

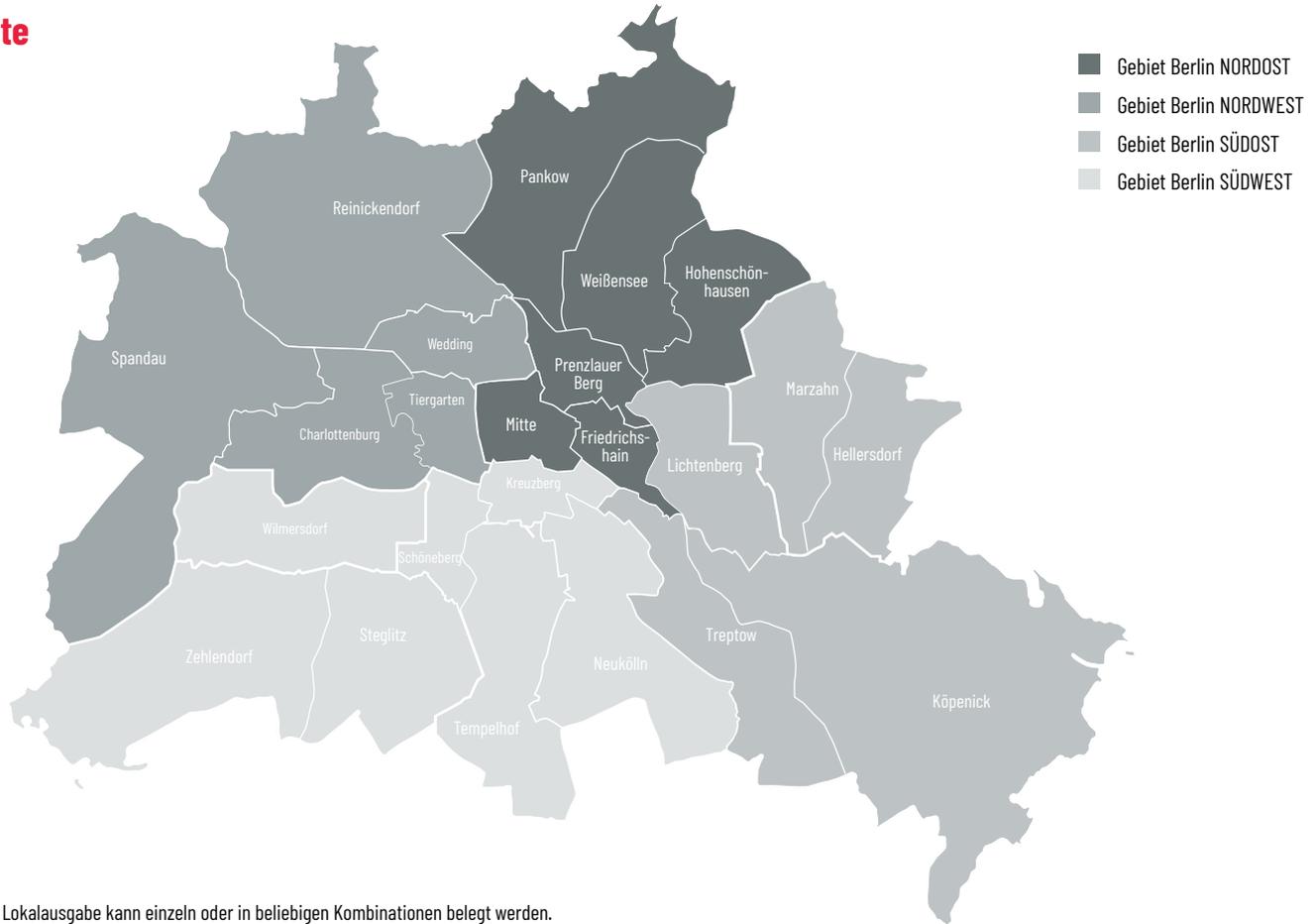
# Mediadaten 2024

Seite 2	Gebiete
Seite 3	Anzeigenpreise
Seite 6	Kleinanzeigen
Seite 7	Technische Daten und Anforderungen
Seite 9	Beilagenpreise
Seite 10	Sonderwerbformate
Seite 12	Sonderveröffentlichung
Seite 14	Online-Werbemittel
Seite 21	salelocal
Seite 25	myjob
Seite 30	Allgemeine Geschäftsbedingungen des Verlages
Seite 34	Kontakt



Bild: iStock / Getty Images Plus / Wirestock

## Gebiete



# Anzeigenpreise\*

Lokalausgabe	Auflage	Digitale E-Paper	mm-Preis Euro **	Kombipreise ***		
Pankow	47.973	9.524	3,05 €			
Weißensee	29.038	5.590	1,68 €			
Prenzlauer Berg	47.468	12.230	3,10 €			
Hohenschönhausen	38.341	5.254	2,19 €			
Friedrichshain	35.199	7.896	2,42 €			
Mitte	26.510	7.038	1,68 €			
<b>Nordost</b>	<b>224.529</b>	<b>47.532</b>	<b>14,12 €</b>	<b>11,30 €</b>		
Marzahn	50.101	6.630	2,60 €			
Hellersdorf	43.791	6.882	2,25 €			
Lichtenberg	57.482	7.760	3,32 €			
Treptow	44.295	7.516	2,40 €			
Köpenick	45.876	6.852	2,84 €			
<b>Südost</b>	<b>241.545</b>	<b>35.840</b>	<b>13,41 €</b>	<b>10,73 €</b>		
<b>Ost</b>	<b>466.074</b>	<b>83.172</b>			<b>18,99 €</b>	
Charlottenburg	50.361	10.483	2,40 €			
Reinickendorf	88.045	13.077	4,62 €			
Spandau	85.319	10.590	4,20 €			
Wedding	53.889	7.118	2,20 €			
Tiergarten	27.844	4.430	1,68 €			
<b>Nordwest</b>	<b>305.258</b>	<b>45.698</b>	<b>15,10 €</b>	<b>12,08 €</b>		
Neukölln	105.621	12.322	5,99 €			
Kreuzberg	50.547	6.862	2,05 €			
Wilmersdorf	44.202	8.882	2,65 €			
Steglitz	67.478	10.208	3,70 €			
Zehlendorf	34.956	5.462	2,05 €			
Schöneberg	44.734	7.942	2,60 €			
Tempelhof	68.399	9.314	3,45 €			
<b>Südwest</b>	<b>415.937</b>	<b>60.992</b>	<b>22,49 €</b>	<b>17,99 €</b>		
<b>West</b>	<b>721.195</b>	<b>106.690</b>			<b>25,99 €</b>	
<b>Gesamt</b>	<b>1.187.269</b>	<b>189.862</b>	<b>65,12 €</b>	<b>52,10 €</b>	<b>44,98 €</b>	<b>36,50 €</b>

Malstaffel oder Mengenrabatt	
ab 3 Anzeigen 3 Prozent	ab 3.000 mm 5 Prozent
ab 6 Anzeigen 5 Prozent	ab 5.000 mm 10 Prozent
ab 12 Anzeigen 10 Prozent	ab 10.000 mm 15 Prozent
ab 18 Anzeigen 15 Prozent	ab 20.000 mm 20 Prozent
ab 24 Anzeigen 20 Prozent	ab 30.000 mm nach Vereinbarung
ab 48 Anzeigen 25 Prozent	

Kombinationsrabatt
ab 2 Ausgaben 10 Prozent
ab 3 Ausgaben 15 Prozent
ab 5 Ausgaben 20 Prozent
ab 8 Ausgaben 25 Prozent
ab 11 Ausgaben 30 Prozent

## Vereinsrabatt: 25 Prozent

\* Anzeigenpreise gelten nur für Anzeigengrößen bis 5-spaltig

\*\* inklusive Digitalisierung Ihrer Printanzeige und Ausspielung im Nachrichtenportal

\*\*\* enthält bereits den Kombinationsrabatt, sowie die Vorteilskombination der Digitalisierung

Alle Preise sind AE-fähig und verstehen sich zuzüglich gesetzlicher MwSt.

Der mm-Preis einer Kombinationsanzeige errechnet sich durch Addition der mm-Preise der gewünschten Einzelausgaben, abzüglich der gewährten Rabatte. Kombinationsrabatte werden nur für Anzeigen gewährt, die unverändert (gleicher Inhalt und Größe) in mehreren Lokalausgaben zum gleichen Erscheinungstermin veröffentlicht werden. Teilgebietsausgaben sind nicht kombinationsrabattfähig.

# Anzeigenpreise für blattbreite Anzeigen Preise für Panoramaanzeigen und Tablet-Anzeigen und andere Formate auf Anfrage

Lokalausgabe	1/1-Seite			1/2-Seite			Streifenanzeige- 120 mm Hoch		
	Einzel-Festpr.	Kombipreise		Einzel-Festpr.	Kombipreise		Einzel-Festpr.	Kombipreise	
Pankow	10.354,75 €			4.910,50 €			2.562,00 €		
Weißensee	5.703,60 €			2.704,80 €			1.411,20 €		
Prenzlauer Berg	10.524,50 €			4.991,00 €			2.604,00 €		
Hohenschönhausen	7.435,05 €			3.525,90 €			1.839,60 €		
Friedrichshain	8.215,90 €			3.896,20 €			2.032,80 €		
Mitte	5.703,60 €			2.704,80 €			1.411,20 €		
<b>Nordost</b>		<b>38.349,92 €</b>			<b>18.186,56 €</b>			<b>9.488,64 €</b>	
Marzahn	8.827,00 €			4.186,00 €			2.184,00 €		
Hellersdorf	7.638,75 €			3.622,50 €			1.890,00 €		
Lichtenberg	11.271,40 €			5.345,20 €			2.788,80 €		
Treptow	8.148,00 €			3.864,00 €			2.016,00 €		
Köpenick	9.641,80 €			4.572,40 €			2.385,60 €		
<b>Südost</b>		<b>36.421,56 €</b>			<b>17.272,08 €</b>			<b>9.011,52 €</b>	
<b>Ost</b>			<b>64.471,05 €</b>			<b>30.573,90 €</b>			<b>15.951,60 €</b>
Charlottenburg	8.148,00 €			3.864,00 €			2.016,00 €		
Reinickendorf	15.684,90 €			7.438,20 €			3.880,80 €		
Spandau	14.259,00 €			6.762,00 €			3.528,00 €		
Wedding	7.469,00 €			3.542,00 €			1.848,00 €		
Tiergarten	5.703,60 €			2.704,80 €			1.411,20 €		
<b>Nordwest</b>		<b>41.011,60 €</b>			<b>19.448,80 €</b>			<b>10.147,20 €</b>	
Neukölln	20.336,05 €			9.643,90 €			5.031,60 €		
Kreuzberg	6.959,75 €			3.300,50 €			1.722,00 €		
Wilmerdorf	8.996,75 €			4.266,50 €			2.226,00 €		
Steglitz	12.561,50 €			5.957,00 €			3.108,00 €		
Zehlendorf	6.959,75 €			3.300,50 €			1.722,00 €		
Schöneberg	8.827,00 €			4.186,00 €			2.184,00 €		
Tempelhof	11.712,75 €			5.554,50 €			2.898,00 €		
<b>Südwest</b>		<b>61.082,84 €</b>			<b>28.967,12 €</b>			<b>15.113,28 €</b>	
<b>West</b>			<b>88.236,05 €</b>			<b>41.843,90 €</b>			<b>21.831,60 €</b>
<b>Gesamt</b>			<b>123.917,50 €</b>			<b>58.765,00 €</b>			<b>30.660,00 €</b>

## Formate für blattbreite Anzeigen



### TITELPLATZIERUNGEN

1. Titelstreifen      Aufschlag 100 Prozent/ B: 280 mm x H:20mm
2. Titelfuß            Aufschlag 25 Prozent/B: max. B: 280mm x 120mm

Preise für Panoramaanzeigen und Tabloid-Anzeigen und andere Formate auf Anfrage

- Auftragsgrundlage sind grundsätzlich die Allgemeinen Geschäftsbedingungen.
- Mit der Auftragserteilung werden die Geschäftsbedingungen anerkannt.
- Anzeigenreklamationen müssen dem Verlag innerhalb von 3 Tagen nach Erscheinen schriftlich mitgeteilt werden.
- Alle Preise sind AE-fähig und verstehen sich zuzüglich gesetzlicher MwSt.

## Kleinanzeigen

	Auflage 549.246 Pankow, Weißensee, Prenzlauer Berg, Hohenschönhausen, Friedrichshain, Mitte, Marzahn, Hellersdorf, Lichtenberg, Treptow, Köpenick	Auflage 827.885 Charlottenburg, Reinickendorf, Spandau, Wedding, Tiergarten, Neukölln, Kreuz- berg, Wilmersdorf, Steglitz, Zehlendorf, Schöneberg, Tempelhof
Anzeigen	Ost	West
Grundpreis je mm 4c	18,99 Euro	25,99 Euro
Millimeterpreise für Gesamtauflage	Gesamtauflage <b>36,50 Euro</b> (enthält bereits den Kombinationsrabatt, nicht abschlussrabattfähig)	
Anzeigen	Ost	West
<b>Gewerbliche Kleinanzeigen</b>		
bis 3 Zeilen (1. Zeile fett, 39 Zeichen, 2.+3. Zeile je 39 Zeichen)	49,50 Euro	49,50 Euro
jede weitere Zeile	16,50 Euro	16,50 Euro
<b>Private Kleinanzeigen</b>	<b>Gesamtauflage</b>	
bis 3 Zeilen (1. Zeile fett, 39 Zeichen, 2.+3. Zeile je 39 Zeichen)	41,65 Euro inkl. MwSt.	
jede weitere Zeile	11,90 Euro inkl. MwSt.	
<b>Gewerbliche Reiseanzeige</b>	<b>Gesamtauflage</b>	
bis 3 Zeilen (1. Zeile fett, 39 Zeichen, 2.+3. Zeile je 39 Zeichen)	50,00 Euro	
jede weitere Zeile	15,00 Euro	

Chiffregebühren pro Veröffentlichung, auch wenn keine Zuschriften eingehen: Selbstabholung 5,00 Euro / Zusendung: 12,00 Euro / Ausland 22,50 Euro

Alle gewerblichen Preise sind AE-fähig und verstehen sich zuzüglich gesetzlicher MwSt.

# Technische Daten und Anforderungen

## VERLAG UND KONDITIONEN

Berliner Abendblatt Medienhaus GmbH | Müllerstr. 12 | D-13353 Berlin | [www.berliner-abendblatt.de](http://www.berliner-abendblatt.de)  
Registergericht: Amtsgericht Charlottenburg | HRB 234790 B  
Geschäftsführer: Markus Echternach

## ERSCHEINUNGSWEISE

Die Ausgaben erscheinen zum Wochenende (Fr). Die Verteilung erfolgt flächendeckend an erreichbare Haushalte in den Verbreitungsgebieten.

## ANZEIGEN- UND DRUCKUNTERLAGENSCHLUSS

Anzeigenschluss	Freitag	12.00 Uhr
für Kleinanzeigen/Stellenmarkt	Freitag	10.00 Uhr
Druckunterlagen	Montag	10.00 Uhr

## BANKVERBINDUNG UND ZAHLUNGSBEDINGUNGEN

Frankfurter Volksbank eG | IBAN: DE14 5019 0000 6103 1017 50 | FFVBDEFFXXX  
8 Tage ohne Abzug

## BELICHTUNGSAUFLÖSUNG

1.270 dpi bei einem 48er Raster (100 lpi)

## TONWERTBEREICH

3 Prozent bis 90 Prozent, Rasterflächen können ins Weiß auslaufen

## PUNKTZUWACHS

ca. 26 Prozent bei 50-prozentiger Flächendeckung für Standard-Zeitungsdruckpapier  
Farbmodus CMYK  
max. Farbdeckung: Summe C+M+Y+K vorzugsweise < 220 Prozent, maximal 240 Prozent

## FARBAUFBAU

GCR: mittel/stark, Unterfarbzugabe 20 Prozent und 95 Prozent Schwarz

## FARBMANAGEMENT-SYSTEM: EMPFEHLUNG

<https://schenkelberg-druck.de/daten/medien/WAN-IFRANewspaper26v5.icc>  
<https://schenkelberg-druck.de/downloads/>

## DATEN-ÜBERTRAGUNG

E-Mail: [druckunterlagen@berliner-abendblatt.de](mailto:druckunterlagen@berliner-abendblatt.de)

## KONTAKT

Telefon: +49 30 99 21 11 80 | E-Mail: [anzeigen@berliner-abendblatt.de](mailto:anzeigen@berliner-abendblatt.de)

## ORGANISATORISCHE VORAUSSETZUNGEN

Sämtliche Anzeigenbestandteile sind in einem Ordner oder als gepackte Datei (Stuffit oder WinZip) mit folgenden Angaben in der Infodatei anzuliefern:

- . Anzeigengröße . Farbigkeit . Ausgabe
- . Ansprechpartner und Tel.-Nr. für Rückfragen.

## DRUCKFARBEN

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

## DRUCKREIHENFOLGE

Cyan-Magenta-Yellow-Schwarz. Farbige Anzeigen, auch bei einer Zusatzfarbe, werden generell im 4c-Aufbau aus der Euroskala gedruckt. Dementsprechend sind alle Druckunterlagen 4c-aufgebaut anzuliefern. Bei mehrfarbigen Anzeigen ist ein farbverbinderlicher Ausdruck bzw. Proof mitzuliefern. Für HKS-Z-Schmuckfarben ist weiterhin die Farbnummer anzugeben. HKS-Farben werden nach Separationstabelle aus der Euro-Skala aufgebaut (Einschränkungen entsprechend HKS-Z-Farbtafel beachten).

## GESCHÄFTSBEDINGUNGEN:

Geringfügige Abweichungen in Passer und/oder Farbton berechtigen nicht zu Ersatz- oder Minderansprüchen.

# Technische Daten und Anforderungen

## ZEITUNGSFORMAT

Berliner Format / Rollenoffset-Zeitungsdruck

## SATZSPIEGEL (Spaltenanzahl: 6)

1/1 Seite 280 x 440 mm (B x H) = 2.640 mm

1/2 Seite 280 x 215 mm (B x H) = 1.290 mm

Panorama-Seite: 595 x 440 mm (B x H) = 5.720 mm

## SPALTENBREITEN: Anzeigen- und Textteil

1 Spalte: 45 mm 4 Spalten: 186 mm

2 Spalten: 92 mm 5 Spalten: 233 mm

3 Spalten: 139 mm 6 Spalten: 280 mm

## 1/2-Berliner Format (Tabloid)

1/1 Seite: 280 x 440 mm (B x H) = 1.635 mm

Panorama-Seite: 440 x 280 mm (B x H)

## DIGITALE DRUCKUNTERLAGEN

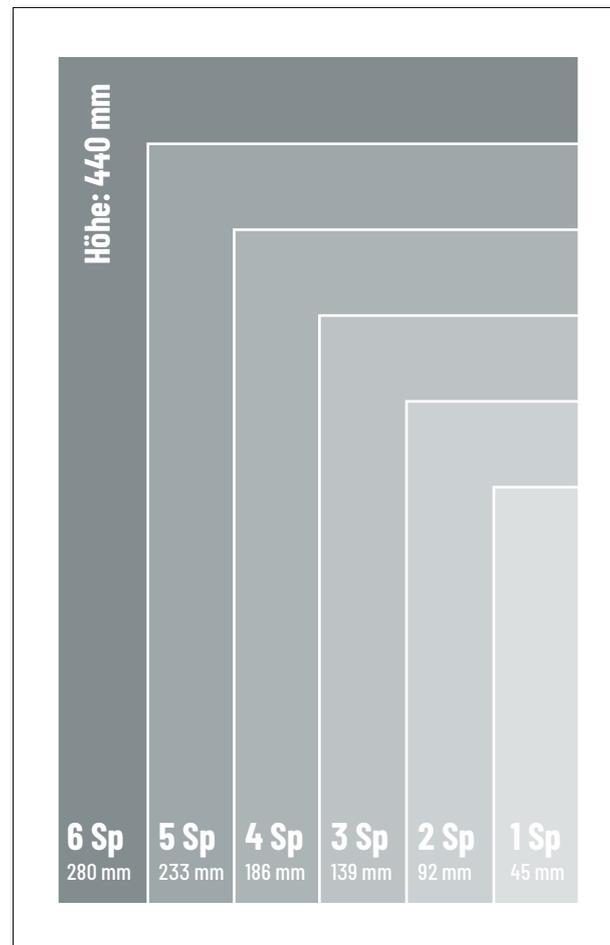
Datenträger: USB, E-Mail

## DATEIFORMATE

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

## BILDAUFLÖSUNG

220 dpi (bei 1:1-Abbildungen) Bei Bildgrößen von über 115 Prozent wird keine Qualitätsgarantie übernommen.



# Beilagenpreise

pro 1.000 Exemplare als Beilage im Abendblatt  
bis 20 g: 58,00 Euro      bis 50 g: 67,00 Euro  
bis 30 g: 61,00 Euro      bis 60 g: 70,00 Euro  
bis 40 g: 64,00 Euro

Preise gelten bei Komplettbelegung einer Bezirksausgabe. Teilbelegungen auf PLZ-Ebene sind auf Anfrage möglich. Über 60 g auf Anfrage. Ab einer Anzahl von 1 Mio. Exemplaren Preis nach Vereinbarung.

Preis Direktverteilung auf Anfrage

Unter Angabe der Menge und des Verteilgebietes

## ZUSCHLÄGE

Erstellung Verteilspiegel	10 Prozent
Erstellung Planung Geomarketing	30 Prozent

Vorfristige Anlieferung:

Lagerung 10,00 Euro / Palette / Kalenderwoche  
Handling 4,00 Euro pro Palette

Kontrollen:

Maximal 1 ‰ der beauftragten Beilagenmenge  
Einmalig, 50,00 Euro zzgl. 1 Euro je kontrollierter Adresse

## SONSTIGE ANGABEN

1. Ausschluss wird in Bezug auf Konkurrenz-Beilagen nicht gewährt.
2. Beilagen dürfen keine Fremdanzeigen enthalten.
3. Letzter Rücktrittstermin sechs Werktage vor Erscheinen.
4. Reklamationen müssen innerhalb von drei Tagen nach Erscheinen dem Verlag schriftlich mitgeteilt werden. Später eingereichte Reklamationen können nicht mehr berücksichtigt werden.

Alle Preise sind AE-fähig und verstehen sich zuzüglich gesetzlicher MwSt.

## ANLIEFERANSCHRIFT

Beilagen:

Aufgrund mehrere Anlieferstandorte muss dies bei jeder Anfrage separat erfragt werden.

Achtung:

Bei Anlieferung auf Paletten müssen diese unbedingt mit einer Palettenkarte analog Lieferschein gekennzeichnet sein!

## VERMARTUNG

in Kooperation mit

**PRINTAKTUELL**

Kontakt:

Liane Handke Telefon: +49 30 99 21 11 811

E-Mail: [vertrieb@berliner-abendblatt.de](mailto:vertrieb@berliner-abendblatt.de) oder

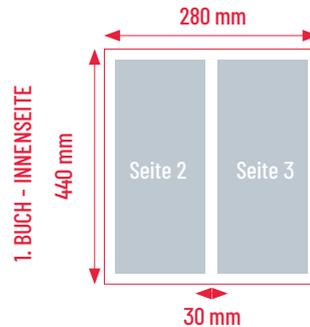
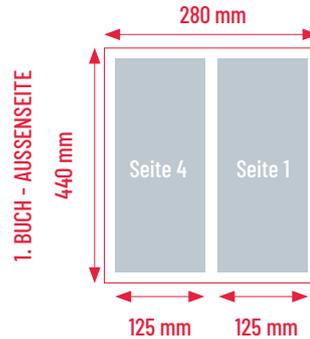
E-Mail: [info@printaktuell.com](mailto:info@printaktuell.com)

## TECHNISCHE DATEN

1. Formate und g/m<sup>2</sup>-Gewichte: Mindestformat: 10,5 x 14,8 cm bei einem Papiergewicht von mindestens 120 g/m<sup>2</sup>. Höchstformat: 22,5 x 35,0 cm, Falz oder Heftung parallel zur langen Seite.
2. Beilagen müssen so beschaffen sein, dass sie maschinell verarbeitet werden können. Das Einlegen von Prospekten mit Leporellofalz, aufgeklebten Postkarten auf der Außenseite oder mit Warenmustern und -proben ist nicht möglich. Eine Termingarantie, Haftung im Falle höherer Gewalt sowie eine ordnungsgemäße Einlage und Verteilung bei beschädigt gelieferten Prospekten oder technischen Störungen kann nicht übernommen werden.
3. Anlieferung frühestens sieben Tage vor Erscheintermine. Anlieferung spätestens Freitag vor Erscheinen (14.00 Uhr). Bei Feiertagen entsprechend früher.
4. Es müssen 2 Prozent Steckzuschuß geliefert werden, die nicht in die Verteilung eingerechnet werden.

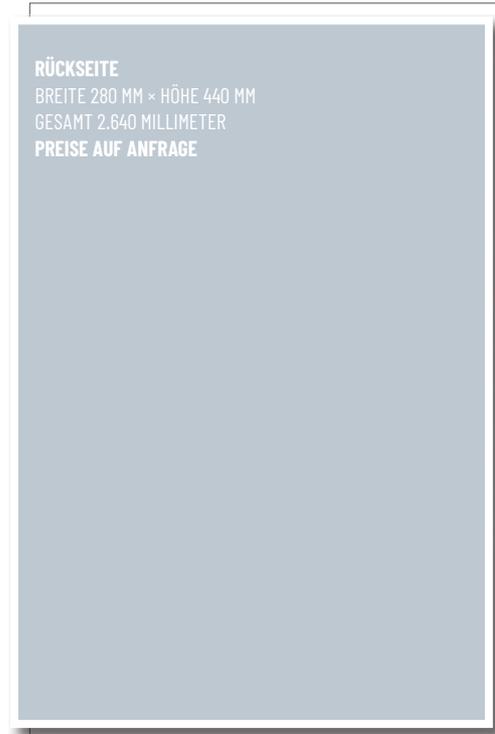


# Sonderwerbformat Flying Page



4x Breite 125 mm x Höhe 440 mm  
GESAMT 5.280 MILLIMETER  
**PREISE AUF ANFRAGE**

## Sonderwerbeformat Vorschaltseite







# KLAR, VERLÄSSLICH & BUNT



## TOP-BANNER

FORMAT: 730 x 90 px

KOSTEN:	1 WOCHEN	131 €
	2 WOCHEN	230 €
	4 WOCHEN	428 €

## SIDE BAR

FORMAT: 526 x 526 px

KOSTEN:	1 WOCHEN	131 €
	2 WOCHEN	230 €
	4 WOCHEN	428 €

## CONTENT-BANNER

FORMAT: 640 x 100 px

KOSTEN:	1 WOCHEN	153 €
	2 WOCHEN	285 €
	4 WOCHEN	538 €

Alle Preise sind AE-fähig und verstehen sich zusätzlich gesetzlicher MwSt.

# Digitalisierung Ihrer Printanzeige

## WIR SORGEN FÜR (MEHR) KUNDENKONTAKT

- Gedruckt erscheint Ihre Anzeige am Veröffentlichungstag – digital hat sie eine Laufzeit von einer Woche.
- Zeitungsleser und Online-User – ab sofort erreichen Sie mit Ihrer Botschaft beide Zielgruppen ohne zusätzlichen Aufwand.

## IHRE VORTEILE IM ÜBERBLICK

- Professionelle Digitalisierung von Sonderveröffentlichungen, Kollektiven und Printanzeigen
- Übersichtliche Darstellung der verschiedenen Themen unter [www.berliner-abendblatt.de](http://www.berliner-abendblatt.de)

## UNSERE LEISTUNG FÜR SIE

- Eine interaktive Anzeige mit echtem funktionalem Mehrwert.
- Mouseover-Effekt vergrößert Ihre Anzeige bereits auf der Seite.



# Digital-Abo



## Digital noch früher - Ihr Berliner Abendblatt!

Sehr geehrter Leser,

Nur Ihr kostenloses ePaper-Abonnement vom Berliner Abendblatt. Mit einem Klick sind Sie mitten in Berlin und direkt in Ihrem Smartphone!

Wir wünschen Ihnen gute Leseerfahrungen!

Ihre Berliner Abendblatt Redaktion



Ihre Daten werden ausschließlich zu den Zwecken der Abrechnung verwendet. Bitte beachten Sie, dass diese E-Mail nicht zum Berliner Abendblatt direkt versendet werden soll, sondern für eine von uns autorisierte Marketingpartnerin für unsere Services registriert wurde. Möchten Sie nicht aus diesem Newsletter rausfallen, klicken Sie hier, um sich neu zu registrieren und Ihre E-Mail-Adresse zu bestätigen.

Unser Newsletter enthält auch Werbefür den Fall, dass die Digital-Anbieterin, unsere Partnerin, werbende Inhalte enthält. Diese sind für 7 Tage zum Anzeigen. Zum Anzeigen klicken Sie auf den Link in der E-Mail. Die Daten der E-Mail-Adresse werden ausschließlich für den Versand des Newsletters verwendet.

adRom

**Das Berliner Abendblatt bietet einen neuen digitalen Leser-Service. Profitieren Sie ab sofort von dieser starken zusätzlichen Reichweite. Unsere 189.000 E-Paper-Abonnenten können Sie außerdem mit weiteren, neuen Werbeformaten erreichen.**

Nutzen Sie für Ihre Werbebotschaft das neue papierlose E-Paper-Abonnement des Berliner Abendblatts und damit die Chance auf weitere werbeaffine Kontakte. Denn die E-Paper-Abonnenten sind natürlich DSGVO-konform auch für Ihre E-Mail-Werbung ansprechbar.

Mit der digitalen Auflage von über 189.000 E-Postfächern ergänzen wir unsere Gesamtauflage auf insgesamt über 1.300.000.

Profitieren Sie neben unserer hohen Auflage auch von unseren innovativen digitalen Aktivitäten (Online-Werbung, Social Media). Wir beraten Sie gerne!

### WERBEBANNER

FORMAT: BREITE: 600 px x Höhe: flexibel

KOSTEN: 990 € - BANNER PRO MAILVERSAND

\*Weitere Formate auf Anfrage

# Richtlinien Online-Werbemittel

## VERLINKUNGEN

Aufträge mit Links zu Online-Wettanbietern, Online-Casinos oder jugendgefährdenden Inhalten werden nicht angenommen.

## BILD-/VIDEODATEIEN

dürfen keine Rechte Dritter verletzen und werden nur mit entsprechenden Nutzungsrechten, Bild-/Videonachweis veröffentlicht

## KENNZEICHNUNG

Advertorials müssen als Werbung gekennzeichnet werden, um eine Irreführung der Leser auszuschließen (§ 5 UWG)

# Advertorial & Facebook Advertorial

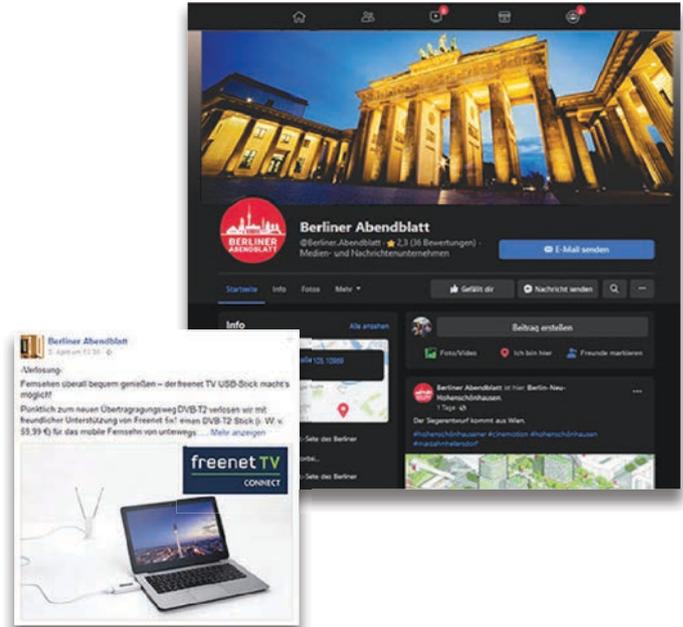
**ERSTEINRICHTUNG** ..... **INKLUSIVE 1 BILD  
LAUFZEIT DREI MONATE 660,00 €**

**OPTIONAL**

**JEDES WEITERE BILD  
4,35 €**

**VERLÄNGERUNG UM DREI MONATE  
110,00 €**

**BEARBEITUNG/ ÄNDERUNG  
88,00 €  
AUFRÜCKEN  
28,00 €**



**165,00 €** ..... **PREIS**

**MAXIMAL 500 ZEICHEN** ..... **VORGABEN**

Alle Preise sind AE-fähig und verstehen sich zuzüglich gesetzlicher MwSt.

# Facebook Gewinnspiel



Preis  
109 €



Alle Preise sind AE-fähig und verstehen sich zuzüglich gesetzlicher MwSt.

# Technische Anforderungen

## TEXT

in digitaler Form (z.B. Word, E-Mail, Text-Dokument)  
wird von uns Korrektur gelesen.

## BILDMATERIAL

Bildnachweise oder Lizenzen müssen mitgeliefert werden. Bereitstellen des  
Bildmaterials auch nach Vereinbarung durch uns möglich.

## VERLINKUNGEN

Linkadresse wird benötigt.  
Linktext können Sie bestimmen.

## ZEITLICHER ABLAUF

Circa zwei Tage Vorlaufzeit.



Bild: iStock / Getty Images Plus / martin\_ajdaj

### Wir sorgen dafür, dass Ihr Unternehmen Online besser sichtbar wird – auf Google, Facebook, Instagram und LinkedIn: Sprechen Sie mit uns.



#### Was kostet das?

Schon ab 500€ Mindestbudget pro Kanal (Google, Google-Digital-Netzwerk, Facebook, Instagram) erreichen Sie spürbare Ergebnisse. Für LinkedIn sprechen Sie mit Ihrem Berater.

#### Wie funktioniert das?

Mit Hilfe von künstlicher Intelligenz (KI) wird eine passgenaue Werbung für Ihr Angebot erstellt und in den gewünschten Netzwerken ausgespielt. Die KI überprüft alle 24 Stunden die Ausspielung, optimiert die Kampagne ganz automatisch mit dem Ziel, Ihnen immer das beste Ergebnis zu liefern.

#### Wie arbeitet die KI?

Ihr eingesetztes Budget wird auf Google, Facebook, Instagram, LinkedIn ausgespielt. Die KI überprüft jeden Tag, in welchem Netzwerk Ihr Geld das beste Ergebnis erzielt und passt z. B. Suchwörter bestmöglich an. Für die Erstellung und Buchung Ihrer Werbung berechnen wir 150€ zzgl. MwSt. pro Kampagne.

#### KI Optimierung

Wir nutzen Künstliche Intelligenz, um Ihre Werbung zu optimieren und das alle 24h. Die KI ist darauf programmiert, Ihr Budget optimal zu nutzen und spielt Ihre Werbung an Menschen auf den Portalen aus, die am wahrscheinlichsten Ihre Dienstleistung /Ihr Produkt in Anspruch nehmen werden. So steigern Sie die Wirkung Ihrer Werbung.

#### Kann man den Erfolg Messen?

Wir erhalten tagesaktuelle Daten der Internetkonzerne z. B. Informationen darüber, wie viele und wo diese Menschen (Zielgruppe, Regio-Targeting) nach Ihnen gesucht oder Ihre Werbung geklickt haben. Diese Kennzahlen werten wir gern gemeinsam mit Ihnen aus.

#### Welchen Aufwand habe ich?

Keinen. Sie legen lediglich fest, welches Budget Sie investieren möchten, den Rest erledigen wir für Sie. Wir stellen Ihnen Ihre Anzeigen vor, so dass Anpassungen bei Text und Bild direkt möglich sind. Es empfiehlt sich, den KI-Vorschlägen zu vertrauen, denn die KI erzielt die besten Resultate.

#### Was passiert mit meinem Budget?

Ein Teil des Budgets verbleibt bei salelocal, um die Kosten für die KI-Software, das Kampagnenmanagement im 24h Rhythmus (die Key-Word-Anpassung, die Medienkanalsteuerung des Budgets, das Zielgruppen-Targeting/Anpassung, das Regio-Targeting), die Abrechnung mit Google und Co., die Medieneinspruchsbearbeitung und somit die salelocal-Gesamtleistung zu finanzieren. 60% des Medienkundenbudgets (MKB) gehen direkt an Google und Co. Die Einstellgebühr wird verwendet, um die Werbemittel erstellen zu können.

Es gelten die AGB der Planbar Media GmbH [www.salelocal.de/agb/](http://www.salelocal.de/agb/)



- Volle Kostenkontrolle: Sie bestimmen Budget und Laufzeit- Wir sorgen für die optimale Reichweite
- Auf Wunsch erhalten Sie zu jeder Kampagne eine übersichtliche Aufstellung mit allen wichtigen Kennzahlen
- Die KI ermittelt die besten Interessensefelder, Keywords und Ihre Zielgruppe
- Die KI sorgt im 24-Stunden-Rhythmus für eine stetige Optimierung Ihrer Werbung
- Neben Ihren eigenen Bildern können wir auf tausende kostenlose Profi-Fotos zurückgreifen.
- Wir verbinden die Kampagnen gerne mit Ihrem eigenen Facebook- oder Instagram-Konto
- Die KI hilft auch beim Texten



## Google ADS

Mit Ihrer Google Anzeige erreichen Sie potenzielle Kunden, die auf Google nach Unternehmen wie Ihrem suchen. Ihre Anzeige wird dabei über den generischen Suchergebnissen angezeigt und rutscht damit ins Blickfeld.

Dabei wird nur für Ergebnisse, also z.B. Klicks, mit denen Nutzer auf Ihre Website gelangen, abgerechnet. Google liefert die Werbung solange aus, bis Ihr Budget aufgebraucht ist.



## Facebook & Instagram

Auf Facebook und Instagram erreicht Ihre Anzeige eine hohe Reichweite, die Sie über Ihre eigenen Kanäle eher nicht erreichen können. Durch Klick auf Ihre Anzeige gelangen Interessenten direkt auf Ihre Website oder Ihren Facebook bzw. Instagram-Konto.



## LinkedIn

LinkedIn ist die Socialmedia Plattform für Unternehmer und Führungskräfte. Damit ist LinkedIn bestens geeignet für Job-Anzeigen, insbesondere für gehobene Positionen. Aber auch im BtoB Marketing können optimale Ergebnisse erzielt werden. Für Werbung auf LinkedIn planen Sie aber bitte mit einem höheren Budget, von mindestens 60-80€ pro Tag.

**Grundsatz:** je höher das Budget, desto erfolgsversprechender das Ergebnis. Deshalb empfehlen wir ein Mindestbudget von 500 € pro Kanal, pro Monat. Damit Sie sich einen besseren Überblick verschaffen können, finden Sie nachstehend unsere kleine Tabelle zur Orientierung.

Mindest-Budget-Beispiele zzgl. Einstellgebühr				
Laufzeit	1 Kanal G oder f oder O	2 Kanäle G und f und O	3 Kanäle G und f und O	LinkedIn
30 Tage <small>Mindestbudget</small>	500 €* 500 €	1.000 €* 1.000 €	1.500 €* 1.500 €	1.000 €* 1.000 €
2 Monate	1.000 €* 1.000 €	2.000 €* 2.000 €	3.000 €* 3.000 €	2.000 €* 2.000 €
3 Monate	1.500 €* 1.500 €	3.000 €* 3.000 €	4.500 €* 4.500 €	3.000 €* 3.000 €
4 Monate	2.000 €* 2.000 €	4.000 €* 4.000 €	6.000 €* 6.000 €	4.000 €* 4.000 €
6 Monate	3.000 €* 3.000 €	6.000 €* 6.000 €	9.000 €* 9.000 €	6.000 €* 6.000 €

Zum Media-Kunden-Budget (MKB) addieren sich noch 150 € Einstellgebühr für alle Kanäle hinzu.

\*Sämtliche Preise gelten zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer

Es gelten die AGB, siehe <https://salelocal.de>





# myjob.de

**Ihr Partner für Jobanzeigen  
mit dem Social Media Boost**

Es gelten die AGB, siehe <https://myjob.de>  
myjob.de - Planbar Media GmbH - Im Horstberg 34 - 56368 Katzenelnbogen - E-Mail: [info@myjob.de](mailto:info@myjob.de)

# Recruiting ganz persönlich

- 56,4 Mio. Menschen bewegen sich jeden Tag mehr als 5 Stunden im Internet.
- Nutzen Sie unseren Social Media Boost und sprechen Sie Ihre potenziellen Kandidaten dort an, wo sie sind und auf dem Kanal, dem sie vertrauen.

**Starten Sie JETZT Ihre Social Media Anzeige!**

**Mindestbudget für Ihre regionale Suche**

30 Tage 

ab **690 €\***  
pro Kanal  
weitere Angebote auf Seite 4

30 Tage 

ab **1.590 €\***  
weitere Angebote auf Seite 4

\* alle Preise zzgl. MwSt.



Es gelten die AGB, siehe <https://myjob.de>  
myjob.de - Planbar Media GmbH - Im Horstberg 34 - 56388 Katzenelnbogen - E-Mail: [info@myjob.de](mailto:info@myjob.de)



## Warum Social Media?

- Nur 20 % der möglichen Erwerbstätigen suchen aktiv einen (neuen) Job über herkömmliche Jobportale oder in den Zeitungen
- Wie erreichen Sie die anderen 80%, die möglicherweise bei einem attraktiven Angebot wechselwillig sind?
- 56,4 Mio. Menschen verbringen tagtäglich über 5 Std. im Internet
- Mit einer Anzeige auf Facebook, Instagram, Google oder LinkedIn holen Sie die wechselwilligen Bewerber direkt dort ab, wo sie gerade sind

Es gelten die AGB, siehe <https://myjob.de>  
myjob.de - Planbar Media GmbH - Im Horstberg 34 - 56388 Katzenelnbogen - E-Mail: [info@myjob.de](mailto:info@myjob.de)

**Grundsatz:** Das Budget entscheidet über Ihren Erfolg. Je höher das Budget, umso erfolversprechender das Ergebnis.

Mindestbudgets für Stellenanzeigen auf Social Media				
Laufzeit	1 Kanal G oder f oder o	2 Kanäle G und f und o	3 Kanäle G und f und o	LinkedIn
<b>30 Tage</b> Regionales Mindestbudget	ab 690 €	ab 1.380 €	ab 2.070 €	-
<b>30 Tage</b> Nationales Mindestbudget	ab 790 €	ab 1.580 €	ab 2.370 €	ab 1.590 €

Reichweitenpakete				
Laufzeit	1 Kanal G oder f oder o	2 Kanäle G und f und o	3 Kanäle G und f und o	LinkedIn
<b>30 Tage</b>	ab 1.000 €	ab 2.000 €	ab 3.000 €	ab 2.500 €
<b>2 Monate</b>	ab 2.000 €	ab 4.000 €	ab 6.000 €	ab 5.000 €
<b>3 Monate</b>	ab 3.000 €	ab 6.000 €	ab 9.000 €	ab 7.500 €
<b>4 Monate</b>	ab 4.000 €	ab 8.000 €	ab 12.000 €	ab 10.000 €
<b>6 Monate</b>	ab 6.000 €	ab 12.000 €	ab 18.000 €	ab 15.000 €

Ein Teil des Budgets verbleibt bei myjob.de, um die Kosten für die KI-Software, das Kampagnenmanagement im 24h Rhythmus (die Key-Word-Anpassung, die Medienkanalsteuerung Budgets, das Zielgruppen-Targeting/Anpassung, das Regio-Targeting), die Abrechnung mit Google und Co., die Medieneinspruchsbearbeitung und somit die myjob.de Gesamtleistung zu finanzieren. 60% des Medienkundenbudgets (MKB) gehen direkt an Google und Co.

alle Preise zzgl. MwSt. | Es gelten die AGB, siehe <https://myjob.de> | myjob.de - Planbar Media GmbH - Im Horstberg 34 - 56368 Katzenelnbogen - E-Mail: [info@myjob.de](mailto:info@myjob.de)

# Beispiele aus der Praxis



## Ihre Ansprechpartnerin für intelligente Job-Angebote

-  **Regina Kasten**  
Projektleitung myjob.de
-  +49 (0)6174 / 938 552  +49 (0)176 / 144 970 91
-  regina.kasten@planbarmedia.de

Es gelten die AGB,  
siehe <https://myjob.de>  
myjob.de - Planbar Media GmbH  
In Horstberg 34 - 56368 Katzenelnbogen - E-Mail: info@myjob.de

### PRÄAMBEL

Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen sind für alle Geschäftsbeziehungen zwischen der Berliner Abendblatt Medienhaus GmbH, Müllerstr. 12, 13353 Berlin, (im Folgenden „Verlag“ genannt) und dem Werbenden (im Folgenden „Auftraggeber“ genannt) gültig. Allgemeinen Geschäftsbedingungen des Auftraggebers, soweit sie mit diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen nicht übereinstimmen, wird hiermit ausdrücklich widersprochen.

1. Anzeigenauftrag im Sinne der nachfolgenden allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungstreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.
2. Anzeigenaufträge sind im Zweifel innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzuwickeln. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.
3. Anzeigen, die in mehreren Ausgaben mit gleichem Motiv am selben Erscheinungstag erscheinen, zählen für die Erfüllung des Abschlusses wie eine Anzeige.
4. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2 genannten Frist, auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.
5. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
6. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
7. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
8. Der Auftragnehmer behält sich vor, Anzeigenaufträge oder einzelne Werbemittel im Rahmen eines Abschlusses nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen abzulehnen oder zu sperren. Dies gilt insbesondere dann, wenn der Inhalt gegen Gesetze, behördliche Bestimmungen oder die guten Sitten verstößt oder die Veröffentlichung der Werbung für den Anbieter unzumutbar ist. Die Ablehnung eines Auftrags wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt. Darüber hinaus kann der Auftragnehmer eine bereits veröffentlichte Werbung zurückziehen, wenn der Auftraggeber nachträglich Änderungen der Inhalte in der Werbung selbst beziehungsweise hinter der Werbung oder durch die Verweise (Link) vornimmt.
9. Für rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Der Verlag ist berechtigt, die für das Berliner Abendblatt erteilten Anzeigenaufträge im Rahmen seiner technischen Möglichkeiten ergänzend auch in seinen Online-Auftritten zu veröffentlichen. Die Online-Darstellung kann vom Druckergebnis in der Printausgabe abweichen.
10. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur im Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gesetzte Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Schadenersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung –, soweit gesetzlich zulässig, ausgeschlossen; Schadenersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlags für Schäden wegen Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen, in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem

Umfang nach auf den vorhersehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgeltes beschränkt. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang der Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

11. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.
12. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach der Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
13. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, in der Regel aber vierzehn Tage nach der Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Voraussetzung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlungen werden nach der Preisliste gewährt.
14. Bei Zahlungsverzug werden Mahnspesen, Verzugszinsen sowie Inkasso- und Rechtsanwaltskosten berechnet. Der Nachweis eines geringeren Verzugszinschadens bleibt dem Auftraggeber unbenommen. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offestehender Rechnungsbeiträge abhängig machen.
15. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf ausdrücklichen Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten, vollständige Belegnummern oder digitalisierte Einzelausgaben als PDF-Datei geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über eine Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige. Bei Wort-, Familien- und privaten Gelegenheitsanzeigen besteht kein Anspruch auf Belegausschnitt.
16. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

17. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigter Mängel, wenn sie
- bei einer Auflage bis zu 50.000 Exemplaren 20 v. H.
  - bei einer Auflage bis zu 100.000 Exemplaren 15 v. H.
  - bei einer Auflage bis zu 500.000 Exemplaren 10 v. H.
- bei einer Auflage über 500.000 Exemplaren 5 v. H. beträgt. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag den Auftraggeber vor dem Absinken der Auflage so rechtzeitig in Kenntnis gesetzt hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.
18. Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibbriefe und Eilbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Dem Verlag kann einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärtem Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A4 (Gewicht 100 g) überschreiten, sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann dennoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt. Die Chargegebühr wird pro Veröffentlichung berechnet, auch wenn keine Zusendungen eingehen.
19. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.
20. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche

des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nichtkaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten zum Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsabschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes gelegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

#### ZUSÄTZLICHE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN DES VERLAGES

- a) Die Werbemittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungstreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.
- b) Abschlüsse werden kundenspezifisch angelegt. Der Werbungtreibende hat rückwirkenden Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb Jahresfrist entsprechenden Nachlass, wenn er zu Beginn der Frist einen Auftrag abgeschlossen hat, der aufgrund der Preisliste zu einem Nachlass von vornherein berechtigt. Fließtext ist nicht abschlussfähig.
- c) Der Verlag wendet bei Entgegennahme der Anzeigentexte die geschäftsbliche Sorgfalt an, haftet jedoch nicht, wenn er von Auftraggebern irreführt oder getäuscht wird. Eine inhaltliche oder rechtliche Prüfung findet nicht statt.
- d) Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden dieselben erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Werbungtreibende bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche.
- e) Der Auftraggeber steht für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen ein; dem Auftraggeber obliegt es, den Verlag von Ansprüchen Dritter auf erstes Anfordern freizustellen. Durch Erteilung eines Anzeigenauftrages verpflichtet sich der Inserent, die Kosten der Veröffentlichung einer Gegendarstellung, die sich auf tatsächliche Behauptung der veröffentlichten Anzeige bezieht, zu tragen und zwar nach Maßgaben des jeweils gültigen Anzeigentarifs. Dies gilt sinngemäß auch für Prospektbeilagen.
- f) Bei Änderungen der Preisliste treten diese ab Gültigkeitsdatum in Kraft. Für Aufträge, die im Rahmen eines Abschlusses vorliegen bzw. gebucht werden, treten die Änderungen nach Ablauf von drei Monaten ab Gültigkeitsdatum in Kraft. Dies gilt nicht für im Dauerschuldverhältnis abzuwickelnde Aufträge. Hier treten

Änderungen der Preisliste sofort in Kraft, sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen ist.

- g) Im Fall höherer Gewalt oder bei Störung des Arbeitsfriedens erlischt jede Verpflichtung auf Erfüllung von Aufträgen und Leistungen von Schadenersatz, sofern den Verlag nicht Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit trifft.
  - h) Bei privaten Kleinanzeigen gilt der Abbuchungsbeleg als Rechnung.
  - i) Der Auftraggeber hat bei Wiederholungsanzeigen den richtigen Abdruck seiner Anzeigen sofort bei Erscheinen zu überprüfen. Der Verlag erkennt Zahlungsmin- derung oder Ersatzansprüche nicht an, wenn bei Wiederholungen der gleiche Fehler unterläuft, ohne dass nach der Veröffentlichung eine sofortige Richtigstellung seitens des Auftraggebers erfolgt ist. Sonstige Beanstandungen sind, sofern es sich um offensichtliche Mängel handelt, innerhalb vier Wochen nach Rechnungs- legung zu erheben.
  - j) Die Zuständigkeit des jeweiligen Amtsgerichtes ohne Rücksicht auf den Streitwert gilt als vereinbart.
  - k) Der Verlag speichert im Rahmen der Geschäftsbedingungen bekanntgewordene Daten, die zu keinen anderen Zwecken als zu den Vertragszwecken verwendet werden (Gemäß §§ 23 und 26, Absatz 1 Bundesdatenschutzgesetz).
  - l) Vervielfältigte Druckunterlagen sowie montagefähige Papiervorlagen (z. B. Foto- papier) stehen dem Verlag mit Auftragserteilung zur freien Verfügung und unter- liegen nicht der Aufbewahrungsfrist für Druckunterlagen.
  - m) Bei insolventen und Zwangsvergleichen entfällt jeglicher Nachlass.
  - n) Zuschriften auf Kennzifferanzeigen, außer Stellenangebote, werden nur dann weitergeleitet, wenn sie in Standardbrief- oder Postkartenfornat abgefasst sind.
  - o) Für die in dieser Preisliste nicht erwähnten Teilbelegungen, Kombinationsab- schlüsse und Jahresabschlüsse über 30.000 mm sowie für Flächenanzeigen und Kombinationen mit anderen Titeln vom Verlag können vom Verlag besondere bzw. abweichende Preise festgelegt werden.
  - p) Der Verlag behält sich das Recht vor, für Anzeigen in Sonderbeilagen, Verlags- sonderveröffentlichungen und Kollektiven Sonderpreise oder von der Preisliste abweichende Konditionen festzulegen.
  - q) Der Verlag behält sich das Recht vor, bis 3 Tage vor Anzeigenschluss nicht belegte Festplatzierungen und sogenannte Depotanzeigen mit von der Preisliste abwei- chenden Konditionen anzubieten.
21. Wie allgemein üblich, gelten 5 Prozent Streuverlust nicht als Mangel.

# Allgemeine Geschäftsbedingungen für Beilagenverteilungen

## P R Ä M B E L

Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen sind für alle Geschäftsbeziehungen zwischen der Berliner Abendblatt Medienhaus GmbH, Müllerstr. 12, 13353 Berlin, (im Folgenden „Auftraggeber“ genannt) und dem Werbenden (im Folgenden „Auftragnehmer“ genannt) gültig. Allgemeinen Geschäftsbedingungen des Auftraggebers, soweit sie mit diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen nicht übereinstimmen, wird hiermit ausdrücklich widersprochen.

1. Angebotene Preise sowie alle anderen Abmachungen zwischen Auftraggeber und Auftragnehmer erlangen erst Verbindlichkeit durch die Auftragsbestätigung des Auftragnehmers. Preisangebote werden in Euro zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer (MwSt.) angegeben und sind bis zur Auftragsbestätigung freibleibend.
2. Preise für Verteilungen von Warenproben, Prospekt-, Katalog-, Zeitungs- oder ähnliche Sendungen werden jeweils per 1.000 Stück angegeben und berechnet. Die Stücklöhne je Tsd. Exemplare basieren auf dem Gesetz zur Regelung eines allgemeinen Mindestlohns – Mindestlohngesetz (MiLoG) und den Erhebungen, Erfassungen und Kalkulationen, die zu Grunde gelegt wurden, um den Mindestlohn aus dem Mindestlohngesetz nicht zu unterschreiten. Die Preise werden nach Format und Gewicht der Werbesendungen sowie nach der Aufgabenstellung der Verteilart, Fähigkeiten der örtlichen Zusteller und der Bepanungsstruktur und örtlichen Gegebenheiten der Verteilgebiete berechnet. Unterliegt der vereinbarte Auftrag der Überschreitung von Format und Gewicht der Werbesendung sowie Aufgabenstellung, Verteilart und Verteilgebiet, so ist ein von Auftragnehmer neu festgesetzter und entsprechend höherer Preis als vereinbart zu zahlen. Sendungen, die über Briefkästen zur Verteilung gelangen, müssen Briefkastenformat aufweisen. Sperrige Sendungen erhalten in der Regel einen Preisaufschlag von 5 bis 20 Prozent.
3. Wenn nicht ausdrücklich anders vereinbart, sind die zu verteilenden Sendungen rechtzeitig an die Anschrift des Auftragnehmers frei Haus anzuliefern. Der Auftragnehmer haftet für die sorgsame Lagerung und Behandlung der Sendungen in seinen Räumen. Kosten entstehen dem Auftraggeber durch die Lagerung nicht.
4. Unter rechtzeitiger Anlieferung ist der Eingang des Verteilgutes mindestens 6 Werktage vor Verteilbeginn bei der vereinbarten Lieferanschrift zu verstehen. Wartezeiten, die durch Anlieferung und Übernahme eventuell entstehen sollten, gehen als Auftragsbefüllung zu Lasten des Auftraggebers.
5. Bei vereinbarten Verteilterminen werden die zur Verteilung einzusetzenden Verteilgruppen verbindlich eingeplant. Falls der Auftraggeber aus irgendwelchen Gründen die Termine nicht einhalten kann, werden hierdurch zwangsläufig Arbeitspausen entstehen. Diese Arbeitspausen werden als Auftragserfüllung dem

Auftraggeber in Rechnung gestellt. Da die Dienstleistung im Bereich Haushaltswerbung hochgradig lohnintensiv ist, empfiehlt es sich für den Auftraggeber, hierauf besonders zu achten.

6. Für Überdrucke gelten folgende Regelungen als vereinbart: Die Druckereien liefern in der Regel Überdrucke mit an, ohne dass die Mengen in den Lieferscheinen der Druckereien gesondert ausgewiesen sind. Diese Überdrucke und eventuelle Reste von Werbesendungen werden bis zu 2 Wochen nach einer Teil- oder Gesamtverteilung aufbewahrt. Nach Ablauf dieser Frist werden diese Exemplare als Makulatur behandelt. Eine weitere Lagerpflicht besteht für den Auftragnehmer nicht.
7. Der Auftraggeber haftet für die Art und den Inhalt des Verteilauftrages, insbesondere für den textlichen Inhalt von Drucksachen sowie für die Substanz der Warenproben. Eine Haftung des Auftragnehmers wird ausgeschlossen. Der Auftragnehmer ist berechtigt, die Verteilung von Prospekten oder anderen Sendungen wegen Beanstandungen des Inhalts oder der Form abzulehnen. Dies kann auch im Rahmen eines Gesamtauftrages für Teilverteilungen geschehen. Verteilaufrage hinsichtlich Sendungen, die gegen bestehende Gesetze verstoßen, werden nicht durchgeführt. Der Auftragnehmer behält sich vor, Verteilaufrage wegen sachlich gerechtfertigten Grundsätzen abzulehnen ohne Angaben von Gründen. Die Ablehnung eines Auftrags wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
8. Besondere Bedingungen für Direktverteilungen: Die Verteilung erfolgt ausschließlich an Haushalte durch Einstecken der Exemplare in Briefkästen. Es wird pro Briefkasten grundsätzlich nur ein Exemplar eingeworfen, unabhängig von der Menge der Haushaltsnamen, es sei denn, dass der Auftraggeber schriftlich eine andere Ausdeckungsquote wünscht. Sollten in einem Haus mit mehr als 3 Haushalten keine einzelnen Briefkästen vorhanden sein, sondern lediglich ein Sammelbriefkasten für das ganze Haus, so wird nur 1 Exemplar eingesteckt. Ist ein Haus mit Innenbriefkästen verschlossen und wird auch nach mehrmaligem Klingeln nicht geöffnet, so wird dieses Haus nicht bedient. Auf mit einem Einwurfverbot versehene Briefkästen (gekennzeichnet durch gut sichtbar angebrachten Aufkleber) wird geachtet. Von der Verteilung ausgenommen sind: Gewerbebetriebe, Büros, Kaufhäuser, Heime, Feriensiedlungen, Kleingartenanlage, Kasernen, Krankenhäuser, ebenso Häuser auf Betriebs- und Werksgeländen sowie Häuser, die außerhalb eines zusammenhängenden Wohngebietes liegen. Ebenfalls ausgenommen sind Haushalte oder Häuser, die einem Einwurf ausdrücklich widersprochen haben oder auf sogenannten Blacklists geführt werden. In Hochhäusern, in denen ein Briefkasteneinwurf nicht erlaubt ist, kann auch eine mit der Hausverwaltung abgestimmte Menge an dem dafür vorgesehenen Platz abgelegt werden,

soweit die Hausverwaltung dem zugestimmt hat. Die Einholung dieser Zustimmung ist nicht Auftragsgegenstand, es sei denn, es wurde individuell vereinbart.

9. Der Auftragnehmer übernimmt keinerlei Haftung für einen durch die Werbemaßnahme erhofften, jedoch nicht eingetretenen Erfolg.
10. Der Auftragnehmer ist ermächtigt, erforderlichenfalls Subunternehmer zur Durchführung eines Verteilauftrages einzusetzen. Die Haftung für den Auftragnehmer bleibt in diesem Fall bestehen.
11. Rechnungslegung erfolgt nach Abschluss der Aktion als Gesamtrechnung oder wahlweise als wöchentliche Teilrechnung. Die Rechnungen sind nach Erhalt ohne Abzug von Skonto etc. sofort fällig. Bei Zahlungsverzug werden Mahnspesen, Verzugszinsen in Höhe von 11 Prozent sowie Inkasso- und Rechtsanwaltskosten berechnet. Die weitere Ausführung von laufenden Aufträgen kann durch den Auftragnehmer bis zur Bezahlung zurückgestellt und für die noch verbleibende restliche Ausführung des Auftrages Vorauszahlung verlangt werden.
12. Bei höherer Gewalt, Streiks, unverschuldeter Verzögerungen, z.B. bei Betriebsstörungen gleich welcher Art, haftet der Auftragnehmer nicht. Des Weiteren entfällt die Haftung für die Minderung des Verteilgutes bei Schäden durch Brand, Bruch oder Versand. Ebenso für Schäden, die durch Witterungseinflüsse oder durch Dritte verursacht werden.
13. Eventuelle Beanstandungen oder Reklamationen über eine nicht vertragsgerechte Ausführung einer Verteilung können nur innerhalb von drei Tagen nach ihrer Entstehung berücksichtigt werden. Reklamationen werden nur anerkannt, wenn sie Tag und Ort, Straße und Haus-Nr. der Verteilung sowie den Namen des Reklamanten und eine genaue Beschreibung der Umstände enthalten. Reklamationen haben grundsätzlich schriftlich zu erfolgen. Beanstandungen und Reklamationen werden unverzüglich geprüft und anschließend hierzu Stellung genommen. Bei begründeten Beanstandungen aus eigenem Verschulden leistet der Auftragnehmer Kostenfreiheit insofern, als die Stückzahl des von der Beanstandung betroffenen Einzel-Verteilbezirks (Tour) entweder gutgeschrieben wird oder nach Absprache mit dem Auftragnehmer, von der Rechnung abgezogen werden kann. Begründete Beanstandungen bestehen insofern, wenn ganze Straßenzüge oder Verteilbezirks-Teile nachweislich nicht beschickt wurden. Wie allgemein üblich, gelten 5 Prozent Streuverlust nicht als Mangel.
14. Eventuelle zusätzliche Änderungen eines Auftrages bedürfen ausdrücklich der Schriftform. Nebenabreden haben keine Gültigkeit.
15. Verwenden Auftraggeber und Auftragnehmer widersprechende Geschäftsbedingungen, so haben die Geschäftsbedingungen des Auftragnehmers Vorrang und gelten ausschließlich.
16. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist der Firmensitz des Auftragnehmers.

# Allgemeine Geschäftsbedingungen des Verlages für Onlinewerbung

## PRÄAMBEL

Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen sind für alle Geschäftsbeziehungen zwischen der Berliner Abendblatt Medienhaus GmbH, Müllerstr. 12, 13353 Berlin, (im Folgenden „Anbieter“ genannt) und dem Werbenden (im Folgenden „Auftraggeber“ genannt) gültig. Allgemeinen Geschäftsbedingungen des Auftraggebers, soweit sie mit diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen nicht übereinstimmen, wird hiermit ausdrücklich widersprochen.

## 1. Allgemeines

„Werbeauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Schaltung eines Werbemittels oder mehrerer Werbemittel in den jeweiligen Informations- und Kommunikationsdiensten der Anbieterin zum Zwecke der Veröffentlichung. Für den Werbeauftrag gelten ausschließlich die nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen sowie durch die angebotenen Preise des Anbieters oder ansonsten des Anbieters des zur Veröffentlichung bestimmten Mediums. „Werbemittel“, die auf Grund ihrer Gestaltung durch den Auftraggeber nicht als solche erkennbar sind, werden vom Anbieter als Werbung deutlich kenntlich gemacht. Werbemittel dürfen hinsichtlich der Datenmenge eine Obergrenze von 80 KB nicht überschreiten. „Auftraggeber“ ist ein Unternehmer im Sinne von § 14 BGB.

## 2. Vertragsschluss

Der Vertragsschluss über einen Werbeauftrag besteht aus mehreren Schritten. Im ersten Schritt übersendet der Auftraggeber dem Anbieter eine entsprechende Anfrage auf die Erteilung eines Werbeauftrags und übersendet die hierfür zu verwendenden Werbemittel. Hierin liegt ein verbindliches Vertragsangebot. Im zweiten Schritt prüft der Anbieter den Werbeauftrag. Der Anbieter ist berechtigt, die Werbeaufträge des Auftraggebers ohne Angabe von Gründen abzulehnen. Mit

Übersendung der Auftragsbestätigung kommt der Vertrag zwischen dem Auftraggeber und dem Anbieter zustande.

Sofern der Auftraggeber die zu verwendenden Werbemittel durch den Anbieter gestalten lässt, übersendet der Anbieter dem Auftraggeber das gestaltete Werbemittel vor der Veröffentlichung, damit gilt der Auftrag zur Gestaltung als angenommen. Durch die Freigabe des Werbemittels durch den Auftraggeber gilt die Gestaltung als abgenommen.

Der Vertragstext wird vom Anbieter nicht gespeichert. Der Auftraggeber selbst ist dafür verantwortlich, eine Kopie des maßgeblichen Vertragstextes zu speichern bzw. auszudrucken.

## 2.1 Anbieter als Agentur oder Vermittlerin

Sofern die Anbieterin Vertragsschlüsse mit Anbietern von Werbeleistungen oder Vermittlerleistungen vermittelt und nicht selbst ausführt, gelten diese Bedingungen entsprechend für die von der Anbieterin zu erbringenden Leistungen. Im Übrigen gelten in diesen Fällen die Bedingungen der jeweiligen Leistungsanbieter wie auf sie verwiesen bzw. hingewiesen wurde entsprechend.

## 3. Leistungen

Der Vertragsinhalt und Umfang ergibt sich ausschließlich aus der Auftragsvereinbarung und soweit darin nicht geregelt, aus den bei Auftragserteilung zu Grunde liegenden Produkt- und Leistungsbeschreibungen und den zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses geltenden Preislisten des Anbieters.

Über den vereinbarten Leistungsumfang hinausgehende Leistungen, wie z.B. die Erstellung oder Versendung von digitalen oder analogen Belegstücken, aufwendige Nachbearbeitungen eingereichter Dokumente etc., werden nach Zeit- und Materialaufwand gesondert berechnet.

Zur Erfüllung der auftragsgegenständlichen Leistung ist der Anbieter berechtigt, einzelne Rechte und Pflichten auf verbundene Unternehmen im Sinne der §§ 15 ff. AktG zu übertragen. Der Auftraggeber erklärt sich damit einverstanden.

## 4. Mitwirkungspflichten des Auftraggebers

Vom Auftraggeber selbst eingebrachte oder einzubringende Texte, Grafiken und Bildmaterialien sind in importierbaren und zur Verarbeitung geeigneten Formaten und Datenträgern an die Anbieterin zu liefern. Der Umfang der Inhalte sollte zur Vermeidung zusätzlicher Kosten bereits an das Zielformat des zur Veröffentlichung bestimmten Mediums angepasst sein, dies gilt insbesondere für Texte.

Zu verwendende Logos und Grafiken sind als Vektordateien in zur Verarbeitung geeigneten Formaten wie „tif“; „ai“ zu übermitteln.

Bewegtbilder sind in zur Verarbeitung geeigneten Formaten wie WMV, MPEG oder AVI, Audioinhalte entsprechend mp3 zu übermitteln.

Alle übermittelten Materialien haben frei von Rechten Dritter zu sein. Eine Haftung für rechtliche Mängel, insbesondere urheber-, marken- und wettbewerbsrechtliche wird nicht übernommen. Es erfolgt keine rechtliche Prüfung der Materialien. Kann der Auftrag aus einem Grund, den der Auftraggeber zu vertreten hat, nicht termingerecht durchgeführt werden, so wird eine Vergütung für die bis dahin angefallenen Leistungen und Aufwendungen nach Ablauf des vereinbarten oder aus den Umständen ersichtlichen Veröffentlichungstermins fällig und in einer Abschlussrechnung abgerechnet. Nicht mehr erreichbare Ziele, die dem Auftrag dabei zu Grunde liegen, finden keine Berücksichtigung. Ein solcher vom Auftraggeber zu vertretender Grund ist insbesondere die fehlende Übersendung von erforderlichen Materialien und die fehlende Freigabe von Entwürfen, für die eine Frist gesetzt wurde.

# So erreichen Sie uns

---



EGRO MEDIENGRUPPE

## Eine Firmengruppe. Unendliche Möglichkeiten.

Die Berliner Abendblatt Medienhaus GmbH ist Mitglied der EGRO Mediengruppe. Ob Direktvertrieb, Anzeigenzeitung oder Medienagentur - wir sind erfolgreich, weil wir lieben, was wir tun: Menschen mit Werbung zu verbinden. Langjährige nationale Erfahrung, aber auch die lokale Expertise ihrer vielen kleineren und größeren Familien-Mitglieder machen den Erfolg unserer Gruppe aus. Wer wie wir über eigene regionale journalistische Netzwerke, Verteilstrukturen und kreative Köpfe verfügt, weiß, worauf es ankommt, um am Markt erfolgreich zu sein: lokal, regional, deutschlandweit.

Weitere Infos unter: [egro-mediengruppe.de](https://egro-mediengruppe.de)

**E-Mail:** [anzeigen@berliner-abendblatt.de](mailto:anzeigen@berliner-abendblatt.de)

**Phone:** +49 30 99 21 11 80

[www.berliner-abendblatt.de](https://www.berliner-abendblatt.de)

Berliner Abendblatt Medienhaus GmbH  
Müllerstr. 12, 13353 Berlin