Mediadaten 2024

gültig ab 01.01.2024

PREMIER Google Partner

Düsseldorfer Anzeiger

Es ist eure Stadt
Mitmachen, mitreden und diskutieren bei Facebook.
www.facebook.com/duesseldorferanzeiger

Verlagsangaben

geprüfte Auflage: ADA Auflagenkontrolle der Anzeigenblätter BVDA

geprüfte Prospektzustellung: GPZ Geprüfte Prospektzustellung BVDA

Mitglied im: BVDA Bundesverband kostenloser Wochenzeitungen

RHEIN GOLD www.rheingold.de www.panorama-online.de — Die Verlage gehören zur Panorama-Gruppe und sind der Anzeigenblatt-Komfi Rheingold angeschlossen.

Düsseldorfer Anzeiger
City Anzeigenblatt GmbH
Schadowstr. 11b · 40212 Düsseldorf
Postanschrift:
Zülpicher Str. 10 · 40549 Düsseldorf
Telefon: (0211) 90306-99
www.duesseldorfer-anzeiger.de
E-Mail: kontakt@duesseldorfer-anzeiger.de

Im Vermarktungsauftrag durch Rheinische Post Medien GmbH

Bankverbindung:
Deutsche Bank AG Düsseldorf
BIC DEUTDEDDXXX
IBAN DE74 3007 0010 0347 0010 00

Erscheinung:
wöchentlich zum Wochenende (bei Feiertagen auf Anfrage)

Preise:
Sind den jeweils gültigen Anzeigenpreislisten zu entnehmen. Alle angegebenen Preise sind Nettopreise, denen die Mehrwertsteuer hinzuzurechnen ist.

Chiffregebühr:
Bei Abholung €2,50 sowie bei Zusendung €5,00 zzgl. MwSt. je Veröffentlichung. Die Chiffregebühr wird als Verwaltungspauschale auch dann erhoben, wenn keine Offerten eingehen.

Vermittlungsprovision:
Für anerkannte Werbemittler 15% v. H. auf die jeweiligen Grundpreise.

Geschäftsbedingungen:
Anzeigen- und Beilagenaufträge werden zu den allgemeinen Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften und zu den zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages ausgeführt.

Zahlungsbedingungen:
Innerhalb von 7 Tagen nach Rechnungserhalt netto Kasse. Bei Teilnahme am SEPA-Lastschriftverfahren 2% Skonto, sofern ältere Rechnungen nicht überfällig sind. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in Höhe von 4 Prozent über dem jeweils gültigen Diskontsatz der Deutschen Bundesbank berechnet.

Bei neuen Geschäftsverbindungen oder ihm unbekannten Kunden behält sich der Verlag das Recht vor, die Veröffentlichung der Anzeigen/Beilagen von der Vorauszahlung des Rechnungsbetrages abhängig zu machen.

Anzeigeninformationen

Anzeigenschluss:
Mittwoch, 12.00 Uhr

Nachlässe bei Jahresabschlüssen:

Malstaffel, bei Mindestabnahme von	6 Anzeigen	=	5%
	12 Anzeigen	=	10%
	24 Anzeigen	=	15%
	48 Anzeigen	=	20%
Mengenstaffel, bei Mindestabnahme von	1.000 mm	=	3%
	3.000 mm	=	5%
	5.000 mm	=	10%
	10.000 mm	=	15%
	20.000 mm	=	20%
Umsatzbonus: Errechnet sich vom endgültigen Netto und ist – wenn im Voraus ein Jahresabschluss getätigt wurde – vom ersten Millimeter an fällig.	ab 30.000 mm	=	1%
	ab 40.000 mm	=	2%
	ab 60.000 mm	=	3%
	ab 80.000 mm	=	5%
	ab 100.000 mm	=	8%

Anzeigen mit einer Abdruckhöhe über 440 mm (Rheinisches Format) werden blatthoch berechnet.

Sonderformen Anzeigen

Titelseiten-Anzeigen: sind nur in bestimmten Größen und in beschränktem Umfang möglich (nähere Informationen auf Anfrage).

PR-Anzeigen: werden deutlich als „Anzeige" gekennzeichnet und sind ab 600 mm möglich. Es gelten die Gestaltungsprinzipien des Verlages. Satzarbeiten und/oder Fotos werden separat nach Aufwand in Rechnung gestellt oder sind vom Inserenten anzuliefern.

Anzeigen auf Verlags-Sonderseiten: können – wenn sie zu einem ermäßigten mm-Preis abgerechnet werden – nicht weiter rabattiert werden.

Panorama-Anzeigen: müssen aus technischen Gründen fünf Arbeitstage vor Erscheinen beim Verlag vorliegen. Der Bunddurchdruck wird als zusätzliche Spalte berechnet. Das Mindest-Abrechnungsformat beträgt 15 spaltig/150 Millimeter.

Technische Angaben

Satzspiegel:	326 mm x 480 mm (BxH)
Montagemaß schwarzweiß und 4c:	326 mm x 480 mm
Druckverfahren:	Offset-Rotationsdruck
Spaltenzahl:	7 Spalten à 44 mm
Spaltenbreiten:	Text- /Anzeigenteil

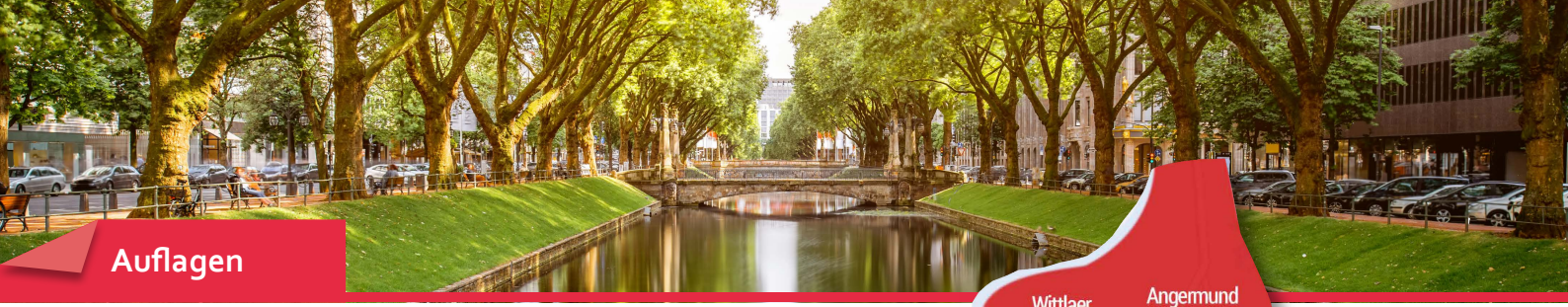
1 Spalte	2 Spalten	3 Spalten	4 Spalten	5 Spalten	6 Spalten	7 Spalten
44 mm	91 mm	138 mm	185 mm	232 mm	279 mm	326 mm

Raster: 40 Linien/cm; Tonwertumfang: Licht 0 %, Tiefe 90 %; max. Farbdeckung 240 %, Strichstärken: positiv min. 0,06 mm, negativ min. 0,10 mm Vierfarbanzeigen möglichst im Unbunt-Aufbau, maximale Flächendeckung 250 %, zeichnende Tiefe 85 %. Alle Farben, auch im Zusammendruck, nach rechtzeitiger Absprache und Vorlage der entsprechenden Farbmuster möglich. Andrucke bitte auf Zeitungspapier mit Zeitungsrotationsfarbe.

Digitale Datenübermittlung: Per eMail (nur EPS- oder PDF-Dateien mit eingebundenen Schriften oder Bildern, keine jpg-Komprimierung). Alle gleichen Farbtöne müssen in der selben Separation sein. Dateinamen und Ordner müssen auf den Kunden und die Kalenderwoche bezogen sein.

Zusätzlich zur Übertragung der digitalen Daten in den zulässigen Formaten ist eine schriftliche Auftragserteilung mit anliegendem Ausdruck der Anzeige sowie allen für die Abwicklung notwendigen Angaben erforderlich.

Ohne Druckunterlagen kann keine Garantie für Druckqualität und Richtigkeit von Text, Bild und Anzeigenmotiv übernommen werden. Reklamationsansprüche sind bei fehlenden Druckunterlagen ausgeschlossen.



Auflagen

Gesamtausgabe: 254.221

Teilausgabe 1 (Nord):

1	Angermund	2.220
2	Wittlaer	2.405
3	Kalkum	750
4	Kaiserswerth	2.610
5	Lohausen	1.515
6	Stockum	1.785
7	Golzheim	4.775
8	Pempelfort	12.535
9	Unterrath, Lichtenbroich	10.545
10	Rath	7.815
11	Mörsenbroich	6.410
12	Derendorf	9.385

TA 1 Gesamt: 62.750

Teilausgabe 2 (Mitte):

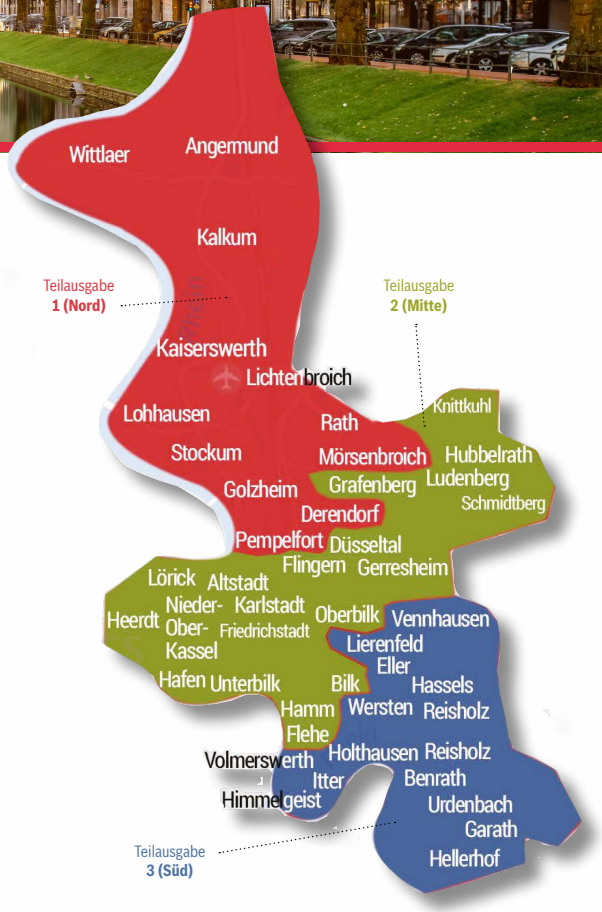
13	Heerdt	5.620
14	Niederkassel / Lörick	5.245
15	Oberkassel	7.770
16	Altstadt	1.130
17	Stadtmitte	7.576
18	Karlstadt	1.580
19	Unterbilk, Hafen, Hamm	12.375
20	Friedrichstadt	8.805
21	Bilk	17.490
22	Oberbilk	10.725
23	Volmerswerth, Flehe	2.095
24	Düsseltal (Zoo)	10.615
25	Flingern-Nord	11.345
26	Flingern-Süd	4.360
27	Grafenberg	2.990
28	Gerresheim, Ludenberg, Knittkuhl, Hubbelrath	16.200

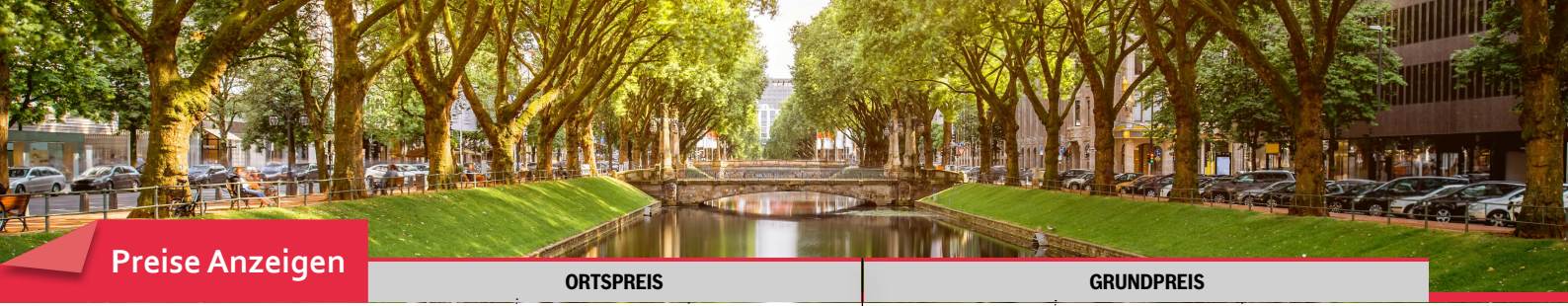
TA 2 Gesamt: 125.921

Teilausgabe 3 (Süd):

29	Lierenfeld	4.370
30	Eller	12.185
31	Vennhausen	4.455
32	Reisholz	1.470
33	Hassels	7.340
34	Wersten	10.310
35	Holthausen	4.795
36	Itter, Himmelgeist	1.435
37	Benrath	5.940
38	Urdenbach	3.790
39	Garath, Hellerhof	9.460

TA 3 Gesamt: 65.550



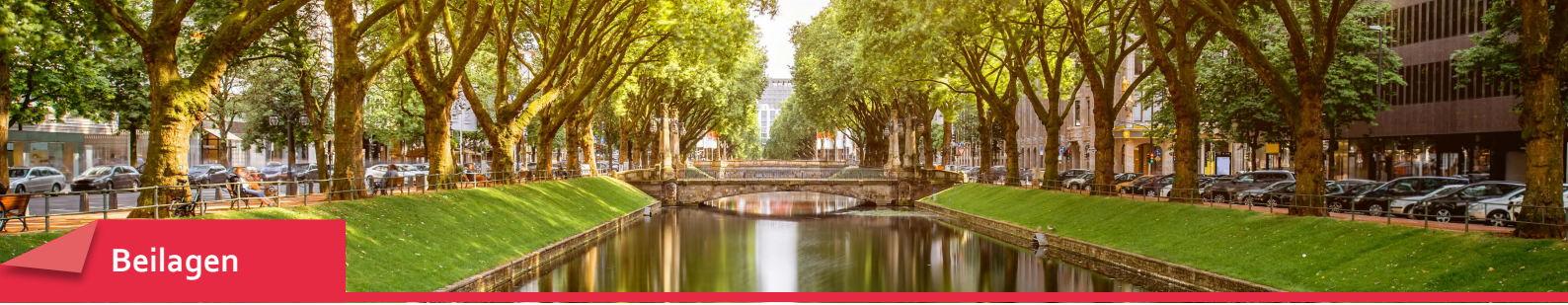


Preise Anzeigen

	ORTSPREIS			GRUNDPREIS		
	s/w	4c	Titelseiten Anzeige 4c	s/w	4c	Titelseiten Anzeige 4c
Gesamtausgabe Düsseldorfer Anzeiger	3,69 €	5,17 €	12,81 €	4,34 €	6,08 €	15,07 €
Teilausgabe 1 (Nord)	1,70 €	2,38 €	5,87 €	2,00 €	2,80 €	6,91 €
Teilausgabe 2 (Mitte)	2,48 €	3,47 €	8,57 €	2,92 €	4,08 €	10,08 €
Teilausgabe 3 (Süd)	1,75 €	2,45 €	6,05 €	2,06 €	2,89 €	7,12 €
Kombination Düsseldorfer Anzeiger + Mettmann + Erkrath	4,92 €	6,89 €	17,96 €	5,79 €	8,10 €	21,13 €

Preise Beilagen

	ORTSPREIS		GRUNDPREIS	
je 1.000 Exemplare	bis 15 g	je weitere 5 g	bis 15 g	je weitere 5 g
Düsseldorfer Anzeiger	54,60 €	5,78 €	64,24 €	6,79 €



Beilagen

Höchstformat:
Breite: 250 mm
Höhe: 340 mm
(größere Formate müssen auf Höchstformat gefalzt werden)

Anlieferung:
frühstens 8 Tage, spätestens 4 Tage vor Erscheinen, bis 15.00 Uhr
Bitte 1% Mehrauflage mitliefern.

Versandanschrift:
Rheinisch Bergische Druckereigesellschaft

Beilagenannahme:
Zülpicher Str. 10,
40549 Düsseldorf-Heerdt

Anlieferungszeiten:
Montag - Donnerstag von 08.00 - 16.00 Uhr
Freitag von 08.00 - 12.30 Uhr

Sonstige Angaben:
Auch bei bestätigten Beilagenterminen ist der Auftrag erst endgültig angenommen, wenn der Verlag mindestens 4 Tage vor Beilegung ein Muster der Beilage prüfen konnte. Der Verlag behält sich die Ablehnung oder Höherberechnung des Auftrages vor, wenn Beilagen für zwei oder mehr Firmen werben. Bei Rücktritt bis 14 Tage vor Erscheinen kostenlos, bei Rücktritt innerhalb von 14 Tagen vor Erscheinen berechnet der Verlag eine Ausfallentschädigung in Höhe von 50 % der niedrigsten Gewichtsstufen. In der beigelegten Auflage erfolgt ein kostenloser Beilagenhinweis mit Firmen-Logo. Beilagen dürfen in Umbruch und Druck nicht zeitungsähnlich sein. Ein Anspruch auf Minderung oder Schadensersatz entfällt, wenn mehrere Beilagen zusammenhaften und einem Zeitungsexemplar beigefügt werden, wenn Beilagen bei der Zustellung aus den Zeitungen herausfallen oder deren Sauberkeit durch den Einlegevorgang leidet. Der Verlag haftet nicht bei Verlust einzelner Beilagen auf dem Vertriebsweg. Bei Belegung von Teilen der Auflage wird keine Gewähr und Haftung übernommen, dass das gewünschte Gebiet vollständig und ausschließlich erfasst wird. 2-seitige Prospekte unter 120 g pro m² Papiergewicht können nicht verarbeitet werden.

Teilbelegungs-zuschläge
4,73 €
(pro Tsd. Stück)

Technische Angaben zur Prospekt-Beilagen-Beschaffenheit

- Mindesformat DIN A5 (148 x 210). Weitere Formate auf Anfrage.
- Keine Beilagen als Leporello- und Altarfalz. Mindestgewicht bei Einzelblättern 100 g/m², bei 1x gefalztem Doppelblatt min. 50 g/m².
- Das Beilagen-Gewicht muss min. 10 g betragen. Höchstgewicht: bei Beilagen über 100 g ist eine Rücksprache und Prüfung erforderlich.
- Beilagen dürfen - durch den Schnitt verursacht - keine Verblockung durch stumpfe Messer aufweisen. Bei gehefteten Beilagen sollte eine Klammer min. 40 mm entfernt von den Anlageecken sein. Die angelieferten Beilagen müssen in Art und Form einwandfreie, sofortige Verarbeitung gewährleisten, ohne dass eine manuelle Aufarbeitung notwendig wird.
- Die unverschränkten, kantengeraden Lagen sollten eine Höhe von 80 bis 100 mm aufweisen, damit sie von Hand greifbar sind. Mindestmenge pro Lage: 30 Exemplare. Die Beilagen müssen kantensauber auf stabile Paletten gestapelt sein.
- Jede Palette muss analog zum Lieferschein deutlich und sichtbar mit einer Paletten-Karte gekennzeichnet sein.

Bitte informieren Sie die von Ihnen beauftragten Druckereien und Speditionen über folgende, wichtige Lieferbedingungen:

- Jede Prospektanlieferung muss mit einem sichtbar angebrachten Lieferschein erfolgen, der min. Informationen zum belegenden Titel, Datum der Erscheinung/Verteilung sowie die angelieferte Menge enthält.
- Die Beilagen müssen auf Euro-Paletten und vollständig mit einer Toure angeliefert werden.
- Die Prospekte, die für mehrere Titel und/oder Erscheinungstage in einem Zuge angeliefert werden, müssen durch separate Lieferscheine eindeutig aufgeteilt und zugeordnet werden können.

Clever sparen!

Holen Sie mehr raus aus Ihrer Beilagenwerbung!

- **Freianzeigen**
Für jeden Beilagendurchgang (Vollabdeckung) erhalten Sie 200 mm Anzeigenraum (vierfarbig) in den belegten Ausgaben. Die Anzeige muss lediglich einen Bezug zum beigelegten Prospekt haben und am selben Tag erscheinen.

- **Vor-/Nachlaufanzeigen + „Erkundungsanzeigen“**
Buchen Sie zu Ihrer Beilage zusätzlich eine dieser Anzeigen, so erhalten Sie: 50% Nachlass* auf Vor-/Nachlaufanzeigen in den Gebieten, in denen die Beilage geschaltet wird + 50% Nachlass* auf ergänzende Anzeigen in benachbarten Ausgaben („Erkundungsanzeigen“).

*jeweils ohne weitere Nachlässe, gilt bei Vollbelegung einer Ausgabe

Prospektanzeigen: Übersehen unmöglich

Die Erfolgsformel für alle, die mit ihrer Werbung GROSS rauskommen wollen.

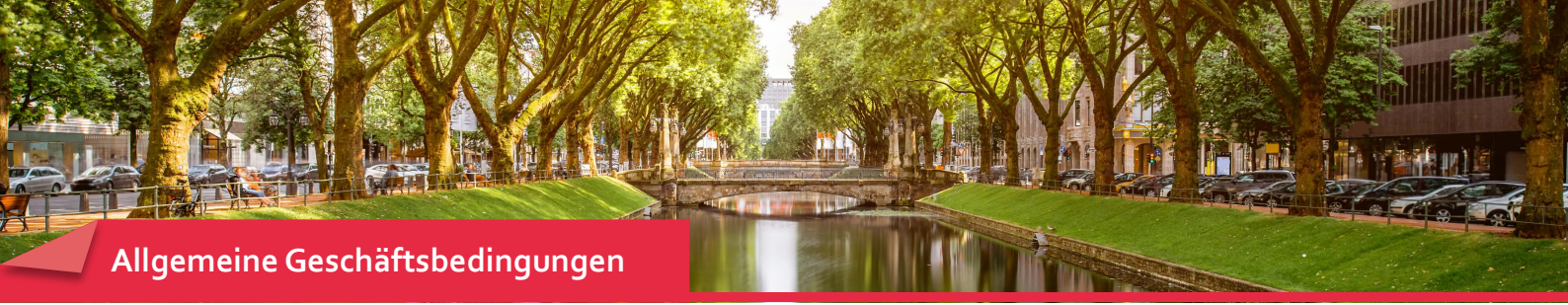
Verfügbarkeit und Preise nur auf Anfrage möglich.

Die Vorteile liegen auf der Hand:

- ☑ Schnelle Reaktion auf die Marktsituation
- ☑ Grafische Gestaltung durch unseren Verlag (optional)
- ☑ Höchste Produktaufmerksamkeit
- ☑ Hervorragendes Preis-Leistungs-Verhältnis

Gerne beraten wir Sie ausführlich über unser besonderes Angebot.

Druckdaten müssen fertig übermittelt werden oder Gestaltung durch den Verlag gegen Aufpreis (auf Anfrage). Prospektanzeigen werden nur mit Angeboten eines Auftraggebers veröffentlicht. Alle ausgewiesenen Preise sind nicht rabattierfähig.



Allgemeine Geschäftsbedingungen

§ 1 Geltungsbereich

1.1 Die nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen (nachfolgend „AGB") für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften der City Anzeigenblatt GmbH (nachfolgend „Verlag") und deren Partnerverlage gelten für alle Anzeigen-/Beilagenaufträge und Abschlüsse ausschließlich.

1.2 Für jeden Anzeigenauftrag und Folgeauftrag gelten die nachfolgenden AGB sowie die im Zeitpunkt des Vertragsschlusses aktuelle Preisliste des Verlags (abrufbar www.duesseldorfer-anzeiger.de/service/mediadaten), deren Regelungen einen wesentlichen Vertragsbestandteil bilden.

1.3 Die AGB des Kunden werden nicht anerkannt, es sei denn, der Verlag stimmt ihrer Gültigkeit ausdrücklich zu.

1.4. Die AGB des Verlages gelten auch dann, wenn der Verlag in Kenntnis entgegen stehender oder von diesen AGB abweichender Bedingungen des Auftraggebers den Anzeigenauftrag bzw. den Abschluss vorbehaltlos ausführt.

§ 2 Anzeigenauftrag/Beilagen

2.1 „Anzeigenauftrag" im Sinne der nachfolgenden AGB ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel wie z.B. Beilagen (nachfolgend „Anzeigen") eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten (nachfolgend „Kunde") in einer Druckschrift zum Zwecke der Verbreitung.

2.2 Diese AGB gelten sinngemäß auch für Beilagenaufträge. Diese werden vom Verlag grundsätzlich erst nach Vorlage eines Musters angenommen.

§ 3 Vertragsschluss

3.1 Aufträge für Anzeigen können persönlich, telefonisch, schriftlich, per E-Mail, Telefax oder per Internet (Online-Formular) aufgegeben werden. Der Verlag haftet nicht für Übermittlungsfehler. Der Anzeigenauftrag kommt zustande durch die Buchung der Anzeige durch den Kunden (Angebot) und wird schriftlich oder per E-Mail vom Verlag bestätigt (Annahme).

3.2 Es besteht kein Anspruch auf die Annahme von Anzeigenaufträgen. 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.

3.3 Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters 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 enthalten, werden nicht angenommen.

3.4 Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Kunden unverzüglich mitgeteilt.

§ 4 Widerrufsrecht des Verbrauchers

Das Widerrufsrecht besteht nicht, da die vorliegenden Leistungen auf einer individuellen Auswahl sowie auf die persönlichen Bedürfnisse des Verbrauchers zugeschnittene Leistungen darstellen.

§ 5 Abschluss und Abruf

5.1 „Abschluss" ist ein Vertrag über die Schaltung mehrerer Anzeigen unter Beachtung der vom Verlag angebotenen Rabattstaffeln, wobei die einzelnen rechtsverbindlichen Anzeigenaufträge jeweils erst durch schriftliche oder elektronische Bestätigung des Abrufs zustande kommen.

5.2 „Abruf" ist die Aufforderung des Kunden an den Verlag, aufgrund Grundlage eines Abschlusses eine konkrete Anzeige zu veröffentlichen und die Zustellung der für die Produktion erforderlichen Texte und Vorlagen.

5.3 Ist kein Erscheinungstermin vereinbart, sind Anzeigen spätestens ein Jahr nach Vertragsschluss abzurufen.

5.4 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 5.3 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.

5.5 Bei Abschlüssen ist der Kunde berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. innerhalb der in Ziffer 5.3 genannten Ein-Jahresfrist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.

5.6 Bei Errechnung der Abnahmemenge zur Abschlusserfüllung werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.

5.7 Die in der Preisliste ausgewiesenen Anzeigen- und Erscheinungstermine sind für den Verlag unverbindlich. Dem Verlag steht es frei, die Anzeigen- und Erscheinungstermine (auch bei Sonderveröffentlichungen) kurzfristig dem Produktionsablauf entsprechend anzupassen.

5.8 Der Werbetreibende hat rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb Jahresfrist entsprechenden Nachlass, wenn er zu Beginn der Frist einen Vertrag abgeschlossen hat, der auf Grund der Preisliste zu einem Nachlass von vornherein berechtigt. Die Ansprüche auf Nachvergütung oder Nachbelastung entfallen, wenn Sie nicht binnen drei Monaten nach Abschluss des Abschlussjahres geltend gemacht werden.

§ 6 Erstattung von Nachlässen und Rabatten

6.1 Werden einzelne oder mehrere Abrufe eines Abschlusses 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.

6.2 Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlags beruht.

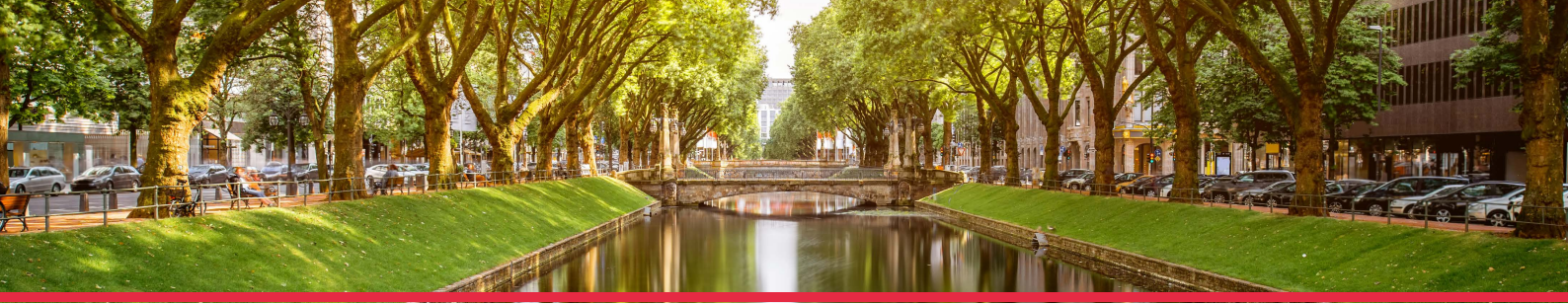
§ 7 Ablieferung und Platzierung der Anzeigenaufträge

7.1 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 Kunden 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.

7.2 Platzierungswünsche für Anzeigen können nur im Rahmen des technisch machbaren berücksichtigt werden. Die Platzierung ist daher nicht als Leistungsbestandteil zu verstehen. Eine etwaige Nichterfüllung des Platzierungswunsches berechtigt nicht zur Preisminderung.

7.3 Bei Kombi-Anzeigenaufträgen für verschiedene Titel behält sich der Verlag vor, die Anzeigen in den verschiedenen Titeln unterschiedlich zu platzieren. Sofern keine eindeutige Platzierung vereinbart ist, kann der Verlag die Platzierung frei bestimmen.

7.4 Sollte eine Anzeige innerhalb einer bestellten Ausgabe nicht platziert werden können, kann der Verlag diese Anzeige zum gleichen Preis in einer Ausgabe mit gleichem oder größerem Verbreitungsgebiet veröffentlichen. Dies gilt nicht, wenn es für die Bestellung einer bestimmten Aus-



gabe einen objektiv nachvollziehbaren, dem Verlag bekannten Grund gab.

7.5 Der Verlag wendet bei Entgegennahme und Prüfung der Anzeigentexte die geschäftsübliche Sorgfalt an. Er haftet jedoch nicht, wenn er von den Auftraggebern irregeführt wird.

§ 8 Textteilanzeigen

Textteilanzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen.
Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige" deutlich kenntlich gemacht.

§ 9 Druckunterlagen

9.1 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.

9.2 Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden sie erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Kunde bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche.

9.3 Druckunterlagen werden nur auf schriftliche Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet sechs Wochen nach Veröffentlichung der Anzeige.

9.4 Kosten für Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie für vom Kunden gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Kunde zu tragen.

§ 10 Veröffentlichung in digitalen Ausgaben

10.1 Der Verlag ist berechtigt, in der Zeitung erscheinende Anzeigen ergänzend in die Online-Dienste des Verlages und ggf. seiner Online-Kooperationspartner einzustellen. Bei Anzeigen, die im Internet veröffentlicht werden, ist der Verlag berechtigt, die Anzeigen technisch zu bearbeiten und optisch zu verändern.

10.2 Der Verlag hat das Recht, die Anzeige innerhalb des Zeitraumes, in dem die Printanzeige veröffentlicht wird, in einer dem jeweiligen technischen Standard entsprechenden Weise zusätzlich in digitalen Ausgaben (z.B. E-Paper, App) zu veröffentlichen.

§ 11 Rechtsgarantie und Rechtseinräumung

11.1 Der Kunde gewährleistet, dass er alle zur Schaltung der Anzeige erforderlichen Rechte besitzt. Der Kunde trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen sowie der zugelieferten Werbemittel. Er stellt den Verlag im Rahmen des Anzeigenauftrages bzw. Abschlusses von allen Ansprüchen Dritter frei, die von diesen gegen den Verlag im Zusammenhang mit der Veröffentlichung der Anzeigen geltend gemacht werden. Der Kunde stellt den Verlag diesbezüglich zudem von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung frei. Schließlich ist der Auftraggeber verpflichtet, den Verlag nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen und über Unterlassungserklärungen oder einstweilige Verfügungen im Hinblick auf Rechte Dritter unverzüglich schriftlich zu informieren.

11.2 Der Kunde überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbeanzeigen in Print- und Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs- und Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentlichen Zugänglichmachung, Bearbeitung und Umgestaltung und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrages notwendigen Umfang. Die vorgenannten Rechte werden in allen Fällen räumlich unbegrenzt übertragen.

11.3 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.

§ 12 Gewährleistung

12.1 Der Kunde ist verpflichtet, die Anzeige unverzüglich nach Veröffentlichung zu überprüfen. Ist der Kunde Kaufmann müssen Mängelrügen unverzüglich nach Veröffentlichung gegenüber dem Verlag geltend gemacht werden, es sei denn, es handelt sich um nicht offensichtliche Mängel. Für diese gilt eine Frist von sechs Monaten ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn. Soweit der Kunde Verbraucher ist, haben Rügen bei offensichtlichen Mängeln innerhalb von zwei Wochen, bei nicht offensichtlichen Mängeln innerhalb von zwölf Monaten ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn zu erfolgen.

12.2 Der Kunde hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei 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.

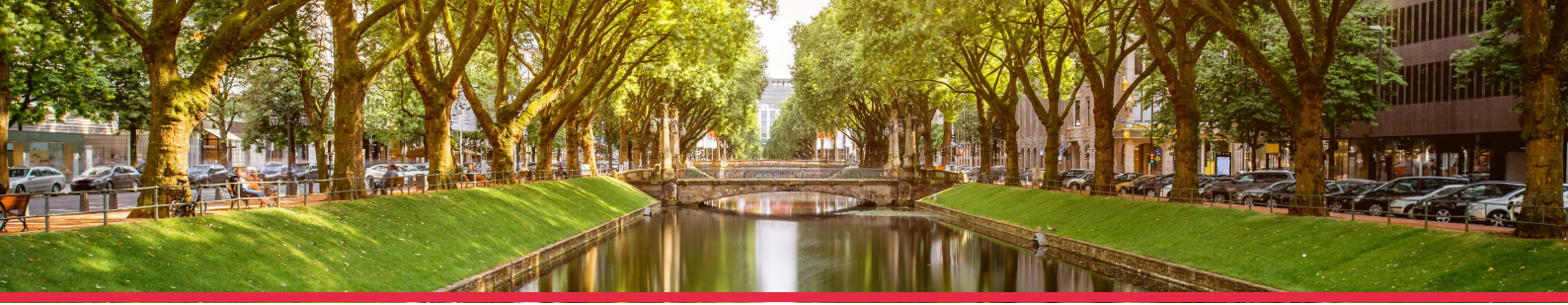
12.3 Fehlerhaft gedruckte Kenn- und Kontrollnummern beeinträchtigen den Zweck der Anzeige nicht.

12.4 Der Anspruch auf Nacherfüllung ist ausgeschlossen, wenn dies für den Verlag mit unverhältnismäßigen Kosten verbunden ist.

12.5 Der Kunde hat bei Wiederholungsanzeigen den richtigen Abdruck seiner Anzeigen sofort bei Erscheinen zu überprüfen. Der Verlag erkennt Zahlungsminderung oder Ersatzansprüche nicht an, wenn bei Wiederholungen der gleiche Fehler unterläuft, ohne dass nach der Veröffentlichung eine sofortige Richtigstellung seitens des Auftraggebers erfolgt ist.

§ 13 Haftung

13.1 Der Verlag haftet für vorsätzlich oder grob fahrlässig verursachte Schäden, für Schäden aus schuldhafter Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit sowie für Schäden aufgrund mindestens leicht fahrlässiger Verletzung einer Pflicht, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Anzeigenauftrages überhaupt erst ermöglicht, deren Verletzung die Erreichung des Vertragszwecks gefährdet und auf deren Einhaltung der Auftraggeber regelmäßig vertraut. Die Schadensersatzpflicht ist - abgesehen von der Haftung für Vorsatz und schuldhafter Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit - auf den vorhersehbaren, typischerweise eintretenden Schaden begrenzt. Im Übrigen sind Schadensersatzansprüche gegen den Verlag unabhängig vom Rechtsgrund ausgeschlossen. Soweit die Haftung des Verlags nach den vorstehenden Regelungen ausgeschlossen oder beschränkt ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung ihrer Mitarbeiter, Vertreter und Erfüllungsgehilfen. Die Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz bleibt hiervon unberührt. Schadensersatzansprüche von Kaufleuten gegen den



Verlag verjähren, abgesehen von Ansprüchen aus unerlaubter oder vorsätzlicher Handlung, in zwölf Monaten nach dem Zeitpunkt, in dem der Auftraggeber von den den Anspruch begründenden Umständen Kenntnis erlangt hat oder hätte erlangen müssen.

13.2 Beachtet der Kunde die Empfehlungen des Verlags zur Erstellung und Übermittlung von digitalen Druckunterlagen nicht, stehen ihm keine Ansprüche wegen fehlerhafter Anzeigenveröffentlichung zu. Dies gilt auch, wenn er sonstige Regelungen dieser AGB oder der Preisliste bzw. der Mediadaten nicht beachtet.

13.3 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 weiterverarbeitet werden können. Die Zusicherung bestimmter Eigenschaften ist nur wirksam, wenn sie schriftlich durch die Anzeigenabteilung erfolgt.

13.4 Der Kunde haftet dafür, dass die übermittelten Daten frei von Viren sind. Dateien mit Viren kann der Verlag löschen, ohne dass der Kunde hieraus Ansprüche herleiten könnte. Der Verlag behält sich Ersatzansprüche vor, wenn die Viren Schäden verursachen.

13.5 Bei fernmündlich aufgegebenen Anzeigen, Termin- oder Ausgabenänderungen, Textkorrekturen und Abbestellungen übernimmt der Verlag für Übermittlungsfehler und fehlerhafte Aufzeichnungen keine Haftung.

13.6 Der Verlag wird im Falle höherer Gewalt und Arbeitskampfmaßnahmen und Rohstoffverknappung von der Verpflichtung zur Auftragserfüllung freigestellt.

§ 14 Probeabzüge, Anzeigenbeleg und Abdruckhöhe

14.1 Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Kunde 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.

14.2 Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige. Bei Fließsatzanzeigen und bei privaten Gelegenheitsanzeigen besteht kein Anspruch auf Belegausschnitt. Bei Wiederholungsanzeigen hat der Auftraggeber Anspruch auf einen Anzeigenausschnitt für die erste Anzeige, alle weiteren Termine können durch Aufnahme-Bescheinigung bestätigt werden.

14.3 Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt. Weicht bei einer fertig angelieferten Druckunterlage die Abdruckhöhe von der bestellten Abdruckhöhe im Auftrag ab, gilt das Maß der abgedruckten Anzeige. Angefangene Millimeter werden dabei auf volle Millimeter nach oben gerundet.

§ 15 Zahlung

15.1 Die Rechnung ist innerhalb der auf der Preisliste/den Mediadaten ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder eine Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden der Preisliste entsprechend gewährt.

15.2 Die Bezahlung kann per Überweisung, per Barzahlung oder im Lastschriftverfahren erfolgen. Die grundsätzliche Akzeptanz der jeweiligen Bezahlmöglichkeiten ist dem jeweiligen Angebot zu entnehmen. Die sogenannte Pre-Notificationfrist nach der SEPA-Basis-Lastschrift wird auf drei Bankarbeitstage verkürzt. Der Kunde sichert zu, für die Deckung des Kontos zu sorgen. Kosten, die aufgrund von Nichteinlösung oder Rückbuchung der Lastschrift entstehen, gehen zu Lasten des Kunden, solange die Nichteinlösung oder die Rückbuchung nicht durch den Verlag verursacht wurde. Für Gelegenheitsanzeigen im Fließ gilt üblicherweise Barzahlung oder Bankeinzug (seit dem 01.02.2014 SEPA-Lastschriftverfahren).

15.3 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 vom dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen. Der Kunde ist zur Aufrechnung mit Gegenansprüchen nur berechtigt, wenn seine Gegenansprüche rechtskräftig festgestellt und nicht bestritten sind.

15.4 Der Verlag behält sich vor, Anzeigen von Auftraggebern, die nicht im Verbreitungsgebiet ansässig sind, nur gegen Vorkasse zu veröffentlichen. Bei Aufträgen aus dem Ausland ist generell Vorauszahlung erforderlich. Ist der Anzeigenauftrag nach den geltenden deutschen gesetzlichen Bestimmungen nicht mehrwertsteuerpflichtig, erfolgt die Rechnungsstellung ohne Mehrwertsteuerberechnung. Der Verlag ist zur Nachberechnung der Mehrwertsteuer berechtigt, wenn die Finanzverwaltung die Steuerpflicht der Anzeige bejaht.

§ 16 Auflagenminderung

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 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 Exemplare 20 v. H.
- bei einer Auflage bis zu 100.000 Exemplare 15 v. H.
- bei einer Auflage bis zu 500.000 Exemplare 10 v. H.
- bei einer Auflage über 500.000 Exemplare 5 v. H.

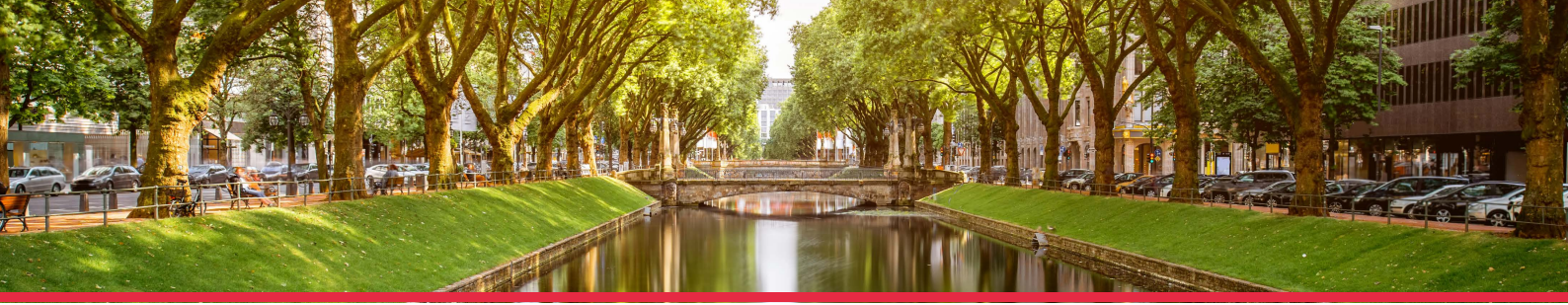
beträgt. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Kunden von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.

§ 17 Chiffreanzeigen

17.1 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.

17.2 Die Eingänge auf Chiffreanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein.

17.3 Dem Verlag kann einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Kun-



den zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A 4 (Gewicht 500 g) überschreiten sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegen genommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann dennoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.

17.4 Der Kunde haftet für die Rücksendung der Unterlagen.

17.5 Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.

§ 18 Preise

18.1 Maßgeblich für die Preise ist die jeweils zum Zeitpunkt des Anzeigenauftrages gültige Preisliste. Die Preisliste ist einsehbar unter www.duesseldorfer-anzeiger.de/service/mediadaten in der Geschäftsstelle der City Anzeigenblatt GmbH sowie in den Anzeigenannahmestellen.

18.2 Alle Preise und Vergütungen verstehen sich stets zuzüglich der am Tag der Rechnungsstellung gültigen gesetzlichen Mehrwertsteuer; das gilt insbesondere für in Anzeigenaufträgen und Preislisten genannte Preise.

18.3 Sofern die Preisliste des Titels sich auf Textmillimeterzeilen bezieht, werden bei der Errechnung der Abnahmemengen Textmillimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigenmillimeter umgerechnet.

18.4 Bei Anzeigen ab 450 mm Höhe wird volle Satzspiegelhöhe (480 mm) berechnet.

18.5 Für besondere Anzeigen- und Beilagenabschlüsse sowie -aufträge, insbesondere auch für Sonderseiten und -rubriken, können vom Verlag abweichende Preise festgelegt werden.

18.6 Der Verlag kann für Anzeigen, die in Themen-Kollektiven erscheinen, von der Preisliste abweichende Preise vereinbaren, die auch anteilige Kosten für thematisch unterstützende redaktionell gestaltete Beiträge enthalten können. In einem solchen Fall werden die entsprechenden Beiträge oder die gesamte Veröffentlichung als „Anzeige" gekennzeichnet.

18.7 Der Preis für Anzeigen von Kunden aus dem Verbreitungsgebiet kann von solchen Unternehmen in Anspruch genommen werden, die ihren Sitz oder Niederlassungen im Verbreitungsgebiet haben und für sich oder ihre Niederlassungen ohne Einschaltung eines Werbungsmittlers Personal suchen, Gelegenheitsanzeigen aufgeben oder ortsabhängig Waren bzw. Dienstleistungen anbieten. Sind Anzeigen des vorgenannten Kundenkreises über Werbungsmittler abzurechnen, so gelten nicht die Preise für Ortskunden, sondern die Grundpreise.

18.8 Der Verlag ist berechtigt, die Preise jederzeit mit Wirkung für die Zukunft zu ändern. Preisänderungen für Anzeigenaufträge sind wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens drei Monate vor Veröffentlichung der Anzeige angekündigt werden. In diesem Fall steht dem Kunden ein Sonderkündigungsrecht zu. Das Kündigungsrecht muss innerhalb von 14 Tagen schriftlich nach Zugang der Änderungsmitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden.

§ 19 Farbanzeigen

Farbanzeigen werden im Vierfarbdruck grundsätzlich aus den Grundfarben Cyan, Magenta, Yellow, Key (Schwarz) nach der ISO-Farbskala erzeugt. Bei Farben aus der HKS-Farbskala Z (Zeitungspapier) sind Abweichungen zur Originalfarbe möglich. Farben aus der Pantone-Farbskala, die nicht im herkömmlichen Vierfarbdruck erreicht werden können, können nicht erzeugt werden. Verzichtet der Kunde auf eine der in der ISO-Skala enthaltenen Grundfarben, wird der Preis der Werbeanzeige nicht gemindert. Bei der Beauftragung von Farbanzeigen in einer geringeren Größe als der für die jeweilige Rubrik vorgesehenen Mindestgröße wird der Preis für die jeweilige Mindestgröße berechnet. Die Mindestgröße beträgt 100 mm. Bei Farbanzeigen, die ohne Farb-Proof geliefert werden sowie bei unerwünschten Druckresultaten, die auf eine Abweichung der Vorgaben des Verlages zur Übermittlung von digitalen Datensätzen beruhen, sind Preisminderungen ausgeschlossen.

§ 20 Werbeagenturen

20.1 Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen gegenüber den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlags zu halten. Die vom Verlag gewährte Vermittlungsprovision darf an die Kunden weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

20.2 Die Vermittlungsprovision wird nicht auf Lokal- und Privatpreise gewährt und fällt nur bei Vermittlung von Aufträgen Dritter an. Sie wird nur an vom Verlag anerkannte Werbeagenturen vergütet unter der Voraussetzung, dass der Auftrag unmittelbar von der Werbeagentur erteilt wird, ihr die Beschaffung der fertigen und druckreifen Druckunterlagen obliegt und einer Gewerbeanmeldung der Werbeagentur vorliegt.

20.3 Dem Verlag steht es frei, Aufträge von Werbeagenturen abzulehnen, wenn Zweifel an der berufsmäßigen Ausübung der Agenturtätigkeit oder der Bonität der Werbeagentur bestehen.

20.4 Anzeigenaufträge durch Werbeagenturen werden in deren Namen und auf deren Rechnung erteilt. Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag daher im Zweifel mit der Werbeagentur zustande. Soll ein Werbungtreibender Kunde werden, muss dies gesondert unter namentlicher Nennung des Kunden vereinbart werden. Der Verlag ist berechtigt, von der Werbeagentur einen Mandatsnachweis zu verlangen.

§ 21 Stornierungen

21.1 Stornierungen von ganzseitigen Anzeigen und seitenteiligen Anzeigen können nur bis zu 5 Tage vor dem vereinbarten Erscheinungstermin berücksichtigt werden.

21.2 Stornierungen können nur schriftlich, per Telefax oder E-Mail erfolgen. Ist die Anzeige bereits in Druck gegeben, hat der Kunde die Anzeige zu bezahlen. ist die Anzeige noch nicht in Druck gegeben, kann der Verlag die Erstattung der bis zur Stornierung angefallenen Kosten nach den gesetzlichen Vorschriften verlangen.

§ 22 Datenschutz

Wir verarbeiten Ihre angegebenen Daten zur Abwicklung Ihrer Anzeigenaufgabe. Wir handeln damit zur Erfüllung vertraglicher Verpflichtungen gemäß Art. 6 Abs.1 lit b DSGVO. Die eingegebenen Daten werden nur unseren Mitarbeitern zur Verfügung gestellt.

Eine Verarbeitung in einem Drittland findet nicht statt. Die Daten werden nach Wegfall der Zweckbindung gelöscht. Mit dem Absenden Ihrer Anzeigenaufgabe erklären Sie sich mit der Verarbeitung Ihrer Daten einverstanden.

Weitere Informationen nach Art. 13 DSGVO zur Erhebung von personenbezogenen Daten bei der betroffenen Person können Sie unter LINK zu den Infopflichten, z.B. http://www.duesseldorfer-anzeiger.de/info/daten erhebung abrufen.

§ 23 Rechtswahl und Gerichtsstand

23.1 Es gilt deutsches Recht unter Ausschluss des UN-Kaufrechts und unter Ausschluss von Kollisionsrecht.

23.2 Erfüllungsort ist Düsseldorf.

23.3 Gerichtsstand für Klagen gegen Kaufleute, juristische Personen des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliches Sondervermögen ist Düsseldorf.

Bildquellen: Titelbild: 123rf.com/Maria Krylova Innenteil: 123rf.com/Olena Kachmar

Mitten im Leben

Weit über die Hälfte der regelmäßigen Anzeigenblattleser* ist in der Gruppe der kaufkräftigen Erwerbstätigen zwischen 30 und 64 Jahren. Das sind insgesamt 16,1 Millionen Menschen.

Besser im Bilde

Im Vergleich zur Gesamtbevölkerung wollen überdurchschnittlich viele Anzeigenblattleser* über das Zeitgeschehen und Hintergründe informiert sein.

Vertraute Routine

Mit 46,9 % nutzt fast jeder zweite Anzeigenblattleser* das lokale Medium oft und intensiv.

Wöchentlicher Konsumkompass

Mehr als zwei Drittel der Anzeigenblattleser* verbinden positive Eigenschaften mit Werbung in Anzeigenblättern.
Sie wird unter anderem als informativ und kaufanregend wahrgenommen.

Lokal ist Trumpf

Was vor der eigenen Haustür passiert, interessiert die Menschen besonders stark. Bei den Anzeigenblattlesern* erreicht dieses Informationsbedürfnis sogar über 90 Prozent.

Quelle: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse 2022/2023
b4p best for planning 2022/2023

*Leser pro Ausgabe

Düsseldorfer Anzeiger

Zülpicher Str. 10 • 40549 Düsseldorf
www.duesseldorfer-anzeiger.de