Mediadaten 2024





Profil

der gemeinderat

ist im 67. Jahrgang die renommierte unabhängige Fachzeitschrift für Entscheidungsträger in Kommunalverwaltungen und kommunalen Unternehmen. Sie wendet sich auch gezielt an politische Mandatsträger auf Stadt-, Gemeindeund Kreisebene. Für Verwaltungsspitzen, Fachämter, kommunale Beschaffungsstellen und Stadt- und Gemeinderäte stellen das Magazin und sein Service-Portal treffpunkt-kommune.de seit Jahrzehnten eine unverzichtbare Informationsquelle dar.

Modernes Magazinlayout

"der gemeinderat" erscheint in einem frischen, modernen Magazinlayout mit vielen Porträts und Experten-Beiträgen. Garantiert leserfreundlich.

Neue Impulse

In unseren Praxisbeiträgen zeigen wir herausragende Beispiele kommunaler Erfolge auf. Ob aus Digitalisierung, Klimaschutz, Kommunalbau, Mobilität oder Verwaltung: Wir setzen wertvolle Impulse für den kommunalen Wirkungsbereich.



Erscheinungsweise:

monatlich (Juli/August sowie Dezember/Januar als Doppelausgabe)

Ausgaben:

10 plus Sonderausgaben

Verbreitung:

Deutschland

Auflage:

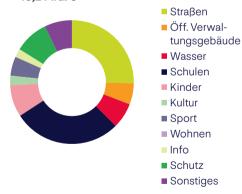
Druckauflage: 12.000 verbreitete Auflage: 11.800



Die Kommunen als finanzkräftige Zielgruppe erreichen

Werben Sie mit "der gemeinderat" direkt bei kommunalen Entscheidungsträgern für Ihr Unternehmen. Städte, Gemeinden und Kreise gelten als größte öffentliche Auftraggeber und finanzkräftige Zielgruppe für Industrie und Dienstleistungsunternehmen.

Kommunale Investitionen 2023 43,1 Mrd. €



Quelle: KfW Kommunalpanel/Difu 2023. Geplante Investitionen 2023.

Unsere Vorteile

Optimales Umfeld und hoher Komfort

Mehr als 65 Jahre Kompetenz

Seit mehr als 65 Jahren stehen wir für unabhängige Berichterstattung und hochwertige Inhalte. Durch unsere langjährige Kompetenz profitieren Sie nicht nur von hoher Akzeptanz bei unseren Leserinnen und Lesern, sondern auch von einer schnellen Umsetzung Ihrer Wünsche durch ein eingespieltes Team.

Genau die richtige Zielgruppe

90.000 Leser

Zu unserer Kernzielgruppe zählen Bürgermeister, Stadt-/Gemeinderäte und Kämmerer. Mit unserer Druck-auflage von 12.000 Exemplaren und unseren digitalen Kanälen erreichen wir mehr als 90.000 interessierte Leser. Damit erreichen wir die kommunale Führungsebene im gesamten Bundesgebiet nachweislich und ganz gezielt. Profitieren Sie von einer extrem starken Zielgruppendurchdringung.

Hohe Verteilqualität, kein Streuverlust

Beste Werbewirkung

Wir erreichen unsere Zielgruppe persönlich adressiert und stellen unser Magazin direkt zu – ob in der Print-Version direkt in die Briefkästen oder als E-Paper direkt ins E-Mail-Postfach. So vermeiden wir unnötige Kosten und garantieren eine hohe Werbewirkung. Jeder Euro Werbebudget erreicht genau sein Ziel.

Verbreitung

Die Kommunen als finanzkräftige Zielgruppe erreichen

"der gemeinderat" ist führender Werbeträger für den kommunalen Bereich und ideales Medium für mittelständische Unternehmen sowie international operierende Konzerne, um auf dem kommunalen Markt an exponierter Stelle zu werben

"der gemeinderat" erreicht kommunale Entscheider im gesamten Bundesgebiet. Mit unserer Auflage richten wir uns an Entscheiderinnen und Entscheider aller 11.000 Kommunen in Deutschland und garantieren eine extrem starke Zielgruppendurchdringung.

→ Nielsen-Gebiete Nielsen I Hamburg, Bremen, Schleswig-Holstein, Niedersachsen 1.800 Exemplare Nielsen II Nordrhein-Westfalen 1.400 Exemplare Nielsen III a Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland 2.000 Exemplare Nielsen III b Baden-Württemberg 2.100 Exemplare Nielsen IV Bayern 2.300 Exemplare Nielsen V Berlin 100 Exemplare Nielsen VI Mecklenburg-Vorpommern, IIIb Brandenburg, Sachsen-Anhalt 1.100 Exemplare Nielsen VII Thüringen, Sachsen 1.000 Exemplare

Unsere Zielgruppe im Profil



Der erfahrene Lokalpolitiker

Dieter ist 59 Jahre alt und Bürgermeister einer deutschen Großstadt. Politisch engagiert sich Dieter sehr dafür, seine Heimat attraktiv zu gestalten. Er setzt sich ein für günstige Bauflächen, kostenfreie Kinderbetreuung und dynamische Wirtschaftsförderung. Aktuell lässt er neue Schnell-E-Ladesäulen installieren.

Dieter ist seit über 20 Jahren in der Kommunalpolitik tätig und verfügt deshalb über ein großes Netzwerk mit Kontakten in Politik und Wirtschaft. Er informiert sich über gedruckte Medien und besucht des Öfteren Fachkongresse

Redaktionelle Interessen:

Mobilität, Wirtschaft, Kommunaltechnik



Der engagierte Anpacker

Mit 41 Jahren zählt Martin zu den jüngsten Bürgermeistern Deutschlands. Seit rund zwei Jahren ist er das Oberhaupt einer Stadt mit knapp 100.000 Einwohnern. Die Themen, mit denen er sich maβgeblich beschäftigt, sind neue Mobilität und Verkehrswende. Auβerdem treibt er gemeinsam mit seinen Fachamtsleitern die Digitalisierung der Verwaltung voran.

Martin informiert sich täglich print und digital zu aktuellen Themen aus Wirtschaft, Parlament und Verwaltung. Fachinformationen hat er gerne übersichtlich aufbereitet auf einen Blick.

Redaktionelle Interessen:

Umwelt, Energie, Mobilität, Digitalisierung, Smart City



Die grüne Unternehmerin

Monika ist Geschäftsführerin der Stadtwerke einer kleinen Gemeinde mit rund 20.000 Einwohnern. Umweltfreundliche Betriebsabläufe und Klimaschutz sind ihr ein groβes Anliegen. Projekte wie die lokale Erzeugung erneuerbarer Energien und nachhaltiges Abwassermanagement hat sie bereits umgesetzt. Jetzt investiert sie in einen grünen Fuhrpark. Monika liest die Nachrichten des Tages gerne digital auf ihrem iPad. Bei Fachinformationen und längeren Artikeln bevorzugt sie gedruckte Magazine.

Redaktionelle Interessen:

Energie, Versorgung, Kommunalentwicklung, Neues aus der Wirtschaft



Der zahlenaffine Experte

Andreas lebt in einer ländlichen Gemeinde in Bayern und leitet seit fast 10 Jahren das Gewerbeamt. Die Förderung der lokal ansässigen Unternehmen und eine attraktive Gestaltung des Wirtschaftsstandorts ist seine Berufung, der er mit Leidenschaft nachgeht. Die Durchführung von Analysen und der vernünftige Umgang mit Finanzen ist ihm genauso wichtig wie die Weiterentwicklung seiner Behörde im digitalen Bereich. Andreas liest Tageszeitung und hält sich durch sein breites Netzwerk auf dem Laufenden Über seinen Fachbereich informiert er sich überwiegend online und durch Newsletter.

Redaktionelle Interessen:

Wirtschaft, Finanzen, Digitale Verwaltung

Unsere Zielgruppe in Zahlen





Unsere Zielgruppe besteht aus **engagierten Fach- und Führungskräften** der kommunalen Ebene mit langjähriger Erfahrung in der Kommunalpolitik.



Quellen: Leserumfrage "der gemeinderat" 2020; Bundesinstitut für Bevölkerungsforschung, 2018. Schmid / Wilke (Hans Böckler Stiftung): Branchenanalyse kommunale Verwaltung, 2016. Lukoschat / Belsner: Frauen führen Kommunen, 2014. Bertelsmann Stiftung / Deutscher Städtetag / Deutscher Städte- u. Gemeindebund (Hrsg.): Beruf Bürgermeister/in. Eine Bestandsaufnahme für Deutschland, 2018. LAE Leseranalyse Entscheidungsträger in Wirtschaft und Verwaltung e.V., 2019

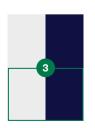
Laut aktuellen Studien nutzen kommunale Entscheidungsträger Fachzeitschriften und deren Webseiten überdurchschnittlich häufig als Informationsquelle. Keinem anderen Medium kommt eine so große Relevanz zu.

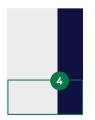
Anzeigenpreise und -formate

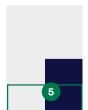
	Anzeigen	Format im Satzspiegel Breite × Höhe	Format im Anschnitt Breite × Höhe (+ 3 mm Beschnitt an allen Seiten)	Preise für Anzeigen 4C (vierfarbig)
1	1/1 Seite U4 1/1 Seite U2, U3 1/1 Seite	185 × 270 mm	210 × 297 mm (216 × 303 mm)	7.100 € 6.950 € 6.650 €
2	Juniorpage	-	135 × 189 mm (141 × 195 mm)	3.950€
3	1/2 Seite hoch 1/2 Seite quer	90 × 270 mm 185 × 132 mm	103 × 297 mm (109 × 303 mm) 210 × 146,5 mm (216 × 153 mm)	3.850€
4	1/3 Seite hoch 1/3 Seite quer	58 × 270 mm 185 × 86 mm	71 × 297 mm (77 × 303 mm) 210 × 100,5 mm (216 × 107 mm)	2.750€
5	1/4 Seite hoch 1/4 Seite quer	90 × 132 mm 185 × 63 mm	103 × 146,5 mm (109 × 153 mm) 210 × 75 mm (216 × 81 mm)	2.350 €
6	1/8 Seite quer 1/8 Seite quer	90 × 63 mm 185 × 29 mm	-	1.250 €
7	2/1 Seiten Panorama	394 × 270 mm	420 × 297 mm (426 × 303 mm)	10.250€















Beilagen und Sonderwerbeformen

Beilagen

Beilagen

Beilagen werden dem Magazin lose beigefügt. Preis je Tausend:

bis 25 g 330 €	
bis 30 g 350 €	
bis 35 g 370 €	
bis 40 g 400 €	
über 40 g auf Anfra	ge

Format maximal:

200 mm breit × 285 mm hoch

Vollbelegung

12.000 Exemplare, bei Teilbelegung 50% Mindermengenzuschlag auf den Listenpreis

Mindestmenge

3.000 Exemplare, Mindermengenzuschlag 50 % auf den Listenpreis

Preise

Keine Wiederholungsrabatte. Alle Preise zzgl. MwSt. und Postgebühren.

Muster

Der Verlag benötigt 2 Wochen vor Erscheinen des Magazins verbindliche Muster, die auf ihre Verarbeitungsfähigkeit überprüft werden.

Anlieferungstermin

Mindestens 2 Wochen vor Erscheinungstermin, frühestens 4 Wochen vor Erscheinen bei kostenfreier Anlieferung frei Haus.

Kennzeichnung

Die Versandpapiere und die Umverpackung müssen folgende Angaben enthalten: Menge, Titel und Ausgabe. Bei Teilbeilagen ist die Angabe des Gebietes erforderlich.

Verpackung

Lose, unverschränkt in Lagen zu mindestens 25 Exemplaren in Einwegboxen oder Stülpdeckelkartons (nicht eingeschweißt oder gebändelt). Werden verschiedene Sorten gemeinsam angeliefert, so darf jedes Packstück nur eine Sorte enthalten. Alle Packstücke sind zu kennzeichnen.

Lieferanschrift

Möller Pro Media GmbH, Zeppelinstraβe 6 16356 Ahrensfelde

Sonderwerbeformen

Beihefter

Beihefter sind mit dem Magazin fest verbunden. Mindestumfang: 4 Seiten Kopfbeschnitt: 5 mm Preis: Auf Anfrage

Beikleber

Postkarten, Booklets oder andere Produkte werden auf Ihrer Anzeige befestigt und können vom Leser abgelöst werden.

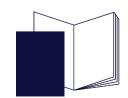
Preis: Auf Anfrage

Gatefolder

Der Gatefolder ist eine nach links (Titel) ausklappbare Anzeigenseite. Belegung U2 plus die zwei Anzeigen-Innenseiten (Panorama). Preis: Auf Anfrage

Umhefter

Aufmerksamkeit garantiert. Das Magazin wird von Ihrer Werbebotschaft umschlossen. Preis: Auf Anfrage











Anbieterverzeichnis

Präsentieren Sie sich dort, wo man Sie sucht – im Anbieterverzeichnis von "der gemeinderat". Mit Ihrer Präsenz in unserem Branchenverzeichnis finden die Kunden direkt zu Ihnen. Das Anbieterverzeichnis erscheint in jeder Ausgabe sowie online unter www.treffpunkt-kommune.de.

Print

Verlässlich und übersichtlich aufbereitet erhalten unsere Leser sortiert nach Branche alle Informationen über starke Partner, Produkte und Lösungen. Direkter Kontakt ohne Umwege. Sichern Sie sich Ihre Präsenz für ein Jahr zu günstigen Sonderkonditionen.

Format: 1-spaltig (43 mm × ca. 50 mm)*
Laufzeit: 1 Buchungsjahr (10 Ausgaben)

Preis: 119 € je Ausgabe *weitere Größen auf Anfrage

Online: Standardeintrag

Ergänzend zu Ihrer Anzeige im Magazin können Sie einen Standardeintrag auf www.treffpunkt-kommune.de hinzubuchen. Sprechen Sie uns an.

(Mustereintrag mit Logo, max. 400 Zeichen Vorstellungstext, inklusive Leerzeichen und Kontaktdaten)

Print: Anbieterverzeichnis



Online: TOP Anbieter



Online: TOP Anbieter

TOP Anbieter gibt Ihnen die Möglichkeit, das ganze Jahr über mit einer hervorgehobenen Premium-Präsenz (Logo auf Startseite mit Verlinkung zu Anbieterprofil) auf www.treffpunkt-kommune.de präsent zu sein.

12 Monate Premium TOP Anbieter: 1.290 € In Kombi mit Print: 1.990 €

Alle Preise zzal, MwSt.

Vielfalt für Ihren Werbeerfolg









Monatsmagazin: "der gemeinderat"

Präsentieren Sie Ihr Unternehmen, Ihre Produkte und Dienstleistungen in unserem hochwertigen redaktionellen Umfeld.

Spezial-Ausgaben und Editionen

Mit unseren Sonderprodukten ist Ihnen eine zielgruppengenaue Ansprache ohne Streuverlust sicher.









Vielfalt für Ihren Werbeerfolg





Tip-On-Produkt

Kompakt-Magazin oder Postkarte: Eine Titelplatzierung ist immer ein starker Aufmacher!

Ihr gewünschtes Format ist nicht dabei?

Finden Sie mit uns zusammen die beste Präsentationsform für Ihre Werbebotschaft. Gerne unterstützen wir Sie als Medienpartner – gestalterisch, redaktionell und konzeptionell.

Titelseiten-Präsenz

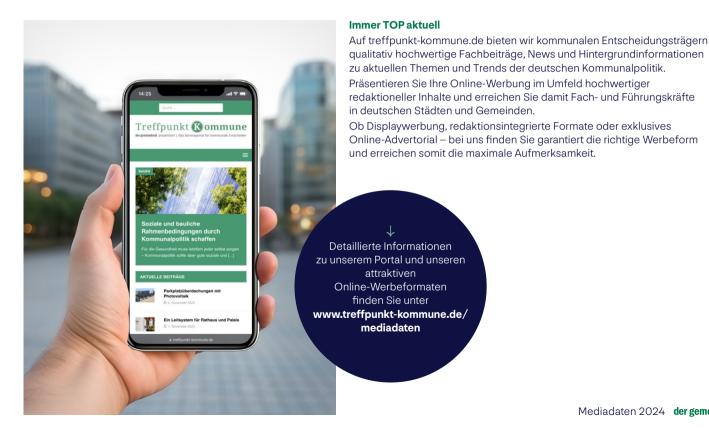
Steigern Sie mit einer Titelseiten-Belegung inkl. Griffecke die Aufmerksamkeit für Ihr Angebot.

Advertorials

Die perfekte Verbindung von Text und Anzeige zur Image- und Umsatzsteigerung.



Online werben auf treffpunkt-kommune.de



Themen- und Terminplan 2024

Ausgabe	2/2024	3/2024	4/2024	5/2024	6/2024	7-8/2024	9/2024	10/2024	11/2024	12/24-1/25
Anzeigenschluss	26.01.24	26.02.24	25.03.24	25.04.24	28.05.24	28.06.24	23.08.24	24.09.24	25.10.24	28.11.24
Druckunterlagenschluss	05.02.24	04.03.24	03.04.24	03.05.24	04.06.24	05.07.24	30.08.24	01.10.24	04.11.24	05.12.24
Erscheinungstermin	16.02.24	15.03.24	15.04.24	17.05.24	17.06.24	18.07.24	12.09.24	15.10.24	15.11.24	18.12.24
Themen										
Bauen & Betreiben	×	×	×	×	×		×	×	×	×
Beleuchtung	×				×			×		
Digitale Kommune	×				×		×		×	
Energieversorgung	×			×				×		
Infrastruktur			×			×				×
Kommunalentwicklung		×		×		×	×			×
Kommunaltechnik	×			×				×		
Verkehr & Mobilität		×					×		×	
Nachhaltige Beschaffung			×		×		×			×
Sicherheit			×							×
Umwelt			×		×			×		
Vernetzte Kommune		×				×			×	
Extra	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×

Detailthemen und Messen

Themen		Messen		
Bauen & Betreiben > Architektur / Raumausstattung > Kommunalbau > Systembau / Fertigbau / Containerlösungen > Energieeffizientes, nachhaltiges Bauen und Sanieren > Barrierefreies Bauen	Gebäudemanagement Öffentlicher Raum Spielplätze Outdoor u. Indoor / Generationenparcours Sportanlagen und Bäder	Infratech 09. – 11.01., Essen · IPM 23. – 26.01., Essen · Bautec 20. – 23.02., Berlin · DigitalBAU 20. – 22.02., Köln · Schulbau 28. – 29.02., Stuttgart · Schulbau 16. – 17.04., Frankfurt · Schulbau 25. – 26.09., Köln · Denkmal 7. – 9.11., Leipzig · Schulbau 27. – 28.11, Berlin		
Beleuchtung > Straβenbeleuchtung > Innenbeleuchtung Gebäude > Architekturbeleuchtung	> Event-Beleuchtung > Illumination > Lichtmanagement	Christmasworld 26. – 30. 01., Frankfurt • Light + Building 03. – 08.03., Frankfurt am Main		
Nachhaltige Beschaffung > Kommunalfinanzierung > Leasing > Fördermittel > Geldanlage	> Schuldenmanagement > Forderungsmanagement > Öffentlich-Private Partnerschaften	Expo Real 7. – 9.10., München		
Kommunalentwicklung > Wirtschaftsförderung > Wirtschaftsstandort Kommune > Städtebau > Standortentwicklung	> Smart City / Smart Rural Areas > Tourismusentwicklung > Gesundheitskommunen/-regionen > Interkommunale Zusammenarbeit	CMT 13. – 21.01., Stuttgart · Eurotoi 25. – 26.01., Halle · ITB 05. – 07.03., Berlin · polis Convention 24. – 25.04., Düsseldorf · Zukunftskongress Staat & Verwaltung 24. – 26.06., Berlin		
Kommunaltechnik > Fahrzeuge und Geräte für Sommer- und Winterdienst sowie für die Grünflächen- und Baumpflege > Systemlösungen > Lkw und Pickups	> Elektrofahrzeuge > Bauhofmanagement > Bauhofausstattung > Gebrauchtmaschinen	bauma 7. – 13.04., München · Hannover Messe 22. – 26.04., Hannover · Pieta 16. – 17.05., Dresden · Kommtec Live 26. – 27.06., Offenburg · Tecland 16. – 18.06., Hamm · Forum Befa 23.09., Mannheim · Mutec 7. – 9.11., Leipzig		

Stand: November 2023 (ohne Gewähr)

Mediadaten 2024 der gemeinderat

Detailthemen und Messen

Themen		Messen			
Digitale Kommune > E-Government > Cloud Computing > Dokumentenmanagement-Systeme > GIS / Geodaten > Schul-Software, Kita-Software	> IT-Sicherheit > Hardware / IT-Infrastruktur > IT-Beratung uSchulung > Personalmanagement > Kommunalberatung	Didacta 20. – 24.02., Köln · Enforce Tac 26. – 28.02., Nürnberg · Learntec 04. – 06.06., Karlsruhe · Intergeo 24. – 26.09., Stuttgart · it-sa 22. – 24.10., Nürnberg			
Sicherheit > Gebäudesicherheit > Baulicher Brandschutz > Feuerwehren > Infrastruktur	 Katastrophenschutz Sicherheit im öffentlichen Raum Sicherheit bei Veranstaltungen 	Omnisecure 22. – 24.01., Berlin • 112 Rescue 05. – 08.06., Dortmund • FeuerTrutz 26. – 27.06., Nürnberg • Interschutz 01. – 06.06., Hannover • Sicherheitsexpo 26. – 27.06., München • Security Essen 17. – 20.09., Essen • Florian 10. – 12.10., Dresden			
Infrastruktur > Abwasserbehandlung / Kläranlagen > Kanalbau / Kanalsanierung > Regenwassermanagement > Klärschlammentsorgung > Kreislaufwirtschaft	> Biomasseverwertung > Hochwasserschutz > Wasserversorgung > Rohrleitungssysteme, Tiefbau	Göttinger Abwassertage 20. – 21.02., Göttingen · Rohrleitungsforum 08. – 09.02., Oldenburg · Lindauer Seminar 14. – 15.03., Lindau · IFAT 13. – 17.05., München · Recycling-Technik 09. – 10.10., Dortmund			
Verkehr & Mobilität > Individualverkehr > ÖPNV > Verkehrsmanagement/-sicherheit	Leitsysteme & ParkenVerkehrswegebauE-Mobilität	IT-Trans 14. – 16.05., Karlsruhe · PolisMOBILITY 22. – 24.05., Köln · RETTmobil 15. – 17.05., Fulda · Cable Car World 04. – 05.06., Essen · Power2Drive 19. – 21.06., München · IAA Transportation 17. – 22.09., Hannover · Innotrans 24. – 27.09., Berlin			
Vernetzte Kommune Breitbandausbau / Glasfasernetze	→ Telekommunikation	Fiberdays 27. − 28.02., Wiesbaden • AngaCom 14. − 16.05., Köln			
Energieversorgung > Energieeffizienz > Wärmeversorgung > Stromversorgung	> Erneuerbare Energien > Netze (u.a. Smart Grids)	E-World Energy & Water 20. – 22.02., Essen · H2 Forum 19. – 20.02., Berlin · Geotherm – Expo & Congress Digital 29. – 01.02., Offenburg · Fachtage Fernwärme 17. – 18.04., Kassel · Intersolar 19. – 21.06., München · The Smarter E Europe 19. – 21.06., München · WindEnergy Hamburg 24. – 27.09., Hamburg · Hydrogen Worldexpo 22. – 24.10., Hamburg			
Umwelt > Luftreinhaltung/Klimaschutz > Landschaftsbau > Gebäudebegrünung	> Bodenentsiegelung > Umweltdienstleistungen	DCOnex 23. – 24.01., Münster · Forst3 15. – 17.03., Erfurt · Ligna 05. – 08.03., Hannover · Deutsche Baumpflegetage 23. – 25.04., Augsburg · Forst Live 12. – 14.04., Offenburg · GaLaBau 11. – 14.09., Nürnberg			

Mediadaten 2024 der gemeinderat

Kennen Sie schon unsere weiteren Werbeangebote?

pVS – Full-Service aus einer Hand

Unser Service für Ihr Unternehmen geht weit über das klassische Anzeigen-, Beilagen- oder Sonderthemen-Angebot hinaus.

Wir bieten maßgeschneiderten Kommunikationsservice – von "A" wie App bis "Z" wie zielgruppenspezifisches Marketing.

Wir beraten Sie gerne zu unseren Full-Service-Angeboten – ob in Corporate Design- und Gestaltungsfragen, bei Jubiläen oder Neueröffnungen Ihres Unternehmens, bei der Realisierung von Firmen-, Kundenund Mitarbeiter-Magazinen, der Inszenierung verkaufsstarker Events oder kundenspezifischer Online-Lösungen. Nutzen Sie unser Know-how für Ihren Werbeerfolg! Interesse geweckt? So erreichen Sie uns:

Beate Semmler

Verlagsleiterin T 0791 95061-8318 beate.semmler@pro-vs.de



Verlag und technische Hinweise

Verlagsangaben

pVS - pro Verlag und Service GmbH & Co. KG Stauffenbergstr. 18, 74523 Schwäbisch Hall T 0791 95061-8300.

F 0791 95061-8341

www.treffpunkt-kommune.de www.stimme-mediengruppe.de/pvs

Bankverbindung:

Sparkasse Schwäbisch Hall-Crailsheim, BLZ 62250030, Kto.-Nr. 005255300 IBAN DE91 6225 0030 0005 2553 00 BIC SOLA DE S 1 SHA

Umsatzsteuer-ID-Nr.: DE269893041

Geschäftsbedingungen:

Alle Anzeigenaufträge werden ausschließlich gemäß den Allgemeinen Geschäftsbedingungen des Verlags ausgeführt (Seite 18–19).

Zahlungsbedingungen: 8 Tage nach Rechnungserhalt ohne Abzug.

Rabatte: Bei Schaltungen innerhalb eines Kalenderjahres

Malstaffel

ab 3 Schaltungen: 5 %, ab 6 Schaltungen: 10 %, ab 9 Schaltungen: 15 %, ab 11 Schaltungen: 20 %

Mengenstaffel

ab 3 Seiten: 10 %, ab 6 Seiten: 15 %, ab 9 Seiten: 20 %, ab 11 Seiten: 25 %

Termine: Seite 13

Erscheinungsweise:

monatlich (Juli/August sowie Dezember/Januar als Doppelausgabe) **Heftformat:** 210 mm breit. 297 mm hoch

Hertrormat: 210 mm breit, 297 mn

Jahresabonnement:

(10 Ausgaben plus diverse Sonderausgaben) 109,90 Euro (inkl. Porto und Verpackung). Bezugsbedingungen unter www.treffpunkt-kommune.de

Technische Hinweise

Bitte bei Anzeigenerstellung und digitaler Übertragung beachten!

Druckverfahren: Rollenoffset aus der Euroskala

Druckunterlagen: Digitale Übermittlung in geschlossenen Formaten, vorzugsweise PDF/X-1a.

Rasterweite: 60 Linien/cm (150 lpi)

Farbprofil: Der Druck erfolgt auf gestrichenem Papier im Farbraum PSOcoated v3.

Schriften: Vollständig einbetten.

Farben: Alle Volltonfarben (HKS, Pantone) werden grundsätzlich aus der Euroskala gedruckt. Es gelten die Prozentwerte des HKS-Gremiums. Drucktechnisch bedingte geringfügige Abweichungen im Farbton berechtigen nicht zu Ersatzansprüchen oder Preisnachlässen.

Ausdruck/Motiv: Bitte lassen Sie uns mit jeder Datei einen entsprechenden Ausdruck (auch Fax oder PDF) zukommen.

Bildauflösung: Graustufen und CMYK mind. 300 dpi (optimal 350 dpi), Strichabbildungen mind. 1.200 dpi (optimal 2.400 dpi).

Besonderheiten: Grundsätzlich ist bei Erstaufträgen ein Test sinnvoll. Bitte verwenden Sie keine Sonderfarben oder RGB-Bilder. Folgende PDF-Programme können schwerwiegende Fehler verursachen: PDF2GO, PDFWriter und FreePDF. Wir empfehlen den Adobe PDF Distiller.

Datenübertragung:

Per E-Mail an Ihren Sales Manager.

Kontakt

Michael Blaser

Leiter Sales Management T 0791 95061-8337 michael.blaser@pro-vs.de

Dagmar von Dahlen

Sales Managerin T 0791 95061-8325 dagmar.vondahlen@pro-vs.de

Allgemeine Geschäftsbedingungen

Für Anzeigenschaltungen, Fremdbeilagen und Schaltungen von Online-Werbemitteln

Für alle Werbeaufträge und für alle Folgeaufträge gelten mit ihrer Erteilung die Konditionen der Preisiliste, der Allgemeinen Geschäftsbedingungen und der Zusätzlichen Geschäftsbedingungen der HEILBRONNER STIMME GmbH & Co. KG, Allee 2, 74072 Heilbronn (im Folgenden, Medienunternehmen*), deren Regelungen einen wesentlichen
Vertragsbestandrell bilden. Die Gültigkeit etwaiger AGB der Werbungstreibenden oder
Inserenten ist ausgeschlossen, soweit sie mit diesen AGB nicht übereinstimmen.

- 1. Werbeauftrag ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Werbemittel in einer Druckschrift und/oder im Internet zum Zweck der Verbreitung (nachfolgend Werbeauftrag/anzeigenauftrag). Werbeauftrage im digitalen Bereich sind insbesondere: Banner, Advertorials, Subchannel, Social Media Postings und Multimedia Content. Die AGB gelten sinngemäß für Beilagenaufträge. Diese werden vom Medienunternehmen grundsätzlich erst nach Vorlage eines Musters angenommen.
- 2. Abschluss ist ein Vertrag über die Schaltung mehrerer Anzeigen unter Beachtung der vom Medienunternehmen angebotenen Rabattstaffeln, wobei die einzelnen rechtverbindlichen Anzeigenaufträge jeweils erst durch schriftliche oder elektronische Bestätigung des Abrufs zustande kommen. Abruf ist die Aufforderung des Werbetreibenden an das Medienunternehmen, auf Grundlage eines Abschlusses eine konkrete Anzeige zu veröffentlichen und die Zustellung der für die Produktion erforderlichen Texte und Vorlagen, Ist kein Erscheinungstermin vereinbart, sind Anzeigen spätestens ein Jahr nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 3 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird. Bei Errechnung der Abnahmemenge zur Abschlusserfüllung werden Textteil-Millimeter dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet, Rabattdifferenzen, die aus Mehr- oder Minderabnahmen, ausgehend von der vereinbarten Abnahmemenge entstehen, werden am Ende des Abschlussjahres durch entsprechende Gutschriften bzw. Belastungen ausgeglichen, Bei Nichtbezahlung von einer oder mehreren Anzeigenrechnungen kann diese Rabattvereinbarung nach erfolgloser Mahnung außerordentlich und fristlos gekündigt werden. Mit der Kündigung können Rabattdifferenzen sofort geltend gemacht werden. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten, in Satz 4 genannten, Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.
- 3. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die das Medienunternehmen nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichen, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Medienunternehmen zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Medienunternehmens beruft.
- 4. 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 Medienunternehmen eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, ob der Auftrag wunschgemäß ausgeführt werden kann, Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung herdaf
- 5. Textteil-Anzeigen 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 Medienunternehmen mit dem Wort. Anzeige' deutlich kenntlich gemacht.
- 6. Aufträge für Anzeigen bzw. Werbung können persönlich, telefonisch, schriftlich, per E-Mail, Telefax oder per Internet aufgegeben werden. Das Medienunternehmen haftet nicht für Übermittlungsfehler. Bei fernmündlich aufgegebenen Anzeigen und Änderungen sowie für Fehler infolge undeutlicher Übermittlungen und Nieder-schrif-

ten übernimmt das Medienunternehmen keine Haftung für die Richtigkeit der Wiedergabe. Das Medienunternehmen behält sich vor, undeutliche oder sprachlich fehlerhafte Manuskripte zu korrigieren. Fehlende oder fehlerhaft gedruckte Kontrollangaben ergeben keinen Anspruch auf Nachlass oder Ersatz. Ebenso auch nicht ein Abweichen von der Satzvoltage, der Schiffart oder -größe. Der Anzeigenauftrag kommt zustande durch die Buchung der Anzeige durch den Auftraggeber (Angebot) und Bestätigung der Buchung durch das Medienunternehmen in Textform (Annahme) oder durch Zusendung der Rechnung.

- 7. Das Medienunternehmen kann Anzeigenaufträge auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses nach sachgemäßem Ermessen ablehnen. Dies gilt insbesondere, wenn der Inhalt der Anzeigenaufträge gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt, vom deutschen Werberat beanstandet wurde, wenn deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder Beilagen durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung erwecken oder Fremdanzeigen enthalten. Beilagenaufträge sind für das Medienunternehmen erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren Billigung bindend. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitigeteilt.
- 8. Anzeigenaufträge können nur schriftlich per Telefax oder E-Mail gekündigt werden. Ist die Anzeige bereits in Druck gegeben, hat der Auftraggeber die Anzeige zu bezahlen. Ist die Anzeige noch nicht in Druck gegeben, kann das Medienunternehmen die Erstattung der bis zur Kündigung angefallenen Kosten nach den gesetzlichen Vorschriften verlangen. Das Medienunternehmen wird im Falle höherer Gewalt und bei vom Medienunternehmen unwerschuldeten Arbeitskampfraßpnahmen von der Verpflichtung zur Auftragserfüllung frei, Schadenersatzansprüche des Kunden bestehen desweden nicht.
- Bei der Beauftragung von Anzeigen unter der für die jeweilige Rubrik geltenden Mindestgröße wird der Preis für die jeweilige Mindestgröße berechnet.
- 10. Sind keine Größen vereinbart oder vorgegeben, wird die Anzeige mit der für eine solche Anzeige üblichen Höhe abgedruckt und berechnet. Weicht bei einer angeliererten Druckunterlage die Abdruckhöhe von der bestellten Abdruckhöhe im Auftrag ab, gilt das Maß der in Abdruck gebrachten Anzeigenhöhe.
- 11. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert das Medienunternehmen unverzüglich Ersatz an. Das Medienunternehmen gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichleiten.
- 12. Der Auftraggeber hat den Abdruck seiner Anzeige sofort nach Erscheinen zu prüfen. Das Medienunternehmen lehnt Ansprüche auf Zahlungsminderung oder Ersatz ab, wenn bei zu wiederholenden Aufträgen der gleiche Fehler unterläuft, ohne dass der Auftraggeber eine Berichtigung vor Wiedergabe der nächsten Anzeige verlangt.
- 13. 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 das Medienunternehmen eine ihm hierfür gestellte angenessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulchen bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind auch bei telefonischer Auftragserteilung ausgeschlossen. Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Engelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Medlenunternehmens für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt.

Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet das Medienunternehmen darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen; in den übrigen Fällen
ist gegenüber Kauffeuten 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.

- 14. Bei Aufträgen zur Schaltung von Onlinewerbemitteln kann das Medienunternehmen nicht eine jederzeitige und vollständige Wiedergabe sicherstellen. Das Medienunternehmen haftet nicht für Fehler in der Wiedergabe, wenn diese durch außerhalb des Verantwortungsbereichs des Medienunternehmens liegende Umstände beeinträchtigt wird, insb. Störungen der Kommunikationsnetze, durch die Verwendung ungeeigneter Darstellungssoft- oder Hardware und Ausfall von Servern.
- 15. Bei Anzeigenaufrägen besteht kein Widerrufsrecht für Verbraucher. Gemäß § 312 g Abs. 2 Nr. BGB ist das Widerrufsrecht bei Verträgen über Leistungen ausgeschlossen, die nicht vorgefertigt sind und für deren Herstellung eine individuelle Auswahl durch den Verbraucher maßgeblich ist oder die auf die persönlichen Bedürfnisse des Verbrauchers zugeschnitten sind.
- 16. Der Auftraggeber ist für den rechtlichen Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der Anzeige verantwortlich und stellt sicher, dass die Inhalte, insbesondere Texte, Bilder und Grafiken, keine Rechte Dritter, insbesondere Urheberrechte oder sonstige Schutzrechte verletzen und alle auf Fotos abgebildeten Personen mit der Veröffentlichung in der Print- und Online- Ausgabe einwerstanden sind. Er stellt das Medienunternehmen von allen Ansprüchen Dritter wegen der Veröffentlichung der Anzeige frei, einschließlich der angemessenen Kosten zur Rechtsverteidigung. Das Medienunternehmen ist nicht zur Prüfung verpflichtet, ob ein Anzeigenauftrag die Rechte Dritter beeinträchtigt. Ist das Medienunternehmen zum Abdruck einer Gegendarstellung verpflichtet, hat der Auftraggeber die Kosten nach der aufträgen Anzeigenpeilslitze zu traggeber die Kosten nach der aufträgen Anzeigenpersilistze zu traggeber die Kosten nach der aufträgen verzugen.
- 17. Alle benannten Preise gelten bei Anlieferung fertiger Druckunterlagen bzw. Verwendung vorhandener Druckunterlagen (Stchsätze). Für die Anzeigenherstellung/-gestaltung/-veränderung wird eine formatunabhängige Satzpauschale von 15.00 e zegl. MwSt. je Motiv erhoben. Die Pauschale ist nicht rabatt und AE-fählig. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Das Medienunternehmen berücksichtigt alle Fehlekrorekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden. Sollte der Auftraggeber nach Übermittlung des zweiten Korrekturabzuges Anderungen verlangen, die nicht auf einer Abweichung des Korrekturabzuges vom Auftrag beruhen, wird das Medienunternehmen dem Auftraggeber für die Erstellung und Lieferung eines dritten Korrekturabzuges einen Pauschalbetrag in Höhe von 15,00 e Zezl Mehrwertsteuer in Rechnung stellen. Kosten für die Anfertigung bestellter Vorlagen, Filme oder Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen trägt im Übrigen der Auftraggeber.
- **18.** Sind keine besonderen Gröβenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
- 19. Sofern das Medienunternehmen in Vorleistung tritt, z.B. bei Ratenzahlung oder bei Lieferung auf Rechnung, ermächtigen Sie uns, Ihre angegebenen Daten zum Zweck der Bonitätsprüfung auf Basis mathematisch-statistischer Verfahren an den Verband der Vereine Creditreform e.V., Hammfelddamm 13, 41460 Neuss weiterzugeben. Wir behalten uns das Recht vor, Ihnen im Ergebnis die Vorleistung/Prämie zu verweigern.
- 20. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige auf dem Postweg oder per E-Mail, übersandt. Rechnungen sind sofort nach Rechnungserhalt fällig und ohne Abzug zu bezahlen. Bei Zahlungsverzug werden sämtliche offenstehenden Rechnungen bzw. Nachberechnungen zu sofortigen Zahlung fällig, Bei Stundung oder Zahlungs-

Allgemeine Geschäftsbedingungen

verzug werden Zinsen entsprechend § 288 BGB berechnet. Mahn- und Inkassokosten. die durch Zahlungsverzug entstehen, trägt der Auftraggeber, Das Medienunternehmen kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung eines laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist das Medienunternehmen berechtigt, auch während der Laufzeit eines Abschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen, abweichend von einem ursprünglich vereinbarten Zahlungsziel, von der Vorauszahlung des Anzeigenentgelts und vom Ausgleich offener Rechnungsbeträge abhängig zu machen. Bei telefonischer Auftragsannahme werden Aufträge von Anzeigen-Kunden ohne Abschluss mittels Finzugsermächtigung abgewickelt. Fehlerhafte Anzeigenrechnungen können innerhalb von sechs Monaten nach Rechnungsstellung korrigiert werden. Der Auftraggeber ist zur Aufrechnung mit Gegenansprüchen nur berechtigt, wenn seine Gegenansprüche rechtskräftig festgestellt oder unbestritten sind. Sofern der Auftraggeber Unternehmer ist, ist er zur Ausübung eines Zurückbehaltungsrechtes nur befugt, sofern der Gegenanspruch unbestritten oder rechtskräftig festgestellt ist und auf demselben Vertragsverhältnis beruht.

- 21. Das Medienunternehmen arbeitet im Bereich Forderungsmanagement mit der Creditreform Heilbronn Zimmermann KG zusammen. Zu diesem Zweck übermitteln wir die zur Durchführung von Inkassodienstleistungen erforderlichen Daten (z.B. Gläubigername, Schuldnername, Forderungsdaten) an Creditreform. Weitere Informationen zur Datenverarbeitung bei Creditreform erhalten Sie unter https://www.creditreform de/heilbronn/datenschutz
- 22. Das Medienunternehmen liefert in der Regel auf der Rechnung einen belegersetzenden Abdruck der Anzeige. Wenn Art und Umfang des Auftrages es rechtfertigen, liefert der Verlag auf Anforderung Belege, Bei Belegung der Gesamtausgabe oder mehrerer Lokalausgaben wird nur ein Beleg verschickt. Der Belegversand erfolgt in der Regel elektronisch. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Medienunternehmens über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige, Bei Kleinanzeigen im Fließsatz und privaten Gelegenheitsanzeigen besteht kein Anspruch auf einen Beleg.
- 23. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführung hat der Auftraggeber zu tragen.
- 24. 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 Insertionsiahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder - wenn eine Auflage nicht genannt ist - die durchschnittlich verkaufte Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird.

Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigender Mangel, wenn sie

bei einer Auflage bis zu 50.000 Exemplaren 20 v. H.,

bei einer Auflage bis zu 100.000 Exemplaren 15 v. H.,

bei einer Auflage bis zu 500.000 Exemplaren 10 v. H.,

bei einer Auflage über 500,000 Exemplaren 5 v. H. beträgt.

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

25. Bei Ziffernanzeigen wendet das Medienunternehmen für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Das Medienunternehmen behält sich vor, bei Stückzahlen ab zehn gewerblichen Zuschriften von einem Absender eine Weiterleitungsgebühr auf der Basis des jeweils gültigen Posttarifs zu berechnen. Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet das Medienunternehmen zurück, ohne dazu veroflichtet zu sein. Dem Medienunternehmen kann einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A4 überschreiten sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und wer-den nicht entgegengenommen. Entgegennahme und Weiterleitung kann dennoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten über-

- 26. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages. Rewahrt das Medienunternehmen die Werbemittel auf, ohne dazu veroflichtet zu sein, so geschieht dies ebenfalls für maximal drei Monate.
- 27. Die Vertragsdaten werden in einer Datenverarbeitungsanlage gespeichert, aufgrund der gesetzlichen Aufbewahrungsfristen auch über den Zeitpunkt der Vertragserfüllung hinaus. Das Medienunternehmen wird alle Informationen, Geschäftsvorfälle und Unterlagen, die im Zusammenhang mit der Vertragsabwicklung bekannt werden oder als vertraulich bezeichnet werden, vertraulich behandeln, es sei denn, sie sind bereits auf andere Weise allgemein bekannt geworden. Die Weitergabe an zur Vertraulichkeit verpflichtete Unterauftragnehmer ist gestattet. Soweit personenbezogene Daten verarbeitet werden, erbringt das Medienunternehmen diese Leistung durch auf das Datengeheimnis gem. DSGVO und sonstige datenschutzrechtliche Vorschriften verpflichtete Mitarbeiter und ggfs. Unterauftragnehmer. Das Medienunternehmen wird die erlangten Daten ausschließlich für die Zwecke der Leistungserbringung verarbeiten. Die datenschutz-rechtlichen Informationspflichten nach Art. 13 DSGVO hinsichtlich der Verarbeitung von personenbezogenen Daten und welche Rechte die Betroffenen haben, können unter www.stimme-mediengruppe.de/informationspflichten eingesehen werden. Die Daten können in anonymisierter Form zu Zwecken der Marktforschung verwendet werden. Mit einer ausdrücklich zu erteilenden Einwilligung durch den Kunden können die Daten auch zu Werbezwecken für das Medienunternehmen und seine Tochterunternehmen verarbeitet werden. Eine Weitergabe und Nutzung für fremde Werbezwecke erfolgt nicht. Der über die Vertragserfüllung hinausgehenden Datennutzung kann der Kunde jederzeit schriftlich widersprechen, per E-Mail an datenschutz@stimme-mediengruppe.de. Der Auftraggeber hat das Recht, per Mail an datenschutz@stimme-mediengruppe.de oder postalisch an Heilbronner Stimme GmbH & Co. KG, Allee 2, 74072 Heilbronn unentgeltlich Auskunft zu erhalten, welche Daten über ihn gespeichert sind und zu welchem Zweck die Speicherung erfolgt. Unseren Datenschutzbeauftragten erreichen Sie unter datenschutz@stimme-mediengruppe.de, Ergänzend gilt die Datenschutzerklärung des Medienunternehmens auf www.stimme-mediengruppe.de/datenschutz. Es besteht ein Beschwerderecht beim Landesdatenschutzbeauftragten für den Datenschutz und die Informationsfreiheit Baden-Württemberg.
- 28. Für den Anzeigenauftrag gilt deutsches Recht und Ausschluss des UN-Kaufrechts und unter Ausschluss von Kollisionsrecht.
- 29. Eine etwaige Unwirksamkeit einer oder mehrerer Bestimmungen dieser AGB lässt die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen unberührt. Die Vertragsparteien verpflichten sich, anstelle einer unwirksamen Bestimmung eine gültige zu treffen, deren wirtschaftlichen Erfolg dem der unwirksamen so weit wie möglich nahekommt.
- 30. Der Auftraggeber erklärt sich damit einverstanden, dass er über Änderungen dieser AGB auf der Homepage (www.stimme.de) unterrichtet werden kann. Die Änderung gilt als vom Auftraggeber genehmigt, wenn er nicht innerhalb von vier Wochen ab Bekanntgabe oder ggf. Zugang der Unterrichtung der Änderung widerspricht, Widerspricht der Auftraggeber können laufende Verträge vom Medienunternehmen fristgerecht gekündigt werden.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen

a) Für Anzeigen in Sonderseiten, Sonderbeilagen und Kollektiven können vom Medienunternehmen von der Preisliste abweichende Preise festgelegt werden.

- b) Im Falle gänzlichen oder teilweisen Nichterscheinens der Zeitung und somit der Anzeige infolge höherer Gewalt oder bei Störung des Arbeitsfriedens erlischt iede Verpflichtung auf Erfüllung von Aufträgen und Leistungen von Schadensersatz: für nicht rechtzeitig oder überhaupt nicht veröffentlichte Anzeigen bzw. Beilagen wird ebenfalls kein Schadensersatz geleistet.
- c) Für die Bonusgewährung gilt die erweiterte Mengenstaffel. Der Werbungtreibende hat rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb eines Jahres entsprechenden Nachlass, wenn er zu Beginn der Frist einen Auftrag abgeschlossen hat, der aufgrund der Preisliste zu einem Nachlass von vornherein berechtigt. Für die Gewährung eines Konzernrabattes für Tochtergesellschaften ist der schriftliche Nachweis einer mehr als 50-prozentigen Kapitalbeteiligung erforderlich. Das Medienunternehmen gewährt einen Konzernrabatt nur bei privatwirtschaftlich organisierten Zusammenschlüssen. Dies gilt nicht für den Zusammenschluss verschiedener selbständiger hoheitlicher Organisationen oder bei Zusammenschlüssen, bei denen Körperschaften des Öffentlichen Rechts beteiligt sind.
- Werbeagenturen und gewerbsmäßige Vermittler erhalten Mittlerprovision, wenn sie die gesamte Auftragsabwicklung übernehmen. Anzeigen- und Beilagenaufträge werden Werbeagenturen und Werbungsmittlern bei Berechnung zum Grundpreis provisioniert. Von allen "Ortspreisen" und ermäßigten Preisen wird keine Mittlerprovision gewährt.
- e) Vom Medienunternehmen gestaltete Anzeigen dürfen ohne seine Einwilligung nicht für eine Reproduktion bei anderen Werbeträgern weitergegeben oder weiterverwendet werden, Insbesondere dürfen Nachdruck, Aufnahme in Online-Dienste, Internet und Vervielfältigung auf Datenträger wie CD-ROM, DVD-ROM etc. auch auszugsweise, nur nach vorheriger schriftlicher Zustimmung des Medienunternehmens
- f) Als Missbrauch des Ziffern-Dienstes sind Angebote/Zuschriften anzusehen, die sich auf die Anzeige nicht direkt beziehen. Die Weiterleitung von Zuschriften auf Ziffernanzeigen beschränkt sich generell auf Postkarten und Briefe bis zum Format DIN A4 und bis zu einem Gewicht von 50 Gramm. Das Medienunternehmen kann darüber hinaus mit dem Auftraggeber die Möglichkeit der Selbstabholung von Zuschriften auf Ziffernanzeigen oder der Zusendung vereinbaren, wenn der Auftraggeber die dafür entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.
- g) Bei Änderung der Preisliste treten die neuen Bedingungen sofort in Kraft.
- h) Korrekturabzüge können nur versendet werden, wenn der Auftragseingang einen Tag vor Anzeigenschluss erfolgt ist.
- i) Höhenveränderung bei Anzeigen im Zeitungsdruck, hervorgerufen durch das Schrumpfen des nassen Papieres nach dem Druck in üblichem Maße, müssen vom Auftraggeber toleriert werden.

der gemeinderat

pVS - pro Verlag und Service GmbH & Co. KG

Stauffenbergstr. 18 74523 Schwäbisch Hall T 0791 95061-8300 F 0791 95061-8341

www.stimme-mediengruppe.de/pvs www.treffpunkt-kommune.de

