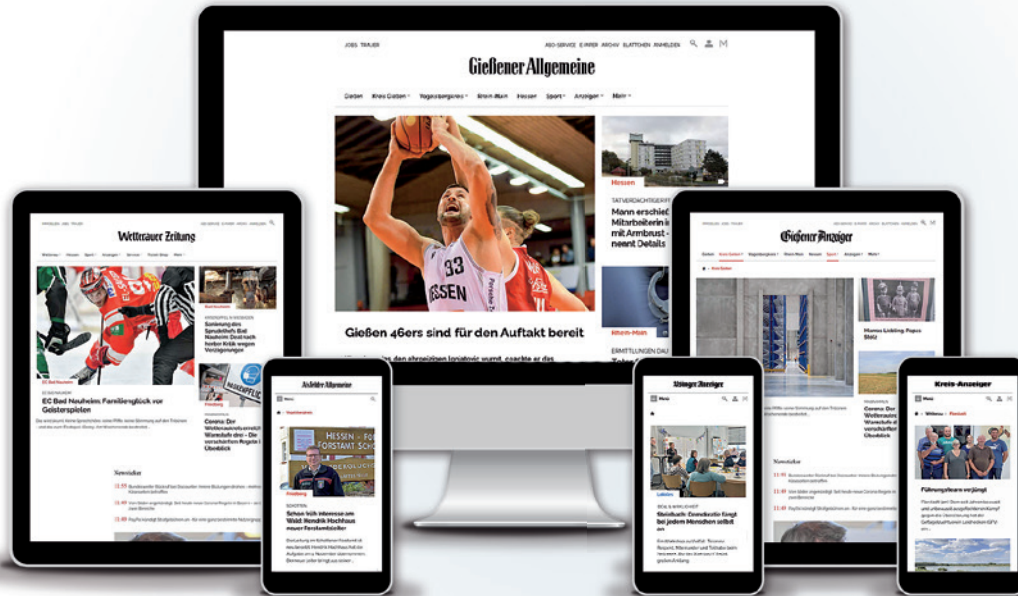




Mittelhessische Druck- und Verlagshaus GmbH & Co. KG
Marburger Straße 20 · 35390 Gießen

Mediadaten Digital 2025

Preisliste Nr. 12 · gültig ab 1. Januar 2025



Gießener Allgemeine

Gießener Anzeiger

Alsfelder Allgemeine

Oberhessische Zeitung

Lauterbacher Anzeiger

Wetterauer Zeitung

Kreis-Anzeiger

Wisinger Anzeiger



Verlage

■ Mittelhessische Druck- und Verlagshaus GmbH & Co. KG

Marburger Straße 20, 35390 Gießen;
Postfach 100462, 35334 Gießen
Telefon: 0641/3003-0
Internet: www.mdv-online.de
www.giessener-allgemeine.de
www.wetterauer-zeitung.de

■ GA Media GmbH & Co. KG

Marburger Straße 12, 35390 Gießen;
Postfach 10 04 62, 35334 Gießen
Telefon 0641 3003-0
Internet: www.giessener-anzeiger.de

■ Verlag Wetterau und Vogelsberg GmbH

Zeppelinstraße 11, 63667 Nidda
Telefon: 0641 3003-0
Internet: www.kreis-anzeiger.de

■ Verlagsgesellschaft Vogelsberg GmbH & Co. KG

Am Kreuz 10, 36304 Alsfeld
Telefon: 06641 646621
Internet: www.oberhessische-zeitung.de
Cent 9, 36341 Lauterbach
Telefon 06641 64660
Internet: www.lauterbacher-anzeiger.de

■ Taunus Verlag GmbH & Co. KG

Am Riedborn 20-22, 61250 Usingen;
Postfach 100462, 35334 Gießen
Telefon: 0641 3003-0
Internet: www.usinger-anzeiger.de

Bankverbindungen

Sparkasse Gießen
IBAN: DE91 5135 0025 0227 0055 54, BIC: SKGIDE5F
Volksbank Mittelhessen eG
IBAN: DE78 5139 0000 0000 4243 07, BIC: VBMHDE5F

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.

Auftragsabwicklung

Buchung und Datenübermittlung

Telefon 0641/3003-101, -214, -223
E-Mail: anzeigenverkauf@mdv-online.de
oder über Ihren persönlichen Mediaberater

Informationen, die bei Datenübermittlung benötigt werden

- Onlineportal, Rubrikenseite
- Laufzeit
- Ziel-URL, auf die Ihre Werbung verlinken soll
- Ansprechpartner für Rückfragen

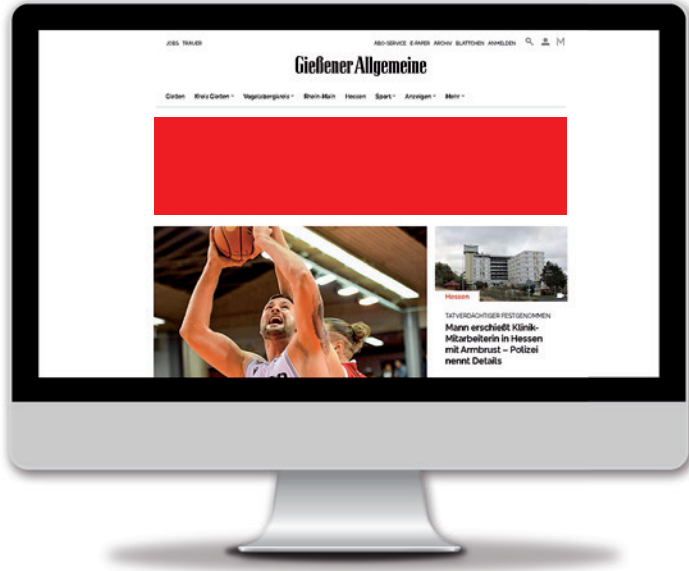
Werbeunterlagenchluss 3 bis 7 Werktage vor Online-Veröffentlichung

Informationen zu HTML5: <https://support.google.com/admanager/answer/7046799?hl=de>

Gewinnen Sie die Aufmerksamkeit Ihrer Zielgruppe

Displaywerbung

3



Was ist Displaywerbung?

Displaywerbung ist ein Element der Onlinewerbung. Hierbei werden grafische Werbemittel (z. B. Animationen) eingesetzt, um die Aufmerksamkeit des Webseitenbesuchers zu gewinnen.

Ihre Vorteile:

Bekanntheit – Steigerung Ihrer regionalen Bekanntheit

Branding – Aufbau Ihrer Marke zur Bindung von Interessenten

Traffic – Erhöhung des Traffics auf Ihrer eigenen Webseite

Gießener Allgemeine
Gießener Anzeiger





Alsfelder Allgemeine
Oberhessische Zeitung

Lauterbacher Anzeiger
Wetterauer Zeitung

Kreis-Anzeiger
Misinger Anzeiger

Online-Werbeformen Tageszeitungsportale

- giessener-allgemeine.de Ø P1¹/Monat 2.347.614
- giessener-anzeiger.de Ø P1¹/Monat 652.902
- wetterauer-zeitung.de Ø P1¹/Monat 1.318.286
- kreis-anzeiger.de Ø P1¹/Monat 413.194
- usinger-anzeiger.de Ø P1¹/Monat 163.631
- oberhessische-zeitung.de Ø P1²/Monat 176.257
- lauterbacher-anzeiger.de Ø P1²/Monat 154.441

Werbeform (Format in Pixel)	Basispaket		Businesspaket		Premiumpaket		maximale Dateigröße	
	25.000 Als	TKP/€	50.000 Als	TKP/€	75.000 Als	TKP/€		
Rectangle 300 x 250 Pixel 	Rubrik/Umfeld	350,00	14,00	650,00	13,00	900,00	12,00	40 KB
	ROS	300,00	12,00	550,00	11,00	750,00	10,00	
Content Ad 480 x 220 Pixel 	Rubrik/Umfeld	350,00	14,00	650,00	13,00	900,00	12,00	40 KB
	ROS	300,00	12,00	550,00	11,00	750,00	10,00	
Halfpage Ad 300 x 600 Pixel 	Rubrik/Umfeld	400,00	16,00	750,00	15,00	975,00	13,00	40 KB
	ROS	350,00	14,00	650,00	13,00	825,00	11,00	
Native Teaser Teaserbild Querformat (16:9) Breite max. 1.200 Pixel 20,00/TKP 	Teasertext: max. 170 Zeichen Die Teaser rotieren innerhalb verschiedener Platzierungen. Abweichende Darstellung möglich.							

Demografisches Targeting
Pauschal 2 € auf den TKP



Rubrik/Umfeld = rubrizierte oder umfeldorientierte Werbung, ROS = rotierende Werbung über alle Seiten
 Dateiformate: Image (JPG/GIF/PNG), Image-URL
 Angegebene Preise sind AE-fähig jedoch nicht rabattfähig.
 Zur Zielerreichung der gebuchten Impressionen behält sich die MDV vor, die gebuchten Rubriken zu erweitern.

¹⁾ Ippen Media 10/23–09/24
²⁾ Ippen Media 01/24–09/24




Online-Werbeformen Tageszeitungsportale

· giessener-allgemeine.de Ø P1¹/Monat 2.347.614
 · giessener-anzeiger.de Ø P1¹/Monat 652.902
 · wetterauer-zeitung.de Ø P1¹/Monat 1.318.286

· kreis-anzeiger.de Ø P1¹/Monat 413.194
 · usinger-anzeiger.de Ø P1¹/Monat 163.631

· oberhessische-zeitung.de Ø P2²/Monat 176.257
 · lauterbacher-anzeiger.de Ø P2²/Monat 154.441

5

Werbeform (Format in Pixel)	Basispaket		Businesspaket		Premiumpaket		maximale Dateigröße	
	25.000 Als	TKP/€	50.000 Als	TKP/€	75.000 Als	TKP/€		
Billboard 800 x 250 Pixel 	Rubrik/Umfeld	475,00	19,00	850,00	17,00	1.200,00	16,00	40 KB
	ROS	425,00	17,00	750,00	15,00	1.050,00	14,00	
Superbanner 728 x 90 Pixel 	Rubrik/Umfeld	400,00	16,00	700,00	14,00	900,00	12,00	40 KB
	ROS	350,00	14,00	600,00	12,00	750,00	10,00	
Skyscraper (sticky) 300 x 600 Pixel 	Rubrik/Umfeld	625,00	25,00	1.150,00	23,00	1.575,00	21,00	40 KB
	ROS	575,00	23,00	1.050,00	21,00	1.425,00	19,00	

Demografisches Targeting
 Pauschal 2 € auf den TKP



Rubrik/Umfeld = rubrizierte oder umfeldorientierte Werbung, ROS = rotierende Werbung über alle Seiten

Dateiformate: Image (JPG/GIF/PNG), Image-URL

Angegebene Preise sind AE-fähig jedoch nicht rabattfähig.

Zur Zielerreichung der gebuchten Impressionen behält sich die MDV vor, die gebuchten Rubriken zu erweitern.

¹) Ippen Media 10/23–09/24

²) Ippen Media 01/24–09/24

Online-Werbeformen Tageszeitungsportale – Native Advertising

· giessener-allgemeine.de	Ø P1¹/Monat	2.347.614	· kreis-anzeiger.de	Ø P1¹/Monat	413.194	· oberhessische-zeitung.de	Ø P2²/Monat	176.257
· giessener-anzeiger.de	Ø P1¹/Monat	652.902	· usinger-anzeiger.de	Ø P1¹/Monat	163.631	· lauterbacher-anzeiger.de	Ø P1²/Monat	154.441
· wetterauer-zeitung.de	Ø P1¹/Monat	1.318.286						

Kostengünstiger Einstieg bei optimaler Beratung

Native Premium Plus Paket	Premium Paket	Professional Paket	Basis Paket
Advertorial und Facebook Ads auf unseren Nachrichtenportalen	Advertorial und Facebook Ads auf unseren Nachrichtenportalen	Advertorial und Facebook Ads auf unseren Nachrichtenportalen	Advertorial auf unseren Nachrichtenportalen
Auslieferung des Native Teasers mit 220.000 Impressionen, verteilt (ROS) via Gießener Allgemeine Gießener Anzeiger Oberhessische Zeitung Lauterbacher Anzeiger Wetterauer Zeitung Kreis-Anzeiger Usinger Anzeiger	Auslieferung des Native Teasers mit 150.000 Impressionen, verteilt (ROS) via Gießener Allgemeine Gießener Anzeiger Oberhessische Zeitung Lauterbacher Anzeiger Wetterauer Zeitung Kreis-Anzeiger Usinger Anzeiger	Auslieferung des Native Teasers mit 120.000 Impressionen, verteilt (ROS) via Gießener Allgemeine Gießener Anzeiger Oberhessische Zeitung Lauterbacher Anzeiger Wetterauer Zeitung Kreis-Anzeiger Usinger Anzeiger	Auslieferung des Native Teasers mit 90.000 Impressionen, verteilt (ROS) via Gießener Allgemeine Gießener Anzeiger Oberhessische Zeitung Lauterbacher Anzeiger Wetterauer Zeitung Kreis-Anzeiger Usinger Anzeiger
auf allen Endgeräten	auf allen Endgeräten	auf allen Endgeräten	auf allen Endgeräten
400 € Budget auf Facebook	400 € Budget auf Facebook	140 € Budget auf Facebook	Kein Budget auf Facebook
Laufzeit 30 Tage	Laufzeit 21 Tage	Laufzeit 14 Tage	Laufzeit 7 Tage
2.840,00	2.210,00	1.540,00	1.050,00

Die Preis sind nicht rabattfähig.
Hinweis: Bei Buchung über Agenturen gilt ein Aufschlag von 15% auf die angegebenen Nettopreise.

Leistungsbeschreibung

- Wir platzieren Ihr Firmen-Advertorial in Form eines Bild-Text-Teasers auf der Startseite oder auf den Ressortseiten (ROS).
- Zielgruppenorientiert und deviceübergreifend wird der Teaser auf dem gebuchten Portal des MDV-Netzwerkes ausgespielt.
- Titelbild
- Verlinkung auf Firmen-Website
- Kennzeichnung des Teasers als »Anzeige«
- Einbindung ohne Dofollow-Link
- Bild- und Textprüfung durch Kampagnenmanagement
- Verbreitung des Advertorials über die Nachrichtenportale und Social-Media-Kanäle der Gießener/Alsfelder Allgemeinen und Wetterauer Zeitung

Ihre Vorteile:

- Attraktive Werbeform mit gezielter Ausspielung
- Glaubwürdigkeit durch redaktionelle Gestaltung
- Teaser werden nicht als Werbung wahrgenommen
- Aktive Kampagnenoptimierung
- Steigerung der Markenbekanntheit und Expertenpositionierung

¹ Ippen Media 10/23–09/24

² Ippen Media 01/24–09/24

Online-Werbeformen Tageszeitungsportale – Native Advertising

· giessener-allgemeine.de Ø P1¹/Monat 2.347.614
· giessener-anzeiger.de Ø P1¹/Monat 652.902
· wetterauer-zeitung.de Ø P1¹/Monat 1.318.286

· kreis-anzeiger.de Ø P1¹/Monat 413.194
· usinger-anzeiger.de Ø P1¹/Monat 163.631

· oberhessische-zeitung.de Ø P1²/Monat 176.257
· lauterbacher-anzeiger.de Ø P1²/Monat 154.441

Technische Anforderungen

Bilder:

- Querformat (16:9)
- Dateityp: .jpg
- Max. 11 MB
- Max. Auflösung, Copyright pro Bild
- Bildunterschrift pro Bild bis zu 200 Zeichen (Empfehlung)



Vorspann/Teaser:

- Ca. 300 Zeichen (Empfehlung)
- Die Teaser-Grafiken werden in der Größe flexibel skaliert, sollten aber ein Seitenverhältnis von Breite zu Höhe von 600:1.200 haben (Breite definitiv max. 600 px) sowie eine .jpg/.png-Datei mit höchstens 1.000 kb Größe sein.



Gießener Allgemeine > Ratgeber > Wohnen

So hilft man Wildbienen im Winter

15.11.2024, 00:07 Uhr

Kommentare Drucken Teilen



[Redacted text blocks representing the article content]



Überschrift und Dachzeile:
■ Max. 60 Zeichen



Artikel:
■ Bis zu 3.000 Zeichen (Empfehlung)
■ Anlieferung als Word Dokument

Sponsored Posts · Werbung lokale Bilderserien Tageszeitungsportale

· giessener-allgemeine.de Ø Pl¹/Monat 2.347.614
 · giessener-anzeiger.de Ø Pl¹/Monat 652.902
 · wetterauer-zeitung.de Ø Pl¹/Monat 1.318.286

· kreis-anzeiger.de Ø Pl¹/Monat 413.194
 · usinger-anzeiger.de Ø Pl¹/Monat 163.631

· oberhessische-zeitung.de Ø Pl²/Monat 176.257
 · lauterbacher-anzeiger.de Ø Pl²/Monat 154.441

8

Facebook Ads



Mit einem Sponsored Post nutzen Sie sowohl die Bekanntheit als auch die Glaubwürdigkeit unserer Medien-Marken, um Ihre Botschaft in Facebook zu verbreiten. Hierbei erstellen wir eine Facebook-Ad-Kampagne über die Kanäle unserer Tageszeitungen.

Ihre Vorteile:

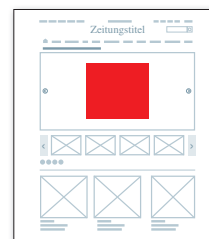
- hohe Klickrate
- geringe Klickkosten
- hohe Treffsicherheit

Zusätzliche Leistungen des Verlages:

- Erstellung der Werbemittel
- Reporting
- geografisches Targeting
- Optimierung

XL Paket	L Paket	M Paket	S Paket
Facebook Ads Kampagne	Facebook Ads Kampagne	Facebook Ads Kampagne	Facebook Ads Kampagne
via Gießener Allgemeine Gießener Anzeiger Oberhessische Zeitung Lauterbacher Anzeiger Wetterauer Zeitung Kreis-Anzeiger Usinger Anzeiger	via Gießener Allgemeine Gießener Anzeiger Oberhessische Zeitung Lauterbacher Anzeiger Wetterauer Zeitung Kreis-Anzeiger Usinger Anzeiger	via Gießener Allgemeine Gießener Anzeiger Oberhessische Zeitung Lauterbacher Anzeiger Wetterauer Zeitung Kreis-Anzeiger Usinger Anzeiger	via Gießener Allgemeine Gießener Anzeiger Oberhessische Zeitung Lauterbacher Anzeiger Wetterauer Zeitung Kreis-Anzeiger Usinger Anzeiger
auf stationären und mobilen Endgeräten	auf stationären und mobilen Endgeräten	auf stationären und mobilen Endgeräten	auf stationären und mobilen Endgeräten
1.500 € Budget auf Facebook	600 € Budget auf Facebook	300 € Budget auf Facebook	150 € Budget auf Facebook
Laufzeit 30 Tage	Laufzeit 21 Tage	Laufzeit 14 Tage	Laufzeit 7 Tage
2.250,00	1.080,00	690,00	495,00

Lokale Bilderserien – Medium Rectangle



Platzieren Sie Ihr Unternehmen gezielt in unseren Bilderserien. Nach jedem dritten bzw. vierten Bild erscheint Ihre Werbefläche in Form eines Medium Rectangles.

- Laufzeiten nach Absprache
- 300 x 250 Pixel

	Preis pro Tag
Gießener/Alsfelder Allgemeine	220,00
Gießener Anzeiger	220,00
Oberhessische Zeitung	185,00
Lauterbacher Anzeiger	185,00
Wetterauer Zeitung	195,00
Kreis-Anzeiger	195,00
Usinger Anzeiger	185,00

Die Preis sind nicht rabattfähig. Hinweis bei Sponsored Post: Bei Buchung über Agenturen gilt ein Aufschlag von 15 % auf die angegebenen Nettopreise.

¹ Ippen Media 10/23–09/24

² Ippen Media 01/24–09/24

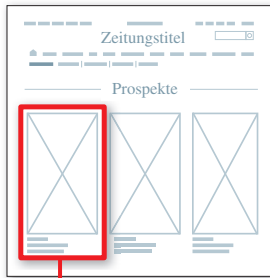
Online-Prospekte Tageszeitungsportale

· giessener-allgemeine.de Ø P1¹/Monat 2.347.614
 · giessener-anzeiger.de Ø P1¹/Monat 652.902
 · wetterauer-zeitung.de Ø P1¹/Monat 1.318.286

· kreis-anzeiger.de Ø P1¹/Monat 413.194
 · usinger-anzeiger.de Ø P1¹/Monat 163.631

· oberhessische-zeitung.de Ø P1²/Monat 176.257
 · lauterbacher-anzeiger.de Ø P1²/Monat 154.441

Online-Prospekt



Bringen Sie Ihren Werbeprospekt ins Web. Ob Kataloge, Magazine, Zeitungen, Prospekte, Broschüren oder Flyer, Ihr PDF genügt, um daraus einen digitalen Blätterkatalog zu erstellen.

- variable Laufzeiten
- Gewinnung neuer Kunden, auch außerhalb der Region
- Ihr Prospekt 24 Stunden abrufbereit

■ Technische Anforderungen

Wir benötigen unseparierte PDF-X3-Dokumente mit verrechneten Transparenzen und eingebundenen Zeichensätzen auf Endformat ohne Beschnitt- oder Passermarken. Bilder sind auf 100 dpi zu reduzieren. Bitte senden Sie uns alle Seiten unausgeschossen in einem PDF-Dokument.

Gießener Allgemeine/ Alsfelder Allgemeine Laufzeit 1 Woche	je Titel: Oberhessische Zeitung, Lauterbacher Anzeiger, Wetterauer Zeitung, Kreis-Anzeiger Laufzeit 1 Woche
290,00	240,00
Gießener Anzeiger Laufzeit 1 Woche	Usinger Anzeiger Laufzeit 1 Woche
250,00	200,00

Angegebene Preise sind AE-fähig, jedoch nicht rabattfähig.

¹ Ippen Media 10/23–09/24

² Ippen Media 01/24–09/24

Stellenmarkt Social Media Recruiting

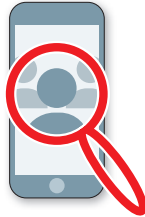
Veröffentlichung Ihrer Stellenausschreibungen in den sozialen Netzwerken – Social Media Kampagne auf Instagram und Facebook

10

Soziale Netzwerke sind aus dem Recruiting nicht mehr wegzudenken. Veröffentlichen Sie Ihre offenen Positionen direkt auf Facebook und Instagram. Sie erhalten direkt Kontaktdaten von BewerberInnen und können diese unmittelbar kontaktieren.

Ihre Vorteile:

- Keine eigenen Social-Media-Unternehmensprofile notwendig/ Anlegen eines Unternehmensprofil für die Recruiting-Kampagne. Dieses kann nach der Kampagne weiter genutzt werden
- Vorhandenes Unternehmensprofil kann verwendet werden
- Optimale Anzeigen-/Videogestaltung für die jeweilige Social-Media-Plattform und Ihre Zielgruppe auf Wunsch bzw. Anpassung für Social-Media-Kampagne bei vorhandenem Content
- Freie Budgetwahl nach Staffellung
- Start der Recruiting-Kampagne nach Ihrer Freigabe/ Link zur Anzeigenvorschau



Direkte Generierung von Kontaktdaten (Leads) interessierter Bewerber/innen

Ihre Buchungsmöglichkeiten:

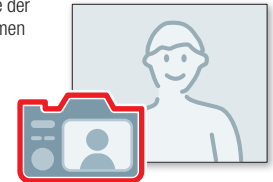
	Gesamtpreis ³	META-Werbebudget
	1.800,00 ¹	500,00 ²
	2.050,00 ¹	750,00 ²

Content-Produktion für Social Media Recruiting

Guter Content ist entscheidend für eine erfolgreiche Ansprache der Zielgruppe. Wir erstellen passenden Content, der Ihr Unternehmen perfekt darstellt und die Vorteile für Mitarbeitende aufzeigt.

Darin enthalten:

- Ein Recruiting-Video mit Interview-Szene
- Bild und Grafikmaterial für die Auspielung
- Zeitnahe Produktion, die in 1 bis 2 Wochen umgesetzt werden kann
- Ein Beratungs- und Planungstermin



1) Pro Stellenprofil/nicht rabattfähig

2) Für mehr Ergebnisse oder eine Verlängerung der Laufzeit können Sie das Meta Werbebudget verdoppeln.

3) Erhöhung nur um das META-Webebudget

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

1.550,00¹



Zurückhaltung im Käufermarkt und die Lösung

Um von den passenden Kaufinteressenten wahrgenommen zu werden, gehen wir genau dorthin, wo diese heute aktiv suchen und interagieren: Auf das Smartphone!

Der Immobilienverkauf hat sich verändert und bedeutet heute:

- Sichtbarkeit im Markt, Frequenz und Image steigern
- Kontakttrate steigern und Selektionsprozesse vereinfachen
- Aktive Ansprache
- Schneller sein als der lokale Mitbewerber

Wieso Immobilien-Käufer über Social Media begeistern und rekrutieren?

- Sales-Kanäle erweitern
- Käufer/innen mit Bild und Video ansprechen/authentisches Sales-Marketing
- Objektbezogene Informationen und Fakten einbinden, um potenzielle Käufer/innen zu begeistern
- Präsenz auf modernsten Kanälen

Ablauf – Der Content

Sie liefern uns den Content für die objektbezogene Immobilien-Kampagne!

- Mit bis zu 10 Bildern aus dem vorhandenen Exposé
- Einem Video/Rundgang durch das Verkaufsobjekt
- Objektbezogener Beschreibung in Textform

1) Pro-Immobilien-Objekt/Angebot, nicht rabattfähig

2) Für mehr Ergebnisse oder eine Verlängerung der Laufzeit können Sie das META-Werbebudget je nach Anzahl der Verkaufsobjekte in 250,00 oder 500,00 Euro Schritten erhöhen.

3) Erhöhung nur um das META-Webebudget

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

Direkte Generierung von Kontaktdaten (Leads) interessierter Bewerber/innen

Ihre Buchungsmöglichkeiten:

- Direkte Generierung von Kontaktdaten (Leads) interessierter Käufergruppen

- 1 Verkaufsobjekt/
1 Immobilienangebot

- Bis maximal 3 Verkaufsobjekte/
Immobilienangebote

Gesamtpreis ³	META-Werbebudget	Gesamtpreis ³	META-Werbebudget
2.100,00 ¹	500,00 ²	3.950,00 ¹	1.500,00 ²
2.350,00 ¹	750,00 ²	4.450,00 ¹	2.000,00 ²

Ablauf – Die Connection

- Wir nutzen das bereits vorhandene Social-Media-Unternehmensprofil auf Facebook und Instagram oder legen für Ihr Unternehmen dieses entsprechend für Sie an – dieses kann nach der Kampagne weiter genutzt werden
- Sie erhalten eine Anleitung, wie die Facebook- und Instagram-Seite im Meta-Businessmanager geteilt wird
- Kreative Gestaltung der Kampagne
- Innovative Ansprache der individuellen Zielgruppe
- Ihre Social-Media-Immobilien-Kampagne geht online und wird ausgespielt

JOBS-in-Mittelhessen Online-Werbeformen

Gezielt werben mit dem reichweitenstärksten Stellenportal für Mittelhessen.
 Durchschnittliche Pl¹/Monat 91.810 Durchschnittliche Seitenaufrufe¹/Besuch 6

12



Werbeformen auf Startseite und Suchergebnisseiten
 (Format in Pixel)

Platzierungen Werbemittel Startseite (Format in Pixel)

		Basispaket		Businesspaket		Premiumpaket		maximale Dateigröße
		25.000 Als	TKP	50.000 Als	TKP	75.000 Als	TKP	
Superbanner 728 x 90		350,00	14,00	600,00	12,00	750,00	10,00	40 KB
Billboard 800 x 250 Screen < 820: 728 x 90		425,00	17,00	750,00	15,00	1.050,00	14,00	40 KB

Platzierung Werbemittel Suchergebnisseite/n: (Format in Pixel)

		Basispaket		Businesspaket		Premiumpaket		maximale Dateigröße
		25.000 Als	TKP	50.000 Als	TKP	75.000 Als	TKP	
Rectangle 300 x 250		300,00	12,00	550,00	11,00	750,00	10,00	40 KB

Dateiformate: Image (JPG/GIF/PNG), Image-URL
 Angegebene Preise sind AE-fähig jedoch nicht rabattfähig.

Demografisches Targeting
 Pauschal 2 € auf den TKP



¹) eigene Verlagsangaben

Allgemeine Geschäftsbedingungen (Blatt 1/5)

für Online-Werbung

13

1. Werbeaufrag

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

(2) Für den Werbeaufrag gelten ausschließlich die vorliegenden 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.

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, Button), aus einer sensitiven 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, Hyperlink).

(2) Werbemittel, die aufgrund ihrer Gestaltung oder des Werbefeldes nach Einschätzung des Anbieters nicht als solche erkennbar sind, werden vom Anbieter als Werbung deutlich kenntlich gemacht, ohne dass dies einer Genehmigung des Auftraggebers bedarf. Der Anbieter ist bei der inhaltlichen Gestaltung des Umfeldes des Werbemittels grundsätzlich frei, soweit vertraglich nicht etwas anderes schriftlich vereinbart wurde.

(3) Der Auftraggeber hat sicherzustellen, dass über die Werbemittel nicht auf irgendwelche Daten oder andere Websites zugegriffen werden kann, die gegen geltendes Recht oder gegen Rechte Dritter verstößen und insbesondere keine sittlich anstößigen (insbesondere rassistischen, pornografischen, gewaltverherrlichenden, beleidigenden, obszönen) Inhalte aufweisen. Sollte dies gleichwohl der Fall sein, so gelten die Punkte 8 und 9 entsprechend.

3. Vertragsschluss

(1) Vorbehaltlich entgegenstehender individueller Vereinbarungen kommt der Vertrag grundsätzlich durch schriftliche oder durch E-Mail erfolgende Bestätigung des Auftrags durch den Anbieter 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 Werbungstreibender Auftraggeber werden, muss er von der Werbeagentur namentlich benannt werden. Der Anbieter ist berechtigt, von den Werbeagenturen einen Mandatsnachweis zu verlangen.

(3) Werbung für Waren oder Leistungen von mehr als einem Werbungstreibenden oder sonstigen Inserenten innerhalb eines Werbeauftritts (z. B. Banner-, Pop-up-Werbung etc.) 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. Auftragsenerweiterung

Der Anbieter erbringt ausschließlich die im jeweiligen Werbeaufrag aufgeführten und vereinbarten Leistungen. Der Auftraggeber ist jedoch berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Punkt 4 genannten Frist unter dem Vorbehalt vorhandener Kapazität auch über die im Auftrag genannte Menge hinaus weitere Werbemittel, gegen gesonderte Vergütung, abzurufen. Eine solche Auftragsenerweiterung bedarf der schriftlichen Vereinbarung.

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 des Anbieters entsprechende Werbemittel und die URL, auf die das Werbemittel verweisen soll, rechtzeitig (mindestens 5 Werktage, bei Sonderwerbformen gemäß des im Angebot angegebenen Termins) und vollständig vor Schaltungsbeginn anzuliefern sowie sicherzustellen, dass durch die Werbemittel keine Gefahren ausgehen, etwa durch Viren oder sonstige technische Probleme. Sollten dem Anbieter aus der Verwendung der vom Auftraggeber überlassenen Werbemittel Schäden entstehen, hat der Auftraggeber für diese einzutreten.

(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 tragende Änderungen des Werbemittels hat der Auftraggeber zu tragen. Ab dem im Angebot angegebenen Anlieferungstermin sind Änderungen von Größen, Formaten, Ausstattungen und Platzierungen nicht mehr möglich. Der Auftraggeber trägt die Gefahr der Übermittlung des zur Veröffentlichung bestimmten Materials, insbesondere die Gefahr für den Verlust von Daten.

(4) Datenträger, Fotos oder sonstige Unterlagen des Auftraggebers werden ihm nur auf sein Verlangen und auf seine Kosten zurückgegeben. Die Gefahr hierfür trägt der Auftraggeber.

8. Ablehnungsbefugnis

(1) Der Anbieter behält sich vor, Werbeaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – abzulehnen bzw. zu sperren, insbesondere wenn nach seiner Auffassung deren Inhalt gegen geltendes Recht oder behördliche Bestimmungen verstößt, Rechte Dritter verletzt oder deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem

Allgemeine Geschäftsbedingungen (Blatt 2/5)

für Online-Werbung

14

Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder deren Veröffentlichung für den Anbieter wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist. In diesen Fällen wird der Anbieter den Auftraggeber unverzüglich darüber informieren, dass er das Werbemittel nicht veröffentlichen bzw. sperren wird. Ansprüche jeglicher Art des Auftraggebers gegen den Anbieter sind in diesem Zusammenhang ausgeschlossen.

(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. Absatz 1 Satz 2 gilt entsprechend.

(3) Der Anbieter ist berechtigt, die Veröffentlichung eines Werbemittels, insbesondere solche für Arznei- und Heilmittel, von einer vorherigen schriftlichen Zusicherung des Auftraggebers über die rechtliche Zulässigkeit der Werbung bzw. von der Abgabe einer Freistellungserklärung abhängig zu machen und/oder die Dateien auf Kosten des Auftraggebers von einer sachverständigen Stelle auf rechtliche Zulässigkeit prüfen zu lassen.

(4) Eine Prüfpflicht des Anbieters bezüglich der Rechtmäßigkeit des Werbemittels besteht jedoch nicht.

9. Rechtsgewährleistung des Auftraggebers

(1) Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt, keine Rechte Dritter (insbesondere gewerbliche Schutzrechte, Urheberrechte, Persönlichkeitsrechte etc.) oder sonstigen gesetzliche Bestimmungen verletzt und die Werbemittel keine sittlich anstößigen Inhalte (vgl. Punkt 2 Absatz 3) aufweisen. Der Auftraggeber stellt den Anbieter im Rahmen des Werbeauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung entsprechender gesetzlicher Bestimmungen oder Rechte Dritter geltend gemacht werden. 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) Absatz 1 gilt bei Einleitung eines strafrechtlichen oder behördlichen Verfahrens gegen den Anbieter aufgrund eines Werbemittels entsprechend.

(3) Der Auftraggeber überträgt dem Anbieter sämtliche für die Nutzung des Werbemittels in Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, öffentlichen Zugänglichmachung, 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.

10. 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 bei der Wiedergabe/Darstellung des Werbemittels. Ferner ist die Gewährleistung ausgeschlossen bei Fehlern der Wiedergabe/Darstellung, die hervorgerufen werden durch die Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungssoft- und/oder Hardware (z.B. Browser) oder durch Störung der Kommunikationsnetze anderer Betreiber oder durch Rechnerausfall aufgrund Systemversagens durch unvollständige und/oder nicht aktualisierte Angebote auf sogenannten 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 und der Anbieter diese Fälle nicht zu vertreten hat. 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 eine einwandfreie Ersatzwerbung, jedoch nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Bei Fehlschlägen, Unzumutbarkeit oder Unmöglichkeit der Ersatzwerbung hat der Auftraggeber nach Maßgabe der gesetzlichen Bestimmungen ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrags.

(3) Sind etwaige Mängel bei den Werbungsunterlagen nicht offenkundig, so hat der Auftraggeber bei ungenügender Darstellung/Wiedergabe keine Ansprüche, soweit die ungenügende Darstellung/Wiedergabe hierauf beruht. Das Gleiche gilt bei Fehlern in wiederholten Werbeschaltungen, wenn der Auftraggeber nicht vor Veröffentlichung der nächstfolgenden Werbeschaltung auf den Fehler hinweist. Der Auftraggeber hat das in Auftrag gegebene Werbemittel unverzüglich nach seiner ersten Schaltung zu prüfen und einen eventuellen Mangel, der sich zeigt, unverzüglich, spätestens jedoch zwei Wochen nach der Schaltung schriftlich gegenüber dem Anbieter anzuzeigen. Bei fehlender Mangelanzeige innerhalb dieses Zeitraumes gilt die Ausführung des Auftrages als genehmigt. Bei rechtzeitiger Mangelanzeige beschränkt sich die Haftung des Anbieters auf Nacherfüllung in Form der Nachbesserung bzw. Ersatzveröffentlichung. Im Falle des Fehlschlagens bzw. der Unmöglichkeit der Nacherfüllung kann der Auftraggeber die Herabsetzung der Vergütung oder die Rückgängigmachung des Vertrages verlangen.

11. 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. Bei Nachholung des Auftrages nicht innerhalb angemessener und zumutbarer Zeit hat der Auftraggeber Anspruch

Allgemeine Geschäftsbedingungen (Blatt 3/5)

für Online-Werbung

15

auf Rückzahlung der von ihm insoweit entrichteten Vergütung. Weitere Ansprüche des Auftraggebers sind ausgeschlossen.

12. Haftung

Eine Haftung des Anbieters auf Schadens- oder Aufwendungsersatz – gleich aus welchem Rechtsgrund – besteht nur, wenn der Schaden bzw. die Aufwendungen auf Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit des Anbieters zurückzuführen sind oder durch schuldhaftes Verletzung einer verkehrswesentlichen Pflicht (Kardinalpflicht) in einer das Erreichen des Vertragszwecks gefährdenden Weise vom Anbieter verursacht wurden. Haftet der Anbieter nach den vorstehenden Grundsätzen dem Grunde nach, ohne dass Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit vorliegt, so ist die Haftung des Anbieters der Höhe nach auf den typischen Schadens- bzw. Aufwendungsumfang, der zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses vernünftigerweise voraussehbar war, und auf das für die betreffende Anzeige zu zahlende Entgelt begrenzt.

Die vorstehenden Haftungsbeschränkungen bzw. -ausschlüsse gelten nicht bei schuldhafter Verletzung von Leben, Körper und Gesundheit, für Haftungsansprüche nach dem Produkthaftungsgesetz sowie im Falle einer vertraglich vereinbarten verschuldensunabhängigen Einstandspflicht. Soweit die Haftung des Anbieters nach den vorstehenden Regelungen ausgeschlossen oder beschränkt ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung ihrer Organe, Arbeitnehmer, Vertreter und Erfüllungsgehilfen.

13. Preisliste

(1) Es gilt die im Zeitpunkt der Auftragserteilung auf den Portalen 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.

(3) Wird der Auftrag durch den Auftraggeber nicht innerhalb der vereinbarten Laufzeit erfüllt, d. h. ruft der Auftraggeber die Werbung nicht innerhalb der Laufzeit ab oder gerät er mit der Zahlung der Rechnungen in Verzug, erfolgt eine Rückbelastung entsprechend den im Tarif festgelegten Rabattstufen. Wird ein bereits bestehender Vertrag erweitert oder werden zusätzliche Dispositionen erteilt, hat der Auftraggeber Anspruch auf einen dem Gesamtauftrag entsprechenden rückwirkenden Rabatt gemäß den im Tarif festgelegten Rabattstufen. Der Rabatt wird nach Vertragsende abgerechnet.

(4) Die von den Online-Angeboten gewährte Vermittlungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

(5) Für den Anspruch auf gemeinsame Rabattierung ist bei konzernangehörigen Unternehmen eine Kapitalbeteiligung von mindestens 50 % erforderlich. Der Anspruchsteller hat den Nachweis des Bestehens einer solchen Unternehmensverbindung zu führen. Die Preislisten der Online-Angebote sind keine Angebote i. S. d. Bürgerlichen Gesetzbuchs. Eventuell vom Anbieter abgegebene Angebote sind in jedem Fall freibleibend. Die jeweils aktuelle und gültige Fassung der Preislisten ist auf den Portalen abrufbar.

14. Zahlungsverzug

(1) Zahlungsansprüche des Anbieters sind zahlbar spätestens 14 Tage nach Rechnungszugang. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden gegenüber Privatkunden Zinsen in Höhe von 5 % über dem Basiszinssatz bzw. im Geschäftsverkehr 8 % über dem Basiszinssatz 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 offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

15. Kündigung

Kündigungen von Werbeaufträgen müssen schriftlich, per E-Mail oder Fax erfolgen.

16. Datenschutz

Der Werbeauftrag wird unter Berücksichtigung der geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen abgewickelt. Bestandsdaten werden nur zur Ausführung und Abwicklung des Auftrages gespeichert und verwendet und ggf. an beteiligte Kooperationspartner/ Erfüllungsgehilfen weitergegeben. Ansonsten erfolgt eine Weitergabe, Verarbeitung und Nutzung der Bestandsdaten nur, sofern der Auftraggeber einwilligt oder dies datenschutzrechtliche Vorschriften oder ein anderes Gesetz zulassen.

17. Erfüllungsort/Gerichtsstand/sonstige Regelungen

(1) Erfüllungsort für sämtliche Leistungen nach dem Werbeauftrag ist der Sitz des Anbieters.

(2) Gerichtsstand für sämtliche Streitigkeiten aus dem Werbeauftrag im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichem Sondervermögen ist der Sitz des Anbieters. 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, gilt als Gerichtsstand der Sitz des Anbieters als vereinbart.

(3) Der Werbeauftrag und diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen unterliegen ausschließlich deutschem Recht.

(4) Ergänzungen und/oder Abänderungen des Werbeauftrages oder dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen bedürfen der Schriftform. Dies gilt gleichermaßen für die Aufhebung des Schriftformerfordernisses selbst.

(5) Sollten eine oder mehrere Bestimmungen des Werbeauftrages oder dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen unwirksam sein oder werden, so wird dadurch die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen nicht berührt. Die unwirksame(n) Bestimmung(en) werden vielmehr im Wege der ergänzenden Vertragsauslegung durch eine solche Regelung ersetzt, die dem von der Vertragspartei(n) mit der/den unwirksamen Bestimmung(en) erkennbar verfolgten wirtschaftlichen Zweck möglichst nahe kommt. Entsprechendes gilt für die Ausfüllung etwaiger Regelungslücken.

Allgemeine Geschäftsbedingungen (Blatt 4/5)

für Online-Werbung

16

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 Anzeigenauftrags 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 5/5)

für Online-Werbung

17

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 Anzeigenauftrag/ 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 Anzeigenaufträge 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 Streitbeilegungsverfahren vor einer Verbraucherschlichtungsstelle teilzunehmen.
23. Der Auftraggeber erklärt sich mit der Übersendung elektronischer Rechnungen per E-Mail einverstanden.



Gießener Allgemeine

Gießener Anzeiger

Alsfelder Allgemeine

Oberhessische Zeitung

Lauterbacher Anzeiger

Wetterauer Zeitung

Kreis-Anzeiger

Wisinger Anzeiger

