

# Preisliste Nr. 12

Gültig ab 01.01.2012



TECHNICAL • BERLIN • PREMIUM • TECHNICALBERLIN • TECHNICALPREMIUM • BERLINPREMIUM • XXL



4	Eine Qualität für sich: Die BusinessKombi
6	Verlagsangaben
8	Erteilung und Bearbeitung von BusinessKombiaufträgen
10	Anzeigenformate und -preise
12	Beilagenformate und -preise
14	Technische Angaben Handelsblatt
16	Technische Angaben VDI nachrichten
18	Technische Angaben Der Tagesspiegel
20	Technische Angaben DIE ZEIT
22	Allgemeine Geschäftsbedingungen
27	Ihre Ansprechpartner



### Die BusinessKombi – Solutions for Leaders

Die BusinessKombi ermöglicht Ihnen durch die flexible Titelnzusammensetzung der vier hochkarätigen Medienmarken Handelsblatt, VDI nachrichten, Der Tagesspiegel<sup>1</sup> und DIE ZEIT, jede kampagnenrelevante Entscheider-Zielgruppe mit individuellen inhaltlichen Schwerpunkten zielführend anzusprechen:

Sowohl Meinungsbildner und Multiplikatoren als auch den engeren Zielgruppenkern der B2B-Entscheider sowie den Entscheider in seiner Privatsphäre.

Der Hauptvorteil des BusinessKombi-Systems liegt in der effizienten Einsatzmöglichkeit dieser vier erfolgreichen Medienmarken. Und zwar ganz nach den besonderen Anforderungen der jeweiligen Kampagnenausrichtung.

### Die Vorteile auf einen Blick

1. Hohe Reichweite bei Entscheiderzielgruppen:  
Bis zu 2,5 Mio. Reichweite in der XXL-Kombi<sup>2</sup>
2. Exzellente Wirtschaftlichkeit
3. Attraktiver Kombinationsrabatt von bis zu 9 %
4. Höchste Zielgruppenqualität vereint mit sehr hoher Kaufkraft
5. Geringe Leserüberschneidung
6. Gleichzeitige Erreichbarkeit von B2B- und B2C-Zielgruppen
7. Grundabschlüsse der Einzeltitel werden übernommen
8. Hohe Flexibilität, einfache Buchung

Hohe Wirtschaftlichkeit in vielfältigen Kombinationen

### Ihr BusinessKombi-Rabatt

**3 %** bei Buchung von zwei Titeln

**5 %** bei Buchung von drei Titeln

**9 %** bei Belegung aller vier Titel

1) Gesamtbelegung mit Potsdamer Neueste Nachrichten

2) TDW 2011



BUSINESSKOMBI TECHNICAL	■	■		
BUSINESSKOMBI TECHNICAL BERLIN	■	■	■	
BUSINESSKOMBI PREMIUM	■			■
BUSINESSKOMBI TECHNICAL PREMIUM	■	■		■
BUSINESSKOMBI BERLIN	■		■	
BUSINESSKOMBI BERLIN PREMIUM	■		■	■
BUSINESSKOMBI XXL	■	■	■	■

### Verlag:

Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH & Co. KG  
Kasernenstraße 67  
40213 Düsseldorf

### Anzeigen:

iq media marketing gmbh  
Postfach 10 26 63  
40017 Düsseldorf

### Anzeigenverkauf:

Inland	0211 887-3355
Ausland	0211 887-1330
	0211 887-1331
Finanzanzeigen	0211 887-1351
Fax	0211 887-3359

**E-Mail:** [businesskombi@iqm.de](mailto:businesskombi@iqm.de)

**Internet:** [www.iqm.de/businesskombis](http://www.iqm.de/businesskombis)

**Zählservice:** 01802 400111

### Anzeigenaufträge:

iq media marketing gmbh  
Business Service  
Postfach 10 26 63  
40017 Düsseldorf

Telefon 0211 887-2660  
Fax 0211 88797-2660  
E-Mail [dispo.hb@iqm.de](mailto:dispo.hb@iqm.de)

**Anzeigenreservierungen:** Anfragen bitte direkt an das zuständige Verkaufsbüro, siehe Seite 27.

### Bankverbindung:

Commerzbank AG, Düsseldorf  
Konto 211 920 100  
BLZ 300 800 00  
Swift DRES DE FF 300  
IBAN DE 53 3008 0000 0211 9201 00

**Zahlungsbedingungen:** 14 Tage nach Rechnungsdatum netto, bei Vorauszahlung oder Bankabbuchung 2 % Skonto.

**Geschäftsbedingungen:** Für die Abwicklung von Anzeigenaufträgen und Fremdbeilagen gelten die Geschäftsbedingungen des Verlages.

**Rabatte:** Die Grundabschlüsse der jeweiligen Einzeltitel werden übernommen. Das Anzeigenvolumen der BusinessKombi XXL ist rabattbildend für die jeweiligen Einzeltitel.

**Streckenrabatt:** auf Anfrage

### Voraussetzungen für die Belegung der BusinessKombis:

- Produkt-, Image- oder Finanzwerbung
- Gleiches Format (ab 1/4 Seite oder Textteil 1spaltig/100 mm)
- Gleiche Farbausstattung
- Gleicher Erscheinungszeitraum (+/- 1 Woche)

Die Anzeigenveröffentlichung behält sich der Verlag vor.

**Mengenstaffel:**

Bei Abnahme binnen eines Abschlussjahres von mindestens:

	TS	DZ		HB	VN
3.000 mm	5 %	5 %	1 Seite	—	5 %
5.000 mm	10 %	10 %	2 Seiten	5 %	10 %
10.000 mm	15 %	15 %	3 Seiten	5 %	15 %
20.000 mm	20 %	20 %	4 Seiten	7 %	15 %
30.000 mm	21 %	20 %	5 Seiten	7 %	20 %
40.000 mm	22 %	20 %	6 Seiten	10 %	20 %
60.000 mm	24 %	20 %	8 Seiten	10 %	20 %
80.000 mm	26 %	20 %			
100.000 mm	28 %	20 %			

**Malstaffel:**

Bei Abnahme binnen eines Abschlussjahres von mindestens:

	VN	TS	DZ
6 x Erscheinen	5 %	5 %	5 %
12 x Erscheinen	10 %	10 %	10 %
24 x Erscheinen	15 %	15 %	15 %
36 x Erscheinen	20 %	15 %	20 %
52 x Erscheinen	20 %	20 %	20 %

Zur Ermittlung der Gesamt-mm werden Anzeigenspalten-mm zugrunde gelegt:

Handelsblatt: nur Textspalten

VDI nachrichten: 1 Textspalten-mm = 1,333 Anzeigenspalten-mm

Der Tagesspiegel: 1 Textspalten-mm = 1,333 Anzeigenspalten-mm

DIE ZEIT: 1 Textspalten-mm = 1,6 Anzeigenspalten-mm

**Druckunterlagenversand:**

Handelsblatt	VDI Verlag GmbH	Der Tagesspiegel	DIE ZEIT
Mediengruppe Main-Post GmbH & Co. KG Digitale Vorstufe Handelsblatt Bernner Straße 2 97084 Würzburg	Anzeigenabwicklung VDI-Platz 1 40468 Düsseldorf	Anzeigenabteilung 10876 Berlin	Mediengruppe Main-Post GmbH & Co. KG Digitale Bearbeitung Vorstufe 1. OG Bernner Straße 2 97084 Würzburg
Telefon 0931 6001-776 Fax 0931 6001-90776 E-Mail handelsblatt@anzeigeneingang.de	Telefon 0211 6188-461 Fax 0211 6188-310 E-Mail abwicklung@vdi-nachrichten.com	Telefon 030 290-21-15600 Fax 030 290-21-999544 E-Mail dispo@tagesspiegel.de	Telefon 0931 6001-758 Fax 0931 6001-90776 E-Mail zeit@anzeigeneingang.de
<b>Erscheinungsweise:</b>			
börsentäglich (Montag – Freitag)	wöchentlich (Freitag)	täglich (Montag – Sonntag) <sup>1</sup>	wöchentlich (Donnerstag)
<b>Anzeigenschluss / Rücktrittstermin:</b>			
2 Werktage vor Erscheinen, 16.00 Uhr	6 Werktage vor Erscheinen, 12.00 Uhr	2 Werktage vor Erscheinen, 12.00 Uhr	3 Werktage vor Erscheinen, morgens <sup>2</sup>

1) Gesamtbelegung mit Potsdamer Neueste Nachrichten. Für die Gesamtbelegung am Sonntag erfolgt die Platzierung in Potsdamer Neueste Nachrichten am Samstag.

2) Reiseteil: Freitag der Vorwoche 10 Uhr.

**Berechnungsbeispiel anhand der BusinessKombi XXL**

**Vorliegende Abschlüsse Einzeltitel:**

Handelsblatt	20 %
VDI nachrichten	20 %
Der Tagesspiegel	0 %
DIE ZEIT	15 %

**Bruttopreis Handelsblatt:**

./ 9 % Kombirabatt  
./ 20 % Abschlussrabatt HB

= Kundennetto  
./ AE

= Agentur-Nettopreis

**Bruttopreis VDI nachrichten:**

./ 9 % Kombirabatt  
./ 20 % Abschlussrabatt VN

= Kundennetto  
./ AE

= Agentur-Nettopreis

**Bruttopreis Der Tagesspiegel:**

./ 9 % Kombirabatt

= Kundennetto  
./ AE

= Agentur-Nettopreis

**Bruttopreis DIE ZEIT:**

./ 9 % Kombirabatt  
./ 15 % Abschlussrabatt DZ

= Kundennetto  
./ AE

= Agentur-Nettopreis

+

+

+

Agentur-Nettopreis der  
**BUSINESSKOMBI XXL**

**I. Anzeigenaufträge:** Aufträge für alle BusinessKombinationen senden Sie bitte ausschließlich an die folgende Anschrift :

iq media marketing gmbh

Business Service

Postfach 10 26 63

40017 Düsseldorf

Telefon 0211 887-2660

Fax 0211 88797-2660

E-Mail [dispo.hb@iqm.de](mailto:dispo.hb@iqm.de)

**Aufträge müssen folgende Informationen zwingend enthalten:**

- Angabe der gebuchten Kombination: z. B. BusinessKombi Premium
- Belegte Einzeltitel: z. B. Handelsblatt und DIE ZEIT
- Erscheinungstermine der Anzeigen in den jeweiligen Einzeltiteln

**II. Auftragsänderungen und Stornierungen:**

- Änderungen, Umbuchungen und Stornierungen zu bereits erteilten BusinessKombi-Aufträgen bitten wir ausschließlich an die vorstehend genannte Adresse zu richten.
- Stornierungen von bereits erteilten Einzeltitel-Aufträgen (zum Zwecke der Umwandlung in einen BusinessKombi-Auftrag) sind direkt an die Anzeigenabteilungen der beteiligten Einzeltitel-Verlage zu richten.

**III. Rechnungsstellung:** Die Rechnungsstellung der BusinessKombi-Aufträge erfolgt ebenfalls nach wie vor zentral aus dem Hause Verlagsgruppe Handelsblatt (VHB).

Die BusinessKombi-Rechnungen werden erstellt auf Grundlage der von den Einzeltitel-Verlagen übermittelten Daten oder Rechnungen. VHB übernimmt Auftrags- und Abschlussdaten der jeweiligen Einzeltitel in die zu erstellende BusinessKombi-Rechnung.

**IV. Rechnungsreklamationen:** Bei Unklarheiten hinsichtlich der Rechnung/Rechnungsstellung, bitten wir die Auftraggeber/Agenturen darum, die Rechnung an die unter Punkt I) genannte Adresse zu retournieren, gleichzeitig aber auch mit den beteiligten Einzeltitel-Verlagen direkt Kontakt aufzunehmen, bei denen man glaubt, Unkorrektheiten festgestellt zu haben.

**V. Auftragsreservierungen:** Da es sich bei den BusinessKombis um Auftragskombinationen handelt, müssen wie bisher die Reservierungsanfragen direkt an die Anzeigenabteilungen der beteiligten Einzeltitel-Verlage gerichtet oder mit den jeweiligen Repräsentanten vor Ort abgesprochen werden.

**VI. Druckunterlagenversand:** Druckunterlagen müssen direkt an die Anzeigenabteilungen der beteiligten Einzeltitel-Verlage versandt werden:

- **Postversand:** siehe Verlagsangaben Seite 7
- **Druckunterlagen digital:** Digitale Daten senden Sie bitte ebenfalls direkt an die einzelnen Verlage. Vor dem Senden erbitten wir telefonische Kontaktaufnahme. (siehe Seite 7)

Unter den genannten Nummern erhalten Sie alle notwendigen Informationen, wie Sie Ihre Daten aufbereiten müssen, damit die jeweils beteiligten Einzeltitel-Verlage das für Sie gewünschte Druckergebnis erbringen können. Hier wird Ihnen gern und ausführlich weitergeholfen.

**Formate:**

	Satzspiegel		Spalten		Volumen
	Breite	Höhe	Anzahl	Breite	in mm
Handelsblatt	249,0	371,0	5	47,0	1.855
VDI nachrichten	371,0	528,0	8	45,0	4.224
Der Tagesspiegel	370,5	528,0	8	45,0	4.224
DIE ZEIT	371,0	528,0	8	45,0	4.224

**Anzeigenspalten:**

	1	2	3	4	5	6	7	8
VDI nachrichten	45,0	91,0	138,0	185,0	231,0	278,0	325,0	371,0
Der Tagesspiegel	45,0	91,5	138,0	184,5	231,0	277,5	324,0	370,5
DIE ZEIT	45,0	91,5	138,0	184,5	231,0	277,5	324,0	371,0

**Textspalten:**

	1	2	3	4	5	6
Handelsblatt	47,0	97,5	148,0	198,5	249,0	–
VDI nachrichten	58,0	120,0	183,0	245,0	308,0	371,0
Der Tagesspiegel	58,5	120,9	183,3	245,7	308,1	370,5
DIE ZEIT	70,5	145,5	220,5	295,5	371,0	–

**Preise:<sup>1</sup>**

1/1 Seite	s/w	2 c	3c/4c
Handelsblatt	50.400,00 €	50.400,00 €	50.400,00 €
VDI nachrichten	36.700,00 €	36.700,00 €	36.700,00 €
Der Tagesspiegel	20.275,20 €	28.300,80 €	28.300,80 €
DIE ZEIT	48.576,00 €	66.739,20 €	66.739,20 €
BK Technical	84.487,00 €	84.487,00 €	84.487,00 €
BK Berlin	68.554,94 €	76.339,78 €	76.339,78 €
BK Premium	96.006,72 €	113.625,02 €	113.625,02 €
BK Technical Berlin	102.006,44 €	109.630,76 €	109.630,76 €
BK Technical Premium	128.892,20 €	146.147,24 €	146.147,24 €
BK Berlin Premium	113.288,64 €	138.168,00 €	138.168,00 €
BK XXL	141.915,59 €	165.747,40 €	165.747,40 €

**Voraussetzungen für die Belegung der BusinessKombis:**

- Produkt-, Image- oder Finanzwerbung
- Gleiches Format (ab 1/4 Seite oder Textteil 1spaltig/100 mm)
- Gleiche Farbausstattung
- Gleicher Erscheinungszeitraum (+/- 1 Woche)

Alle Formate in mm. Die gesetzliche Mehrwertsteuer wird auf die Nettopreise aufgeschlagen

1) Preise für Handelsblatt und DIE ZEIT Premium-Platzierungen auf Anfrage; Preise Der Tagesspiegel Mo. – Fr.

**Blattbreite Streifenanzeige:<sup>1</sup>** (ab 1/4 Seite)

	1/4 quer			1/3 quer			1/2 quer		
	s/w	2c	3c/4c	s/w	2c	3c/4c	s/w	2c	3c/4c
BK Technical	30.749,00 €	30.749,00 €	30.749,00 €	35.599,00 €	35.599,00 €	35.599,00 €	47.627,00 €	47.627,00 €	47.627,00 €
BK Berlin	21.988,74 €	23.934,94 €	23.934,94 €	26.537,65 €	29.132,59 €	29.132,59 €	36.023,47 €	39.915,89 €	39.915,89 €
BK Premium	32.846,53 €	37.046,24 €	37.046,24 €	36.644,27 €	43.063,34 €	43.063,34 €	49.749,36 €	58.558,51 €	58.558,51 €
BK Technical Berlin	34.930,36 €	36.836,44 €	36.836,44 €	41.285,48 €	43.826,92 €	43.826,92 €	56.275,72 €	60.087,88 €	60.087,88 €
BK Technical Premium	45.564,28 €	49.677,40 €	49.677,40 €	51.183,72 €	57.470,44 €	57.470,44 €	69.718,60 €	78.346,12 €	78.346,12 €
BK Berlin Premium	36.984,64 €	43.003,84 €	43.003,84 €	42.309,20 €	51.137,36 €	51.137,36 €	58.354,32 €	70.794,00 €	70.794,00 €
BK XXL	48.258,39 €	54.024,15 €	54.024,15 €	55.178,76 €	63.635,21 €	63.635,21 €	76.008,30 €	87.924,20 €	87.924,20 €

**Eckfeldanzeige:<sup>2</sup>**

	1/4 Eckfeld			1/3 Eckfeld			Magazin Eckfeld		
	s/w	2c	3c/4c	s/w	2c	3c/4c	s/w	2c	3c/4c
BK Technical	30.943,00 €	30.943,00 €	30.943,00 €	35.793,00 €	35.793,00 €	35.793,00 €	44.717,00 €	44.717,00 €	44.717,00 €
BK Berlin	23.309,49 €	25.716,64 €	25.716,64 €	27.482,82 €	30.419,20 €	30.419,20 €	36.832,84 €	39.294,70 €	39.294,70 €
BK Premium	33.142,96 €	38.571,86 €	38.571,86 €	41.345,28 €	48.583,81 €	48.583,81 €	51.580,72 €	58.736,99 €	58.736,99 €
BK Technical Berlin	36.223,88 €	38.581,40 €	38.581,40 €	42.211,16 €	45.087,00 €	45.087,00 €	49.848,40 €	52.259,50 €	52.259,50 €
BK Technical Premium	45.854,60 €	51.171,56 €	51.171,56 €	55.787,80 €	62.877,08 €	62.877,08 €	64.292,20 €	71.300,92 €	71.300,92 €
BK Berlin Premium	38.378,48 €	46.052,96 €	46.052,96 €	47.648,96 €	57.614,08 €	57.614,08 €	56.570,60 €	65.990,42 €	65.990,42 €
BK XXL	49.593,54 €	56.944,89 €	56.944,89 €	60.293,69 €	69.839,22 €	69.839,22 €	67.383,68 €	76.406,88 €	76.406,88 €

**Sonderformate:<sup>3</sup>** Textteilanzeige 1-spaltig 100 mm Höhe

	s/w	2c	3c/4c
BK Technical	12.901,00 €	12.901,00 €	12.901,00 €
BK Berlin	9.447,80 €	10.582,70 €	10.582,70 €
BK Premium	13.386,00 €	16.781,00 €	16.781,00 €
BK Technical Berlin	14.193,00 €	15.304,50 €	15.304,50 €
BK Technical Premium	18.050,00 €	21.375,00 €	21.375,00 €
BK Berlin Premium	14.668,00 €	19.104,50 €	19.104,50 €
BK XXL	18.782,40 €	23.032,10 €	23.032,10 €

Die gesetzliche Mehrwertsteuer wird auf die Nettopreise aufgeschlagen

- 1/4 breit:** HB = 249 x 93 mm , VDI, ZEIT = 371 x 132 mm, TSP = 370,5 x 132 mm;  
**1/3 breit:** HB = 249 x 124 mm , VDI, ZEIT = 371 x 176 mm, TSP = 370,5 x 176 mm;  
**1/2 breit:** HB = 249 x 186 mm , VDI, ZEIT = 371 x 264 mm, TSP = 370,5 x 264 mm
- 1/4 Eckfeld:** HB = 148 x 157 mm, VDI und TSP = 183 x 264 mm, ZEIT = 145,5 x 330 mm;  
**1/3 Eckfeld:** HB = 148 x 207 mm, VDI und TSP = 245 x 264 mm, ZEIT = 220,5 x 293 mm;  
**Magazin:** HB = 198,5 x 270 mm, VDI und TSP = 183 x 270 mm, ZEIT = 220,5 x 290 mm
- 3) Textspaltenbreite:** Handelsblatt 47 mm, VDI nachrichten 58 mm,  
 Der Tagesspiegel 58,5 mm, DIE ZEIT 70,5 mm

Beilagen sind der Zeitung lose beigelegte Drucksachen.

**Belegungsmöglichkeiten:** Nur Gesamtauflage Inland. Teilaufgaben und Regional-Streuungen sind nicht möglich.

Beilagenpreise: je Tausend	bis 20 g	je weitere 5g
Handelsblatt	126,00 €	6,00 €
VDI nachrichten	110,00 €	6,50 €
Der Tagesspiegel <sup>1</sup>	105,50 €	2,50 €
DIE ZEIT	115,00 €	10,00 €

Berechnungsgrundlage ist die in der bei Rechnungsstellung gültigen IVW-Meldung ausgewiesene verbreitete Auflage bzw. Druckauflage (siehe Einzeltitel).

#### Papiergewicht:

Handelsblatt	min. 120 g/m <sup>2</sup>
VDI nachrichten <sup>2</sup>	min. 120 g/m <sup>2</sup>
Der Tagesspiegel	min. 120 g/m <sup>2</sup>
DIE ZEIT	auf Anfrage

Maximalgewicht auf Anfrage.

#### Formate:

	Mindestformat		Höchstformat	
	Breite	Höhe	Breite	Höhe
Handelsblatt	105	148	260	385
VDI nachrichten	105	148	280	390
Der Tagesspiegel <sup>1</sup>	105	148	385	260
DIE ZEIT	105	145	260	350

Alle Formate in mm. Falz auf Längsseite.

Die gesetzliche Mehrwertsteuer wird auf die Nettopreise aufgeschlagen

1) Angaben gültig bis 35 g, höheres Gewicht auf Anfrage.

2) Für 2-seitige Beilagen (1 Blatt). Bei Untergewicht muss das Einzelblatt gefalzt werden.

**Auftrags- und Rücktrittstermine:** Auftragstermin ist 4 Wochen vor Erscheinungstag. Rücktrittstermin ist 10 Werktagen vor Erscheinungstag. Bei kurzfristiger Terminverschiebung können u.U. Mehrkosten entstehen.

**Auftragserteilung:** Bei Auftragserteilung ist die Vorlage eines Musters (5-fach) erforderlich. Der Auftrag wird für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und der Billigung verbindlich.

**Technische Verarbeitung:** Grundlage für die Beschaffenheit und Verpackung der Beilagen sind die „Richtlinien für die Beschaffenheit von Fremdbeilagen“ des Bundesverbandes Druck e.V., Wiesbaden.

**Verbundwerbung:** Beilagen, die von mehreren Werbungtreibenden gemeinsam genutzt werden, sind nach Absprache möglich. Der Zuschlag dafür beträgt 50 %. Termine, Auflagen und weitere Einzelheiten auf Anfrage.

**Geschäftsbedingungen:** Die Haftung des Verlages ist auf den Nettopreis für das Beilagen beschränkt. Im Übrigen gelten für die Abwicklung von Beilagenaufträgen die Bedingungen der Preisliste Nr. 12.

**Liefermenge:** Es ist die in der bei Auftragserteilung gültigen IVW-Meldung ausgewiesene Auflage maßgeblich.

**Anlieferung:** Die Beilagen müssen einwandfrei verarbeitet und verpackt auf Europaletten gestapelt bis spätestens 5 Werktage vor Erscheinen (Die ZEIT: 6 Werktage) frei Druckerei an folgende Anschriften geliefert werden:

**• Handelsblatt:**

Druck- und Verlagshaus  
Frankfurt am Main GmbH  
Versandabteilung  
Rathenaustraße 29  
63263 Neu-Isenburg

Axel Springer AG  
Versandabteilung  
Im Teelbruch 100  
45219 Essen

Axel Springer AG  
Druckhaus Spandau  
Versandabteilung  
Brunsbütteler Damm 156 – 172  
13581 Berlin

**• VDI nachrichten:**

Druckzentrum  
Mörfelden-Walldorf  
Kurhessenstraße 4 – 6  
64546 Mörfelden-Walldorf  
(Industriegebiet Ost)  
Mo. – Do. 6.30 – 15.30 Uhr  
Fr. 6.30 – 13.30 Uhr

**• Der Tagesspiegel:**

Axel Springer AG  
Beilagen Verlag  
Der Tagesspiegel  
Druckhaus Spandau  
Brunsbütteler Damm 156 – 172  
13581 Berlin

**• DIE ZEIT:**

Axel Springer AG  
Offsetdruckerei  
Kornkamp 11  
22926 Ahrensburg  
  
Frankfurter  
Societäts-Druckerei  
Kurhessenstraße 4 – 6  
64546 Mörfelden-Walldorf  
(Industriegebiet Ost)

Die Begleitpapiere müssen Angaben über die Stückzahl der Transporteinheiten, den Titel Handelsblatt/VDI nachrichten/Der Tagesspiegel/DIE ZEIT und den Erscheinungstermin enthalten.

**Rechenbeispiel:** Vollbeilage mit 20 g

<b>Handelsblatt:</b>		
Druckauflage	x 126,00 €	= Beilagenpreis Handelsblatt
1.000		./ 9 Prozent Kombinationsnachlass
<b>Nettopreis Einzeltitel Handelsblatt</b>		
<b>VDI nachrichten:</b>		
verbreitete Auflage	x 110,00 €	= Beilagenpreis VDI nachrichten
1.000		./ 9 Prozent Kombinationsnachlass
<b>Nettopreis Einzeltitel VDI nachrichten</b>		
<b>Der Tagesspiegel:</b>		
verbreitete Auflage	x 105,50 €	= Beilagenpreis Der Tagesspiegel
1.000		./ 9 Prozent Kombinationsnachlass
<b>Nettopreis Einzeltitel Der Tagesspiegel</b>		
<b>DIE ZEIT:</b>		
Druckauflage	x 115,00 €	= Beilagenpreis DIE ZEIT
1.000		./ 9 Prozent Kombinationsnachlass
<b>Nettopreis Einzeltitel DIE ZEIT</b>		

**Die Nettopreise der Einzeltitel ergeben den Nettopreis der**

**BUSINESSKOMBI XXL**

Die genauen Auflagen erfragen Sie bitte unter Telefon: 0211 887-3355

**Spezifikationen:**

- **Druckverfahren:** Zeitungsoffset
- **Rasterweite:** 40 L/cm
- **ICC-Profile:** ISONNewspaper26v4
- **Bildauflösung:** 4c u. Graustufen = 200 dpi
- **Gesamt-Farbauftrag:** max. 240 %
- **Tonwertumfang:** Licht = 0 %; erster druckender Ton = 5 %; zeichnende Tiefe = 85 %
- **Minimale Strichbreite:** Schriften und Linien müssen in ihrer Strichbreite min. 0,18 mm (entspricht 0,5 Pt) betragen. Vorsicht bei der Verwendung von serifenbetonten Schriften.

Diese Angaben sind den „Technischen Richtlinien für die Vierfarb-Reproduktion im Zeitungsdruck“ des Bundesverband Druck entnommen. Ausführliche Informationen senden wir Ihnen gern zu.

**Druckunterlagen:**

- **Dateiformate:** PDF/X-1a oder PDF/X3
- **4C-Farben:** Vierfarbanzeigen dürfen keine Schmuckfarben (Volltonfarben) enthalten, sondern nur die Prozessfarben Cyan, Magenta, Yellow und Black.
- **Schmuckfarben:** Schmuckfarben werden aus den Prozessfarben Cyan, Magenta, Yellow und Black aufbereitet.
- **Duplex:** Duplex-Bilder bitte als 4c-Version (Prozessfarben) anlegen, mit Angabe der zu simulierenden Sonderfarbe.
- **Farbbezeichnung:** In der Anzeige muss die laut Auftrag gebuchte Farbe angelegt sein. Verwenden Sie bitte keine Farbnamen wie z. B. „Kunden-Blau“, sondern orientieren Sie sich an der Bezeichnung der HKS- oder Pantonefächer.

Pantonefarbnamen mit dem Zusatz „C“ sind für den Zeitungsdruck nicht umsetzbar. Für den visuellen Farbeindruck empfehlen wir Farbmuster der Pantonereihe „U“.

- **Andrucke, Proofs:** Zu allen für das Handelsblatt gebuchten Anzeigen benötigen wir mindestens 1 zeitungsgerechten Farbproof als Referenz (spätestens zum Druckunterlagenabschluss). Bei Nichtzusenden eines farbverbindlichen zeitungsgerechten Proofs erfolgt ein Reklamationsausschluss.

**Datenversand:**

- **Online:** Alle Informationen zur digitalen Anzeigenannahme unter:  
[www.iqm.de/anzeigeneingang](http://www.iqm.de/anzeigeneingang)
  - **Quickcut:** [www.quickcut.com.au/german/pagestore-full-asp](http://www.quickcut.com.au/german/pagestore-full-asp)
  - **Anzeigupload:** [www.iqm.de/anzeigeneingang](http://www.iqm.de/anzeigeneingang)
  - **E-Mail:** [handelsblatt@anzeigeneingang.de](mailto:handelsblatt@anzeigeneingang.de)
- **Datenträger:** CDs/DVDs senden Sie bitte zusammen mit einem farbverbindlichem Proof an:  
Mediengruppe Main-Post GmbH & Co. KG  
Digitale Vorstufe Handelsblatt  
Berner Straße 2  
97084 Würzburg

**Ansprechpartner:**

- **Inlandskunden:**  
Herr Schubert/Herr Kiesel/Herr Kistenberger/Herr Löschel  
Telefon 0931 6001-776  
Fax 0931 600190-776  
E-Mail [handelsblatt@anzeigeneingang.de](mailto:handelsblatt@anzeigeneingang.de)
- **Auslandskunden:**  
Herr Szalai  
Telefon 0931 6001-456  
Herr Gunreben  
Telefon 0931 6001-766  
E-Mail [handelsblatt@anzeigeneingang.de](mailto:handelsblatt@anzeigeneingang.de)

**Spezifikationen:**

- **Druckverfahren:** Zeitungsoffset (ISO 12647-3:2005)
- **Druckform:** Offset-Negativplatten, Computer to Plate
- **Rasterweite:** 48 L/cm
- **Rasterpunktform:** Gemäßigter Kettenpunkt
- **Rasterwinkelung:** C = 15°; K = 135°; M = 75°; Y = 0°
- **ICC-Profile:** ISOnewspaper26v4
- **Bildaufösung:** 4c u. Graustufen = 240 dpi; Strichzeichnungen = 1.270 dpi
- **Farben:** Farbstandard ISO 2846-2  
Die Schmuckfarben sind aus den Grundfarben CMYK aufgebaut, angenähert an den HKS-Z-Standard. Schmuckfarben bitte unsepariert anliefern. Keine RGB- oder LAB-Daten. Die Farbwerte sind auf Anfrage erhältlich.
- **Gesamt-Farbauftrag:** max. 240 %
- **Tonwertumfang:** Tonwerte im Licht auslaufend gegen 3 %; in der Tiefe 90 % Flächendeckung; im Mittelton (40 %) muss mit einem Punktzuwachs von ca. 26 % gerechnet werden
- **Zieldichte im Fortdruck:** C = 0.90; K = 1.10; M = 0.90; Y = 0.90
- **Minimale Strichbreite:** Positiv = 0,5 Pt; Negativ = 1 Pt
- **Minimale Schriftgröße:** Positiv = 6 Pt; Negativ = 8 Pt; Gerastert = 12 pt

**Druckunterlagen:**

- **Betriebssystem:** Microsoft Windows und Apple OS
- **Programme (max. Version):** QuarkXPress 7.2, InDesign CS, Illustrator CS, CorelDraw 13
- **Dateiformate:** EPS, PS, PRN, JPG, PDF
- **Bilder, Schriften:** Alle verwendeten Schriften und Bilder müssen unbedingt mitgeliefert werden, Farbbilder in CMYK. Alternativ können Texte in Zeichenwege umgewandelt (als Kurve exportiert) werden.

**Datenanlieferung:**

Bevorzugt wird die Übermittlung der Anzeigen per ISDN. Es gilt der gleiche Anzeigenschluss wie für analog gelieferte Anzeigenunterlagen.

• **ISDN (Leonardo-Pro):**

0211 63998-79  
0211 63998-83  
0211 63998-88

- **Info-Datei:** Ein Auftragsordner enthält alle zur Herstellung der Anzeige benötigten Daten. Inklusive einer Textdatei (ASCII- oder Simple-Text) mit Angaben zu:
  - Kunde
  - Motiv, Anzeigengröße, Erscheinungsausgabe
  - Absender, Ansprechpartner, Telefon- und Faxnummer

- **Weitere Informationen:** Vor jeder ISDN-Übermittlung muss der Anzeigenverwaltung ein vom Kunden gesendeter Auftrag inkl. einer Kopie der Anzeige vorliegen. Das Auftragsschreiben soll auf die Druckunterlagen per ISDN hinweisen sowie die übermittelnde Stelle und einen Ansprechpartner mit Telefonnummer nennen.

- **Andrucke, Proofs:** Zu allen Anzeigen benötigen wir Farb- bzw. Standmuster als Referenz.

**Ansprechpartner:**

- Ulrike Artz  
Telefon 0211 6188 - 461  
Fax 0211 6188 - 310

### Zusatzhinweise für Beilagen:

- **Falzung:** Mindestens an einer Seite geschlossen. Bei Prospekten über 280 mm Breite geschlossene Falzung unbedingt an einer Längsseite. Ansonsten müssen die Prospekte ein weiteres Mal gefalzt werden. Leporello und Altarfalz, Kreis- oder Ovalformate sind nicht möglich.
- **Beschnitt:** Alle Beilagen müssen rechteckig und formatgleich geschnitten sein. Sie dürfen am Schnitt keine Verblockung durch stumpfe Messer aufweisen.
- **Heftung:** Bei Draht-Rückenheftung soll die verwendete Drahtstärke der Rückenstärke der Beilage angemessen sein. Dünne Beilagen sollen grundsätzlich mit Rücken- oder Falzleimung hergestellt werden.
- **Angeklebte Produkte:** Postkarten sind in der Beilage grundsätzlich innen anzukleben. Sie müssen dabei bündig im Falz zum Kopf oder Fuß der Beilage angeklebt werden. Alle Beilagen mit außen angeklebten Produkten sowie Sonderformen wie gestanzte Beilagen, Warenmuster oder -proben sind nur nach Anfrage und Vorlage eines Musters möglich.

### Verpackung und Transport:

- **Anlieferung spätestens 5 Werktage vor Erscheinen an:**

Druckzentrum Mörfelden-Walldorf  
 Kurhessenstraße 4 – 6  
 64546 Mörfelden-Walldorf-Industriegebiet

Mo. – Do. 6.30 – 15.30 Uhr  
 Fr. 6.30 – 13.30 Uhr

- **Die Sendung muss den Vermerk tragen:** „Beilagen VDI nachrichten, Ausgabe XX“
- **Anlieferungszustand:** Die angelieferten Beilagen müssen eine einwandfreie, sofortige Verarbeitung gewährleisten, ohne dass zusätzliche manuelle Aufbereitung notwendig ist. Durch zu frische Druckfarbe zusammengeklebte, stark elektrostatisch aufgeladene oder feucht gewordene Beilagen können nicht verarbeitet werden. Beilagen mit umgeknickten Ecken (Eselsohren) bzw. Kanten, Quetschfalten oder mit verlagertem (rundem) Rücken sind ebenfalls nicht verarbeitbar.
- **Palettierung:** Die Beilagen müssen sauber auf stabilen Paletten gestapelt sein. Jede Palette muss analog zum Lieferschein deutlich und sichtbar mit einer Palettenkarte gekennzeichnet sein. Bitte benutzen Sie Europaletten.
- **Lagenhöhe:** Die unverschränkten, kantengeraden Lagen sollen eine Höhe von 80 – 100 mm aufweisen, damit sie von Hand greifbar sind.

### Spezifikationen:

- **Druckverfahren:** Zeitungsoffset (ISO 12647-3:2004)
- **Druckform:** Offsetplatten, Computer to plate
- **Druckreihenfolge 4c:** Schwarz, Cyan, Magenta, Yellow
- **Rasterweite:** 40 L/cm (bzw. 102 lpi)
- **Rasterpunktform:** Elliptischer Punkt, Kettenraster; Harlequin: elliptical point, centered rosette
- **Rasterwinkelung:** Y = 0°; (horizontal 3 Uhr) C = 15°; M = 45°; K = 135° (gegen Uhrzeigersinn)
- **ICC-Profile:** ISOnewspaper26v4.icc und für Graustufen ISOnewspaper26v4\_gr.icc
- **Bildauflösung:** 4c u. Graustufen = 203 dpi; Strichzeichnungen = 1.270 dpi
- **Farben:** Euro-Skala-Farben  
Andere Farbskalen und Farbtöne nach Absprache (min. 3 Werktage vor Erscheinen) möglich. Aus drucktechnischen Gründen werden Zusatzfarben teilweise aus der Europa-Skala aufgebaut und können deshalb vom Farbton anderer Fächer abweichen. Schmuckfarben-EPS dürfen keine CMYK-Elemente enthalten.
- **Gesamt-Farbauftrag:** max. 240 %  
(bei großen Flächen oder schweren Motiven Farbdeckung ca. 200 % – 210 %)
- **Tonwertumfang:**LICHTER Ton: auslaufend bis 0 %; erster druckbarer Ton: ca. 3 %; zeichnende Tiefe: Neutraltiefe max. 90 %
- **Tonwertzunahme:** Mitteltonbereich = 26 %
- **Farbführung, Volltondichte:** (Null-Justierung auf Zeitungspapier-Weiß)  
K = 1.10; C = 0.90; M = 0.90; Y = 0.90 (mit Polfilter und trocken gemessen)
- **Feinster Strich:** 0,3 mm

### Auftragsdaten:

- **Brief oder Fax:** Schriftlicher Auftrag an die Anzeigenabteilung beim Tagesspiegel mit Hinweis auf die elektronische Übertragung und den Dateinamen der Druckvorlage.
- **Technische Angaben:** Es gelten die Allgemeinen und Zusätzlichen Geschäftsbedingungen.

### Datenanlieferung:

Digitale Anlieferung immer bevorzugt! Analoge Anlieferung von Anzeigen bitte nur auf Anfrage.

- **ISDN:** 030 290 21 - 13254  
(Leonardo/Mac, ZMG/GZM, mecom-multiconnect)
- **Eurofile:** 030 25797204  
(Teles, Fritz, Twist etc.)
- **E-Mail:** druckunterlagen@tagesspiegel.de
- **FTP:** ftp2.tagesspiegel.de  
**user:** ftpanzeigen  
**Kennwort:** tssenden30

Bitte nur komprimierte Daten (ZIP, SIT o. ä.) bereitstellen.

### Ansprechpartner:

- **Telefon** 030 29021-13006

**Druckunterlagen:** (Auf- und Durchsicht)

- **Rechnerumgebung:** Apple Macintosh, mecom multiconnect-Server
- **Mac-Programme:** QuarkXPress 6,5.x, FreeHand MX, Adobe CS 4 (ohne Extensions)
- **PC-Programme:** Bitte nur EPSe liefern. Direktbelichtungen offener Corel-Draw-8 oder MS-Office-Dokumente nicht möglich.
- **Dateiformate:** Verarbeitung von EPS-Dateien, PDF/X3 und ggf. Originaldateien möglich, die mit den o.g. Programmen erstellt wurden. Offene Dateien ohne Gewähr. Bitte keine PowerPoint-Dokumente oder Postscript-Dateien. Formatierte Anzeigen aus Office-Programmen bitte nur als PDF. Bitte keine DCS-EPS!
- **Bilder, Logos, Schriften:** Bilder/Logos bitte aktualisiert in das EPS einbinden. Schriften möglichst in das EPS einbinden oder in Zeichenwege umwandeln. Ansonsten müssen die verwendeten Schriftschnitte (Postscript- Zeichensätze und Zeichensatzkoffer) Bestandteil der Sendung sein. Schriften der Linotype-Schriftenbibliothek (Stand 03/93) sind im Verlag vorhanden. Bitte keine überflüssigen Schriften mitschicken. Bei offenen Dateien die benötigten Schriften (Postscript-Zeichensätze und Zeichensatzkoffer) mitliefern.
- **Andrucke, Proofs:** Bitte 2 Andrucke mit Skala auf Zeitungspapier oder Proof mit messbaren Kontrollmessstreifen auf Zeitungspapier mitliefern, vorzugsweise Ugra/Fogra-Medienkeil v2.0a (die vorgesehenen CIELAB-Werte im Rahmen der Toleranzen müssen eingehalten sein). Andernfalls kann keine Garantie für die Farbtreue übernommen werden.

**Gewährleistungshinweis:** Geringfügige Farbabweichungen berechtigen nicht zu Ersatzansprüchen. Bei Anlieferung abweichender Druckunterlagen (auch digitaler) kann keine Gewähr für den Druckausfall übernommen werden.

- **Info-Datei:** Als ASCII- oder Simple-Text Dokument.
  - Absender der Anzeige
  - Ansprechpartner und Telefonnummer für Rückfragen
  - Erscheinungstag der Anzeige, Größe der Anzeige
  - Genaue elektronische Farbnamen der zu belichtenden Farbauszüge
  - Programm/Version, mit der die Datei erstellt wurde.

**Bitte Anzeigendatei, Info-Datei, ggf. zusätzliche Dateien (z. B. Bilder, Schriften) in einem Ordner zusammenstellen.**

- **Farbbezeichnung:** Yellow = Y, Magenta = M, Cyan = C, Schwarz = K, Schmuckfarben bitte immer auftragsgerecht bezeichnen (z. B. „HKS04“, Farbnummer 2-stellig ohne Leerzeichen). In der Infodatei müssen alle in der Anzeige verwendeten elektronischen Farbnamen der zu belichtenden Farbformen aufgeführt werden, da nur die entsprechenden Farbauszüge ausbelichtet werden.
- **Namensgebung:** Den Ordner mit allen Dateien benennen Sie wie folgt: Kunde (Erscheinungstag) und ggf. die schon bekannte Auftragsnummer beim Tagesspiegel z. B.: „Mercedes\_2007\_0530\_21152356\_1“
- **Komprimierung:** Gepackte Dateien (ZIP, SIT, SEA) können bearbeitet werden. JPEG-Komprimierung nur mit deutlichem Warnhinweis, da je nach Komprimierungsfaktor keine Garantie für die Bildqualität übernommen werden kann!

### Spezifikationen:

- **Druckverfahren:** Zeitungsoffset (ISO 12647-3)
- **Rasterweite:** 48 L/cm
- **ICC-Profile:** ISOnewspaper26v4 (Farbe)
- **Bildauflösung:** Farbbilder = 240 dpi; Strichzeichnungen = 1.270 dpi
- **Gesamt-Farbauftrag:** max. 240 %

Entsprechende Distillersettings für den Acrobat Distiller 7, 8, 9 und die ICC-Profile finden Sie unter:

[www.anzeigeneingang.de/Zeitverlag/diezeit.html](http://www.anzeigeneingang.de/Zeitverlag/diezeit.html)

### Druckunterlagen:

- **Dateiformate:** PDF/X-1a:2001 oder PDF/X-3:2002 (CMYK-Modus)
- **Schriften:** Schriften sind einzubinden. Die Minimalschriftgröße beträgt 6 Pt. Feine Serifen sind zu vermeiden. Schriftenmodifizierungen, wie fett oder kursiv, dürfen nicht verwendet werden. Multiple-Master-Schriften und Doppelbyte-Schriften dürfen nicht verwendet werden.
- **Bilder:** Bilder sind einzubinden. Die Qualität bei JPEG-komprimierten Bildern wird durch den Anlieferer bestimmt. Eingebettete ICC-Profile werden nicht ausgewertet.
- **Andrucke, Proofs:** Ein farbverbindlicher Proof. Der Kontraktproof muss 1:1 vom angelieferten Datensatz gefertigt sein und den Ugra/Fogra-Medienkeil enthalten.

### Datenanlieferung:

- **Web-Upload:** [www.anzeigeneingang.de](http://www.anzeigeneingang.de)
- **E-Mail:** [zeit@anzeigeneingang.de](mailto:zeit@anzeigeneingang.de)
- **Datenträger:**  
Mediengruppe Mainpost GmbH  
Digitale Bearbeitung – DIE ZEIT –  
Vorstufe 1. OG  
Berner Straße 2  
97084 Würzburg

### Information und Kontakt:

- Für die Übertragung und weitere technische Informationen sowie Kontaktdaten steht Ihnen folgendes Portal zur Verfügung:  
[www.anzeigeneingang.de/zeitverlag](http://www.anzeigeneingang.de/zeitverlag)
- Empfangszeiten von 00.00 – 24.00 Uhr  
(bitte beachten Sie die Anzeigenschlusstermine)

### Ansprechpartner:

Wenn Sie Fragen zur Übertragung oder zu Anzeigen auf Datenträgern haben, wenden Sie sich bitte an uns:

- **Frau Herold/Herr Koch**  
Telefon 0931 6001-758  
E-Mail [zeit@anzeigeneingang.de](mailto:zeit@anzeigeneingang.de)

### 1. Vertragsgegenstand/Begriffsbestimmungen

1.1 „Werbeauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über das Zurverfügungstellen von Werbeplätzen in den Printprodukten der Handelsblatt GmbH, Kasernenstraße 67, 40231 Düsseldorf (nachfolgend „der Verlag“ genannt), für Werbemittel eines Werbekunden. Ein Vertrag kann auch so ausgestaltet sein, dass die Platzierung mehrerer Werbemittel über einen bestimmten Zeitraum (im Folgenden „Insertionszeitraum“) vereinbart wird, wobei die jeweiligen Platzierungen unter Beachtung der Verfügbarkeit auf Abruf des Werbekunden erfolgen (im Nachfolgenden „Mehrfachauftrag“ genannt).

1.2 „Werbekunde“ ist diejenige Person oder das Unternehmen, für die der Verlag Werbemittel platzieren soll. Werbekunde kann entweder der Werbetreibende selbst (der eigene Waren oder Dienstleistungen bewirbt) oder eine Agentur sein, die im Auftrag eines Dritten für dessen Waren und Dienstleistungen wirbt.

1.3 „Werbemittel“ sind die Werbematerialien und Chiffreanzeigen, die der Werbekunde dem Verlag zur Platzierung auf den Werbe- und Anzeigeplätzen zur Verfügung stellt.

1.4 „Advertorials“ sind fremdproduzierte Werbemittel, die sich in Form und Aufmachung deutlich von den redaktionellen Teilen des Printprodukts (in Typo, graphischen Elementen, Farbigkeit, Spaltigkeit) unterscheiden müssen. Sie enthalten Text/Bilder/Grafiken und Werbung Dritter.

### 2. Vertragsschluss

2.1 Der Werbeauftrag sowie sämtliche Leistungen, Angebote und Verträge zwischen dem Verlag und dem Werbekunden unterliegen neben den Bestimmungen im jeweiligen Vertrag ausschließlich diesen AGB. Geschäftsbedingungen des Werbekunden, die diesen AGB entgegenstehen oder von ihnen abweichen, sind unwirksam. Dies gilt auch dann, wenn dem Verlag solche anderen Vertragsbedingungen zur Kenntnis gebracht wurden. Gegenbestätigungen des Werbekunden unter Hinweis auf seine Geschäftsbedingungen wird hiermit widersprochen.

2.2 Jeder Werbeauftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich.

2.3 Soweit eine Agentur dem Verlag einen Werbeauftrag erteilt, kommt der Vertrag mit der Agentur zustande. Andernfalls kommt der Vertrag direkt mit dem Werbetreibenden zustande.

2.4 Änderungen und Ergänzungen des Werbeauftrags bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform. Dies gilt auch für eine Änderung dieser Schriftformklausel.

2.5 Die AGB des Verlags für Werbeaufträge können sich ändern. Deswegen gelten die AGB immer nur für den jeweiligen Werbeauftrag in der zum Zeitpunkt des Abschlusses des Werbeauftrags gültigen Fassung.

2.6 Ist das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen innerhalb eines Insertionszeitraumes eingeräumt, ist der Abruf innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern das erste Werbemittel innerhalb eines Jahres nach Vertragsschluss abgerufen und veröffentlicht wird. Wird das Recht zum Abruf innerhalb dieser Zeit nicht ausgeübt, verfällt der Anspruch nach Ablauf des Jahres ersatzlos. Die Pflicht zur Zahlung der entsprechenden Vergütung bleibt hiervon unberührt.

### 3. Leistungen des Verlags

3.1 Der Verlag wird die vom Werbekunden zur Verfügung gestellten Werbemittel innerhalb des im Vertrag angegebenen Zeitraums gemäß den vereinbarten Leistungsmerkmalen in einer dem jeweiligen technischen Standard entsprechenden Weise auf den vereinbarten Werbeplätzen des gewählten Printprodukts platzieren.

3.2 Vereinbart ist die für den belegten Titel nach Maßgabe der Angaben in der Preisliste sowie in der Auftragsbestätigung übliche Beschaffenheit der Werbemittel im Rahmen der durch die Druckunterlagen und der von der Druckerei eingesetzten Technik gegebenen Möglichkeiten.

3.3 Anzeigen, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

3.4 Der Verlag behält sich ohne Anerkennung einer Prüfungspflicht vor, Werbemittel – auch einzelne Abrufe von Werbemitteln – aus wichtigem Grund abzulehnen. Ein solcher wichtiger Grund liegt insbesondere vor, wenn

- konkrete Anhaltspunkte dafür vorliegen, dass das Werbemittel gegen die in Ziffer 4.4 genannten Garantien verstößt, oder

- deren Veröffentlichung für den Verlag u.a. wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder

- Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbundwerbung).

3.5 Soweit der Verlag von seinem Ablehnungsrecht bezüglich Verbundwerbung (vgl. Ziffer 3.4) keinen Gebrauch macht, bedürfen diese in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annahmeerklärung des Verlages. Diese berechtigt den Verlag zur Erhebung eines Verbundaufschlages.

3.6 Die Ablehnung einer Anzeige oder eines anderen Werbemittels wird dem Werbekunden unter Angabe von Gründen unverzüglich mitgeteilt. Dem Werbekunden steht es frei, dem Verlag ein neues, bzw. geändertes Werbemittel zur Verfügung zu stellen, was den Anforderungen in Ziffer 3.4 entspricht. Hierdurch auftretende Verzögerungen gehen zu Lasten des Werbekunden.

3.7 Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung und auf Kosten des Werbekunden zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung der Druckunterlagen endet drei Monate nach der erstmaligen Veröffentlichung des Werbemittels.

3.8 Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch und auf Kosten des Werbekunden geliefert. Der Werbekunde trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm bis zum Anzeigenschluss oder innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

3.9 Sind keine besonderen Größenschriftenschriften gegeben, so wird die nach Art des Werbemittels übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

3.10 Der Verlag liefert auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Werbeauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung des Werbemittels.

3.11 Bei Chiffreanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Express-

briefe auf Chiffreanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Chiffreanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt werden, dürfen vom Verlag vernichtet werden. 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 erklärten Interesse des Werbekunden zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A 4 oder das Höchstgewicht von 1000 g überschreiten, sowie Waren, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann jedoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Werbekunde die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.

3.12 Wird ein Werbeauftrag aus Umständen nicht erfüllt, die weder der Verlag noch der Werbekunde zu vertreten hat, so hat der Werbekunde dem Verlag, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Differenzbetrag zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass zu erstatten.

#### 4. Pflichten des Werbekunden

4.1 Der Werbekunde trägt dafür Sorge, dass die Werbemittel und weiteren notwendigen Informationen rechtzeitig, vollständig, fehlerfrei und den vertraglichen Vereinbarungen entsprechend angeliefert werden und die Druckunterlagen eine einwandfreie Beschaffenheit ausweisen. Ferner ist der Werbekunde dafür verantwortlich, dass diese sich für die vereinbarten Zwecke, insbesondere die jeweilige Darstellung im entsprechenden Umfeld und in der gebuchten Werbeform, eignen.

4.2 Die Übersendung von mehr als 2 Farbvorlagen, die nicht termingerechte Lieferung der Druckunterlagen und der Wunsch nach einer von der Vorlage abweichenden Druckwiedergabe können Auswirkungen auf Platzierung und Druckqualität der Werbemittel verursachen und schließen spätere Reklamationen aus.

4.3 Kosten des Verlages für vom Werbekunden gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Werbekunde zu tragen.

4.4 Der Werbekunde gewährleistet, dass er alle zur Schaltung der Werbemittel erforderlichen Rechte besitzt und die Werbemittel deutlich als Werbung erkennbar sind. Der Werbekunde garantiert ferner, dass die Werbemittel

- keine Rechte Dritter (insbesondere Urheber-, Persönlichkeits- oder sonstige gewerbliche Schutzrechte) verletzen und/oder
- nicht gegen sonstige gesetzliche (insbesondere presserechtliche, wettbewerbsrechtliche, datenschutzrechtliche und verbraucherschutzrechtliche) Bestimmungen verstoßen und nicht staatsgefährdender, rassistischer, Gewalt verherrlichender, pornografischer oder jugendgefährdender Natur sind.

4.5 Der Werbekunde stellt den Verlag auf erstes Anfordern im Rahmen des Werbeauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können, insbesondere presserechtliche oder wettbewerbsrechtliche Vorschriften. Dies gilt insbesondere in Bezug auf die unter Ziffer 4.4 abgegebenen Garantien. Bei Veröffentlichung von Gegendarstellungen bestimmen sich die zu ersetzenden Kosten nach Maßgabe des Preises für ein dem Umfang der Gegendarstellung entsprechenden Werbemittel. Ferner wird der Verlag von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt einschließlich sämtlicher Gerichts- und Anwaltskosten in gesetzlicher Höhe. Der Werbekunde ist verpflichtet, dem Verlag für den Fall einer Inanspruchnahme durch Dritte unverzüglich, wahrheitsgemäß und vollständig nach Treu und Glauben sämtliche ihm zur Verfügung stehende Informationen mitzuteilen und Unterlagen vorzulegen, die für eine Prüfung der Ansprüche erforderlich sind.

4.6 Der Werbekunde überträgt dem Verlag die für die Durchführung des Werbeauftrages erforderlichen zeitlich, örtlich und inhaltlich beschränkte Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstige sui generis Schutzrechte. Darüber hinaus sind der Verlag und die iq media marketing gmbh berechtigt, die vorgenannten Rechte zum Zwecke der Eigenwerbung (z.B. Pressemitteilungen und Präsentationen) auch vor und nach Ausführung des Werbeauftrags auszuüben.

4.7 Advertorials sind grundsätzlich mit einem eigenen Impressum zu versehen. Der Verlag behält sich die Veröffentlichung nach Vorlage eines verbindlichen Musters vor sowie das

Recht, bei besonderen Publikationen Sonderpreise festzusetzen. Dem Verlag ist das Advertorial mindestens 10 Werktage vor Druckunterlagenschluss zur Prüfung und Billigung vorzulegen. Für den Fall, dass Advertorials durch den Verlag oder von ihm eingesetzte Erfüllungsgehilfen erstellt werden, verbleiben sämtliche Rechte an den erstellten Inhalten bei Verlag. 4.8 Der Werbekunde ist verpflichtet, die Werbung nach erstmaliger Schaltung zu prüfen, soweit dies mit zumutbarem Aufwand möglich ist.

4.9 Der Werbekunde hat dem Verlag jede Änderung seiner Firma, Ansprechpartner, Anschrift oder von sonstigen Kontaktinformationen (Tel., Fax, E-Mail etc.) umgehend, spätestens binnen 5 Werktagen per Brief, Fax oder per Email anzuzeigen.

4.10 Der Werbekunde ist nicht berechtigt, die Ansprüche aus dem Werbeauftrag gegenüber dem Verlag (d.h. die gebuchten Belegungseinheiten) auf Dritte entgeltlich oder unentgeltlich zu übertragen.

4.11 Die Werbungsmitler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbekunden an die Preisliste des Verlages zu halten.

#### 5. Vergütung, Fälligkeit, Zahlungsverzug

5.1 Die Vergütung für den jeweiligen Werbeauftrag bestimmt sich nach der zum Zeitpunkt des Abschlusses des jeweiligen Werbeauftrags gültigen Preisliste des Verlages. Der Verlag behält sich vor, die Preisliste jederzeit zu ändern. Eine Änderung der Anzeigenpreisliste gilt ab Inkrafttreten auch für laufende Aufträge. Dies gilt gegenüber Nicht-Kaufleuten nicht bei Aufträgen, die innerhalb von vier Monaten nach Vertragsabschluss abgewickelt werden sollen.

5.2 Rabatte für Mehrfachaufträge innerhalb eines Insertionszeitraumes bestimmen sich ebenfalls nach der jeweils gültigen Preisliste des Verlages.

5.3 Rabatte werden nicht gewährt für Unternehmen, deren Geschäftszweck unter anderem darin besteht, für verschiedene Werbetreibende Werbeaufträge zu erteilen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen.

5.4 Werbeaufträge für Werbemittel und Fremdbeilagen, die nur in bestimmten Heftnummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem

Die BusinessKombi	Verlagsangaben	Auftragserteilung und -bearbeitung	Formate und Preise	Technische Angaben	Allgemeine Geschäftsbedingungen	Ihre Ansprechpartner
-------------------	----------------	------------------------------------	--------------------	--------------------	---------------------------------	----------------------

Werbekunden noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Werbemittel werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.

5.5 Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung beansprucht, ist der schriftliche Nachweis des Konzernstatus des Werbekunden erforderlich. Konzernverbundene Unternehmen im Sinne dieser Bestimmung sind Unternehmen, zwischen denen eine kapitalmäßige Beteiligung von mindestens 50 Prozent besteht. Der Konzernstatus ist bei Kapitalgesellschaften durch Bestätigung eines Wirtschaftsprüfers oder durch Vorlage des letzten Geschäftsberichtes, bei Personengesellschaften durch Vorlage eines Handelsregisterauszuges nachzuweisen. Der Nachweis muss innerhalb der ersten Hälfte des Insertionszeitraumes erbracht werden. Konzernrabatte bedürfen der ausdrücklichen, schriftlichen Bestätigung durch den Verlag und werden nur für die Dauer der Konzernzugehörigkeit gewährt. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzuzeigen.

5.6 Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall schriftlich eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

5.7 Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden bankübliche Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Werbeauftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restliche Platzierung der Werbemittel Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Werbekunden, Sitz des Werbekunden im Ausland oder einem Erstauftrag durch den Werbekunden ist der Verlag berechtigt, vor Beginn einer neuen Geschäftsverbindung und auch während der Laufzeit eines Abschlusses das Erscheinen weiterer Werbemittel ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages zum Anzeigenschlusstermin und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

### 6. Stornierung von Werbeaufträgen

6.1 Eine Stornierung von Werbeaufträgen oder Abrufen ist nur bis zum Anzeigenschlusstermin möglich. Die Stornierung muss schriftlich oder per Email bei dem Verlag eingehen.

6.2 Der Verlag wird sich dasjenige anrechnen lassen, was er in Folge anderweitiger Buchungen erwerben konnte oder böswillig zu erwerben unterlassen hat.

### 7. Haftung des Verlags

7.1 Der Verlag haftet – gleich aus welchem Rechtsgrund – nur  
- bei Vorsatz und grober Fahrlässigkeit eines gesetzlichen Vertreters, eines leitenden Angestellten oder sonstigen Erfüllungshelfen;

- dem Grunde nach bei jeder schuldhaften Verletzung einer wesentlichen Vertragspflicht (wobei der Begriff der wesentlichen Vertragspflicht abstrakt eine solche Pflicht bezeichnet, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrages überhaupt erst ermöglicht und auf deren Einhaltung die jeweils andere Partei regelmäßig vertrauen darf), bei Verzug und Unmöglichkeit und Vorsatz sowie grober Fahrlässigkeit eines einfachen Erfüllungshelfen, wobei die Haftung bei Vermögens- und Sachschäden auf die Höhe des typischerweise vorhersehbaren Schadens begrenzt ist.

7.2 Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, illegalem Arbeitskampf, rechtswidriger Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen - sowohl im Betrieb des Verlages als auch in fremden Betrieben, derer sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient - hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit 80 % der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften oder auf andere Weise zugesicherten Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die zugesicherte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht.

7.3 Entspricht die Veröffentlichung des Werbemittels nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit bzw. Leistung, so hat der Werbekunde Anspruch auf Zahlungsminderung oder ein einwandfreies Ersatzwerbemittel bzw. Ersatzplatzie-

rung des Werbemittels, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des ursprünglichen Werbemittels beeinträchtigt wurde. Der Verlag hat das Recht, ein Ersatzwerbemittel bzw. Ersatzplatzierung zu verweigern, wenn

- diese einen Aufwand erfordert, der unter Beachtung des Inhalts des Schuldverhältnisses und der Gebote von Treu und Glauben in einem groben Missverhältnis zu dem Leistungsinteresse des Werbekunden steht, oder
- diese für den Verlag nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich wäre.

Lässt der Verlag eine ihm für das Ersatzwerbemittel oder die Ersatzplatzierung des Werbemittels gesetzte angemessene Frist verstreichen oder ist das Ersatzwerbemittel/Ersatzplatzierung erneut nicht einwandfrei, so hat der Werbekunde ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Werbeauftrags. Bei unwesentlichen Mängeln des Ersatzwerbemittels oder der Ersatzplatzierung ist die Rückgängigmachung des Werbeauftrags ausgeschlossen.

7.4 Reklamationen bei nicht offensichtlichen Mängeln müssen binnen eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn geltend gemacht werden. Alle gegen den Verlag gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf vorsätzlichem Verhalten beruhen.

7.5 Alle in den Punkten 7.1 bis 7.4 genannten Haftungsbeschränkungen gelten nicht in den Fällen zwingender gesetzlicher Haftung, insbesondere nach dem Produkthaftungsgesetz, bei Übernahme einer Garantie sowie bei schuldhaften Verletzungen des Lebens, des Körpers und der Gesundheit.

### 8. Datenschutz

Der Werbekunde ist verpflichtet, die datenschutzrechtlichen Bestimmungen einzuhalten.

### 9. Schlussbestimmungen

9.1 Sollten einzelne Bestimmungen dieser AGB ganz oder teilweise unwirksam sein oder werden, so bleibt der Werbeauftrag im Übrigen wirksam. Das gleiche gilt, sofern diese AGB eine Regelungslücke enthalten. Anstelle der ganz oder teilweise unwirksamen oder fehlenden Regelung tritt das, was die Parteien bei verständiger Würdigung der ganz oder teilweisen

Unwirksamkeit oder des Fehlens der Regelung vereinbart hätte, falls ihnen dieser Umstand bekannt gewesen wäre, in Kraft.  
 9.2 Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichem Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Ist der Wohnsitz oder gewöhnlicher Aufenthalt des Werbekunden, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt und hat der Werbekunde nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart, wenn der Vertrag schriftlich geschlossen wurde.

9.3 Erfüllungsort ist der Ort des Verlages.

9.4 Es gilt deutsches Recht. Die Anwendung des UN-Kaufrechts (United Nations Convention on Contracts for International Sale of Goods vom 11.04.1980 - CISG) ist ausgeschlossen.

### Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages Der Tagesspiegel GmbH

- a) Änderungen der Anzeigen-Preisliste treten auch bei laufenden Aufträgen sofort in Kraft, wenn nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen wurde; dies gilt gegenüber Nicht-Kaufleuten nicht bei Aufträgen, die innerhalb von vier Monaten nach Vertragsabschluss abgewickelt werden sollen.
- b) Die Werbungsmittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlervergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.
- c) Bei fernmündlich aufgegebenen Anzeigen und Änderungen übernimmt der Verlag keine Haftung für die Richtigkeit der Wiedergabe. Der Verlag wendet bei der Entgegennahme und Prüfung der Anzeigentexte die geschäftsübliche Sorgfalt an, haftet jedoch nicht, wenn er von den Auftraggebern irreführt oder getäuscht wird. Sofern nicht ausdrücklich etwas anderes vereinbart ist, wird der Anzeigentext nach den Regeln der modifizierten Rechtschreibreform gesetzt, wie sie im Tagesspiegel seit August 1999 angewendet wird. Gewährleis-

tungsansprüche bei dadurch bedingten Abweichungen vom vorgegebenen Anzeigentext sind ausgeschlossen.

- d) Der Verlag behält sich das Recht vor, von den in der Preisliste vorgesehenen allgemeinen Rabattbedingungen generell abzuweichen, ohne dass es einer neuen Preisliste bedarf. Für Anzeigen in Sonderbeilagen oder Kollektiven behält sich der Verlag das Recht vor, Sonderpreise und -formate entsprechend den besonderen Gegebenheiten zu vereinbaren.
- e) Der Auftraggeber haftet dem Verlag für Schäden, die diesem durch Ansprüche Dritter aufgrund presserechtlicher oder sonstiger gesetzlicher Vorschriften entstehen. Durch Erteilung eines Anzeigenauftrages verpflichtet sich der Inserent, die Kosten der Veröffentlichung einer Gegendarstellung, die sich auf tatsächliche Behauptungen der veröffentlichten Anzeige bezieht, zu tragen, und zwar nach Maßgabe des jeweils gültigen Anzeigentarifs. Der Auftraggeber hält den Verlag von allen Ansprüchen aus Verstößen gegen das Urheberrecht frei.
- f) Bei Verlust oder Beschädigung von Beilagen steht der Verlag nur für diejenige Sorgfalt ein, welche er in eigenen Angelegenheiten anzuwenden pflegt.
- g) Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, so hat der Auftraggeber bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche. Das gleiche gilt bei fehlerhaften Wiederholungsanzeigen, wenn der Auftraggeber nicht vor Drucklegung der nächstfolgenden Anzeige auf den Fehler hinweist.
- h) Bei Betriebsstörungen, höherer Gewalt, Arbeitskampf, Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energie verknappung hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn der Auftrag mit 80 % der normalerweise gedruckten Auflage erfüllt ist. Geringere Leistungen sind, bezogen auf diese Auflage, nach dem Tausenderpreis zu bezahlen.
- i) In Abänderung von Ziffer 15 der Allgemeinen Geschäftsbedingungen besteht bei Fließtextanzeigen kein Anspruch auf Belegexemplare oder Belegausschnitte. In Abänderung von Ziffer 19 der Allgemeinen Geschäftsbedingungen behält sich der Verlag das Recht vor, die Aufbewahrungszeit für Druckunterlagen auf vier Wochen nach Erscheinen der Anzeige zu beschränken.
- j) Ist der Auftraggeber abgemahnt worden oder hat er bereits eine Unterlassungs-Vergleichs- Erklärung bezüglich be-

stimmter Anzeigen (-inhalte) abgegeben, ist der Auftraggeber verpflichtet, den Verlag unverzüglich schriftlich darüber zu informieren. Unterlässt der Auftraggeber diese Obliegenheitspflicht, kann der Verlag schon aus diesem Grunde jede Mithaftung für den dem Auftraggeber durch eine wiederholte Veröffentlichung der beanstandeten Anzeige (-inhalte) entstehenden Schaden verweigern.

k) Für die Anwendung eines Konzernrabattes auf Tochtergesellschaften ist der schriftliche Nachweis einer mindestens 50%igen Kapitalbeteiligung erforderlich. Konzernrabatt wird nur bei privatwirtschaftlich organisierten Zusammenschlüssen gewährt. Keine Anwendung findet er z.B. beim Zusammenschluss verschiedener selbständiger hoheitlicher Organisationen oder bei Zusammenschlüssen, bei den Körperschaften des Öffentlichen Rechts beteiligt sind.

l) Bei Anzeigen (Beilagen) aus dem Ausland erfolgt die Rechnungsstellung ohne MwSt.-Berechnung unter der Voraussetzung, dass die Steuerbefreiung besteht und anerkannt wird. Der Verlag behält sich die Nachberechnung der MwSt. in der gesetzlich geschuldeten Höhe für den Fall vor, dass die Finanzverwaltung die Steuerpflicht der Anzeige (Beilage) bejaht.

m) Die in der Anzeigenpreisliste bezeichneten Nachlässe werden nur für die innerhalb eines Jahres erscheinenden Anzeigen eines Werbungtreibenden gewährt. Die Frist beginnt mit Erscheinen der 1. Anzeige. Die Belegung von Kombinations- bzw. Teilausgaben mit eigenen Preisen gilt als gesonderter Auftrag; für die betreffende Ausgabe der Kombination ist ein gesonderter Abschluss zu tätigen.

n) Der Verlag behält sich vor, in der Zeitung erscheinende Anzeigen auch im Internet zu veröffentlichen bzw. veröffentlichen zu lassen.

### Zusätzliche Geschäftsbedingungen der VDI Verlag GmbH

a) Anzeigenaufträge durch eine Agentur werden in deren Namen und auf deren Rechnung angenommen. Die Werbungsmittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlervergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

Die BusinessKombi	Verlagsangaben	Auftragserteilung und -bearbeitung	Formate und Preise	Technische Angaben	Allgemeine Geschäftsbedingungen	Ihre Ansprechpartner
-------------------	----------------	------------------------------------	--------------------	--------------------	---------------------------------	----------------------

- b) Die allgemeinen und zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages gelten sinngemäß auch für Aufträge über Fremdbeilagen, Beikleber, Beihefter oder technische Sonderausführungen. Jeder Auftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich. Die Haftung des Verlages ist auf den Nettopreis für das Beilegen, Beikleben oder Beiheften beschränkt.
- c) Ansprüche auf Schadenersatz wegen Verlust, Fehlleitung oder Verzögerung in der Zusendung von Zuschriften auf Chiffreanzeigen sind ausgeschlossen.
- d) Falls eine Druckschrift ihr Erscheinen einstellt oder unterbricht, ohne dass dies vom Verlag zu vertreten ist, kann der Auftraggeber für Aufwendung an Text, Grafik, Herstellung von Druckunterlagen usw., die dadurch gegenstandslos werden, keinerlei irgendwie geartete Forderung stellen. Im übrigen gilt Ziffer 9 der Allgemeinen Geschäftsbedingungen.
- e) Höhere Gewalt, Betriebsstörungen usw. entbinden den Verlag von den eingegangenen Verpflichtungen.
- f) Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen. Dem Auftraggeber obliegt es, den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen, die diesen aus der Ausführung des Auftrages, auch wenn er storniert sein sollte, gegen den Verlag erwachsen. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Erscheinen stornierte Anzeigen, so stehen auch dem Auftraggeber daraus keinerlei Ansprüche gegen den Verlag zu.
- g) Eine Änderung der Anzeigenpreisliste gilt ab Inkrafttreten auch für laufende Aufträge.
- h) Bei Konkursen und Zwangsvergleichen der Auftraggeber entfällt jeglicher Nachlass.
- i) Wenn für konzernangehörige Firmen die gemeinsame Rabattierung beansprucht wird, ist die schriftliche Bestätigung einer Kapitalbeteiligung von mindestens 50 % erforderlich.
- j) Die Übersendung von mehr als zwei Farbvorlagen, die nicht termingerechte Lieferung der Druckunterlagen und der Wunsch nach einer von der Vorlage abweichenden Druckwiedergabe können Auswirkungen auf Platzierung und Druckqualität verursachen und schließen spätere Reklamationen

aus. Der Verlag muss sich die Berechnung entstehender Mehrkosten vorbehalten.

- k) Der Verlag ist berechtigt, die bezüglich der Geschäftsbeziehung oder im Zusammenhang mit dieser erhaltenen Daten über den Geschäftspartner, gleich ob diese vom Geschäftspartner selbst oder von Dritten stammen, im Sinne des Bundesdatenschutzgesetzes zu verarbeiten.

### **Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Zeitverlages Gerd Bucerius GmbH & Co.KG**

- a) Die allgemeinen und unsere zusätzlichen Geschäftsbedingungen, die Auftragsbestätigungen und die jeweils gültige Preisliste sind für jeden Auftrag maßgebend.
- b) Eine Änderung der Anzeigenpreisliste gilt ab Inkrafttreten auch für laufende Aufträge. Dies gilt gegenüber Nicht-Kaufleuten nicht bei Aufträgen, die innerhalb von vier Monaten nach Vertragsabschluss abgewickelt werden sollen.
- c) Für die Gewährung von Konzern-Rabatten gilt der Konzernstatus des Auftraggebers zum 1. Januar des Kalenderjahres. Der Konzernstatus ist bei Kapitalgesellschaften durch Bestätigung eines Wirtschaftsprüfers oder durch Vorlage des letzten Geschäftsberichtes, bei Personen-Handelsgesellschaften durch Vorlage eines Handelsregisterauszuges nachzuweisen. Der Nachweis ist dem Verlag bis spätestens zum 30. Juni des Kalenderjahres schriftlich vorzulegen. Konzern-Rabatte bedürfen in jedem Fall der ausdrücklichen, schriftlichen Bestätigung durch den Verlag bei Vertragsabschluss. Konzern-Rabatte werden nur für die Dauer der Konzernzugehörigkeit gewährt. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzuzeigen; mit Ablauf des Monats der Beendigung der Konzernzugehörigkeit endet auch die Konzernrabattierung. Konzern im Sinne dieser Bestimmung ist die kapitalmäßige Beteiligung der Konzernmutter an der Konzerntochter mit mindestens 50 Prozent.
- d) Der Verlag wendet bei Entgegennahme und Prüfung der Anzeigentexte die geschäftsübliche Sorgfalt an, haftet jedoch nicht, wenn er von den Auftraggebern irreführt oder getäuscht wird.
- e) Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden dieselben erst beim Druckvor-

gang deutlich, so hat der Werbungtreibende bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche, das gilt auch für fehlerhafte Wiederholungsanzeigen, wenn der Werbungtreibende nicht vor Drucklegung der nächstfolgenden Anzeige auf den Fehler hinweist.

- f) Bestimmte Platz- und Datenvorschriften sind nur bindend, wenn sie vom Verlag bestätigt wurden. Der Ausschluss von Mitbewerbern kann nur für zwei gegenüberliegende Seiten vereinbart werden.

g) Macht der Auftraggeber die Gültigkeit des Auftrages ausdrücklich von der Aufnahme der Anzeige in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift abhängig, so beschränken sich die Gewährleistungsansprüche des Auftraggebers gegen den Verlag auf Rückgängigmachung des Vertrages, Zahlungsminderung oder eine Ersatzanzeige. Für Beilagenaufträge gilt die Regelung sinngemäß.

h) Bei Betriebsstörungen oder Eingriffen durch höhere Gewalt (z. B. Streik, Beschlagnahme u. dgl.) hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn die Aufträge mit 80 % der normalerweise gedruckten Auflage erfüllt sind. Geringere Leistungen sind nach dem Tausenderpreis, bezogen auf diese Auflage, zu bezahlen.

i) Der Verlag behält sich das Recht vor, bei Abnahme von 4 Seiten und mehr in einer Ausgabe, für Sonderaufträge ab 100.000 mm und für Anzeigen in Sonderbeilagen oder Kollektiven Sonderpreise festzusetzen.

j) Die Werbungsmitler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

k) Bei Anzeigen (Beilagen) aus dem Ausland erfolgt die Rechnungsstellung ohne Mehrwertsteuerberechnung unter der Voraussetzung, dass die Steuerbefreiung besteht und anerkannt wird. Der Verlag behält sich Nachberechnung der Mehrwertsteuer in der gesetzlich geschuldeten Höhe für den Fall vor, dass die Finanzverwaltung die Steuerpflicht der Anzeige (Beilage) bejaht.

**Branchen Sales****iq media marketing gmbh**

Kasernenstraße 67  
40213 Düsseldorf

**Finanzen**

Telefon 0211 887-2313  
Fax 0211 887-972313  
E-Mail heike.samusch@iqm.de

**Dienstleistungen, Logistik und Medien**

Telefon 0211 887-2329  
Fax 0211 887-972329  
E-Mail isabelle.pisanu@iqm.de

**Mobilität, Elektronik und Kommunikation**

Telefon 0211 887-2485  
Fax 0211 887-972485  
E-Mail katharina.steffens@iqm.de

**Lifestyle und Tourismus**

Telefon 0211 887-1360  
Fax 0211 887-971360  
E-Mail simone.teichgraeber@iqm.de

**IT, Energie und Industrie**

Telefon 0211 887-3580  
Fax 0211 887-973580  
E-Mail bettina.pokriefke@iqm.de

**Agentur Sales****Nielsen 1, 5, 6, 7**

**iq media marketing gmbh**  
Brandstvierte 1 (Neuer Dovenhof)  
20457 Hamburg  
Telefon 040 30183-211  
Fax 040 30183-283  
E-Mail madeleine.goehring@iqm.de

**Nielsen 2**

**iq media marketing gmbh**  
Kasernenstraße 67  
40213 Düsseldorf  
Telefon 0211 887-2053  
Fax 0211 887-2099  
E-Mail eveline.schulze@iqm.de

**Nielsen 3a**

**iq media marketing gmbh**  
Eschersheimer Landstraße 50  
60322 Frankfurt  
Telefon 069 24 24-4510  
Fax 069 24 24-4555  
E-Mail eva-maria.guckes@iqm.de

**Nielsen 3b, 4**

**iq media marketing gmbh**  
Nymphenburger Straße 14  
80335 München  
Telefon 089 54 59 07-26  
Fax 089 54 59 07-24  
E-Mail katja.foell@iqm.de

**Online****iq digital media marketing gmbh**

Kasernenstraße 67  
40213 Düsseldorf  
Telefon 0211 887-2626  
Fax 0211 887-2656  
E-Mail info@iqdigital.de

**TV****iq media marketing gmbh**

Marlene-Dietrich-Platz 5  
10785 Berlin  
Telefon 030 2090-4888  
Fax 0211 887-978316  
E-Mail kai.ladwig@iqm.de

**International Sales****iq media marketing gmbh**

Gerda Gavric-Hollender  
Kasernenstraße 67  
40213 Düsseldorf  
Telefon 0211 887-2343  
Fax 0211 887-972343  
E-Mail gerda.gavric@iqm.de

**Österreich**

Internationale Medienvertretung & Service  
**proxymedia e.U.**  
Wiesengasse 3  
A-2801 Katzelsdorf  
Telefon +43 (0)2622 367 55  
Fax +43 (0)1 25 33033 39 89  
E-Mail michael.schachinger@proxymedia.at

**Schweiz****Top Media Sales GmbH**

Chamerstrasse 56  
CH-6300 Zug  
Telefon +41 (0)41 71057 01  
Fax +41 (0)41 71057 03  
E-Mail walter.vonsiebenthal@topmediasales.ch









iq media marketing gmbh · Ein Unternehmen der Verlagsgruppe Handelsblatt · Kasernenstraße 67 · 40213 Düsseldorf  
Telefon 0211 887-3355 · Fax 0211 887-3359 · E-Mail [kundenbetreuung@iqm.de](mailto:kundenbetreuung@iqm.de) · Internet [www.iqm.de](http://www.iqm.de)