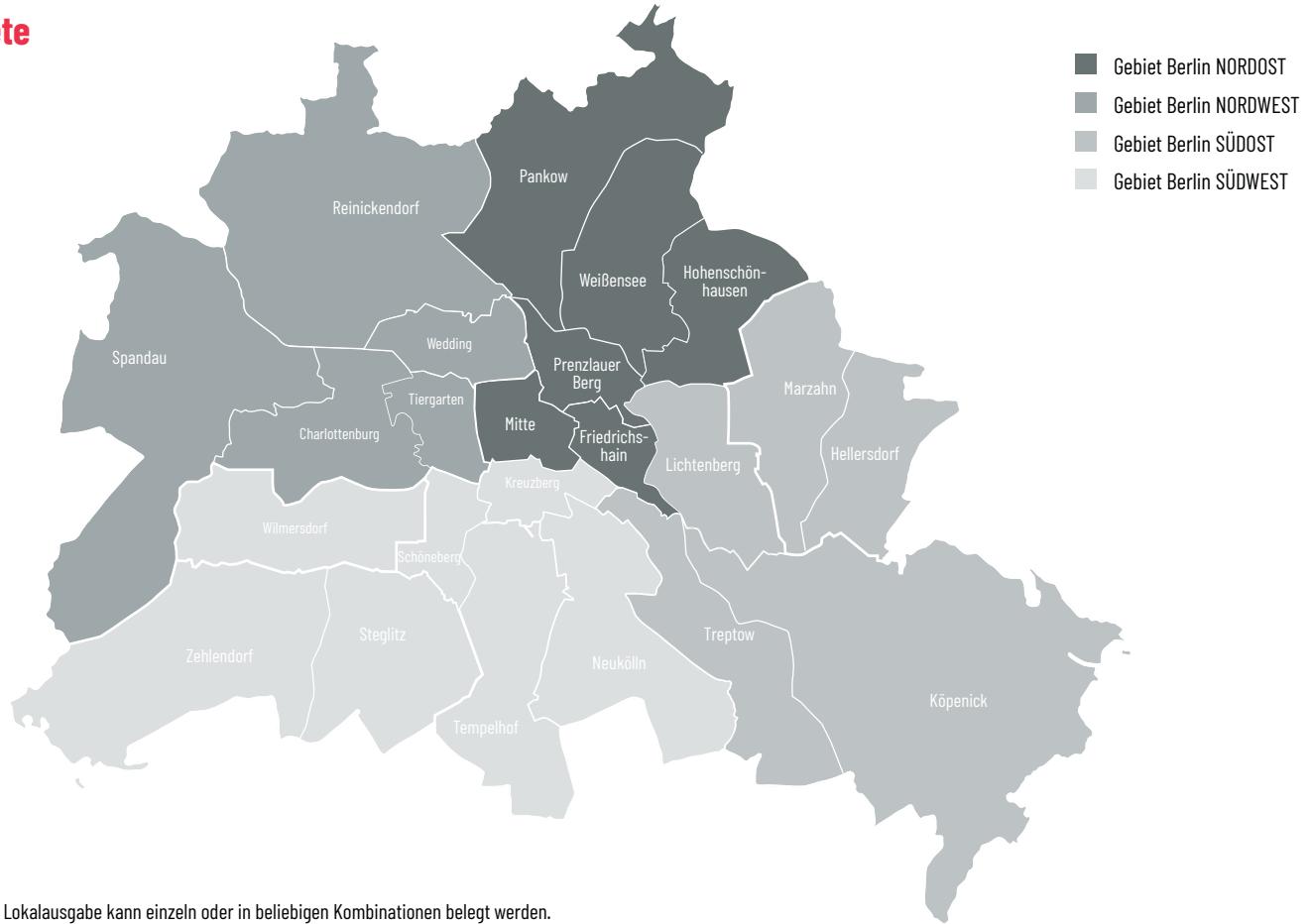


Mediadaten 2026

- Seite 2 Gebiete
- Seite 3 Anzeigenpreise
- Seite 8 Kleinanzeigen
- Seite 9 Technische Daten und Anforderungen
- Seite 11 Beilagenpreise
- Seite 12 Sonderwerbeformate
- Seite 13 Sonderveröffentlichung
- Seite 15 Online-Werbemittel
- Seite 23 salelocal
- Seite 29 Online-Werbemittel
- Seite 34 Allgemeine Geschäftsbedingungen des Verlages
- Seite 38 Kontakt



Gebiete



■ Jede Lokalausgabe kann einzeln oder in beliebigen Kombinationen belegt werden.

Anzeigenpreise*

Lokalausgabe	Print Auflage	Digitale E-Paper	Auflage	mm-Preis Euro **	Kombipreise***	
Pankow	47.617	11.905	59.522	3,30 €		
Weißensee	29.038	6.988	36.026	1,82 €		
Prenzlauer Berg	47.503	15.288	62.791	3,35 €		
Hohenschönhausen	38.341	6.568	44.909	2,37 €		
Friedrichshain	35.548	9.870	45.418	2,61 €		
Mitte	26.482	8.798	35.280	1,82 €		
Nordost	224.529	59.417	283.946	15,27 €	12,22 €	
Marzahn	50.101	8.288	58.389	2,81 €		
Hellersdorf	43.791	8.603	52.394	2,44 €		
Lichtenberg	57.482	9.700	67.182	3,56 €		
Treptow	44.295	9.395	53.690	2,59 €		
Köpenick	45.876	8.565	54.441	3,17 €		
Südost	241.545	44.551	286.096	14,57 €	11,66 €	
Ost	466.074	103.968	570.042			20,59 €
Charlottenburg	50.115	13.104	63.219	2,59 €		
Reinickendorf	89.292	16.346	105.638	5,00 €		
Spandau	85.709	13.238	98.947	4,55 €		
Wedding	52.052	8.898	60.950	2,38 €		
Tiergarten	29.435	5.538	34.973	1,82 €		
Nordwest	306.603	57.124	363.727	16,34 €	13,07 €	
Neukölln	105.621	15.403	121.024	6,48 €		
Kreuzberg	50.547	8.578	59.125	2,22 €		
Wilmersdorf	43.314	11.103	54.417	2,87 €		
Steglitz	66.560	12.760	79.320	4,00 €		
Zehlendorf	35.735	6.828	42.563	2,22 €		
Schöneberg	45.137	6.354	51.491	2,81 €		
Tempelhof	68.399	11.643	80.042	3,73 €		
Südwest	415.313	72.669	487.982	24,33 €	19,46 €	
West	721.916	129.793	851.709			28,06 €
Gesamt	1.187.990	233.761	1.421.751	70,51 €	56,41 €	48,65 €
						41,30 €

Malstaffel oder Mengenrabatt	
ab 3 Anzeigen	3 Prozent
ab 6 Anzeigen	5 Prozent
ab 12 Anzeigen	10 Prozent
ab 18 Anzeigen	15 Prozent
ab 24 Anzeigen	20 Prozent
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 Vorteilkombination 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 Stellenmarkt*

Lokalausgabe	Print Auflage	Digitale E-Paper	Auflage	mm-Preis Euro **	Kombipreise***	
Pankow	47.617	11.905	59.622	3,96 €		
Weißensee	29.038	6.988	36.026	2,18 €		
Prenzlauer Berg	47.503	15.288	62.146	4,02 €		
Hohenschönhausen	38.341	6.568	44.909	2,84 €		
Friedrichshain	35.548	9.870	45.418	3,13 €		
Mitte	26.482	8.798	35.825	2,18 €		
Nordost	224.529	59.417	283.946	18,31 €	14,65 €	
Marzahn	50.101	8.288	58.389	3,37 €		
Hellersdorf	43.791	8.603	52.394	2,93 €		
Lichtenberg	57.482	9.700	67.182	4,27 €		
Treptow	44.295	9.395	53.690	3,11 €		
Köpenick	45.876	8.565	54.441	3,80 €		
Südost	241.545	44.551	286.096	17,48 €	13,98 €	
Ost	466.074	103.968	570.042			24,71 €
Charlottenburg	50.115	13.104	63.219	3,11 €		
Reinickendorf	89.292	16.346	105.638	6,00 €		
Spandau	85.709	13.238	98.947	5,46 €		
Wedding	52.052	8.898	60.950	2,86 €		
Tiergarten	29.435	5.538	34.973	2,18 €		
Nordwest	306.603	57.124	363.727	19,61 €	15,69 €	
Neukölln	105.621	15.403	121.024	7,78 €		
Kreuzberg	50.547	8.578	59.125	2,66 €		
Wilmersdorf	43.314	11.103	54.417	3,44 €		
Steglitz	66.560	12.760	79.320	4,80 €		
Zehlendorf	35.735	6.828	42.563	2,66 €		
Schöneberg	45.137	6.354	51.491	3,37 €		
Tempelhof	68.399	11.643	80.042	4,48 €		
Südwest	415.313	72.669	487.982	29,19 €	23,35 €	
West	721.916	129.793	851.709			33,67 €
Gesamt	1.187.990	233.761	1.421.751	84,59 €	67,67 €	58,38 €
						49,56 €

BERLINER Abendblatt + **MYJOB.de**

Maximieren Sie die Reichweite Ihrer Print-Stellenanzeige mit unserer Print-Online-Kombination! Erreichen Sie noch mehr qualifizierte Bewerbende sowohl in Ihrer Region als auch über das Verbreitungsgebiet der Zeitung hinaus.

ADD-ON TOP-JOB

Weniger ist mehr – aber bei Platzierungen im Web ist das Gegenteil der Fall: Wenn Ihr Stellenangebot auffallen soll, bieten wir die Option Top-Job auf myjob.de. Dieses Add-On bietet zwei Vorteile, zum einen steht Ihr Stellenangebot in der Ergebnisliste weit oben und Ihr Unternehmen gewinnt an Aufmerksamkeit. Zum anderen wird der Traffic auf Ihr Angebot erhöht und damit auch die Bewerber-Response!

30 Tage Laufzeit Top-Job:

149,00 €**** zzgl. MwSt.



* Anzeigenpreise gelten nur für Anzeigengrößen bis 5-spaltig

** inklusive Digitalisierung Ihrer Printanzeige und Ausspielung im Nachrichtenportal
*** enthält bereits den Kombinationsrabatt, sowie die Vorteilkombination der Digitalisierung
**** Der Preis bezieht sich auf eine Position je Anzeigengröße und endet mit seiner Laufzeit. Alle genannten Preise sind Ortspreise und nicht rabattierbar

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

Anzeigenpreise für blattbreite Anzeigen

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

Lokalausgabe	1/1-Seite- 440 mm hoch			1/2-Seite- 215 mm hoch		
	Einzel-Festpreise	Kombipreise		Einzel-Festpreise	Kombipreise	
Pankow	11.203,50 €			5.313,00 €		
Weißensee	6.178,80 €			2.930,20 €		
Prenzlauer Berg	11.373,25 €			5.393,50 €		
Hohenschönhausen	8.046,15 €			3.815,70 €		
Friedrichshain	8.860,95 €			4.202,10 €		
Mitte	6.178,80 €			2.930,20 €		
Nordost	41.473,32 €			19.667,76 €		
Marzahn	9.539,95 €			4.524,10 €		
Hellersdorf	8.283,80 €			3.928,40 €		
Lichtenberg	12.086,20 €			5.731,60 €		
Treptow	8.793,05 €			4.169,90 €		
Köpenick	10.762,15 €			5.103,70 €		
Südost	39.572,12 €			18.766,16 €		
Ost		69.903,05 €			33.149,90 €	
Charlottenburg	8.793,05 €			4.169,90 €		
Reinickendorf	16.975,00 €			8.050,00 €		
Spandau	15.447,25 €			7.325,50 €		
Wedding	8.080,10 €			3.831,80 €		
Tiergarten	6.178,80 €			2.930,20 €		
Nordwest	44.379,44 €			21.045,92 €		
Neukölln	21.999,60 €			10.432,80 €		
Kreuzberg	7.536,80 €			3.574,20 €		
Wilmersdorf	9.743,65 €			4.620,70 €		
Steglitz	13.580,00 €			6.440,00 €		
Zehlendorf	7.536,80 €			3.574,20 €		
Schöneberg	9.539,95 €			4.524,10 €		
Tempelhof	12.663,35 €			6.005,30 €		
Südwest	66.080,28 €			31.337,04 €		
West		95.263,70 €			45.176,60 €	
Gesamt			140.213,50 €			66.493,00 €

1/1-Seite

280 mm breit
(6 Spalten)
x
440 mm hoch

1/2-Seite

280 mm breit
(6 Spalten)
x
215 mm hoch

Anzeigenpreise für blattbreite Anzeigen

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

Lokalausgabe	1/3-Seite- 150 mm hoch			Streifenanzeige- 120 mm hoch		
	Einzel-Festpreise	Kombipreise		Einzel-Festpreise	Kombipreise	
Pankow	3.465,00 €			2.772,00 €		
Weißensee	1.911,00 €			1.528,80 €		
Prenzlauer Berg	3.517,50 €			2.814,00 €		
Hohenschönhausen	2.488,50 €			1.990,80 €		
Friedrichshain	2.740,50 €			2.192,40 €		
Mitte	1.911,00 €			1.528,80 €		
Nordost	12.826,80 €			10.261,44 €		
Marzahn	2.950,50 €			2.360,40 €		
Hellersdorf	2.562,00 €			2.049,60 €		
Lichtenberg	3.738,00 €			2.990,40 €		
Treptow	2.719,50 €			2.175,60 €		
Köpenick	3.328,50 €			2.662,80 €		
Südost	12.238,80 €			9.791,04 €		
Ost		21.619,50 €			17.295,60 €	
Charlottenburg	2.719,50 €			2.175,60 €		
Reinickendorf	5.250,00 €			4.200,00 €		
Spandau	4.777,50 €			3.822,00 €		
Wedding	2.499,00 €			1.999,20 €		
Tiergarten	1.911,00 €			1.528,80 €		
Nordwest	13.725,60 €			10.980,48 €		
Neukölln	6.804,00 €			5.443,20 €		
Kreuzberg	2.331,00 €			1.864,80 €		
Wilmersdorf	3.013,50 €			2.410,80 €		
Steglitz	4.200,00 €			3.360,00 €		
Zehlendorf	2.331,00 €			1.864,80 €		
Schöneberg	2.950,50 €			2.360,40 €		
Tempelhof	3.916,50 €			3.133,20 €		
Südwest	20.437,20 €			16.349,76 €		
West		29.463,00 €			23.570,40 €	
Gesamt			43.365,00 €			34.692,00 €

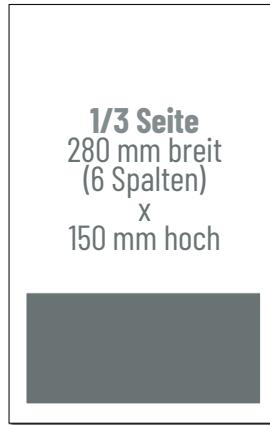
1/3 Seite
280 mm breit
(6 Spalten)
x
150 mm hoch



Streifenanzeige
280 mm breit
(6 Spalten)
x
120 mm hoch



Formate für blattbreite Anzeigen



TITELPLATZIERUNGEN

1. Titelstreifen Aufschlag 100 Prozent/ B: 280 mm x H: 20mm

2. Titelfuß Aufschlag 25 Prozent/ B: 280 mm x H 120 mm

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

- Auftragsgrundlage sind grundsätzlich die Allgemeinen Geschäftsbedingungen.
- Mit der Auftragerteilung 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

Anzeigen	Auflage 570.042	Auflage 851.709
	Ost	West
Grundpreis je mm 4c	20,59 Euro	28,06 Euro
Millimeterpreise für Gesamtauflage	Gesamtauflage 41,30 Euro (enthält bereits den Kombinationsrabatt, nicht abschlussrabattfähig)	
Anzeigen	Ost	West
Gewerbliche Kleinanzeigen		
bis 3 Zeilen (1. Zeile fett, 39 Zeichen, 2.+3. Zeile je 39 Zeichen)	53,00 Euro	53,00 Euro
jede weitere Zeile	18,35 Euro	18,35 Euro
Private Kleinanzeigen	Gesamtauflage	
bis 3 Zeilen (1. Zeile fett, 39 Zeichen, 2.+3. Zeile je 39 Zeichen)	44,78 Euro inkl. MwSt.	
jede weitere Zeile	14,00 Euro inkl. MwSt.	
Gewerbliche Reiseanzeige	Gesamtauflage	
bis 3 Zeilen (1. Zeile fett, 39 Zeichen, 2.+3. Zeile je 39 Zeichen)	53,50 Euro	
jede weitere Zeile	16,85 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
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

Anzeigenenschluss	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-Zeitungsdruktpapier
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

KONTAKT

Telefon: +49 30 99 21 11 80 | E-Mail: 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 farbverbindlicher Ausdruck bzw. Proof mitzuliefern. Für HKS-Z-Schmuckfarben ist weiterhin die Farbnummer anzugeben. HKS-Farben werden nach Separationstabelle aus der Euro-Skala aufgebaut (Einschränkungen 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 mm x 440 mm (B x H) = 2.640 mm
1/2 Seite	280 mm x 215 mm (B x H) = 1.290 mm
Panorama-Seite:	595 mm 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:	215 mm x 280 mm (B x H) = 1.290 mm
Panorama-Seite:	440 mm x 280 mm (B x H)

DIGITALE DRUCKUNTERLAGEN

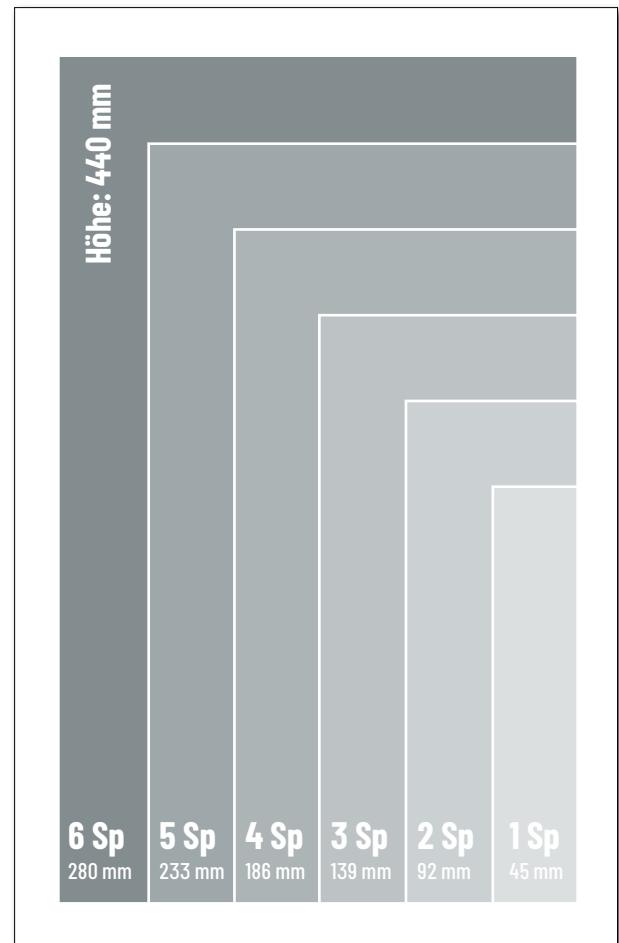
Datenträger: USB, E-Mail

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: 64,00 Euro	bis 50 g: 73,00 Euro
bis 30 g: 67,00 Euro	bis 60 g: 76,00 Euro
bis 40 g: 70,00 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

SONSTIGEANGABEN

1. Ausschluss wird in Bezug auf Konkurrenz-Beilagen nicht gewährt.
2. Beilagen dürfen keine Fremdanzeigen enthalten.
3. Letzter Rücktrittstermin sechs Werktagen 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!

KONTAKT

Liane Handke Telefon: +49 30 99 21 11 811
E-Mail: vertrieb@berliner-abendblatt.de

TECHNISCHE DATEN

1. Formate und g/m²-Gewichte: Mindestformat: 10,5 x 14,8 cm bei einem Papierge wicht von mindestens 120 g/m². Höchstformat: 22,5 x 35,0 cm, Falz oder Heftung parallel zur langen Seite.
2. Beilagen müssen so beschaffen sein, dass sie maschinell verarbeitet werden können. Das Einlegen von Prospekten mit Leporeloffalz, 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 beschädigten gelieferten Prospekten oder technischen Störungen kann nicht übernommen werden.
3. Anlieferung frühestens sieben Tage vor Erscheinstermin. 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.



Sonderwerbeformat Vorschaltseite

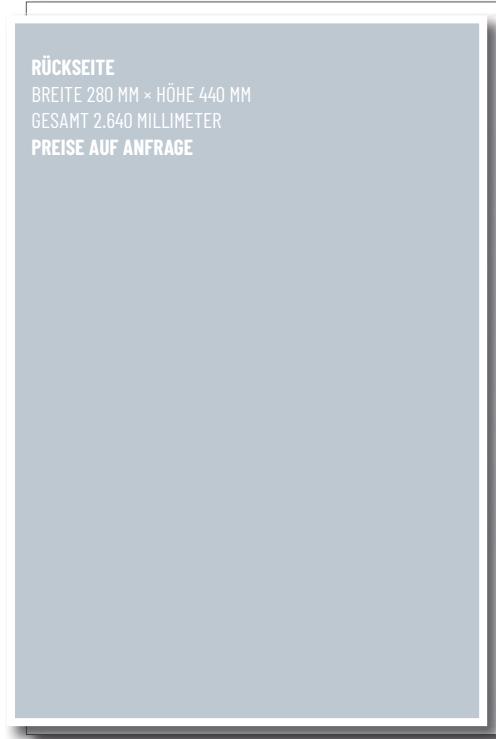


VORDERSEITE

BREITE 280 MM × HÖHE 360 MM

GESAMT 2.600 MILLIMETER

PREISE AUF ANFRAGE



Sonderveröffentlichung*

Dein Start ins Berufsleben

September / Februar

* Alle Terminangaben vorbehaltlich möglicher Änderungen.
Die Darstellung der Titelseite kann vom eigentlichen Produkt abweichen.



**KLAR,
VERLÄSSLICH
& BUNT**

BERLINER
Abendblatt

EGRO MEDIENGRUPPE

Online-Werbemittel

The screenshot shows the Berliner Abendblatt homepage with several advertising opportunities highlighted by red arrows:

- TOP-BANNER**: Located at the top right above the main article. Format: 730 x 90 px.
- SIDE BAR**: Located on the right side of the page, next to the main article. Format: 526 x 526 px.
- CONTENT-BANNER**: Located on the left side of the page, below the main article. Format: 640 x 100 px.

Below the banner area, there is a large image of a bird perched on a post, with the caption "Holsteiner Ufer, Nähe S-Bhf. Bellevue". The main article discusses gulls in Berlin.

TOP-BANNER

FORMAT: 730 x 90 px

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

SIDE BAR

FORMAT: 526 x 526 px

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

CONTENT-BANNER

FORMAT: 640 x 100 px

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

Digitalisierung Ihrer Printanzeige

WIR SORGEN FÜR (MEHR) KUNDENKONTAKT

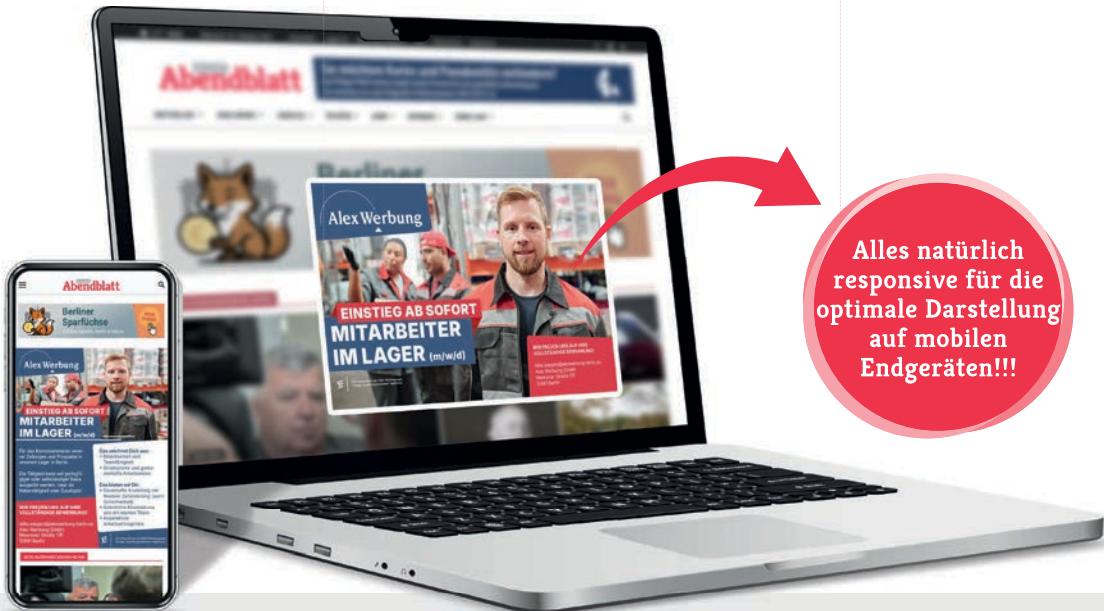
- Gedruckt erscheint Ihre Anzeige am Veröffentlichungstag – digital hat sie eine Laufzeit von einer Woche.
- Zeitungsleser und Online-User – ab sofort erreichen Sie mit Ihrer Botschaft beide Zielgruppen ohne zusätzlichen Aufwand.

IHRE VORTEILE IM ÜBERBLICK

- Professionelle Digitalisierung von Sonderveröffentlichungen, Kollektiven und Printanzeigen
- Übersichtliche Darstellung der verschiedenen Themen unter www.berliner-abendblatt.de

UNSERE LEISTUNG FÜR SIE

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



Digital-Abo



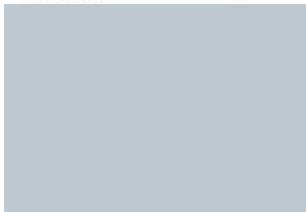
Digital noch früher - Ihr Berliner Abendblatt!

Sehr geehrter Leser,

Ihr kostengünstiges einfacher Abonnement vom Berliner Abendblatt.
Mit einem Klick sind Sie mitten in Berlin und direkt in Ihrem Stadtteil.

Wir wünschen Ihnen gute Unterhaltung.

Ihr Berliner Abendblatt Redaktion



Dieser Newsletter wurde an Ihre E-Mailadresse versendet. Bitte beachten Sie, dass diese E-Mail nicht vom Empfänger selbst geöffnet wurde. Wenn Sie möchten, dass die E-Mail von dem Empfänger geöffnet und im Kontaktregister für diesen Service registriert haben, bitten Sie ihn aus diesem Verleihvertrag, Ihnen die hier, uns sehr schnell und einfach [www.kauf-und-verleih.de](#) anzusehen.

Aufgrund dieses Kontaktvertrags kann es sein, dass die E-Mail automatisch, sondern häufig automatisch im Kontaktregister für diesen Service registriert wird. Wenn Sie möchten, dass die E-Mail nicht im Kontaktregister für diesen Kontaktvertrag registriert werden, bitten Sie den Empfänger um eine entsprechende Anweisung.

Informationen über Marketing-Spam: +49 (0)30 219 020 0 oder [info@spamer.de](#) von Beauftragtem: Heribert Korn

adRom

Das Berliner Abendblatt bietet einen neuen digitalen Leser-Service. Profitieren Sie ab sofort von dieser starken zusätzlichen Reichweite. Unsere 233.000 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 233.000 E-Postfächern ergänzen wir unsere Gesamtauflage auf insgesamt über 1.400.000.

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

Online werben mit dem Interstitial

Verlängern Sie Ihre Anzeige in die digitale Welt – direkt zu 233.000 potenziellen Kunden!

Nutzen Sie jetzt die Chance, Ihre Anzeige als Interstitial im e-Paper des Berliner Abendblatts zu platzieren! Für nur 1.200 € erreichen Sie 233.000 hochqualifizierte Leser und können direkt mit einer klickbaren Landingpage Ihre Zielgruppe ansprechen.

Profitieren Sie von einer gezielten Reichweite und steigern Sie Ihre Sichtbarkeit in der digitalen Welt – schnell, effizient und nachhaltig.

JETZT BUCHEN UND DIGITAL DURCHSTARTEN!

@anzeigen@berliner-abendblatt.de



Ein Produkt der

EGRO MEDIENGRUPPE



Bild: iStock / Getty Images Plus / Marinall3

Richtlinien Online-Werbemittel

VERLINKUNGEN

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

BILD-/VIDEODEATEIEN

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

KENNZEICHNUNG

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

Advertisorial & Facebook Advertisorial

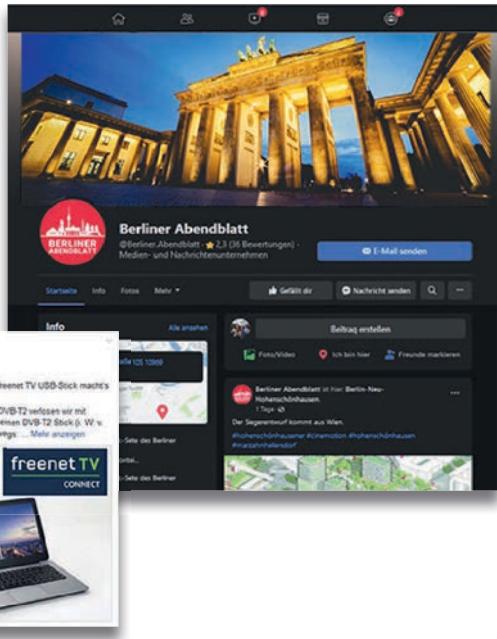
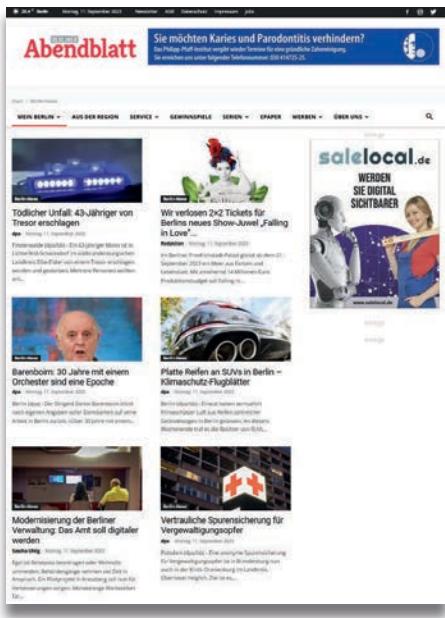
ERSTEINRICHTUNG ➡ **INKLUSIVE 1 BILD**
LAUFZEIT DREI MONATE 660,00 €

OPTIONAL

↓
**JEDES WEITERE BILD
4,35 €**

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

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

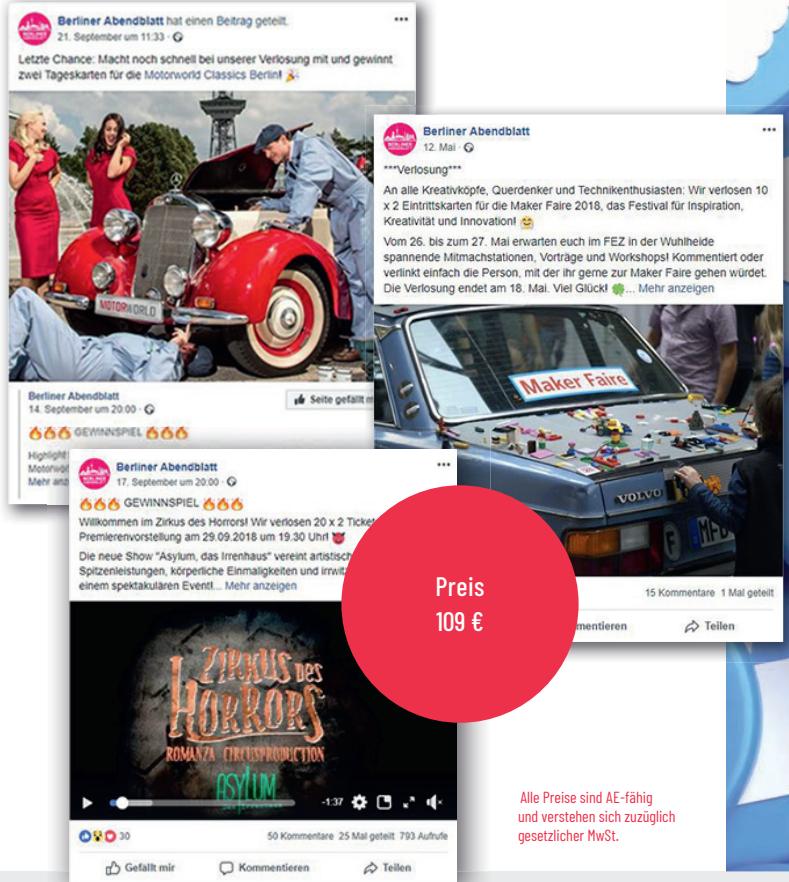


165,00 € ➡ **PREIS**

MAXIMAL 500 ZEICHEN ➡ **VORGABEN**

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

Facebook Gewinnspiel



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.



ONLINE IST DA, WO DEINE KUNDEN SIND.

Deine Print-Anzeige bringt Reichweite. Online erreichst du die Menschen, die jetzt gerade nach dir suchen oder empfänglich für dein Angebot sind.



Einfach |



KI-optimiert |



Lokal

Ob bei Google, auf Facebook oder Instagram – deine Kunden sind täglich online unterwegs.

Mit **digitalen Kampagnen** erreichst du sie genau dort, wo sie nach Lösungen suchen oder sich inspirieren lassen.
Gleiche Botschaft, neue Reichweite.

🔥 HOT DEAL 🔥

+20% Aufschlag
und deine Anzeige
wird digital.



Salelocal ist eine Marke der si.next®

Unternehmen der:

 EGRO MEDIENGRUPPE



SEARCH ADS

Gefunden werden, wenn es darauf ankommt

Deine Anzeige erscheint genau dann, wenn ein Kunde nach deiner Dienstleistung sucht – nicht früher, nicht später.

Laufzeit: 6-12 Monate

Investment: ab 150 € pro Monat

Werbebudget: mind. 5 € pro Tag

Ideal für: Handwerk, Dienstleistungen, lokale Anbieter



SOCIAL ADS

Sichtbar sein, wo deine Kunden sind

Präsentiere dein Unternehmen und dein Leistungsspektrum dort, wo Aufmerksamkeit entsteht.

Laufzeit: 1-3 Monate

Investment: ab 150 € pro Monat und Plattform

Werbebudget: mind. 5 € pro Tag pro Netzwerk

Ideal für: Aktionen, Events, Angebote, Sichtbarkeit



JOBFUNNEL

Die richtigen Mitarbeiter finden

Fachkräftemangel? Nicht mit uns. Mit gezielten Recruiting-Kampagnen auf Facebook und Instagram erreichst du potenzielle Mitarbeiter dort, wo sie sich aufhalten.

Laufzeit: 3 Monate

Investment: ab 1.650 €

Inklusive: Mobiloptimiertes Kurzinterview

Ideal für: Fachkräftemangel, zu besetzende Stellen, Azubisuche

💡 DAS WERBEBUDGET:

Für optimale Ergebnisse brauchen wir mindestens 5 € pro Tag und Netzwerk. Google, Facebook und Instagram können beliebig kombiniert werden – du entscheidest mit deinem Berater, wo dein Budget am besten wirkt. Unsere KI überwacht deine Kampagne 24/7 – automatisch und ohne zusätzlichen Aufwand für dich.



Du bist sichtbar, wenn es zählt

Bei Google erscheinst du, wenn jemand aktiv nach deiner Leistung sucht – z.B. „Dachdecker in meiner Nähe“ oder „Friseur Termin heute“.

Auf Facebook und Instagram erreichst du Menschen, die noch gar nicht wissen, dass sie dein Angebot brauchen – aber genau im richtigen Moment darauf aufmerksam werden.



Du zahlst nur für Ergebnisse

Keine Streuverluste wie bei klassischer Werbung. Deine Anzeige wird nur Menschen gezeigt, die zu deinem Angebot passen – regional, zeitlich, thematisch. Du legst dein Budget fest – unsere künstliche Intelligenz sorgt dafür, dass es dort eingesetzt wird, wo es am meisten bringt.



Du erreichst eine andere Zielgruppe

Print erreicht Leser. Online erreicht Suchende, Scroller und aktiv Interessierte.

Gemeinsam decken sie das komplette Spektrum ab – und du verlierst keine potenziellen Kunden mehr.

Online-Kampagnen ergänzen deine Print-Strategie perfekt: Während deine Anzeige in der Zeitung Bekanntheit schafft, sorgen Google, Facebook und Instagram dafür, dass du gefunden wirst – von Menschen, die jetzt gerade eine Entscheidung treffen.

WARUM MIT UNS MACHEN?

Weil du dich um dein Geschäft kümmern sollst – nicht um Kampagnen-Management.

salelocal.de

1. Ein Ansprechpartner für alles

Du kennst bereits deinen Medienberater für Print-Anzeigen? Perfekt – genau dieser Kontakt kümmert sich auch um deine Online-Kampagnen. **Keine neuen Verträge, keine fremden Agenturen, kein Agentur-Blabla.**

Du hast alles aus einer Hand – von der Beratung bis zur Umsetzung.



2. Künstliche Intelligenz arbeitet für dich

Unsere KI überwacht deine Kampagnen **24 Stunden am Tag, 7 Tage die Woche**. Sie erkennt automatisch, welche Zielgruppen am besten reagieren, passt Budgets an und optimiert deine Anzeigen täglich – ohne zusätzlichen Aufwand für dich.



Das bedeutet: Mehr Klicks, weniger Streuverluste, bessere Ergebnisse.

3. Marketing-Mix-Beratung aus einer Hand

Print, Google, Facebook, Instagram – wir beraten dich, welcher Mix für dein Unternehmen am besten funktioniert. Du bekommst eine **Strategie**, keinen Produktkatalog. Wir wollen, dass du langfristig Erfolg hast – unsere Beratung hängt nicht davon ab, wie viel Budget du einsetzen kannst.



4. Keine versteckten Kosten

Du weißt von Anfang an, was du investierst. Und wir starten schnell – ohne wochenlange Meetings oder komplizierte Freigabeprozesse.

Klotzen, nicht kleckern. Wir helfen beim Zusammensetzen der benötigten Dinge und machen uns umgehend an die Umsetzung.



WAS HILFT DIR DIE KÜNSTLICHE INTELLIGENZ

Die KI ist dein digitaler Kampagnen-Manager – rund um die Uhr im Einsatz.

salelocal.de

Sie lernt täglich dazu

Welche Anzeigen funktionieren? Welche Zielgruppen reagieren? Welche Suchbegriffe bringen Ergebnisse? Die KI analysiert die Daten und passt sich automatisch an.

Sie optimiert rund um die Uhr

Während du schlafst, arbeitet die KI weiter.

Sie verschiebt Budget dorthin, wo es am meisten bringt – automatisch, ohne dass du eingreifen musst.

Sie verhindert Verschwendungen

Anzeigen, die nicht funktionieren, werden gestoppt.

Erfolgreiche werden verstärkt.

So wird dein Budget immer dort eingesetzt, wo es die besten Ergebnisse erzielt.

Du brauchst keine Vorkenntnisse

Die KI übernimmt das, was früher Marketing-Experten manuell gemacht haben.

Du musst dich um nichts kümmern – und bekommst trotzdem Top-Ergebnisse



salelocal.de

Salelocal ist eine Marke der si.next®

Unternehmen der:
 EGRO MEDIENGRUPPE

BERLINER
Abendblatt

Bereit für mehr Sichtbarkeit?

Hast du noch Fragen oder möchtest
du direkt starten?



Die Jobsite mit dem
Social Media Boost



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

Für Unternehmen ist es unerlässlich, im Online-Recruiting präsent zu sein. Es ist derzeit die erfolgversprechendste Methode, um qualifizierte Bewerber zu erreichen. 94% aller Unternehmen suchen bereits auch online nach neuen Talenten – und das mit Erfolg.

- Wir bieten mit myjob.de eine benutzerfreundliche Suchmaschine, die u. a. technisch auf höchstem Niveau funktioniert
- Unternehmen platzieren Ihre Jobangebote auf dieser Plattform und können von Jobsuchenden gefunden werden
- Sie liefern uns lediglich Positions- und Jobbeschreibung – alles andere übernehmen wir für Sie
- Das Maximale aus Ihrer Jobanzeige rausholen: Jetzt Social Media Boost buchen



Recruiting ganz persönlich

- Sprechen Sie Ihre potenziellen Kandidaten dort an, wo sie sich gerne aufhalten und auf dem Kanal, dem sie vertrauen
- 56,4 Mio. Menschen bewegen sich jeden Tag mehr als 5 Stunden im Internet
- Nur 20% der möglichen Erwerbstätigen suchen aktiv einen (neuen) Job. Wie erreichen Sie also viel mehr Kandidaten?
- Mit einer Job-Anzeige auf Facebook, Instagram, Google oder LinkedIn holen Sie die wechselwilligen Bewerber direkt dort ab, wo sie gerade sind
- Ihre KI-optimierte Social-Media-Recruiting-Kampagne wird mit unserem Berater in einem Arbeitsgang für alle gewünschten Medienkanäle erstellt
- Die KI ermöglicht das Aussteuern Ihres Jobangebots über die einzelnen sozialen Medien hinweg. Keywords/Interessen, Targeting/Suchgebiete und ihr eingesetztes Budget werden durch die Software automatisch optimiert – 24/7. Es gibt keine andere Software in Europa, die das leistet



SIE wählen das passende Angebot – WIR kümmern uns um den Rest



Social Media Boost Instagram

690,- €*

Mindestbudget (zzgl. MwSt.)



Google Boost

690,- €*

Mindestbudget (zzgl. MwSt.)



TOP JOB MYJOB.de

149,- €

Prominente Platzierung auf unserem Portal.



Jobbörse MYJOB.de



Veröffentlichen Sie Ihre Anzeige auf www.myjob.de.

349,- €

Regionalpreis (zzgl. MwSt.)

Ihre digitale Stellenanzeige wird im Hybrid-Design erstellt zur optimierten Darstellung auf Smartphone und Desktop.

- Je 1 Stellenposition
- Laufzeit 30 Tage

Jobbörse MYJOB.de + jobware.de



Veröffentlichen Sie Ihre Anzeige auf www.myjob.de, und www.jobware.de.

1.350,- €

Regionalpreis (zzgl. MwSt.)

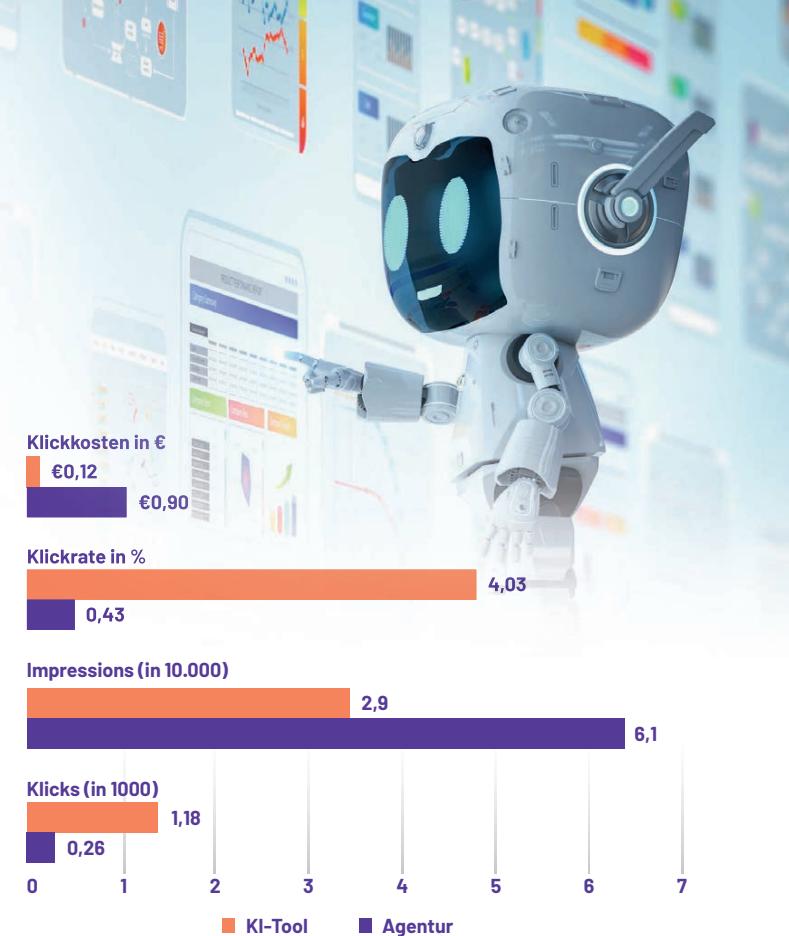
Im Rahmen des Zielgruppenkonzepts wird Ihr Angebot auf mehr als 500 fach- und regionsspezifischen Partnerplattformen veröffentlicht.

- Je 1 Stellenposition
- Laufzeit 30 Tage
- Nationaler Stellenmarkt

*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 Mediakanalsteuerung 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 Mediakundenbudgets (MKB) gehen direkt an Google und Co.

Unsere KI macht den Unterschied! Aber warum?

- **Die KI ermöglicht** das Aussteuern Ihres Jobangebots über die einzelnen sozialen Medien hinweg. Keywords/Interessen, Targeting/Suchgebiete und ihr eingesetztes Budget werden durch die Software automatisch optimiert – 24/7. Es gibt keine andere Software in Europa, die das leistet
- **Geschwindigkeit und Effizienz:** Unsere KI verarbeitet und analysiert Daten in Bruchteilen von Sekunden
- **Präzision und Genauigkeit:** Unsere KI führt Aufgaben mit höchster Präzision und Genauigkeit aus, ohne von Müdigkeit oder Konzentrationsverlust betroffen zu sein. Dies reduziert die Fehlerquote erheblich im Vergleich zu menschlichen Arbeitskräften.
- **24/7 Verfügbarkeit:** Unsere KI arbeitet rund um die Uhr ohne Pausen, was die Produktivität erheblich steigert und ohne störende Urlaubs- und Krankheitstage.
- **Datenanalyse und Mustererkennung:** Unsere KI analysiert riesige Mengen an Daten und erkennt Muster, ermittelt die besten Interessenfelder und sucht aktiv Ihre potenziellen Kandidaten.
- **Datenbasierte Entscheidungsfindung:** Unsere KI trifft datenbasierte Entscheidungen schneller und genauer als Menschen, was zu besseren Ergebnissen führt.
- **Lernfähigkeit:** Unsere KI ist eine Deep-Learning-Technologie, sie speichert alle Daten und Ergebnisse und setzt das Wissen kontinuierlich ein.
- **Kostensparnis:** Unsere KI erledigt die Aufgaben vollautomatisiert und fehlerfrei. Das spart Ihrem Unternehmen wertvolle Zeit und somit Kosten.



Als Beispiel: Überblick auf eine Kampagne im 30-Tages-Zeitstrahl. Diese beispielhafte Kampagne wurde vorher durch eine Agentur betreut. Nun wird sie mit der KI-Lösung optimiert. Und das fällt gleich auf: Die Erreichung der Zielgruppe konnte signifikant verbessert werden. Quelle: Saarbrücker Zeitung



Ihr Partner für intelligente
Recruitinglösungen

 **Regina Kasten**
Projektleitung
@regina.kasten@myjob.de
 0176 144 970 91

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

Allgemeine Geschäftsbedingungen des Verlages

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. Allgemeine 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 Anzeigenartextes 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 in 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 Erfüllungshelfers. 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 Erfüllungshelfern, 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 Verzugszins schadens 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 offen stehender 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. Einschreibebriefe und Elbbriefe 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 einzuvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärt Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A4 (Gewicht 100 g) überschreiten, sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Packchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann dennoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt. Die Chiffregebühr wird pro Veröffentlichung berechnet, auch wenn keine Zusendungen eingehen.
19. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.
20. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche

des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nichtkaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten zum Zeitpunkt der Klagerhebung 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 Werbemittel und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungstreibern 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 Werbungstreibende hat rückwirkenden Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb Jahresfrist entsprechenden Nachlass, wenn er zu Beginn der Frist einen Auftrag abgeschlossen hat, der aufgrund der Preisliste zu einem Nachlass von vornherein berechtigt. Fließtext ist nicht abschlussfähig.
- c) Der Verlag wendet bei Entgegennahme der Anzeigentexte die geschäftsübliche Sorgfalt an, haftet jedoch nicht, wenn er von Auftraggebern irreführt oder getäuscht wird. Eine inhaltliche oder rechtliche Prüfung findet nicht statt.
- d) Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden diesen erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Werbungstreibende 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 tatsächlich 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 der 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 Zahlungsminde rung oder Ersatzansprüche nicht an, wenn bei Wiederholungen der gleiche Fehler unterläuft, ohne dass nach der Veröffentlichung eine sofortige Richtigstellung seitens des Auftraggebers erfolgt ist. Sonstige Beanstandungen sind, sofern es sich um offensichtliche Mängel handelt, innerhalb vier Wochen nach Rechnungslegung zu erheben.
- j) Die Zuständigkeit des jeweiligen Amtsgerichtes ohne Rücksicht auf den Streitwert gilt als vereinbart.
- k) Der Verlag speichert im Rahmen der Geschäftsbedingungen bekanntgewordene Daten, die zu keinen anderen Zwecken als zu den Vertragszwecken verwendet werden (Gemäß §§ 23 und 26, Absatz 1 Bundesdatenschutzgesetz).
- l) Vervielfältigte Druckunterlagen sowie montagefähige Papiervorlagen (z. B. Fotopapier) stehen dem Verlag mit Auftragserteilung zur freien Verfügung und unterliegen nicht der Aufbewahrungsfrist für Druckunterlagen.
- m) Bei Insolvenzen und Zwangsvorliegen entfällt jeglicher Nachlass.
- n) Zuschriften auf Kennzifferanzeigen, außer Stellenangebote, werden nur dann weitergeleitet, wenn sie in Standardbrief- oder Postkartenform abgefasst sind.
- o) Für die in dieser Preisliste nicht erwähnten Teilbelegungen, Kombinationsabschlüsse und Jahresabschlüsse über 30.000 mm sowie für Flächenanzeigen und Kombinationen mit anderen Titeln vom Verlag können vom Verlag besondere bzw. abweichende Preise festgelegt werden.
- p) Der Verlag behält sich das Recht vor, für Anzeigen in Sonderbeilagen, 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 abweichenden Konditionen anzubieten.
21. Wie allgemein üblich, gelten 5 Prozent Streuverlust nicht als Mangel.

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Beilagenverteilungen

PRÄAMBEL

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 „Auftraggeber“ genannt) gültig. Allgemeine 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. Preisangaben 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 Stückliste je Tsd. Exemplare basieren auf dem Gesetz zur Regelung eines allgemeinen Mindestlohns – Mindestlohnsgesetz (MiLoG) und den Erhebungen, Erfassungen und Kalkulationen, die zu Grunde gelegt wurden, um den Mindestlohn aus dem Mindestlohnsgesetz nicht zu unterschreiten. Die Preise werden nach Format und Gewicht der Werbesendungen sowie nach der Aufgabenstellung der Verteilart, Fähigkeiten der örtlichen Zusteller und der Bebauungsstruktur und örtlichen Gegebenheiten der Verteilgebiete berechnet. Unterliegt der vereinbarte Auftrag der Überschreitung von Format und Gewicht der Werbesendung sowie Aufgabenstellung, Verteilart und Verteilgebiet, so ist ein von 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 Werkstage vor Verteilbeginn bei der vereinbarten Lieferanschrift zu verstehen. Wartezeiten, die durch Anlieferung und Übernahme eventuell entstehen sollten, gehen als Auftragserfüllung 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. Verteilaufträge hinsichtlich Sendungen, die gegen bestehende Gesetze verstößen, werden nicht durchgeführt. Der Auftragnehmer behält sich vor, Verteilaufträge wegen sachlich gerechtfertigten Grundsätzen abzulehnen ohne Angabe 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 Haushaltssamen, 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 Einwurftabu versehene Briefkästen (gekennzeichnet durch gut sichtbar angebrachten Aufkleber) wird geachtet. Von der Verteilung ausgenommen sind: Gewerbetreibende, 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 Mahnsonnen, 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, unsverschuldeten 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-Verteilbezirk (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. Allgemeine 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 Werbemittel 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 Datensumme eine Obergrenze von 80 KB nicht überschreiten. „Auftraggeber“ ist ein Unternehmer im Sinne von § 14 BGB.

2. Vertragschluss

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



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

E-Mail: anzeigen@berliner-abendblatt.de

Phone: +49 30 99 21 11 80

www.berliner-abendblatt.de

Berliner Abendblatt Medienhaus GmbH

Müllerstr. 12, 13353 Berlin