Mediadaten

Nr. 41

Gültig ab 1. Januar 2024

119 Jahre

Schifferstadter Tagblatt

Damit Sie wissen, was Schifferstadt bewegt!

Bahnhofstraße 70a
67105 Schifferstadt
www.schifferstadter-tagblatt.de
anzeigen@schifferstadter-tagblatt.de

geier
GEIER-DRUCK-VERLAG KG

Schifferstadter Tagblatt

Damit Sie wissen, was Schifferstadt bewegt!

Print
oder
digital

Täglich
informiert
sein.

Heimat
lesen.

MEINE HEIMAT
MEINE STADT
MEINE ZEITUNG

geier
GEIER-DRUCK-VERLAG KG

Schifferstadter Tagblatt

Damit Sie wissen, was Schifferstadt bewegt!

Die Kaufkraft beweist es

Schifferstadt liegt im Vorfeld der Großstädte Mannheim – Ludwigshafen und in direkter Nachbarschaft zu Speyer.

Überdurchschnittlich hohe Kaufkraft der Bevölkerung durch beste Verdienstmöglichkeiten in Schifferstadt und in den benachbarten Großbetrieben. Ein treuer Leserkreis bodenständiger Familien ist die Grundlage unserer seit 1905 bestehenden Zeitung.

Einwohnerzahl von Schifferstadt: ca. 20 000

Hausgemeinschaften von 2-3 Haushaltungen mit einem Abonnement.

Wer die Bevölkerung von Schifferstadt werblich erfassen will, muss im „Schifferstadter Tagblatt“ inserieren.

geier
GEIER-DRUCK-VERLAG KG

Schifferstadter Tagblatt

Damit Sie wissen, was Schifferstadt bewegt!

VERBREITUNGSGEBIET

Ballungsraum
Ludwigshafen – Mannheim – Speyer
mit intensiver Verbreitung nur in der Stadt Schifferstadt

geier
GEIER-DRUCK-VERLAG KG

Schifferstadter Tagblatt

Damit Sie wissen, was Schifferstadt bewegt!

KONTAKT UND PREISE

ANSPRECHPARTNER

Anzeigenberatung:
06235/92690
anzeigen@schifferstadter-tagblatt.de

Verlag:
Geier-Druck-Verlag KG
Postfach 1163
67099 Schifferstadt
Bahnhofstraße 70a
67105 Schifferstadt

Geschäftsführung: Susanne Geier

Internet: www.schifferstadter-tagblatt.de
Erscheinungsweise: werktäglich, Montag bis Samstag
Anzeigenschluss: Am Tag vor Erscheinen um 11 Uhr
Druckauflage: 2.500
Amtliches Organ der Stadtverwaltung Schifferstadt
Wöchentlich mit Fernsehprogrammzeitschrift „prisma“

PREISE FÜR ANZEIGEN UND BEILAGEN

mm-Preis Anzeigenteil
schwarz-weiß: 0,76 Euro
4-farbig: 1,03 Euro

mm-Preis Textteil
schwarz-weiß: 1,63 Euro
4-farbig: 2,05 Euro

Sonderpreis Traueranzeige
mm-Preis 0,67 Euro

Amtliche Bekanntmachungen
mm-Preis 0,42 Euro

Vereinspreise
Anzeigenteil
schwarz-weiß: 0,45 Euro
4-farbig: 0,85 Euro
Textteil
schwarz-weiß: 0,90 Euro
4-farbig: 1,12 Euro

Agenturpreis: 15% Aufschlag

Rabatte / Malstaffel
ab 6 Anzeigen 5 %
ab 12 Anzeigen 10 %
ab 24 Anzeigen 20 %

Satzspiegel: 325 x 480 mm
1/1-Seite 3.360 mm

Spaltenbreiten

1-spaltig: 42,88 mm
2-spaltig: 89,90 mm
3-spaltig: 136,92 mm
4-spaltig: 183,941 mm
5-spaltig: 230,962 mm
6-spaltig: 277,982 mm
7-spaltig: 325,00 mm

geier
GEIER-DRUCK-VERLAG KG

Schifferstadter Tagblatt

Damit Sie wissen, was Schifferstadt bewegt!

KONTAKT UND PREISE

PREISE FÜR BEILAGEN

Bis zu einer Größe 22 x 30 cm
in gefalztem Zustand
bis zu einem Gewicht von 20 g
je 1000 Exemplare 76,00 Euro

je weitere 5 g mehr 5,00 Euro

Beilagen dürfen in Format, Umbruch und Druck nicht zeitungsähnlich sein sowie keine Fremdanzeigen enthalten.

Anlieferung mindestens 7 Tage vor Belegungstermin bei
Geier-Druck-Verlag KG, Bahnhofstraße 70a
67105 Schifferstadt

TITELSEITEN-PLATZIERUNG

50 % Aufschlag auf den Textteilpreis

Schlagzeilen rechts
(2spaltig x 25 mm)
153,75 Euro

Linke Spalte „Heute lokal“
(1spaltig x 60 mm)
184,50 Euro

Eckfeld, rechte Griffecke
(2spaltig x 90 mm)
553,50 Euro

Alle Preise netto zzgl. 19% MwSt.

geier
GEIER-DRUCK-VERLAG KG

Schifferstadter Tagblatt

Damit Sie wissen, was Schifferstadt bewegt!

DRUCKDATEN / DATEIEN

Um eine problemlose Datenübernahme und eine bestmögliche Druckqualität zu erreichen, sind einige Vorgaben zu beachten.

Das ideale Dateiformat für Anzeigen ist PDF mit eingebetteten Schriften und im Farbraum CMYK.

Offene Dateien:
QuarkXPress 2021
Adobe InDesign 2023
Liefern Sie alle im Dokument vewendeten Schriften, Logos und Bilder mit.
MS Word-, MS Excel-, MS Powerpoint-Dokumente nur unter Vorbehalt, wenn ein Ausdruck des Kunden beiliegt.

Bilddaten/Auflösung:
Liefern Sie Feindaten nur als TIFF- (CMYK, Graustufen, Bitmap) oder EPS-Dateien (CMYK, Graustufen) an.
Mindestauflösung: Farb- und Graustufenbilder bei 100%: 200 dpi, optimal 300 dpi.
Bitmap-Bilder bei 100%: 800 dpi, optimal 1200 dpi

Datenüberragung: anzeigen@schifferstadter-tagblatt.de

Farbanzeigen werden 4-farbig im CMYK-Euroskala im ColdSet-Rollenoffset gedruckt. Sonderfarben kommen nicht zum Einsatz.
Tonwertsumme C+M+Y+K: Die Tonwertsumme sollte 240% nicht übersteigen.

Druckender Tonbereich: 3% bis 90%
Tonwertzunahme: 26% im Mitteltonbereich
(gem. DIN/ISO 12647-3:2004
Drucktechnisch bedingte geringfügige Abweichungen im Farbton berechtigen nicht zu Ersatzansprüchen oder Preisnachlässen.

Schriftliche Begleitunterlagen immer mit aktuellem Ausdruck der gelieferten Anzeige sowie Erscheinungsdatum, Ausgabe, Anzeigengröße, Ansprechpartner und Telefonnummer versehen.

Ordner und Dateinamen: Anhand des Namens müssen Kunde und Erscheinungstermin der Anzeige erkennbar sein (z.B. MusterkundeTTMMJJ). Sonderzeichen wie °^<>’:; dürfen nicht verwendet werden.
Achten Sie darauf, dass alle Dateien mit entsprechenden Dateierweiterungen (z.B. anzeige.pdf oder bild.tif) ausgestattet sind. Dateien, die zu einer Anzeige gehören, in einem Ordner zusammenfassen.

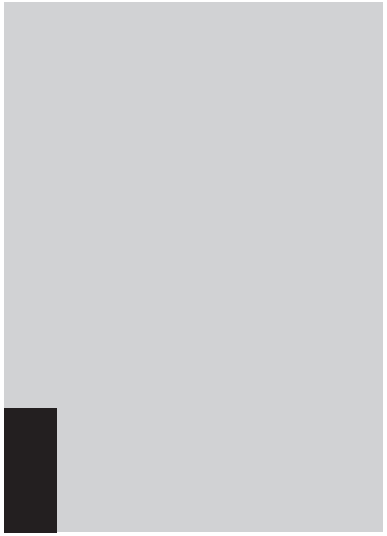
geier
GEIER-DRUCK-VERLAG KG

Schifferstadter Tagblatt

Damit Sie wissen, was Schifferstadt bewegt!

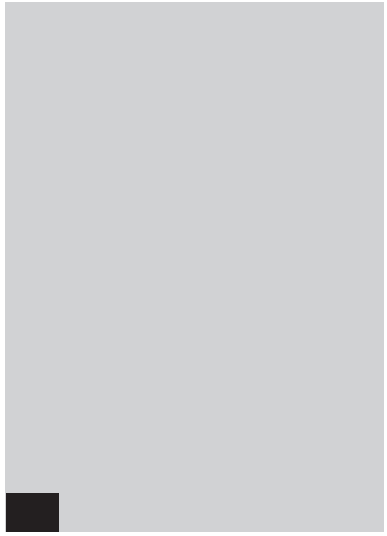
ANZEIGENFORMATE

1-spaltig = 42,88 mm – Beispiele



1-spaltig 100 mm
Anzeigenteil
103,00 Euro
Textteil
205,00 Euro

1-spaltig 50 mm
Anzeigenteil
51,50 Euro
Textteil
102,50 Euro



1-spaltig 30 mm
Anzeigenteil
30,90 Euro
Textteil
61,50 Euro

Alle Preise netto zzgl. 19% MwSt.

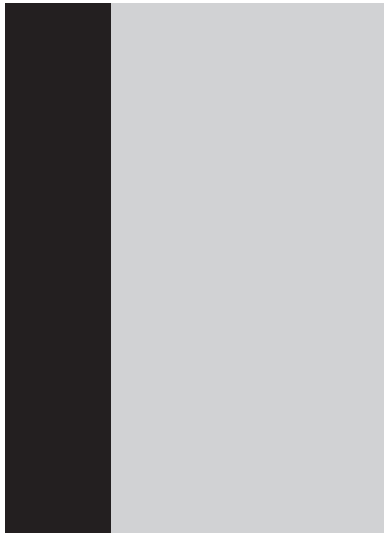
geier
GEIER-DRUCK-VERLAG KG

Schifferstadter Tagblatt

Damit Sie wissen, was Schifferstadt bewegt!

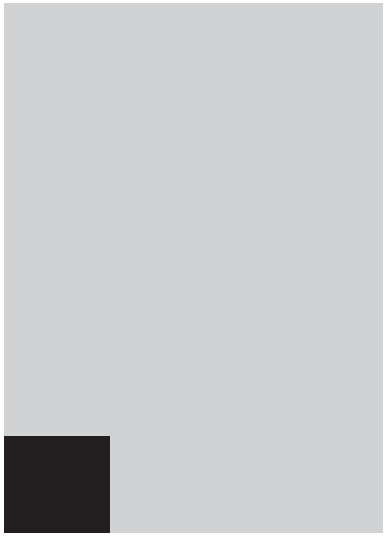
ANZEIGENFORMATE

2-spaltig = 89,90 mm – Beispiele

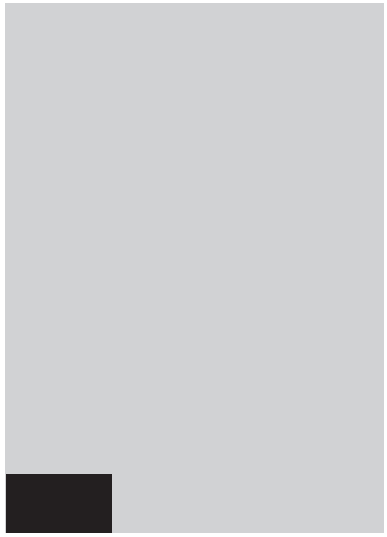


2-spaltig 480 mm
Anzeigenteil
988,80 Euro
Textteil
1968,00 Euro

2-spaltig 130 mm
Anzeigenteil
267,80 Euro
Textteil
533,00 Euro



2-spaltig 80 mm
Anzeigenteil
164,80 Euro
Textteil
328,00 Euro



2-spaltig 50 mm
Anzeigenteil
103,00 Euro
Textteil
205,00 Euro

Alle Preise netto zzgl. 19% MwSt.

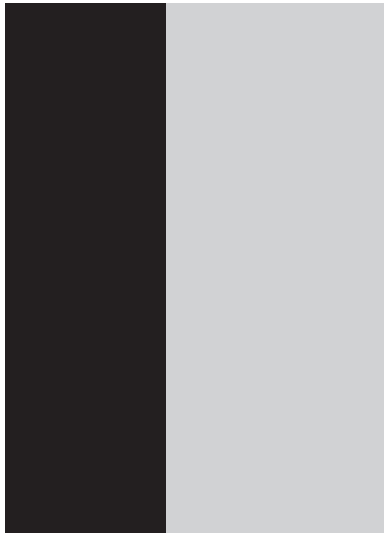
geier
GEIER-DRUCK-VERLAG KG

Schifferstadter Tagblatt

Damit Sie wissen, was Schifferstadt bewegt!

ANZEIGENFORMATE

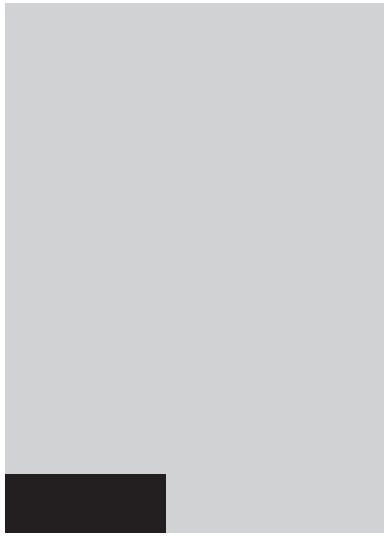
3-spaltig = 136,92 mm – Beispiele



3-spaltig 480 mm
Anzeigenteil
1483,20 Euro
Textteil
2952,00 Euro

3-spaltig 140 mm
Anzeigenteil
432,60 Euro
Textteil
861,00 Euro

3-spaltig 80 mm
Anzeigenteil
247,20 Euro
Textteil
492,00 Euro



3-spaltig 50 mm
Anzeigenteil
154,50 Euro
Textteil
307,50 Euro

Alle Preise netto zzgl. 19% MwSt.

geier
GEIER-DRUCK-VERLAG KG

Schifferstadter Tagblatt

Damit Sie wissen, was Schifferstadt bewegt!

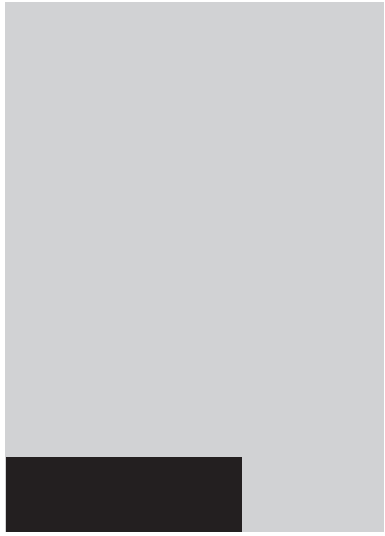
ANZEIGENFORMATE

4-spaltig = 183,941 mm – Beispiele

4-spaltig 200 mm
Anzeigenteil
824,00 Euro
Textteil
1640,00 Euro

4-spaltig 130 mm
Anzeigenteil
535,60 Euro
Textteil
1066,00 Euro

4-spaltig 85 mm
Anzeigenteil
350,20 Euro
Textteil
697,00 Euro



4-spaltig 60 mm
Anzeigenteil
247,20 Euro
Textteil
492,00 Euro

Alle Preise netto zzgl. 19% MwSt.

geier
GEIER-DRUCK-VERLAG KG

Schifferstadter Tagblatt

Damit Sie wissen, was Schifferstadt bewegt!

ANZEIGENFORMATE

7-spaltig = 325 mm – Beispiele

Ganze Seite
7-spaltig 480 mm
3.460,80 Euro

Halbe Seite
7-spaltig 240 mm
1730,40 Euro

Streifenanzeige
7-spaltig 100 mm
Anzeigenteil
721,00 Euro
Textteil
1435,00 Euro

Streifenanzeige
7-spaltig 80 mm
Anzeigenteil
576,80 Euro
Textteil
1148,00 Euro

Alle Preise netto zzgl. 19% MwSt.

geier
GEIER-DRUCK-VERLAG KG

Schifferstadter Tagblatt

Damit Sie wissen, was Schifferstadt bewegt!

ONLINE-WERBEBANNER

Ab sofort können Sie auch online beim Schifferstadter Tagblatt werben!

Unsere Seite www.schifferstadter-tagblatt.de erfreut sich großer Beliebtheit.
In 2023 hatten wir über 100.000 Besucher mit total 700.000 Aufrufen.

Nutzen Sie deshalb unsere aktuellen Einführungsangebote für einen Top-Werbebanner oder einen seitlichen Banner.

TOP-BANNER* (1068 x 200 Pixel)

1 Monat	120,– Euro
3 Monate	280,– Euro
6 Monate	550,– Euro
12 Monate	740,– Euro

SEITLICHER BANNER* (320 x 250 Pixel)

1 Monat	100,– Euro
3 Monate	200,– Euro
6 Monate	440,– Euro
12 Monate	630,– Euro

Alle Preise netto zzgl. 19% MwSt.

ANSPRECHPARTNER

Susanne Geier
06235/92690
anzeigen@schifferstadter-tagblatt.de
www.schifferstadter-tagblatt.de

geier
GEIER-DRUCK-VERLAG KG

Schifferstadter Tagblatt

Damit Sie wissen, was Schifferstadt bewegt!

NEWSLETTER-WERBUNG

Sie haben ferner die Möglichkeit, in einem unserer Newsletter einen Werbebanner zu schalten.

Es stehen Ihnen hierzu verschiedene Varianten zur Verfügung.

Variante 1
Platzierung Ihres Werbebanners im wöchentlichen Amtsblatt-Newsletter oder im Wochenend-Newsletter
40,– Euro*

Variante 2
Platzierung Ihrer Werbung für einen Monat im wöchentlichen Amtsblatt-Newsletter oder im Wochenend-Newsletter (4 Schaltungen) **120,– Euro***

Variante 3
Platzierung Ihrer Werbung für eine Woche im Amtsblatt-Newsletter (mittwochs) und im Wochenend-Newsletter (freitags) 2 Schaltungen **60,– Euro***

Variante 4
Dauer-Platzierung Ihrer Werbung für ein Jahr (52 Mal) in einem der beiden Newsletter
(Ersparnis 35%) **1280,– Euro***

Variante 5
Dauer-Platzierung Ihrer Werbung für ein halbes Jahr (26 Mal) **660,– Euro***

Variante 6
Zusatz-Option „Newsletter-Platzierung“: Sie schalten eine normale Printanzeige zum regulären Anzeigenpreis im Schifferstadter Tagblatt und buchen die Zusatzoption
Newsletter für 1 Newsletter **30,– Euro***
für 2 Newsletter **40,– Euro***

Weitere Frequenzen auf Anfrage möglich. Gerne gestalten wir Ihnen Ihre Werbebanner – sprechen Sie uns an.
info@schifferstadter-tagblatt.de – Telefon 06235/92690

*Alle Preise netto zzgl. 19% MwSt.

geier
GEIER-DRUCK-VERLAG KG

Schifferstadter Tagblatt

Damit Sie wissen, was Schifferstadt bewegt!

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

für Anzeigen und Fremdbeilagen

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

2. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlags beruht.

3. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die im Lokalteil platziert sind (redaktionelles Umfeld). Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige" deutlich kenntlich gemacht.

4. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und dessen 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 Auftrags wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

5. 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.

6. 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 Auftrags.

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.

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 auf den vorhersehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts beschränkt. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

7. 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.

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

9. Zahlungsbedingungen: Innerhalb 7 Tagen nach Rechnungserhalt netto Kasse. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt.

Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist.

10. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Zahlungsverzug sind Verzugszinsen zu zahlen.

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 Betrags und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

11. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen digitalen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrags werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlags über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

12. Kosten für die vom Auftraggeber gewünschten oder zu vertretenden erheblichen Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

13. Bei Chiffreanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibe- 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: 20 g) 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.

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

15. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlags. Gerichtsstand ist der Sitz des Verlags. Soweit Ansprüche des Verlags 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 Vertragsabschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlags vereinbart.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

a) Der Verlag wendet bei Entgegennahme und Prüfung der Anzeigentexte die geschäftsübliche Sorgfalt an, haftet jedoch nicht, wenn er vom Auftraggeber irregeführt oder getäuscht wird.

b) Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen. Dem Auftraggeber obliegt es, den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen, die diesen aus der Ausführung des Auftrages, auch wenn er nicht rechtzeitig sistiert wurde, gegen den Verlag erwachsen. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Erscheinen nicht rechtzeitig sistierte Anzeigen, so stehen auch dem Auftraggeber daraus keine Ansprüche gegen den Verlag zu. Der Auftraggeber hält den Verlag auch von allen Ansprüchen aus Verstößen gegen das Urheberrecht frei.

c) Abbestellungen oder Änderungen müssen schriftlich oder fernschriftlich erfolgen und spätestens zum Anzeigenschluss der betreffenden Ausgabe dem Verlag vorliegen. Bei Abbestellung einer Anzeige kann der Verlag die entstandenen Satzkosten berechnen.

d) Fälle höherer Gewalt wie auch Arbeitskampfmaßnahmen entbinden den Verlag von der Verpflichtung auf Erfüllung von Aufträgen und Leistung von Schadenersatz.

e) Platzierungsangaben werden als Platzierungswünsche bearbeitet. Eine auftragsbindende Wirkung haben sie nur dann, wenn sie schriftlich bestätigt werden. Maßgebend sind jedoch immer die aktuellen zeitungskonzeptionellen, umbruchtechnischen und produktionsbedingten Vorgaben und Möglichkeiten sowie das bestehende Rubrizierungssystem.

f) Der Verlag behält sich das Recht vor, für besondere Werbeformen oder Auftragsbedingungen sowie für Anzeigen in Sonderbeilagen oder Kollektiven Sonderpreise und Sonderformate entsprechend den besonderen Gegebenheiten zu vereinbaren.

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

h) Bei Anzeigen- und Beilagenaufträgen, für die schriftliche oder mündliche Abbuchungsvollmacht erteilt wurde, ist der mit Hilfe der elektronischen Datenverarbeitung erstellte Abbuchungsbeleg Bestandteil der Anzeigenrechnung.

Originalbelege können nur gegen Berechnung geliefert werden.

i) Die Werbungsmittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlags zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

j) Durch Erteilung eines Anzeigenauftrags verpflichtet sich der Auftraggeber, die Kosten der Veröffentlichung einer Gegendarstellung, die sich auf tatsächliche Behauptungen der veröffentlichten Anzeige bezieht, zu tragen, und zwar nach Maßgabe des jeweils gültigen Anzeigentarifs. Die Kostenübernahme einer Gegendarstellung kann nicht mit der Begründung abgelehnt werden, diese sei rechtlich unzulässig, es sei denn, der Auftraggeber erklärt sich für den Fall einer gerichtlichen Auseinandersetzung bereit, die etwaigen Prozesskosten dem Verlag zu erstatten. Gleichzeitig stellt der Auftraggeber den Verlag auch von etwaigen sonstigen Ansprüchen Dritter frei.

k) Datenschutz: Gemäß § 26 Bundesdatenschutzgesetz weisen wir darauf hin, dass im Rahmen der Geschäftsbeziehungen die erforderlichen Kunden- und Lieferantendaten mit Hilfe der elektronischen Datenverarbeitung gespeichert werden.

p) Sollten zur Verfügung gestellte Vorlagen zusätzlich reprotechnische Arbeiten erforderlich machen, werden die dafür anfallenden Kosten in Rechnung gestellt.

m) Sonderveröffentlichungen, deren Bestandteile Fremdanzeigen enthalten, können nur über Werbeagenturen in Auftrag gegeben werden.

geier
GEIER-DRUCK-VERLAG KG

Schifferstadter Tagblatt

Damit Sie wissen, was Schifferstadt bewegt!

TECHNISCHE VORAUSSETZUNGEN: PROSPEKTBEILAGEN

1. Format:

Mindestformat: DIN A 6 (105 x 148 mm), Maximalformat: Höhe 350 x Breite 240 mm. Der geschlossene Rücken bzw. Falz muss sich auf der Längsseite (350 mm) befinden. Die Distanz vom Rücken (Falz) aus darf also nicht mehr als 240 mm betragen. Abweichende Formate auf Anfrage. Nur möglich durch Übersendung eines Prospektmusters zur vorherigen Prüfung bis spätestens 8 Werktage vor Erscheinungstermin.

2. Einzelblätter:

Format DIN A 6 Papiergewicht mind. 170 g/m2. Format größer als DIN A 6 bis DIN A 4, Flächengewicht mind. 140 g/m2. Größere Formate Papiergewicht mind. 60 g/m2 sind auf eine Größe im Bereich DIN A 4 (210 x 297 mm) zu falzen. Mehrfachabzüge möglich.

3. Mehrseitige Beilagen:

Beilagen im jeweils möglichen Maximalformat müssen einen Mindestumfang von 8 Seiten haben. Bei geringerem Umfang (4 und 6 Seiten) ist ein Papiergewicht von mindestens 120 g/m2 erforder- lich oder diese Beilagen sind nochmals zu falzen.

4. Aufgeklebte Karten auf Prospekten:

Alle aufgeklebten Karten müssen die Verklebung parallel zur geschlossenen Seite aufweisen und nicht quer aufgeklebt sein. Idealerweise weist die Karte an jeder Ecke einen Klebepunkt auf.

5. Falzarten:

Gefalzte Beilagen müssen im Kreuzbruch, Wickel- oder Mittelfalz verarbeitet sein. Mehrseitige Prospekte im Format größer als DIN A 5 (148 x 210 mm) müssen den Falz an der langen Seite aufweisen.

6. Beschnitt: Alle Beilagen müssen rechtwinklig und formatgleich geschnitten sein. Beilagen dürfen am Schnitt keine Verblockung durch stumpfe Messer oder Klebereste aufweisen.

7. Anlieferungszustand:

Voraussetzung: Die Beilagen dürfen nicht lagenweise umreift sein. Die unverschränkten, kantengeraden Lagen sollen eine Höhe von 100 mm aufweisen. Zu frische Druckfarbe führt zu zusammengeklebten Seiten. Stark elektrostatisch aufgeladene oder feucht gewordene Beilagen können nicht verarbeitet werden. Beilagen mit umgeknickten Ecken (Eselsohren) bzw. Kanten, Quetschfalten oder solche mit verlagertem (rundem) Rücken sind ebenfalls nicht verarbeitbar. Bitte von Prospektanlieferungen in einzelnen Kartons absehen, da dies mit Mehrkosten für die Druckerei verbunden ist. Die Druckerei behält sich vor diese Mehrkosten an den Kunden weiter zu berechnen.

8. Palettierung:

Jede Palette deutlich von vorne (seitlich) und oben sichtbar mit einer Palettenkarte kennzeichnen. Die Palettenkarte hat folgende Informationen zu enthalten: Name der Beilage, Erscheinungstag, Objekt, Anzahl der Exemplare je Palette.

9. Annahme:

Beilagen, die nicht genau zugeordnet werden können, 80 werden abgelehnt. Dies gilt insbesondere bei Post-Kurier-Anlieferungen. Die zusätzlichen Kosten gehen dabei zu Lasten des Versenders

10. Lieferung:

Beilagen ohne Lieferschein werden nicht angenommen. Beilagen sind kostenfrei frei Bordsteinkante anzuliefern. Der Verlag und die Druckerei sind nicht verpflichtet, die Anzahl der gelieferten Prospekte zu überprüfen.

ALLGEMEINE HINWEISE

Letzter Rücktrittstermin:

Jeweils am Vortag, 11 Uhr.

geier

GEIER-DRUCK-VERLAG KG

Schifferstadter Tagblatt

Damit Sie wissen, was Schifferstadt bewegt!

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN FÜR DAS WERBEGESCHÄFT IN DIGITALEN MEDIEN

1. Werbeauftrag

(1) „Werbeauftrag" 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 sensitiven Fläche, die bei Anklicken die Verbindung mittels einer vom Auftraggeber genannten OnlineAdresse 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 Werbeagenturen 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. Auftragserweiterung

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. Chiffrewerbung

(1) Für den Fall, dass Chiffrewerbung 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. Rechtegewährleistung

(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 hervorgerufen wird

- durch die Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungssoft- und/oder Hardware (z. B. Browser) oder
- durch Störung der Kommunikationsnetze anderer Betreiber
- durch Rechnerausfall 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.

geier
GEIER-DRUCK-VERLAG KG

(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 Fehlschlagen 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 Rechnerausfall 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 Rechnerausfalls, 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 rnuss 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 bereitzuhalten:
- 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 unangetastet 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.

geier
GEIER-DRUCK-VERLAG KG