



Bad Vilbeler Anzeiger

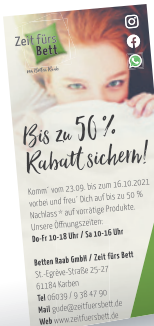
STADT BAD VILBEL

Woche 41 | 14. Oktober 2021

Friedberger Straße wird in Teilen saniert

Bad Vilbel Zwischen dem Kreisell an der Theodor-Hauss-Strasse und dem «Stadtkreisell» am Ausgang Dorelweils werden Teile der Friedberger Straße saniert. Da eine komplette Erneuerung der Fahrbahndecke ansteht, müssen diese Teile der Straße gesperrt werden, teilt die Stadt mit. Die Arbeiten finden in der Zeit vom Montag, dem 18. Oktober 2021 bis zum Freitag, dem 22. Oktober 2021 statt.

THESES BENEFIZKONZERT



Karbener Zeitung

BEKANNTMACHUNGEN · KOMMUNALPOLITIK · LOKALES · VEREINSNACHRICHTEN

Woche 41 | 14. Oktober 2021

Niddatal-Zeitung | Wölkstädter Zeitung | Rosbacher Zeitung | Florstädter Zeitung

MÖGLICHER TREFFPUNKT

Über den Ausbau der Radwege beriet der Ortsbeirat Klein-Karben sowie über...

KARBEN DEMONSTRIERT

Während Continental in Har...

NATURLUST FÜHRT ZU JÄGERMUSIK

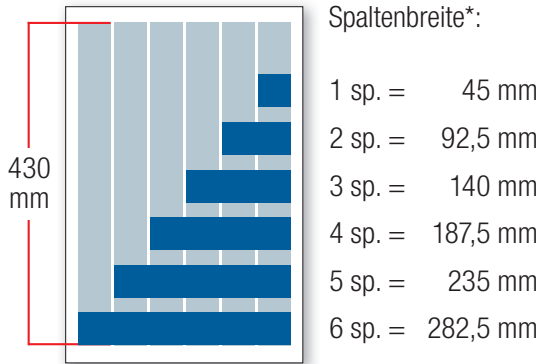
Skigymnastik

Karben. «Fit durch den Winter» heißt es beim Turnverein Rendel ab Mittwoch, 27. Oktober, 20 bis 21.30 Uhr, in der Sporthalle in Rendel, Heinrich-Stich-Strasse 1. Alle Ski- und Winterfans sind eingeladen, sich auf die Saison vorzubereiten. Mit gezielten Übungen soll der Körper trainiert werden für die Belastung auf der Piste. Der 10-stündige Kurs dauert bis Ende Dezember. Vereinsmitglieder sind frei, die Kursgebühr für Nicht-Mitglieder beträgt 35 Euro. Mitzubringen sind...

Allgemeine Verlagsangaben

Verlag	ZLP Zeitungsring Lokalpresse Bad Vilbel GmbH Im Rosengarten 25 c · 61118 Bad Vilbel · Gewerbliche Anzeigen Mediaberatung: Frau Angelika Welzel · Telefon 061 01/80 07-52 E-Mail: angelika.welzel@zlp-online.de · Private Klein- und Gelegenheitsanzeigen: Telefon 06 41/30 03-77 · E-Mail: service@mms-team.de · Familienanzeigen: z. B. Trauer, Geburt, Geburtstag, Jubiläen, usw. keine telefonische Entgegennahme, nur schriftlich per E-Mail unter: familienanzeigen@mms-team.de · Zustell-Reklamationen: Telefon 06 41/30 03-602 · E-Mail: zustellung@mms-team.de	Erscheinungsweise: wöchentlich, donnerstags Anzeigen- und Druckunterlagenschluss Dienstag, 12.00 Uhr Panorama-Anzeigen auf Anfrage Chiffregebühr: Bei Abholung für jede Veröffentlichung = 1,50 zzgl. MwSt., Bei Zusendung für jede Veröffentlichung = 5,00 zzgl. MwSt. Konzernrabatt: ab 51 % Beteiligung Agenturprovision: 15 % vom Grundpreis Verleger-Rabatt: 10 % für Direktaufträge Abschlussrabatte: Die Laufzeit von Abschlüssen beträgt 12 Monate. Bei Nichterreichen des vereinbarten Ziels wird bereits erhaltener Rabatt nachbelastet. Kombinationsanzeigen zählen nur einfach zur Erfüllung von Abschlüssen. Mengenstaffel 3000 mm = 5 % 5000 mm = 10 % 10.000 mm = 15 % 20.000 mm = 20 % Malstaffel bei mind. 6-mal = 5 % bei mind. 12-mal = 10 % bei mind. 24-mal = 15 % bei mind. 52-mal = 20 %
Bankverbindungen	Frankfurter Volksbank IBAN: DE 52 5019 0000 0000 5440 43 SWIFT-BIC: FFFVDE33	
Preise	Alle Preise in Euro zzgl. MwSt.	
Geschäftsbedingungen	Aufträge werden zu den Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften und zu den zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages ausgeführt.	
Zahlungsbedingungen	Zahlung sofort nach Rechnungserhalt.	Amtsgericht Frankfurt am Main, 5 HRB 7 1878, Geschäftsführer: Dr. Jan Eric Rempel, Umsatzsteuer-Identifikationsnummer: DE 151 041 344

Berliner Format



*gilt auch für »Sonstige Anzeigen auf redaktionellen Seiten«
(Platzierung im Anzeigenblock auf redaktioneller Seite)

- Mindestberechnungsgrößen
 - Anzeigenteil Mindestgröße = 1-spaltig/20 mm
 - Textteil Mindestgröße = 1-spaltig/50 mm
- Ab 400 mm Höhe werden die Anzeigen mit der vollen Satzspiegelhöhe (430 mm) berechnet.

Verbreitungsgebiet Reichweite 34.936 Exemplare

Beilagenbelegung und Preise auf Anfrage · Satzspiegel und Spaltenbreiten siehe Seite 3

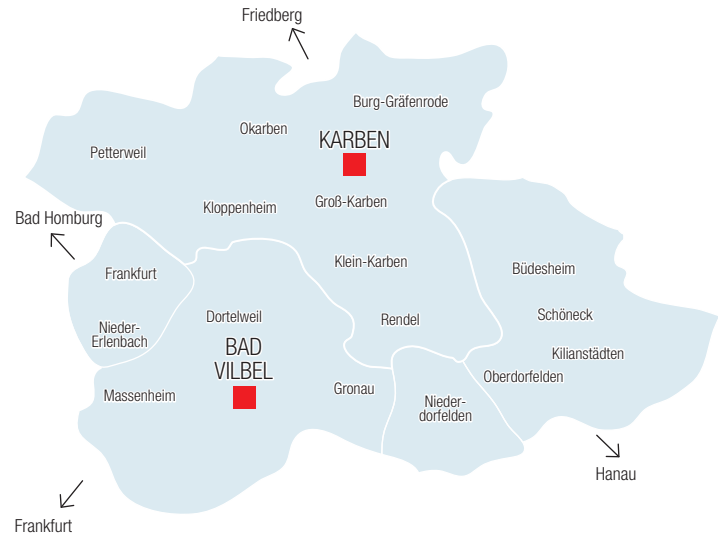
Größenangaben: Breite x Höhe

	Grundpreis je mm		Ortspreis je mm	
	s/w	Farbe	s/w	Farbe
Anzeigenteil¹				
Mindestgröße 1-spaltig (45 mm) x 20 mm	1,48	1,64	1,26	1,39
Anzeigen im redaktionellen Teil				
Mindestgröße 1-spaltig (45 mm) x 50 mm, s/w bis Farbe	2,49		2,12	
Titelseiten-Anzeigen				
Mindestgröße 2-spaltig (92,5 mm) x 100 mm	2,88		2,45	
Service für Sie²				
Spaltenbreite 65 mm	1,50	1,89	1,27	1,60
Familienanzeigen	0,83	0,96	0,71	0,82
Firmennachruf	1,64		1,39	

Titelkopf	1-spaltig (45 mm) x 100 mm	Grundpreis	Ortspreis
		je Format	je Format
		302,00	257,00

1) Rubriken: Bauen und Wohnen, Immobilien, Stellen, Tipps und Termine, Kfz-Markt, gewerbliche Anzeigen innerhalb Kleinanzeigen (Fließtextanzeigen)

2) Service für Sie Mindestlaufzeit: 3 Monate 20 % Rabatt
 ab 6 Monate 30 % Rabatt
 ab 12 Monate 40 % Rabatt



Crossmedia-Vorteils-Paket – bei Print immer inkludiert

Wir veröffentlichen Ihre Anzeige automatisch ab dem ersten Print-Erscheinungstag auf unserem Online-Stellenportal – Mittelhessens größtem Online-Stellenmarkt, durchschnittlich 60.000 Stellenangebote.



Ihre Vorteile

- Deutliche Reichweitenvergrößerung mit durchschnittlich 90.000 Pageimpressions¹ pro Monat und 6 Seitenaufrufen¹ pro Besuch
- 30 Tage online mit Top-Platzierung²
- inkl. HTML-Umwandlung (ab 101 mm)

Crossmedia-Aufpreis zur Printanzeige ³	
Printanzeige	Online-Aufpreis
bis 100 mm	50,00
101–300 mm	135,00
ab 301 mm	253,00
Fließtextanzeigen pauschal, keine Top-Platzierung	8,50

Arbeitgeberportrait (on top zu Print buchbar)

325,00³ pro Jahr ab erster Printanzeige (Verlinkung auf Ihre Karriere-Seite. Weitere Informationen auf Seite 6)

Social-Media-Boost (Facebook, Instagram)

Sie möchten Ihre Zielgruppe auf einem weiteren Kanal erreichen? Wir erstellen für Ihre gebuchte Stellenausschreibung eine Werbeanzeige auf Social Media, die durch gezieltes Targeting genau Ihre Bewerber anspricht (weitere Informationen auf Seite 6).

195,00³ (Facebook + Instagram)
 Laufzeit 14 Tage



Crossmedia-Vorteils-Paket XXL – für alle, die mehr wollen

Kombinieren Sie unser Crossmedia-Vorteils-Paket XL zusätzlich mit unserem Social-Media-Boost

660,00^{3,4}



Crossmedia-Vorteils-Paket XL

Verbinden Sie unser Online-Stellenportal zusätzlich mit stellenanzeigen.de. Dadurch erscheint Ihre Anzeige auf weiteren hochkarätigen, fachspezifischen und regionalen Partnerwebsites in Hessen und Rheinland-Pfalz/Saarland sowie Top-Websites (z. B. ebay.de, gmx.de, Focus) und durch SmartReach 2.0 Anzeigenauspiegelung auf über 60 Metasuchmaschinen und überregionalen Angeboten, u. a. LinkedIn.com etc.

575,00^{3,4}



1) Eigene Verlagsangaben
 2) Top-Platzierung = Bei passender Suchabfrage erscheint Ihr Job farbig hervorgehoben unter den ersten Ergebnissen.
 3) Nicht rabattfähig. Zubuchung nur bei gleichzeitiger Buchung Stellenmarkt Print oder Online only möglich.
 4) Zubuchung nur bei Stellenmarkt Print möglich. Bei stellenanzeigen.de kann jeweils nur eine Position ausgeschrieben werden. Nicht abschlussrabattfähig.

Hinweis: Bei Buchung über Agenturen gilt ein Aufschlag von 15% auf die angegebenen Nettopreise.

Stellenmarkt Online-Portal

Das reichweitenstarke Online-Stellenportal für Mittelhessen – Maximierung der Reichweite mit Premium-Online

6

Express-Anzeige

Ihre Stellenanzeige schnell und kostengünstig selbst erstellen auf JOBS-in-mittelhessen.de.

- Top-Platzierung – Dauer-Refresh¹
- Firmenlogo in der Trefferliste
- einfache Anzeigestaltung mit unserem Editor
- Laufzeit 30 Tage

Preis pro Buchung: 242,00³
126,00³ (Minijobs, Praktika)



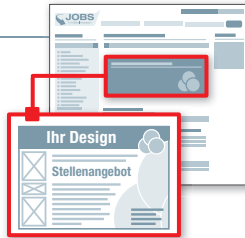
Exklusiv-Anzeige (Ihr professioneller Auftritt)

Übersenden Sie uns Ihre Anzeige in einem beliebigen Format.

Ihr Plus zur Express-Anzeige:

- individuelle Gestaltung
- Keyword-Optimierung
- Laufzeit 30 Tage
- Umwandlung Ihrer Anzeige(n) in responsives HTML

Preis pro Buchung: 700,00³ oder Kontingentpreis²



Arbeitgeberportrait (Employer Branding)

Als Top-Arbeitgeber Ihrer Region wird Ihr Unternehmenslogo direkt auf der Startseite platziert und erreicht dadurch eine hohe Aufmerksamkeit. Das Logo verlinkt auf Ihr Arbeitgeberportrait.

- strukturierte Unternehmensinfos
- Link auf Ihre Karriereseite
- Verlinkung mit Ihren Social-Media-Channels
- Einbindung von Bildern und Videos

Arbeitgeber-Portrait: 598,00³ pro Jahr oder
325,00³ pro Jahr (nur in Verbindung mit einer Printanzeige)



Social-Media-Boost (Facebook, Instagram)

Sie möchten Ihre Zielgruppe auf einem weiteren Kanal erreichen? Wir erstellen für Ihre gebuchte Stellenausschreibung eine Werbeanzeige auf Social Media, die durch gezieltes Targeting genau Ihre Bewerber anspricht.

195,00⁴ (Facebook + Instagram)
Laufzeit 14 Tage



¹) bei passender Suchabfrage erscheint Ihr Job farbig unter den ersten Ergebnissen. Dauer-Refresh garantiert eine gleichmäßige Anzeigenauslieferung

²) attraktive Kontingentangebote unter www.JOBS-in-mittelhessen.de

³) Nicht rabattfähig

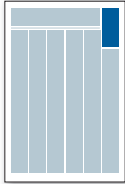
⁴) Nicht rabattfähig. Zubuchung nur bei gleichzeitiger Buchung Stellenmarkt Print oder Online only möglich.

Hinweis: Bei Buchung über Agenturen gilt ein Aufschlag von 15 % auf die angegebenen Nettopreise.

Sonderwerbformen und Platzierungen

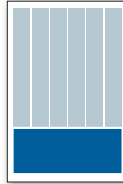
Größenangaben: Breite x Höhe · Belegung und Preise auf Anfrage · Technische Daten und Satzspiegel siehe Seite 3 und 8

7



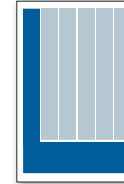
Titelpopf

Eckfeld oben auf der Titelseite,
Platzierung links und rechts,
Festgröße 45 x 100 mm



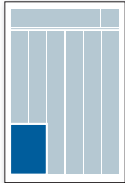
Blattbreite Anzeige

Anzeige füllt die Breite einer Seite.
min. 6 Spalten x 70 mm
max. 6 Spalten x 320 mm



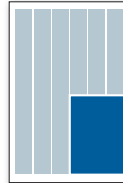
L-Anzeigen

Anzeige läuft über die Spalte(n) der
Außenseite sowie über den Seitenfuß
min. vertikal 1 Spalte x 420 mm
max. vertikal 3 Spalten x 420 mm
min. horizontal 6 Spalten x 50 mm
max. horizontal 6 Spalten x 100 mm



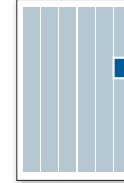
Titelseitenanzeige

Anzeigen platziert auf der Titelseite.
min. 2 Spalten 92,5 x 100 mm
Weitere Größen auf Anfrage.
Platzierung links und rechts



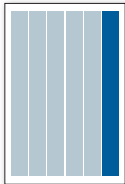
Eckfeld-Anzeige

Platzierung erfolgt am Fuß einer Seite.
min. 2 Spalten x 210 mm
max. 4 Spalten x 320 mm



Textteilanzeige

Anzeige ist auf mindestens drei Seiten von
Text umgeben
min. 1 Spalte 45 x 50 mm



Blatthohe Anzeige

Anzeige füllt die gesamte Höhe einer
Seite.
min. 1 Spalte x 416 mm
max. 4 Spalten x 416 mm



Satellitenanzeigen

Streuung mehrerer gleicher oder unter-
schiedlicher Anzeigenmotive auf einer Seite.
Buchung im Anzeigenteil.
min. 100 mm Gesamtvolumen/2 Anzeigen
max. 480 mm Gesamtvolumen/6 Anzeigen

Panorama-, Insel-, Tunnel- und Sonderformat-Anzeigen sowie
Anzeigen-/Prospektstrecken und Flying Pages auf Anfrage

Technische Angaben

Druckverfahren:	Coldset-Rollenoffset
Druckreihenfolge:	Cyan, Magenta, Gelb, Schwarz
Rasterweite:	150 lpi (60er Raster)
Tonwertzunahme:	ca. 26 % nach Prozess-Standard Zeitungsdruck ISO 12647-3
Gesamtfarbaufrag:	max. 240 %
Rasterumfang:	Lichtpunkt 3 %, Tiefenpunkt 95 %
Ausgabeprofil:	für Farbanzeigen ISOnewspaper26v4, für Graustufen-Anzeigen ISOnewspaper26v4_gr
Bildauflösung:	280 dpi für Farb- und Graustufenbilder, 1270 dpi für Strichzeichnungen (1-Bit-Bilder)
Druckvorlagen:	Wir benötigen für den Zeitungsdruck aufbereitete PDF-X-1a-Dokumente mit eingebundenen Zeichensätzen auf Endformat ohne Beschnitt- oder Passermarken. Führen Sie im Druckmenü keine Farbseparation durch. Gelieferte Office-Dokumente können nur als Satzvorlage dienen, darin enthaltene Schriftarten und Farbtöne sind nicht verbindlich.
Farben:	Alle Farben, auch Sonderfarben, sind aus den Prozessfarben Cyan, Magenta, Gelb und Schwarz aufzubauen. Die Druckvorlage darf keine RGB- oder LAB-Farbräume enthalten.

Technisch bedingte Farbabweichungen, die durch das Umwandeln von Sonderfarben in Prozessfarben, das Einbinden nicht korrekter Ein- oder Ausgabepprofile oder falscher Farbmodi (z. B. RGB) entstanden sind, berechtigen nicht zu Ersatz- oder Minderungsansprüchen. Gleiches gilt für unerwünschte Druckergebnisse, die sich auf Abweichungen der gelieferten Druckunterlagen von den obenstehenden technischen Angaben des Verlages zurückführen lassen.

Datenübermittlung

Anzeigenauftrag:	anzeigen@ZLP-online.de
Übermittlungs- möglichkeiten:	E-Mail: siehe Anzeigenauftrag FTP: Bitte fordern Sie die Zugangsdaten unter Telefon 06 41/30 03-8 88 an. Datenträger: CD, DVD, USB-Stick an den Verlag
Daten- benennung:	Bitte vergeben Sie Ihren Druckunterlagen eindeutige Dateinamen, z. B. kundename_stichwort_erscheinungstermin.
Anzeigen-, Druckunterlagen- und Rücktritts- termine	siehe Seite 2

Verteilgebiete:

■ Bad Wilbeler Anzeiger

61118 Bad Vilbel mit den Stadtteilen:
Kernstadt, Dortelweil, Gronau, Heilsberg, Massenheim

61137 Schöneck mit den Stadtteilen:
Büdesheim, Kilianstädten, Oberdorfelden

61138 Niederdorfelden

60437 Frankfurt/Nieder-Erlenbach

■ Karbener Zeitung

61184 Karben mit den Stadtteilen:
Groß-Karben, Klein-Karben, Okarben, Burg-Gräfenrode,
Petterweil, Rendel, Kloppenheim

Gewicht pro Exemplar bis	Preis pro 1.000 Exemplare ¹	
	Grundpreis	Ortspreis ²
20 g	83,53	71,00
25 g	87,06	74,00
30 g	90,59	77,00
35 g	94,12	80,00
40 g	97,65	83,00
je weitere 5 g	3,53	3,00

Belegungstoleranz: Es gibt eine Toleranz von 3 % für Einsteckfehler im technischen Bereich. Aus technischen Gründen können geringfügige Gebietsabweichungen nicht ausgeschlossen werden.

Für die maschinelle Verarbeitung wird eine Mehranlieferung von
 bis 20.000 Auflage 200 Exemplare
 bis 100.000 Auflage 1 %
 ab 100.000 Auflage 1.000 Exemplare benötigt.

Teilbelegung: nach Orten/Gemeinden bzw. Tourenbelegung

Mindeszahl: 3.000 Exemplare

Aufschläge: 3.000 bis 10.000 Exemplare
25,00 € pro 1.000 Exemplare

Ansprechpartner:

Tel. 06 41/30 03-1 96 · Fax 06 41/30 03-300
E-Mail: dispo@mdv-online.de

Versandanschriften:

- Marburger Str. 20, 35390 Gießen
Annahme Mo.–Do. 8–16 Uhr, Fr. 8–14 Uhr
- Frühester Anlieferungstermin: 8 Werktage vor Erscheinen
Letzter Anlieferungstermin: Montag 10 Uhr

Sonstige Angaben:

- Konkurrenzausschluss und Alleinbelegung ist aus wettbewerbsrechtlichen Gründen nicht möglich.
- Letzter Rücktrittstermin: 8 Tage vor Erscheinen.
- Beilagenauftragsschluss: 5 Werktage vor Verteilung.
- Agenturprovision: 15 %

1) Preise sind nicht rabattfähig.

2) Nur gültig bei Direktaufträgen für Handel, Handwerk und Gewerbe aus dem Verbreitungsgebiet.

Allgemeine Geschäftsbedingungen (Blatt 1/5)

für Anzeigen und Prospektbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften

10

1. »Anzeigenauftrag« im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag zwischen dem Auftraggeber und dem jeweiligen Verlag (siehe Ziffer 1 der Zusätzlichen Geschäftsbedingungen) über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen 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 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 Verlages beruht.
5. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen in gleicher Weise wie Anzeigen-Millimeter einbezogen.
6. Die Aufnahme von Anzeigen und Prospektbeilagen in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift erfolgt dann, wenn der Auftraggeber erklärt hat, dass die Anzeige oder Prospektbeilage in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift erscheinen soll und dies vom Verlag schriftlich bestätigt worden 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. Der für die Kenntlichmachung erforderliche Raum ist Teil der Anzeige und geht in die zu bezahlende Abnahmemenge ein.
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, sachlichen, 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 eines Modells 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.
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 Auftrags. Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen; Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Alle Haftungsausschlüsse und Haftungsbeschränkungen bei Schadensersatzansprüchen gelten nicht bei Verletzung wesentlicher Vertragspflichten sowie im Falle von Vorsatz und grober Fahr-

Allgemeine Geschäftsbedingungen (Blatt 2/5)

für Anzeigen und Prospektbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften

11

lässigkeit 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 Anzeigenentgeltes beschränkt. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb vier Wochen nach Veröffentlichung der Anzeige schriftlich – bzw. soweit der Auftraggeber Verbraucher i.S.v. § 13 BGB ist, in Textform (§ 126b BGB) – 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. 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/oder 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

des 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.

14. Kosten für die Anfertigung bestellter Vorlagen und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
15. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder – wenn eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittlich verkaufte Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigter Mangel, wenn sie bei einer Auflage bis 50.000 Exemplaren 20 v. H. 100.000 Exemplaren 15 v. H. 500.000 Exemplaren 10 v. H. bei einer Auflage über 500.000 Exemplaren 5 v. H. beträgt. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.
16. 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 wei-

tergeleitet. 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 A 4 (Gewicht 1000 g) überschreiten, sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann jedoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.

17. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrags.
18. Erfüllungsort ist Gießen. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand Gießen. Soweit Ansprüche des Verlags nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. 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 Verlags vereinbart.

Allgemeine Geschäftsbedingungen (Blatt 3/5)

für Anzeigen und Prospektbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften

12

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

1. Werbeaufträge für die von den Firmen Mittelhessische Druck- und Verlagshaus GmbH & Co. KG, Taunus Verlag GmbH & Co. KG, Verlag Wetterau und Vogelsberg GmbH, Verlagsgesellschaft Vogelsberg GmbH & Co. KG, M D V Mönchhof Druck- und Verlagsgesellschaft mbH sowie GA Media GmbH & Co. KG herausgegebenen Produkte werden im Namen der Mittelhessische Druck- und Verlagshaus GmbH & Co. KG und für Rechnung des jeweiligen Verlags abgeschlossen. Werbeaufträge für die von den Firmen Verlags- und Werbestudio Busse GmbH, ZLP Zeitungsring Lokalpresse Bad Vilbel GmbH und Licher Wochenblatt GmbH herausgegebenen Produkte werden vom herausgebenden Verlag jeweils im eigenen Namen und für eigene Rechnung abgeschlossen, soweit nicht bei Abschluss des Vertrages erkennbar wird, dass entsprechende Verträge im Namen von Mittelhessische Druck- und Verlagshaus GmbH & Co. KG und für Rechnung des jeweils herausgebenden Verlags abgeschlossen werden. Abschlüsse, die Werbeaufträge sowohl in Tageszeitungen als auch in Anzeigenblättern der Mediengruppe zum Inhalt haben, werden jeweils im Namen der Mittelhessische Druck- und Verlagshaus GmbH & Co. KG und für Rechnung der die belegten Titel herausgebenden Verlage abgeschlossen.
2. Bei mündlich oder telefonisch aufgegebenen Anzeigen, Termin- und Ausgabenänderungen, Textkorrekturen und Abbestellungen sowie Druckvorlagenübertragung per digitalem Datentransfer übernimmt der Verlag für Übermittlungsfehler keine Haftung.
3. Sind in der Anzeigenpreisliste Titel oder sonstige Verlagsdruckschriften mit eigenen Preisen aufgeführt, so ist für jede Ausgabe oder Ausgabenkombination ein besonderer Anzeigenabschluss zu tätigen. Liegt ein Abschluss für die Gesamtausgabe vor, so wird bei Belegung von Bezirksausgaben der sich aus dem Gesamtausgabenabschluss ergebende Nachlass gewährt; die hierauf entfallenden Mengen zählen bei der Errechnung der Abnahmemenge (Gesamtausgabenabschluss) nicht mit. Beim Anzeigendoppel geht in die Berechnung der Jahres-mm-Summe nur die einfache mm-Anzahl der Anzeige ein, bzw. gilt ein Anzeigendoppel bei der Berechnung der Jahres- Anzeigenmenge als eine Anzeige. Die über die Score Media Group oder andere nationale Vermarkter geschalteten Anzeigen werden bei der Gewährung von Rabatten durch den Verlag nicht berücksichtigt. Das durch die Anzeigenstrecken erzielte Volumen wird nicht dem Abschlussvolumen für die Mengen- bzw. Malstaffel zugerechnet. Die errechneten Streckenpreise sind nicht weiter abschlussrabatt-, jedoch AE-provisionsfähig.
4. Der Werbungtreibende hat rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb Jahresfrist entsprechenden Nachlass, wenn er zu Beginn der Frist einen Auftrag abgeschlossen hat, der aufgrund der Preisliste zu einem Nachlass von vornherein berechtigt. Der Anspruch auf rückwirkenden Nachlass erlischt, wenn er nicht innerhalb eines Monats nach Ablauf der Jahresfrist geltend gemacht wird.
5. 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 Auftrags gegen den Verlag erwachsen. Durch Erteilung eines Auftrags verpflichtet sich der Inserent, die Kosten der Veröffentlichung einer Gegendarstellung, die sich auf tatsächliche Behauptungen der veröffentlichten Anzeige bezieht, zu tragen, und zwar nach Maßgabe des jeweils gültigen Anzeigentarifs.
6. Ansprüche bei fehlerhaften Wiederholungsanzeigen sind dann ausgeschlossen, wenn der Werbungtreibende die Möglichkeit hatte, vor Drucklegung der nächstfolgenden Anzeige auf den Fehler hinzuweisen. Der Vergütungsanspruch des Verlags bleibt unberührt.
7. Aufträge für Empfehlungsanzeigen von Firmen des im jeweiligen Verbreitungsgebiet ansässigen Handels und Handwerks, worunter auch selbstständig werbende Filialbetriebe fallen, werden zum Lokalpreis berechnet. Verkaufsgenturen, Verkaufsstellen und Zweigniederlassungen von überregionalen Verkaufsorganisationen, deren Insertion zentral verwaltet wird, sind keine ortsansässigen Handelsfirmen im Sinne der Preisliste. Das Entscheidungsrecht darüber hat ausschließlich der Verlag. Auf den Lokalpreis kann keine Mittlervergütung gewährt werden.
8. Für Jahresabschlüsse ab 150.000 Millimeter und mehr sind Sondervereinbarungen möglich. Für Verlagsbeilagen, örtlich begrenzte Anzeigen und Sonderveröffentlichungen (Kollektive) können abweichende Preise vereinbart werden. Auch im Übrigen behält sich der Verlag die Gewährung von Rabatten vor.

Allgemeine Geschäftsbedingungen (Blatt 4/5)

für Anzeigen und Prospektbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften

13

9. Für die Belegung einer Kombination ist eine einheitliche Anzeigengröße Voraussetzung. Außerdem wird die Erscheinung in der gleichen Kalenderwoche zugrunde gelegt.
10. Bei blatt hohen Anzeigen wird die volle Satzspiegelhöhe berechnet.
11. Etwaige Änderungen oder Stornierungen sind schriftlich – bzw. soweit der Auftraggeber Verbraucher i.S.v. § 13 BGB ist, in Textform (§ 126b BGB) – mit genauer Angabe des Textes oder der Ausgabe spätestens bis zum Anzeigenschluss, bei Beilagenaufträgen wenigstens sechs Tage vor dem Streutermin zu übermitteln. Bei Abbestellungen gehen gegebenenfalls bereits entstandene Herstellungs- oder Vorbereitungskosten zu Lasten des Auftraggebers.
12. Bei Insolvenzen und gerichtlichen Vergleichen entfällt jeglicher Nachlass. Im Falle einer Klage wird der auf die streitgegenständliche Forderung gewährte Nachlass wieder belastet.
13. Eine Provision wird nur an die vom Verlag anerkannten Werbemittler vergütet. Voraussetzung ist, dass der Auftrag unmittelbar vom Werbemittler erteilt wird und Texte bzw. Druckunterlagen auch von ihm geliefert werden. Die Werbemittler 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 Mittlervergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden. Für die Vermittlung von Aufträgen privater Auftraggeber wird eine Mittlervergütung nicht bezahlt.
14. Bei Änderungen der Preisliste oder der Geschäftsbedingungen kann für bereits angelaufene Abschlüsse eine Karenzzeit eingeräumt werden.
15. Der Verlag behält sich vor, die Veröffentlichung von Sammelanzeigen abzulehnen.
16. Kann infolge von Streikmaßnahmen innerhalb oder außerhalb des Verlags ein Auftragsauftrag/ Beilagenauftrag nicht zu dem Termin ausgeführt werden, der mit dem Auftraggeber vereinbart war, so ist der Verlag berechtigt, den Auftrag in der nächsterreichbaren Ausgabe auszuführen. Der Auftraggeber kann aus der Verschiebung des Ausführungszeitpunkts keinerlei Mängel-/Gewährleistungsansprüche herleiten. Ein Ausgleichsanspruch des Auftraggebers besteht nur insoweit, als die Anzeige zu dem tatsächlichen Erscheinungstermin weniger gekostet hätte als an dem vereinbarten Termin.
17. Bei Beilagenaufträgen können Gewährleistungsansprüche nicht allein daraus abgeleitet werden, dass in einzelnen Exemplaren der Druckschrift die Beilage (z.B. infolge technischer Probleme oder Trägerverschulden) fehlt oder mehrfach eingelegt ist. Gewährleistungsansprüche entstehen erst dann, wenn die Beilage in mindestens 10% der Auflage fehlt.
18. Der Auftraggeber ist zur unverzüglichen Überprüfung der ihm übersandten Rechnungen, Gutschriften, Bonusabrechnungen usw. verpflichtet. Reklamationen müssen innerhalb von vier Wochen nach Eingang der jeweiligen Schriftstücke schriftlich – bzw. soweit der Auftraggeber Verbraucher i.S.v. § 13 BGB ist, in Textform (§ 126b BGB) – geltend gemacht werden, ansonsten gelten sie als akzeptiert. Gegen Zahlungsansprüche des Verlags kann der Werbungtreibende nur mit unbestrittenen oder rechtskräftig festgestellten Gegenforderungen aufrechnen.
19. Für die Gewährung eines Konzernrabatts für Tochtergesellschaften ist der schriftliche Nachweis einer mehr als 50-prozentigen Kapitalbeteiligung erforderlich. Der Verlag gewährt Konzernrabatt nur bei privatwirtschaftlich organisierten Zusammenschlüssen. Dies gilt nicht für den Zusammenschluss verschiedener selbstständiger hoheitlicher Organisationen oder bei Zusammenschlüssen, bei denen Körperschaften des Öffentlichen Rechts beteiligt sind.
20. Für alle Auftragsaufträge gelten die Allgemeinen und Zusätzlichen Geschäftsbedingungen. Die Zusätzlichen Geschäftsbedingungen gehen im Zweifelsfalle den Allgemeinen Geschäftsbedingungen vor. Weichen Auftrag oder die ihm vom Auftraggeber zugrunde gelegten Bedingungen von den Allgemeinen oder Zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlags ab, so gelten die Bedingungen des Verlags, wenn nicht der Auftraggeber binnen sechs Tagen seit Auftragsbestätigung durch den Verlag schriftlich – bzw. soweit der Auftraggeber Verbraucher i.S.v. § 13 BGB ist, in Textform (§ 126b BGB) – widerspricht.
21. Der Auftraggeber erklärt sich damit einverstanden, dass die Anzeige auch in Onlinediensten erscheint.
22. Der Verlag ist weder verpflichtet noch bereit, an Streitbelegungsverfahren vor einer Verbraucherschlichtungsstelle teilzunehmen.
23. Der Auftraggeber erklärt sich mit der Übersendung elektronischer Rechnungen per E-Mail einverstanden.

Allgemeine Geschäftsbedingungen (Blatt 5/5)

für Anzeigen und Prospektbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften

14

Zusätzliche Geschäftsbedingungen für die digitale Übermittlung von Druckunterlagen für Anzeigen

- a) Digitale Druckunterlagen sind solche, welche per Datenträger (z.B. USB-Stick, Speicherkarte, CD-ROM), direkt oder indirekt per Fernübertragung (z.B. E-Mail, Upload, WeTransfer) an den Verlag papierlos übermittelt werden.
- b) Unerwünschte Druckresultate (z.B. fehlende Schriften, falsche Rasterweite), die sich auf eine Abweichung des Kunden von den Empfehlungen des Verlags zur Erstellung und Übermittlung von Druckunterlagen zurückführen lassen (siehe „Digitale Anzeigenübermittlung“ in dieser Preisliste), führen nicht zu Gewährleistungsansprüchen, insbesondere zu keinem Preisminderungsanspruch.
- c) Für die Übertragung von digital übermittelten Druckvorlagen dürfen nur geschlossene Dateien mit inkludierten Schriften verwendet werden, also solche Dateien, an denen der Verlag inhaltlich keine Möglichkeit der Veränderung hat. Offene Dateien, z.B. Dateien, welche unter InDesign, Coral Draw, Adobe Illustrator usw. gespeichert wurden, können vom Verlag nicht weiterverarbeitet werden. Der Verlag kann bei offenen Dateien für die inhaltliche Richtigkeit nicht in Anspruch genommen werden.
- d) Bei Übermittlung von mehreren zusammengehörenden Dateien hat der Kunde dafür Sorge zu tragen, dass diese Dateien innerhalb eines gemeinsamen Verzeichnisses (Ordner) gesendet bzw. gespeichert werden.
- e) Digital übermittelte Druckvorlagen für Farbanzeigen können nur mit einem auf Papier gelieferten Farb-Proof zuverlässig verarbeitet werden. Ohne Farb-Proof sind Farbabweichungen unvermeidbar, der Kunde kann hieraus keinerlei Gewährleistungsrechte geltend machen, insbesondere keinen Preisminderungsanspruch.
- f) Der Kunde hat vor einer digitalen Übermittlung von Druckunterlagen dafür Sorge zu tragen, dass die übermittelten Dateien frei von evtl. Computerviren sind. Entdeckt der Verlag auf einer ihm übermittelten Datei Computerviren, wird diese Datei sofort gelöscht, ohne dass der Kunde hieraus Ansprüche geltend machen könnte. Der Verlag behält sich zudem vor, den Kunden auf Schadenersatz in Anspruch zu nehmen, wenn durch solche durch den Kunden infiltrierte Computerviren dem Verlag Schäden entstehen.