

WACHSEN SIE MIT DEM AUFLAGENSIEGER

verkaufte Auflage
2004 bis 2015



Mediadaten

Nr. 11 vom 8. November 2018. Gültig ab 1. Januar 2019.

(2011 verabschiedet)

VISION

- Freier Diskurs und Austausch der Meinungen. Durchsetzung des Rechtes auf Meinungs und Pressefreiheit für das ganze politische Spektrum – von links bis rechts.
 - Gleichberechtigte Teilhabe der Konservativen in Politik, Medien und Kultur.
 - Regeneration deutscher Identität und Deutschland als selbstbewußte Nation.
- AUFTRAG**
- Seriöse und kompetente Information durch professionelle journalistische Leistung.
 - Wahrnehmung einer Korrekturfunktion marktbeherrschender Medien. Kritische Berichterstattung im Interesse der freien und unabhängigen Information.
 - Begeisterung der Leser für politisches Engagement und Mitwirkung.

Diesen Auftrag verfolgen wir, indem wir folgende Werte verteidigen und ihnen in der Berichterstattung der JUNGEN FREIHEIT prägenden Raum geben:

WERTE

Nation: Die Bundesrepublik Deutschland ist ein demokratischer Nationalstaat und gründet auf einer jahrhundertealten Nationalgeschichte, die wir bewahren und fortschreiben. Die Nation bleibt auch im vereinten Europa für uns der entscheidende Ordnungsfaktor und identitätsstiftende Rahmen.

Freiheitlichkeit: Freiheit, Demokratie, Rechtsstaatlichkeit sind zentrales Fundament der staatlichen Ordnung in Deutschland und Kern der Verfassung. In der Verfassungswirklichkeit sind diese Werte ständig bedroht und müssen täglich von uns neu erkämpft und verteidigt werden gegen Eingriffe durch Staat, Parteien, Medien, Interessengruppen und Konzerne. Wir leisten deshalb konsequenten Widerstand gegen alten und neuen Totalitarismus.

Konservatismus: Wir sind geleitet von einem realistischen, skeptischen Menschenbild. Dem Fortschrittsglauben reserviert gegenüber widersetzen wir uns der Gleichheitsutopie und räumen dem historisch Gewachsenen hohen Rang ein. Nach dem Motto Albrecht Erich Günthers verstehen wir unter Konservatismus „nicht ein Hängen an dem, was gestern war, sondern ein Leben aus dem, was immer gilt“.

Christentum: Die europäische und deutsche Kultur sind mit dem Christentum auch in seiner säkularen Form unauflöslich verwoben. Wir begegnen religiöser Indifferenz durch einen dominierenden, festen christlichen Standpunkt, der im Jahreslauf wiederkehrend einen deutlichen Vorrang erhält.



Sehr geehrte Damen und Herren,
 hohe Bildung, ein Einkommen, das weit über dem Durchschnitt liegt, Qualitätsbewußtsein, Reisefreudigkeit und gesellschaftliches Engagement – laut einer Studie von INSA heben sich die Leser der JUNGEN FREIHEIT mit diesen Eigenschaften deutlich vom Bevölkerungsdurchschnitt ab.

Als Werbekunde finden Sie mit unserer Leserschaft ein hochattraktives Umfeld für Ihre Werbebotschaften, Ihre Produkte und Dienstleistungen.

Zudem ist der typische JF-Leser ein sehr gründlicher Leser: Er nimmt sich durchschnittlich 90 Minuten Zeit, um die JF zu lesen. Ein Drittel der Leser investiert sogar mehr als zwei Stunden für das intensive Studium unserer Zeitung. Anzeigen werden da nicht einfach überblättert. Und Beilagen werden herausgenommen und gelesen.

Die JUNGE FREIHEIT ist nicht irgendeine beliebige Zeitung. Sie ist klar positioniert: Für die Wahrung der Selbstbestimmung, der Demokratie und Freiheit Deutschlands sowie für den Erhalt der deutschen Kultur. Zudem setzt sie sich auch für die mittelständische Wirtschaft ein, die das Wohlergehen der Nation und nicht vor allem die Renditeerwartungen anonymer internationaler Investoren im Sinn hat.

Mit Ihrer Werbeschaltung fördern Sie also nicht nur Ihre eigenen Wirtschaftsinteressen, sondern helfen auch gleichzeitig dabei, ein positives Klima für die richtige Politik in unserem Land zu schaffen.

Mit freundlichen Grüßen

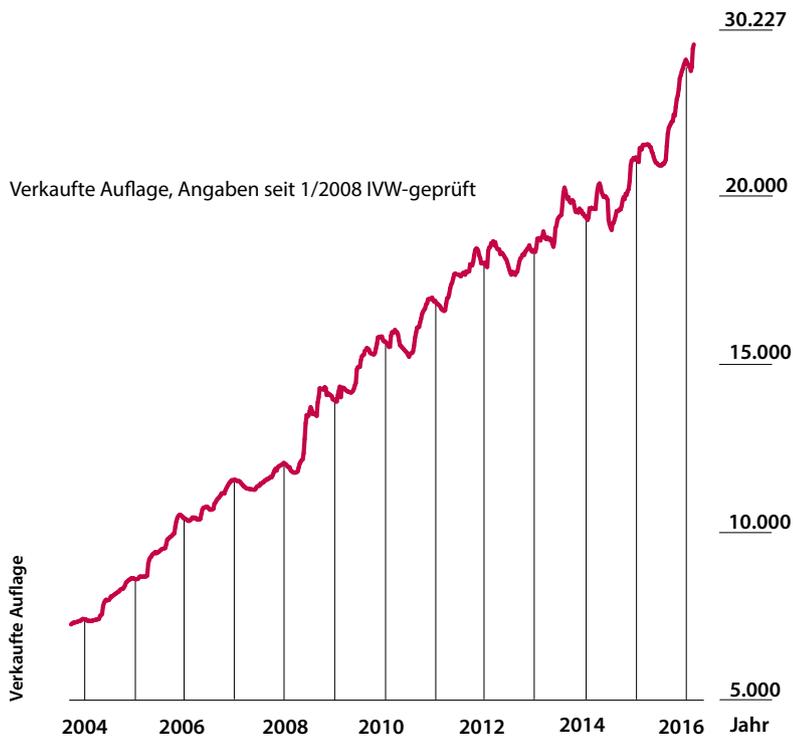
Dieter Stein, Chefredakteur

Grundsatzerklärung.....	2	Ressorts/Bücher der Zeitung.....	10
Vorwort	3	Sonderrubriken	11
Auflage und Abonnentenverteilung	4	Warum sich Werbung in der JF lohnt.....	12 – 13
Grundpreise	5	Leserstruktur	14 – 18
Formate	6	Konsumanalyse	19 – 21
Mengen-/Umsatzrabatte und Beilagen	7	Allgemeine Geschäftsbedingungen.....	22
Bannerwerbung	8	Allgemeine Verlagsangaben	23
Referenzen.....	9		



Bundesländer	Gesamt	% der Abonnenten	Index Gesamtbevölkerung
Baden-Württemberg	3.446	13,31	1,01
Bayern	4.195	16,21	1,04
Berlin	1.659	6,41	1,50
Brandenburg	834	3,22	1,07
Bremen	146	0,56	0,68
Hamburg	582	2,25	1,04
Hessen	2.365	9,14	1,22
Mecklenburg-Vorpommern	565	2,18	1,11
Niedersachsen	2.528	9,77	1,01
Nordrhein-Westfalen	3.930	15,18	0,70
Rheinland-Pfalz	1.208	4,67	0,95
Saarland	238	0,92	0,76
Sachsen	1.945	7,51	1,51
Sachsen-Anhalt	529	2,04	0,75
Schleswig-Holstein	1.079	4,17	1,20
Thüringen	633	2,45	0,93
Summe:	25.882		

Stand 29. August 2016

**Auflage****Druckauflage**

36.358 Stück

Verbreitete Auflage

33.074 Stück

Verkaufte Auflage

30.227 Stück

Aboauflage

20.139 Stück

Sonstige Verkäufe *

6.070 Stück

Kioskverkäufe

4.018 Stück

* Abonnements zum ermäßigten Preis



Unabhängig geprüft laut IVW.

Stand: I. Quartal 2018

Satzspiegel: 350 x 520 mm
 Spaltenbreite: 55 mm
 Spaltenzahl: 6 x Spaltenhöhe = 3.120 Gesamt-mm je 1/1 Seite

Spaltenbreiten

1 = 55 mm 4 = 232 mm
 2 = 114 mm 5 = 291 mm
 3 = 173 mm 6 = 350 mm

	s/w in €
Grundpreis (pro mm)	2,50
Ermäßigter Grundpreis (Kunsthandel/Antiquitäten, Reiseanzeigen, Verlags-/Buchanzeigen, Immobilien, Gesundheit Familienanzeigen, Unterrichtsanzeigen, Nachrufe, Stellenangebote, Vereinsanzeigen, Mode)	1,70
Vorzugsplatzierungen auf Seite 3 und der letzten Seite: Nur quer von 63 mm bis 130 mm Höhe Mindestgröße für Vorzugsplatzierungen: Abschluß von wenigstens 378 Anzeigenmillimetern	4,00
Lokale Anbieter ohne Ferngeschäft (kein Tourismus), Existenzgründer bis zum dritten Jahr, Veranstaltungshinweise, Gemeinnützige Organisationen mit Spendensiegel vom DZI	0,90

Bei Farbanzeigen wird ein Zuschlag von 25 % berechnet!

Standardgrößen für Kleinanzeigen in s/w

Formatbeispiele (B x H)	Grundpreis	ermäßigt	stark ermäßigt
(55 x 20 mm = 20 mm)	50,00	34,00	18,00
(55 x 47 mm = 47 mm)	117,50	79,90	42,30
(55 x 74 mm = 74 mm)	185,00	125,80	66,60
(55 x 100 mm = 100 mm)	250,00	170,00	90,00
(122 x 20 mm = 40 mm)	100,00	68,00	36,00
(122 x 47 mm = 94 mm)	235,00	159,80	84,60
(122 x 74 mm = 148 mm)	370,00	251,60	133,20
(122 x 100 mm = 200 mm)	500,00	340,00	180,00

Kleinanzeigen außerhalb des Anzeigensammelstreifens werden als Textanzeigen gerechnet. Sie müssen mindestens 10 Millimeter Höhe haben, sind aber sonst an keine Standardhöhen gebunden. Die JF sichert einen Textanschluß an vier Seiten zu. Der Millimeterzuschlag beträgt 200 %. Bei Anzeigengrößen ab 200 Millimetern werden diese als Inselanzeigen gewertet, wodurch der Millimeterzuschlag auf 50 % sinkt.

(siehe hierzu Seite 5) Für den Farbdruck muß immer mindestens ein Farbzuschlag + 25 % entrichtet werden.

Sie brauchen Hilfe beim Anzeigensatz?

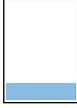
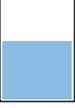
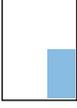
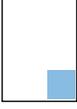
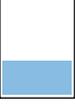
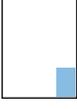
Kein Problem! Die Werbeagentur ist bei uns im Anzeigenpreis bereits enthalten. Wir erstellen Ihnen nach Ihren Vorgaben völlig unverbindlich und kostenlos einen Anzeigenentwurf, den wir nach Ihren Vorstellungen bis zu dreimal überarbeiten. Bei Abschluß eines Anzeigenvertrages gehen die Rechte am grafischen Entwurf an Sie über, so daß Sie diese Anzeigenvorlage auch für andere Publikationen verwenden dürfen.



Rückgrat zeigen!

„Sich nicht verbiegen lassen. Selbstbewußt die eigene Meinung vertreten. Und dabei immer fair bleiben. Wer das zu schätzen weiß, kommt an der JUNGEN FREIHEIT nicht vorbei.“

HANS-HERMANN GOCKEL
 Publizist, Fernsehmoderator

Formatbeispiele	Breite x Höhe	s/w	4c	Breite x Höhe	s/w	4c
	2/1 Panorama 720 x 520 mm = 6.760 mm	16.900,00 Euro 11.492,00 Euro 6.084,00 Euro	21.125,00 Euro 14.365,00 Euro 7.605,00 Euro		1/4 Seite 350 x 130 mm = 780 mm	1.950,00 Euro 1.326,00 Euro 702,00 Euro 2.437,50 Euro 1.657,50 Euro 877,50 Euro
	1/1 Seite 350 x 520 mm = 3.120 mm	7.800,00 Euro 5.304,00 Euro 2.808,00 Euro	9.750,00 Euro 6.630,00 Euro 3.510,00 Euro		1/5 Seite 350 x 100 mm = 600 mm	1.500,00 Euro 1.020,00 Euro 540,00 Euro 1.875,00 Euro 1.275,00 Euro 675,00 Euro
	3/4 Seite 350 x 375 mm = 2.250 mm	5.625,00 Euro 3.825,00 Euro 2.025,00 Euro	7.031,25 Euro 4.781,25 Euro 2.531,25 Euro		1/8 Seite 350 x 63 mm = 378 mm	945,00 Euro 642,60 Euro 340,20 Euro 1.181,25 Euro 803,25 Euro 425,25 Euro
	2/3 Seite 350 x 334 mm = 2.004 mm	5.010,00 Euro 3.406,80 Euro 1.803,60 Euro	6.262,50 Euro 4.258,50 Euro 2.254,50 Euro		1/4 Eckfeld 173 x 250 mm = 750 mm	1.875,00 Euro 1.275,00 Euro 675,00 Euro 2.343,75 Euro 1.593,75 Euro 843,75 Euro
	1/2 Seite 350 x 250 mm = 1.500 mm	3.750,00 Euro 2.550,00 Euro 1.350,00 Euro	4.687,50 Euro 3.187,50 Euro 1.687,50 Euro		1/8 Eckfeld 173 x 130 mm = 390 mm	975,00 Euro 663,00 Euro 351,00 Euro 1.218,75 Euro 828,75 Euro 438,75 Euro
	1/3 Seite 350 x 167 mm = 1.002 mm	2.505,00 Euro 1.703,40 Euro 901,80 Euro	3.131,25 Euro 2.129,25 Euro 1.127,25 Euro		1/12 Eckfeld 114 x 130 mm = 260 mm	650,00 Euro 442,00 Euro 234,00 Euro 812,50 Euro 552,50 Euro 292,50 Euro
	1/6 Seite 55 x 520 mm = 520 mm	1.300,00 Euro 884,00 Euro 468,00 Euro	1.625,00 Euro 1.105,00 Euro 585,00 Euro		Panorama Mindestformat: 2 x 1/8 Seite ausschließlich auf Textspaltenbasis + 1 Spalte 20 mm für Bunddurchdruck	
	1/3 Seite 114 x 520 mm = 1.040 mm	2.600,00 Euro 1.768,00 Euro 936,00 Euro	3.250,00 Euro 2.210,00 Euro 1.170,00 Euro		Tunnelanzeige Mindestformat: 2 x 1/4 Seite ausschließlich auf Textspaltenbasis + 1 Spalte 20 mm für Buchdurchdruck	
	1/2 Seite 173 x 520 mm = 1.560 mm	3.900,00 Euro 2.652,00 Euro 1.404,00 Euro	4.875,00 Euro 3.315,00 Euro 1.755,00 Euro		Inselanzeigen 50 % Zuschlag auf den mm-Preis. Mindestformat: 2 Textspalten zu 100 mm Höhe.	
	2/3 Seite 232 x 520 mm = 2.080 mm	5.200,00 Euro 3.536,00 Euro 1.872,00 Euro	6.500,00 Euro 4.420,00 Euro 2.340,00 Euro		Textteilanzeigen 55 mm breit s/w 55 mm hoch s/w 200 % Zuschlag auf den mm-Preis. Text- und Bildanschluß an 3 Seiten.	

Ab Anzeigen mit 390 mm erhalten Sie Alleinplatzierungen im redaktionellen Text zu den gültigen Anzeigenpreisen. Gerne verwirklichen wir auch Ihre individuellen Inseratwünsche.

■ regulärer Anzeigenpreis ■ ermäßigter Anzeigenpreis ■ stark ermäßigter Anzeigenpreis

Nach den Umsätzen der letzten 12 Monate. Die Rabatte werden auch nachträglich verrechnet. Sie gelten für Anzeigen, Beilagen und Banner! Sie können jedoch nicht auf Sonderaktionen angerechnet werden.

Ab 500 Euro	5,00 %	Ab 8.000 Euro	25,00 %
Ab 1.000 Euro	10,00 %	Ab 16.000 Euro	30,00 %
Ab 2.000 Euro	15,00 %	Ab 32.000 Euro	35,00 %
Ab 4.000 Euro	20,00 %		

Im Handelsregister eingetragene Agenturen erhalten 15 % Agenturrabatt

Beilagenpreise Kioskaufgabe (je Tausend)

Von der Kioskaufgabe werden knapp die Hälfte der Exemplare verkauft – siehe www.ivw.de.

bis 20 g € 65,00	bis 25 g € 70,00	bis 30 g € 75,00
bis 35 g € 80,00	bis 40 g € 85,00	bis 45 g € 90,00
bis 50 g € 95,00	je weitere 5 g Preis auf Anfrage	

Verbundwerbung: Beilagen, die von mehreren Werbetreibenden gemeinsam genutzt werden, sind nur nach besonderer Vereinbarung möglich. Für solche Beilagen werden Zuschläge von 50 % auf den Grundpreis berechnet.

Beilagen sind der Zeitung lose beigelegte Drucksachen. Inhalt und Gestaltung müssen vor Drucklegung mit dem Verlag abgestimmt werden.

Belegungsmöglichkeiten:	Aboauflage Inland/Kioskaufgabe Inland	
Beilagenformate:	Mindestformat:	DIN A6 105 x 148 mm
	Höchstformat:	DIN A4 297 x 210 mm (Falz auf der Längsseite)
Höchst-/ Papierflächengewicht:	DIN A6	mind. 170g/m ²
	DIN A6 – DIN A4	mind. 120g/m ²
Falzarten:	Nur Kreuzbruch, Wickel- oder Mittelfalz; kein Leporello- oder Altarfalz.	

Die Beilagen müssen für eine maschinelle Verarbeitung geeignet sein, insbesondere ohne elektrostatisch aufladbare Oberflächenbeschichtung. Beachten Sie die „Technischen Richtlinien - Fremdbeilagen in Tageszeitungen“ des Bundesverbandes Druck und Medien e.V. www.bvdm-online.de/Aktuelles/Downloads.php

Beilagenpreise Abonnemентаufgabe (je Tausend)

bis 20 g € 130,00	bis 25 g € 135,00	bis 30 g € 140,00
bis 35 g € 145,00	bis 40 g € 150,00	bis 45 g € 155,00
bis 50 g € 160,00	je weitere 5 g Preis auf Anfrage	

Alle Beilagenpreise verstehen sich je Tausend zzgl. 7,40 Euro Portozuschlag und 9,90 Euro Beilegekosten der Druckerei. Hierauf kann weder Agenturrabatt noch Umsatznachlaß gewährt werden.



Herzlichen Glückwunsch!

„Ich lese die JF, weil sie konservativer als die CDU, liberaler als die FDP und kritischer als Die Zeit ist – und katholischer als der Rheinische Merkur es am Ende war. Herzlichen Glückwunsch, Dieter Stein! Auf die nächsten 25 Jahre, in denen wir erfahrene Lotsen wie die JF brauchen werden.“

ANDRÉ F. LICHTSCHLAG

Herausgeber und Chefredakteur des Magazins „eigentlich frei“



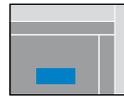
Superbanner

Der endlos lange Standardbanner in der Horizontalen. Der Superbanner nutzt die komplette Breite der Internetseite aus und bietet viel Platz für umfangreiche Informationen und die Umsetzung kreativer Lösungen.

Bannerformat: 728 x 90 Pixel

Festpreisbuchung mit je 20% Belegung je Woche: 250,00 Euro

Festpreisbuchung mit je 20% Belegung je Monat: 800,00 Euro
Mindestens 1,0 Mio. Werbekontakte



Großer Mobile Banner

Dieses Format direkt unter den einzelnen Artikeln wird neben dem Mittleren Rechteck ebenfalls auf Mobiltelefonen angezeigt und erzielt damit eine noch höhere Reichweite.

Bannerformat: 320 x 100 Pixel

Festpreisbuchung mit je 20% Belegung je Woche: 125,00 Euro

Festpreisbuchung mit je 20% Belegung je Monat: 400,00 Euro
Mindestens 1,0 Mio. Werbekontakte



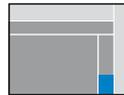
Breiter Wolkenkratzer/Wide Skyscraper

Der Standard für extrabreite Werbung im Hochformat. Das besonders auffällige Hochformat und die vertikale Platzierung machen Wolkenkratzer zur idealen Werbefläche für Ihre Kampagne.

Bannerformat: 160 x 600 Pixel

Festpreisbuchung mit je 20% Belegung je Woche: 250,00 Euro

Festpreisbuchung mit je 20% Belegung je Monat: 800,00 Euro
Mindestens 1,0 Mio. Werbekontakte



Kleines Rechteck

Die kostengünstige Alternative. In der Dossierspalte angesiedelt, bietet diese etwas dezentere Werbeform die Möglichkeit für günstige Preise auf sich aufmerksam zu machen.

Bannerformat: 180 x 150 Pixel

Festpreisbuchung mit je 20% Belegung je Woche: 125,00 Euro

Festpreisbuchung mit je 20% Belegung je Monat: 400,00 Euro
Mindestens 1,0 Mio. Werbekontakte



Mittleres Rechteck

Das Mittlere Rechteck zeichnet sich durch seine günstige Lage im redaktionellen Bereich aus. Durch die großzügigen Abmessungen steht Ihnen viel Platz für die Gestaltung zur Verfügung.

Bannerformat: 300 x 250 Pixel

Festpreisbuchung mit je 20% Belegung je Woche: 250,00 Euro

Festpreisbuchung mit je 20% Belegung je Monat: 800,00 Euro
Mindestens 1,0 Mio. Werbekontakte



Grosses Rechteck

Wenn es wirklich krachen muß, kommen Sie um das große Bildschirmformat des Grossen Rechtecks nicht herum.

Bannerformat: 330 x 280 Pixel

Festpreisbuchung mit je 20% Belegung je Woche: 300,00 Euro

Festpreisbuchung mit je 20% Belegung je Monat: 1000,00 Euro
Mindestens 1,0 Mio. Werbekontakte

Dateiformat: **GIF, JPEG, Flash, HTML** / Dateigröße: **max. 60 KB**

Die Reichweite der Internetseite der Jungen Freiheit wird unabhängig gemessen, und erreichte zuletzt 3.025.162 Besuche und 6.076.028 Seitenansichten im Monat (IVW, Sept. 2018 - www.ivw.de). Mit einer Belegung von 20%, werden also derzeit mindestens eine Millionen Werbekontakte im Monat erzielt.

Inhaltliche und technische Regeln für Banner können ebenfalls auf der Internetseite <http://www.berlinermedienvertrieb.de/online-medien/> eingesehen werden.

Je nach Buchungshöhe, sind die angegebenen Preise noch Umsatzrabattfähig!

Akademie Verlag GmbH, Alternative für Deutschland, Amalthea Signum Verlag GmbH, **Archiv Verlag GmbH**, Bessergold GmbH, Bionade GmbH, **Booking.com**, BRS Treuhand GmbH, Bullion Art, Bundesverband Lebensrecht e.V., **Christian Solidarity International**, Christiana Verlag, Deutsche Goldmünzen Gesellschaft mbH, **Duncker & Humblot GmbH**, DePauli AG (www.herrenausstatter.de), Deutsche Zentrumspartei, EIKE Europäisches Institut für Klima und Energie, Familien-Partei Deutschlands, FE-Medienverlag GmbH, **FinanzBuch Verlag**, **Gemeindehilfsbund**, Geoplan Touristik GmbH, Glückskäfer Reisen GmbH, Goldseiten.de, Haag & Herchen Verlag GmbH, HKP SwissFinanz GmbH, **Hoffmann und Campe Verlag GmbH**, IFVM Institut für Vermögensentwicklung GmbH (Prof. Max Otte), Intercollegemanagement academy, Institut für Austrian Asset Management, Institut für Wertewirtschaft Wien, Kautz Versand, **KIRCHE IN NOT**, Koehler & Mittler Verlag, Klinik für Prostata Therapie Heidelberg, Lachs- und Caviarversand Werner, Landt Verlag, **Buchverlage LangenMüller Herbig**,

Leopold Stocker Verlag GmbH, Ludwig-von-Mieses Institut Deutschland, **Manuscriptum Verlagsbuchhandlung Thomas Hoof KG**, Mattscheibe Media GmbH, MaxRent GmbH, Media Maria, **NMH Noble Metal House GmbH**, NOVASOL Ferienhäuser und Ferienwohnungen, **Zeitschrift „Militär & Geschichte“ vom Pabel-Moewig Verlag GmbH (Tochterunternehmen des Bauer Konzerns)**, Wilhelm Peinemann Vermögensbetreuung, pkv-pro.com, Prägeanstalt Oswald oHG, **pro aurum Numismatik GmbH**, Verlag Dr. Ingo Resch GmbH, **Richard Borek GmbH & co. KG**, RSD Reise Service Deutschland GmbH, Salmon House LTD., **Schweizerische Metallhandels AG**, Silvior GmbH, Sonnenmacht GmbH, Stiftung Ja zum Leben, **Smart Investor – Das Magazin für den kritischen Anleger**, Solidus Medaillen GmbH, Solvecon Invest GmbH, **Stiftung Preußisches Kulturerbe**, Swiss Gold Safe AG, Timefly GmbH / hpi tours, Verlag Arbeit und Wirtschaft OHG (Vertrauliche Mitteilungen), Via Nova Naturprodukte, **VNR Verlag für die Deutsche Wirtschaft AG**



Intelligent und streitbar!

„Die JUNGE FREIHEIT ist immer eine lohnende Lektüre. Intelligent und streitbar geht sie dem Zeitgeist an den Nerv. Und tapfer verteidigt sie unsere Verfassung und ihren Souverän, das deutsche Volk, von dem sonst kaum mehr die Rede ist.“

PROF. DR. DR. WOLFGANG OCKENFELS

Professor für Christliche Sozialwissenschaften an der Theologischen Fakultät Trier, Chefredakteur „Die Neue Ordnung“



Die Junge Freiheit besteht aus den vier Büchern Politik, Thema, Kultur, Wissen zu je sechs Seiten mit folgenden Inhalten:

Politik

Auf Seite eins verweist das Titelbild auf das Schwerpunktthema im inneren der Ausgabe. Darunter finden Sie den Leitartikel und eine kleinere Kolumne, die meist vom Chefredakteur stammt. Eine Seite später folgen einige Kommentare häufig prominenter Autoren zu aktuellen politischen Themen. Für die Interviews auf Seite drei ist die Junge Freiheit dagegen schon fast berühmt, auch da diese immer wieder Anstoß in der Politik und Medienlandschaft erregen und viel diskutiert werden. Die Seiten vier bis sechs bieten politische Reportagen, Hintergrundberichte und Analysen des politischen Geschehens.

Thema

Das zweite Buch widmet sich auf der ersten Seite dem jeweils gewählten aktuellen Schwerpunktthema. Dahinter folgen zwei Seiten Ausland und zwei Seiten Wirtschaft, die besonders für ihre detaillierte und zielgenaue Berichterstattung zum Euro durch Top-Autoren aus der ersten Reihe der Wirtschaftswissenschaft, die man mittlerweile im Grunde wöchentlich auch als Experten auf fast allen Fernsehsendern sehen kann. Die heutigen Probleme im Zusammenhang mit dem Euro, konnte man vor Jahren schon im Detail in der Jungen Freiheit lesen. Den Abschluß bildet eine Hintergrundseite mit fundierter Hintergrundberichterstattung.

Kultur

Den Start des Kulturteils bildet nun schon seit Jahren die Pankraz-Kolumne von Professor Günter Zehm, die davor jahrelang im Rheinischen Merkur und der WELT erschien. Auf den folgenden Seiten wird das aktuelle Kulturleben kenntnisreich kommentiert, aber es werden anlässlich von Jubiläen auch Rückblicke in die deutsche und europäische Kulturgeschichte unternommen. Auf der Seite 17 unternimmt die JF einen Streifzug durch die Medienlandschaft und schließt den Kulturteil jeweils mit einem großen Forumsbeitrag ab, der einen Gedankenanstoß zu prinzipiellen bzw. existentiellen Fragen liefern möchte.

Wissen

Das letzte Buch ist vornehmlich den Wissenschaften gewidmet. Es beginnt mit geschichtswissenschaftlichen Themen, geht über Literaturfragen hin zu Technik und den Naturwissenschaften. Auf der vorletzten Seite befindet sich die Leserbriefseite, die bei den Lesern besonders beliebt ist. Auch die kurzen Berichte „JF-Intern“ aus dem Alltagsleben der Redaktion stehen im Ansehen der Leser ganz oben. Die letzte Seite widmet sich eher der Unterhaltung, wobei die „Aufgeschnappt“-Kolumne des Chefs vom Dienst es dann doch fast immer wieder schafft, den Leser zum Abschluß mit einem Blick in die Absurditäten des politisch korrekten Lagers einem ein Lächeln ins Gesicht zu zaubern.



Literatur

Zweimal im Jahr, ebenfalls parallel zu den Buchmessen im März und Oktober erscheint eine Sonderausgabe Literatur. Darin werden Rezensionen der interessantesten Neuerscheinungen vor allem aus den Bereichen Politik und Geschichte aus konservativer Sicht dargeboten.



Gesundheit

Ebenfalls bieten wir eine Sonderrubrik mit Gesundheitsthemen für Ihre spezielle Werbung für den Gesundheitsmarkt an. Nachdem die JF den Zeiten als Studentenzeitung mittlerweile längst entwachsen ist, stellen heute auch hier die älteren Semester klar die Mehrheit. Und diese haben sowohl ein größeres Interesse an Gesundheitsdienstleistungen und -produkten, aber eben auch das nötige Kleingeld.



Reise

Jeweils rechtzeitig vor Beginn des Sommers bzw. Winters bieten wir Ihnen mit dieser Sonderrubrik eine fantastische Gelegenheit, um Ihr Reiseangebot noch einmal vorzustellen. JF-Leser verreisen doppelt so häufig wie der Rest der Republik, und zwar mit Vorliebe im deutschsprachigen Raum.

Finanzen

Nachdem eine Leserumfrage von Kinau Mediaforschung festgestellt hat, daß das Haushaltsnettoeinkommen der JF-Leser um wenigstens 500,- Euro über dem Bevölkerungsdurchschnitt liegt und in der Leserschaft ein beachtliches Interesse an Informationen zu Kapitalanlagemöglichkeiten besteht, wollen wir Ihnen den Zugang zu dieser hochinteressanten Klientel noch einfacher machen. Übrigens, alleine der Anteil der Haushalte mit mehr als 4.000,- Euro Haushaltsnettoeinkommen liegt um ca. 150 % über dem Durchschnitt nach der Verbraucheranalyse (VA). Aber dieses Kapital sucht auch gezielte Anlegerinformationen. Am besten von Ihnen!



Doppelter Service ...

- Für Anzeigenschaltungen in der JF können Sie über den BMV die vollen Leistungen einer Werbeagentur, also Konzeption und grafische Umsetzung von Anzeigen und Werbeanbern durch ausgebildetes Fachpersonal vollkommen kostenlos nutzen.
- Falls Sie Anzeigen später auch in anderen Publikationen verwenden wollen, passen wir Ihnen die Vorlagen gratis hierfür an.
- Sie erhalten von uns umfangreiche Planungsdaten, wie unabhängig über IVW ermittelte Auflagenzahlen und durch INSA ermittelte soziodemographische Leserschaftsdaten.



... zum halben Preis.

- Die Anzeigenpreise wurden von der JF trotz steil steigender Auflage jahrelang nur sehr moderat erhöht, mit dem Ziel, eines der besten, wenn nicht das beste Preis-/Leistungsverhältnis unter allen ernstzunehmenden wertkonservativen Publikationen zu erreichen.
- Durch das Umsatzrabattsystem, der JF werden Stammkunden und Vielwerber mit Rabatten von bis zu 35 % belohnt und zwar für Online-, Beilagen- und Anzeigenumsätze.

Zwei unschlagbare
Argu
für
Werbu
in der
Jungen Freiheit



Unser Ziel:

Mit **doppeltem Service**
und **halbiertem Preis**
der Konkurrenz um den
Faktor 4 voraus zu sein.

e
mmente
ng

Preisvergleich verschiedener politisch konservativer Zeitungen am Beispiel einer 1/4 Seite Eckfeld in Farbe (Wirtschaftsanzeige im redaktionellen Teil)

	verbreitete Auflage	Preis je Tsd. verbr. Auflage	verkaufte Auflage	Preis je Tsd. verk. Auflage	Preis für 1/4 Seite 4c Eckfeld o. USt.
 1	31.909	62,43 € Platz 1	29.978	66,45 € Platz 1	1.992,19 €
 2	10.173	126,51 € 4	9.387	137,10 € 4	1.287,00 €
 3	250.840 (Mo. - Sa.)	115,73 € 3	238.438 (Mo. - Fr.)	121,75 € 3	29.030,00 €
 4	163.137 (Mo. - Sa.)	106,16 € 2	161.792 (Mo. - Sa.)	107,04 € 2	17.318,40 €

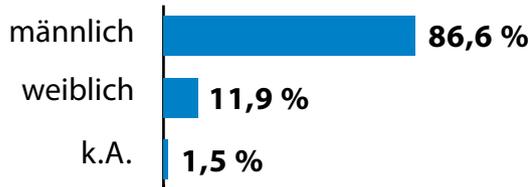
Anzeigenpreise nach Rabatten bei einer Schaltung

Die Preisangaben (Alle Preise in € und zzgl. USt.) in der rechten Spalte ergeben sich aus den ab dem 01.01.2019 gültigen Preislisten der genannten Verlage (1. Preisliste Nr. 11 vom 01. Jan. 2019, 2. Preisliste Nr. 31 gültig ab 04/2018, 3. Preisliste Nr. 79 vom 01. Jan. 2019, 4. Preisliste Nr. 97 vom 01.01.2019. Kundenspezifische Rabatte sind nicht berücksichtigt. Auflagenzahlen nach IVW (Quelle : www.ivw.de, Stand 3. Quartal/2018). Irrtum vorbehalten. Eckfeldanzeigen können in der Größe variieren. Die Rechte an den zur Erzielung einer optischen Gleichwertigkeit oben wiedergegebenen Logos, Marken und Titel liegen ausschließlich bei den Verlagen.

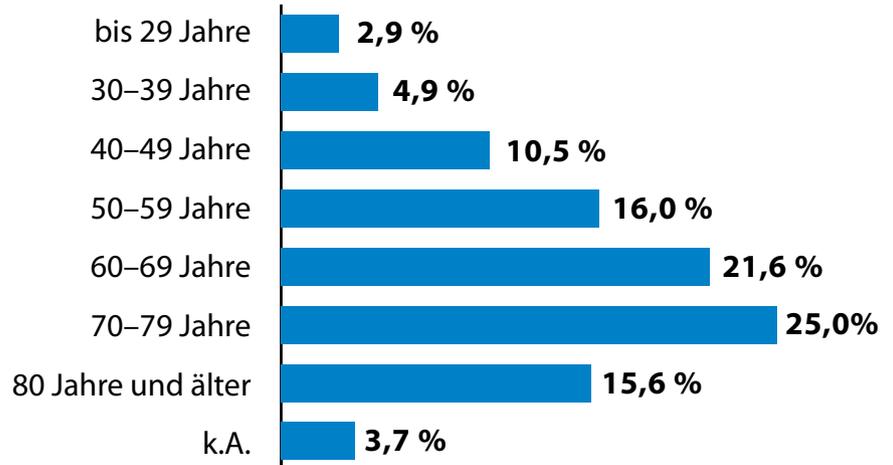
Ihre Vorteile kurz zusammengefaßt:

- Hoher gesellschaftlich-wirtschaftlicher Status der Leser (17% sind promoviert) ✓
- Sehr hohe Leser-Blatt-Bindung und deshalb ausgeprägtes Vertrauen in den Werbeträger ✓
- Extrem preisgünstig kalkulierte Tausender-Auflage-Anzeigenpreise ✓
- Möglichkeit, unsere interne Werbeagentur kostenfrei zu nutzen ✓
- Maximale Beachtung durch die Platzierung aller Anzeigen im redaktionellen Bereich ✓

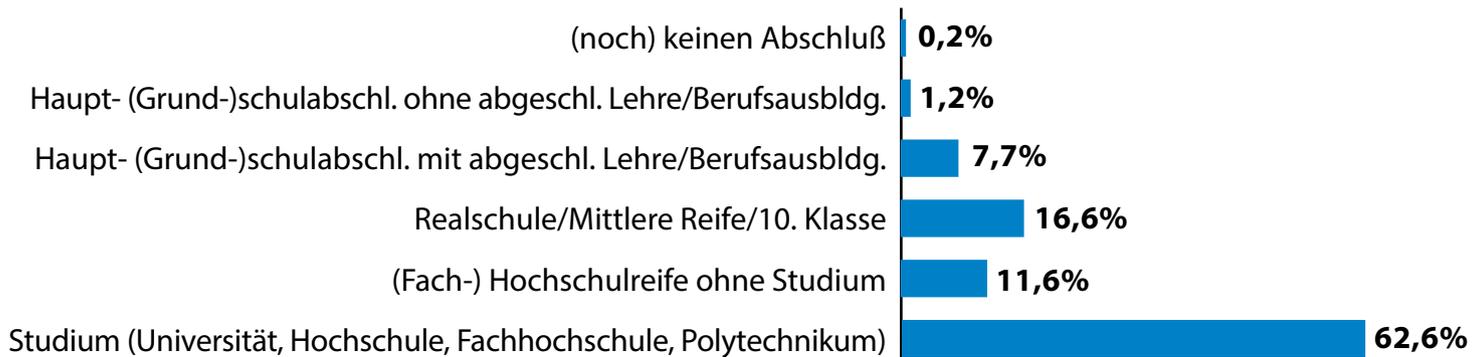
Geschlecht



Alter der JF-Leser



Höchster Bildungsabschluß



Hoher Bildungsstand, weit überdurchschnittliches Einkommen, Reisefreudigkeit, Qualitätsbewußtsein und politisches Engagement – mit diesen Eigenschaften heben sich die JF-Leser laut einer Studie der von INSA-Consulere zum Teil deutlich vom Bevölkerungsdurchschnitt, in manchen Bereichen sogar von der als AWA First Class ermittelten Elite ab. Allein 74,2 Prozent besitzen das Abitur, rund 62,6 Prozent ein abgeschlossenes Hochschulstudium. Rund 29,8 Prozent aller JF-Leser haben im Haushalt sogar über 4.000 Euro monatlich zur Verfügung, und besitzen somit ein weit überdurchschnittliches Haushaltsnettoeinkommen. Weit über dem Durchschnitt liegt auch der Anteil der Selbständigen, Freiberufler und höheren Beamten.

Gelesen wird die JF übrigens sehr gründlich, im Schnitt 90 Minuten. Immerhin 34 Prozent verbringen sogar mehr als zwei Stunden mit der Lektüre.

Selbst beim direkten Vergleich mit den Lesern der FAZ schneiden die JF-Leser deutlich besser ab:

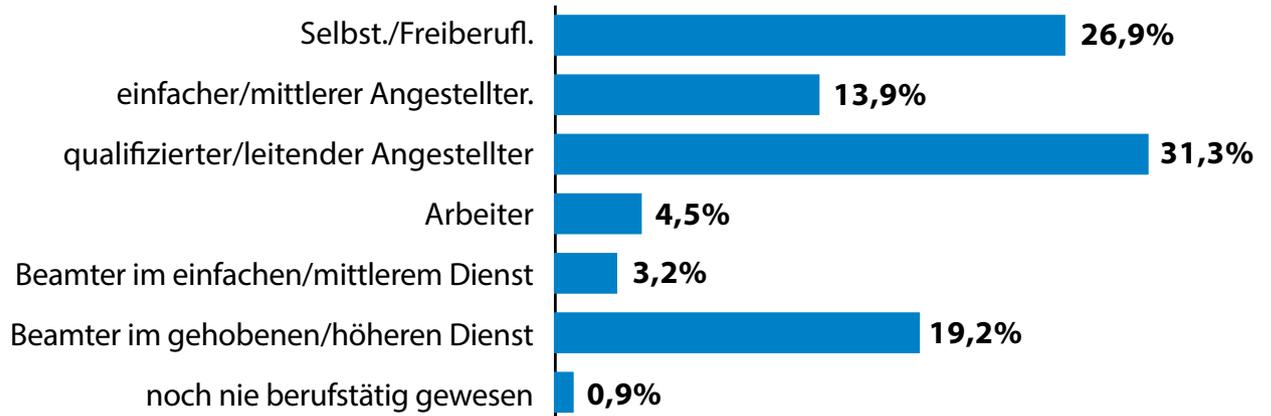
	JUNGE FREIHEIT	FAZ	b4p (best for planning)*
Hochschulreife	74,2 %	62,4 %	28,8 %
Selbständige/Freiberufler	26,9 %	20,2 %	7,1 %
Beamte geh./höherer Dienst und qualifizierte/leitende Angestellte	50,5 %	42,0 %	2,5 %

* b4p 2016 (Darstellung Bevölkerungsdurchschnitt)

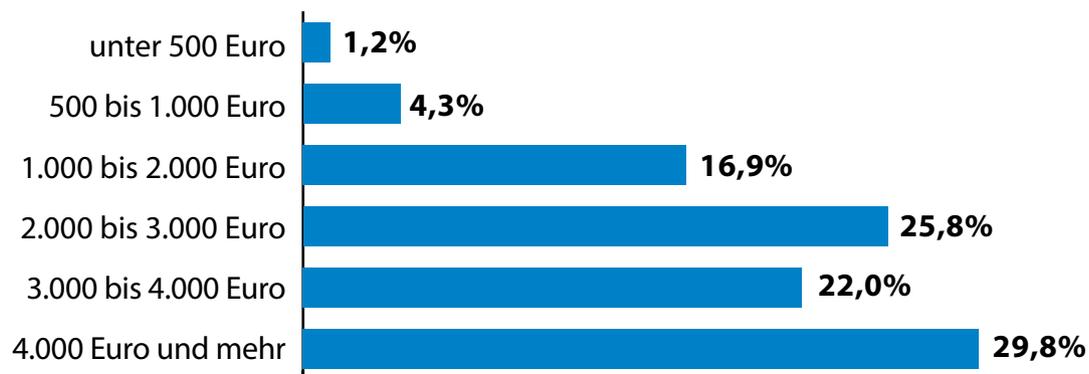


**Zielgruppe:
Wertkonservative Akademiker**

Beruflicher Status



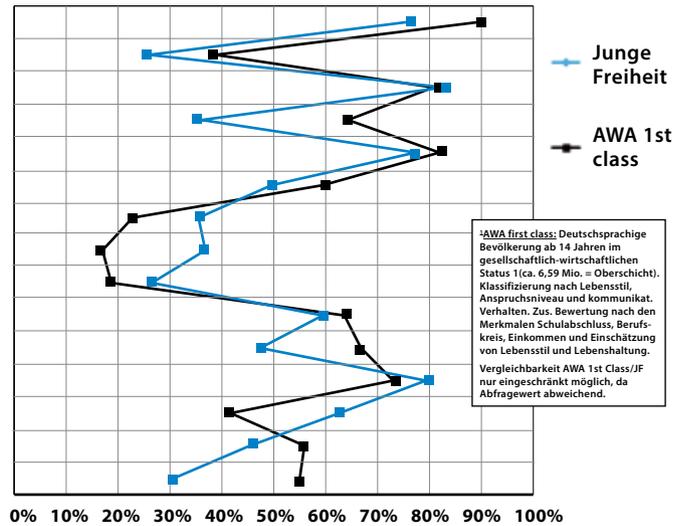
Haushaltsnettoeinkommen



Werte

Frage 17: Was ist Ihnen im Leben wichtig?

- Gute Freunde haben, bzw. enge Beziehungen zu anderen Menschen
- Viel Leisten
- Gute, vielseitige Bildung
- Soziale Gerechtigkeit
- Für die Familie dasein, sich für die Familie einsetzen
- Gepflegtes Aussehen
- Religion, feste Glaubensüberzeugung
- Aktive Teilnahme am politisch Leben, politisch aktiv sein
- Kunstverständnis, sich viel mit Kunst beschäftigen
- Kinder haben
- Erfolg im Beruf
- Unabhängigkeit
- Naturerfahrung, viel in der Natur sein
- Die Welt, andere Länder und Kulturen kennenlernen
- Viel Spaß haben, das Leben genießen



- Dies ist kein Vergleich der JF-Leser mit der Gesamtbevölkerung, sondern mit der Oberschicht (Status 1 lt. AWA).
- Es zeigen sich erhebliche Abweichungen: JF-Leser sind liberaler als die Vergleichsgruppe (Selbstbestimmung/ Eigenverantwortung), naturverbundener, religiöser und politisch aktiver.



Journalisten, die das Risiko eingehen, gegen den Strom zu schwimmen

„Die JF bedeutet für mich, daß es noch unabhängige Geister in der deutschen Medienlandschaft gibt und Journalisten, die das Risiko eingehen, gegen den Strom zu schwimmen.“

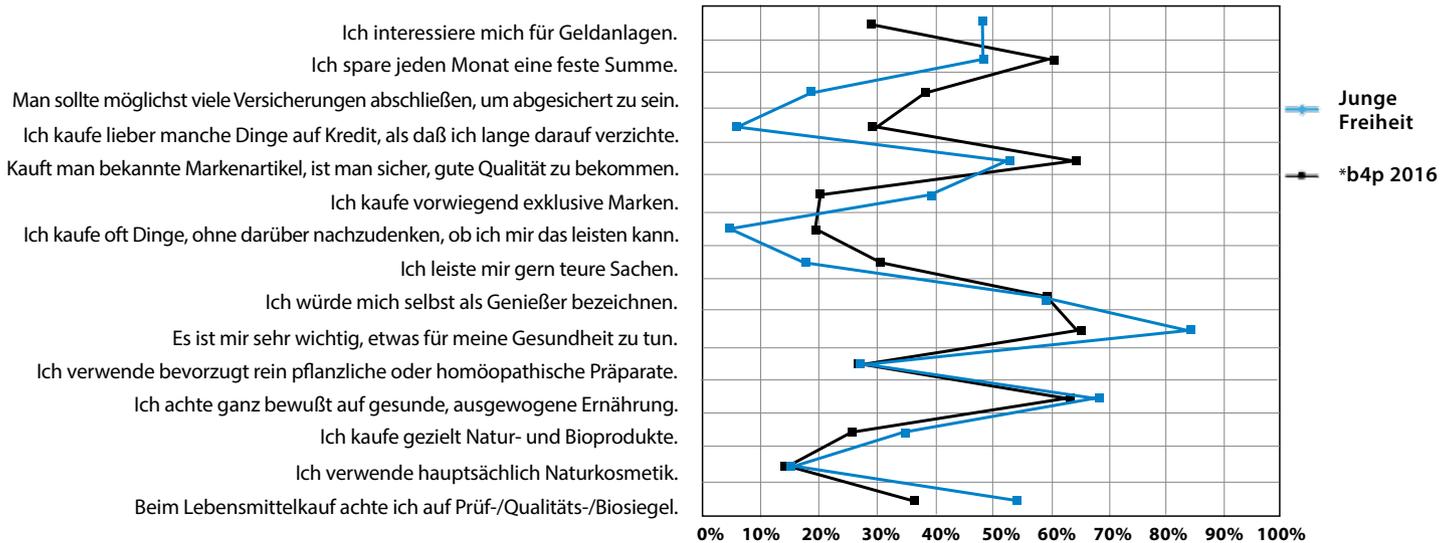
PROF. DR. PETER SCHOLL-LATOUR †
 Publizist und Kriegsreporter



Einstellungen

Frage 22: Im folgenden finden Sie einige Feststellungen und Meinungen, denen man zustimmen kann oder auch nicht.

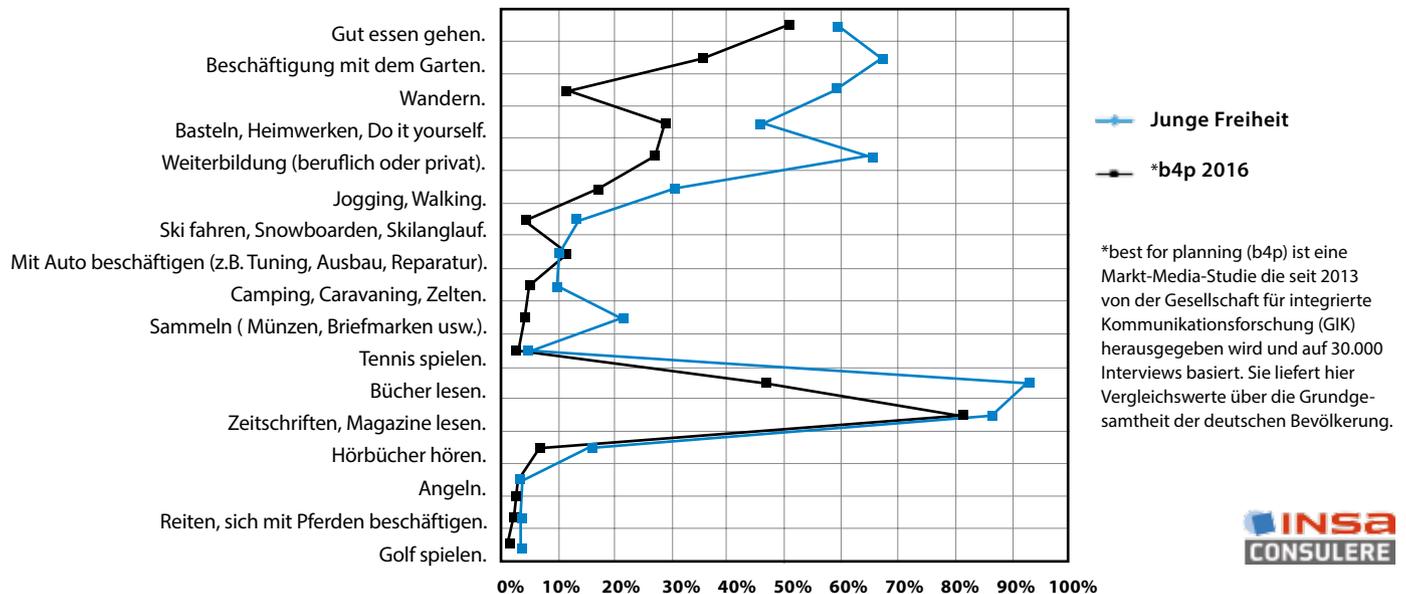
Bitte kreuzen Sie jeweils an, ob Sie der Feststellung "voll und ganz", "weitestgehend", "eher nicht" oder "überhaupt nicht" zustimmen.



Freizeitbeschäftigung

Frage 21: In der folgenden Liste sind Möglichkeiten aufgeführt, wie man sich in der Freizeit beschäftigen kann.

Kreuzen Sie bitte bei jeder Tätigkeit an, ob Sie sie in Ihrer Freizeit "besonders gern", "gern", "weniger gern" oder "überhaupt nicht" tun.



*best for planning (b4p) ist eine Markt-Media-Studie die seit 2013 von der Gesellschaft für integrierte Kommunikationsforschung (GIK) herausgegeben wird und auf 30.000 Interviews basiert. Sie liefert hier Vergleichswerte über die Grundgesamtheit der deutschen Bevölkerung.

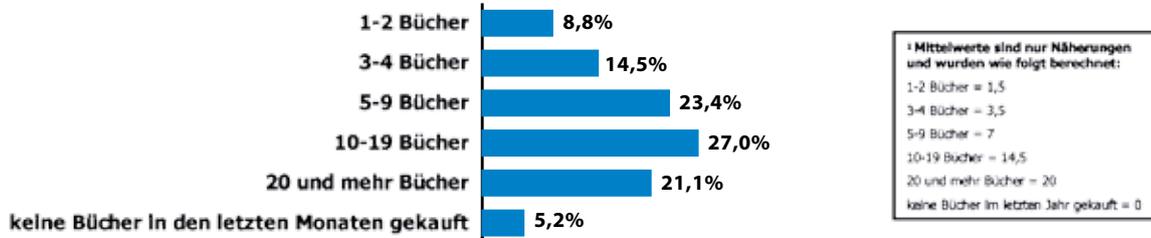
Bücher und Hörbücher

Frage 22: Wie viele Bücher haben Sie in den letzten 12 Monaten gekauft?

Frage 23: Wie viele Hörbücher haben Sie in den letzten 12 Monaten gekauft bzw. kostenpflichtig heruntergeladen?

Anzahl gekaufter Bücher

Junge Freiheit Ø13,0 / AWA1st class Ø 6,7 Bücher gekauft¹



Anzahl gekaufter oder heruntergeladener Hörbücher



Wachsen Sie weiter!

„In der JUNGEN FREIHEIT lese ich Woche für Woche aufschlußreiche Artikel und treffende Analysen über die politische Lage. Bleiben Sie gesund und wachsen Sie weiter!“

FERDINAND FÜRST VON BISMARCK
 Chef des Hauses Bismarck

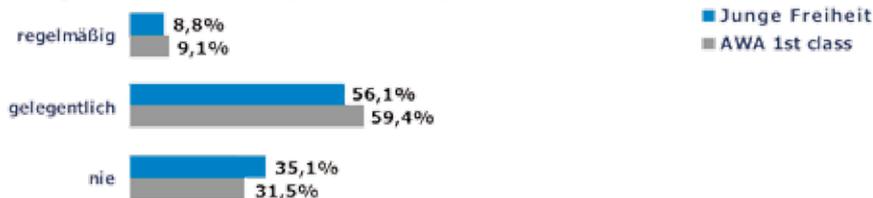


Kultur

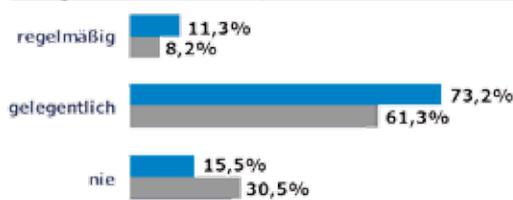
Frage 20: Wie häufig gehen Sie ins Theater, Oper oder Schauspielhaus?

Frage 21: Wie häufig besuchen Sie Museen, Galerien oder Kunstausstellungen?

Häufigkeit Besuch Theater, Oper oder Schauspielhaus



Häufigkeit Besuch Museen, Galerien oder Kunstausstellungen



¹AWA first class: Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren im gesellschaftlich-wirtschaftlichen Status 1 (ca. 6,59 Mio. = Oberschicht). Klassifizierung nach Lebensstil, Anspruchsniveau und kommunikat. Verhalten. Zus. Bewertung nach den Merkmalen Schulabschluss, Berufskreis, Einkommen und Einschätzung von Lebensstil und Lebenshaltung. Vergleichbarkeit AWA 1st Class/JF nur eingeschränkt möglich, da Abfragewort abweichend.

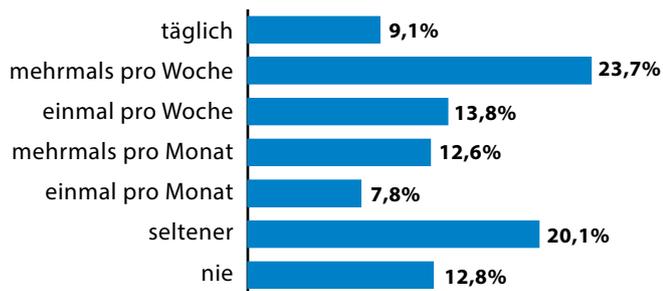
Weinkonsum

Frage 18: Wie häufig trinken Sie Wein?

Frage 19: Und wie viele Euro geben Sie normalerweise für eine Flasche Wein aus?

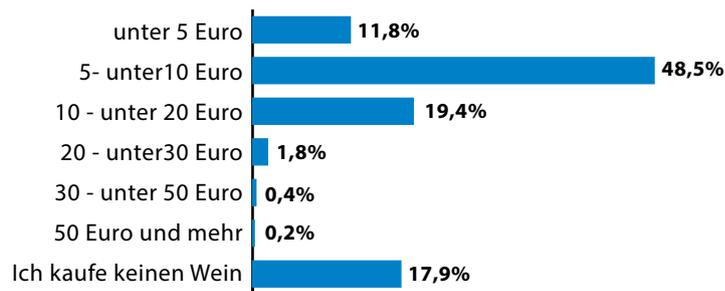


Weinkonsum Häufigkeit



Ausgabe pro Flasche Wein

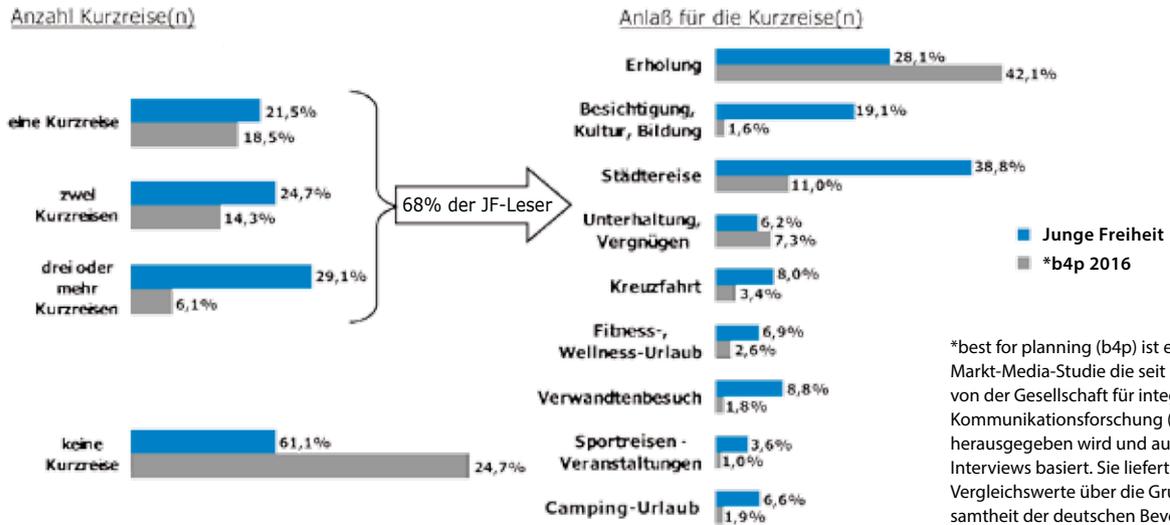
Junge Freiheit Ø € 7,90



- Während 39,3% der erwachsenen Gesamtbevölkerung angeben, keinen Wein zu kaufen, liegt dieser Wert bei den JF-Lesern nur bei 17,9%
- Außerdem geben die JF-Leser je Weinflasche deutlich überdurchschnittlich viel aus.

Kurzreisen

Frage 28: Haben Sie in den vergangenen 12 Monaten eine oder mehrere private Kurzreisen mit Übernachtung unternommen, die höchstens 4 Tage dauerten? Frage 29: Was war der Anlaß für diese Reise(n)?

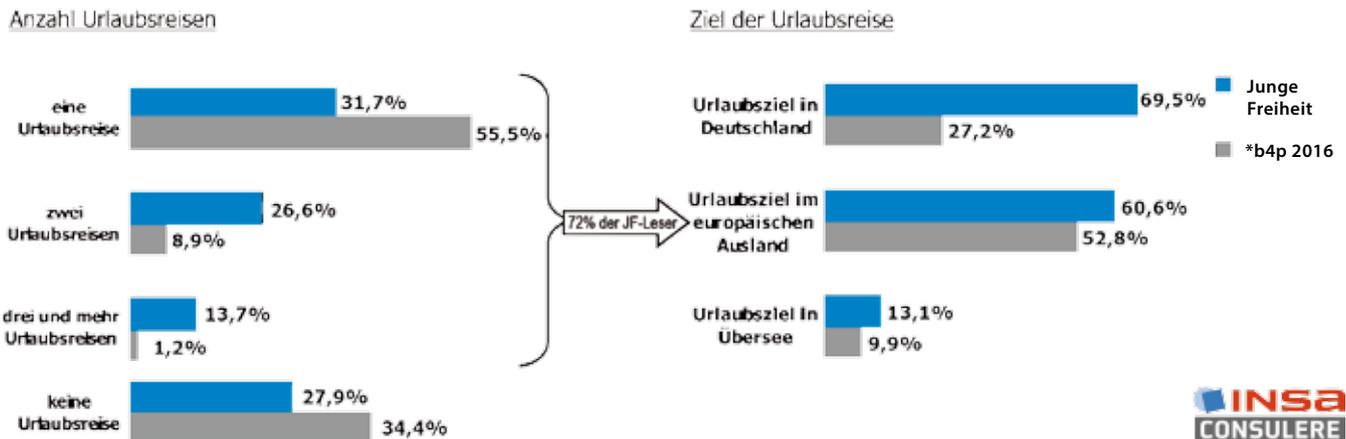


*best for planning (b4p) ist eine Markt-Media-Studie die seit 2013 von der Gesellschaft für integrierte Kommunikationsforschung (GIK) herausgegeben wird und auf 30.000 Interviews basiert. Sie liefert hier Vergleichswerte über die Grundgesamtheit der deutschen Bevölkerung.

- JF-Leser unternehmen mehr als doppelt so viele Kurzreisen wie der Bevölkerungsdurchschnitt und können daher auch sehr viel mehr Anlässe für diese Reisen angeben.
- Die mit Abstand häufigsten Reisegründe sind kultureller Art.

Urlaubsreisen

Frage 30: Haben Sie in den vergangenen 12 Monaten eine oder mehrere Urlaubsreisen gemacht, die 5 Tage oder länger dauerten? Frage 31: Wohin ging(en) diese Urlaubsreise(n)?



- Auch Urlaubsreisen werden von JF-Lesern deutlich überdurchschnittlich häufig durchgeführt.
- Bevorzugte Reiseziele liegen in Europa.

1 „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungstreibenden oder sonstigen Inserenten in der Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.

2 Wird ein Vertrag 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.

3 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.

4 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.

5 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 bei 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 beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen beinhalten, werden aus diesen Gründen nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

6 Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckerunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckerunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckerunterlagen gegebenen Möglichkeiten.

7 Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder unvollständigem Abdruck 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. Schadenersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluß und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen; Schadenersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzugs sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlegers für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt.

ZUSÄTZLICHE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

A Die Allgemeinen und die Zusätzlichen Geschäftsbedingungen, die Auftragsbestätigung und die jeweils gültige Preisliste des Verlages sind für jeden Auftrag maßgebend. Der erteilte Anzeigenauftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich. Der Geltung der Allgemeinen Geschäftsbedingungen des Auftraggebers wird hiermit ausdrücklich widersprochen. Die aus der Preisliste, Rechnung und dem Auftrag ersichtlichen Nachlässe gelten nur bei Einhaltung der bei Vertragsabschluß vereinbarten Zahlungsmodalitäten.

B Mit der Auftragserteilung bestätigt der Auftraggeber, daß er sämtliche zur Verwertung seiner an den Verlag übergebenen Druckerunterlagen erforderlichen Urheber-, Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte innehat. Der Auftraggeber alleine haftet für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der von ihm zur Verfügung gestellten Unterlagen und stellt der Verlag von allen wie auch immer gearteten Ansprüchen Dritter wegen des Inhalts und der Herkunft, insbesondere von Ansprüchen wettbewerbsrechtlicher, persönlichkeitsrechtlicher oder urheberrechtlicher Art, unverzüglich frei, die wegen der Veröffentlichung von Dritten gegen den Verlag geltend gemacht werden. Der Auftraggeber ersetzt dem Verlag darüber hinaus jeden durch die Veröffentlichung der Unterlagen entstandenen Schaden. Durch die Erteilung eines Anzeigenauftrages verpflichtet sich der Auftraggeber, die Kosten der Veröffentlichung einer Gegendarstellung, die sich auf tatsächliche Behauptungen der öffentlichen Anzeige bezieht, nach Maßgabe des jeweils gültigen Anzeigentarifes zu tragen – auch bei stornierten Aufträgen. Der Verlag ist nicht verpflichtet zu prüfen, ob durch die Anzeigen oder Beilagen Rechte Dritter beeinträchtigt oder verletzt werden.

C Bei höherer Gewalt, Arbeitskampf, Beschlagnahme oder Betriebsstörungen die der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der Anzeigen, wenn die Aufträge mit 80 % der vereinbarten Auflage oder der auf andere Weise vom Verlag zugesicherten Auflage erfüllt sind. Bei geringeren Auslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die vereinbarte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht. Alle weiteren Ansprüche auf Erfüllung oder Schadenersatz sind ausgeschlossen.

D Die Übersendung von mehr als 3 (drei) Druckvorlagen, die nicht termingerechte Lieferung der Druckerunterlagen und der Wunsch nach einer von der Vorlage abweichenden Druckwiedergabe können Auswirkungen auf Platzierung und Druckqualität verursachen, die nicht zu Reklamationen berechtigen. Die dadurch entstehenden Mehrkosten hat der Auftraggeber zu tragen.

E Die angegebenen Formate sind Arbeitsformate und können sich durch Beschnitt, Skalierung und verarbeitungsspezifische Bedingungen geringfügig verändern. Dies stellt keinen Grund zur Beanstandung dar.

F Bei Anzeigenschaltungen hat der Auftraggeber mangels anderweitiger schriftlicher Vereinbarungen kein Mitspracherecht in Bezug auf die Gestaltung der Druckschrift, die Platzierung der Anzeige, deren sekundäre Umrahmung oder sonstige Umfeld- und Produktgestaltung.

G Die angebotenen Anzeigen-, Dienstleistungs- und Materialpreise sind variable momentan kalkulierte Marktpreise. Steigende oder sinkende Preise von Zulieferern und Partnerunternehmen werden an den Auftraggeber weitergegeben und berechtigen nicht zur Vertragskündigung oder Zahlungsverweigerung. Eine begründete Preissteigerung von 20 % der Einzelposten gegenüber dem Vertragspreis gilt als markt- und geschäftsbüblich.

Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts beschränkt. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

8 Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch – und nur s/w – 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.

9 Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

10 Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

11 Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Vertrages 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.

12 Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch ein Belegexemplar. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitt, 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 der Anzeige.

13 Kosten für die Anfertigung bestellter Druckerunterlagen und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

14 Druckerunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.

15 Erfüllungsort und Gerichtsstand ist der Sitz des Verlages.

16 Für Kollektive, Sonderausgaben, Beilagen und Veröffentlichungen mit erkennbarer besonderer Gestaltung können besondere Preise, Schluß- und Rücktrittstermine festgelegt werden.

H Sind etwaige Mängel bei den Druckerunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden dieselben erst beim Druckvorgang oder nach Fertigstellung deutlich, so hat der Auftraggeber bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche gegen den Verlag. Das gleiche gilt bei fehlerhaften Wiederholungsanfragen, wenn der Auftraggeber nicht vor Drucklegung der nächstfolgenden Anzeige auf Fehler hinweist. Der Verlag muß sich die Berechnung entstehender Mehrkosten für Reproduktion und Satz vorbehalten. Fehlende oder fehlerhaft gedruckte Kontrollangaben ergeben keinen Anspruch für den Auftraggeber.

I Bei fernmündlich oder elektronisch aufgegebenen Anzeigen oder Änderungen von Anzeigen übernimmt der Verlag keine Haftung für die Richtigkeit der Übertragung und deren Auswertung. Der Verlag wendet bei der Entgegennahme und Prüfung aller Unterlagen die geschäftsbübliche Sorgfalt an, haftet jedoch nicht, wenn sie von dem Auftraggeber irreführend oder getauscht wird.

J Der Kunde hat vor einer digitalen Übermittlung von Druckerunterlagen dafür Sorge zu tragen, daß die übermittelten Dateien frei von Computerviren sind. Entdeckt der Verlag auf einer ihm übermittelten Datei oder E-Post Computerviren, wird diese Datei oder Nachricht gelöscht, ohne daß der Kunde hieraus Ansprüche geltend machen kann. Der Verlag behält sich vor, den Kunden oder Absender auf Schadenersatz in Anspruch zu nehmen, wenn durch die übermittelten Computerviren dem Verlag Schäden entstanden sind.

K Bei Verlust oder Beschädigung von Beilagen steht der Verlag nur für diejenige Sorgfalt ein, welche sie in eigenen Angelegenheiten anzuwenden pflegt.

L Der Verlag haftet nicht für unverlangt eingesandte Unterlagen aller Art.

M Platzierungswünsche werden nicht als Bedingungen eines Auftrages entgegengenommen.

N Werden bei Vertragsabschluß und bei der Bereitstellung der Druckerunterlagen keine konkreten Angaben über Rahmung, Farbe, Helligkeit, Kontrast und Raster gemacht, so bestimmt der Verlag nach billigem Ermessen. Ein diesbezügliches Reklamationsrecht seitens des Auftraggebers besteht nicht.

O Wenn nicht anders vereinbart, werden Aufträge innerhalb von 12 (zwölf) Monaten umgesetzt. Der Vertragszeitraum beginnt mit der Auftragserteilung. Kann der Auftrag vom Verlag innerhalb des vereinbarten Vertragszeitraumes aus internen wirtschaftlichen, personellen oder anderweitig wichtigen Gründen nicht abgewickelt werden, wird dieser Vertrag ohne Verpflichtung auf Erfüllung oder Leistung von Schadenersatz hinfällig. Der Auftraggeber wird darüber rechtzeitig informiert.

P Der Versand der Belege erfolgt durch schriftlichen Auftrag und auf Gefahr des Auftraggebers. Die Haftung für Transportschäden wird nicht übernommen. Der Versand erfolgt, sofern nicht anders vereinbart, nach Ermessen vom Verlag.

Q Die im Rahmen der Geschäftsbeziehung bekannt gewordenen Daten werden entsprechend den gesetzlichen Bedingungen und der wirtschaftlichen Notwendigkeit elektronisch bearbeitet und gespeichert.

Anzeigenvertretung



BMV Berliner Medien Vertrieb

BMV – Berliner Medien Vertrieb e.K.
Bleibtreustr. 49, 10623 Berlin

Telefon: 030-55 52 38-21
Telefax: 030-65 01 01-40
E-Post: info@berlinermedienvertrieb.de

Zahlungsbedingungen

Nach Rechnungserhalt rein netto Kasse.
Bei Vorauszahlung oder Teilnahme
am Bankabbuchungsverfahren 2 % Skonto.

Bankverbindung

Institut: Commerzbank Berlin
IBAN: DE 18 1004 0000 0510 7107 00

Druckparameter

Druckverfahren

Rollen-Offset

Raster

48er (120 lpi, 240 dpi)

Farben

CMYK, keine Schmutzfarben

Lichtpunkte

Ein Rastertonwert von 3 % (ausgenommen Spitzlichter)
nicht unterschreiten sowie 95% nicht überschreiten

Druckunterlagen

Dateien oder repro- und scanfähige Vorlagen

Dateiformate

EPS; TIF; PDF; JPEG

Satzparameter

Heftform

(Breite x Höhe) 400 mm x 570 mm

Satzspiegel

(Breite x Höhe) 350 mm x 520 mm

Spaltenanzahl/ -breite

Zeitung: 6 Spalten – à 55 mm
Buch und Medien: 4 Spalten – à 87,5 mm

BIC: COBADEFFXXX
Steuernummer / VAT-ID
DE 253 856 940

Geschäftsbedingungen

Es gelten die Geschäftsbedingungen wie in den
jeweils aktuellen Mediadaten veröffentlicht.

Anzeigenschluß

jeweils Dienstag der Vorwoche 18 Uhr

Anzeigenunterlagen

bis spätestens Freitag der Vorwoche 15 Uhr

Erscheinungsort

Berlin

Erscheinungsweise

wöchentlich freitags

Verbreitungsgebiet

Strichbreite

mindestens 0,1 mm

Betriebssystem

Apple Macintosh
Mac OS X

Macintosh-Layoutprogramme

In Design CS 6

Macintosh-Grafikprogramme

Photoshop CS 6
Illustrator CS 6
– Nur EPS- oder PostScript-Dateien
mit eingebundenen Schriften
– Keine Office-Dokumente
(Word, PowerPoint, etc.,
Corel Draw-Dateien nach vorheriger Absprache)

Bilder:

TIF, JPG, EPS, BMP
(Mindestauflösung 240 dpi);
72 dpi Bilder können nicht gedruckt werden.

Bitte beachten Sie

PostScript-Format
(folgende Optionen im Druckmenü einstellen):
Kompatibilität mindestens Acrobat 4
Zeichensätze – alle beifügen

Datenträger

CD-ROM, keine Disketten oder ZIPs

Ca. 95 % der Auflage verbreitet über die Bundesrepublik
Verlag

JUNGE FREIHEIT Verlag GmbH & Co. KG
Hohenzollerndamm 27 a, 10713 Berlin
Telefon: 030-86 49 53-0
Telefax: 030-86 49 53 -14
E-Post: verlag@jungefreiheit.de
Internet: www.jungefreiheit.de

Geschäftsführer

Dieter Stein

Gründung

1986 in Freiburg/Breisgau

Anschrift für Druckunterlagen

(nach Absprache)

JUNGE FREIHEIT Verlag GmbH & Co. KG
Druck & Satz
Hohenzollerndamm 27a
10713 Berlin

Möglichkeiten der Datenübertragung

FTP und E-Post.
Bitte setzen Sie sich dafür mit unserer Satzabteilung unter 030-
86 49 53 22 in Verbindung.

Anlieferung Beilagen

Anliefertermin

Freitag der Vorwoche, Mo. - Do. 7 - 16.30 Uhr, Fr. 7 - 15 Uhr

Versandanschrift

Frankfurter Societäts-Druckerei
Kurfürstenstr. 4-6
64546 Mörfelden-Walldorf
(Industriegebiet Ost)

Anlieferung

Die Beilagen müssen einwandfrei verarbeitet, verpackt und
gekennzeichnet sein. Maßgebend für die Beschaffenheit der
Beilagen und Lagenhöhe zwischen 80 und 100 mm auf den
Euro-Paletten sind die Richtlinien des Bundesverbandes
Druck e.V.
<http://www.bvdm-online.de/Aktuelles/Downloads.php>



Auflage unabhängig geprüft durch IW.

Alle Angaben in dieser Broschüre ohne Gewähr. Preisangaben in Euro und zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer. Änderungen und Irrtümer vorbehalten.



BMV
Berliner Medien Vertrieb
BMV – Berliner Medien Vertrieb e.K.
Bleibtreustr. 49
10623 Berlin
Telefon: 030-55 52 38 -21
Telefax: 030-65 01 01- 40
E-Post: info@berlinermedienvertrieb.de