

Nº49, gültig ab 1. Januar 2026

Mediadaten 2026

**Stimme
Mediengruppe**

der gemeinderat

pvs
pro Verlag und Service
GmbH & Co. KG

Profil

der gemeinderat

ist im 69. Jahrgang die renommierte unabhängige Fachzeitschrift für Entscheidungsträger in Kommunalverwaltungen und kommunalen Unternehmen. Sie wendet sich auch gezielt an politische Mandatsträger auf Stadt-, Gemeinde- und 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:

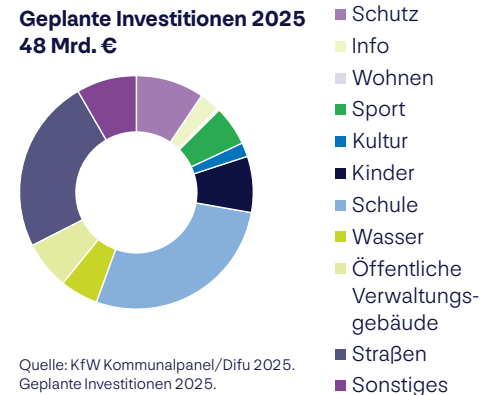
Druckauflage: 12.000
verbreitete Auflage: 11.800



Die Kommunen als finanzkräftige Zielgruppe erreichen

Mit dem beschlossenen Sondervermögen in Höhe von 500 Mrd. € wird es einen Modernisierungsschub in den Kommunen geben. 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.

Geplante Investitionen 2025 48 Mrd. €



Quelle: KfW Kommunalpanel/Difu 2025.
Geplante Investitionen 2025.

Unsere Vorteile

Optimales Umfeld und hoher Komfort

Fast 70 Jahre Kompetenz

Seit mehr als 68 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

Mehr als 100.000 Kontakte

Zu unserer Kernzielgruppe zählen Bürgermeister, Stadt-/Gemeinderäte und Kämmerer. Mit unserer Druckauflage von 12.000 Exemplaren und unseren digitalen Kanälen erreichen wir mehr als 100.000 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

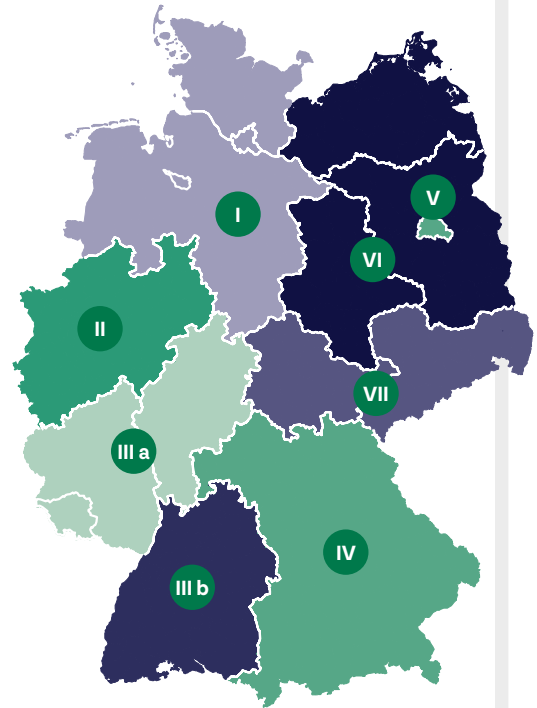
Berlin 100 Exemplare

Nielsen VI

Mecklenburg-Vorpommern, 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 maßgeblich beschäftigt, sind neue Mobilität und Verkehrswende. Außerdem 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 großes 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 mit Hintergrundinformationen 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

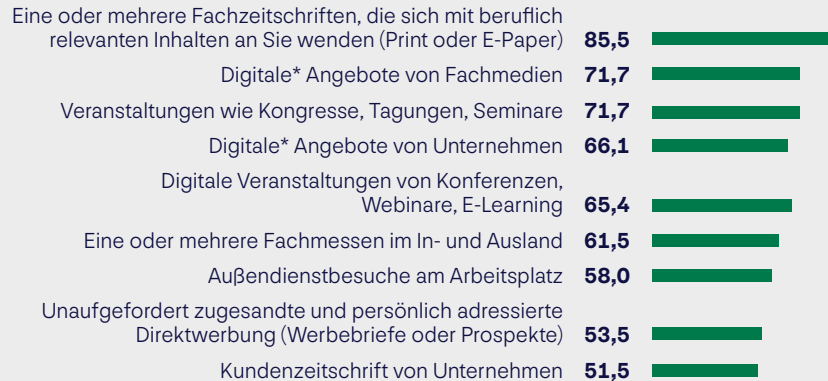
Unsere Zielgruppe in Zahlen

Aktiv in Kommunalpolitik und -verwaltung in Prozent



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

Entscheidungsträger in Verwaltung und Wirtschaft nutzen regelmäßig oder gelegentlich



Angaben in Prozent

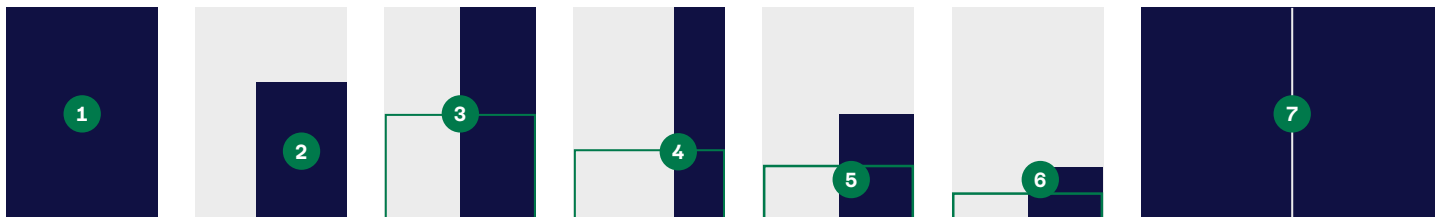
*Webseiten, Social Media, Newsletter, Apps, Podcasts, Webcasts

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

Quellen: Leserumfrage „der gemeinderat“ 2020, Bundesinstitut für Bevölkerungsforschung, 2018. LAE 2024 - Sonderauswertung Fachpresse, Verein Deutsche Fachpresse

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 Sonderwerbformen

Beilagen

Beilagen

Beilagen werden dem Magazin lose beigelegt.

Preis je Tausend:

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

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
Stülpedeckelkartons (nicht eingeschweißt oder
gebündelt). Werden verschiedene Sorten
gemeinsam angeliefert, so darf jedes Pack-
stück nur eine Sorte enthalten.
Alle Packstücke sind zu kennzeichnen.

Lieferanschrift

Möller Pro Media GmbH, Zeppelinstraße 6
16356 Ahrensfelde

Sonderwerbformen

Beihefter

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

Beikleber

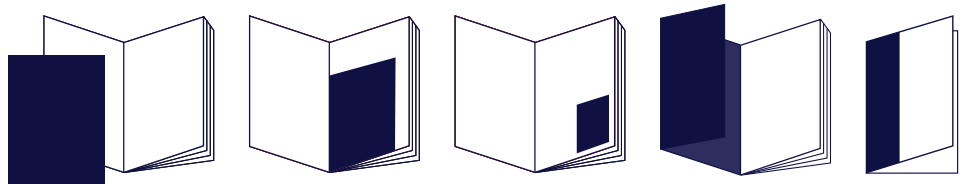
Postkarten, Booklets oder andere Produkte
werden auf Ihrer Anzeige befestigt und können
vom Leser abgelöst werden.
Preis: Auf Anfrage

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 zzgl. 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

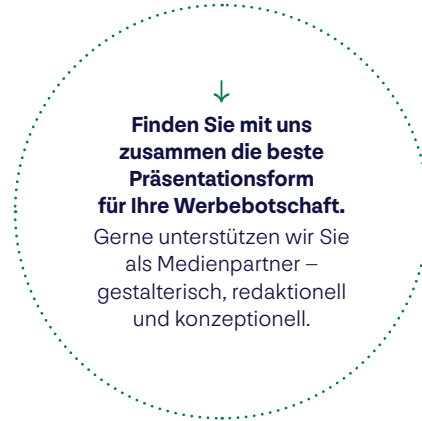


Titelseiten-Präsenz

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.



Digital werben auf treffpunkt-kommune.de



Immer TOP aktuell

Auf treffpunkt-kommune.de und in unseren Newslettern bieten wir kommunalen Entscheidungsträgern qualitativ hochwertige Fachbeiträge, News und Hintergrundinformationen zu aktuellen Themen und Trends der deutschen Kommunalpolitik.

Präsentieren Sie Ihre Online-Werbung im Umfeld hochwertiger redaktioneller Inhalte und erreichen Sie damit Fach- und Führungskräfte in deutschen Städten und Gemeinden.

Ob Displaywerbung, redaktionsintegrierte Formate oder exklusives Online-Advertorial – bei uns finden Sie garantiert die richtige Werbeform und erreichen somit die maximale Aufmerksamkeit.

↓
Detaillierte Informationen
zu unserem Portal und unseren
attraktiven
digitalen Werbeformaten
finden Sie unter
www.treffpunkt-kommune.de/
mediadaten

Themen- und Terminplan 2026

Ausgabe	2/2026	3/2026	4/2026	5/2026	6/2026	7-8/2026	9/2026	10/2026	11/2026	12/26-1/27
Anzeigenschluss	06.02.2026	09.03.2026	13.04.2026	11.05.2026	11.06.2026	16.07.2026	07.09.2026	12.10.2026	11.11.2026	07.12.2026
Druckunterlagenchluss	10.02.2026	11.03.2026	15.04.2026	13.05.2026	15.06.2026	20.07.2026	09.09.2026	14.10.2026	13.11.2026	09.12.2026
Erscheinungstermin	13.02.2026	16.03.2026	20.04.2026	19.05.2026	18.06.2026	23.07.2026	14.09.2026	20.10.2026	19.11.2026	14.12.2026
Themen										
Bauen & Betreiben	X	X	X	X	X	X	X		X	X
Beleuchtung		X			X			X		
Digitale Kommune		X			X		X		X	
Energieversorgung	X			X					X	
Infrastruktur		X		X			X			X
Kommunaltechnik	X			X				X		
Verkehr & Mobilität			X			X				X
Sicherheit				X			X			
Umwelt & Klimaschutz		X			X			X		
Vernetzte Kommune	X		X			X				
Extra	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

Detailthemen und Messen

Themen	Messen
<p>Bauen & Betreiben</p> <ul style="list-style-type: none"> › Architektur / Raumausstattung › Kommunalbau › Systembau / Fertigbau / Containerlösungen › Energieeffizientes, nachhaltiges Bauen und Sanieren › Barrierefreies Bauen › Gebäudemanagement › Öffentlicher Raum › Spielplätze Outdoor u. Indoor / Generationenparcours › Sportanlagen und Bäder 	<p>BAUMESSE Essen 09 – 11.01.2026, Essen, IPM 27. – 30.01.2026, Essen, DACH+HOLZ International 24. – 27.02.2026, Köln, Schulbau Stuttgart 25. – 26.02.2026, Stuttgart, digitalBAU 24. – 26.03.2026, Köln, FENSTERBAU FRONTALE 24. – 27.03.2026, Nürnberg, Schulbau Köln 30.09. – 01.10.2026, Köln</p>
<p>Beleuchtung</p> <ul style="list-style-type: none"> › Straßenbeleuchtung › Innenbeleuchtung Gebäude › Architekturbeleuchtung › Event-Beleuchtung › Illumination › Lichtmanagement 	<p>Christmasworld 08. – 10.02.2026, Frankfurt am Main, Prolight + Sound 24. – 26.03.2026, Frankfurt am Main</p>
<p>Nachhaltige Beschaffung</p> <ul style="list-style-type: none"> › Kommunalfinanzierung › Leasing › Fördermittel › Geldanlage › Schuldenmanagement › Forderungsmanagement › Öffentlich-Private Partnerschaften 	<p>Beschaffungskonferenz 14. – 15.09.2026, Berlin Expo Real 05. – 07.10.2026, München</p>
<p>Kommunalentwicklung</p> <ul style="list-style-type: none"> › Wirtschaftsförderung › Wirtschaftsstandort Kommune › Städtebau › Standortentwicklung › Smart City / Smart Rural Areas › Tourismusentwicklung › Gesundheitskommunen/-regionen › Interkommunale Zusammenarbeit 	<p>CMT 17. – 25.01.2026, Stuttgart, Eurotoi 15. – 16.01.2026, Halle ITB 03. – 05.03.2026, Berlin, polis Convention 06. – 07.05.2026, Düsseldorf, Zukunftskongress Staat & Verwaltung 09. – 10.06.2026, Berlin, Smart Country Convention 13. – 15.10.2026, Berlin</p>
<p>Kommunaltechnik</p> <ul style="list-style-type: none"> › Fahrzeuge und Geräte für Sommer- und Winterdienst sowie für die Grünflächen- und Baumpflege › Systemlösungen › Lkw und Pickups › Elektrofahrzeuge › Bauhofmanagement › Bauhofausstattung › Gebrauchtmachines 	<p>Hannover Messe 20. – 24.04.2026, Hannover, Forum Befa 04. – 06.06.2026, Mannheim</p>

Detailthemen und Messen

Themen	Messen
<p>Digitale Kommune</p> <ul style="list-style-type: none"> › E-Government › Cloud Computing › Dokumentenmanagement-Systeme › GIS / Geodaten › Schul-Software, Kita-Software 	<p>Enforce Tac 23. – 25.02.2026, Nürnberg, Didacta 10. – 14.03.2026, Köln, Learntec 05. – 07.05.2026, Karlsruhe, Intergeo 15.09. – 17.09.2026, München</p>
<p>Sicherheit</p> <ul style="list-style-type: none"> › Gebäudesicherheit › Baulicher Brandschutz › Feuerwehren › Infrastruktur 	<p>Omnisecure 19. – 21.01.2026, Berlin, Sicherheitsexpo 01. – 02.07.2026, München, Florian 08. – 10.10.2026, Dresden</p>
<p>Infrastruktur</p> <ul style="list-style-type: none"> › Abwasserbehandlung / Kläranlagen › Kanalbau / Kanalsanierung › Regenwassermanagement › Klärschlammensorgung › Kreislaufwirtschaft 	<p>Göttinger Abwassertage 24. – 25.02.2026, Göttingen, Rohrleitungsforum 05.– 06.02.2026, Oldenburg, Lindauer Seminar 12. – 13.03.2026, Lindau, Essener Tagung für Wasserwirtschaft 04. – 06.03.2026, Essen</p>
<p>Verkehr & Mobilität</p> <ul style="list-style-type: none"> › Individualverkehr › ÖPNV › Verkehrsmanagement/-sicherheit 	<p>RETTmobil 06. – 08.05.2026, Fulda, Power2Drive, 23. – 25.06.2026, München, IAA Transportation 15. – 16.09.26, Hannover</p>
<p>Vernetzte Kommune</p> <ul style="list-style-type: none"> › Breitbandausbau / Glasfasernetze 	<p>Fiberdays 25. – 26.03.2026., Frankfurt am Main, AngaCom 19. – 21.05.2026, Köln</p>
<p>Energieversorgung</p> <ul style="list-style-type: none"> › Energieeffizienz › Wärmeversorgung › Stromversorgung 	<p>E-World Energy & Water 10. – 12.02.2026, Essen, Geotherm 26. – 27.02.2026, Offenburg, H2 Forum 03. – 04.03.2026, Berlin, Intersolar Europe 23. – 25.06.2026, München, The smarter E Europe 23. – 25.06.2026, München, ENERGETIKA Bodensee 21. – 23.08.2026, Kressbronn</p>
<p>Umwelt</p> <ul style="list-style-type: none"> › Luftreinhaltung/Klimaschutz › Landschaftsbau › Gebäudebegrünung 	<p>DCOnex 27. – 28.01.2026, Münster, Grüne Woche Berlin 16. – 25.01.2026, Berlin, FORST Live 27. – 29.03.2026, Offenburg, FORST3 27. – 29.03.2026, Erfurt, Deutsche Baumpflegetage 05. – 07.05.2026, Augsburg, Ligna 10. – 14.05.2026, Hannover, GaLaBau 15. – 18.09.2026, Nürnberg</p>

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 Kommunikationservice – 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-, Kunden- und 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

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 Erst-
aufträgen ein Test sinnvoll. Bitte verwenden Sie
keine Sonderfarben oder RGB-Bilder. Folgen-
de 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 Anzeigen- und Beilagaufträge und Schaltung von Werbetaufträgen

I. Vertragsgrundlagen

1. Für alle Werbetaufträge und für alle Folgeaufträge gelten mit ihrer Erteilung die Konditionen der Preisliste, der Allgemeinen Geschäftsbedingungen und der Zusätzlichen Geschäftsbedingungen der pVS - pro Verlag und Service GmbH & Co. KG, Stauffenbergstraße 18 in 74523 Schwäbisch Hall (im Folgenden „Medienunternehmen“), deren Regelungen einen wesentlichen Vertragsbestandteil bilden. Die Gültigkeit etwaiger AGB der Werbungs-trendenden oder Inserenten ist ausgeschlossen, soweit sie mit diesen AGB nicht übereinstimmen.

2. Werbetauftrag ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Werbemittel in einer Druckschrift und/oder im Internet zum Zweck der Verbreitung (nachfolgend Werbetauftrag/Anzeigenauftrag). Werbetaufträge im digitalen Bereich sind insbesondere: Banner, Advertorials, Subchannel, Social Media Postings und Multimedia-Content. Die AGB gelten sinngemäß für Beilagaufträge. Diese werden vom Medienunternehmen grundsätzlich erst nach Vorlage eines Modells angenommen.

II. Vertragsabschluss

1. 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 Abschlussfüllung werden Textteil-Millimeter dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet. Rabattdifferenzen, die aus Mehr- oder Minderaufnahmen, ausgehend von der vereinbarten Abnahmemenge entstehen, werden am Ende des Abschlussjahres durch entsprechende Gutschriften bzw. Belastungen ausgeglichen. Bei Nichtbezahlung von einer oder mehreren Anzeigengrechnungen kann diese Rabatteinbarung 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 Anzeigengemenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.

2. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die das Medienunternehmen 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 Medienunternehmen zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Medienunternehmens 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 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 bedarf.

4. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Medienunternehmen mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

5. 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 in undeutlicher Übermittlungen und Niederschriften übernimmt das Medienunternehmen keine Haftung für die Richtigkeit der Wiedergabe. Das Medienunter-

nehmen 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 Satzvorlage, der Schriftart oder -größe. Der Anzeigenauftrag kommt zustande durch die Buchung der Anzeige durch den Auftraggeber (Angebot) und Bestätigung der Buchung durch das Medienunternehmen in Textform.

6. 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 das Medienunternehmen 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. Beilagaufträge sind für das Medienunternehmen erst nach Vorlage eines Modells der Beilage und deren Billigung bindend. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

7. Anzeigenaufträge können nur schriftlich oder in Textform 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 unerschuldeten Arbeitskämpfmaßnahmen von der Verpflichtung zur Auftragsbefreiung frei, Schadenersatzansprüche des Kunden bestehen deswegen nicht.

8. Bei der Beauftragung von Anzeigen unter der für die jeweilige Rubrik geltenden Mindestgröße wird der Preis für die jeweilige Mindestgröße berechnet.

9. Sind keine Größen vereinbart oder vorgegeben, wird die Anzeige mit der für eine solche Anzeige üblichen Höhe abgedruckt und berechnet. Weicht bei einer abgelieferten Druckerunterlage die Abdruckhöhe von der bestellten Abdruckhöhe im Auftrag ab, gilt das Maß der in Abdruck gebrachten Anzeigenhöhe.

III. Pflichten des Kunden und Schadensersatzansprüche

1. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckerunterlagen 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 Druckerunterlagen gegebenen Möglichkeiten.

2. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr gilt, dass der Auftraggeber den Abdruck seiner Anzeige sofort nach Erscheinen zu prüfen hat. 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.

3. 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 angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Das Medienunternehmen haftet nur für vorsätzlich oder grob fahrlässig verursachte Schäden, für Schäden aus schuldhafter Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit, soweit zuwiegend eine Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz vorgesehen ist, für schuldhaftes Verletzungen von Kardinalspflichten (= Pflichten, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrags überhaupt erst ermöglicht und auf deren Einhaltung der Vertragspartner regelmäßig vertrauen darf) und soweit Mängel arglistig verschwiegen wurden oder eine Garantie für die Beschaffenheit übernommen wurde. Im Übrigen sind Schadensersatzansprüche gegen das Medienunternehmen unabhängig vom Rechtsgrund ausgeschlossen.

4. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet das Medienunternehmen 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 Anzeigentgelts beschränkt. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

5. 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 Darstellungssoftware- oder Hardware und Ausfall von Servern.

6. 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 einverstanden 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 Gegenanstellung verpflichtet, hat der Auftraggeber die Kosten nach der gültigen Anzeigenpreisliste zu tragen.

IV. Preisermittlung, Zahlungsbedingungen

1. Alle beantragten Preise gelten bei Anlieferung fertiger Druckerunterlagen bzw. Verwendung vorhandener Druckunterlagen (Stehsätze). Für die Anzeigerherstellung/-gestaltung/-veränderung wird eine formatunabhängige Satzpauschale von 15,00 € zzgl. MwSt. je Motiv erhoben. Die Pauschale ist nicht rabatt- und AE-fähig. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Das Medienunternehmen berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden. Sollte der Auftraggeber nach Übermittlung des zweiten Korrekturabzuges Änderungen 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 € zzgl. 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.

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

3. 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/Premie zu verweigern.

4. 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 offestehenden Rechnungen bzw. Nachberechnungen zur sofortigen Zahlung fällig. Bei Stundung oder Zahlungsverzug 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 Anzeigentgelts und

Allgemeine Geschäftsbedingungen

vom Ausgleich offener Rechnungsbeträge abhängig zu machen. Bei telefonischer Auftragsannahme werden Aufträge von Anzeigen-Kunden ohne Abschluss mittels Einzugs-ermächtigung 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 fest- gestellt oder unbestritten sind. Sofern der Auftraggeber nicht, ist er zur Ausübung eines Zurückbehaltungsrechtes nur befugt, sofern der Gegenanspruch unbestritten oder rechtskräftig festgestellt ist und auf demselben Vertragsverhältnis beruht.

5. 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 Datenver- arbeitung bei Creditreform erhalten Sie unter <https://www.creditreform.de/heilbronn/datenschutz>.

V. Probeabzüge, Druckunterlagen

1. Das Medienunternehmen liefert in der Regel auf der Rechnung einen belegersetzten- den Abdruck der Anzeige. Wenn Art und Umfang des Auftrages es rechtfertigen, liefert das Medienunternehmen auf Anforderung Belege. Bei Belegung der Gesamtausgabe oder mehrerer Lokalausgaben wird nur ein Beleg verschickt. Der Belegversand erfolgt in der Re- gel 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 Gelegenheits- anzeigen besteht kein Anspruch auf einen Beleg.

2. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Aus- führung hat der Auftraggeber zu tragen.

3. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zu- rückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages. Bewahrt das Medienunternehmen die Werbemittel auf, ohne dazu verpflichtet zu sein, so geschieht dies ebenfalls für maximal drei Monate.

VI. Auflagenminderung

Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein An- spruch 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 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.

VII. Datenschutz

- 1.** Die Vertragsdaten werden in einer Datenverarbeitungsanlage gespeichert, aufgrund der gesetzlichen Aufbewahrungsfristen auch über den Zeitpunkt der Vertragserfüllung hi- naus. 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.
- 2.** Die Weitergabe an zur Vertraulichkeit verpflichtete Unterauftragnehmer ist gestattet.

3. Soweit personenbezogene Daten verarbeitet werden, erbringt das Medienunter- nehmen diese Leistung durch auf das Datengeheimnis gem. DSGVO und sonstige daten- schutzrechtliche Vorschriften verpflichtete Mitarbeiter und ggfs. Unterauftragnehmer. Das Medienunternehmen wird die erlangten Daten ausschließlich für die Zwecke der Leistungserbringung verarbeiten. Die datenschutzrechtlichen Informationspflichten nach Art. 13 DSGVO hinsichtlich der Verarbeitung von personenbezogenen Daten und welche Rechte die Betroffenen haben, können unter www.stimme-mediengruppe.de/informa- tionspflichten 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 Daten- nutzung kann der Kunde jederzeit schriftlich widersprechen, per E-Mail an [datenschutz@ stimme-mediengruppe.de](mailto: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 <https://www.pro- vs.de/datenschutz/>. Es besteht ein Beschwerderecht beim Landesdatenschutzbeauftra- gten für den Datenschutz und die Informationsfreiheit Baden-Württemberg.

VIII. Sonstiges

- 1.** Für den Auftragsauftrag gilt deutsches Recht und Ausschluss des UN-Kaufrechts und unter Ausschluss von Kollisionsrecht.
- 2.** 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.
- 3.** Der Auftraggeber erklärt sich damit einverstanden, dass er über Änderungen dieser AGB auf der Homepage (www.stimme-mediengruppe.de/pvs) 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. Wider- spricht der Auftraggeber können laufende Verträge vom Medienunternehmen fristgerecht gekündigt werden.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen

- a)** Für Anzeigen in Sonderseiten, Sonderbeilagen und Kollektiven können vom Medien- unternehmen von der Preisliste abweichende Preise festgelegt werden.
- b)** Im Falle gänzlichen oder teilweisen Nichterscheins der Zeitung und somit der Anzei- ge infolge höherer Gewalt oder bei Störung des Arbeitsfriedens erlischt jede Verpflichtung auf Erfüllung von Aufträgen und Leistungen von Schadensersatz; für nicht rechtzeitig oder überhaupt nicht veröffentlichte Anzeigen bzw. Beilagen wird ebenfalls kein Schadens- ersatz 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 abge- schlossen 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 Medien- unternehmen gewährt einen Konzernrabatt nur bei privatwirtschaftlich organisierten Zu- sammenschlüssen. Dies gilt nicht für den Zusammenschluss verschiedener selbständiger hoteilicher Organisationen oder bei Zusammenschlüssen, bei denen Körperschaften des Öffentlichen Rechts beteiligt sind.
- d)** Werbeagenturen und gewerbsmäßige Vermittler erhalten Mittelprovision, 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 Mittelprovision 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 Ver- vielfältigung auf Datenträgern wie CD-ROM, DVD-ROM etc. auch auszugsweise, nur nach vorheriger schriftlicher Zustimmung des Medienunternehmens erfolgen.
- g)** Bei Änderung der Preisliste treten die neuen Bedingungen sofort in Kraft.
- h)** Korrekturabzüge können nur versendet werden, wenn der Auftragseingang einen Tag vor Anzeigenabschluss erfolgt ist.

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**

