

# MEDIADATEN 2020

**der gemeinderat** –  
Das unabhängige Magazin  
für die kommunale Praxis

Mediadaten Nr. 43,  
gültig ab 1. Januar 2020

kompetent  
serviceorientiert  
zielgruppengenau

**Pflichtlektüre für Entscheider.**

**pvs**  
pro Verlag und Service  
GmbH & Co. KG



[www.treffpunkt-kommune.de](http://www.treffpunkt-kommune.de)

## Profil



[www.treffpunkt-kommune.de](http://www.treffpunkt-kommune.de)

Das Serviceportal für kommunale Entscheidungsträger.

- // unabhängig
- // kompetent
- // zielgruppengenau
- // serviceorientiert

**der gemeinderat** ist im 63. Jahrgang die renommierte unabhängige Fachzeitschrift für Entscheidungsträger in Kommunalverwaltungen und kommunalen Unternehmen. Sie wendet sich auch gezielt an politische Mandatsträger auf Stadt-, Gemeinde- und Kreisebene. Für Verwaltungsspitzen, Fachämter, kommunale Beschaffungsstellen und Stadt- und Gemeinderäte stellt das Magazin seit Jahrzehnten eine unverzichtbare Informationsquelle dar.

### Modernes Magazinlayout

**der gemeinderat** erscheint in einem frischen, modernen Magazinlayout mit vielen Porträts und Experten-Beiträgen. Garantiert leserfreundlich.

### Neue Impulse

In unseren Praxisbeiträgen zeigen wir herausragende Beispiele kommunaler Erfolge auf. Ob aus Ökonomie, Energiewirtschaft, Verwaltung, Integration oder Kommunikation: Wir setzen wertvolle Impulse für den kommunalen Wirkungsbereich.

Branchenspezifische Fachzeitschriften sind die wichtigste Informationsquelle für Entscheider aus Wirtschaft und Verwaltung\*

Werben Sie mit **der gemeinderat** direkt bei kommunalen Entscheidungsträgern für Ihr Unternehmen. Städte, Gemeinden und Kreise gelten als größte öffentliche Auftraggeber und finanzkräftige Zielgruppe für Industrie und Dienstleistungsunternehmen. Im Jahr 2018 trugen die Gesamtausgaben der Kommunen **245,26 Mrd. Euro:**

Personal	62,12 Mrd. Euro
Sachaufwand	51,14 Mrd. Euro
Soziale Leistungen	59,07 Mrd. Euro
<b>Sachinvestitionen</b>	<b>27,60 Mrd. Euro</b>
Sonstiges	42,85 Mrd. Euro

**der gemeinderat** ist führender Werbeträger für den kommunalen Bereich und ideales Medium für mittelständische Unternehmen sowie international operierende Konzerne, um auf dem kommunalen Markt an exponierter Stelle für sich zu werben.

Größter öffentlicher Auftraggeber sind die Kommunen – ihre Ausgaben lagen 2018 bei **245,26 Mrd. Euro!**

\* Ergebnis der Leseranalyse Entscheidungsträger in Wirtschaft und Verwaltung 2019.

## Zielgruppen / Verbreitung

# Die Kommunen als finanzkräftige Zielgruppe erreichen

<b>Titel:</b>	<b>der gemeinderat</b>
<b>Untertitel:</b>	Das unabhängige Magazin für die kommunale Praxis
<b>Erscheinungsweise:</b>	monatlich (Juli/August sowie Dezember/Januar als Doppelausgabe)
<b>Ausgaben:</b>	10 plus Sonderausgaben
<b>Verbreitung:</b>	Bundesrepublik Deutschland
<b>Auflage:</b>	Druckauflage: 12.000 Exemplare / Verbreitete Auflage: 11.800
<b>Zielgruppen:</b>	// Oberbürgermeister / Bürgermeister, Stadt- und Gemeindedirektoren, Landräte / Kreisdirektoren / Fraktionsvorsitzende / Ratsmitglieder // Stadt-, Gemeinde- und Kreisverwaltungen // Fachämter (insbes. Hauptämter, Kämmerereien, Personalämter, Hoch- und Tiefbauämter), Beschaffungsstellen, Wirtschaftsförderung // Stadtwerke, kommunale Unternehmen // Hochschulen für öffentliche Verwaltung

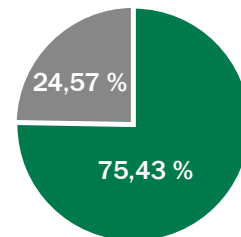
### Nielsen-Gebiete

<b>Nielsen I</b>	Hamburg, Bremen, Schleswig-Holstein, Niedersachsen	<b>1.800 Exemplare</b>
<b>Nielsen II</b>	Nordrhein-Westfalen	<b>1.400 Exemplare</b>
<b>Nielsen III a</b>	Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland	<b>2.000 Exemplare</b>
<b>Nielsen III b</b>	Baden-Württemberg	<b>2.100 Exemplare</b>
<b>Nielsen IV</b>	Bayern	<b>2.300 Exemplare</b>
<b>Nielsen V</b>	Berlin	<b>100 Exemplare</b>
<b>Nielsen VI</b>	Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg, Sachsen-Anhalt	<b>1.100 Exemplare</b>
<b>Nielsen VII</b>	Thüringen, Sachsen	<b>1.000 Exemplare</b>

## Ausgaben der Kommunen für Sachinvestitionen 2018:

Sachvermögen:  
6,78 Mrd. Euro

Baumaßnahmen:  
20,82 Mrd. Euro



## Prognose der Sachinvestitionen für 2020/21:

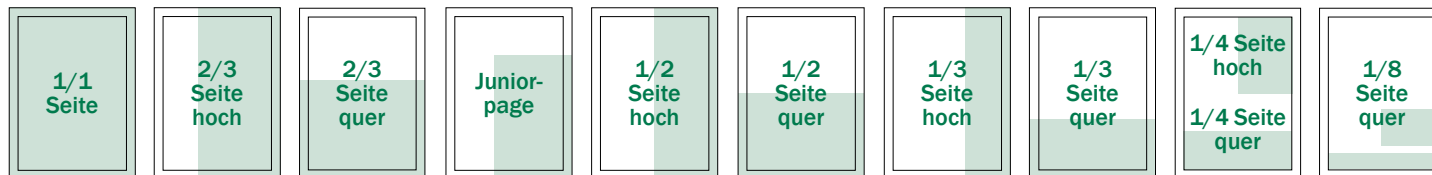
	2020	2021
Baumaßnahmen	26,5 Mrd.	28,6 Mrd.
Erwerb von Sachvermögen	8,4 Mrd	8,7 Mrd.
<b>Gesamt</b>	<b>34,9 Mrd.</b>	<b>37,3 Mrd.</b>

Im Jahr 2018 sind die Investitionsausgaben der Kommunen im Vergleich zum Vorjahr um insgesamt **3,18 Mrd. Euro** gestiegen!

Quelle Finanzdaten: Bundesvereinigung der kommunalen Spitzenverbände: Kommunalfinanzen bis 2021 – Prognose kommunale Spitzenverbände und Deutscher Städtetag

Größe in Seitenteilen	Formate im Satzspiegel Breite x Höhe	Angeschnittene Anzeigen Breite x Höhe (+ 3 mm Beschnitt an allen Seiten)	Preise für Anzeigen vierfarbig Euro
2/1 Panorama	394 x 270 mm	420 x 297 mm (426 x 303 mm)	8.990,-
1/1 U4	185 x 270 mm	210 x 297 mm (216 x 303 mm)	6.190,-
1/1 U2/U3	185 x 270 mm	210 x 297 mm (216 x 303 mm)	6.090,-
1/1	185 x 270 mm	210 x 297 mm (216 x 303 mm)	5.790,-
2/3 hoch	121 x 270 mm	134 x 297 mm (140 x 303 mm)	4.090,-
2/3 quer	185 x 178 mm	210 x 192,5 mm (216 x 199 mm)	
Juniorpage	–	135 x 189 mm (141 x 195 mm)	3.390,-
1/2 hoch	90 x 270 mm	103 x 297 mm (109 x 303 mm)	3.290,-
1/2 quer	185 x 132 mm	210 x 146,5 mm (216 x 153 mm)	
1/3 hoch	58 x 270 mm	71 x 297 mm (77 x 303 mm)	2.290,-
1/3 quer	185 x 86 mm	210 x 100,5 mm (216 x 107 mm)	
1/4 hoch	90 x 132 mm	103 x 146,5 mm (109 x 153 mm)	1.890,-
1/4 quer	185 x 63 mm	210 x 75 mm (216 x 81 mm)	
1/8 quer	90 x 63 mm	–	990,-
1/8 quer	185 x 29 mm	–	

Alle Preise zzgl. MwSt.



## Anbieterverzeichnis

Präsentieren Sie sich dort, wo man Sie sucht – im Anbieterverzeichnis von **der gemeinderat**. Mit Ihrer Präsenz in unserem Branchenverzeichnis finden die Kunden direkt zu Ihnen. Das Anbieterverzeichnis erscheint in jeder Ausgabe sowie online unter **www.treffpunkt-kommune.de**.

### Print

Verlässlich auf den letzten Seiten des Magazins erhalten unsere Leser sortiert nach Branche einen Überblick über Anbieter sowie deren Leistungen und Lösungen. Direkter Kontakt ohne Umwege.

Buchen Sie 1 Jahr Ihre Präsenz (10 Ausgaben) zu günstigen Sonderkonditionen.

Format: 1-spaltig (43 mm)


Laufzeit: 1 Buchungsjahr (10 Ausgaben)

Preis: 5,- Euro / mm / Ausgabe

### Online / Standardeintrag

Ergänzend zu Ihrer Anzeige im Magazin können Sie für 50 Euro / Monat einen Standardeintrag auf **www.treffpunkt-kommune.de** hinzubuchen.

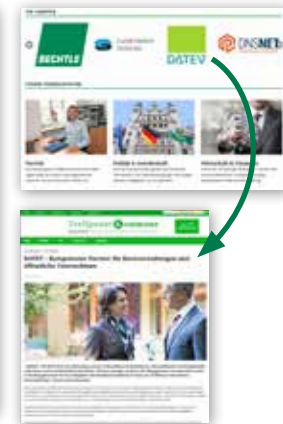
**Mustereintrag** (mit Logo, max. 400 Zeichen Vorstellungstext, inklusive Leerzeichen und Kontaktdaten)

 <b>Logo</b>	<p>Musterfirma Musterstraße 1 99999 Musterhausen Tel.: 099/1234567 <a href="http://www.musterfirma.de">www.musterfirma.de</a> <a href="mailto:muster@firma.de">muster@firma.de</a></p>	<p><b>Musterfirma – Ihr kommunaler Softwarespezialist</b></p> <p>Die Musterfirma zählt zu den bundesweit führenden Software- und Beratungshäusern für den öffentlichen Sektor und hat sich vor allem auf den Bereich Kommunen spezialisiert. Das Unternehmen bietet viele innovative Produkte für öffentliche Verwaltungen, von Personal- und Finanzmanagement bis hin zum E-Government.</p>
--	--	--

Anbieterverzeichnis (Print)



TOP Anbieter (Online)



### Online / TOP Anbieter

TOP Anbieter gibt Ihnen die Möglichkeit, das ganze Jahr über mit einer hervorgehobenen Premium-Präsenz (Logo auf Startseite mit Verlinkung zu Anbieterprofil) auf **www.treffpunkt-kommune.de** präsent zu sein.

12 Monate Premium TOP Anbieter: 1.990 Euro

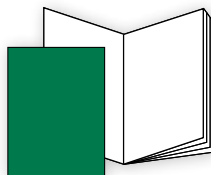
6 Monate Premium TOP Anbieter: 1.150 Euro

## Beilagen und Verteilung

### Beilagen:

Beilagen werden dem Magazin lose beigelegt.

<b>Preis je Tausend:</b>	bis 25 g	220,- Euro
	bis 30 g	235,- Euro
	bis 35 g	265,- Euro
	bis 40 g	280,- Euro
	über 40 g	auf Anfrage



**Format maximal:** 205 mm breit x 295 mm hoch

**Mindestmenge:** 3.000 Exemplare

**Teilbelegung:** möglich

**Preise:** Keine Wiederholungsrabatte. Alle Preise zzgl. MwSt. und Postgebühren.

**Muster:** Der Verlag benötigt 2 Wochen vor Erscheinen des Magazins verbindliche Muster, die auf ihre Verarbeitungsfähigkeit überprüft werden.

**Anlieferungstermin:** Mindestens 2 Wochen vor Erscheinungstermin, frühestens 4 Wochen vor Erscheinen bei kostenfreier Anlieferung frei Haus.

**Kennzeichnung:** Die Versandpapiere und die Umverpackung müssen folgende Angaben enthalten: Menge, Titel und Ausgabe. Bei Teilbeilagen ist die Angabe des Gebietes erforderlich.

**Verpackung:** Lose, unverschränkt in Lagen zu mindestens 25 Exemplaren in Einwegboxen oder Stülpedeckelkartons (nicht eingeschweißt oder gebündelt). Werden verschiedene Sorten gemeinsam angeliefert, so darf jedes Packstück nur eine Sorte enthalten. Alle Packstücke sind zu kennzeichnen.

**Lieferanschrift:** Möller Druck und Verlag GmbH, Zeppelinstraße 6, 16356 Ahrensfelde OT Blumberg

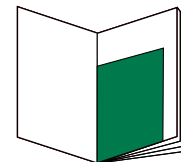
## Sonderwerbformen

### Beihefter:

Beihefter sind mit dem Magazin fest verbunden.

Mindestumfang: 4 Seiten  
Kopfbeschnitt: 5 mm

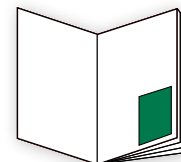
**Preis:** Auf Anfrage



### Beikleber:

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

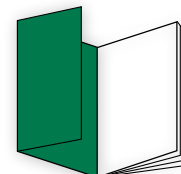
**Preis:** Auf Anfrage



### Gatefolder:

Der Gatefolder ist eine nach links (Titel) ausklappbare Anzeigenseite. Belegung U2 plus die zwei Anzeigen-Innenseiten (Panorama).

**Preis:** Auf Anfrage



### Umhefter:

Aufmerksamkeit garantiert. Das Magazin wird von Ihrer Werbebotschaft umschlossen.

**Preis:** Auf Anfrage



## Themen-/ Terminplan 2020

Themen: Ausgabe:	2 / 2020	3 / 2020	4 / 2020	5 / 2020	6 / 2020	7-8 / 2020	9 / 2020	10 / 2020	11 / 2020	12 / 2020 - 1 / 2021
Anzeigenschluss	Fr. 10.01.20	Fr. 07.02.20	Fr. 06.03.20	Mo. 06.04.20	Fr. 08.05.20	Fr. 05.06.20	Fr. 07.08.20	Fr. 04.09.20	Fr. 09.10.20	Fr. 20.11.20
Druckunterlagenschluss	Fr. 17.01.20	Fr. 14.02.20	Fr. 13.03.20	Di. 14.04.20	Fr. 15.05.20	Fr. 12.06.20	Fr. 14.08.20	Fr. 11.09.20	Fr. 16.10.20	Fr. 27.11.20
Erscheinungstermin	Do. 06.02.20	Fr. 06.03.20	Do. 09.04.20	Fr. 08.05.20	Fr. 05.06.20	Do. 09.07.20	Fr. 04.09.20	Mi. 07.10.20	Fr. 06.11.20	Mo. 14.12.20
BAUEN & BETREIBEN	■		■		■	■	■		■	■
BELEUCHTUNG	■			■				■		
BESCHAFFEN & FINANZIEREN		■		■				■		■
KOMMUNALENTWICKLUNG					■			■		■
KOMMUNALTECHNIK		■				■			■	
MODERNE VERWALTUNG		■				■		■		
SICHERHEIT				■						
UMWELT		■	■				■		■	
VERKEHR & MOBILITÄT			■					■		
VERNETZTE KOMMUNE	■					■			■	
VERSORGUNG		■			■		■			■
EXTRA	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

Stand: September 2019 – Änderungen vorbehalten.

BAUEN & BETREIBEN		MESSEN
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Architektur / Raumausstattung</li> <li>- Kommunalbau</li> <li>- Systembau / Fertigbau / Containerlösungen</li> <li>- Energieeffizientes, nachhaltiges Bauen und Sanieren</li> <li>- Barrierefreies Bauen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gebäudemanagement</li> <li>- Infrastruktur</li> <li>- Öffentlicher Raum</li> <li>- Spielplätze Outdoor u. Indoor / Generationenparcours</li> <li>- Sportanlagen und Bäder</li> </ul>	<p><b>Bautec</b>, 18. – 21.2., Berlin   <b>CMS</b>, 21. – 24.9., Berlin  <b>Infratech</b>, 13. – 15.1., Essen   <b>IPM</b>, 28. – 31.1., Essen  <b>Platformers' Days</b>, 18. – 19.9., Karlsruhe  <b>Salon &amp; Messe Schulbau</b>, 19. – 20.2., Stuttgart  <b>Salon &amp; Messe Schulbau</b>, 25. – 26.11., Hamburg  <b>Salon &amp; Messe Schulbau</b>, 9. – 10.9., Berlin  <b>Salon Schulbau kompakt</b>, 23.4., Düsseldorf</p>
BELEUCHTUNG		MESSEN
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Straßenbeleuchtung</li> <li>- Innenbeleuchtung Gebäude</li> <li>- Architekturbeleuchtung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Event-Beleuchtung</li> <li>- Illumination</li> <li>- Lichtmanagement</li> </ul>	<p><b>Christmasworld</b>, 24. – 28.1., Frankfurt am Main  <b>Light + Building</b>, 8. – 13.3., Frankfurt am Main</p>
BESCHAFFEN & FINANZIEREN		MESSEN
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kommunalfinanzierung</li> <li>- Leasing</li> <li>- Fördermittel</li> <li>- Geldanlage</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Schuldenmanagement</li> <li>- Forderungsmanagement</li> <li>- Öffentlich-Private Partnerschaften</li> </ul>	
KOMMUNALENTWICKLUNG		MESSEN
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Wirtschaftsförderung</li> <li>- Wirtschaftsstandort Kommune</li> <li>- Städtebau</li> <li>- Standortentwicklung</li> <li>- Smart City / Smart Rural Areas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tourismusentwicklung</li> <li>- Gesundheitskommunen/-regionen</li> <li>- Interkommunale Zusammenarbeit</li> </ul>	<p><b>CMT</b>, 10. – 18.1., Stuttgart   <b>Denkmal</b>, 5. – 7.11, Leipzig  <b>Expo Real</b>, 5. – 7.10., München   <b>Polis Convention</b>, 6. – 7.5., Düsseldorf</p>
KOMMUNALTECHNIK		MESSEN
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fahrzeuge und Geräte für Sommer- und Winterdienst sowie für die Grünflächen- und Baupflege</li> <li>- Systemlösungen</li> <li>- Lkw und Pickups</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elektrofahrzeuge</li> <li>- Bauhofmanagement</li> <li>- Bauhofausstattung</li> <li>- Gebrauchtmachines</li> </ul>	<p><b>Forst Live</b>, 3. – 5.4., Offenburg   <b>Galabau</b>, 18. – 19.9., Nürnberg  <b>IAA Nutzfahrzeuge</b>, 24. – 30.9., Hannover</p>
MODERNE VERWALTUNG ...		MESSEN
<ul style="list-style-type: none"> <li>- E-Government</li> <li>- Cloud Computing</li> <li>- Business Intelligence</li> <li>- Neues kommunales Finanzwesen / Doppik</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dokumentenmanagement-Systeme</li> <li>- GIS / Geodaten</li> <li>- E-Vergabe</li> <li>- Schul-Software, Kita-Software</li> </ul>	<p><b>Didacta</b>, 24. – 28.3., Stuttgart   <b>Hannover Messe</b>, 20. – 24.4., Hannover  <b>InterGeo</b>, 13. – 15.10., Berlin   <b>it-sa</b>, 6. – 8.10., Nürnberg</p>



## Detailthemen und Messen

<p style="text-align: center;"><b>... MODERNE VERWALTUNG</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- IT-Sicherheit</li> <li>- Hardware / IT-Infrastruktur</li> <li>- IT-Beratung u. -Schulung</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>MESSEN</b></p> <p><b>Learntec</b>, 28. – 30.1., Karlsruhe   <b>Personal Nord</b>, 5. – 6.5., Hamburg  <b>Personal Süd</b>, 12. – 13.5., Stuttgart   <b>Twenty2x</b>, 17. – 19.3., Hannover  <b>Zukunftskongress Staat und Verwaltung</b>, 15. – 17.6., Berlin</p>
<p style="text-align: center;"><b>SICHERHEIT</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Gebäudesicherheit</li> <li>- Baulicher Brandschutz</li> <li>- Feuerwehren</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>MESSEN</b></p> <p><b>FeuerTrutz</b>, 23. – 24.6., Nürnberg   <b>Interschutz</b>, 15. – 20.6., Hannover  <b>Rettmobil</b>, 13. – 16.5., Fulda   <b>SicherheitsExpo</b>, 24. – 25.6., München  <b>VdS-BrandschutzTage</b>, 2. – 3.12., Köln</p>
<p style="text-align: center;"><b>UMWELT</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Abwasserbehandlung / Kläranlagen</li> <li>- Kanalbau / Kanalsanierung</li> <li>- Grundstücksentwässerung</li> <li>- Regenwassermanagement</li> <li>- Klärschlamm Entsorgung</li> <li>- Kreislaufwirtschaft</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>MESSEN</b></p> <p><b>Göttinger Abwassertage</b>, 18. – 19.2., Göttingen   <b>IFAT</b>, 4. – 8.5., München  <b>InfraTech und Acqua Alta</b>, 14. – 16.1., Essen  <b>Intersolar Europe</b>, 17. – 19.6., München  <b>Kasseler Abfall- und Ressourcenforum</b>, 31.3. – 2.4., Kassel  <b>Lindauer Seminar</b>, 12. – 13.3., Lindau  <b>Oldenburger Rohrleitungsforum</b>, 13. – 14.2., Oldenburg</p>
<p style="text-align: center;"><b>VERKEHR &amp; MOBILITÄT</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Individualverkehr</li> <li>- ÖPNV</li> <li>- Verkehrsmanagement</li> <li>- Verkehrssicherheit</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>MESSEN</b></p> <p><b>e Mobility World</b>, 17. – 21.3., Friedrichshafen  <b>e Move 360</b>, 20. – 22.10., München   <b>InnoTrans</b>, 22. – 25.9., Berlin  <b>IT-Trans</b>, 29.2. – 2.3., Karlsruhe   <b>Micromobility Expo</b>, 13. – 15.5., Hannover  <b>Power2Drive</b>, 16. – 18.6., München</p>
<p style="text-align: center;"><b>VERNETZTE KOMMUNE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Breitbandausbau / Glasfasernetze</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>MESSEN</b></p> <p><b>Angacom</b>, 12. – 14.5., Köln   <b>Fiberdays</b>, 5. – 6.3., Wiesbaden  <b>PRM Expo</b>, 24. – 26.11., Köln</p>
<p style="text-align: center;"><b>VERSORGUNG</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Erneuerbare Energien</li> <li>- Netze (u. a. Smart Grids)</li> <li>- Kraft-Wärme-Kopplung / BHKW</li> <li>- Strom- / Gas- / Wärmeversorgung</li> <li>- Energie-Contracting</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>MESSEN</b></p> <p><b>E-World Energy &amp; Water</b>, 11. – 13.2., Essen   <b>Energy</b>, 20. – 24.4., Hannover  <b>Energy Storage Europe</b>, 10. – 12.3., Düsseldorf  <b>GeoTherm</b>, 5. – 6.3., Offenburg   <b>Husum Wind</b>, 14. – 17.9., Husum  <b>Intersolar</b>, 17. – 19.6., München   <b>New Energy</b>, 28. – 29.3., Husum  <b>New Energy World</b>, 19. – 20.5., Leipzig   <b>Stadtwerke Tagung</b>, 6. – 7.5., Berlin  <b>Wasser</b>, 26. – 28.3., Berlin   <b>WindEnergy</b>, 22. – 25.9., Hamburg</p>

## Unsere Vielfalt für Ihren Werbeerfolg / Sonderwerbeformen

# der gemeinderat



### // Monatsmagazin: der gemeinderat

Präsentieren Sie Ihr Unternehmen, Ihre Produkte und Dienstleistungen in unserem hochwertigen redaktionellen Umfeld.

Die klassischen Anzeigenformate und Preise finden Sie auf Seite 4.



### // Spezial-Ausgaben und Editionen

Mit unseren Sonderprodukten ist Ihnen eine zielgruppengenaue Ansprache ohne Streuverlust sicher.



## // Titel-Vermarktung

Steigern Sie mit einer Titelseiten-Belegung inkl. Griffecke die Aufmerksamkeit für Ihr Angebot.



## // Tip-On-Produkt

Kompakt-Magazin oder Postkarte: Eine Titelplatzierung ist immer ein starker Aufmacher!



## // Advertorials

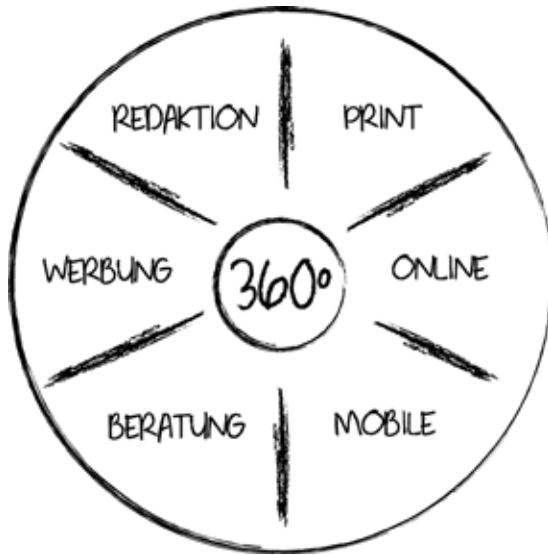
Die perfekte Verbindung von Text und Anzeige zur Image- und Umsatzsteigerung.

Angaben zu weiteren Werbeformen wie Beilagen, Gatefoldern und Beiheftern finden Sie auf Seite 6. Ihr gewünschtes Format ist nicht dabei? Finden Sie mit uns zusammen die beste Präsentationsform für Ihre Werbebotschaft. Gerne unterstützen wir Sie als Medienpartner – gestalterisch, redaktionell und konzeptionell. Wir beraten Sie gerne!

## Kennen Sie schon unsere weiteren Werbeangebote?

# pro360°

Ihre Agentur aus Schwäbisch Hall



FULL-SERVICE AUS EINER HAND.



SmartGridsBW  
Energien intelligent vernetzen.



Unser Service geht weit über das klassische Anzeigen-, Beilagen- oder Sonderthemen-Angebot hinaus.

Mit **pro360°** bieten wir maßgeschneiderten Kommunikations-Service – von „A“ wie App bis „Z“ wie zielgruppenspezifisches Marketing.

Wir beraten Sie gerne zu unseren Full-Service-Angeboten – ob in Corporate Design- und Gestaltungsfragen, bei Jubiläen oder Neueröffnungen Ihres Unternehmens, bei der Realisierung von Firmen-, Kunden- und Mitarbeiter-Magazinen, der Inszenierung verkaufstarker Events, Messen oder kundenspezifischer Online-Lösungen. Nutzen Sie unser Know-how für Ihren Werbeerfolg!

Interesse geweckt? So erreichen Sie uns:

### Beate Semmler

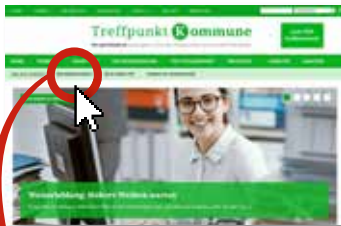
Leiterin Produkt- und Projektmanagement

Telefon: 0791/95061-8318

E-Mail: [beate.semmler@pro-vs.de](mailto:beate.semmler@pro-vs.de)

# Treffpunkt **K**ommune

der gemeinderat präsentiert | Das Serviceportal für kommunale Entscheider



Auf **Treffpunkt Kommune** bieten wir kommunalen Entscheidungsträgern qualitativ hochwertige Fachbeiträge, News und Hintergrundinformationen zu aktuellen Themen und Trends der deutschen Kommunalpolitik.

Präsentieren Sie Ihre Online-Werbung – idealerweise kombiniert mit einer Anzeige in **der gemeinderat** – im Umfeld hochwertiger redaktioneller Inhalte und erreichen Sie damit über 40.000 Fach- und Führungskräfte\* in deutschen Städten und Gemeinden.

## Unser Spezial-Angebot für Sie – redaktionelle Werbung (Online-Advertorial)

Mit einem exklusiven Online-Advertorial positionieren Sie Ihre Werbung eingebettet in die redaktionellen Inhalte unseres Portals **Treffpunkt Kommune**.

Neben dem Online-Advertorial bieten wir Ihnen viele weitere attraktive Werbeformate, um Ihr Unternehmen auf **Treffpunkt Kommune** zielgruppengenau zu präsentieren. Ob Displaywerbung, TOP Anbieter oder Subchannel – bei uns finden Sie garantiert die richtige Kommunikationsplattform und erreichen damit die maximale Aufmerksamkeit.



Detaillierte Informationen zu unseren attraktiven Online-Werbeformaten finden Sie unter:  
[www.treffpunkt-kommune.de/mediadaten](http://www.treffpunkt-kommune.de/mediadaten)



Jetzt auch  
auf Facebook

### Verlagsangaben

#### Verlag:

pVS - pro Verlag und Service GmbH & Co. KG  
Stauffenbergstraße 18, 74523 Schwäbisch Hall  
Telefon: 0791/95061-8300,  
Fax: 0791/95061-188341  
www.treffpunkt-kommune.de  
www.pro-vs.de

#### Bankverbindung:

Sparkasse Schwäbisch Hall-Crailsheim,  
BLZ 622 500 30, Kto.-Nr. 005 255 300  
IBAN DE91 6225 0030 0005 2553 00  
BIC SOLA DE S 1 SHA

**Umsatzsteuer-ID-Nr.:** DE269893041

**Geschäftsbedingungen:** Alle Anzeigenaufträge werden ausschließlich gemäß den Allgemeinen Geschäftsbedingungen des Verlags ausgeführt (Seite 15-16).

**Zahlungsbedingungen:** 8 Tage nach Rechnungserhalt ohne Abzug.

#### Rabatte:

Bei Schaltungen innerhalb eines Kalenderjahres Malstaffel

ab 3 Schaltungen: 5 %, ab 9 Schaltungen: 15 %  
ab 6 Schaltungen: 10 %, ab 11 Schaltungen: 20 %  
Mengenstaffel

ab 3 Seiten: 10 %            ab 9 Seiten: 20 %  
ab 6 Seiten: 15 %           ab 11 Seiten: 25 %

**Termine:** Seite 7

#### Erscheinungsweise:

monatlich (Juli / August sowie Dezember / Januar als Doppelausgabe)

**Heftformat:** 210 mm breit, 297 mm hoch

**Jahresabonnement (10 Ausgaben plus diverse Sonderausgaben):** 95,90 Euro (inkl. Porto und Verpackung).

Bezugsbedingungen unter  
www.treffpunkt-kommune.de

### Technische Hinweise

Bitte bei Anzeigenerstellung und digitaler Übertragung beachten!

**Druckverfahren:** Rollenoffset aus der Euroskala

**Druckunterlagen:** Digitale Übermittlung in geschlossenen Formaten, vorzugsweise PDF/X-1a

**Rasterweite:** 60 Linien / cm (150 lpi)

**Farbprofil:** Der Druck erfolgt auf gestrichenem Papier im Farbraum PS0coated\_v3.

**Schriften:** Vollständig einbetten

**Farben:** Alle Volltonfarben (HKS, Pantone) werden grundsätzlich aus der Euroskala gedruckt. Es gelten die Prozentwerte des HKS-Gremiums. Drucktechnisch bedingte geringfügige Abweichungen im Farbton berechtigen nicht zu Ersatzansprüchen oder Preisnachlässen.

**Ausdruck / Motiv:** Bitte lassen Sie uns mit jeder Datei einen entsprechenden Ausdruck (auch Fax oder PDF) zukommen.

**Bildauflösung:** Graustufen und CMYK mind. 300 dpi (optimal 350 dpi), Strichabbildungen mind. 1.200 dpi (optimal 2.400 dpi).

**Besonderheiten:** Grundsätzlich ist bei Erstaufträgen ein Test sinnvoll. Bitte verwenden Sie keine Sonderfarben oder RGB-Bilder. Folgende PDF-Programme können schwerwiegende Fehler verursachen: PDF2GO, PDFWriter und FreePDF. Wir empfehlen den Adobe PDF Distiller.

#### Datenübertragung:

Kai-Christian Gaaz, Telefon: 0791/95061-8322  
E-Mail: kai-christian.gaaz@pro-vs.de

### Kontakt

Wir stehen Ihnen gerne mit unserer langjährigen Erfahrung zur Verfügung. Wir beraten Sie kompetent und gehen auf Ihre individuellen Wünsche ein.

#### Michael Blaser

Leitung Sales Management  
Telefon: 0791/95061-8337  
E-Mail: michael.blaser@pro-vs.de

#### Kai-Christian Gaaz

Sales Manager  
Telefon: 0791/95061-8322  
E-Mail: kai-christian.gaaz@pro-vs.de

## ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN FÜR ANZEIGEN UND ANDERE WERBEMITTEL IN ZEITUNGEN UND ZEITSCHRIFTEN

Für alle Anzeigen- und Beilagenaufträge gelten mit ihrer Erteilung die Konditionen der Preisliste, der Allgemeinen Geschäftsbedingungen und der Zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Medienunternehmens. Für das Medienunternehmen sind davon abweichende Bedingungen des Auftraggebers unverbindlich, wenn dieser nicht binnen einer Woche seit der Auftragsbestätigung durch das Medienunternehmen schriftlich widerspricht.

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag zwischen dem Medienunternehmen und Auftraggeber über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel von Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten (nachfolgend insgesamt als „Werbungtreibende“ bezeichnet) in einer Zeitung oder Zeitschrift zum Zweck der Verbreitung.
2. Ein „Abschluss“ ist ein Vertrag über die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel unter Beachtung der dem Werbungtreibenden gemäß Preisliste zu gewährenden Rabatte, wobei die jeweilige Veröffentlichung auf Abruf des Auftraggebers erfolgt. Rabatte werden nicht gewährt für Unternehmen, deren Geschäftszweck unter anderem darin besteht, für verschiedene Werbungtreibende Anzeigenaufträge zu erteilen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen. 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 eines Jahres nach Vertragsschluss abgerufen und veröffentlicht wird.
3. Werden einzelne oder mehrere Abrufe eines Abschlusses aus Umständen nicht erfüllt, die das Medienunternehmen nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Medienunternehmen zu erstatten. Der Auftraggeber hat, wenn nichts anderes vereinbart ist, rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen oder anderen Werbemitteln innerhalb eines Jahres entsprechenden Nachlass.
4. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
5. Aufträge für Anzeigen oder andere Werbemittel, die nur in bestimmten Heftnummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig bei Medienunternehmen eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
6. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Sätzen an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Medienunternehmen mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
7. Das Medienunternehmen behält sich vor, Anzeigen oder andere Werbemittel – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – abzumhaken, wenn – deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder – deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder – deren Veröffentlichung für das Medienunternehmen wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder – Anzeigen oder andere Werbemittel Werbung Dritter oder für Dritte enthalten. Aufträge für andere Werbemittel sind für das Medienunternehmen erst nach Vorlage des Musters und dessen Billigung bindend. Anzeigen oder andere Werbemittel, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbundwerbung), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annahmeerklärung des Medienunternehmens. Diese berechtigt das Medienunternehmen zur Erhebung eines Verbandsaufschlages. Die Ablehnung einer Anzeige oder eines anderen Werbemittels wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
8. Für die rechtzeitige Lieferung und die einwandfreie Beschaffenheit geeigneter Druckunterlagen oder anderer Werbemittel ist alleine der Auftraggeber verantwortlich. Bei der Anlieferung von digitalen Druckunterlagen für Anzeigen oder andere Werbemittel ist der Auftraggeber verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder technischen Vorgaben des Medienunternehmens entsprechende Vorlagen für Anzeigen oder andere Werbemittel rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern. Kosten des Medienunternehmens für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen. Vereinbart ist die für den belegten

Titel nach Maßgabe der Angaben in der Preisliste sowie in der Auftragsbestätigung übliche Beschaffenheit der Anzeigen oder anderen Werbemittel im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Dies gilt nur für den Fall, dass der Auftraggeber die Vorgaben des Medienunternehmens zur Erstellung und Übermittlung von Druckunterlagen einhält.

9. Entsprechen die Anzeile oder die Veröffentlichung des anderen Werbemittels nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit bzw. Leistung, so hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung des anderen Werbemittels, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige oder des anderen Werbemittels beeinträchtigt wurde. Das Medienunternehmen hat das Recht, eine Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung zu verweigern, wenn – diese einen Aufwand erfordert, der unter Beachtung des Inhalts des Schuldverhältnisses und der Gebote von Treu und Glauben in einem groben Missverhältnis zu dem Leistungsinteresse des Gläubigers steht, oder – diese für das Medienunternehmen nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich wäre. Lässt das Medienunternehmen eine ihm für die Ersatzanzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige/ Ersatzveröffentlichung erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels ist die Rückgängigmachung des Auftrages ausgeschlossen. Das Medienunternehmen haftet für sämtliche Schäden, gleich ob aus vertraglicher Pflichtverletzung oder aus unerlaubter Handlung nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen: Bei grober Fahrlässigkeit beschränkt sich die Haftung im kaufmännischen Verkehr auf den Ersatz des typischen vorhersehbaren Schadens; diese Beschränkung gilt nicht, soweit der Schaden durch leitende Angestellte des Medienunternehmens verursacht wurde. Bei einfacher Fahrlässigkeit haftet das Medienunternehmen nur, wenn eine wesentliche Vertragspflicht verletzt wurde. In solchen Fällen ist die Haftung auf den typischen vorhersehbaren Schaden beschränkt. Bei Ansprüchen nach dem Produkthaftungsgesetz sowie bei einer Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit haftet das Medienunternehmen nach den gesetzlichen Vorschriften. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden. Alle gegen das Medienunternehmen gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf vorsätzlichem Verhalten beruhen. Reklamationen bei nicht offensichtlichen Mängeln müssen binnen eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn geltend gemacht werden. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Das Medienunternehmen berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.
11. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
12. 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. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt. Das Medienunternehmen behält sich vor, die vereinbarte Leistung per Briefpost oder auf elektronischem Wege per E-Mail in Rechnung zu stellen.
13. Für die Frist zur Versendung der Vorabinformationen für Zahlungen des Zahlungspflichtigen/Kunden aus SEPA-Lastschriften wird einvernehmlich zwischen den beiden Parteien vereinbart, dass die Versendung bis auf einen Kalendertag vor Fälligkeit der Lastschrift zulässig ist. Lastschriften erfolgen frühestens zwei Tage nach Rechnungsdatum. Erfolgt beim SEPA-Lastschriftverfahren eine Rückbelastung an das Medienunternehmen, die der Kunde zu vertreten hat, so hat der Kunde die entstehenden Kosten zu tragen. Rechnungsbetrag und Kosten sind sofort fällig. Skontobeträge verfallen. Das Medienunternehmen behält sich vor, nur gegen Vorauskasse Anzeigen zu veröffentlichen oder Prospekte zu streuen.
14. Die Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Das Medienunternehmen kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit

des Auftraggebers ist das Medienunternehmen berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offestehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

15. Das Medienunternehmen liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Medienunternehmens über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
16. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte und zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführung hat der Auftraggeber zu tragen.
17. Aus einer Auflagenminderung kann vorbehaltlich der Regelung der Ziffer 18 nach Maßgabe des Satzes 2 bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preiserminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die Auflagenmenge unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preiserminderung berechtigender Mangel, wenn und soweit sie bei einer Garantieauflage bis zu 50 000 Exemplaren 20 v. H., bei einer Garantieauflage bis zu 100 000 Exemplaren 15 v. H., bei einer Garantieauflage bis zu 500 000 Exemplaren 10 v. H., bei einer Garantieauflage über 500 000 Exemplaren 5 v. H. beträgt.

Als Garantieauflage gilt die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder, wenn eine Auflage nicht genannt ist, die durchschnittlich vertriebene Auflage (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vorangegangenen Kalenderjahres. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preiserminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn das Medienunternehmen dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.

18. Abweichend von Nummer 17 berechtigt eine Auflagenminderung bei Titeln, die heftbezogene Auflagenenden veröffentlichen, nur dann zu einer Preiserminderung, wenn und soweit sie bei einer Auflage (Garantieauflage) von bis zu 500 000 Exemplaren 10 v. H. und bei einer Auflage (Garantieauflage) von über 500 000 Exemplaren 5 v. H. überschreitet. Die der Garantie zugrundeliegende Auflage ist die gesamte verkaufte Auflage im Sinne der Definition der IWW. Sie errechnet sich für das Insertionsjahr auf dem Aufwagendurchschnitt der vier Quartale vor dem Insertionsjahr, soweit nicht vom Medienunternehmen eine absolute Auflagenzahl als Garantie in der jeweiligen Preisliste angegeben wurde. Voraussetzung für einen Anspruch auf Preiserminderung ist ein rabattfähiger Abschluss auf Basis der Mengensstaffel und für mindestens drei Ausgaben. Grundlage für die Berechnung der Preiserminderung ist der Auftrag pro Unternehmen, soweit nicht bei Auftragserteilung eine Abrechnung nach Marken, die bei Auftragserteilung zu definieren sind, vereinbart wurde. Die mögliche Auflagenminderung errechnet sich als Saldo der Auflagenüber- und Auflagenunterschreitungen der belegten Ausgaben innerhalb des Insertionsjahres. Die Rückvergütung erfolgt am Kampagnenende auf Basis des Kundennettos unter Berücksichtigung der bereits gewährten Agentenvergütung als Naturalgutkennwert oder wenn dies nicht möglich ist als Entgelt. Ein Anspruch auf Rückvergütung besteht nur, wenn die Rückvergütungssumme mindestens 2.500 Euro beträgt.
19. Bei Finanzanzeigen wendet das Medienunternehmen für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Finanzanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Finanzanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet das Medienunternehmen zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Dem Medienunternehmen 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 überschreiten sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Entgegennahme und Weiterleitung sind dennoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.
20. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt.

# ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN FÜR ANZEIGEN UND ANDERE WERBEMITTEL IN ZEITUNGEN UND ZEITSCHRIFTEN

Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages. Bewahrt das Medienunternehmen die Werbemittel auf, ohne dazu verpflichtet zu sein, so geschieht dies ebenfalls für maximal drei Monate.

21. Für den Anzeigeauftrag gilt deutsches Recht. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist, soweit das Gesetz nicht zwingend anderes vorseht, der Sitz des Medienunternehmens; auch für das Mahnverfahren sowie für den Fall, dass der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt ist, ist als Gerichtsstand der Sitz des Medienunternehmens vereinbart.
22. Die europäische Kommission stellt seit dem 15.02.2016 unter <http://ec.europa.eu/cosmos/> oder eine Plattform zur außergerichtlichen Online-Streitbeilegung bereit.
23. Die erforderlichen Kunden- und Lieferdaten werden gemäß den Bestimmungen der europäischen Datenschutzgrundverordnung und des deutschen Datenschutzrechtes erhoben, verarbeitet und gespeichert. Die Daten werden nur zur Vertragserfüllung verwendet oder wenn eine Rechtsvorschrift vorliegt und nur in diesem Zusammenhang soweit erforderlich an Dritte weitergegeben. Die Daten können in anonymisierter Form zu Zwecken der Marktforschung verwendet werden. Mit einer ausdrücklich zu erteilenden Einwilligung durch den Kunden können die Daten auch zu Werbezwecken für das Medienunternehmen und seine Tochterunternehmen verarbeitet werden. Eine Weitergabe und Nutzung für fremde Werbezwecke erfolgt nicht. Der über die Vertragserfüllung hinausgehenden Datennutzung kann der Kunde jederzeit schriftlich widersprechen, per E-Mail an [info@pro-vs.de](mailto:info@pro-vs.de). Ergänzend gilt die Datenschutzerklärung des Medienunternehmens auf der Internetseite [www.pro-magazin.de](http://www.pro-magazin.de).
24. Sofern das Medienunternehmen in Vorleistung tritt, z.B. bei Ratenzahlung oder bei Lieferung auf Rechnung, ermächtigt Sie uns, Ihre angegebenen Daten zum Zweck der Bonitätsprüfung auf Basis mathematisch-statistischer Verfahren an den Verband der Vereine Creditreform e.V., Hellersbergstraße 12, 41460 Neuss weiterzugeben. Wir behalten uns das Recht vor, Ihnen im Ergebnis die Vorleistung/Premie zu verweigern.
25. Die Werbungsmittele und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in Ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Medienunternehmens zu halten.
26. Preisänderungen für erteilte Anzeigenaufträge sind wirksam, wenn sie vom Medienunternehmen mindestens einen Monat vor Veröffentlichung der Anzeige oder des anderen Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausübt werden.
27. Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, Arbeitskampf, Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieknappung und dergleichen – sowohl im Betrieb des Medienunternehmens als auch in fremden Betrieben, deren sich das Medienunternehmen zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient – hat das Medienunternehmen Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Objekt des Medienunternehmens mit 80% der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften oder auf andere Weise zugesicherten Auflage vom Medienunternehmen ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Auslieferungen des Medienunternehmens wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte verkaufte oder zugesicherte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht. Aufgabeminderung aus Gründen von Satz 1 bleiben im Rahmen von Ziffer 17 der Allgemeinen Geschäftsbedingungen unberücksichtigt.

## ZUSÄTZLICHE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

- a) Für Anzeigen in Sonderseiten, Sonderbeilagen und Kollektiven können vom Medienunternehmen von der Preisliste abweichende Preise festgelegt werden.
- b) Das Medienunternehmen wendet bei Entgegennahme und Prüfung der Anzeigenentwürfe die geschäftstübliche Sorgfalt an, handelt aber nicht, wenn es von den Auftraggebern irreführlig oder getäuscht wird.  
Durch die Erteilung eines Anzeigenauftrages verpflichtet sich der Inserent, die Kosten der Veröffentlichung einer Gegenangabe, die sich auf tatsächliche Behauptungen der veröffentlichten Anzeige bezieht, zu tragen, und zwar nach Maßgabe des jeweils gültigen Anzeigentarifs.
- c) Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber stellt das Medienunternehmen im Rahmen des Anzeigenauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner wird das Medienunternehmen von allen Kosten

zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, das Medienunternehmen nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen. Der Auftraggeber überträgt dem Medienunternehmen sämtliche für die Nutzung der Werbung in Print- und Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlicher urheberrechtlicher Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentlichen Zugänglichmachung, 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.

- d) Der Auftraggeber stellt das Medienunternehmen, bei dem von ihm gelieferten Vorlagen, von allen Ansprüchen Dritter frei, die gegen das Medienunternehmen wegen des Inhalts oder Gestaltung der Anzeige geltend gemacht werden, insbesondere Ansprüche auf Zahlung von Schadensersatz, Vertragsstrafe oder Ordnungsgeld sowie auf die Erstattung von Anwalts- und Gerichtskosten.
- e) Bei fernmündlich aufgegebenen Anzeigen und Änderungen sowie für Fehler infolge undeutlicher Übermittlungen und Niederschriften übernimmt das Medienunternehmen keine Haftung für die Richtigkeit der Wiedergabe. Das Medienunternehmen behält sich vor, undeutliche oder sprachlich fehlerhafte Manuskripte zu korrigieren. Fehlende oder fehlerhaft gedruckte Kontrollangaben ergeben keinen Anspruch auf Nachlass oder Ersatz. Ebenso auch nicht ein Abweichen von der Satzvorlage, der Schriftart oder –größe.
- f) Der Auftraggeber hat den Abdruck seiner Anzeige sofort nach Erscheinen zu prüfen. Das Medienunternehmen lehnt Ansprüche auf Zahlungsminderung oder Ersatz ab, wenn bei wiederholten Aufnahmen der gleiche Fehler unterläuft, ohne dass der Auftraggeber eine Berichtigung vor Wiedergabe der nächsten Anzeige verlangt.
- g) Der Schadensersatz beschränkt sich im äußersten Fall nur auf die Nachholung der fehlerhaften Anzeige, soweit weitergehenden Schadensersatzansprüche sind ausgeschlossen.
- h) Im Falle gänzlichen oder teilweise Nichterscheins der Zeitung und somit der Anzeige infolge höherer Gewalt oder bei Störung des Arbeitsfriedens erlischt jede Verpflichtung auf Erfüllung von Aufträgen und Leistungen von Schadensersatz; für nicht rechtzeitig oder überhaupt nicht veröffentlichte Anzeigen bzw. Beilagen wird ebenfalls kein Schadensersatz geleistet.
  - i) Bei Abbestellung einer gesetzten Anzeige werden die Satzkosten berechnet. Abbestellungen müssen schriftlich erfolgen, rechtzeitig zum Anzeigenanmeldeabschluss.
  - j) Für die Bonusvergütung gilt die erweiterte Mengentafel. Der Werbungtreibende hat rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb eines Jahres entsprechenden Nachlass, wenn er zu Beginn der Frist einen Auftrag abgeschlossen hat, der aufgrund der Preisliste zu einem Nachlass von vornherein berechtigt. Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung beansprucht, ist der schriftliche Nachweis des Konzernstatus des Werbungtreibenden erforderlich. Konzernverbundene Unternehmen im Sinne dieser Bestimmung sind Unternehmen, zwischen denen eine kapitalmäßige Beteiligung von mehr als 50 Prozent besteht. Der Konzernstatus ist bei Kapitalgesellschaften durch Bestätigung eines Wirtschaftsprüfers oder durch Vorlage des letzten Geschäftsberichtes, bei Personengesellschaften durch Vorlage eines Handelsregisterauszuges nachzuweisen. Der Nachweis muss spätestens bis zum Abschluss des Insertionsjahres erbracht werden. Ein späterer Nachweis kann nicht rückwirkend anerkannt werden. Konzernrabatte bedürfen in jedem Fall der ausdrücklichen, schriftlichen Bestätigung durch das Medienunternehmen. Konzernrabatte werden nur für die Dauer der Konzernzugehörigkeit gewährt. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzuzeigen; mit der Beendigung der Konzernzugehörigkeit endet auch die Konzernrabattierung.
  - k) Werbeagenturen und gewerbsmäßige Vermittler erhalten Mittelprovision, wenn sie die gesamte Auftragsabwicklung übernehmen. Anzeigen- und Beilagenaufträge von Handel, Handwerk und Gewerbe sowie private Gelegenheitsanzeigen werden Werbeagenturen und Werbungsmittele bei Berechnung zum Grundpreis provisioniert. Von allen „Ortspreisen“ und ermäßigten Preisen wird keine Mittelprovision gewährt.
  - l) Bei Kleinanzeigen im Filetatz und privaten Gelegenheitsanzeigen besteht kein Anspruch auf einen Beleg.
  - m) Mitteilung eines Anzeigenauftrages stimmt der Auftraggeber einer kostenlosen Veröffentlichung im Internet-/Onlinedienst nach Wahl des Medienunternehmens zu.
  - n) Vom Medienunternehmen gestaltete Anzeigen dürfen ohne seine Einwilligung nicht für eine Reproduktion bei anderen Werbeträgern weitergegeben oder weiterverwendet

werden. Insbesondere dürfen Nachdruck, Aufnahme in Online-Dienste, Internet und Vervielfältigung auf Datenträger wie CD-ROM, DVD-ROM etc. auch auszugswise nur nach vorheriger schriftlicher Zustimmung des Medienunternehmens erfolgen.

- o) Als Missbrauch des Ziffern-Dienstes sind Angebote/Zuschriften anzusehen, die sich auf die Anzeige nicht direkt beziehen. Die Weiterleitung von Zuschriften auf Ziffernanzeigen beschränkt sich generell auf Postkarten und Briefe bis zum Format DIN A4 und bis zu einem Gewicht von 50 Gramm. Das Medienunternehmen kann darüber hinaus mit dem Auftraggeber die Möglichkeit der Selbstabholung von Zuschriften auf Ziffernanzeigen oder der Zusendung vereinbaren, wenn der Auftraggeber die dafür entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.
- p) Für Anzeigen in Beilagen, Sonderveröffentlichungen und im Rahmen von Kollektiven/Sonderthemen-Seiten sowie für in dieser Preisliste nicht erwähnte Teilbelegungen und Ausgaben-Kombinationen können abweichende Preise festgelegt werden. Soweit diese Veröffentlichungen begleitende Texte gemäß Ziffer 7 (Satz 2) der allgemeinen Geschäftsbedingungen enthalten, ist dies hierfür seitens der einzelnen Auftraggeber anteilig zu zahlende Entgelt im Preis enthalten.
- q) Korrekturabzüge können nur versendet werden, wenn der Auftrageingang einen Tag vor Anzeigenschluss erfolgt ist.
- r) Höhenveränderung bei Anzeigen im Zeitungsdruck, hervorgerufen durch das Schrumpfen des neuen Papiers nach dem Druck in üblichem Maße, müssen vom Auftraggeber toleriert werden.

## Widerrufsrecht für Privatkunden/Verbraucher:

Wenn Sie den Anzeigenauftrag in Ihrer Eigenschaft als Verbraucher abschließen, haben Sie das Recht, binnen 14 Tagen ohne Angabe von Gründen diesen Vertrag zu widerrufen. Um Ihr Widerrufsrecht auszuüben, müssen Sie uns (pVS - pro Verlag und Service GmbH & Co. KG, Stauffenbergstraße 18, 74523 Schwäbisch Hall, Fax 0791 950 61-188341, E-Mail: [info@pro-vs.de](mailto:info@pro-vs.de), Telefonnummer: 0791 950 61-8300) mittels einer eindeutigen Erklärung (z. B. einem mit der Post versandten Brief, einem Telefax oder einer E-Mail) über Ihren Entschluss, diesen Vertrag zu widerrufen, informieren. Zur Wahrung der Widerrufsfrist reicht es aus, dass Sie die Mitteilung über die Ausübung des Widerrufsrechts vor Ablauf der Widerrufsfrist absenden.

## Widerrufsfolgen:

Wenn Sie diesen Vertrag widerrufen, haben wir Ihnen alle Zahlungen, die wir von Ihnen erhalten haben, einschließlich der Lieferkosten (mit Ausnahme der zusätzlichen Kosten, die sich daraus ergeben, dass Sie eine andere Art der Lieferung als die von uns angebotene, günstigste Standardlieferung gewählt haben), unverzüglich und spätestens binnen 14 Tagen ab dem Tag zurückzahlen, an dem die Mitteilung über Ihren Widerruf dieses Vertrags bei uns eingegangen ist. Für diese Rückzahlung verwenden wir dasselbe Zahlungsmittel, das Sie bei der ursprünglichen Transaktion eingesetzt haben, es sei denn, mit Ihnen wurde ausdrücklich etwas anderes vereinbart; in keinem Fall werden Ihnen wegen dieser Rückzahlung Entgelte berechnet.

Haben Sie verlangt, dass die Dienstleistung während der Widerrufsfrist beginnen soll, so haben Sie uns einen angemessenen Betrag zu zahlen, der dem Anteil der bis zu dem Zeitpunkt, zu dem Sie uns von der Ausübung des Widerrufsrechts hinsichtlich dieses Vertrags unterrichten, bereits erbrachten Dienstleistungen im Vergleich zum Gesamtumfang der im Vertrag vorgesehenen Dienstleistungen entspricht.

## Hinweis gem. Art. 246a § 1 Abs. 3 Nr.2 EGBGB bei Dienstleistungen:

Das Widerrufsrecht erlischt bei einem Vertrag über die Erbringung von Dienstleistungen auch dann, wenn wir die Dienstleistung vollständig erbracht haben und mit der Ausführung der Dienstleistung erst begonnen haben, nachdem Sie dazu Ihre ausdrückliche Zustimmung gegeben und gleichzeitig Ihre Kenntnis bestatigt haben, dass Sie Ihr Widerrufsrecht bei vollständiger Vertragserfüllung durch uns verlieren.