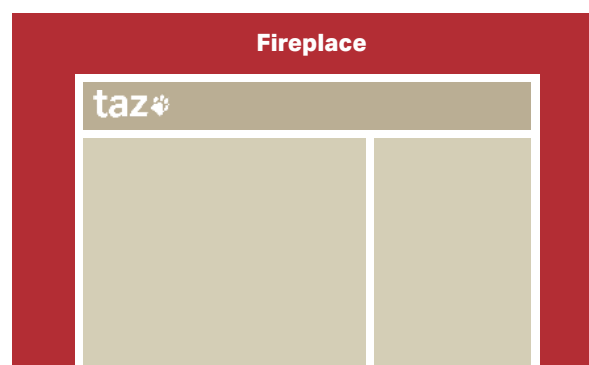
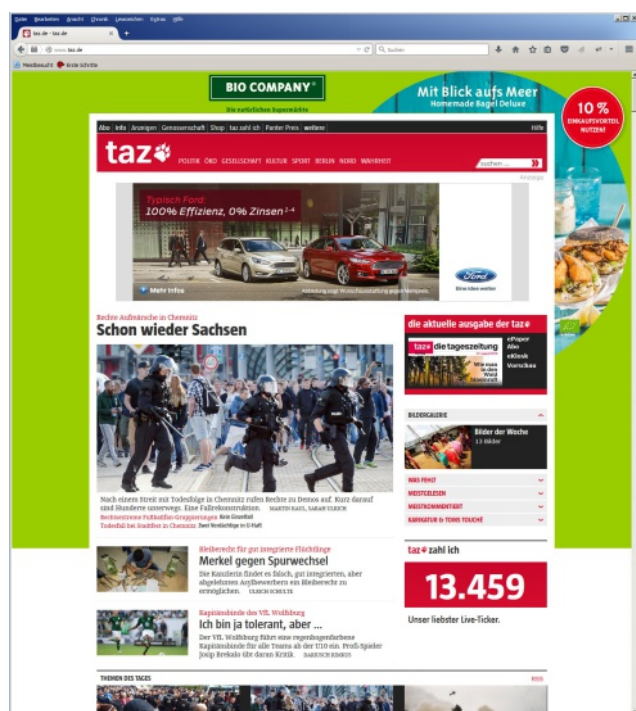
Fax Hamburg (0 40) 38 90 17-10  
Fax Bremen (04 21) 9 60 26-60  
E-Mail [kleinanzeigen@taz-nord.de](mailto:kleinanzeigen@taz-nord.de)  
Internet [www.taz.de/kleinanzeigen](http://www.taz.de/kleinanzeigen)

**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 / MOBILE

Monatliche Page-Impressions: 12,7 Mio.  
Monatliche Visits: 6,9 Mio.  
Quelle: IVW, Ø 1. Halbjahr 2018

FORMATE UND PREISE

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

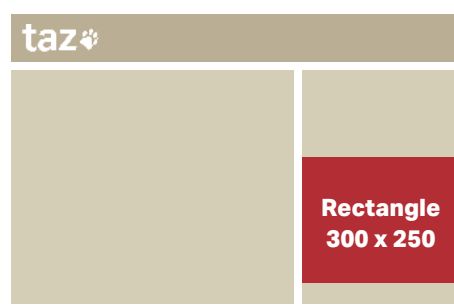
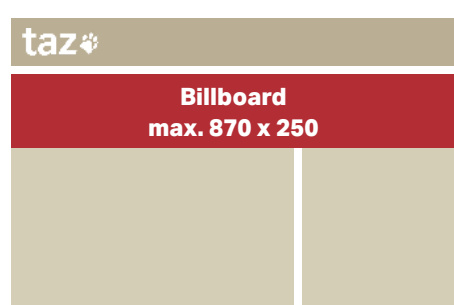
| Werbeformen              | Größe in Pixel | Preis TKP<br>je 1.000 Kontakte |
|--------------------------|----------------|--------------------------------|
| Superbanner              | 728 x 90       | 30,-                           |
| Skyscraper               | 160 x 600      | 25,-                           |
| 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



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<br>300 x 250 | 30,-<br>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](mailto: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](mailto:anzeigen@taz.de)

**Mediadaten auf taz.de:**

[www.taz.de/anzeigen](http://www.taz.de/anzeigen)

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

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

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

| <b>ABWEICHENDE PREISE je mm</b> (Alleinplatzierung)   |                    | <b>s/w</b>   | <b>farbig</b> |
|---|--------------------|--------------|---------------|
| <b>Streifenanzeigen</b> blattbreit 30–149 mm, blatthoch 1-spaltig<br>Mindestformat blattbreit: 30 mm hoch. Ab 150 mm hoch blattbreit bzw. 2-spaltig blatthoch siehe Grundpreise | Mo.-Fr.<br>Samstag | 2,15<br>2,45 | 3,00<br>3,40  |
| <b>Eckfeldanzeigen</b> 200–599 mm   | Mo.-Fr.<br>Samstag | 2,15<br>2,45 | 3,00<br>3,40  |
| 600–999 mm  | Mo.-Fr.<br>Samstag | 1,95<br>2,25 | 2,70<br>3,10  |
| <b>Sonderformate auf Anfrage</b><br>Farbpreise gelten für druckfertig gelieferte Vorlagen.<br>Satz- und Gestaltungskosten nach Aufwand.   | Mo.-Fr.<br>Samstag | 1,70<br>1,95 | 2,35<br>2,70  |

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

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

**Druckunterlagen bitte an [vorlagen@taz.de](mailto:vorlagen@taz.de)**

**Sonderwerbformen** siehe Seite 6 und 7. **Prospektbeilagen** siehe Seite 14.

## TAZ.PLAN – KULTUR + PROGRAMM FÜR BERLIN

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

|   |            | <b>s/w</b> | <b>farbig</b> |
|---|------------|------------|---------------|
| <b>Anzeigen auf der Titelseite / Festformate</b>  |            |            |               |
| <b>Titelkopfanzeige</b> (Festformat 2-spaltig, 78 mm hoch)  | Donnerstag | 670,00     | 830,00        |
| <b>Textspaltenanzeige</b> (Festformat 60 mm breit, 40 mm hoch)  | Donnerstag | 175,00     | 245,00        |
| <b>Griffecke</b> (Festformat 2-spaltig, 100 mm hoch)  | Donnerstag | 510,00     | 715,00        |
| <b>Streifenanzeige</b> (Festformat 6-spaltig, 90 mm hoch)   | Donnerstag | 1.470,00   | 2.060,00      |
| <b>Die Preise für Anzeigen im Innenteil des taz.plans entsprechen denen der taz.berlin.</b>   |            |            |               |
| <b>Theatervorschau im taz.plan</b> Preis je Veranstaltung (1 Zeile), keine Rabatte, keine AE<br>Theater-Namenszeile mit Logo in 4c, Tel-Nr. und Hinweis auf Website kostenfrei, Anzeigenschluss: Mo, 12 Uhr<br>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](http://download.taz.de/tazplan.pdf) einsehen.

FORMAT- UND PREISBEISPIELE S/W- UND FARBANZEIGEN

MONTAG-FREITAG

|   |  |  |   |
|---|--|--|---|
| <p><b>1/1 Seite</b><br/>6-spaltig<br/>284 x 430 mm</p> <p>s/w 3.354,-<br/>4c 4.644,-</p>  | <p><b>1/2 Seite</b><br/>quer: 6-spaltig<br/>284 x 215 mm<br/>hoch: 3-spaltig<br/>140 x 430 mm</p> <p>s/w 1.677,-<br/>4c 2.322,-</p>  | <p><b>Eckfeldanzeige<br/>1.000er Format</b><br/>4-spaltig<br/>188 x 250 mm</p> <p>s/w 1.700,-<br/>4c 2.350,-</p> | <p><b>Eckfeldanzeige<br/>1/4 Seite</b><br/>3-spaltig<br/>140 x 215 mm</p> <p>s/w 1.257,75<br/>4c 1.741,50</p>   |
| <p><b>1/3 Seite hoch</b><br/>2-spaltig<br/>92 x 430 mm</p> <p>s/w 1.118,-<br/>4c 1.548,-</p>  | <p><b>1/3 Seite quer</b><br/>6-spaltig<br/>284 x 143 mm</p> <p>s/w 1.844,70<br/>4c 2.574,-</p>   | <p><b>1/6 Seite hoch</b><br/>1-spaltig<br/>44 x 430 mm</p> <p>s/w 924,50<br/>4c 1.290,-</p>                      | <p><b>1/4 Seite quer</b><br/>6-spaltig<br/>284 x 107 mm</p> <p>s/w 834,60<br/>4c 1.155,60</p>   |
| <p><b>Formate im Anzeigenteil</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2-sp./150 mm<br/>92 x 150 mm</li> <li>3-sp./100 mm<br/>140 x 100 mm</li> </ol> <p>s/w 390,-<br/>4c 540,-</p> | <p><b>Formate im Anzeigenteil</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1-sp./80 mm<br/>s/w 104,-<br/>4c 144,-</li> <li>2-sp./75 mm<br/>s/w 195,-<br/>4c 270,-</li> <li>6-sp./40 mm<br/>s/w 312,-<br/>4c 432,-</li> </ol> | <p><b>Textteilanzeige</b><br/>1-spaltig<br/>44 x 50 mm</p> <p>s/w 230,-<br/>4c 322,50</p>                        | <p><b>1. Titelpopfanzzeige</b><br/>2-sp., 92 x 30 mm</p> <p>s/w 315,-<br/>4c 441,-</p> <p><b>2. Griffecke auf Titelseite</b><br/>2-sp., 92 x 100 mm</p> <p>s/w 510,-<br/>4c 715,-</p> |

FORMAT- UND PREISBEISPIELE S/W- UND FARBANZEIGEN

SAMSTAG

|   |  |  |   |
|---|--|--|---|
| <p><b>1/1 Seite</b><br/>6-spaltig<br/>284 x 430 mm</p> <p>s/w 3.870,-<br/>4c 5.418,-</p>  | <p><b>1/2 Seite</b><br/>quer: 6-spaltig<br/>284 x 215 mm<br/>hoch: 3-spaltig<br/>140 x 430 mm</p> <p>s/w 1.935,-<br/>4c 2.709,-</p>  | <p><b>Eckfeldanzeige<br/>1.000er Format</b><br/>4-spaltig<br/>188 x 250 mm</p> <p>s/w 1.950,-<br/>4c 2.700,-</p> | <p><b>Eckfeldanzeige<br/>1/4 Seite</b><br/>3-spaltig<br/>140 x 215 mm</p> <p>s/w 1.451,25<br/>4c 1.999,50</p>   |
| <p><b>1/3 Seite hoch</b><br/>2-spaltig<br/>92 x 430 mm</p> <p>s/w 1.290,-<br/>4c 1.806,-</p>  | <p><b>1/3 Seite quer</b><br/>6-spaltig<br/>284 x 143 mm</p> <p>s/w 2.102,10<br/>4c 2.917,20</p>  | <p><b>1/6 Seite hoch</b><br/>1-spaltig<br/>44 x 430 mm</p> <p>s/w 1.053,50<br/>4c 1.462,-</p>                    | <p><b>1/4 Seite quer</b><br/>6-spaltig<br/>284 x 107 mm</p> <p>s/w 963,-<br/>4c 1.348,20</p>  |
| <p><b>Formate im Anzeigenteil</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2-sp./150 mm<br/>92 x 150 mm</li> <li>3-sp./100 mm<br/>140 x 100 mm</li> </ol> <p>s/w 450,-<br/>4c 630,-</p> | <p><b>Formate im Anzeigenteil</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1-sp./80 mm<br/>s/w 120,-<br/>4c 168,-</li> <li>2-sp./75 mm<br/>s/w 225,-<br/>4c 315,-</li> <li>6-sp./40 mm<br/>s/w 360,-<br/>4c 504,-</li> </ol> | <p><b>Textteilanzeige</b><br/>1-spaltig<br/>44 x 50 mm</p> <p>s/w 265,-<br/>4c 370,-</p>                         | <p><b>1. Titelpopfanzzeige</b><br/>2-sp., 92 x 30 mm</p> <p>s/w 366,-<br/>4c 513,-</p> <p><b>2. Griffecke auf Titelseite</b><br/>2-sp., 92 x 100 mm</p> <p>s/w 630,-<br/>4c 880,-</p> |

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

## TAZ THEMEN 2019 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](http://www.taz.de/anzeigen).

| HAMBURG Lokalseiten   |                |                    | s/w                  | farbig               |
|---|----------------|--------------------|----------------------|----------------------|
| <b>mm-Grundpreise</b><br>Mindestgröße: 30 mm                                      |                | Mo.–Fr.<br>Samstag | 1,40<br>1,60         | 1,80<br>2,00         |
| <b>1/1 Seite</b> Formatpreis  |                | Mo.–Fr.<br>Samstag | 3.186,30<br>3.676,50 | 4.166,70<br>4.902,00 |
| <b>Titelkopfanzeigen</b> Festformat 30 mm, 2-spaltig                              |                | Mo.–Sa.            | 270,00               | 270,00               |
| <b>Textteilanzeigen</b><br>3 Seiten Textanschluss, maximal 2-spaltig, 100 mm hoch |                | Mo.–Fr.<br>Samstag | 3,00<br>3,50         | 4,30<br>5,00         |
| <b>Eckfeld- und Streifenanzeigen</b>  | 200–999 mm     | Mo.–Fr.<br>Samstag | 1,70<br>2,10         | 2,50<br>3,00         |
|   | 1.000–1.500 mm | Mo.–Fr.<br>Samstag | 1,40<br>1,70         | 1,90<br>2,50         |
| <b>Private Familienanzeigen</b> (für gewerbliche Aufträge gilt der Grundpreis)    |                | Mo.–Sa.            | 1,10                 | 1,50                 |

| BREMEN Lokalseiten  |                |                    | s/w          | farbig       |
|---|----------------|--------------------|--------------|--------------|
| <b>mm-Grundpreise im Anzeigenteil</b> Mindestgröße: 30 mm                         |                | Samstag            | 1,55         | 1,70         |
| <b>1/1 Seite</b> Formatpreis  |                | Mo.–Sa.            | 3.799,00     | 4.289,25     |
| <b>Titelkopfanzeigen</b> Festformat 30 mm, 2-spaltig                              |                | Mo.–Sa.            | 270,00       | 270,00       |
| <b>Textteilanzeigen</b><br>3 Seiten Textanschluss, maximal 2-spaltig, 100 mm hoch |                | Mo.–Fr.<br>Samstag | 3,00<br>3,50 | 4,30<br>5,00 |
| <b>Eckfeld- und Streifenanzeigen</b>  | 200–999 mm     | Mo.–Fr.<br>Samstag | 1,70<br>1,90 | 2,20<br>2,40 |
|   | 1.000–1.500 mm | Mo.–Fr.<br>Samstag | 1,60<br>1,70 | 2,00<br>2,20 |
| <b>Private Familienanzeigen</b> (für gewerbliche Aufträge gilt der Grundpreis)    |                | Mo.–Sa.            | 1,10         | 1,50         |

**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

**Sonderwerbformen** siehe Seite 6 und 7. **Prospektbeilagen** siehe Seite 14.

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

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

## TAZ VERLAGS- UND VERTRIEBS GMBH

**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](http://www.taz-hamburg.de)  
 E-Mail [anzeigen@taz-hamburg.de](mailto: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](http://www.taz-bremen.de)  
 E-Mail [anzeigen@taz-bremen.de](mailto:anzeigen@taz-bremen.de)

**BUNDESAUSGABE / LOKALTEILE**

Preis pro angefangene 1.000 Exemplare, ab 10.000 Exemplare

|                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                    |
|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------------|
| bis 10 g<br>104,- | bis 20 g<br>114,- | bis 30 g<br>124,- | bis 40 g<br>134,- | bis 50 g<br>144,- | bis 60 g<br>154,- | bis 70 g<br>164,- | bis 80 g<br>174,- | bis 90 g<br>184,- | bis 100 g<br>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/m<sup>2</sup>

Mehrseitige Beilagen müssen den Falz an der langen Seite haben.

Leporellos sind nicht beilagefähig.

Um eine eventuelle Umfaltung kümmert sich der/die Auftraggeber\*in.

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

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

**Beilagenlieferung** spätestens 4 Werktage 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, Friedrichstr. 21, 10969 Berlin.

Liefermengen bitte ca. 2 Wochen vor Beilagetermin nochmals abfragen.

Der/die Auftraggeber\*in 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 Ansprechpartner\*in mit Telefonnummer bei Ihnen im Haus.

**SONSTIGE BEDINGUNGEN**

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

Beilagen von mehreren Werbepartner\*innen 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 Auftraggeber\*in.

**ANLIEFERUNGSORTE**

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

**BERATUNG**

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

**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*

**Chefredakteur:** Peter Unfried



[www.taz.futurzwei.org](http://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](mailto:futurzwei.anzeigen@taz.de)

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

**ERSCHEINUNGSTERMINE 2019**

|      |                 |                       |                  |          |
|------|-----------------|-----------------------|------------------|----------|
| N°8  | Ausgabe 8/2019  | <b>12. März 2019</b>  | AZ- / DU-Schluss | 14. Feb. |
| N°9  | Ausgabe 9/2019  | <b>12. Juni 2019</b>  | AZ- / DU-Schluss | 16. Mai  |
| N°10 | Ausgabe 10/2019 | <b>10. Sept. 2019</b> | AZ- / DU-Schluss | 15. Aug. |
| N°11 | Ausgabe 11/2019 | <b>10. Dez. 2019</b>  | AZ- / DU-Schluss | 14. Nov. |

**KONTAKT**

**Natalie Stöterau** E-Mail: [futurzwei.anzeigen@taz.de](mailto: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 Verletzungen 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

Die für die Begründung, Erfüllung, Beendigung und Abwicklung erforderlichen Daten des Auftraggebers sowie darüber hinausgehende freiwillige oder öffentlich zugängliche Angaben verarbeiten der Verlag und vom Verlag beauftragte Dienstleister auch für Marketingzwecke, für die Marktforschung und die Information über Produkte und Dienstleistungen. Sie können der Verarbeitung Ihrer Daten jederzeit für die Zukunft widersprechen. Dazu genügt eine Nachricht an die taz Anzeigenabteilung.

#### 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.