Mediadaten 2018

Hamburger Tagesjournal

Alles was Sie heute wissen müssen

Preisliste Nr. 1, gültig seit 01.01.2017

hey+hoffmann
verlagsgruppe

Was ist das Hamburger Tagesjournal?

Hamburgs täglicher E-Mail-Newsletter (mo-fr) für über **17.000 Abonnenten** in Hamburg

Hamburger Tagesjournal

*Guten Morgen! Große Parteien verlieren * Kleine Parteien gewinnen. * Großer HSV verliert wieder. * Kleiner Gewinn in der Schanze. *

ϴ HAMBURG

Freude am Leinpfad: Zumindest eine der traditionell sogenannten Volksparteien konnte sich am Wahlabend freuen. Die CDU liegt in Hamburg auf niedrigem Niveau nach Zweitstimmen mit 27,2 Prozent vor der SPD mit 23,5 Prozent. Das ist fast doppelt soviel wie das Ergebnis der Bürgerschaftswahl 2015. In den Wahlkreisen zogen sechs SPD-Kandidaten indes recht deutlich an ihren CDU-Mitbewerbern vorbei. Alleine der Wahlkreis Nord bleibt in CDU-Hand. Newcomer Christoph Ploß wird statt SPD-Frau Dorothee Martin direkt nach Berlin gehen. Gewonnen haben in Hamburg die FDP (10,8 Prozent), die Grünen (13,9) und die Linken (12,2), die allesamt zulegen konnten. In Hamburg erreicht die AfD 7,8 Prozent und liegt damit deutlich unter dem Ergebnis im Bund. facebook.cduhamburg (Freude), bundestagswahl-hh.de (Ergebnisse), welt.de (Zukünftige Abgeordnete)

„**Wir kommen von einem hohen Niveau, da kann man leicht verlieren.**"
SPD-Bundestagsabgeordnete Aydan Özogus hat eine schlanke Erklärung, wieso die SPD in Hamburg mit 8,8 Prozentpunkten stärker als die Bundes-SPD verloren hat. Die CDU büßt auch 4,9 Prozentpunkte ein; allerdings weniger als im Bund.
ndr.de

Hamburger Gefühle: Bürgermeister Olaf Scholz sieht die SPD in der Oppositionsrolle gut aufgehoben, nach dem schlechtesten Ergebnis im Bund. Damit bleibt nur eine Jamaika-Koalition, wobei die neue Bundestagsabgeordnete Katja Sunding sich auch eine Minderheitenregierung

Das Angebot

Zusammenfassung der wesentlichen Nachrichten aus Politik, Wirtschaft, Sport und Kultur

Der USP

Die grafisch reduzierte Darstellung, der hohe Informationsgehalt und die Tonalität werden von den Lesern zur schnellen Information über die relevanten Themen des Tages geschätzt.

Die Zielgruppe

Hamburger Entscheider und Multiplikatoren aus den Bereichen Politik, Medien, Public Relation, Verwaltung, Wirtschaft und Kultur.

2 VERLAGS- UND ALLGEMEINE ANGABEN

VERLAG
hey+hoffmann verlag (GmbH & Co. KG)

ANSCHRIFT DER ANZEIGENABTEILUNG
Gertrudenkirchhof 10, 20095 Hamburg
Telefon: +49(0) 40 3742360-14 Disposition und Druckunterlagen
+49(0) 40 3742360-0 Medienunterlagen/Tarife
Telefax: +49(0) 40 3742360-20
E-Mail: media@hey-hoffmann.de
Internet: www.hey-hoffmann.de

BANKVERBINDUNG
Deutsche Bank AG Hamburg
Kontoinhaber: HEY + HOFFMANN Verlag
IBAN: DE73 2007 0024 0454 0001 00
BIC: DEUTDEDBHAM

UST-ID-NR.
DE220005496

ERSCHEINUNGSWEISE
täglich von montags bis freitags, ausgenommen gesetzliche Feiertage

HERAUSGEBER
Mathias Adler

BEZUGSPREIS
kostenfrei

ZAHLUNGSBEDINGUNGEN
Rechnungen sind am Erscheinungstag der jeweiligen Newsletter-Ausgabe fällig, in der die Anzeige veröffentlicht wird, bei besonderer Vereinbarung spätestens 14 Tage nach dem Erscheinungstag.

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN
Alle Anzeigenaufträge werden ausschließlich gemäß den Allgemeinen Geschäftsbedingungen des Verlags ausgeführt. Diese finden Sie im Internet unter www.hey-hoffmann.de/AGB.

Die in dieser Preisliste aufgeführten Angaben können unterjährig aktualisiert werden; den jeweils letzten, verbindlichen Stand dieser Preisliste können Sie jederzeit über unsere Website www.hey-hoffmann.de oder per E-Mail an media@hey-hoffmann.de anfordern.

TEXTANZEIGEN

Textanzeige mit bis zu 700 Zeichen, externe Verlinkungen möglich

Anzeigen	Erscheinungsbeispiel	Zeichenanzahl	Veranstaltungshinweis	Sonstiges Motiv
1 Anzeige	Einzelabruf	max. 700	150,-	200,-
5 Anzeigen	z.B. 1 Woche, täglich	max. 700	500,-	900,-
10 Anzeigen	z.B. 2 Wochen, täglich	max. 700	900,-	1.700,-.
13 Anzeigen	z.B. 3 Monate, 1x wöchentlich	max. 700	1.100,-	2.100,-
26 Anzeigen	z.B. 6 Monate, 1x wöchentlich	max. 700	2.000,-	3.900,-
52 Anzeigen	z.B. 12 Monate, 1x wöchentlich	max. 700	3.900,-	7.200,-

4 ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

Hamburger Tagesjournal
alles was Sie heute wissen müssen

für Sonderwerbeformen

Für alle Werbeträger der HEY + HOFFMANN Verlag GmbH & Co. KG - folgend Verlag genannt - gelten ausschließlich die nachstehenden „Allgemeinen Geschäftsbedingungen" sowie alle ggf. davon abweichenden besonderen schriftlichen Vereinbarungen, auch wenn der Besteller die Gültigkeit dieser Bedingungen ausdrücklich ausschließt und der Verlag nicht widerspricht.

1. Allgemeines
1.1. „Mediaauftrag" im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Werbemittel eines Werbetreibenden auf einem Werbemedium zum Zweck der Verbreitung.
1.2. Angebote und Preislisten sind freibleibend. Beschreibungen der Dienstleistungen und Waren und technische Angaben in Preislisten, Prospekten und sonstigen Drucksachen sind unverbindlich und nicht als Zusicherung von Eigenschaften zu verstehen. Vertragsabschlüsse werden erst durch die schriftliche Auftragsbestätigung des Verlags als Druckwerk wirksam; diese kann durch die Rechnung ersetzt werden. Telefonisch oder per Email erteilte Aufträge sind vom Verlag erst angenommen, wenn und soweit der Verlag sie unverzüglich ausführt oder schriftlich per Druckwerk bestätigt. Weicht die Auftragsbestätigung des Verlags von der Bestellung inhaltlich ab, so gilt sie dennoch als angenommen, wenn ihr nicht innerhalb von 8 Tagen nach Erhalt schriftlich widersprochen wird. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Zugang von Emails, die vom Verlag kommen, unverzüglich, schriftlich bzw. per Email letzterem zu bestätigen.
1.3. Für Fehler jeder Art aus telefonischen Übermittlungen wird nicht gehaftet.
1.4. Gem. § 33 BDSG weisen wir darauf hin, dass im Rahmen der Geschäftsbeziehungen die erforderlichen Kunden- und Lieferdaten mit Hilfe der elektronischen Datenverarbeitung gespeichert werden.
1.5. Im Falle höherer Gewalt erlischt jede Verpflichtung zur Erfüllung von Aufträgen und zur Leistung von Schadensersatz.
1.6. Es gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechts. Ergänzend gelten für diesen Vertrag die Bestimmungen des deutschen Urheber- und Datenschutzrechts.
1.7. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlags. Bei Klagen ist Gerichtsstand der Sitz des Verlags.

2. Auftragsabschluss und -erfüllung
2.1. 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 Verlags beruht.
2.2. Aufträge, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Zeiträumen oder an bestimmten Plätzen veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Buchungsschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist.
2.3. Werbemittelmotive, die aufgrund ihrer redaktionellen Aufmachung nicht als Werbung erkennbar sind, werden als solche vom Verlag in einer Schriftgröße bis zu 12 Punkt Arial mit dem Wort „ANZEIGE" oder einem vergleichbaren Hinweis deutlich kenntlich gemacht.
2.4. Konkurrenzausschluss wird nicht gewährt.
2.5. Der Verlag behält sich vor, Mediaaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlags abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder bei Vertretern aufgegeben werden. Mediaaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Werbemittelmusters und dessen Billigung bindend. Werbemittelmotive, die durch Format oder Aufmachung beim Werbeträger-Nutzer den Eindruck eines Bestandteiles des Werbeträgers erwecken oder Fremdwerbung beinhalten, werden aus diesen Gründen nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
2.6. Der Verlag leistet keine Gewähr für Werbemittel in bestimmten Gebieten und bei Verlust einzelner Werbemittel auf dem Vertriebsweg.

3. Werbemittelvorlagen und -qualität
3.1. Für die rechtzeitige Lieferung einwandfreier Druckunterlagen oder der Werbemittel selbst ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an.

4. Preise
4.1. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Werbemittel übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Dies gilt auch für Daueraufträge, die in Teilbeträgen pro Erscheinungszeitraum vom Auftraggeber zu begleichen sind.
4.2. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Werbemittelveröffentlichungen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Mediaauftrags das Erscheinen weiterer Werbemittel ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
4.3. Bei aufwendigen typographischen Arbeiten und bei über den üblichen Rahmen hinausgehenden Anfertigungen von Reinzeichnungen und anderen Druckunterlagen behält sich der Verlag vor, diese Arbeiten gesondert in Rechnung zu stellen.

5. Verantwortlichkeit des Auftraggebers
5.1. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Werbemittelveröffentlichung zur Verfügung gestellten Werbemittel. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Mediaaufträge und ihre Werbemittel daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden.
5.2. Der Auftraggeber hält den Verlag von allen Ansprüchen aus Verstößen der Werbemittel gegen gesetzliche Vorschriften, insbesondere das Wettbewerbs- und das Urheberrecht, frei.
5.3. Mit dem Erteilen des Mediaauftrags verpflichtet sich der Werbetreibende, die Kosten der Veröffentlichung einer Gegendarstellung zu tragen, und zwar nach Maßgabe des jeweils gültigen Mediatarifs.

6. Schlussbestimmungen
Sollten einzelne Bestimmungen dieses Vertrages ganz oder teilweise unwirksam sein, bleibt hiervon die Wirksamkeit des gesamten Rechtsgeschäfts unberührt.

Hamburg, den 01.09.2006