

AUFLAGE ÜBER
100.000

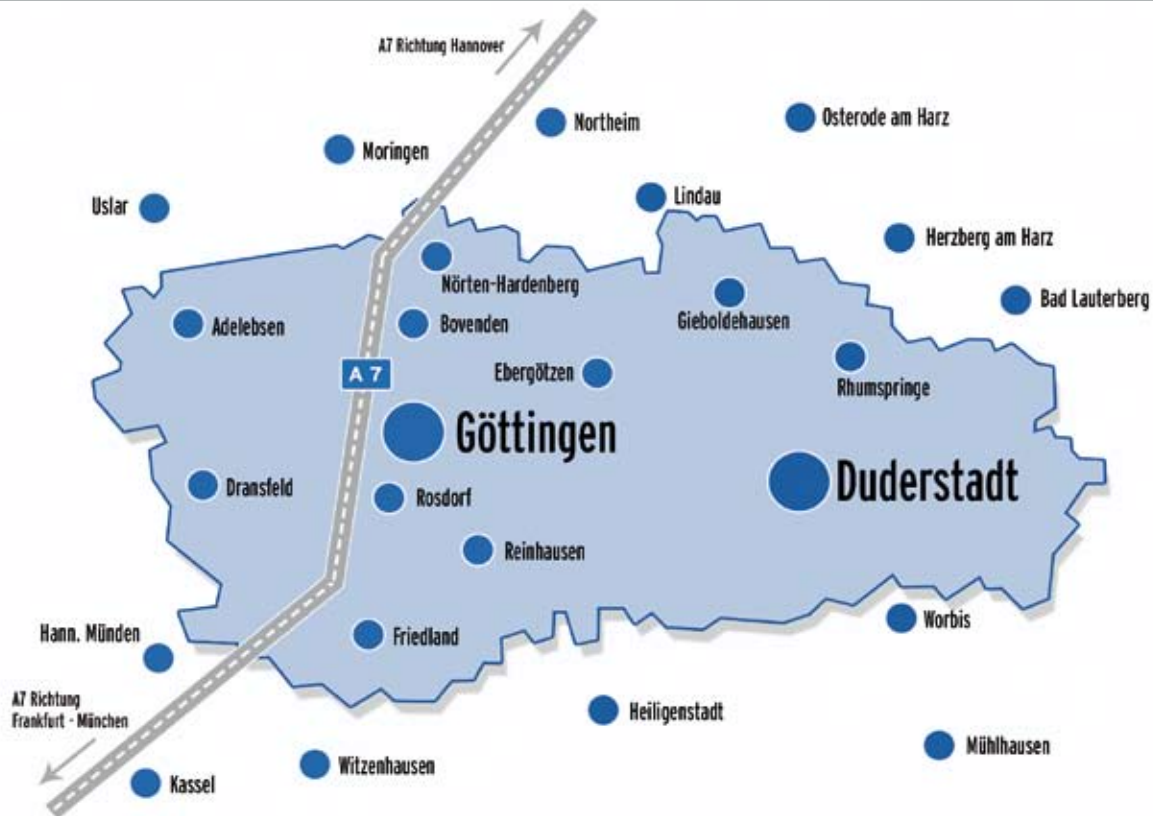
PREISLISTE NUMMER 35 | GÜLTIG AB 1. JANUAR 2011 | 37070 GÖTTINGEN | NIELSEN 1

BLICK



ALLGEMEINER ANZEIGER FÜR SÜDNIEDERSACHSEN

VERBREITUNGSGEBIET



ALLGEMEINE VERLAGSANGABEN

Verlag	Göttinger Tageblatt GmbH & Co. KG 37070 Göttingen	
Hausanschrift:	Göttinger Tageblatt GmbH & Co. KG Dransfelder Straße 1, 37079 Göttingen	
Geschäftsbedingungen:	Aufträge werden zu den Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Prospektbeilagen in den Zeitungen und Zeitschriften und zu den zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages ausgeführt.	
Erscheinungsweise:	wöchentlich, mittwochs	
Anzeigenschluss:	Farbanzeigen und Festplatzierung: Alle weiteren Anzeigen:	montags 14 Uhr dienstags 14 Uhr
Bankverbindung:	Dresdner Bank AG, Hannover, Kto.-Nr. 112 291 500 (BLZ 250 800 20)	
Zahlungsbedingungen:	14 Tage nach Rechnungserhalt ohne jeden Abzug oder 2% Skonto bei Bankeinzug; nicht für Gelegenheitskunden Der Verlag ist berechtigt, die Ausführung der Anzeigenaufträge vom vorherigen Zahlungsausgleich (Vorkasse) abhängig zu machen.	
Anlieferungstermin Beilagen:	spätestens 3 Werktage und frühestens 10 Werktage vor Beilegung	
Rabatte:	Etwa bewilligte Rabatte kommen bei Zahlungsverzug (§ 284 BGB) oder im Falle des gerichtlichen Vergleichsverfahrens und Konkurses dann in Wegfall, wenn die weitere Erfüllung des Vertrages abgelehnt wird.	
Verzugszinsen:	werden gemäß § 288 BGB berechnet	
Provision:	Anerkannte Werbemittler erhalten 15% Vermittlungsgebühr vom Nettobetrag des Grundpreises.	
Chiffregebühr:	Bei Abholung bei Zusendung	3,50 € zzgl. MwSt. 6,00 € zzgl. MwSt.

Kontaktdaten

Zentrale	Telefon	05 51 / 9 01 - 1
Anzeigenleitung	Telefon	05 51 / 9 01 - 2 01 05 51 / 9 01 - 2 02
	Telefax	05 51 / 9 01 - 2 78
	E-Mail	anzeigen@goettinger-tageblatt.de
Redaktion / Objektleitung	Telefon	05 51 / 9 01 - 2 24 05 51 / 9 01 - 2 27
	Telefax	05 51 / 9 01 - 2 16
	E-Mail	info@blick-goettingen.de
Verkauf/Kundenbetreuung für Agenturen, Großkunden, überregionale Kunden		
	Telefon	05 51 / 9 01 - 2 18 05 51 / 9 01 - 2 21
	Telefax	05 51 / 9 01 - 2 52
	E-Mail	verkauf@goettinger-tageblatt.de
Verkauf lokal: Göttingen		
	Telefon	05 51 / 9 01 - 2 01 05 51 / 9 01 - 2 02
	Telefax	05 51 / 9 01 - 2 34
	E-Mail	anzeigen@goettinger-tageblatt.de
Verkauf lokal: Eichsfeld		
	Telefon	0 55 27 / 30 58
	Telefax	0 55 27 / 46 08
	E-Mail	anzeigen@eichsfelder-tageblatt.de
Beilagen-/ Prospektmanagement		
	Telefon	05 51 / 9 01 - 2 17 05 51 / 9 01 - 2 44
	Telefax	05 51 / 9 01 - 2 52
	E-Mail	pm@goettinger-tageblatt.de

* Ansprechpartner für digitale Druckunterlagen: siehe Technische Angaben
Ansprechpartner für Beilagen-Disposition: siehe Prospektbeilagen

Ordner:	Schicken Sie uns alle Daten für einen Auftrag bitte in einem Ordner gesammelt. Bei ISDN-Übertragung ist das zwingend erforderlich. Der Ordner muss einen aussagekräftigen Namen tragen. Bitte keine Ordnernamen wie „AN_HAZ“ verwenden. Geben Sie dem Ordner einen Namen, aus dem der Erscheinungstag und der Auftraggeber/Kunde erkennbar sind und zwar in der Form JJJJ_MM_TT_Name. (Beispiel: „2002_07_17_Auto_Meyer“) Der Name darf bis zu 25 Zeichen lang sein (keine Sonderzeichen verwenden wie z.B. ä, ö, ü, ß, !, \$, %, &, (,), -, >, <, /,], }; Leerzeichen).
Info-Datei:	Schicken Sie uns im Ordner eine Info-Datei, z.B. mit Simple Text (Mac) oder Edit (Windows) erstellt, mit folgenden Informationen: Werbender, Absender der Daten, Erscheinungstermin und Telefonnummer für Rückfragen.
Komprimierung:	Um Übertragungszeit und damit Kosten zu sparen, sollten Sie die Daten vor dem Versenden komprimieren. Verwenden Sie dazu bitte das Programm Stuffit oder ein selbst entpackendes Komprimierungsprogramm.
Dateiformat EPS / PDF	Wir nehmen Ihre Daten im EPS- und im PDF-Format an. EPS-Dateien müssen den Adobe-Konventionen entsprechen und korrekte DSC-Kommentare (Document Struktur Kommentare) enthalten. Folgende Kommentare sind notwendig und werden automatisch von uns ausgewertet: Größe der Anzeige (BoundingBox) Farben (DocumentProcessColors oder DocumentCustomColors) Schriften (DocumentSuppliedFonts/DocumentNeededFonts) Programme wie QuarkXPress, Photoshop, Illustrator und Freehand liefern EPS-Daten mit gültigen Kommentaren. PDF-Daten nehmen wir im PDF 1.3 Format an.
Schriften:	sollten eingebunden sein; alternativ müssen verwendete Schriften mitgeliefert werden (PostScript-Schriften; keine TrueType-Schriften), oder Schriften müssen vor der Erzeugung des EPS in Zeichenwege (Pfade) umgewandelt werden. Bei EPS-Dateien aus Corel Draw sollten Schriften grundsätzlich in Zeichenwege umgewandelt werden.
Bilddaten:	müssen eingebunden sein. Strichzeichnungen (1 Bit Farbtiefe): Auflösung mindestens 150 dpi, bestes Ergebnis bei 1270 dpi (Belichterauflösung) Graustufen-/Farbbilder: Auflösung 150 dpi Beschneidungspfade in Photoshop-Bildern sollten mit einer Toleranz von 4–6 Pixeln angelegt werden, kleinere Werte als 1 Pixel führen in der Regel zu sehr komplexen und nicht verarbeitbaren Pfaden.
4c-Farben:	Vierfarbanzeigen dürfen keine Schmuckfarben (Volltonfarben) enthalten, sondern nur die Prozessfarben Cyan, Magenta, Yellow und Black. Die Summe der Farbdeckung darf maximal 200% betragen.
Schmuckfarben:	Schmuckfarbanzeigen dürfen bis zu 3 Volltonfarben enthalten; die Prozessfarben Cyan, Magenta und Yellow dürfen nicht enthalten sein. Beachten Sie dazu: Volltonfarben können aus den Prozessfarben Cyan, Magenta, Yellow und Black angemischt werden, vor dem Erzeugen der EPS-Datei muss aber der Schalter für die Separation in

Vierfarbauszüge ausgeschaltet werden, um die Volltonfarbe unsepariert in das EPS zu übernehmen. Farbnamen sollten idealerweise der beigefügten Tabelle entsprechen, ansonsten sollten Farbnamen des HKS Z-Fächers benutzt werden.

Corel Draw enthält erst ab Version 9 HKS-Farbtabelle. Wenn Sie ältere Versionen benutzen, verwenden Sie bitte Pantone Matching-Farbtabelle. Diese Farben werden bei uns automatisch in die bestellte HKS-Farbe gewandelt.

Verwenden Sie bitte keine Farbnamen, die dem redaktionellen Text Ihrer Anzeige entnommen sind, z.B. „Auto Meyer“. Farbnamen werden bei uns automatisiert verändert; bei Namensgleichheit von Farbbezeichnungen und Textpassagen können Anzeigentexte verfälscht werden.

Duplex / DCS: Wenn Sie DCS- oder Duplex-Bilder benutzen, benötigen wir EPS-Daten in zwei Versionen, weil die Farbe eventuell im 4c-Prozess aufgebaut wird. Die Entscheidung fällt am Produktionstag. Daten ohne DCS- oder Duplex-Bilder lassen sich automatisiert in 4c-Farben wandeln:

1. eine Schmuckfarbversion, bei der alle Farben einschließlich der DCS- oder Duplex-Elemente als Schmuckfarben angelegt sind.

2. eine 4c-Version, bei der alle Farben einschließlich der DCS- oder Duplex-Elemente als Prozessfarben angelegt sind.

Duplex-Bilder sollten mit Photoshop ab Version 5.02 angelegt sein, ältere Versionen erzeugen Duplex, das zu Problemen führen kann.

Wir können DCS2.0 aus Photoshop im Single File Format (Einzeldatei DCS) verarbeiten, wenn wir die Daten direkt als Photoshop DCS EPS oder als DCS EPS aus QuarkXPress 4 erhalten.

Preview: EPS-Daten müssen eine niedrig aufgelöste Vorschau (72 dpi) für die Macintosh-Bildschirmdarstellung enthalten.

PDF PDF-Daten müssen mit Adobe Acrobat ab Version 4.05 erzeugt werden. Mit anderen Programmen erzeugte PDF-Daten eignen sich oft nicht für den digitalen Zeitungsdruck.

Generische Daten können wir nur in Ausnahmefällen und nur nach Absprache verarbeiten. Daten aus Office-Anwendungen wie MS-Word, MS-Excel, MS-Powerpoint und aus MS-Publisher können wir nicht verarbeiten.

Informationen: Fragen zum Versand digitaler Druckunterlagen beantwortet Ihnen unser Satzservice unter der Rufnummer: 05 51 / 9 01-2 80.

Andere Druckunterlagen

Standardmäßig nehmen wir Druckunterlagen digital an, nur in Ausnahmefällen nehmen wir darüber hinaus Filmvorlagen an. Druckunterlagen werden grundsätzlich in scanfähiger Qualität in Originalgröße benötigt.

für SW-Anzeigen für Farbanzeigen vorzugsweise Positiv-Papier, sonst seitenverkehrt als Negativ-Film. vorzugsweise pro Farbe ein Negativ-Film seitenverkehrt mit diagonal versetzten Passkreuzen und nicht entfernbarer Farbbezeichnung.

Panoramaanzeigen Anschrift Hier können wir nur digitale Druckunterlagen verarbeiten.
Göttinger Tageblatt, Anzeigenabteilung
Postanschrift: Postfach, 37070 Göttingen
Hausanschrift: Dransfelder Straße 1, 37079 Göttingen

SCHWARZ-WEISS-ANZEIGEN

(Alle Preise in €, zuzüglich Mehrwertsteuer)

Preis	Anzeigenteil		Textteil	
	Grundpreis	Direktpreis	Grundpreis	Direktpreis
je Millimeter	2,04	1,73	5,59	4,75
1/1 Seite	5 263,20	4 463,40		

Titelkopfanzeigen (rabattfähig)

65/3 Grundpreis: 735,50 Direktpreis: 625,00

20/6 Grundpreis: 456,50 Direktpreis: 388,00

Nachlässe

Malstaffel	Mengenstaffel für Millimeterabschlüsse v. mind.		Erweiterte Mengenstaffel für Millimeterabschlüsse v. mind.	
			30 000 mm	21 v. H.
bei 6mal	5 v. H.	3 000 mm	50 000 mm	22 v. H.
bei 12mal	10 v. H.	5 000 mm	70 000 mm	23 v. H.
bei 24mal	15 v. H.	7 000 mm	90 000 mm	24 v. H.
bei 52mal (und mehr)	20 v. H.	10 000 mm	110 000 mm	25 v. H.

FARB-ANZEIGEN

(Alle Preise in €, zuzüglich Mehrwertsteuer)

Preis	Anzeigenteil		Textteil/Titelkopfanzeigen	
	Grundpreis	Direktpreis	Grundpreis	Direktpreis
1 Zusatzfarbe			Zuschlag auf s/w-Preis	
je Millimeter	2,37	2,01	60,00	51,00
Preis für 1/1 Seite	6 114,60	5 185,80		
2 Zusatzfarben			Zuschlag auf s/w-Preis	
je Millimeter	2,46	2,09	121,00	103,00
Preis für 1/1 Seite	6 346,80	5 392,20		
3 Zusatzfarben			Zuschlag auf s/w-Preis	
je Millimeter	2,56	2,17	181,00	154,00
Preis für 1/1 Seite	6 604,80	5 598,60		
Mindestgröße				
1 Zusatzfarbe	200 mm			
2 und mehr Zusatzfarben	300 mm			

Satzspiegel

Breite: 277,5 mm Höhe: 430,0 mm

Seitenvolumen: 2580,0 mm

Anzeigenspalten

Breite: 45 mm

Anzahl: 6

Textspalten

Breite: 45 mm

Anzahl: 6

Kombinationspreise

BLICK mit GTmk – Regional Göttingen

(Göttinger Tageblatt und Eichsfelder Tageblatt)

BLICK mit GTmk – Göttinger Tageblatt

BLICK mit GTmk – Eichsfelder Tageblatt

SCHWARZ-WEISS-ANZEIGEN (Alle Preise in €, zuzüglich Mehrwertsteuer)

Preis	Ausgabe TZ*	Anzeigenteil		Textteil	
		Grundpreis	Direktpreis	Grundpreis	Direktpreis
je Millimeter	Mo-Fr	4,78	4,06	14,73	12,52
	Sa	4,91	4,17	15,25	12,96
1/1 Seite	Mo-Fr	12 332,40	10 474,80		
	Sa	12 667,80	10 758,60		

SCHWARZ-WEISS-ANZEIGEN (Alle Preise in €, zuzüglich Mehrwertsteuer)

Preis	Ausgabe TZ*	Anzeigenteil		Textteil	
		Grundpreis	Direktpreis	Grundpreis	Direktpreis
je Millimeter	Mo-Fr	4,06	3,45	12,43	10,56
	Sa	4,20	3,57	12,85	10,92
1/1 Seite	Mo-Fr	10 474,80	8 901,00		
	Sa	10 836,00	9 210,60		

SCHWARZ-WEISS-ANZEIGEN (Alle Preise in €, zuzüglich Mehrwertsteuer)

Preis	Ausgabe TZ*	Anzeigenteil		Textteil	
		Grundpreis	Direktpreis	Grundpreis	Direktpreis
je Millimeter	Mo-Fr	2,80	2,38	8,21	6,98
	Sa	2,85	2,42	8,35	7,10
1/1 Seite	Mo-Fr	7 224,00	6 140,40		
	Sa	7 353,00	6 243,60		

1 ZUSATZFARBE (2C) (Alle Preise in €, zuzüglich Mehrwertsteuer)

Preis	Ausgabe TZ*	Anzeigenteil		Textteil + Titelpfanzzeigen	
		Grundpreis	Direktpreis	Grundpreis	Direktpreis
je Millimeter	Mo-Fr	5,52	4,69	125,00	105,00
	Sa	5,67	4,82	125,00	105,00
1/1 Seite	Mo-Fr	14 241,60	12 100,20		
	Sa	14 628,60	12 435,60		

1 ZUSATZFARBE (2C) (Alle Preise in €, zuzüglich Mehrwertsteuer)

Preis	Ausgabe TZ*	Anzeigenteil		Textteil + Titelpfanzzeigen	
		Grundpreis	Direktpreis	Grundpreis	Direktpreis
je Millimeter	Mo-Fr	4,64	3,94	125,00	105,00
	Sa	4,79	4,07	125,00	105,00
1/1 Seite	Mo-Fr	11 971,20	10 165,20		
	Sa	12 358,20	10 500,60		

1 ZUSATZFARBE (2C) (Alle Preise in €, zuzüglich Mehrwertsteuer)

Preis	Ausgabe TZ*	Anzeigenteil		Textteil + Titelpfanzzeigen	
		Grundpreis	Direktpreis	Grundpreis	Direktpreis
je Millimeter	Mo-Fr	3,27	2,78	125,00	105,00
	Sa	3,33	2,83	125,00	105,00
1/1 Seite	Mo-Fr	8 436,60	7 172,40		
	Sa	8 591,40	7 301,40		

2 ZUSATZFARBEN (3C) (Alle Preise in €, zuzüglich Mehrwertsteuer)

Preis	Ausgabe TZ*	Anzeigenteil		Textteil + Titelpfanzzeigen	
		Grundpreis	Direktpreis	Grundpreis	Direktpreis
je Millimeter	Mo-Fr	6,07	5,16	125,00	105,00
	Sa	6,26	5,32	125,00	105,00
1/1 Seite	Mo-Fr	15 660,60	13 312,80		
	Sa	16 150,80	13 725,60		

2 ZUSATZFARBEN (3C) (Alle Preise in €, zuzüglich Mehrwertsteuer)

Preis	Ausgabe TZ*	Anzeigenteil		Textteil + Titelpfanzzeigen	
		Grundpreis	Direktpreis	Grundpreis	Direktpreis
je Millimeter	Mo-Fr	5,13	4,36	125,00	105,00
	Sa	5,33	4,53	125,00	105,00
1/1 Seite	Mo-Fr	13 235,40	11 248,80		
	Sa	13 751,40	11 687,40		

2 ZUSATZFARBEN (3C) (Alle Preise in €, zuzüglich Mehrwertsteuer)

Preis	Ausgabe TZ*	Anzeigenteil		Textteil + Titelpfanzzeigen	
		Grundpreis	Direktpreis	Grundpreis	Direktpreis
je Millimeter	Mo-Fr	3,47	2,95	125,00	105,00
	Sa	3,52	2,99	125,00	105,00
1/1 Seite	Mo-Fr	8 952,60	7 611,00		
	Sa	9 081,60	7 714,20		

3 ZUSATZFARBEN (4C) (Alle Preise in €, zuzüglich Mehrwertsteuer)

Preis	Ausgabe TZ*	Anzeigenteil		Textteil + Titelpfanzzeigen	
		Grundpreis	Direktpreis	Grundpreis	Direktpreis
je Millimeter	Mo-Fr	6,29	5,35	125,00	105,00
	Sa	6,49	5,52	125,00	105,00
1/1 Seite	Mo-Fr	16 228,20	13 803,00		
	Sa	16 744,20	14 241,60		

3 ZUSATZFARBEN (4C) (Alle Preise in €, zuzüglich Mehrwertsteuer)

Preis	Ausgabe TZ*	Anzeigenteil		Textteil + Titelpfanzzeigen	
		Grundpreis	Direktpreis	Grundpreis	Direktpreis
je Millimeter	Mo-Fr	5,32	4,52	125,00	105,00
	Sa	5,49	4,67	125,00	105,00
1/1 Seite	Mo-Fr	13 725,60	11 661,60		
	Sa	14 164,20	12 048,60		

3 ZUSATZFARBEN (4C) (Alle Preise in €, zuzüglich Mehrwertsteuer)

Preis	Ausgabe TZ*	Anzeigenteil		Textteil + Titelpfanzzeigen	
		Grundpreis	Direktpreis	Grundpreis	Direktpreis
je Millimeter	Mo-Fr	3,60	3,06	125,00	105,00
	Sa	3,65	3,10	125,00	105,00
1/1 Seite	Mo-Fr	9 288,00	7 894,80		
	Sa	9 417,00	7 998,00		

* Erscheinungstermin des Göttinger Tageblatt und/oder Eichsfelder Tageblatt. Der Blick erscheint wöchentlich mittwochs.

Der Kombinationspreis kommt nur zum Tragen, wenn die Anzeige innerhalb einer Woche in den Objekten veröffentlicht wird und auf einem einheitlichen Auftrag mit identischem Anzeigeninhalt und identischer Anzeigengestaltung beruht.

Über weitere interessante und reichweitenstarke Kombinationen informieren wir Sie gern!

PROSPEKTBEILAGEN

Preise % Exemplare		bis 20 Gramm	bis 30 Gramm	bis 40 Gramm	bis 50 Gramm	bis 60 Gramm	bis 70 Gramm	bis 80 Gramm	über 80 Gramm
Grundpreis	€	78,00	86,00	95,00	101,00	111,00	118,00	125,00	auf Anfrage
Direktpreis	€	65,00	73,00	81,00	86,00	94,00	100,00	106,00	

Nachlässe: keine weiteren Nachlässe

Provision: Anerkannte Werbungsmitter erhalten 15% Vermittlungsgebühr vom Nettobetrag des Grundpreises.

Letzter Anlieferungstermin: spesenfrei spätestens drei Tage und frühestens 10 Tage vor Erscheinen an Göttinger Tageblatt GmbH & Co. KG, Druckhaus Göttingen – Groß Ellershausen, an der BAB 7, Dransfelder Straße 1, 37079 Göttingen.

Beilagenauflage auf Anfrage

Alle Auflagen unterliegen saisonalen Schwankungen und sind deshalb nur als Richtwerte anzusehen.

Auflagen für bestimmte Beilagentermine auf Anfrage.

Teilbelegungen

Nach Gemeinden und Ortsteilen in jeder gewünschten Kombination möglich. Mindestmenge 5.000 Exemplare, selektierbar auf Anfrage.

Direktverteilung

In der Region Göttingen/Duderstadt können wir Ihre Prospekte oder Warenproben in kleinteiligen Selektionen direkt an die Haushalte verteilen.

Gern erstellen wir Ihnen Ihr individuelles Angebot für Beilagen und Direktverteilung.

Bitte sprechen Sie uns an:

Beilagen- und	Telefon	05 51 / 9 01-2 17 oder - 2 44
Prospektmanagement:	Telefax	05 51 / 9 01-2 52
	E-Mail	pm@goettinger-tageblatt.de

PROSPEKTBEILAGEN**Technische Angaben**

- 1. Mindestformat:** DIN A6 (105 × 148 mm)
Höchstformat: Halbes Berliner Format (235 × 315 mm)
Einzelne DIN-A4-Blätter können nicht beigelegt werden und müssen gefalzt angeliefert werden.
- 2. Höchstgewicht:** Auf Anfrage.
Für Prospekte mit höherem Gewicht und Sonderformate benötigt der Verlag ein Muster.
- 3. Erscheinungstermine:** Montag bis Samstag nach Vereinbarung
- 4. Anlieferung:** spätestens 3 Werktage und frühestens 10 Werktage vor Beilegung
Mo–Do von 7.00 bis 14.00 Uhr
Fr von 7.00 bis 12.00 Uhr
- 5.** Beilagen müssen so beschaffen sein, dass sie maschinell verarbeitet werden können. Einlegen von Prospekten mit Leporello- und Altar-, Zickzack- oder Fensterfalz ist nicht möglich. Mehrseitige Beilagen mit Formaten größer als DIN A5 müssen den Falz an der langen Seite haben. Mehrseitige Prospekte mit Formaten kleiner als DIN A5 müssen an der geschlossenen Seite mindestens 150 mm lang sein. Bei Beilegung von Beilagen mit angeklebten Postkarten o. ä. ist dieses Produkt grundsätzlich innen anzukleben. Sie müssen dabei bündig in Falz zum Kopf oder Fuß der Beilage mit Strichleimung angeklebt werden. Drahrückenheftung sollte vermieden werden.
- 6.** Die maschinelle Verarbeitung von Beilagen wie Sonderformate, Warenmuster oder -proben ist, ohne vorherige technische Prüfung durch uns, nicht möglich (evtl. Blindmuster).

- 7.** Alle Beilagen müssen rechtwinklig und formatgleich geschnitten sein und dürfen am Schnitt keine Verblockung durch stumpfe Messer oder Verkleben aufweisen.
- 8.** Die Prospekte müssen einwandfrei auf Paletten oder in Behältern angeliefert werden. Ein Verschnüren oder Verpacken einzelner Lagen ist nicht erwünscht. Die Lagen sollten eine Höhe von 80–100 mm aufweisen. Beilagen mit umgeknickten Ecken (Eselsohren), Kanten, Quetschfalten oder mit verlagertem (runden) Rücken sind nicht zu verarbeiten.
- 9.** Postvertriebsstücke können nicht beigelegt werden.

Sonstige Angaben

- 1.** Letzter Rücktrittstermin 14 Tage vor Erscheinen
- 2.** In der belegten Ausgabe erfolgt ein kostenloser Beilagenhinweis
- 3.** Für beschädigt gelieferte Prospekte kann keine Gewähr für eine ordnungsgemäße Beilegung übernommen werden.
- 4.** Beilagen dürfen nur die Eigenwerbung einer Firma enthalten. Prospekte, die außer der Werbung der auftraggebenden Firma noch Fremdanzeigen enthalten, oder Beilagen, die den Charakter eines Teiles der Zeitung erwecken (im Format und Druck zeitungssähnlich sind), werden nicht beigelegt. Der Verlag behält sich vor, die Mitnahme nach deren Eintreffen abzulehnen, auch wenn die Beilegung vorher zugesagt war. Dem Auftraggeber steht in diesen Fällen kein Anspruch auf Schadensersatz zu.
- 5.** Bei Lohnsteigerungen bleibt Preisänderung vorbehalten.
- 6.** Kein Ausschluss von Konkurrenz-Beilagen.
- 7.** Im Abzugsverfahren hergestellte Prospekte werden nicht beigelegt.

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.
2. Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. 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. 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.
4. 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.
5. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
6. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
7. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die auf Grund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
8. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages 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 Vertretern aufgegeben werden. – Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Modells der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung bei dem Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. – Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
9. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. – Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.
10. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. – Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen. Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Darüber hinaus ist im kaufmännischen Geschäftsverkehr die Haftung des Verlages für grobe Fahrlässigkeit des

Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden beschränkt. – Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von 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 Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zu Grunde gelegt.
13. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber vierzehn Tage nach Veröffentlichung der Anzeige, übersandt. – Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preistabelle ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.
14. 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 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 offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
15. Belegversand siehe „Zusätzliche Geschäftsbedingungen“, Ziffer d.
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 oder – wenn eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigter Mangel, 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 dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.
18. Bei Chiffreanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Chiffreanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. – Die Eingänge auf Chiffreanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Dem Verlag kann einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A4 (Gewicht 50 g) überschreiten, sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen 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. Der Verlag kann darüber hinaus mit dem Auftraggeber die Möglichkeit der Selbstabholung oder der gebührenpflichtigen Zusendung vereinbaren.
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 der gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nichtkaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlag, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

- a) Mit der Erteilung eines Anzeigenauftrages erkennt der Auftraggeber die Allgemeinen und die Zusätzlichen Geschäftsbedingungen sowie die Preisliste des Verlages an. Bei privaten Anzeigenaufträgen gilt dies, wenn der Auftraggeber nach Hinweis auf die Anwendung der Geschäftsbedingungen den Auftrag ohne Widerspruch erteilt. Die Zusätzlichen Geschäftsbedingungen gehen den Allgemeinen Geschäftsbedingungen vor.
- b) Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen. Der Verlag wendet bei Entgegennahme und Prüfung der Anzeigentexte die geschäftsübliche Sorgfalt an, haftet jedoch nicht, wenn er von den Auftraggebern irregeführt oder getäuscht wird. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Ist der Kunde wegen der Wettbewerbswidrigkeit einer Anzeige abgemahnt oder hat er Dritten gegenüber ein Vertragsstrafversprechen abgegeben oder ist ihm die Verbreitung dieser Anzeige gerichtlich untersagt worden, so ist hiervon die Anzeigenleitung schriftlich zu benachrichtigen. Sein Wunsch, die entsprechende Anzeige nicht zu veröffentlichen, kann vom Verlag nur berücksichtigt werden, wenn sein Schreiben einen Tag vor Anzeigenschluss für die betreffende Anzeige bei der Anzeigenleitung eingeht. Dem Auftraggeber obliegt es, den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen, die diesen aus der Ausführung des Auftrages, auch wenn er siziert sein sollte, gegen den Verlag erwachsen. Erscheinen sizierte Anzeigen, so stehen auch dem Auftraggeber daraus keinerlei Ansprüche gegen den Verlag zu. 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.
- c) Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unrichtigem oder unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Nicht sofort erkennbare Mängel der Druckunterlagen begründen für den Auftraggeber keinen Anspruch auf Zahlungsminderung oder Ersatz. Wenn bei Wiederholungsanzeigen der gleiche Fehler unterläuft, ohne dass dieser nach dem ersten Auftreten durch den Auftraggeber sofort reklamiert wurde, erkennt der Verlag einen Ausgleichsanspruch nur für eine Anzeige an. Erscheint eine vereinbarte Ersatzanzeige nicht in angemessener Frist oder erneut nicht einwandfrei, kann der Auftraggeber von dem Vertrag zurücktreten. Bei fernmündlich aufgegebenen Anzeigen, Termin- und Ausgabeänderungen, Textkorrekturen und Abbestellungen übernimmt der Verlag für Übermittlungsfehler und fehlerhafte Aufzeichnungen keine Haftung. Erfolgt die Übertragung der Druckunterlagen auf digitalem Wege, übernimmt der Verlag keine Haftung für Veränderungen der digitalen Daten durch Übertragungsfehler. Gleiches gilt in den Fällen, in denen die vom Kunden übermittelten Daten systembedingt (nicht kompatibel) beim Verlag nicht verarbeitet werden können. Die Zusicherung bestimmter Eigenschaften ist nur wirksam, wenn sie schriftlich durch die Anzeigenleitung erfolgt.
- d) Anzeigenbelege bzw. -ausschnitte werden nach einheitlichen Richtlinien des Verlages geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so wird auf Wunsch stattdessen eine rechtsverbindliche Aufnahmebescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige ausgestellt.
- e) Neue Anzeigenpreise treten mit dem aus der Preisliste ersichtlichen Zeitpunkt in Kraft. Dies gilt auch für laufende Rahmenverträge (Abschlüsse) und Anzeigenaufträge. Für Einzelaufträge, die vor Bekanntgabe der neuen Preisliste erteilt wurden, gilt der alte Preis, sofern die Anzeige oder Beilage innerhalb von vier Monaten erscheinen sollte.

- f) Der Verlag behält sich vor, für Anzeigen in Sonderveröffentlichungen und Verlagsbeilagen je nach Art und Erscheinungsweise sowie bei Abnahme von 200 000 mm und mehr Sonderkonditionen zu vereinbaren.
- g) Bei der Belegung von Bezirks- bzw. Teilausgaben oder sonstigen Verlagsdruckschriften mit eigenen Preisen ist ein gesonderter Abschluss für die betreffende Ausgabe oder Kombination zu tätigen.
- h) Die gewerbliche Verwertung und die Weitergabe von Zuschriften auf Anzeigen durch Dritte ist nicht gestattet.
- i) Die Werbungsmitter 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. Für die Zahlung der Mittlungsvergütung ist Voraussetzung, dass die Werbungsmitter auch die gesamte Auftragsabwicklung selbst übernehmen, d. h. die Aufträge dem Verlag unmittelbar erteilen und Druckunterlagen direkt anliefern.
- k) Bei Auftragserteilung über Werbungsmitter erfolgt die Annahme und Berechnung von Anzeigen- und Beilagenaufträgen zu den jeweiligen Grundpreisen.
- l) Die Pflicht zur Aufbewahrung von Druckunterlagen endet drei Monate nach Erscheinen der jeweiligen Anzeige, sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen worden ist.
- m) Für Anzeigengesamtheitungen und Anzeigenkombinationen ist Auftragnehmer und Inkassoberechtigter die Verlagsgesellschaft Madsack GmbH & Co. KG.
- n) Bei vorliegenden Forderungen werden die Namen des Kunden sowie die Tatsache, dass titulierte Forderungen nicht ausgeglichen sind, an Gläubigerschutz dienende Institutionen weitergeleitet.
- o) Bei Insolvenzen und Zwangsvergleichen entfällt jeder Nachlass.
- p) Für einmalige, private Gelegenheitsanzeigen im Fließsatz (Kleinanzeigen) ist der Verlag berechtigt Sonderpreise festzulegen. Der Verlag ist berechtigt, im Zweifelsfall nach Rücksprache mit dem Kunden den regulären Anzeigenpreis zu berechnen. Das geschieht insbesondere dann, wenn der Kunde unabhängig oder gewerblich oder privat, regelmäßig mit gleichen Produkten (z. B. Wohnungen) wirbt.
- q) Farbabweichungen bei Farbanzeigen sind drucktechnisch bedingt möglich und geben keinen Grund zur Beanstandung. Farbreklamationen können generell nur anerkannt werden, wenn uns zum Anzeigenschluss ein farbverbindliches Muster durch den Kunden zur Verfügung gestellt wurde.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen für die digitale Übermittlung von Druckunterlagen für Anzeigen

- a) Die Empfehlungen des Verlages zur Übermittlung von digitalen Druckunterlagen (siehe Hinweise zur Übermittlung digitaler Druckunterlagen, Seite 5) sind vom Kunden zu beachten. Weicht der Kunde hiervon ab und führt dies zu einer Verschlechterung der Druckqualität, kann der Kunde hieraus keine rechtlichen Ansprüche ableiten.
- b) Im Falle der Übermittlung von digitalen Druckunterlagen hat der Kunde dafür einzustehen, dass die übermittelten Druckunterlagen/Daten nicht mit Viren behaftet sind. Mit Computerviren behaftete Dateien werden vom Verlag vollständig gelöscht. Hieraus kann der Kunde keinerlei rechtliche Ansprüche herleiten. Für die Übermittlung von Druckunterlagen im vorstehenden Sinne zu Schäden beim Verlag, behält sich der Verlag Schadenersatzansprüche gegenüber dem Kunden vor.
- c) Farbanzeigen, die digital übermittelt werden, können nur mit einem auf Papier gelieferten Farbproof zuverlässig bearbeitet werden. Bei Farbabweichungen ohne Farbproof können keine Preisminderungen geltend gemacht werden.
- d) Auf Wunsch des Kunden sendet der Verlag per Telefax einen Korrekturabzug der auf Papier erstellten digitalen Druckvorlage. Für den Fall, dass die Faxübertragung scheitert, ist der Verlag zu einer Übertragung auf anderem Wege nicht verpflichtet. Der Korrekturabzug gilt als vom Kunden als vertragsgemäß gebilligt, wenn der Kunde bis zum Anzeigenschlusstermin keine Fehler meldet. Ansprüche des Kunden auf Preisminderung oder Schadensersatz wegen später gerügter Mängel sind ausgeschlossen.

WIR BERATEN SIE GERN...

GÖTTINGER TAGEBLATT

SONJA AHRENS

Telefon 05 51 / 9 01-2 30
Handy 01 60 / 90 18 69 70
Telefax 05 51 / 9 01-2 34
E-Mail s.ahrens@goettinger-tageblatt.de

MARIANNE GOY

Telefon 05 51 / 9 01-2 68
Handy 01 60 / 90 66 09 14
Telefax 05 51 / 9 01-2 34
E-Mail m.goy@goettinger-tageblatt.de

HEINER HAASE

Telefon 05 51 / 9 01-2 06
Handy 01 60 / 90 66 09 11
Telefax 05 51 / 9 01-2 34
E-Mail h.haase@goettinger-tageblatt.de

URSULA-DOROTHEA HEINE

Telefon 05 51 / 9 01-2 32
Handy 01 60 / 90 66 09 08
Telefax 05 51 / 9 01-2 34
E-Mail u.heine@goettinger-tageblatt.de

FRANK HENKEL

Telefon 05 51 / 9 01-2 42
Handy 01 60 / 90 66 09 12
Telefax 05 51 / 9 01-2 34
E-Mail f.henkel@goettinger-tageblatt.de

FRANK KRÖGER

Telefon 05 51 / 9 01-2 31
Handy 01 60 / 90 66 09 09
Telefax 05 51 / 9 01-2 34
E-Mail f.kroeger@goettinger-tageblatt.de

CLAUDIA KRÜGER

Telefon 05 51 / 9 01-2 96
Telefax 05 51 / 9 01-2 34
E-Mail c.krueger@goettinger-tageblatt.de

JOANA ROTTLEUTHNER

Telefon 05 51 / 9 01-2 41
Telefax 05 51 / 9 01-2 34
E-Mail j.rottleuthner@goettinger-tageblatt.de

CORNELIA RUTSCHMANN

Telefon 05 51 / 9 01-2 33
Handy 01 60 / 90 66 09 10
Telefax 05 51 / 9 01-2 34
E-Mail c.rutschmann@goettinger-tageblatt.de

SABINE SCHILLING

Telefon 05 51 / 9 01-2 04
Handy 01 75 / 575 79 67
Telefax 05 51 / 9 01-2 34
E-Mail s.schilling@goettinger-tageblatt.de

UDO TIMMERMANN

Telefon 05 51 / 9 01-2 05
Handy 01 72 / 542 47 64
Telefax 05 51 / 9 01-2 34
E-Mail u.timmermann@goettinger-tageblatt.de

HARTMUT BECKER (Northeim, Uslar, Hardegsen)

Telefon 05 51 / 9 01-4 82
Handy 01 70 / 638 61 18
Telefax 05 51 / 9 01-4 89
E-Mail hartmut.becker@gt-media.net

HARALD FUNKEN (Hann. Münden, Dransfeld, Kassel)

Telefon 05 51 / 9 01-2 03
Handy 01 70 / 638 61 17
Telefax 05 51 / 9 01-4 89
E-Mail harald.funken@gt-media.net

EICHSFELDER TAGEBLATT

LOTHAR BRÄMER

Telefon 05 527 / 30 58
Telefax 05 527 / 46 08
E-Mail l.braemer@eichsfelder-tageblatt.de

RALF ENKEMEIER

Telefon 05 527 / 30 58
Handy 01 70 / 638 61 19
Telefax 05 527 / 46 08
E-Mail ralf.enkemeier@gt-media.net

FRIEDEL MEYER

Telefon 05 527 / 30 58
Handy 01 60 / 90 66 09 13
Telefax 05 527 / 46 08
E-Mail f.meyer@eichsfelder-tageblatt.de

VERKAUF/KUNDENBETREUUNG FÜR AGENTUREN, GROSSKUNDEN, ÜBERREGIONALE KUNDEN

Telefon 05 51 / 9 01 - 2 18
05 51 / 9 01 - 2 21
Telefax 05 51 / 9 01 - 2 52
E-Mail verkauf@goettinger-tageblatt.de

ONLINE-PROJEKTMANAGEMENT UND -VERMARKTUNG

KRISTINA HOFFMANN

Telefon 05 51 / 9 01 - 2 46
Telefax 05 51 / 9 01 - 2 70
E-Mail kristina.hoffmann@gt-media.net

ONLINE-STELLENMARKT

BIRGIT RENTSCHKA-PLASBERG

Telefon 05 51 / 9 01 - 2 21
Telefax 05 51 / 9 01 - 2 52
E-Mail teamstellen@goettinger-tageblatt.de