

Preisliste Nr. 68 | Nielsen 1 | 38640 Goslar | Gültig ab 01.01.2024



**ANZEIGEN
ONLINE**
*goslarsche.de/
anzeigen*

Goslarsche Zeitung

Ihr starker
Medienpartner
in der **Region.**

Goslarsche Zeitung

goslarsche.de

GZ+

Harzer
Panorama
am Sonntag

WIRTSCHAFT
IM HARZ

Goslarsche Zeitung

wann, wie und wo ich will



Jeden Morgen in Ihrem Briefkasten

Frühmorgens erhalten Sie sechsmal in der Woche weitgehende Hintergrundinformationen und Analysen in unserer Printausgabe – für einen perfekten Start in den Tag.

Aktuelle Nachrichten auf www.goslarsche.de

Sobald etwas Wichtiges passiert, informieren wir Sie mit einer Eilmeldung – bereits kurz danach erfahren Sie mehr über die Hintergründe.

Auch unterwegs jederzeit informiert

Lesen Sie das E-Paper, die digitale Ausgabe der Goslarschen Zeitung, und bleiben Sie auf dem Laufenden – egal, wo Sie sind.

Goslarsche Zeitung

| | | | |
|---|----|--|-------|
| ■ Allgemeine Verlagsangaben | 4 | ■ Grundpreise Kombination GZ + Harzer Panorama | 14 |
| ■ Technische Angaben/Druck | 5 | ■ Ortspreise Kombination GZ + Harzer Panorama | 15 |
| ■ Auflagen und Verbreitungsgebiete | 6 | ■ Private Anzeigen | 16 |
| ■ Daten und Fakten – Print | 7 | ■ Verlagsbeilagen, Magazine und Kalender | 17 |
| ■ Platzierungsbedingungen und Sonderformate | 8 | ■ Prospektbeilagen | 18 |
| ■ Standardformate | 9 | ■ Beschaffenheit von Beilagen | 19 |
| ■ Grundpreise Goslarsche Zeitung | 10 | ■ Digitale Werbung | 20-22 |
| ■ Ortspreise Goslarsche Zeitung | 11 | ■ Menschen und Märkte | 23 |
| ■ Grundpreise Harzer Panorama | 12 | ■ Allgemeine Geschäftsbedingungen | 24-27 |
| ■ Ortspreise Harzer Panorama | 13 | ■ Verlagsvertretungen | 28 |

| | |
|--------------------------------------|---|
| Verlag | Goslarsche Zeitung Karl Krause GmbH & Co. KG Pressehaus, Bäckerstraße 31–35, 38640 Goslar Postfach 2994, 38629 Goslar angeschlossen an die Tarifgemeinschaft mit der Braunschweiger Zeitung Gesamtausgabe Telefon 0 53 21 / 333-0 Telefax 0 53 21 / 333-199 www.goslarsche.de |
| Gesamtleitung Vermarktung | Lutz Scheibel Telefon 0 53 21 / 333-130 E-Mail lutz.scheibel@goslarsche-zeitung.de |
| Vermarktung | Telefon 0 53 21 / 333-133 und 0 53 21 / 333-139 anzeigen@goslarsche-zeitung.de |
| Geschäftsbedingungen | Aufträge werden zu den Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften und zu den zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages ausgeführt (siehe Blatt 24+25). |
| Bankverbindungen | |
| Goslar | Volksbank Nordharz IBAN: DE77 2689 0019 3005 6373 00 · BIC: GENODEFIVNH Sparkasse Hildesheim Goslar Peine IBAN: DE37 2595 0130 0000 0360 12 · BIC: NOLADE21HIK |
| Bad Harzburg | Braunschweigische Landessparkasse IBAN: DE40 2505 0000 0023 0140 79 · BIC: NOLADE2HXXX |
| Braunlage | Volksbank IBAN: DE40 2789 3359 0040 9988 50 · BIC: GENODEFIBLG |
| Clausthal-Zellerfeld | Volksbank im Harz IBAN: DE06 2689 1484 0014 4002 00 · BIC: GENODEFIOHA |
| Zahlungsbedingungen | Nach Erhalt der Rechnung ohne Abzug |

| | | | |
|---|--|--------------------|------|
| Chiffregebühren | Selbstabholer 1,30 €, Postzustellung 8,00 € zzgl. MwSt. | | |
| Erscheinungsweise | werktags morgens | | |
| Anzeigenschluss | Montag-Ausgabe am Freitag, 12 Uhr, Dienstag- bis Freitagausgabe am Vortag, 12 Uhr, Wochenendausgabe: Stellen-, Kfz- und Immobilien- anzeigen am Donnerstag, 17 Uhr, alle übrigen Anzeigen am Freitag, 10 Uhr | | |
| Druckunterlagenschluss | 24 Stunden vor Erscheinen | | |
| Rücktrittsrecht | 2 Werktage vor Erscheinen | | |
| Anlieferungstermin Beilagen | 3 Werktage vor Beilagentermin | | |
| Rücktrittstermin Beilagen | 8 Werktage vor Beilagentermin | | |
| Rabatte | | | |
| Malstaffel für mehrmalige Veröffentlichung pro Jahr von mindestens | Mengenstaffel für mm-Abschlüsse pro Jahr von mindestens | | |
| 6 Anzeigen | 3 % | 5 000 mm | 10 % |
| 12 Anzeigen | 5 % | 10 000 mm | 15 % |
| 24 Anzeigen | 10 % | 20 000 mm | 20 % |
| 52 Anzeigen | 15 % | 50 000 mm | 21 % |
| | | 80 000 mm | 22 % |
| | | 111 000 mm | 23 % |
| | | 150 000 mm | 24 % |
| | | 200 000 mm | 25 % |
| | | ab 250 000 mm | |
| | | Sondervereinbarung | |
| Anzeigenstrecke | Zusätzlicher Streckenrabatt ab 4 Seiten, Vereinbarung nach Rücksprache | | |
| Ortspreise | Der Ortspreis kommt für direkt erteilte Aufträge des lokalen Einzelhandels, Handwerks, Gewerbes und der Industrie zur Anwendung. | | |
| QR-Code | Kostenlose Erstellung eines QR-Codes für Anzeigen über hc media, individuell mit Logo 30,00 € zzgl. MwSt. | | |

| | | |
|------------------------|---|----------------------------|
| Format | Berliner Format 470 x 315 mm (Höhe x Breite) | |
| Satzspiegel | 435 x 282 mm (Höhe x Breite) | |
| Breite Panorama | 597 mm | |
| Spaltenbreiten | 1 Textspalte = 1,2 Anzeigenspalten | |
| | Anzeigenteil | Redaktioneller Teil |
| | 1-spaltig = 45 mm | 1-spaltig = 53 mm |
| | 2-spaltig = 92,4 mm | 2-spaltig = 110,24 mm |
| | 3-spaltig = 139,8 mm | 3-spaltig = 167,5 mm |
| | 4-spaltig = 187,2 mm | 4-spaltig = 224,75 mm |
| | 5-spaltig = 234,6 mm | 5-spaltig = 282 mm |
| | 6-spaltig = 282 mm | |
| | Panorama = 597 mm | |
| Druckverfahren | Offset-Rotation | |
| Papier | Gedruckt auf Zeitungspapier mit mind. 50 % Altpapieranteil | |
| Grundschrift | Anzeigenteil 7,0 p = 2,63 mm Textteil 9,2 p = 3,45 mm | |
| Druckform | Offsetplatte, CTP (Computer to plate) | |
| Druckunterlagen | Digitale Druckunterlagen. Für besondere reprotechnische Arbeiten an nichtrepro-fähigen Druckunterlagen werden zusätzliche Kosten berechnet. Preis auf Anfrage. | |

| | |
|--------------------------------------|--|
| Rasterweite | bis 40 Linien/cm |
| Tonwertzunahme | 26 % |
| Strichbreite, positiv negativ | 0,1 mm einfarbig 0,8 mm, mehrfarbig 1,25 mm |
| Volltondichte | S = Schwarz 1.10 C = Cyan 0.90 M = Magenta 0.90 Y = Yellow 0.80 |
| Farbdeckung | 230 % |
| Aufbau der Farbauszüge | Euro-Skala |
| Farbprofil Zeitungsdruck | ISO Newspaper 26v4 |
| Sonderfarben | Aufbau aus Euro-Skala |
| Platzierung Farbanzeigen | Mit drucktechnisch bedingten Einschränkungen auf allen für Farbanzeigen geeigneten Seiten, die jeweils vom Umfang abhängig sind. Bestimmte Plätze und Seiten können nicht bindend vereinbart werden. Bei 4c-Anzeigen werden zusätzlich zwei Andrucke auf Zeitungspapier benötigt. |
| Formate | Druckdateien (Printfiles), die unter Einschluss sämtlicher verwendeter Schriften und Bildelemente belichtungsfähig formatiert sind. Rasterweite 40 l/cm (100 lpi); Auflösung 1270 dpi; Passkreuze und Farbauszugbezeichnung aktiviert. PDF-/EPS-Dateien zur Einbindung in digitale Datensätze nur vollständig unter Beifügung sämtlicher verwendeter Schriften (Bilddateien müssen im PDF-/EPS-Format eingebunden sein; Mindestauflösung 300 dpi, Farbmodell CMYK oder Graustufe); bei wenig Text wahlweise auch Einbindung vektorisierter Schrift Elemente möglich. |



Goslarsche Zeitung

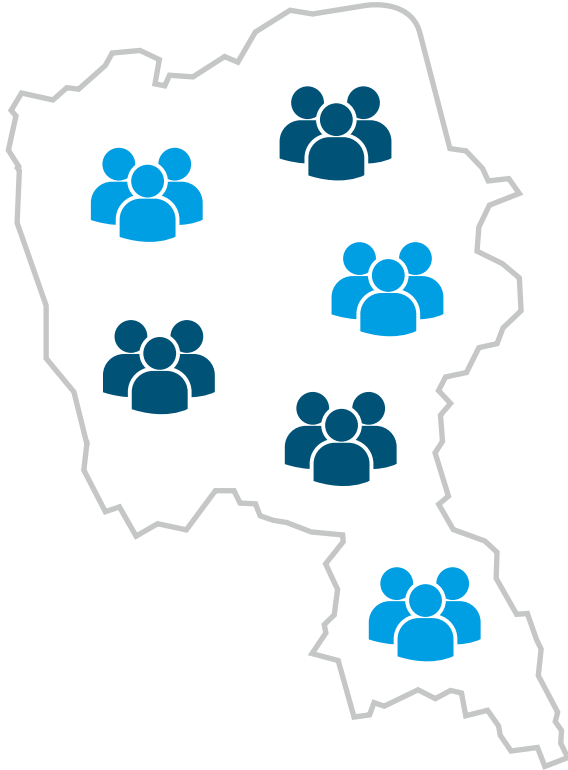
ZIS-Nr. 100270

Verkaufte Auflage 17.785 Ex.
davon digital 2.434 Ex.
Verbreitete Auflage 18.110 Ex.



Harzer Panorama

Druckauflage 68.470 Ex.



60.000 Leser im Verbreitungsgebiet



42.000
leben in einem Haushalt
mit Tageszeitungs-Abo



24.000
sind zwischen 14 und
49 Jahre alt



36.000
sind älter als 50 Jahre
















28.000
sind berufstätig

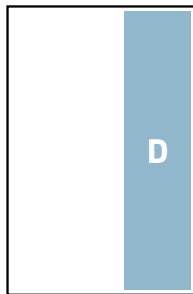
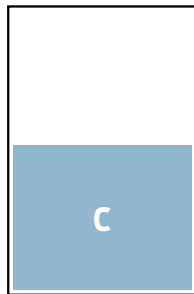
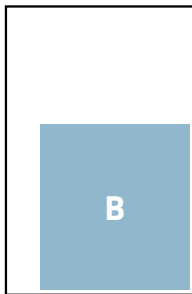
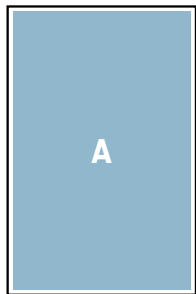


40.000
leben in Haushalten mit mind.
2.500 € Nettoeinkommen

Satzspiegel 435 mm hoch x 282 mm breit, Seitenvolumen: 2610 mm · **Anzeigenspalten** Breite: 45 mm, Anzahl: 6 · **Textspalten** Breite: 53 mm, Anzahl: 5 · **Umrechnungsfaktor** 1,2

| Sonderformate | Mindesthöhe | Maximalhöhe | Mindestvolumen | Anzahl Spalten | Anmerkungen | |
|--|----------------------------|----------------------------|----------------|---|--|---|
| Titelkopfanzeige | Festgröße 47 mm | Festgröße 47 mm | | 1 Textspalte | Platzierung am Kopf der Titelseite rechts außen. |  |
| Titelstreifen | Festgröße 50 mm | Festgröße 50 mm | 300 mm | 5 Textspalten | Platzierung am Fuß der Titelseite. |  |
| Seitenkopfanzeige | Festgröße 24 mm | Festgröße 82 mm | | ca. 1,5 Textspalten = 82 mm Breite | Platzierung am Kopf der Aufschlagseite rechts neben dem Seitenkopf. |  |
| Textteilanzeige | 20 mm | 150 mm Titelseite 60 mm | 20 mm | 1 Textspalte | Platzierung im Textteil. |  |
| Griffecke | Festgröße 100 mm | Festgröße 100 mm | | 2 Textspalten | Platzierung am Fuß außen, Titelseite oder erste Lokalseite. |  |
| Eckfeldanzeige | 250 mm 167 mm 125 mm | 360 mm 320 mm 250 mm | 600 mm | 2 Textspalten 3 Textspalten 4 Textspalten | Platzierung am Fuß außen auf einer linken oder rechten Textseite. |  |
| Streifenanzeige | 100 mm | 360 mm | 600 mm | 5 Textspalten | Platzierung am Fuß einer linken oder rechten Seite. |  |
| Blatthohe Anzeige | 415 mm | 435 mm | | 1-4 Textspalten | Werden ab 415 mm freigestellt und blatthoch berechnet. |  |
| Satellitenanzeigen bzw. „Anzeigen-Treppe“ | 20 mm | 150 mm | 200 mm | 1-2 Anzeigenspalten | Platzierung auf einer rechten oder linken Anzeigenseite. |  |
| Inselanzeige | Festgröße 120 mm | Festgröße 120 mm | 240 mm | 2 Anzeigenspalten | Festgröße 120/2, Platzierung im Kleinanzeigenteil Seitenmitte. |  |
| Panoramaanzeige | 200 mm | 320 mm | 2600 mm | 12 Anzeigenspalten + Bundsteg = 597 mm Breite | Anzeigen über 2 Seiten einschl. Bund, Platzierung im Text- oder Anzeigenteil. Mindestvolumen im redaktionellen Teil 2600 mm, im Anzeigenteil nach Absprache. |  |
| Tunnelanzeige | 100 mm | 320 mm | 600 mm | 5, 7 oder 9 Textspalten | Platzierung am Fuß einer Seite. |  |
| Börsenstreifen | Festgröße 35 mm | Festgröße 35 mm | | 6 Anzeigenspalten | Platzierung samstags über den Börsennachrichten |  |

Grundpreise, Ortspreise auf Anfrage



282 x 435 mm (B x H)

224,75 x 250 mm

nur Textseiten
1.200 mm Volumen

282 x 218 mm

110,24 x 435 mm

nur Textseiten
1.044 mm Volumen

282 x 145 mm

282 x 110 mm

167,5 x 185 mm

nur Textseiten
666 mm Volumen

| | | A | B | C | D | E | F | G |
|---------------------------|------------|-------------|-------------------|-------------------------|------------------------|-------------------------|-------------------------|----------------------|
| | | 1/1 Seite | 1000er Eckfeld | 1/2 Seite blattbreit | 1/3 Seite blatthoch | 1/3 Seite blattbreit | 1/4 Seite blattbreit | 1/4 Seite Eckfeld |
| Goslarsche Zeitung | s/w | 7.960,50 € | 3.660,00 € | 3.989,40 € | 3.184,20 € | 2.653,50 € | 2.013,00 € | 2.031,30 € |
| | 4c | 10.022,40 € | 4.608,00 € | 5.022,72 € | 4.008,96 € | 3.340,80 € | 2.534,40 € | 2.557,44 € |

Goslar'sche Zeitung

Satzspiegel 435 mm hoch x 282 mm breit, Seitenvolumen: 2610 mm

Anzeigenspalten Breite: 45 mm, Anzahl: 6 · **Textspalten** Breite: 53 mm, Anzahl: 5 · **Umrechnungsfaktor** 1,2

Legende

online = 30 Tage kostenfrei abrufbar auf jobs.goslar'sche.de. Weitere Optionen zubuchbar (siehe Blatt 21).

*1 = 1. Wort fett in genormter Gestaltung ohne Satzauszeichnung oder Umrandung; Schlagzeile (doppelt fett) = 2 Zeilen;

besondere Texthervorhebungen/Satzauszeichnungen = 25 % Aufschlag; alle Wörter fett = 50 % Aufschlag;

gestaltete Fließsätze (Logos etc.) sowie Fließsätze, farbig unterlegt, werden nach effektiver Abdruckhöhe zum Millimeterpreis abgerechnet.

*2 = Festpreis

| Goslar'sche Zeitung (Mindestgröße 20 mm) | Schwarz-Weiß je mm | 3 Zusatzfarben je mm |
|---|-------------------------|-------------------------|
| Anzeigenteil | 3,05 € | 3,84 € |
| 1/1 Seite*2 | 7.960,50 € | 10.022,40 € |
| Textteilanzeige | 5,10 € | 5,99 € |
| Titelkopfanzeige*2 | 896,17 € | 1.279,76 € |
| Titelstreifen*2 | 1.864,29 € | 2.200,49 € |
| Seitenkopfanzeige*2 | 400,91 € | 591,33 € |
| Griffecke Titelseite*2 | 1.439,33 € | 1.760,39 € |
| Griffecke 1. Lok*2 | 1.144,60 € | 1.438,52 € |
| Streifenanzeige 1. Lok*2 | 2.422,43 € | 2.994,61 € |
| Stellenanzeige (print + online) | 3,46 € | 4,70 € |
| Geschäftlicher Fließsatz*1 | 8,28 € (mind. 3 Zeilen) | 3,84 € (mind. 7 Zeilen) |

Goslarische Zeitung

Satzspiegel 435 mm hoch x 282 mm breit, Seitenvolumen: 2610 mm

Anzeigenspalten Breite: 45 mm, Anzahl: 6 · **Textspalten** Breite: 53 mm, Anzahl: 5 · **Umrechnungsfaktor** 1,2

Legende

online = 30 Tage kostenfrei abrufbar auf jobs.goslarische.de. Weitere Optionen zubuchbar (siehe Blatt 21).

*1 = ohne weitere Nachlässe und nur bei direkter Auftragserteilung, nicht erwerbswirtschaftlich

*2 = 1. Wort fett in genormter Gestaltung ohne Satzauszeichnung oder Umrandung; Schlagzeile (doppelt fett) = 2 Zeilen; besondere Text hervorhebungen/Satzauszeichnungen = 25 % Aufschlag; alle Wörter fett = 50 % Aufschlag; gestaltete Fließsätze (Logos etc.) sowie Fließsätze, farbig unterlegt, werden nach effektiver Abdruckhöhe zum Millimeterpreis abgerechnet.

*3 = Festpreis

| Goslarische Zeitung (Mindestgröße 20 mm) | Schwarz-Weiß je mm | 3 Zusatzfarben je mm |
|---|-------------------------|-------------------------|
| Anzeigenteil | 2,55 € | 3,23 € |
| 1/1 Seite* ³ | 6.655,50 € | 8.430,30 € |
| Textteilanzeige | 4,56 € | 5,39 € |
| Titelkopfanzeige* ³ | 754,32 € | 1.077,18 € |
| Titelstreifen* ³ | 1.605,32 € | 1.894,78 € |
| Seitenkopfanzeige* ³ | 337,42 € | 497,48 € |
| Griffecke Titelseite* ³ | 1.211,04 € | 1.485,47 € |
| Griffecke 1. Lok* ³ | 965,73 € | 1.211,09 € |
| Streifenanzeige 1. Lok* ³ | 2.049,47 € | 2.521,96 € |
| Stellenanzeige (print + online) | 2,95 € | 3,98 € |
| Amtliche Bekanntmachungen* ¹ | 1,69 € | |
| Vereine / Verbände (nur für gemeinnütz. Zwecke) | 1,53 € | 2,01 € |
| Kirchen | 1,29 € | |
| Geschäftlicher Fließsatz* ² | 6,99 € (mind. 3 Zeilen) | 3,23 € (mind. 7 Zeilen) |
| Advertorial 1/1-Seite | | 3.499,00 € |
| Advertorial 1/2 Seite | | 1.750,00 € |



| | |
|--------------------------|--|
| Satzspiegel | 435 mm hoch x 282 mm breit, Seitenvolumen: 2610 mm |
| Anzeigenspalten | Breite: 45 mm, Anzahl: 6 |
| Druckauflage | 68.470 Ex. |
| Erscheinungsweise | wöchentlich sonntags |
| Anzeigenschluss | Donnerstag, 17 Uhr |

Legende

online = 30 Tage kostenfrei abrufbar auf jobs.goslarsche.de. Weitere Optionen zubuchbar (siehe Blatt 21).

- *1 = 1. Wort fett in genormter Gestaltung ohne Satzauszeichnung oder Umrandung; Schlagzeile (doppelt fett) = 2 Zeilen; besondere Text hervorhebungen/Satzauszeichnungen = 25 % Aufschlag; alle Wörter fett = 50 % Aufschlag; gestaltete Fließsätze (Logos etc.) sowie Fließsätze, farbig unterlegt, werden nach effektiver Abdruckhöhe zum Millimeterpreis abgerechnet.
- *2 = Festpreis



| Harzer Panorama (Mindestgröße 20 mm) | Schwarz-Weiß je mm | 3 Zusatzfarben je mm |
|---|-----------------------------------|-------------------------|
| Anzeigenteil | 2,75 € | 3,47 € |
| 1/1 Seite*2 | 7177,50 € | 9056,70 € |
| Titelkopfanzeige (Festgröße 60/1)*2 | 189,50 € | 230,41 € |
| 2-Spalter Titelseite | 3,16 € | 3,85 € |
| Streifenanzeige Titelfuß | 3,16 € | 3,85 € |
| Stellenanzeige (print + online) | 3,30 € | 4,16 € |
| Geschäftlicher Fließsatz*1 | 6,72 € (mind. 3 Zeilen, je Zeile) | 3,47 € (mind. 7 Zeilen) |



Satzspiegel 435 mm hoch x 282 mm breit, Seitenvolumen: 2610 mm
Anzeigenspalten Breite: 45 mm, Anzahl: 6
Druckauflage 68.470 Ex.
Erscheinungsweise wöchentlich sonntags
Anzeigenschluss Donnerstag, 17 Uhr

Legende

online = 30 Tage kostenfrei abrufbar auf jobs.goslarsche.de. Weitere Optionen zubuchbar (siehe Blatt 21).

- *1 = 1. Wort fett in genormter Gestaltung ohne Satzauszeichnung oder Umrandung; Schlagzeile (doppelt fett) = 2 Zeilen; besondere Text hervorhebungen/Satzauszeichnungen = 25 % Aufschlag; alle Wörter fett = 50 % Aufschlag; gestaltete Fließsätze (Logos etc.) sowie Fließsätze, farbig unterlegt, werden nach effektiver Abdruckhöhe zum Millimeterpreis abgerechnet.
- *2 = Festpreis



| Harzer Panorama (Mindestgröße 20 mm) | Schwarz-Weiß je mm | 3 Zusatzfarben je mm |
|---|-----------------------------------|-------------------------|
| Anzeigenteil | 2,30 € | 2,93 € |
| 1/1 Seite*2 | 6.003,00 € | 7.647,30 € |
| Titelkopfanzeige (Festgröße 60/1)*2 | 161,66 € | 198,08 € |
| 2-Spalter Titelseite | 2,69 € | 3,29 € |
| Streifenanzeige Titelfuß | 2,69 € | 3,29 € |
| Stellenanzeige (print + online) | 2,76 € | 3,52 € |
| Geschäftlicher Fließsatz*1 | 5,66 € (mind. 3 Zeilen, je Zeile) | 2,93 € (mind. 7 Zeilen) |
| Advertorial 1/1-Seite | | 2.999,00 € |
| Advertorial 1/2 Seite | | 1.500,00 € |

Goslarische Zeitung +







Satzspiegel 435 mm hoch x 282 mm breit, Seitenvolumen: 2610 mm

Anzeigenspalten Breite: 45 mm, Anzahl: 6

Legende

online = 30 Tage kostenfrei abrufbar auf jobs.goslarsche.de. Weitere Optionen zubuchbar (siehe Blatt 21).

- *1 = 1. Wort fett in genormter Gestaltung ohne Satzauszeichnung oder Umrandung;
Schlagzeile (doppelt fett) = 2 Zeilen; besondere Texthervorhebungen/Satzauszeichnungen = 25 % Aufschlag; alle Wörter fett = 50 % Aufschlag;
gestaltete Fließsätze (Logos etc.) sowie Fließsätze, farbig unterlegt, werden nach effektiver Abdruckhöhe zum Millimeterpreis abgerechnet.
- *2 = Festpreis

| Schwarz-Weiß (Mindestgröße 20 mm) |   Kombination Goslarische Zeitung + Harzer Panorama |
|---|--|
| Anzeigenteil | 4,38 € / mm |
| 1/1 Seite*2 | 11.431,80 € |
| Stellenanzeige (print + online) | 5,26 € / mm |
| Geschäftlicher Fließsatz (mind. 3 Zeilen)*1 | 11,61 € / Zeile |
| 3 Zusatzfarben (Mindestgröße 20 mm) |   Kombination Goslarische Zeitung + Harzer Panorama |
| Anzeigenteil | 5,68 € / mm |
| 1/1 Seite*2 | 14.824,80 € |
| Stellenanzeige (print + online) | 6,82 € / mm |
| Geschäftlicher Fließsatz (mind. 7 Zeilen)*1 | 5,68 € / mm |

Goslarische Zeitung +







Satzspiegel 435 mm hoch x 282 mm breit, Seitenvolumen: 2610 mm

Anzeigenspalten Breite: 45 mm, Anzahl: 6

Legende

online = 30 Tage kostenfrei abrufbar auf jobs.goslarische.de. Weitere Optionen zubuchbar (siehe Blatt 21).

- *1 = 1. Wort fett in genormter Gestaltung ohne Satzauszeichnung oder Umrandung;
Schlagzeile (doppelt fett) = 2 Zeilen; besondere Texthervorhebungen/Satzauszeichnungen = 25 % Aufschlag; alle Wörter fett = 50 % Aufschlag;
gestaltete Fließsätze (Logos etc.) sowie Fließsätze, farbig unterlegt, werden nach effektiver Abdruckhöhe zum Millimeterpreis abgerechnet.
- *2 = Festpreis

| Schwarz-Weiß (Mindestgröße 20 mm) |   Kombination Goslarische Zeitung + Harzer Panorama |
|---|--|
| Anzeigenteil | 3,68 € / mm |
| 1/1 Seite*2 | 9.604,80 € |
| Stellenanzeige (print + online) | 4,42 € / mm |
| Geschäftlicher Fließsatz (mind. 3 Zeilen)*1 | 9,74 € / Zeile |
| 3 Zusatzfarben (Mindestgröße 20 mm) |   Kombination Goslarische Zeitung + Harzer Panorama |
| Anzeigenteil | 4,75 € / mm |
| 1/1 Seite*2 | 12.397,50 € |
| Stellenanzeige (print + online) | 5,70 € / mm |
| Geschäftlicher Fließsatz (mind. 7 Zeilen)*1 | 4,75 € / mm |

Satzspiegel 435 mm hoch x 282 mm breit, Seitenvolumen: 2610 mm

Anzeigenspalten Breite: 45 mm, Anzahl: 6

Legende

- *1 = 1. Wort fett in genormter Gestaltung ohne Satzauszeichnung oder Umrandung;
Schlagzeile (doppelt fett) = 2 Zeilen; besondere Text hervorhebungen/Satzauszeichnungen = 25 % Aufschlag; alle Wörter fett = 50 % Aufschlag.
- *2 = Festpreis

| Familienanzeigen (print + online) | Ausgabe | je mm |
|--|--------------------|--------|
| montags - freitags | Goslarsche Zeitung | 1,30 € |
| samstags | Goslarsche Zeitung | 1,33 € |

| Fließsatzanzeigen | Ausgabe | je Zeile |
|--|----------------------------------|----------|
| Fließsatz (mind. 3 Zeilen, je Zeile)*1 | Goslarsche Zeitung | 4,36 € |
| Fließsatz (mind. 3 Zeilen, je Zeile)*1 | Harzer Panorama | 3,66 € |
| Fließsatz (mind. 3 Zeilen, je Zeile)*1 | Kombination GZ + Harzer Panorama | 6,08 € |
| Foto in den Rubriken Kfz/Immobilien*2 | | 10,00 € |
| Foto in allen anderen Rubriken | | inkl. |

Unsere hochwertigen Publikationen wenden sich gezielt an besonders interessierte Leser. So können Sie die Wirkung Ihrer Werbebotschaft deutlich steigern – auch online.

Mehr Informationen erhalten Sie unter Telefon 0 53 21 / 333-130 oder unter anzeigen@goslarsche-zeitung.de



Wissen – Wohnen, Auto, Gesundheit



Wir bilden aus / Konfirmation



Baßgeige / Starke Leistung



Rennkurier / Weihnachtszeit



Wirtschaft im Harz



Bergkalender / Tafelkalender

Goslarsche Zeitung

Preis pro 1.000 Ex., Mindestauflage 5.000 Ex.

| Gewicht | Grundpreis | Ortspreis |
|-----------|------------|-----------|
| bis 20 g | 85,00 € | 74,00 € |
| bis 40 g | 97,00 € | 84,00 € |
| bis 60 g | 120,00 € | 104,00 € |
| bis 80 g | 155,00 € | 133,00 € |
| bis 100 g | 173,00 € | 151,00 € |
| bis 120 g | 215,00 € | 193,00 € |
| bis 140 g | 281,00 € | 259,00 € |

Harzer Panorama am Sonntag

Preis pro 1.000 Ex., Mindestauflage 10.000 Ex.

| Gewicht | Grundpreis | Ortspreis |
|-----------|------------|-----------|
| bis 20 g | 73,00 € | 64,00 € |
| bis 40 g | 84,00 € | 73,00 € |
| bis 60 g | 111,00 € | 96,00 € |
| bis 80 g | 121,00 € | 106,00 € |
| bis 100 g | 131,00 € | 116,00 € |
| bis 120 g | 141,00 € | 126,00 € |
| bis 140 g | 151,00 € | 136,00 € |

Digitale Beilage im E-Paper

Festpreise

| Grundpreis | Ortspreis |
|------------|-----------|
| 210,00 € | 183,00 € |

Laufzeit 7 Tage

Bei Vollbelegung in der Goslarschen Zeitung ist die E-Paper-Belegung verpflichtend. Das pdf (max. 30 MB) wird 2 Werktage vor Erscheinungstermin benötigt.

Zahl der erforderlichen Beilagen:

montags – freitags 16.800 Exemplare
samstags 18.600 Exemplare

Zahl der erforderlichen Beilagen:

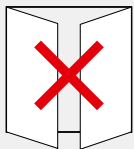
68.470 Exemplare

Keine Wiederholungsrabatte. Agenturprovision 15 %. Teilbelegungen nach Rücksprache möglich ohne Gewähr, dass das gewünschte Gebiet ausschließlich erfasst wird.

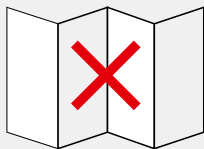
Anlieferung am Versandort: Goslarsche Zeitung · Pressehaus · Bäckerstraße 31-35 · 38640 Goslar

Frei Hof, frühestens 8 und spätestens 3 Werktage vor Erscheinungstermin. Anlieferungszeiten montags - donnerstags 7.00 - 14.30 Uhr, freitags 7.00 - 12.30 Uhr. Anlieferung mit Sattelzügen nur bedingt möglich. Kosten, die durch nicht termingerechte Anlieferung oder verspäteten Rücktritt entstehen, trägt der Auftraggeber.

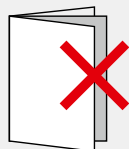
Beilagen dieser Art können wir leider nicht verarbeiten:



Altarfalz
(Fensterfalz)



Leporellofalz
(Zickzackfalz)



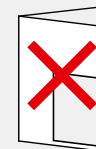
Einlage nicht
bündig eingeklebt



Mangelhafte Verarbeitung:
Falten, Eselsohren



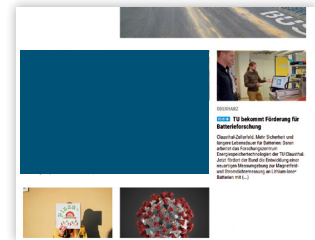
Papier zu dünn –
Klammerung trägt auf



Postkarten-
anbringung außen

- 1. Formate**
 - gebundene Seite mind. 150 mm und max. 315 mm, offene Seite mind. 105 mm und max. 240 mm
- 2. Flächengewichte – Einzelblätter**
 - Format DIN A6 mindestens 170 g/m
 - Format größer DIN A6 bis DIN A4 mindestens 120 g/m
 - Formate größer DIN A4 mindestens 60 g/m.
Formate größer DIN A4 sind auf eine Größe im Bereich DIN A4 (210 mm x 297 mm) zu falzen.
- 3. Flächengewichte – Mehrseitig (im jeweils möglichen Maximalformat)**
 - ab 4 bis 6 Seiten mindestens 60 g/m
 - ab 8 Seiten mindestens 50 g/m
- 4. Gewichte**
 - Das Gewicht einer Beilage soll 70 g/Exemplar nicht überschreiten. Rücksprache bei besonders starken Beilagen und Einzelblättern.
- 5. Falzarten**
 - Gefaltzte Beilagen müssen im Kreuz-, Wickel- oder Mittenfalz verarbeitet sein.
 - Mehrseitige Beilagen mit Formaten größer DIN A5 (148 mm x 210 mm) müssen den Falz an der langen Seite haben.
- 6. Beschnitt**
 - Alle Beilagen müssen rechtwinklig und formatgleich geschnitten sein.
 - Beilagen dürfen am Schnitt keine Verblockung durch stumpfe Messer oder Klebereste aufweisen.
- 7. Hinweise zu Fremdbeilagen**
 - Fremdbeilagen, die der Zeitung ähneln (Papier, Format, Layout) bedürfen der Abstimmung.
 - Die jeweils aktuellen postalischen Bestimmungen sind zu berücksichtigen.
- Beilagenaufträge werden erst nach Vorlage von 3 Mustern spätestens 7 Werktagen vor Erscheinungstermin und deren Billigung durch den Verlag bindend.
 - Ein Konkurrenzschluss und Alleinbelegung kann nicht zugesichert werden.
 - Beilagen dürfen nur die Eigenwerbung einer Firma enthalten. Beilagen, die für 2 oder mehr Firmen durch Fremdanzeigen oder Einleger anderer Firmen werben, werden wie 2 oder mehr Beilagen berechnet. Dies gilt nicht, wenn der Auftraggeber als Händler die Produkte der anderen Firmen verkauft.
- 8. Zuschussmenge**
 - Eine Zuschussmenge von mind. 2 %, bezogen auf die gebuchte Auflage, ist erforderlich.
 - Der Zustand und die Art der Beilage beeinflussen die Fehlerquote.
 - Auch bei einwandfreiem Zustand kann eine 100 %ige Belegung nicht garantiert werden. Bis zu 3 % Fehlzustellungen oder Verlust gelten als verkehrsüblich. In diesem Rahmen oder in Folge von Mängeln der angelieferten Beilagen sind Schadensersatzansprüche ausgeschlossen.
- 9. Probelauf**
 - Von der Richtlinie abweichende Beilagen, z. B. Sonderformate oder spezielle Falzarten, bedürfen der Abstimmung und ggf. eines Testlaufs. Dafür werden 500 Exemplare benötigt.
- 10. Verarbeitung**
 - Die angelieferten Beilagen müssen in Art und Form eine einwandfreie, sofortige maschinelle Verarbeitung gewährleisten. Eine zusätzlich notwendige manuelle Aufbereitung wird gegebenenfalls in Rechnung gestellt.
 - Durch Druckfarbe zusammengeklebte, stark elektrostatisch aufgeladene oder feucht gewordene Beilagen können nicht verarbeitet werden bzw. führen zu Fehlbelegungen.
 - Beilagen mit umgeknickten Ecken (Eselsohren) bzw. Kanten, Quetschfalten oder mit verlagertem (rundem) Rücken sind ebenfalls nicht zu verarbeiten.
- 11. Palettierung**
 - Die Beilagen müssen sauber auf stabilen Euro-Paletten gestapelt sein und dürfen eine maximale Ladehöhe von 120 cm (einschl. Schutzverpackung) nicht überschreiten.
 - Beilagen sind gegen eventuelle Transportschäden (mechanische Beanspruchung) und gegen das Eindringen von Feuchtigkeit zu schützen.
 - Zur Gewährleistung der gewünschten Zuordnung von Beilagen in die entsprechenden Logistikeinheiten sind die Paletten an jeder Stirn- und Längsseite mit Palettzetteln im DIN A4-Format mit folgenden Angaben auszuzeichnen:
 - a) Absender- und Empfängeranschrift
 - b) Beilagentitel oder Artikelnr./Motiv/Kundenname
 - c) Zu belegendes Objekt und zu belegende Ausgabe
 - d) Exemplare pro Palette und Gewicht der Palette
 - e) Paletten-Nummer durchnummeriert
- 12. Lieferschein**
 - Die Angaben auf dem Lieferschein müssen denen der Palettensettel entsprechen.
 - Lieferschein enthält das Gewicht, die Anzahl der Paletten, die Exemplarmengen der Teil- und Gesamtmenge, ein Feld zur Dokumentation des Palettentauschs, ein Feld für Vermerke sowie die korrekte Empfänger- und Absenderanschrift und Telefonnummer für eine Kontaktaufnahme.

Digitale Bannerwerbung auf dem Nachrichtenportal goslarsche.de



| Billboard - Unsere Empfehlung | Rectangle | Halfpage Ad | Advertorial |
|--|-----------------------------------|-----------------------------------|---|
| ✓ Direkte Sichtbarkeit | ✓ In Artikelnähe platziert | ✓ Großes, auffälliges Format | ✓ Redaktionelle Aufmachung |
| ✓ Großes, auffälliges Format | ✓ Bekanntes, akzeptiertes Format | ✓ In Artikelnähe platziert | ✓ Großes, auffälliges Format |
| ✓ Klickstarkes Werbemittel | ✓ Optisch gut wahrnehmbar | ✓ Optisch gut wahrnehmbar | ✓ Klickstarkes Werbemittel |
| ✓ Mobilfähig | ✓ Mobilfähig | ✓ Mobilfähig | ✓ Verlinkung auf Artikelseite |
| Format | Format | Format | Format |
| Desktop: 800 x 250 Pixel, Mobile: 320 x 150 Pixel | Desktop & Mobile: 300 x 250 Pixel | Desktop & Mobile: 300 x 600 Pixel | Desktop: 1000 x 250 Pixel, Mobile: 350 x 388 Pixel |
| Preis je 1.000 Einblendungen | Preis je 1.000 Einblendungen | Preis je 1.000 Einblendungen | Preis je 1.000 Einblendungen |
| ab 20,00 Euro | ab 15,00 Euro | ab 18,00 Euro | ab 22,00 Euro |

Für die Erstellung individueller digitaler Werbemittel berechnen wir ab 99,00 € inklusive einer Korrekturschleife.

jobs.goslarsche.de | jobware.de

| Produkt | Print-Online Kombi* | Zubuchungsoptionen – Top Job | Zubuchungsoptionen – weitere Position | Online-Only regional** | Online-Only überregional** |
|--|----------------------------------|---------------------------------|--|---------------------------|-------------------------------|
| 30 Tage auf jobs.goslarsche.de | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| Top-Job-Kennzeichnung für 7 Tage | ✗ | ✓ | ✗ | ✗ | ✗ |
| Garantierte Aufnahme in den Top-Job Slider | ✗ | ✓ | ✗ | ✓ | ✓ |
| Top-Platzierung | ✗ | ✓ | ✗ | ✗ | ✗ |
| Garantierte Aufnahme in die Jobtabelle der GZ | ✗ | ✓ | ✗ | ✗ | ✗ |
| 30 Tage auf jobware.de und Netzwerk | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ | ✓ |
| | Im Print-Preis integriert | 99,00 Euro | 49,50 Euro | 495,00 Euro | 1.350,00 Euro |

Stellenanzeigen erscheinen 30 Tage im regionalen Stellenportal jobs.goslarsche.de. Abweichungen zur Print-Darstellung entstehen durch die HTML-Optimierung. Die Desktop-Ansicht kann sich von der mobilen Ansicht aufgrund optimierter Darstellung auf verschiedenen Endgeräten unterscheiden.

* Bei der Print-Online-Kombination wird immer die erste Stellenbeschreibung aus der Print-Anzeige auf das regionale Jobportal verlängert.

Bei mehreren Stellenbeschreibungen greifen die Zubuchungsoptionen für weitere Positionen.

** Die angegebenen Preise gelten je Stellenposition

SocialMedia – Posts auf den Kanälen der Goslarschen Zeitung



Facebook Post

- ✓ auf dem Kanal der GZ
- ✓ Zusätzliche Bewerbung über Facebook-Budget
- ✓ Post wird mit „Anzeige“ gekennzeichnet

Kontaktchancen

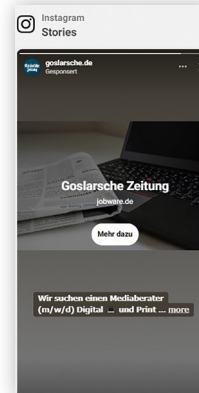
Facebook-Abonnenten: 32.378 (Stand 10/2023)

Format

1200 x 1200 Pixel

Gesamtpreis

565,00 Euro



Instagram-Story

- ✓ Post in der Story des Kanals der GZ
- ✓ 24 Stunden einsetzbar
- ✓ Post wird mit „Anzeige“ gekennzeichnet

Kontaktchancen

Instagram Follower: 14.900 (Stand 10/2023)

Format

1080 x 1920 Pixel
(Gestaltung: 204 Pixel oben und unten ohne Texte/Elemente)

Gesamtpreis

495,00 Euro
(Buchung nach Verfügbarkeit – max. ein Werbepost pro Tag)

Interstitial – Werben im E-Paper der Goslarschen Zeitung



E-Paper Interstitial

- ✓ Ihre Werbepotschaft als „1/1 Seite“ im E-Paper eingebunden
- ✓ Verlinkung zu einer gewünschten Landingpage

Kontaktchancen

ca. 15.000 Kontaktchancen

Format

1326 x 1982 Pixel

Buchungsempfehlung

Laufzeit: 3 aufeinanderfolgende Tage

Gesamtpreis

395,00 Euro

E-Paper-Verbreitung:
2.434 je Ausgabe (IVW 02/2023)

Werbemittlererstellung:
Für die Erstellung individueller digitaler Werbemittel berechnen wir ab 99,00 € inklusive einer Korrekturschleife.



Ihre Werbebotschaft im vertrauten Artikelformat – besonders geeignet für erklärungsbedürftige Themen, Produkteinführung, Neueröffnungen etc.

Satzspiegel Erscheinungsweise

435 mm hoch x 282 mm breit unregelmäßig wochentags im Lokalteil der Goslarschen Zeitung + auf goslarsche.de

Preis

6,00 Euro pro Zeile Größtenmuster auf Anfrage

DIGITALE VERLÄNGERUNG ALS ADVERTORIAL 150,00 Euro/ 10.000 Einblendungen

Grid of newspaper pages from 'Menschen und Märkte' featuring various articles and photos.

1. Anzeigenauftrag im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstiger Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.
2. Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.
3. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2. genannten Frist – auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus – weitere Anzeigen abzurufen.
4. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
5. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
6. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
7. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
8. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage von drei Mustern 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. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
9. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.
10. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen, oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Schadenersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen; Schadenersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen; in den übrigen Fällen

ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts beschränkt. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und/oder Beleg geltend gemacht werden.

11. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.
12. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
13. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung i. d. R. sofort übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen vom Empfang der Rechnung an laufende Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Eventuelle Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.
14. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
15. 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.
16. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen. Ab der dritten Korrektur wird ein Nettoaufschlag von 50 € berechnet.
17. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt dies 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 % bis zu 100 000 Exemplaren 15 % bis zu 500 000 Exemplaren 10 % über 500 000 Exemplaren 5 % beträgt. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungs- und Schadenersatzansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Verlag zurücktreten konnte.
18. Bei Chiffreanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Chiffreanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Chiffreanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Dem Verlag kann einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A4 (Gewicht 500g) überschreiten, sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann dennoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt. Zur Weiter-

leitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.

19. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.
20. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages in Goslar. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nichtkaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nichtkaufleuten, zum Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

- a. a) Mit der Erteilung eines Anzeigenauftrages erkennt der Auftraggeber die Allgemeinen und die Zusätzlichen Geschäftsbedingungen, sowie die Preisliste des Verlages an. Bei privaten Anzeigenaufträgen gilt dies, wenn der Auftraggeber nach Hinweis auf die Anwendung der Geschäftsbedingungen den Auftrag ohne Widerspruch erteilt. Ferner kommt der Anzeigenauftrag durch die Buchung der Anzeige durch den Auftraggeber (Angebot) und Bestätigung der Buchung durch den Verlag in Textform (Annahme) zustande. Buchung und Bestätigung können auch über das OBS Online Booking System erfolgen. Die Zusätzlichen Geschäftsbedingungen gehen den Allgemeinen Geschäftsbedingungen vor.
- b. Der Verlag gewährt Werbeagenturen und Werbungsmittlern die handelsübliche Provision, sofern diese Mittler die gesamte Auftragsabwicklung übernehmen, die Aufträge dem Verlag unmittelbar erteilen, Texte bzw. Druckunterlagen direkt anliefern und die Abrechnung mit dem Werbungtreibenden unmittelbar vornehmen. Die Mittler sind verpflichtet sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit dem Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlervergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.
- c. Abschlüsse sind Rahmenverträge, die den Auftraggeber zur Abnahme von Anzeigenraum oder einer Anzeigenanzahl im vereinbarten Umfang und den Verlag zur Gewährung des sich aus dem Tarif ergebenden Rabattsatzes verpflichten. Rahmenverträge (Abschlüsse) gelten nur für Anzeigen und sind für jeden Werbungtreibenden gesondert zu vereinbaren. Nur beim Vorliegen eines Rahmenvertrages ist der Verlag verpflichtet, den sich aus dem Tarif ergebenden Rabatt zu gewähren. Der Rahmenvertrag wird für den Zeitraum eines Jahres geschlossen, beginnend mit dem Erscheinen der ersten Anzeige. Daueraufträge sind mit den Rahmenverträgen nicht identisch. Daueraufträge enden erst mit dem Widerruf durch den Auftraggeber. Abschlüsse sind für jede Belegungseinheit gesondert zu vereinbaren. – Eine Zusammenfassung mehrerer Belegungseinheiten ist ausgeschlossen. Fließsatzanzeigen tragen nicht zur Erfüllung von Rahmenverträgen bei. Bei gerichtlichen Vergleichsverfahren werden Anzeigen-Rahmenverträge hinfällig, sofern sie nicht erfüllt sind; gewährte Rabatte können dann vom Verlag zurückgefordert werden. Wenn über das Vermögen, des Auftraggebers das Insolvenzverfahren eröffnet wird, enden Rahmenverträge mit dem Tage der Insolvenzeröffnung; im Übrigen nach Ziffer 4.
- d. Für die Anwendung eines Konzernrabattes auf Tochtergesellschaften ist der schriftliche Nachweis einer mehr als 50-prozentigen Kapitalbeteiligung erforderlich.
- e. Der Verlag behält sich das Recht vor, für Prospektanzeigen, Anzeigenstrecken, Anzeigen in Sonderveröffentlichungen oder Kollektiven sowie für in der Preisliste nicht erwähnte Teilbelegungen Sonderkonditionen entsprechend den besonderen Gegebenheiten zu vereinbaren.
- f. Der Verlag behält sich bei Erstaufträgen vor, die Auftragsdurchführung von vorheriger Bezahlung abhängig zu machen.
- g. Platzierungswünsche und -vorgaben von Anzeigen durch den Auftraggeber sind kein Vertragsbestandteil. Die Aufnahme von Anzeigen und Beilagen in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift kann nur dann erfolgen, wenn der Verlag bei rechzeitigem Auftragsingang eine Platzierung schriftlich bestätigt hat. Ein Ausschluss von Konkurrenzanzeigen für die gleiche oder gegenüberliegende Seite kann grundsätzlich nicht zugesagt werden.

- h. Der Auftraggeber ist für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit des für die Veröffentlichung zur Verfügung gestellten Text- und Bildmaterials verantwortlich. Dem Auftraggeber obliegt es, den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen, die diesen aus der Ausführung des Auftrages, auch wenn er zurückgezogen werden sollte, gegen den Verlag erwachsen. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Anzeigen und Beilagen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden.
- i. Sendet der Auftraggeber ihm rechtzeitig übermittelte Probeabzüge nicht fristgemäß zurück, so gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt. Sind Mängel der gelieferten Druckunterlage nicht sofort, sondern erst beim Druckvorgang erkennbar, so hat der Auftraggeber bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche.
- j. Der Auftraggeber hat den richtigen Abdruck seiner Anzeige unverzüglich zu überprüfen. Der Verlag erkennt Ansprüche auf Herabsetzung der Vergütung, Ersatz oder Rückgängigmachung des Vertrages nicht an, wenn bei Wiederholungen der gleiche Fehler unterläuft, ohne dass nach der ersten Veröffentlichung eine sofortige Richtigstellung seitens des Auftraggebers erfolgt ist.
- k. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zur vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
- l. Bei Fließsatzanzeigen werden keine Anzeigenausschnitte oder sonstige Belege geliefert.
- m. Beilagenauftrag ist der Vertrag über die kostenpflichtige Beifügung einer bestimmten Anzahl von Fremddrucksachen eines Werbungtreibenden in eine Druckschrift.
- n. Werden Beilagen in einer anderen als der gewünschten Auflage verteilt, leistet der Verlag Schadenersatz bis zur Höhe der üblichen Herstellungskosten, falls die Verteilung für den Auftraggeber ohne Interesse war. Im übrigen findet Ziffer 10. Anwendung.
- o. Bei telefonisch aufgegebenen Anzeigen, Termin- und Ausgabenänderungen, Textkorrekturen und Abbestellungen übernimmt der Verlag für Übermittlungsfehler und fehlerhafte Aufzeichnungen keine Haftung.
- p. Im Fall höherer Gewalt, bei Streik oder Aussperrung, Betriebsstörungen, Beschlagnahme und dergleichen erlischt jede Verpflichtung auf Erfüllung von Aufträgen und Leistung von Schadenersatz, sofern den Verlag nicht Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit trifft.
- q. Die Haftungsregelung von Ziffer 10. gilt auch, soweit abbestellte Anzeigen erscheinen.
- r. Neue Anzeigen- und Beilagenpreise treten mit dem aus der Preisliste ersichtlichen Zeitpunkt in Kraft. Dies gilt auch für laufende Rahmenverträge und Anzeigenaufträge.
- s. Anzeigen und Beilagen von Handel, Handwerk und Gewerbe aus dem Verbreitungsgebiet im Direktverkehr werden zu Ortspreisen berechnet. Bei Auftragserteilung über Werbungsmittlern erfolgt die Annahme und Berechnung zu den jeweiligen Grundpreisen.
- t. Vervielfältigte Druckunterlagen sowie montagefähige Papiervorlagen (z. B. Fotopapier) stehen dem Verlag mit Auftragserteilung zur freien Verfügung und unterliegen nicht der Aufbewahrungspflicht für Druckunterlagen.
- u. Der Verlag speichert im Rahmen der Geschäftsbeziehungen bekanntgewordene Daten, die zu keinen anderen Zwecken als zu den Vertragszwecken verwendet werden (§§ 28 und 33 Bundesdatenschutzgesetz).
- v. Der Auftraggeber ist damit einverstanden, dass die von ihm stammenden Angaben sowohl ergänzend zu der Veröffentlichung in der oder den Druckschriften in elektronischen Medien verbreitet, als auch in Marktanalysen, z.B. Immobilienmarktauswertungen, verarbeitet werden.
- w. Der Verlag behält sich vor, Anzeigen auch innerhalb der verlags eigenen Online-Plattformen bzw. -Dienste zu veröffentlichen. Der Verlag ist berechtigt, hierfür einen Preisaufschlag zu berechnen. Bundesdatenschutz: Entsprechend § 26 DGSB weist der Verlag darauf hin, dass die Verlagsdaten an einer Datenverarbeitungsanlage gespeichert werden, aufgrund der gesetzlichen Aufbewahrungsfristen auch über den Zeitpunkt der Vertragsauflösung hinaus.

Allgemeine Geschäftsbedingungen für das Werbegeschäft in digitalen Medien

Preisliste Nr. 68 | Nielsen 1 | 38640 Goslar | Gültig ab 01.01.2024

1. Werbeauftrag

(1) „Werbenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Schaltung eines Werbemittels oder mehrerer Werbemittel in Informations- und Kommunikationsdiensten, insbesondere dem Internet, zum Zwecke der Verbreitung.

(2) Für den Werbeauftrag gelten ausschließlich die Allgemeinen Geschäftsbedingungen sowie die Preisliste des Anbieters, die einen wesentlichen Vertragsbestandteil bildet. Die Gültigkeit etwaiger Allgemeiner Geschäftsbedingungen des Auftraggebers oder sonstiger Inserenten ist, soweit sie mit diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen nicht übereinstimmen, ausdrücklich ausgeschlossen. Bei Aufträgen für Werbeschaltungen, die sich auf Online-Medien und andere Medien beziehen, gelten die jeweiligen Allgemeinen Geschäftsbedingungen für das betreffende Medium entsprechend.

2. Werbemittel

(1) Ein Werbemittel im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen kann zum Beispiel aus einem oder mehreren der genannten Elemente bestehen:

- aus einem Bild und/oder Text, aus Tonfolgen und/oder Bewegtbildern (u. a. Banner),
- aus einer sensiblen Fläche, die bei Anklicken die Verbindung mittels einer vom Auftraggeber genannten Online-Adresse zu weiteren Daten herstellt, die im Bereich des Auftraggebers liegen (z. B. Link).

(2) Werbemittel, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als solche erkennbar sind, werden als Werbung deutlich kenntlich gemacht.

3. Vertragsschluss

(1) Vorbehaltlich entgegenstehender individueller Vereinbarungen kommt der Vertrag grundsätzlich durch schriftliche oder durch E-Mail erfolgende Bestätigung des Auftrags zustande. Auch bei mündlichen oder fernmündlichen Bestätigungen liegen die Allgemeinen Geschäftsbedingungen zugrunde.

(2) Soweit Werbeanzeigen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag im Zweifel mit der Werbeagentur zustande, vorbehaltlich anderer schriftlicher Vereinbarungen. Soll ein Werbetreibender Auftraggeber werden, muss er von der Werbeagentur namentlich benannt werden. Die Anbieter sind berechtigt, von den Werbeagenturen einen Mandatsnachweis zu verlangen.

(3) Werbung für Waren oder Leistungen von mehr als einem Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten innerhalb eines Werbeauftritts (z. B. Banner-, Pop-up-Werbung...) bedürfen einer zusätzlichen schriftlichen oder durch E-Mail geschlossenen Vereinbarung.

4. Abwicklungsfrist

Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht des Auftraggebers zum Abruf einzelner Werbemittel eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Vertragsabschluss abzuwickeln.

5. Auftragsweiterung

Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 4 genannten Frist unter dem Vorbehalt vorhandener Kapazität auch über die im Auftrag genannte Menge hinaus weitere Werbemittel abzurufen.

6. Nachlasserstattung

(1) Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Anbieter nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschiedsbetrag zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Anbieter zu erstatten.

(2) Der Auftraggeber hat, wenn nichts anderes vereinbart, rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Werbemitteln innerhalb eines Jahres entsprechenden Nachlass, wenn er zu Beginn der Frist einen Vertrag abgeschlossen hat, der aufgrund der Preisliste zu einem Nachlass von vornherein berechtigt. Der Anspruch auf den Nachlass erlischt, wenn er nicht innerhalb von drei Monaten nach Ablauf der Jahresfrist geltend gemacht wird.

7. Datenanlieferung

(1) Der Auftraggeber ist verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder technischen Vorgaben der Anbieter entsprechende Werbemittel rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern.

(2) Die Pflicht des Anbieters zur Aufbewahrung des Werbemittels endet drei Monate nach seiner letztmaligen Verbreitung.

(3) Kosten des Anbieters für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen des Werbemittels hat der Auftraggeber zu tragen.

8. Chiffrierung

(1) Für den Fall, dass Chiffrierung geschaltet werden kann, werden die Eingänge vier Wochen aufbewahrt oder gespeichert. Zuschriften, die in dieser Zeit nicht abgeholt oder abgerufen wurden, werden vernichtet bzw. gelöscht.

(2) Briefe, die das zulässige Format DIN A 4 (Gewicht 50 g) überschreiten, sowie Waren-, Bücher-, Katatogsendungen und Päckchen werden nicht entgegengenommen. Eingehende E-Mails werden nur bis zu einer Datenmenge von 300 Kilobyte pro E-Mail weitergeleitet.

9. Ablehnungsbefugnis

(1) Der Anbieter behält sich vor, Werbeaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – abzulehnen bzw. zu sperren oder zu löschen, wenn

- deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen oder die guten Sitten verstößt oder
- deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder
- deren Veröffentlichung für den Anbieter wegen des Inhalts, der Herkunft oder aus Gründen der Ethik oder der technischen Form und/oder nach dem gewollten Erscheinungsbild des Anbieters nicht beabsichtigt bzw. unzumutbar ist.

(2) Insbesondere kann der Anbieter ein bereits veröffentlichtes Werbemittel zurückziehen, wenn der Auftraggeber nachträglich Änderungen der Inhalte des Werbemittels selbst vornimmt oder die Daten nachträglich verändert werden, auf die durch einen Link verwiesen wird und hierdurch die Voraussetzungen des Absatzes 1 erfüllt werden.

10. Rechtsgewährleistung

(1) Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber stellt den Anbieter im Rahmen des Werbeauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner wird der Anbieter von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Anbieter nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen.

(2) Der Auftraggeber überträgt dem Anbieter sämtliche für die Nutzung der Werbung in Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen und berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie aller bekannten Formen der Online-Medien.

11. Gewährleistung des Anbieters

(1) Der Anbieter gewährleistet im Rahmen der vorhersehbaren Anforderungen eine dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe des Werbemittels. Dem Auftraggeber ist jedoch bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, ein von Fehlern vollkommen freies Programm zu erstellen. Die Gewährleistung gilt nicht für unwesentliche Fehler. Ein unwesentlicher Fehler in der Darstellung der Werbemittel liegt insbesondere vor, wenn er hervorgehoben wird

- durch die Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungssoftware und/oder Hardware (z. B. Browser) oder

- durch Störung der Kommunikationsnetze anderer Betreiber
 - durch Rechenerausfall aufgrund Systemversagens
 - durch unvollständige und/oder nicht aktualisierte Angebote auf sog. Proxies (Zwischenspeichern) oder
 - durch einen Ausfall des Ad-Servers, der nicht länger als 24 Stunden (fortlaufend oder addiert) innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der vertraglich vereinbarten Schaltung andauert. Bei einem Ausfall des Ad-Servers über einen erheblichen Zeitraum (mehr als 10 Prozent der gebuchten Zeit) im Rahmen einer zeitgebundenen Festbuchung entfällt die Zahlungspflicht des Auftraggebers für den Zeitraum des Ausfalls. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen.
- (2) Bei ungenügender Wiedergabequalität des Werbemittels hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzwerbung, jedoch nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Bei Fehlschlägen oder Unzumutbarkeit der Ersatzwerbung hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrags.
- (3) Sind etwaige Mängel bei den Werbungsdaten nicht offenkundig, so hat der Auftraggeber bei ungenügender Veröffentlichung keine Ansprüche. Das Gleiche gilt bei Fehlern in wiederholten Werbeschaltungen, wenn der Auftraggeber nicht rechtzeitig vor Veröffentlichung der nächstfolgenden Werbeschaltung auf den Fehler hinweist.
- (4) Kein Fehler liegt vor, wenn die beanstandete Darstellung durch die Verwendung einer nicht geeigneten Internet-Software (so genannter Browser) hervorgerufen wird. Der Verlag übernimmt keine Gewährleistung der Funktionsfähigkeit von Kommunikationsnetzen fremder Betreiber. Keine Gewährleistung wird übernommen bei einem Rechenerausfall der Internet-Provider, auf deren Rechner das Online-Portal des Verlages präsentiert wird sowie für unvollständige oder nicht aktualisierte Angebote auf so genannten Proxyservern kommerzieller Online-Dienste.

12. Leistungsstörungen

Fällt die Durchführung eines Auftrags aus Gründen aus, die der Anbieter nicht zu vertreten hat (etwa softwarebedingt oder aus anderen technischen Gründen), insbesondere wegen Rechenerausfalls, höherer Gewalt, Streik, aufgrund gesetzlicher Bestimmungen, Störungen aus dem Verantwortungsbereich von Dritten (z. B. anderen Providern), Netzbetreibern oder Leistungsanbietern oder aus vergleichbaren Gründen, so wird die Durchführung des Auftrags nach Möglichkeit nachgeholt. Bei Nachholung in angemessener und für den Auftraggeber zumutbarer Zeit nach Beseitigung der Störung bleibt der Vergütungsanspruch des Anbieters bestehen.

13. Haftung

- (1) Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsschluss und unerlaubter Handlung bestehen nur bei Vorsatz und grober Fahrlässigkeit des Anbieters, seines Vertreters oder Erfüllungsgehilfen. Dies gilt nicht für die Haftung für zugesicherte Eigenschaften und für die Verletzung wesentlicher Vertragspflichten; im letzten Fall ist die Haftung auf den vorhersehbaren Schaden beschränkt. Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind bei leichter Fahrlässigkeit beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens.
- (2) Bei grober Fahrlässigkeit des einfachen Erfüllungsgehilfen ist die Haftung gegenüber Unternehmern dem Umfang nach auf den vorhersehbaren Schaden beschränkt. Dies gilt nicht für die Verletzung wesentlicher Vertragspflichten.
- (3) Im Fall höherer Gewalt erlischt jede Verpflichtung seitens des Verlages auf Erfüllung von Aufträgen und auf Leistung von Schadensersatz. Insbesondere wird auch kein Schadensersatz für nicht verbreitete Online-Werbemittel geleistet. Bei unverschuldeten Betriebsstörungen oder Eingriffen durch höhere Gewalt und dergleichen hat der Verlag Anspruch auf die volle Bezahlung des Online-Werbemittels.

14. Preisliste

- (1) Es gilt die im Zeitpunkt der Auftragserteilung im Internet veröffentlichte Preisliste. Gegenüber Unternehmen bleibt eine Änderung vorbehalten. Für vom Anbieter bestätigte Aufträge sind Preisänderungen allerdings nur wirksam, wenn sie vom Anbieter mindestens einen Monat vor Veröffentlichung des Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden.

- (2) Nachlässe bestimmen sich nach der jeweils gültigen Preisliste. Werbeagenturen und sonstige Werbemittler sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preislisten des jeweiligen Anbieters zu halten.

15. Zahlungsverzug

- (1) Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen und Einziehungskosten berechnet. Der Anbieter kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Zahlung zurückstellen und für die restliche Schaltung Vorauszahlung verlangen.
- (2) Objektiv begründete Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers berechtigen den Anbieter, auch während der Laufzeit des Vertrages, das Erscheinen weiterer Werbemittel ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenstehende Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

16. Kündigung

Kündigungen von Werbeaufträgen müssen schriftlich oder per E-Mail erfolgen. Nutzt der Auftraggeber die Möglichkeit der Deaktivierung seines Online-Werbemittels, so ist gleichwohl das volle Auftragsentgelt zu zahlen.

17. Informationspflichten des Anbieters

Soweit nichts anderes vereinbart ist, obliegt es dem Anbieter, innerhalb von zehn Werktagen nach Ausführung des Auftrags folgende Informationen für den Auftraggeber zum Abruf bereitzustellen:

- die Zahl der Zugriffe auf das Werbemittel
- die Ausfallzeit des Ad-Servers, soweit sie eine zusammenhängende Stunde überschreitet.

18. Datenschutz

Der Werbeauftrag wird unter Berücksichtigung der geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen abgewickelt.

19. Erfüllungsort/Gerichtsstand

Erfüllungsort ist der Sitz des Anbieters. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichem Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Anbieters. Soweit Ansprüche des Anbieters nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Es gilt deutsches Recht. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Anbieters vereinbart, wenn der Vertrag schriftlich geschlossen wurde.

20. Salvatorische Klausel

- (1) Sollte eine der vorstehenden Klauseln rechtsunwirksam sein oder werden, so soll die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen unangastetet bleiben. Die unwirksame Bestimmung soll durch eine Bestimmung ersetzt werden, die dem wirtschaftlich Gewollten am nächsten kommt.
- (2) Für die Abwicklung eines Online-Werbemittelauftrages sind ausschließlich diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen maßgeblich. Abweichende Bedingungen finden auch dann keine Anwendung.

NIELSEN 1
**Niedersachsen, Schleswig-Holstein,
Hamburg**

Heimvorteil Media

Hansmann Stresow Schmitz GbR
Goldbekplatz 3, 22303 Hamburg

Telefon 040 / 63 90 84-0

E-Mail info@heimvorteil-media.de

www.heimvorteil-media.de

NIELSEN 2
Nordrhein-Westfalen

VERLAGS-MEDIEN-SERVICE

Egberts und Goralczyk oHG
Weinsbergstraße 190, 50825 Köln

Telefon 02 21/70 90 43-0

Telefax 02 21/70 90 43-10

E-Mail info@zeitungsteam-koeln.de

www.zeitungsteam-koeln.de

NIELSEN 3a
Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland

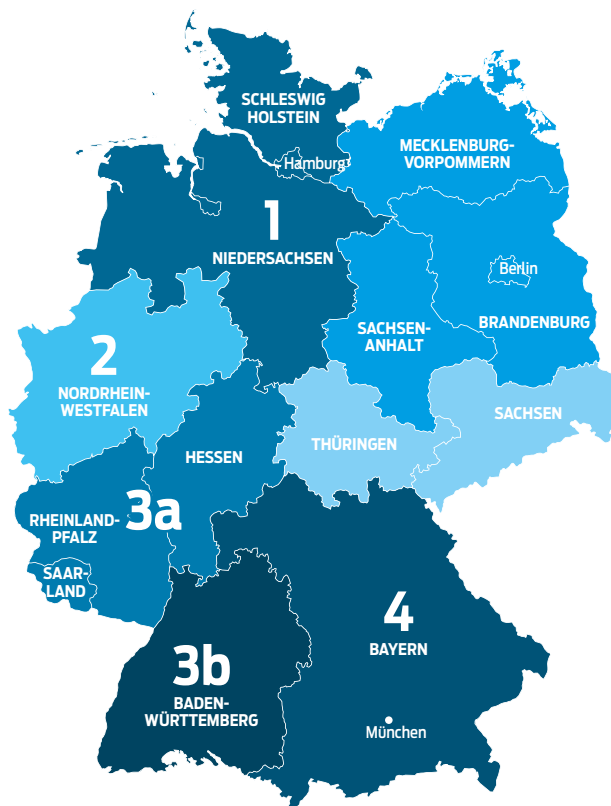
TZ-MEDIEN-SERVICE GmbH

Würzburger Straße 152
63743 Aschaffenburg

Telefon 0 69 / 153 25 62 90

E-Mail info@tz-medien-service.de

www.tz-medien-service.de



NIELSEN 3b
Baden-Württemberg

Verlagsbüro Süd
Glauner & Partner GmbH

Dachauer Str. 37a, 85232 Feldgeding

Telefon 0 81 31 / 37 66 0-0

Telefax 0 81 31 / 37 66 0-25

E-Mail info@vbs-feldgeding.de

www.verlagsbuero-sued.de

NIELSEN 4
Bayern

Medien-Service-Bayern
Verlagsbüro von Schroetter e. K.

Industriestraße 23

86919 Utting am Ammersee

Telefon 08806 / 92464-00

E-Mail kontakt@vonschroetter.de

www.vonschroetter.de