

Zeitungsgruppe Wilhelmshaven

Media-Daten 2020

gültig ab 1. Januar 2020



MITGLIED DER ZEITUNGS MARKETING GESELLSCHAFT



Erscheinungsorte: Nielsen 1
26409 Wittmund
26441 Jever
26832 Wilhelmshaven



Anzeiger für Harlingerland

Ostfriesisches  Tageblatt Gegründet 1862

Am Markt 18, 26409 Wittmund
Postfach 1352, 26400 Wittmund
Telefon (0 44 62) 9 89-0 · Fax (0 44 62) 9 89-1 66
Internet: harlinger.de · E-Mail: anzeigen@harlinger.de

Jeversches Wochenblatt

Friesisches  Tageblatt Gegründet 1781

Wangerstraße 14, 26441 Jever
Postfach 1120, 26435 Jever
Telefon (0 44 61) 9 44-0 · Fax (0 44 61) 9 44-2 66
Internet: jeversches-wochenblatt.de · anzeigen@jeversches-wochenblatt.de

Verlag

Brune-Mettcker Druck- und Verlags-GmbH
Parkstraße 8, 26382 Wilhelmshaven
Postfach 1265, 26352 Wilhelmshaven

Geschäftsführer

Robert Allmers, Dr. Stephan Kolschen, Helmut Loerts-Sabin

Bankkonten

OLB Jever	Kto.-Nr. 9 303 978 200 (BLZ 280 200 50) IBAN DE83 2802 0050 9303 9782 00, BIC OLBODEH2XXX
Raiffeisen-Volksbank eG	Kto.-Nr. 10 055 200 (BLZ 285 622 97) IBAN DE70 2856 2297 0010 0552 00, BIC GENODEFIUPL
Volksbank Jever eG	Kto.-Nr. 110 000 269 (BLZ 282 622 54) IBAN DE30 2826 2254 0110 0002 69, BIC GENODEFIJEV
Sparkasse LeerWittmund	Kto.-Nr. 19 604 (BLZ 285 500 00) IBAN DE95 2855 0000 0000 0196 04, BIC BRLADE21LER
LzO Jever	Kto.-Nr. 050-403 898 (BLZ 280 501 00) IBAN DE47 2805 0100 0050 4038 98, BIC BRLADE21LZO
Volksbank Esens	Kto.-Nr. 3 512 200 (BLZ 282 915 51) IBAN DE28 2829 1551 0003 5122 00, BIC GENODEFIESE

Zahlungsbedingungen

Zahlbar innerhalb von 10 Tagen nach Rechnungserhalt ohne Abzug.

Format: Berliner Format

Erscheinungsweise: Werktäglich morgens

Anzeigenschluss

jeweils: am Vortag 12.00 Uhr
für Sonnabend-Ausgabe: donnerstags 13.00 Uhr
für Montag-Ausgabe: freitags 15.00 Uhr

Geschäftsbedingungen

Aufträge werden zu den allgemeinen Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften sowie zu den zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages ausgeführt.

Nachlässe

Bei schriftlichen Abschlüssen innerhalb eines Kalenderjahres.

Malstaffel für mehrmalige Veröffentlichungen

12 Anzeigen: 10 %
24 Anzeigen: 15 %
52 Anzeigen: 20 %

Mengenstaffel für mm-Abschlüsse von mindestens

3000 mm	10 %	20 000 mm	21 %	80 000 mm	24 %
5000 mm	15 %	40 000 mm	22 %	100 000 mm	25 %
10 000 mm	20 %	60 000 mm	23 %		

Jede weitere 50 000 mm erhöhen den Rabattsatz um jeweils 1 %, Rabatthöchstsatz 30 %. Nachlässe nur nach einer Staffel.

Chiffre-Gebühr

Bei Abholung für jede Veröffentlichung: 3,00 €
Bei Zusendung für jede Veröffentlichung: 5,00 €



Satzspiegel

282 x 420 mm (Breite x Höhe)

Spaltenbreite und -zahl

1-spaltig	=	43 mm
2-spaltig	=	91 mm
3-spaltig	=	139 mm
4-spaltig	=	186 mm
5-spaltig	=	234 mm
6-spaltig	=	282 mm
7-spaltig	=	306 mm
8-spaltig	=	354 mm
9-spaltig	=	402 mm
10-spaltig	=	449 mm
11-spaltig	=	497 mm
12-spaltig	=	545 mm
13-spaltig	=	593 mm

Druckverfahren

Rollenoffset

Druckform

Offset-Negativplatte

Rasterweite

48 Linien / cm = 120 lpi

Tonwertumfang Bilder

Erster druckbarer Rasterwert ab 3 %, zeichnende Tiefe bis 90 %

Tonwertzunahme

Nach DIN ISO 12647-3:2004

bei angegebener Rasterweite: 26 %

Farbanzeigen

Aufnahmemöglichkeiten: ein, zwei und drei

Buntfarben täglich

Vierfarbanzeigen

Lieferung von zehn Andrucken auf Standard-Zeitungspapier oder Proofs mit messbarem Kontrollstreifen auf zeitungspapierähnlichem Trägermaterial.

Farbqualität

Geringe Farbabweichungen (Delta E < 8) berechtigen nicht zu Preisminderungen oder Ersatzansprüchen. Aus technischen Gründen werden Sonderfarben teilweise aus CMYK-Prozessfarben der Euroskala erzeugt und können deshalb vom Farbton anderer Farbfächer abweichen. Darum können Farbangaben nur auf Basis unserer Fächer als verbindlich akzeptiert werden.

Digitale Übermittlung von Druckvorlagen

Allgemein

Übertragen Sie für jeden Auftrag ein eigenes Verzeichnis, das wie folgt benannt ist:

- Erscheinungstag und Monat: TTMM
- Namen der Werbungtreibenden
- Stichwort für das Anzeigenmotiv: z. B. 0107_Mueller_Stelle

Übertragung per E-Mail (bis max. 2 MB)

anzeigen@harlinger.de bzw.

anzeigen@jeversches-wochenblatt.de

Übertragung per FTP

Für die Zugangsdaten bitten wir um Anruf unter:

Telefon (0 44 62) 9 89-161

Datenformate

- PDF (X-3) – Portable Document Format
- EPS – Encapsulated PostScript

Schriften müssen entweder in die Datei eingebunden sein oder mitgeliefert werden. Tonwerte müssen als verfahrensangepasste CMYK-Werte vorliegen und die angegebene Tonwertzunahme berücksichtigen. Kann Ihr Programm keine entsprechende Datei erzeugen, liefern Sie uns bitte Ausdrucke.

Abwicklung

Senden Sie den zur ISDN-Anzeige gehörenden Auftrag und einen Proof vorab per Fax an:

(0 44 62) 9 89-166 oder (0 44 61) 9 44-266

Technische Fragen beantworten wir unter:

Telefon (0 44 62) 9 89-2 30

Der Hersteller trägt die Verantwortung für die drucktechnische Aufbereitung seiner Druckunterlagen.

Weitere Informationen finden Sie unter

harlinger.de oder jeversches-wochenblatt.de



Verbreitung und Auflagen

IVW 3/2019 (* ENTHÄLT E-PAPER-AUFLAGE)

Ausgabe/Kombination	Druckauflage	Verbreitete Auflage*	Verkaufte Auflage*	Verkaufte ePaper-Auflage
Anzeiger für Harlingerland (●)	12 511	12 910	12 050	1172
Jeverisches Wochenblatt (●)	7301	7388	6713	578
Wilhelmshavener Zeitung (●)	16 340	16 503	16 233	1569
Kombination AfH + JW (● ●)	19 812	20 298	18 763	1750
Kombination AfH + WZ (● ●)	28 851	29 413	28 283	2741
Kombination JW + WZ (● ●)	23 641	23 891	22 946	2147
Gesamtausgabe AfH + JW + WZ (● ● ●)	36 152	36 801	34 996	3319



Verbreitungsgebiete und Kombinationen

Die Medien der Zeitungsgruppe Wilhelmshaven sind die führenden Tageszeitungen für die Region **Wittmund, Friesland und Wilhelmshaven**. Die flexible Kombination der Einzelausgaben ermöglicht Ihnen die Schaltung von **Anzeigen** und **Beilagen** in kleinen, mittleren und großen Einheiten nach Ihren

Planungskriterien. Ergänzt durch die Verlängerung der Verlagsleistungen in eigenen **Online-Portalen** und **Agenturdienstleistungen** in der Kreation und Herstellung bieten wir Ihnen ein crossmediales Alles-aus-einer-Hand-Konzept für Ihre lokalen Werbemaßnahmen – zielgerichtet und passgenau.

Wir vermitteln Ihren Anzeigenauftrag ohne Extraberechnung auch an jede andere Zeitung in Deutschland.



Werbenvorteile mit der Zeitungsgruppe Wilhelmshaven – Unsere Leserinnen und Leser

Leserinnen und Leser	Anteil	
Gesamt	100 % (62 000)	
Frauen	56 %	(35 000)
Männer	44 %	(27 000)
Alter		
14 bis 29	10 %	(6 000)
30 bis 49	22 %	(14 000)
50 plus	68 %	(42 000)
Ausbildung		
Abitur mit FH oder Studium	6 %	(4 000)
Abitur	5 %	(3 000)
mittlere Reife oder weiterführende Schule	48 %	(30 000)
Hauptschule mit Ausbildung	35 %	(22 000)
Haushalt-Nettoeinkommen		
bis unter 1500 €	18 %	(11 000)
1500 € bis unter 2500 €	29 %	(18 000)
2500 € bis unter 3000 €	10 %	(6 000)
3000 € bis unter 4000 €	23 %	(14 000)
4000 € und mehr	19 %	(12 000)
Beruf		
Selbstständige, Freie, Landwirte	10 %	(6 000)
ltd. Angestellte und Beamte	6 %	(4 000)
sonstige Angestellte und Beamte	26 %	(16 000)
Facharbeiter	11 %	(7 000)
sonstige Arbeiter	3 %	(2 000)

QUELLE: MA 2019 · BASIS = DEUTSCHSPRACHIGE BEVÖLKERUNG AB 14 JAHREN NATIONAL · ZEITUNGSGRUPPE WILHELMSHAVEN GESAMT

Große Reichweite

Mehr als **62 000 Menschen** lesen unsere Tageszeitungen. Darüber hinaus realisieren unsere Anzeigenblätter und die Direktverteilung durch unseren Dienstleister regioPost eine nahezu vollständige **Haus-zu-Haus-Verteilung**.

Regelmäßiger Werbekontakt

Unsere Leserinnen und Leser sind uns treu: Über 83 % der verbreiteten Auflage unserer Tageszeitungen bestehen aus Abonnements.* Durch wiederholte Werbeschaltung profitieren Sie von einer hohen Bruttoreichweite und **verstärkter Werbewirkung**.

Breite Zielgruppe

Unsere Leserschaft ist vielfältig. Vom Auszubildenden bis zum Best Ager erreichen Sie **verschiedene Berufs- und Altersgruppen**.

Gebildet und kaufkräftig

77 % unserer Leserinnen und Leser haben einen monatlichen Nettoverdienst von über 1500 €. Für die Beeinflussung von Kaufentscheidungen dieser **konsumstarken Zielgruppe** bietet Werbung in der Zeitung besondere Qualitäten: Sie wird besonders **aufmerksam** wahrgenommen, **gut erinnert** und gilt als seriös und **glaubwürdig**.**

Ganzheitlich erreichbar

Durch das crossmediale Portfolio der Zeitungsgruppe Wilhelmshaven werden Kunden über **viele Kanäle** angesprochen. Das breite Spektrum an redaktionellen **Sonderthemen** und die **einzigartige lokale Kompetenz** der regionalen Tageszeitung sorgen dabei immer für die gewünschte Aufmerksamkeit.

* IVW III / 2019 (ENTHÄLT ANTEILIG E-PAPER-AUFLAGE)

** ZMG-STUDIE: ZEITUNGSQUALITÄTEN 2019



Anzeigenformate

Anzeigenform	Format	Mindestgröße	Maximalgröße	Berechnung	Platzierung	Layout
Griffeck	2-spaltig / 90 mm	180 mm	180 mm	s. jeweilige Ausgabe	Ihre Werbebotschaft wird im markanten Format rechts unten auf der Titelseite unserer Zeitungen platziert – genau dort, wo der Leser sie zum Weiterblättern anfasst.	
Titelkopf	1-spaltig / 45 mm	45 mm	45 mm	s. jeweilige Ausgabe	Die Titelkopfanzeige besticht durch ihre Platzierung rechts neben dem Zeitungstitel auf Seite 1. Auffällige Wirkung für kompakte Botschaften.	
Eckfeld	2- bis 5-spaltig	600 mm	1500 mm	mm-Preis	Die Eckfeld-Anzeige steht außen auf den Textseiten und bildet damit ihren optischen Abschluss. Das Format bietet viele Möglichkeiten für eine effektive Anzeigengestaltung.	
Kopfeck-Anzeige	2-spaltig / 100 mm	200 mm	200 mm	Preis auf Anfrage	Eine sehr auffällige Platzierung für Ihre Werbebotschaft am Kopf einer Textseite.	
1000er Standardformat	4-spaltig / 250 mm	1000 mm	1000 mm	mm-Preis	Die Kombination aus großer Fläche und der Platzierung auf Textseiten machen das Format zum auffälligen Hingucker.	
Panorama-Anzeige	13-spaltig	140 mm hoch	420 mm hoch	mm-Preis	Maximale Breite für große Wirkung: Panorama-Anzeigen reichen über zwei aufgeschlagene Zeitungsseiten einschließlich des Bundsteges.	

SATZSPIEGEL: 282 X 420 MM (BREITE X HÖHE) – BERLINER FORMAT: 6 SPALTEN À 43 MM



Anzeigenformate

Anzeigenform	Format	Mindestgröße	Maximalgröße	Berechnung	Platzierung	Layout
Tunnelanzeige	7- bis 11-spaltig	140 mm hoch	250 mm hoch	mm-Preis	Ihr Anzeigenmotiv steht mittig über dem Bundsteg von Anzeigen- oder Textseiten. Die besondere Position lässt sich kreativ nutzen.	
Blattbreite Anzeige	6-spaltig	600 mm	1800 mm	mm-Preis	Sichern Sie Ihrer Botschaft eine Exklusivplatzierung: Die blattbreite Anzeige steht alleine unter dem Text.	
Blatthohe Anzeige	420 mm hoch	1-spaltig	4-spaltig	mm-Preis auf Textseiten Mindestberechnung: 600 mm	Auf Anzeigen- und Textseiten sorgt die blatthohe Anzeige neben dem auffälligen Hochformat vor allem in Kombination mit ihrer Größe für eine hohe Werbewirkung.	
Textteilanzeige	1- bis 2-spaltig	20 mm	200 mm	Textteil-mm-Preis	Ihre Botschaft steht auf Textseiten mitten im Lesefluss. Starke Beachtung auch bei kleiner Anzeigenfläche.	
Inselanzeige	2- bis 4-spaltig 250 bis 300 mm	500 mm	1200 mm	mm-Preis	Dieses Format steht in der optischen Mitte von Anzeigen-seiten. Zusammen mit der passenden Gestaltung hebt sich die Anzeige auffällig von ihrer Umgebung ab.	
Satellitenanzeige	1- bis 2-spaltig	Hauptanzeige: 2-sp./ 100 mm Satelliten: 1-sp./30 mm mind. 3 Stück auf einer Seite	Hauptanzeige: 2-sp./ 100 mm Satelliten: 1-sp./30 mm max. 6 Stück auf einer Seite	mm-Preis	Steigern Sie die Wirkung Ihrer Werbung durch die mehrfache Streuung auf einer Seite. Geeignet insbesondere für Seriengestaltungen.	

SATZSPIEGEL: 282 X 420 MM (BREITE X HÖHE) – BERLINER FORMAT: 6 SPALTEN À 43 MM



Sonderwerbeformen



Memo-Stick (76 x 76 mm)

Ihre Werbebotschaft, so groß wie ein Post-it, klebt als Sticker auf den Titelseiten unserer Zeitungen – ideal für kompakte und schnelle Kommunikation, die sich z. B. als Merkzettel auch an den Kühlschrank kleben lässt.



Sonderformate

Ob Dreieck-, Kreis- oder L-Format:
Der redaktionelle Text passt sich grafisch Ihrer Anzeige an.



Halfcover (2x 3-spaltig / 420 mm)

Mit einem Halfcover ummanteln Sie unsere Titelseite zur Hälfte mit Ihrer Werbung – hohe Aufmerksamkeit garantiert und viele Möglichkeiten für kreative Werbeideen.

Berechnung: mm-Preis zzgl. 50 % Aufschlag



Advertorial

Textliche Aufbereitung Ihres Angebotes im redaktionellen Stil. Mit einem Advertorial verleihen Sie Ihrer Werbung noch mehr Glaubwürdigkeit und Seriosität.

Auf Wunsch bieten wir Ihnen ein komfortables Komplettpaket für Ihren speziellen Anlass (z. B. Geschäftsneueröffnungen, Jubiläen oder Aktionen):
Wir schreiben Ihren Text, platzieren Ihre Anzeige und sprechen die von Ihnen empfohlenen Partnerunternehmen für ein attraktives Kollektiv an.

Gerne erstellen wir Ihnen ein individuelles Angebot. Sprechen Sie uns an!



Grundpreise der Einzeltitel

Anzeiger für Harlingerland (AfH)			VERKAUFTE AUFLAGE: 12 050 · IVW 3/2019 · ZIS-NR. 100127		
Preise in Euro zzgl. MwSt.	s/w	1 bis 3 Zusatzfarben			
je mm	1,37	1,85			
Textteil je mm	4,11	5,55			
Titelkopf (1-sp. / 45 mm)	310,00	420,00			
Griffeck (2-sp. / 90 mm)	740,00	1000,00			
1/1-Seite (6-sp. / 420 mm)	3452,40	4662,00			
abweichende Preise	s/w	1 bis 3 Zusatzfarben			
freudige Familienanzeigen ②	1,02	Farbzuschlag = 29,67			
traurige Familienanzeigen privat ②	1,02	Farbzuschlag = 29,67			
Traueranzeigen v. Firmen, Verbänden u. ä. ②	1,22	Farbzuschlag = 29,67			

Wilhelmshavener Zeitung (WZ)			VERKAUFTE AUFLAGE: 16 233 · IVW 3/2019 · ZIS-NR. 101140		
Preise in Euro zzgl. MwSt.	s/w	1 bis 3 Zusatzfarben			
je mm	1,66	2,24			
Textteil je mm	4,98	6,72			
Titelkopf (1-sp. / 45 mm)	373,50	504,00			
Griffeck (2-sp. / 90 mm)	896,40	1209,60			
1/1-Seite (6-sp. / 420 mm)	4183,20	5644,80			
abweichende Preise	s/w	1 bis 3 Zusatzfarben			
freudige Familienanzeigen	0,87	Farbzuschlag = 29,67			
traurige Familienanzeigen privat	0,97	Farbzuschlag = 29,67			
Traueranzeigen v. Firmen, Verbänden u. ä.	1,16	Farbzuschlag = 29,67			

Jeversches Wochenblatt (JW)			VERKAUFTE AUFLAGE: 6713 · IVW 3/2019 · ZIS-NR. 101016		
Preise in Euro zzgl. MwSt.	s/w	1 bis 3 Zusatzfarben			
je mm	1,18	1,59			
Textteil je mm	3,54	4,77			
Titelkopf (1-sp. / 45 mm)	265,00	360,00			
Griffeck (2-sp. / 90 mm)	640,00	860,00			
1/1-Seite (6-sp. / 420 mm)	2973,60	4006,80			
abweichende Preise	s/w	1 bis 3 Zusatzfarben			
freudige Familienanzeigen ②	1,02	Farbzuschlag = 29,67			
traurige Familienanzeigen privat ②	1,02	Farbzuschlag = 29,67			
Traueranzeigen v. Firmen, Verbänden u. ä. ②	1,22	Farbzuschlag = 29,67			

② Zwangskombination AfH + JW

Stellenanzeigen werden zum mm-Grund- bzw. Ortspreis abgerechnet zzgl. 30,- € je Anzeige bis 50 mm bzw. 50,- € je Anzeige ab 51 mm für die einwöchige Veröffentlichung auf jobs26.de.

Alle weiteren geschäftlichen Anzeigen zzgl. 10,- € je Erscheinung für deren Verlinkung im ePaper auf eine frei wählbare Internetseite.



Grundpreise der Kombinationen

Anzeiger für Harlingerland (AfH) + Jeverisches Wochenblatt (JW)			VERK. AUFLAGE: 18 763 · IVW 3 / 2019 · ZIS-NR. 102692		
Preise in Euro zzgl. MwSt.	s/w	1 bis 3 Zusatzfarben			
je mm	2,30	3,10			
Textteil je mm	6,90	9,30			
Titelkopf (1-sp. / 45 mm)	520,00	700,00			
Griffeck (2-sp. / 90 mm)	1245,00	1675,00			
1/1-Seite (6-sp. / 420 mm)	5796,00	7812,00			
abweichende Preise	s/w	1 bis 3 Zusatzfarben			
freudige Familienanzeigen ②	1,02	Farbzuschlag = 29,67			
traurige Familienanzeigen privat ②	1,02	Farbzuschlag = 29,67			
Traueranzeigen v. Firmen, Verbänden u. ä. ②	1,22	Farbzuschlag = 29,67			

Anzeiger für Harlingerland (AfH) + Wilhelmshavener Zeitung (WZ)			VERK. AUFLAGE: 28 283 · IVW 3 / 2019 · ZIS-NR. 102693		
Preise in Euro zzgl. MwSt.	s/w	1 bis 3 Zusatzfarben			
je mm	2,73	3,68			
Textteil je mm	8,19	11,04			
Titelkopf (1-sp. / 45 mm)	614,25	828,00			
Griffeck (2-sp. / 90 mm)	1474,20	1987,20			
1/1-Seite (6-sp. / 420 mm)	6879,60	9273,60			
abweichende Preise	s/w	1 bis 3 Zusatzfarben			
freudige Familienanzeigen ③	1,69	Farbzuschlag = 59,34			
traurige Familienanzeigen privat ③	1,79	Farbzuschlag = 59,34			
Traueranzeigen v. Firmen, Verbänden u. ä. ③	2,15	Farbzuschlag = 59,34			

Jeverisches Wochenblatt (JW) + Wilhelmshavener Zeitung (WZ)			VERK. AUFLAGE: 22 946 · IVW 3 / 2019 · ZIS-NR. 102691		
Preise in Euro zzgl. MwSt.	s/w	1 bis 3 Zusatzfarben			
je mm	2,56	3,45			
Textteil je mm	7,68	10,35			
Titelkopf (1-sp. / 45 mm)	576,00	776,25			
Griffeck (2-sp. / 90 mm)	1382,40	1863,00			
1/1-Seite (6-sp. / 420 mm)	6451,20	8694,00			
abweichende Preise	s/w	1 bis 3 Zusatzfarben			
freudige Familienanzeigen ③	1,69	Farbzuschlag = 59,34			
traurige Familienanzeigen privat ③	1,79	Farbzuschlag = 59,34			
Traueranzeigen v. Firmen, Verbänden u. ä. ③	2,15	Farbzuschlag = 59,34			

② Zwangskombination AfH + JW

③ Zwangskombination AfH + JW + WZ

Stellenanzeigen werden zum mm-Grund- bzw. Ortspreis abgerechnet zzgl. 30,- € je Anzeige bis 50 mm bzw. 50,- € je Anzeige ab 51 mm für die einwöchige Veröffentlichung auf jobs26.de.

Alle weiteren geschäftlichen Anzeigen zzgl. 10,- € für deren Verlinkung im ePaper auf eine frei wählbare Internetseite.



Grundpreise für die Gesamtausgabe

Anzeiger für Harlingerland (AfH) + Jeverisches Wochenblatt (JW) + Wilhelmshavener Zeitung (WZ)		
VERKAUFTE AUFLAGE: 34 996 · IVW 3/2019 · ZIS-NR. 102658		
Preise in Euro zzgl. MwSt.	s/w	1 bis 3 Zusatzfarben
je mm	3,33	4,50
Textteil je mm	9,99	13,50
Titelkopf (1-sp. / 45 mm)	749,25	1012,50
Griffeck (2-sp. / 90 mm)	1798,20	2430,00
1/1-Seite (6-sp. / 420 mm)	8391,60	11 340,00
abweichende Preise	s/w	1 bis 3 Zusatzfarben
Stellen je mm	2,75	3,71
Reise/Bäder je mm ①	2,02	2,73
amtliche Bekanntmachungen	2,05	2,77
kirchliche Nachrichten	1,81	-
freudige Familienanzeigen	1,69	Farbzuschlag = 59,34
traurige Familienanzeigen privat	1,79	Farbzuschlag = 59,34
Traueranzeigen v. Firmen, Verbänden u. ä.	2,15	Farbzuschlag = 59,34

Zusatzkosten für den Satzservice

Druckvorlagen wie Zeichnungen, Schriftzüge, Signets, Halbtontvorlagen bedürfen eines zusätzlichen Arbeitsprozesses, sofern sie nicht als reproporeife Aufsichtsvorlagen, als Film im Format 1:1 oder als digitale Vorlage angeliefert werden. Die entsprechenden Kosten sind nicht im Millimeter-Preis enthalten und werden nach Zeitaufwand* berechnet.

Gestaltete Anzeigen und grafische Leistungen, für die aufwändige Entwurfsarbeiten erforderlich sind, neu zu entwickelnde Firmenlogos, Signets sowie Anfertigungen von Reinzeichnungen werden zusätzlich zum Millimeter-Preis nach Zeitaufwand* berechnet.

① Reise- und Bäderanzeigen sind Anzeigen von Fremdenverkehrsämtern, Hotels, Pensionen und Sanatorien

Stellenanzeigen werden zum mm-Grund- bzw. Ortspreis abgerechnet zzgl. 30,- € je Anzeige bis 50 mm bzw. 50,- € je Anzeige ab 51 mm für die einwöchige Veröffentlichung auf jobs26.de.

Alle weiteren geschäftlichen Anzeigen zzgl. 10,- € für deren Verlinkung im ePaper auf eine frei wählbare Internetseite.

Sind aus terminlichen oder anderen Gründen Korrekturen an Ihren digitalen Anzeigen erforderlich, werden diese zusätzlich zum Millimeterpreis nach Zeitaufwand* berechnet.

* Unser zurzeit gültiger Stundensatz im Satzservice beträgt 65,00 € zzgl. MWSt.



Ortspreise der Einzeltitel

Anzeiger für Harlingerland (AfH)			VERKAUFTE AUFLAGE: 12 050 · IVW 3/2019 · ZIS-NR. 100127		
Preise in Euro zzgl. MwSt.	s/w	1 bis 3 Zusatzfarben			
je mm	1,16	1,57			
Textteil je mm	3,48	4,71			
Titelkopf (1-sp./ 45 mm)	265,00	355,00			
Griffeck (2-sp./ 90 mm)	630,00	850,00			
1/1-Seite (6-sp./ 420 mm)	2923,20	3956,40			
abweichende Preise	s/w	1 bis 3 Zusatzfarben			
amtliche Bekanntmachungen	0,71	0,96			
kirchliche Nachrichten	0,60	-			
freudige Familienanzeigen ②	0,87	Farbzuschlag = 25,21			
traurige Familienanzeigen privat ②	0,87	Farbzuschlag = 25,21			
Traueranzeigen v. Firmen, Verbänden u. ä. ②	1,04	Farbzuschlag = 25,21			

Wilhelmshavener Zeitung (WZ)			VERKAUFTE AUFLAGE: 16 233 · IVW 3/2019 · ZIS-NR. 101140		
Preise in Euro zzgl. MwSt.	s/w	1 bis 3 Zusatzfarben			
je mm	1,41	1,90			
Textteil je mm	4,23	5,70			
Titelkopf (1-sp./ 45 mm)	317,25	427,50			
Griffeck (2-sp./ 90 mm)	761,40	1026,00			
1/1-Seite (6-sp./ 420 mm)	3553,20	4788,00			
abweichende Preise	s/w	1 bis 3 Zusatzfarben			
amtliche Bekanntmachungen	0,78	-			
kirchliche Nachrichten	0,67	-			
freudige Familienanzeigen	0,73	Farbzuschlag = 25,21			
traurige Familienanzeigen privat	0,83	Farbzuschlag = 25,21			
Traueranzeigen v. Firmen, Verbänden u. ä.	0,99	Farbzuschlag = 25,21			

(Direkt mit dem Verlag abzuwickelnde Anzeigen von Handel, Handwerk und Gewerbe aus dem Verbreitungsgebiet)

Jeversches Wochenblatt (JW)			VERKAUFTE AUFLAGE: 6713 · IVW 3/2019 · ZIS-NR. 101016		
Preise in Euro zzgl. MwSt.	s/w	1 bis 3 Zusatzfarben			
je mm	1,00	1,35			
Textteil je mm	3,00	4,05			
Titelkopf (1-sp./ 45 mm)	225,00	305,00			
Griffeck (2-sp./ 90 mm)	540,00	730,00			
1/1-Seite (6-sp./ 420 mm)	2520,00	3402,00			
abweichende Preise	s/w	1 bis 3 Zusatzfarben			
amtliche Bekanntmachungen	0,56	0,76			
kirchliche Nachrichten	0,54	-			
freudige Familienanzeigen ②	0,87	Farbzuschlag = 25,21			
traurige Familienanzeigen privat ②	0,87	Farbzuschlag = 25,21			
Traueranzeigen v. Firmen, Verbänden u. ä. ②	1,04	Farbzuschlag = 25,21			

② Zwangskombination AfH + JW

Vollabonnenten der Tageszeitungen „Anzeiger für Harlingerland“, „Jeversches Wochenblatt“ oder „Wilhelmshavener Zeitung“ erhalten gegen Vorlage einer gültigen MehrwertKarte oder WZ-Card 10 % Rabatt auf den Gesamtpreis ihrer Familienanzeige.

Stellenanzeigen werden zum mm-Grund- bzw. Ortspreis abgerechnet zzgl. 30,- € je Anzeige bis 50 mm bzw. 50,- € je Anzeige ab 51 mm für die einwöchige Veröffentlichung aufjobs26.de.

Alle weiteren geschäftlichen Anzeigen zzgl. 10,- € für deren Verlinkung im ePaper auf eine frei wählbare Internetseite.



Ortspreise der Kombinationen

Anzeiger für Harlingerland (AfH) + Jeverisches Wochenblatt (JW)			VERK. AUFLAGE: 18 763 · IVW 3 / 2019 · ZIS-NR. 102692		
Preise in Euro zzgl. MwSt.	s/w	1 bis 3 Zusatzfarben			
je mm	1,94	2,63			
Textteil je mm	5,82	7,89			
Titelkopf (1-sp./ 45 mm)	440,00	595,00			
Griffeck (2-sp./ 90 mm)	1050,00	1420,00			
1/1-Seite (6-sp./ 420 mm)	4888,80	6627,60			
abweichende Preise	s/w	1 bis 3 Zusatzfarben			
amtliche Bekanntmachungen	1,14	1,55			
kirchliche Nachrichten	1,03	-			
freudige Familienanzeigen ②	0,87	Farbzuschlag = 25,21			
traurige Familienanzeigen privat ②	0,87	Farbzuschlag = 25,21			
Traueranzeigen v. Firmen, Verbänden u. ä. ②	1,04	Farbzuschlag = 25,21			

Anzeiger für Harlingerland (AfH) + Wilhelmshavener Zeitung (WZ)			VERK. AUFLAGE: 28 283 · IVW 3 / 2019 · ZIS-NR. 102693		
Preise in Euro zzgl. MwSt.	s/w	1 bis 3 Zusatzfarben			
je mm	2,31	3,12			
Textteil je mm	6,93	9,36			
Titelkopf (1-sp./ 45 mm)	519,75	702,00			
Griffeck (2-sp./ 90 mm)	1247,40	1684,80			
1/1-Seite (6-sp./ 420 mm)	5821,20	7862,40			
abweichende Preise	s/w	1 bis 3 Zusatzfarben			
amtliche Bekanntmachungen	1,34	1,57			
kirchliche Nachrichten	1,14	-			
freudige Familienanzeigen ③	1,44	Farbzuschlag = 50,42			
traurige Familienanzeigen privat ③	1,52	Farbzuschlag = 50,42			
Traueranzeigen v. Firmen, Verbänden u. ä. ③	1,83	Farbzuschlag = 50,42			

(Direkt mit dem Verlag abzuwickelnde Anzeigen von Handel, Handwerk und Gewerbe aus dem Verbreitungsgebiet)

Jeverisches Wochenblatt (JW) + Wilhelmshavener Zeitung (WZ)			VERK. AUFLAGE: 22 946 · IVW 3 / 2019 · ZIS-NR. 102691		
Preise in Euro zzgl. MwSt.	s/w	1 bis 3 Zusatzfarben			
je mm	2,17	2,93			
Textteil je mm	6,51	8,79			
Titelkopf (1-sp./ 45 mm)	488,25	659,25			
Griffeck (2-sp./ 90 mm)	1171,80	1582,20			
1/1-Seite (6-sp./ 420 mm)	5468,40	7383,60			
abweichende Preise	s/w	1 bis 3 Zusatzfarben			
amtliche Bekanntmachungen	1,21	1,39			
kirchliche Nachrichten	1,09	-			
freudige Familienanzeigen ③	1,44	Farbzuschlag = 50,42			
traurige Familienanzeigen privat ③	1,52	Farbzuschlag = 50,42			
Traueranzeigen v. Firmen, Verbänden u. ä. ③	1,83	Farbzuschlag = 50,42			

② Zwangskombination AfH + JW

③ Zwangskombination AfH + JW + WZ

Vollabonnenten der Tageszeitungen „Anzeiger für Harlingerland“, „Jeverisches Wochenblatt“ oder „Wilhelmshavener Zeitung“ erhalten gegen Vorlage einer gültigen MehrwertKarte oder WZ-Card 10 % Rabatt auf den Gesamtpreis ihrer Familienanzeige.

Stellenanzeigen werden zum mm-Grund- bzw. Ortspreis abgerechnet zzgl. 30,- € je Anzeige bis 50 mm bzw. 50,- € je Anzeige ab 51 mm für die einwöchige Veröffentlichung auf jobs26.de.

Alle weiteren geschäftlichen Anzeigen zzgl. 10,- € für deren Verlinkung im ePaper auf eine frei wählbare Internetseite.



Ortspreise für die Gesamtausgabe (Direkt mit dem Verlag abzuwickelnde Anzeigen von Handel, Handwerk und Gewerbe aus dem Verbreitungsgebiet)

Anzeiger für Harlingerland (AfH) + Jeversches Wochenblatt (JW) + Wilhelmshavener Zeitung (WZ)		
VERKAUFTE AUFLAGE: 34 996 · IVW 3/2019 · ZIS-NR. 102658		
Preise in Euro zzgl. MwSt.	s/w	1 bis 3 Zusatzfarben
je mm	2,83	3,83
Textteil je mm	8,49	11,49
Titelkopf (1-sp. / 45 mm)	636,75	861,75
Griffeck (2-sp. / 90 mm)	1528,20	2068,20
1/1-Seite (6-sp. / 420 mm)	7131,60	9651,60
abweichende Preise	s/w	1 bis 3 Zusatzfarben
Stellen je mm	2,34	3,15
Reise/Bäder je mm ①	1,72	2,32
amtliche Bekanntmachungen	1,74	2,35
kirchliche Nachrichten	1,54	-
freudige Familienanzeigen	1,44	Farbzuschlag = 50,42
traurige Familienanzeigen privat	1,52	Farbzuschlag = 50,42
Traueranzeigen v. Firmen, Verbänden u. ä.	1,83	Farbzuschlag = 50,42

Zusatzkosten für den Satzservice

Druckvorlagen wie Zeichnungen, Schriftzüge, Signets, Halbtontvorlagen bedürfen eines zusätzlichen Arbeitsprozesses, sofern sie nicht als reproporeife Aufsichtsvorlagen, als Film im Format 1:1 oder als digitale Vorlage angeliefert werden. Die entsprechenden Kosten sind nicht im Millimeter-Preis enthalten und werden nach Zeitaufwand* berechnet.

Gestaltete Anzeigen und grafische Leistungen, für die aufwändige Entwurfsarbeiten erforderlich sind, neu zu entwickelnde Firmenlogos, Signets sowie Anfertigungen von Reinzeichnungen werden zusätzlich zum Millimeter-Preis nach Zeitaufwand* berechnet.

- ① Reise- und Bäderanzeigen sind Anzeigen von Fremdenverkehrsämtern, Hotels, Pensionen und Sanatorien.
- Vollabonnenten der Tageszeitungen „Anzeiger für Harlingerland“, „Jeversches Wochenblatt“ oder „Wilhelmshavener Zeitung“ erhalten gegen Vorlage einer gültigen MehrwertKarte oder WZ-Card 10 % Rabatt auf den Gesamtpreis ihrer Familienanzeige.
- Stellenanzeigen werden zum mm-Grund- bzw. Ortspreis abgerechnet zzgl. 30,- € je Anzeige bis 50 mm bzw. 50,- € je Anzeige ab 51 mm für die einwöchige Veröffentlichung auf jobs26.de.
- Alle weiteren geschäftlichen Anzeigen zzgl. 10,- € für deren Verlinkung im ePaper auf eine frei wählbare Internetseite.

Sind aus terminlichen oder anderen Gründen Korrekturen an Ihren digitalen Anzeigen erforderlich, werden diese zusätzlich zum Millimeterpreis nach Zeitaufwand* berechnet.

* Unser zurzeit gültiger Stundensatz im Satzservice beträgt 65,00 € zzgl. MwSt.



Mehr Aussagekraft durch Anzeigenverlinkungen

Für nur 10,00 € zusätzlich machen wir Ihre Anzeige im ePaper klickbar. Verlinken Sie Ihre Anzeige auf eine Internetseite Ihrer Wahl. Weitere Informationen zu Ihnen und Ihrem Angebot sind nur noch einen Klick entfernt!

Sie haben keine Internetseite? Kein Problem! Wir erstellen Ihnen kostenlos eine persönliche digitale Visitenkarte auf unserem Branchenportal www.macher-vor-ort.de, auf Wunsch mit individuellem Text nach Ihren Vorgaben.



Jobs26.de – Mehr Potential für Ihre Personalsuche

Stellenangebote aus Wilhelmshaven, Wittmund, Friesland sowie dem ganzen Nordwesten – das ist jobs26.de. Über 42.500 Besucher* nutzen die Jobbörse der Zeitungsgruppe Wilhelmshaven monatlich.

Ihre Stellenanzeige aus den Tageszeitungen der Zeitungsgruppe Wilhelmshaven erscheint standardmäßig sieben Tage auf jobs26.de und den ZN-Partnerportalen (nwz-jobs.de, ostfriesland-jobs.de, jobs-ostfriesland.de, jobs.skn.info). Optional bieten wir Ihnen eine Top-Platzierung mit einer Online-laufzeit von 30 Tagen.

* LT. GOOGLE ANALYTICS Q1/2017

Stellenanzeigen »Anzeiger für Harlingerland« und »Jeverisches Wochenblatt« - Print to Online

Größe	Laufzeit	Preise in Euro zzgl. MwSt.
Standardplatzierung bis 50 mm Anzeigengröße	7 Tage Onlinelaufzeit	30,00
Standardplatzierung ab 51 mm Anzeigengröße	7 Tage Onlinelaufzeit	50,00
Top-Platzierung	30 Tage Onlinelaufzeit	280,00

© W. Heiber Fotostudio - Fotolia.com



JOBS



Prospektbeilagen

Gewichte	bis 20 g	bis 30 g	bis 40 g	bis 50 g	bis 60 g
Grundpreis	88,24	94,12	100,00	105,88	111,77
Ortspreis ①	75,00	80,00	85,00	90,00	95,00

① Für Handel, Handwerk und Gewerbe aus dem Verbreitungsgebiet bei Direktabrechnung (ohne Vermittlungsprovision).

Preise in Euro pro tausend Exemplare zzgl. MwSt. – nicht rabattfähig.

Prospektbeilagen werden eine Woche lang als digitale ePaper-Beilage auf login.brune-mettcker.de, angebote.harlinger.de und in der App „AH JW ePaper“ veröffentlicht – Berechnung zum Beilagen-Grund- bzw. Ortspreis der gedruckten Beilage (pro Tausend, verbreitete ePaper-Auflage bei Auftragserteilung).

Belegungsmöglichkeiten

- Gesamtbelegung:** Ist inklusive der Postauflage möglich.
- Teilbelegung:** Ist nach Stadtgebieten, Landkreisen, Orten, Gemeinden oder nach Vereinbarung möglich.
- Versandanschrift** Brune-Mettcker Druck- und Verlags-GmbH, Preußenstraße 1, 26388 Wilhelmshaven

Technische Angaben für Beilagen

- Beilagentermine:** Montag bis Sonnabend nach Vereinbarung.
- Auflage und Format:** Höchstaufgabe gleich Druckauflage; Mindestauflage: 1000 Exemplare größtes Format 23,5 x 31,5 cm, Höchstgewicht 60 g.
- Anlieferung:** Spätestens 3 Tage vor Beilegung frei Haus (Wilhelmshaven).
- Fremdanzeigen:** Die Prospekte dürfen keine Fremdanzeigen enthalten und nicht durch Format und Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung erwecken.
- Konkurrenzausschluss:** Wird nicht gewährt. Eine Alleinbelegung kann nicht zugesichert werden.
- Postgebühr:** Wird für die anteilige Postauflage entsprechend den postalischen Bestimmungen berechnet (Postgebühren ohne Rabatt und Provision).

Empfehlungen für die Beschaffenheit von Beilagen
für das Förder- und Komplettierungssystem von Zeitungen in Anlehnung
an die Richtlinien des Bundesverbandes Druck e.V. von 1993 (Auszug)

Angaben zum Produkt

- 1. Format**
Das Mindestformat ist DIN A6 (105 x 148 mm). Das Maximalformat überschreitet nicht die Größe von 220 x 300 mm. Sonderformate müssen mindestens einen rechten Winkel haben und auf der Breitseite geschlossen sein, mindestens 30 mm.
- 2. Einzelblätter**
Einzelblätter im Format DIN A6 dürfen ein Papiergewicht von 170 g/m² nicht unterschreiten. Einzelblätter mit Formaten größer als DIN A4 müssen ein Flächengewicht von mindestens 120 g/m² aufweisen. Größere Formate mit einem Papiergewicht von mindestens 60 g/m² sind auf eine Größe im Bereich DIN A4 (210 x 279 mm) zu falzen.
- 3. Mehrseitige Beilagen**
Beilagen im jeweils möglichen Maximalformat müssen einen Mindestumfang von 8 Seiten haben. Bei geringerem Umfang (4 und 6 Seiten) ist ein Papiergewicht von mindestens 120 g/m² erforderlich oder diese Beilagen sind nochmals zu falzen.
Vom Kunden können maximal zwei gleich große Beilagen ineinandergesteckt werden. Es ist dabei zu beachten, dass die leichte in der schweren Beilage liegt. Da diese Einsteckvariante eine sehr schwierige Produktion darstellt, kann die allgemeine Fehlbelegung mit Beilagen über 1 % liegen. Wir empfehlen deshalb, nur in Ausnahmefällen Beilagen ineinandergesteckt abzuliefern.
Unterschiedlich große Beilagen können nur getrennt verarbeitet werden. Angeklebte Produkte: Postkarten sind in der Beilage grundsätzlich innen anzukleben. Sie müssen dabei bündig im Falz zum Kopf oder Fuß der Beilage angeklebt werden. Alle Beilagen mit außen angeklebten Produkten sowie Sonderformen wie gestanzte Beilagen, Warenmuster oder -proben sind nur nach Anfrage und Vorlage eines Musters möglich.
Heftung: Bei Draht-Rückenheftung soll die verwendete Drahtstärke der Rückenstärke der Beilage angemessen sein. Dünne Beilagen sollten grundsätzlich mit Rücken- oder Falzleimung hergestellt werden.
- 4. Gewichte**
Das Gewicht einer Beilage soll 60 g/Exemplar nicht überschreiten. Liegt es darüber, ist eine Rückfrage beim Zeitungsverlag erforderlich.
- 5. Falzarten**
Gefaltete Beilagen müssen im Kreuzbruch, Wickel- oder Mittelfalz verarbeitet sein. Leporello- (Z) und Altarfalz (Δ) können schwerwiegende Probleme verursachen und sind deshalb nicht zu verarbeiten. Mehrseitige Beilagen mit Formaten größer als DIN A5 (148 x 210 mm) sollten den Falz an der langen Seite aufweisen.



Mehr Reichweite für Ihre Prosepektbeilagen

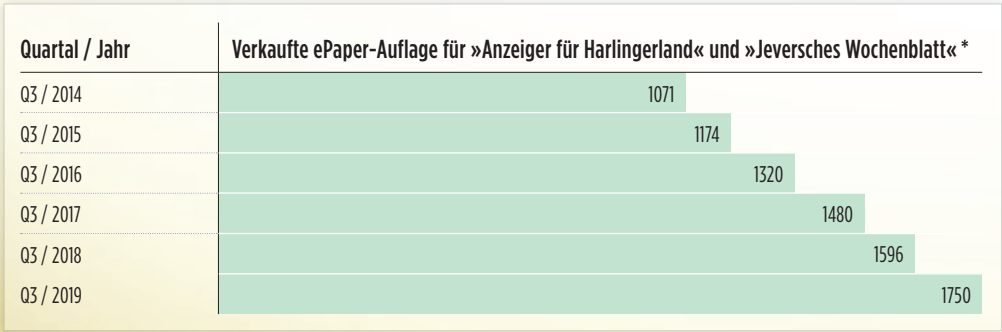
Prospektbeilagen werden eine Woche lang als digitale ePaper-Beilage auf login.brune-mettcker.de, angebote.harlinger.de und in der App „AH JW ePaper“ veröffentlicht.

Für ein optimales Darstellungsergebnis, senden Sie Ihre Beilage bitte bis zwei Arbeitstage vor Erscheinung als hochaufgelöste PDF-Datei (fortlaufende Einzelseiten innerhalb einer Datei) per Mail an anzeigen@harlinger.de.

Berechnung zum Beilagen-Grund- bzw. Ortspreis der gedruckten Beilage (pro Tausend, verbreitete ePaper-Auflage bei Auftragserteilung).

Crossmedial werben – mit dem ePaper und Online-Portalen

Das ePaper ist die digitale Ausgabe vom „Anzeiger für Harlingerland“ und „Jeverisches Wochenblatt“ – abrufbar auf dem PC über login.brune-mettcker.de oder mit der praktischen App „AH JW ePaper“ für Smartphones und Tablets. Die multimedialen Funktionen des ePapers eröffnen Ihrer Werbung eine ganz neue Dimension.



* LT. IVW





Sprechen Sie uns an

**Brune-Mettcker
Druck- und Verlags-GmbH**

Am Markt 18, 26409 Wittmund
Am Markt 3, 26427 Esens
Hauptstraße 160, 26639 Wiesmoor

Telefon: (0 44 62) 9 89-2 89
Fax: (0 44 62) 9 89-1 66

Wangerstraße 14, 26441 Jever
Telefon: (0 44 61) 9 44-2 44
Fax: (0 44 61) 9 44-2 66

Format: Halbes Berliner Format
Erscheinungsweise: wöchentlich mittwochs/donnerstags
Anzeigenschluss: montags 10.00 Uhr
Auflage: 40 000
Geschäftsbedingungen
Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen der Preisliste Nr. 55 der Zeitungsgruppe Wilhelmshaven.
Nachlässe
Malstaffel für mehrmalige Veröffentlichungen
12 Anzeigen: 10 %
24 Anzeigen: 15 %
50 Anzeigen: 20 %

Mengenstaffel
für mm-Abschlüsse von mindestens
3000 mm: 10 %
5000 mm: 15 %
10 000 mm: 20 %

Erweiterte Mengenstaffel
für mm-Abschlüsse von mindestens
20 000 mm: 21 %
40 000 mm: 22 %
60 000 mm: 23 %
80 000 mm: 24 %
100 000 mm: 25 %

Satzspiegel: 186 x 280 mm (Breite x Höhe)

Spaltenzahl und -breite
1-spaltig = 43 mm
2-spaltig = 91 mm
3-spaltig = 139 mm
4-spaltig = 186 mm

Datentransfer
E-Mail: nordlicht@harlinger.de
FTP: Die Zugangsdaten erhalten Sie über die o. a. E-Mail-Adresse.



Grund- und Ortspreise

	Grundpreise		Ortspreise	
Preise in Euro zzgl. MwSt.	s/w	Farbe	s/w	Farbe
je mm	1,19	1,61	1,01	1,37
Titelseite	1,44	1,94	1,22	1,65
abweichende Preise	s/w	Farbe	s/w	Farbe
Bars/Kontakte	1,37	1,95	1,16	1,66

Bei Schaltungen in Kombinationen mit dem »Anzeiger für Harlingerland« und / oder dem »Jeverischen Wochenblatt« gewähren wir jeweils 10 % Rabatt auf den mm-Preis.

Festpreise für Seitenteile

	Grundpreise		Ortspreise	
Preise in Euro zzgl. MwSt.	s/w	Farbe	s/w	Farbe
1/1 Seite (1120 mm)	1235,00	1665,00	1050,00	1415,00
1/2 Seite (560 mm)	630,00	850,00	535,00	725,00
1/4 Seite (280 mm)	325,00	440,00	275,00	370,00
1/8 Seite (140 mm)	165,00	220,00	140,00	190,00

Alle geschäftlichen Anzeigen zzgl. 10,- € für deren Verlinkung im ePaper auf eine frei wählbare Internetseite.

Prospektbeilagen

Gewicht	Grundpreise	Ortspreise
bis 20 g	76,50	65,00
über 20 g	zzgl. 5,00 Euro je angefangene 10 g	zzgl. 5,00 Euro je angefangene 10 g

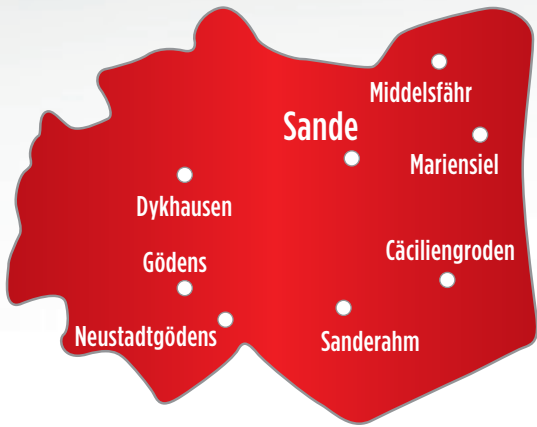
Preise in Euro pro tausend Exemplare zzgl. Mehrwertsteuer; Agenturprovision 15 %; nicht rabattfähig.

- Mindestabnahme: 5000 Exemplare
- Anlieferung: 3 Tage vor Termin
- Rücktritt: 4 Wochen vor Termin

Versandanschrift

Brune-Mettcker Druck- und Verlags-GmbH, Preußenstraße 1, 26388 Wilhelmshaven





Sprechen Sie uns an

Brune-Mettcker
Druck- und Verlags-GmbH

Wangerstraße 14, 26441 Jever

Telefon: (0 44 61) 9 44-2 44

Fax: (0 44 61) 9 44-2 66

Datentransfer

E-Mail: anzeigen@jeversches-wochenblatt.de

FTP: Die Zugangsdaten erhalten Sie
über die o. a. E-Mail-Adresse.

Format: Halbes Berliner Format

Erscheinungsweise

monatlich mittwochs zum ersten Sonabend

Anzeigenschluss: 1 Woche vor Erscheinungstermin

Auflage: 7000

Geschäftsbedingungen

Es gelten die Geschäftsbedingungen der Preisliste Nr. 55
der Zeitungsgruppe Wilhelmshaven.

Nachlässe

Malstaffel für mehrmalige Veröffentlichungen
6 Anzeigen: 10 % | 12 Anzeigen: 20 %

Mengenstaffel

für mm-Abschlüsse von mindestens

3000 mm: 10 %

5000 mm: 15 %

10 000 mm: 20 %

Satzspiegel: 186 x 280 mm (Breite x Höhe)

Spaltenzahl und -breite

1-spaltig = 43 mm

2-spaltig = 91 mm

3-spaltig = 139 mm

4-spaltig = 186 mm



Grund- und Ortspreise

Preise in Euro zzgl. MwSt.	Grundpreise			Ortspreise		
	s/w	1 Zf.	2 bis 3 Zf.	s/w	1 Zf.	2 bis 3 Zf.
je mm	0,66	0,76	0,89	0,56	0,65	0,76
Titelseite	0,83	0,95	1,12	0,71	0,81	0,95

Bei Schaltungen in Kombinationen mit dem »Anzeiger für Harlingerland« und / oder dem »Jeverischen Wochenblatt« gewähren wir jeweils 10 % Rabatt auf den mm-Preis.

Festpreise für Seitenteile

Preise in Euro zzgl. MwSt.	Grundpreise			Ortspreise		
	s/w	1 Zf.	2 bis 3 Zf.	s/w	1 Zf.	2 bis 3 Zf.
1/1 Seite (1120 mm)	670,00	770,00	905,00	570,00	655,00	770,00
1/2 Seite (560 mm)	352,00	405,00	475,00	299,00	344,00	404,00
1/4 Seite (280 mm)	181,00	208,00	244,00	154,00	177,00	207,00
1/8 Seite (140 mm)	92,00	106,00	124,00	78,00	90,00	106,00

Prospektbeilagen

Gewicht	Grundpreise	Ortspreise
bis 20 g	76,50	65,00
über 20 g	zzgl. 5,00 Euro je angefangene 10 g	zzgl. 5,00 Euro je angefangene 10 g

Preise in Euro pro tausend Exemplare zzgl. Mehrwertsteuer; Agenturprovision 15 %; nicht rabattfähig.

- Mindestabnahme:** Bitte anfragen!
Anlieferung: 5 Tage vor Termin
Rücktritt: 4 Wochen vor Termin

Versandanschrift

Brune-Mettcker Druck- und Verlags-GmbH, Preußenstraße 1, 26388 Wilhelmshaven



Haus-zu-Haus-Verteilung mit dem »Nordlicht« und dem »Sander Kurier«

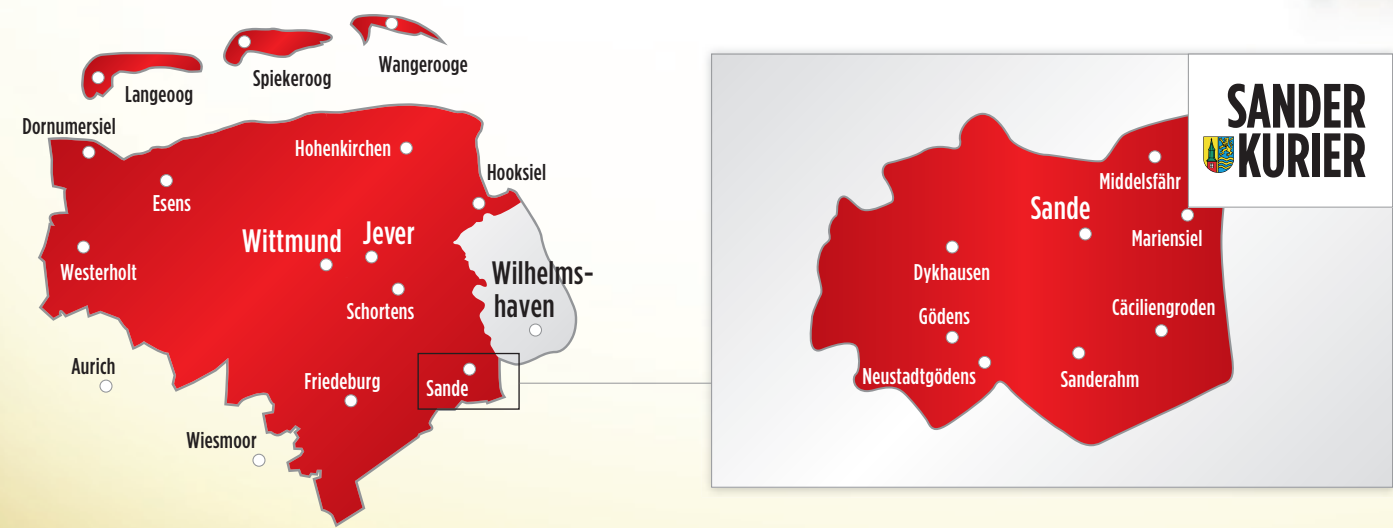
Jede Woche bieten Tipps, Termine und Veranstaltungen der Region sowie wechselnde Sonderthemen ein perfektes ergänzendes Umfeld für Ihre Anzeigen und Beilagen: Mit einer Druckauflage von rund 40.000 Exemplaren wird das »Nordlicht« kostenlos an nahezu **jeden erreichbaren Haushalt** im Verbreitungsgebiet des »Anzeiger für Harlingerland« und des »Jeverischen Wochenblattes« zugestellt.

Ergänzend steht Ihnen mit dem »Sander Kurier« ein Angebot speziell für die Gemeinde Sande zur Verfügung.

Kombinieren Sie unsere Tageszeitungen mit diesen Anzeigenblättern und profitieren Sie gleich doppelt: Bei Schaltungen in Kombination mit dem »Anzeiger für Harlingerland« und/oder dem »Jeverischen Wochenblatt« gewähren wir jeweils **10 % Rabatt** auf den mm-Preis.



Verbreitungsgebiet



Medienberatung Außendienst



Name	Nantke Dirks
Gebiet	Samtgemeinde Esens Langeoog – Spiekeroog
Telefon	(0 44 62) 9 89-168
E-Mail	nantke.dirks@harlinger.de



Name	Heidrun Andreeßen
Gebiet	Gem. Friedeburg – Stadt Wiesmoor – Friesische Wehde
Telefon	(0 44 62) 9 89-265
E-Mail	heidrun.andreessen@harlinger.de



Name	Markus Cornelius
Gebiet	Samtgemeinde Holtriem Dornum – Aurich – Norden
Telefon	(0 44 62) 9 89-167
E-Mail	markus.cornelius@harlinger.de



Name	Joachim Linnemann
Gebiet	Stadtteile/ländliche Wittmund
Telefon	(0 44 62) 9 89-165
E-Mail	joachim.linnemann@harlinger.de



Name	Martina Behrens
Telefon	(0 44 62) 9 89-162
E-Mail	martina.behrens@harlinger.de

Anzeigen- und Beilagenservice

Medienberatung Außendienst



Name	Chantal Vetter
Gebiet	Gem. Wangerland – Wange- rooge – Stadt Wilhelmshaven
Telefon	(0 44 61) 9 44-267
E-Mail	chantal.vetter@jeversches- wochenblatt.de



Name	Rainer Leicht
Gebiet	Stadt Jever
Telefon	(0 44 61) 9 44-263
E-Mail	rainer.leicht@jeversches- wochenblatt.de



Name	Markus Wilde
Gebiet	Stadt Schortens – Gemeinde Sande
Telefon	(0 44 61) 9 44-264
E-Mail	markus.wilde@jeversches- wochenblatt.de

Medienberatung Innendienst



Name	Gabriele Dettmers
Telefon	(0 44 61) 9 44-268
E-Mail	gabriele.dettmers@jeversches- wochenblatt.de



Name	Heike Buhr
Telefon	(0 44 62) 9 89-153
E-Mail	heike.buhr@harlinger.de



Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen

STAND: 1. JANUAR 2020

1. Anzeigenauftrag« im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.
2. Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.
3. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.
4. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
5. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeter dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
6. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
7. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die auf Grund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort »Anzeige« deutlich kenntlich gemacht.
8. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden.

Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
9. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an.

Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.
10. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen. Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem

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

11. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.
12. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
13. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung 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.
14. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen.

Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offestehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
15. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
16. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
17. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder – wenn eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittlich verkaufte Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigender Mangel, wenn sie bei einer Auflage bis zu 50 000 Exemplaren 20 v. H. beträgt.

Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.
18. Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet.

Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Dem Verlag kann einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote an Stelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A4 (Gewicht 200 g) überschreiten, sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann dennoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.
19. Filme und Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.
20. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages.



Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz.

Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

- a) Etwaige Abbestellungen oder Änderungen sind in Textform mit genauer Angabe des Textes bzw. der Ausgabe spätestens bis zum Anzeigenschluss, bei Beilagenaufträgen wenigstens vier Wochen vor dem Streutерmin zu übermitteln. Bei Abbestellungen gehen bereits entstandene Herstellungs- oder Vorbereitungskosten zu Lasten des Auftraggebers.
- b) Die Werbungsmittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mitteilungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.
- c) Der Verlag behält sich das Recht vor, für Anzeigen in Sonderbeilagen und Kollektiven Sonderpreise festzusetzen.
- d) Bei allen Anzeigen und Beilagen haftet der Auftraggeber für Weiterungen und Schädigungen, die sich für den Verlag, insbesondere auf Grund presse-rechtlicher Vorschriften, aus dem Inhalt der Anzeigen ergeben können. Der Verlag verteilt die Beilage mit geschäftsüblicher Sorgfalt, wobei bis zu 3 % Fehlzustellungen oder Verlust als verkehrsüblich gelten.
- e) Im Fall höherer Gewalt oder bei Störung des Arbeitsfriedens erlischt jede Verpflichtung auf Erfüllung von Aufträgen und Leistung von Schadensersatz.
- f) Der Auftraggeber steht für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion/Beilage zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen ein; dem Auftraggeber obliegt es, den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen. Durch Erteilung eines Anzeigenauftrages 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.
- g) Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in Höhe von 5 % über dem jeweils gültigen Basiszinssatz der Europäischen Zentralbank berechnet.
- h) Eine zu leistende Vorauszahlung muss mindestens einen Werktag früher als der normale Anzeigenschlusstermin beim Verlag oder auf dessen Bankkonto in vereinbarter Zahlungsweise eingegangen sein, damit ein pünktliches Erscheinen der Anzeige gewährleistet ist. Bei Zahlungsverzug behält sich der Verlag zur Kostendeckung des Verwaltungsaufwandes vor, Mahngebühren zu erheben. Dabei gelten folgende Kostensätze:
 - 1) für die 1. Mahnung 3,00 € 2) für die 2. Mahnung 4,00 € 3) für die 3. Mahnung 5,00 €
- i) Der Verlag wendet die geschäftsübliche Sorgfalt an, haftet aber nicht für Irreführung oder Täuschung.
- j) Der Ausschluss von Mitbewerbern ist nicht möglich.
- k) Der Anspruch auf rückwirkenden Nachlass erlischt, wenn er nicht einen Monat nach Ablauf der Jahresfrist geltend gemacht wird.
- l) Werbeagenturen erhalten eine Mittlervergütung für Anzeigen- und Beilagenaufträge von Werbungtreibenden des Einzelhandels, Handwerks und Gewerbes aus dem Verbreitungsgebiet, wenn die Aufträge zum Grundpreis abgerechnet werden. Voraussetzung ist, dass die Werbeagentur auch die gesamte Auftragsabwicklung übernimmt, die Aufträge dem Verlag unmittelbar erteilt und Texte bzw. Druckunterlagen direkt anliefern. Bei Anzeigenaufträgen, die zu abweichenden Preisen disponiert werden, wird der Werbeagentur keine Provision eingeräumt.
- m) Mündliche Abmachungen bedürfen der schriftlichen Bestätigung.
- n) Konzernrabatt kann nur gewährt werden, wenn die entsprechende Tochterfirma zu mehr als 50 % zum Konzern zugehörig ist. Hierüber muss dem Verlag

eine schriftliche Bestätigung vorliegen.

- o) Als rabattierfähiger Umsatz gilt nur die Abnahmemenge, die auch bezahlt ist. Im Falle eines Vergleichsverfahrens (gerichtlicher und außergerichtlicher Vergleich) bzw. bei Eröffnung eines Insolvenzverfahrens wird auf den Stichtag der Eröffnung des jeweiligen Verfahrens eine Rabattabrechnung erstellt. Wird der bereits gewährte Rabatt entsprechend des Anzeigentarifs nicht erreicht, erfolgt eine entsprechende Rückbelastung. Für die nicht bezahlten Anzeigen besteht kein Anspruch auf Rabatt. Sofern ein entsprechender Rabatt gewährt wurde, erfolgt eine entsprechende Rückbelastung.
- p) Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, Arbeitskampf, Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen – sowohl im Betrieb des Verlages als auch in fremden Betrieben, derer sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient – hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit 80 % der im Durchschnitt der letzten vier IVW-Quartale verkauften Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist.

Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die normalerweise verkaufte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht.
- q) Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen des Auftraggebers nicht sofort erkennbar, so hat der Auftraggeber bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche. Das Gleiche gilt bei Fehlern in wiederholt erscheinenden Anzeigen, wenn der Auftraggeber nicht vor Drucklegung der nächstfolgenden Anzeige auf den Fehler hinweist.
- r) Der Verlag speichert im Rahmen der Geschäftsbeziehungen bekannt gewordene Daten, die zu keinen anderen Zwecken als zu den Vertragszwecken verwendet werden (gemäß § 4, Absatz 1, Bundesdatenschutzgesetz).
- s) Bei mündlich erteilten Aufträgen ist der Verlag berechtigt, Kleinanzeigen im Abbuchungsverfahren zu regulieren.
- t) Die Werbungtreibenden sind damit einverstanden, dass die von ihnen in Auftrag gegebenen Inserate auch in Online-Medien verbreitet werden.

Allgemeine Geschäftsbedingungen für das Werbegeschäft in Online-Medien

STAND: 1. JANUAR 2020

1. Geltungsbereich

- (1) Diese allgemeinen Geschäftsbedingungen (nachfolgend AGB) gelten für alle Verträge, die mit einem Verlag als Online-Vermarkter für Online-Medien zu Stande kommen, soweit nicht etwas anderes vereinbart ist. Die Gültigkeit etwaiger Allgemeiner Geschäftsbedingungen des Auftraggebers oder sonstiger Inserenten ist, soweit sie mit diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen nicht übereinstimmen, ausdrücklich ausgeschlossen.
- (2) Auftraggeber im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist »Verbraucher«, soweit der Zweck des Werbeauftrags nicht seiner gewerblichen oder selbständigen Tätigkeit zugerechnet werden kann. Dagegen ist »Unternehmer« jede natürliche oder juristische Person oder rechtsfähige Personengesellschaft, die beim Abschluss des Vertrags in Ausübung ihrer gewerblichen oder selbständigen beruflichen Tätigkeit handelt.

2. Werbeauftrag

- (1) »Werbefauftrag« im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag zwischen dem Auftraggeber und dem Verlag über die Schaltung eines Werbemittels oder mehrerer Werbemittel in Informations- und Kommunikationsdiensten, insbesondere in den Internetangeboten der Verlagsobjekte, zum Zwecke der Verbreitung.
- (2) Für den Werbeauftrag gelten ausschließlich die Allgemeinen Geschäftsbedingungen, die Preisliste des Anbieters, sowie die technischen Anforderungen und Vorgaben nach den technischen Spezifikationen, die einen wesentlichen Vertragsbestandteil bilden. Die Gültigkeit etwaiger Allgemeiner Geschäftsbedingungen des Auftraggebers oder sonstiger Inserenten ist, soweit sie mit diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen nicht übereinstimmen, ausdrücklich ausgeschlossen. Bei Aufträgen für Werbeschaltungen, die sich auf Online-Medien und andere Medien beziehen, gelten die jeweiligen Allgemeinen Geschäftsbedingungen entsprechend für das betreffende Medium.



3. Werbemittel

- (1) Ein Werbemittel im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen kann aus einem oder mehreren der genannten Elemente bestehen, beispielsweise:
 - aus einem Bild und/oder Text, aus Tonfolgen und/oder Bewegtbildern (u. a. Banner),
 - aus einer sensitiven Fläche, die bei Anklicken die Verbindung mittels einer vom Auftraggeber genannten Online-Adresse zu weiteren Daten herstellt, die im Bereich des Auftraggebers liegen (z. B. Link).
- (2) Werbemittel, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als solche erkennbar sind, werden vom Anbieter als Werbung deutlich kenntlich gemacht, ohne dass dies einer Genehmigung des Auftraggebers bedarf. Die Auswahl einer angemessenen Kennzeichnung bleibt dem Anbieter vorbehalten.
- (3) Hat der Verlag die optische und technische Gestaltung des Werbemittels für den Auftraggeber ausgeführt, so ist eine Verwendung dieser Vorlage zum Zweck anderweitiger Veröffentlichungen nur mit ausdrücklicher Zustimmung des Verlags gestattet.
- (4) Kosten des Anbieters für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen des Werbemittels hat der Auftraggeber zu tragen.
- (5) Der Auftraggeber hat sicherzustellen, dass über die Werbemittel nicht auf Websites und oder Daten zugegriffen werden kann, die gegen geltendes Recht und/oder Rechte Dritter verstoßen und/oder unzumutbare Inhalte, insbesondere rassistischer, gewaltverherrlichender oder pornografischer Natur, aufweisen. Selbiges gilt für die Werbemittel an sich. Sollte dies doch der Fall sein, gilt Ziffer 11.

4. Platzierung

- (1) Hat der Auftraggeber keinen Platzierungswunsch für die Werbung geäußert, kommt der Vertrag durch die Bestätigung mit dem im Auftrag angegebenen Umfang zustande.
- (2) Für die Platzierung von Werbung kommen ausschließlich die Flächen in Frage, die in der jeweils gültigen Preisliste bzw. den technischen Richtlinien ausgewiesen sind.
- (3) Innerhalb einer Internetseite kann kein Konkurrenzausschluss gewährt werden, d.h., dass nicht ausgeschlossen werden kann, dass Konkurrenten des Auftraggebers während des gleichen Zeitraums innerhalb der gleichen Internetseite Werbung schalten.

5. Vertragsschluss

- (1) Vorbehaltlich entgegenstehender individueller Vereinbarungen kommt der Vertrag grundsätzlich durch schriftliche oder durch E-Mail erfolgende Bestätigung des Auftrags zustande. Erfolgt durch den Verlag ein Angebot, kommt der Vertrag durch die Annahmeerklärung des Auftraggebers, unter Berücksichtigung der AGB zustande.
- (2) Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag im Zweifel mit der Werbeagentur zustande, vorbehaltlich anderer schriftlicher Vereinbarungen. Soll ein Werbungtreibender Auftraggeber werden, muss er von der Werbeagentur namentlich benannt werden. Die Anbieter sind berechtigt, von den Werbeagenturen einen Mandatsnachweis zu verlangen.
- (3) Werbung für Waren oder Leistungen von mehr als einem Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten innerhalb eines Werbeautritts (z. B. Banner-, Pop-Up-Werbung usw.) bedürfen einer zusätzlichen schriftlichen oder durch E-Mail geschlossenen Vereinbarung.

6. Widerrufsbelehrung

Ist der Auftraggeber Verbraucher und hat seinen Auftrag nicht in unmittelbarem persönlichen Gespräch erteilt, sondern durch Kommunikationsmittel aller Art (insb. Telefon, Telefax, E-Mail, online), gilt Folgendes:

- (1) Widerrufsrecht

Der Verbraucher kann seine Vertragserklärung innerhalb von zwei Wochen ohne Angabe von Gründen in Textform (zum Beispiel Brief, Fax, E-Mail) widerrufen. Die Frist beginnt am Tag nach Erhalt dieser Belehrung in Textform, jedoch nicht vor Vertragsschluss und auch nicht vor Erfüllung unserer Informationspflichten gemäß § 312 c Abs. 2 BGB in Verbindung mit § 1 Abs. 1, 2 und 4 BGB-InfoV, jedoch nicht vor Erfüllung der Informationspflichten des Anbieters nach § 312 e Abs. 1 Satz 1 BGB in Verbindung mit § 3 BGB-InfoV. Zur Wahrung der Widerrufsfrist genügt die rechtzeitige Absendung des Widerrufs. Der Widerruf ist zu richten an:

Brune-Mettcker Druck- und Verlags-GmbH
Am Markt 18, 26409 Wittmund · Fax: (0 44 62) 9 89-1 66 · E-Mail: anzeigen@harlinger.de
Wangerstraße 14, 26441 Jever · Fax: (0 44 61) 9 44-26 6 · E-Mail: anzeigen@jeversches-wochenblatt.de

- (2) Widerrufsfolgen

Im Falle eines wirksamen Widerrufs sind die beiderseits empfangenen Leistungen zurückzugewähren und ggf. gezogene Nutzungen (z. B. Zinsen) herauszugeben. Kann die empfangene Leistung ganz oder teilweise nicht oder nur in verschlechtertem Zustand zurückgewährt werden, muss der Verbraucher dem Anbieter insoweit ggf. Wertersatz leisten. Dies kann dazu führen, dass der Verbraucher die vertraglichen Zahlungsverpflichtungen für den Zeitraum bis zum Widerruf gleichwohl erfüllen muss. Verpflichtungen zur Erstattung von Zahlungen müssen innerhalb von 30 Tagen erfüllt werden. Die Frist beginnt mit der Absendung der Widerrufserklärung des Verbrauchers, für den Anbieter mit deren Empfang.

- (3) Hinweis

Das Widerrufsrecht erlischt vorzeitig, wenn der Vertrag von beiden Seiten auf ausdrücklichen Wunsch vollständig erfüllt ist, bevor das Widerrufsrecht ausgeübt wurde.

7. Abwicklungsfrist

- (1) Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht des Auftraggebers zum Abruf einzelner Werbemittel eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzuwickeln.
- (2) Wird das Recht zum Abruf innerhalb dieser Zeit nicht ausgeübt, verfällt der Anspruch nach Ablauf des Jahres ersatzlos. Die nicht abgerufenen Werbemittel gelten in diesem Fall dennoch als erbracht. Die Pflicht zur Zahlung der entsprechenden Vergütung bleibt hiervon unberührt.
- (3) Bei Vertragsabschlüssen ist der Auftraggeber auch berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Absatz 2 genannten Frist unter dem Vorbehalt vorhandener Kapazität auch über die im Auftrag genannte Menge hinaus weitere Werbemittel abzurufen. Es kann daher keine verbindliche Zusage zur terminlichen Platzierung der Werbemittel seitens des Anbieters erteilt werden.

8. Ablehnungsbefugnis

- (1) Der Anbieter behält sich vor, Werbeaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – anzunehmen oder abzulehnen, wenn
 - deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder
 - deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder
 - deren Veröffentlichung für den Anbieter wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist.
- (2) Insbesondere kann der Anbieter ein bereits veröffentlichtes Werbemittel zurückziehen, wenn der Auftraggeber nachträglich Änderungen der Inhalte des Werbemittels selbst vornimmt oder die Daten nachträglich verändert werden, auf die durch einen Link verwiesen wird und hierdurch die Voraussetzungen des Absatzes 1 erfüllt werden.
- (3) Der Verlag ist berechtigt, die Veröffentlichung eines Werbemittels, insbesondere bez. Arznei- / 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 Werbemittel auf Kosten des Auftraggebers von einer sachverständigen Stelle auf rechtliche Zulässigkeit prüfen zu lassen. Eine Prüfpflicht des Verlags bezüglich der Rechtmäßigkeit der Werbemittel besteht jedoch nicht.

9. 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. Dies gilt nicht, wenn die Nichterfüllung auf höhere Gewalt im Risikobereich des Anbieters beruht.
- (2) Der Auftraggeber hat, wenn nichts anderes vereinbart ist, 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.
- (3) Nachlass wird auch auf die gesamten Rechnungen von verbundenen Unternehmen im Sinne des § 15 AktG bzw. Tochterunternehmen gewährt, sofern eine Kapitalbeteiligung von mindestens 50 Prozent gegeben ist. Der Anbieter ist berechtigt, sich diese Kapitalbeteiligung im Original nachweisen zu lassen.

10. Gewährleistung des Auftraggebers

- (1) Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber stellt den Anbieter im Rahmen des Werbeauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner wird der Anbieter von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Anbieter nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen.
- (2) Der Auftraggeber überträgt dem Anbieter sämtliche für die Nutzung der Werbung in Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen und berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie aller bekannten Formen der Online-Medien.

11. Zusätzliche Bestimmungen für Werbemittel

- (1) Der Auftraggeber ist verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder technischen Vorgaben der Anbieter entsprechende Werbemittel rechtzeitig vor Schaltungsbeginn beziehungsweise zum vereinbarten Zeitpunkt anzuliefern. Der Auftraggeber trägt die Kosten und die Gefahr der Übermittlung. Er hat die Unterlagen/Dateien frei von sogenannten Computerviren und/oder sonstigen Schadensquellen zu liefern. Er ist insbesondere verpflichtet, zu diesem Zweck handelsübliche Schutzprogramme einzusetzen, die stets dem neuesten Stand der Technik zu entsprechen haben. Bei Vorliegen und Feststellen von Schadensquellen jedweder Art in einer übermittelten Datei wird der Anbieter von dieser Datei keinen Gebrauch machen und diese, soweit zur Schadensvermeidung bzw. Begrenzung erforderlich, löschen, ohne dass der Auftraggeber in diesem Zusammenhang (Schadensersatz-)Ansprüche jedweder Art geltend machen kann. Der Anbieter behält sich vor, den Auftraggeber auf Schadensersatz in Anspruch zu nehmen, wenn ihm durch solche durch den Auftraggeber infiltrierte Schadensquellen ein Schaden entstanden ist.
- (2) Die Pflicht des Anbieters zur Aufbewahrung des Werbemittels endet drei Monate nach dessen letztmaliger Verbreitung. Datenträger, Fotos oder sonstige Materialien/Unterlagen des Auftraggebers werden diesem nur auf Verlangen und auf seine Kosten und Gefahr zurückgesandt.

12. Gewährleistung des Anbieters

- (1) Der Anbieter gewährleistet im Rahmen der vorhersehbaren Anforderungen eine dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe des Werbemittels. Dem Auftraggeber ist jedoch bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, ein von Fehlern

vollkommen freies Programm zu erstellen. Die Gewährleistung gilt nicht für unwesentliche Fehler. Ein unwesentlicher Fehler in der Darstellung der Werbemittel liegt insbesondere vor, wenn er hervorgerufen wird

- durch die Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungssoft- und/oder Hardware (z. B. Browser) oder
- durch Störung der Kommunikationsnetze anderer Betreiber 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. Bei einem Ausfall des Ad-Servers über einen erheblichen Zeitraum (mehr als 10 Prozent der gebuchten Zeit) im Rahmen einer zeitgebundenen Festbuchung entfällt die Zahlungspflicht des Auftraggebers für den Zeitraum des Ausfalls. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen.
- (2) Bei ungenügender Wiedergabequalität des Werbemittels hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzwerbung, jedoch nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Bei Fehlschlägen oder Unzumutbarkeit der Ersatzwerbung, hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrags.
- (3) Sind etwaige Mängel bei den Werbungsunterlagen nicht offenkundig, so hat der Auftraggeber bei ungenügender Veröffentlichung keine Ansprüche. Das gleiche gilt bei Fehlern in wiederholten Werbeschaltungen, wenn der Auftraggeber nicht vor Veröffentlichung der nächstfolgenden Werbeschaltung auf den Fehler hinweist.

13. Informationspflichten des Anbieters

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

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

14. 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.

15. Haftung

- (1) Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsschluss und unerlaubter Handlung bestehen nur bei Vorsatz und grober Fahrlässigkeit des Anbieters, seines Vertreters oder Erfüllungsgehilfen. Dies gilt nicht für die Haftung für zugesicherte Eigenschaften und für die Verletzung wesentlicher Vertragspflichten; im letzten Fall ist die Haftung auf den vorhersehbaren Schaden beschränkt. Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind bei leichter Fahrlässigkeit beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens.
- (2) Bei grober Fahrlässigkeit des einfachen Erfüllungsgehilfen ist die Haftung gegenüber Unternehmern dem Umfang nach auf den vorhersehbaren Schaden beschränkt. Die gilt nicht für die Verletzung wesentlicher Vertragspflichten.



16. Preisliste

- (1) Es gilt die im Zeitpunkt der Auftragserteilung im Internet veröffentlichte Preisliste. Gegenüber Unternehmen bleibt eine Änderung vorbehalten.
- (2) Für vom Anbieter bestätigte Aufträge sind Preisänderungen allerdings nur wirksam, wenn sie vom Anbieter mindestens einen Monat vor Veröffentlichung des Werbemittels angekündigt werden.
- (3) Bei Änderung der Anzeigenpreise treten mangels anderer Vereinbarung die neuen Bedingungen auch für laufende Aufträge sofort in Kraft. Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Sonderkündigungsrecht zu. Das Sonderkündigungsrecht muss innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden.
- (4) Nachlässe bestimmen sich nach der jeweils gültigen Preisliste. Werbeagenturen und sonstige Werbemittler sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungsleistenden an die Preislisten des jeweiligen Anbieters zu halten.
- (5) Nachlässe werden lediglich auf die reine Medialeistung gewährt. Gestaltungskosten für Werbemittel sind von den in der Preisliste genannten Rabatten ausgenommen.

17. Zahlungsbedingungen

- (1) Rechnungen für Internetwerbung im Internet sind zahlbar innerhalb von 14 Tagen ohne jeden Abzug.
- (2) Die Rechnungserstellung erfolgt nach Buchungseingang, jedoch frühestens sechs Wochen vor einem vereinbarten Kampagnenstart. Der Anbieter ist berechtigt, bei zeitlich länger laufenden Schaltungen monatliche Vorschuss- oder Zwischenrechnungen zu stellen.
- (3) Der Auftraggeber kann nur mit unbestrittenen oder rechtskräftig gestellten Forderungen aufrechnen. Zurückbehaltungsrechte können durch den Auftraggeber nur gegen Forderungen aus dem gleichen Auftragsverhältnis geltend gemacht werden.
- (4) Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in Höhe von 5 v. H. über dem jeweils gültigen Basiszinssatz der Europäischen Zentralbank berechnet.
- (5) Bei Zahlungsverzug behält sich der Verlag zur Kostendeckung des Verwaltungsaufwandes vor, Mahngebühren zu erheben. Dabei gelten folgende Kostensätze:
 - a) für die 1. Mahnung: EUR 3,00
 - b) für die 2. Mahnung: EUR 4,00
 - c) für die 3. Mahnung: EUR 5,00

18. Zahlungsverzug

- (1) Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen und Einziehungskosten berechnet. Der Anbieter kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Zahlung zurückstellen und für die restliche Schaltung Vorauszahlung verlangen.
- (2) Objektive 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 offstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

19. Kündigung

Kündigungen von Werbeaufträgen müssen in Textform erfolgen.

20. Datenschutz

- (1) Die Parteien verpflichten sich, den Werbeauftrag unter Berücksichtigung der geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen abzuwickeln. In diesem Zusammenhang werden die erforderlichen Kunden- und Lieferdaten gemäß § 33 BDSG mit Hilfe der elektronischen Datenverarbeitung gespeichert. Im

Übrigen gilt die Datenschutzerklärung des Anbieters.

- (2) Der Anbieter ist berechtigt, Werbeumsätze und vergleichbar relevante Daten des Auftraggebers auf Produktebene in angemessenem Umfang zu Marktforschungszwecken an anerkannte Marktforschungsunternehmen und/oder an Unternehmen, die sich mit der Erhebung und Auswertung solcher Informationen beschäftigen, weiterzuleiten.
- (3) Sofern beim Anbieter anonyme Daten aus dem Zugriff auf die von ihm ausgelieferten Werbemittel anfallen, darf der Anbieter diese Daten im Rahmen der jeweiligen Kampagne für den konkreten Auftraggeber, der den Anbieter mit der Schaltung der jeweiligen Kampagne beauftragt hat, auswerten. Diese Auswertung darf nur die anonymen und pseudonymen Daten umfassen, die durch Werbeschaltungen generiert worden sind.
- (4) Darüber hinaus ist dem Auftraggeber eine weitere Verarbeitung, Nutzung und Weitergabe sämtlicher Daten (anonym oder personenbeziehbar) aus dem Zugriff auf die von ihm ausgelieferten Werbemittel untersagt. Insbesondere darf der Auftraggeber die Daten aus Werbeschaltungen nicht für eigene Zwecke speichern, auswerten, anderweitig nutzen und/oder an Dritte weitergeben. Dieses Verbot erfasst auch die Erstellung von Profilen aus dem Nutzungsverhalten der User auf den Online-Angeboten des Anbieters und deren weitere Nutzung. Im Fall von Verstößen stellt er den Anbieter von etwaigen Ansprüchen Dritter und von Kosten einer notwendigen Rechtsverteidigung vollumfänglich frei.
- (5) Setzt der Auftraggeber für die Schaltung von Werbemitteln auf den Online-Angeboten des Anbieters Systeme eines Dritten ein, wird er sicherstellen, dass auch der Systembetreiber diese Vereinbarung einhält. Im Fall von Verstößen stellt er den Anbieter von etwaigen Ansprüchen Dritter und von Kosten einer notwendigen Rechtsverteidigung vollumfänglich frei.
- (6) Die Parteien werden über sämtliche ihnen im Zusammenhang mit der Durchführung des Vertrages bekannt werdenden betrieblichen und sonstigen geschäftlichen Informationen und Erkenntnisse der anderen Partei strikte Geheimhaltung wahren. Das gilt für alle Mitarbeiter, gegebenenfalls für den Kunden des Auftraggebers sowie für Dritte, derer sich eine Partei zur Erfüllung der aus dem Vertrag ergebenden Pflichten bedient. Die Geheimhaltungspflicht besteht auch nach Beendigung des Vertrags.

21. Schlussbestimmungen

- (1) Die Rechtsbeziehung zwischen den Parteien unterliegt ausschließlich dem Recht der Bundesrepublik Deutschland – unter Ausschluss von überstaatlichem Recht sowie deutschem, zwischenstaatlichem und überstaatlichem Verweisungsrecht, das nicht selbst auf materielles deutsches Recht verweist und das auch dann keine Anwendung findet, wenn der Auftraggeber seinen Sitz und/oder seine Wohnanschrift im Ausland hat.
- (2) Erfüllungsort ist der Sitz des Anbieters.
- (3) Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichem Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Anbieters. Soweit Ansprüche des Anbieters nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz.
- (4) Ergänzungen und/oder Abänderungen des Werbeauftrags oder dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen bedürfen der Textform. Dies gilt gleichermaßen für die Aufhebung des Textformerfordernisses selbst.
- (5) Sollten eine oder mehrere Bestimmungen des Werbeauftrags oder dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen unwirksam sein oder werden, so wird dadurch die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen nicht berührt. Die unwirksame(n) Bestimmung(en) wird(werden) vielmehr im Wege der ergänzenden Vertragsauslegung durch eine solche Regelung ersetzt, die dem von den Vertragsparteien mit der/ den unwirksamen Bestimmung(en) erkennbar verfolgten wirtschaftlichen Zweck möglichst nahe kommt. Entsprechendes gilt für die Ausfüllung etwaiger Regelungslücken.

22. Anerkennung der AGBs

Mit der Erteilung eines Werbeauftrages erkennt der Auftraggeber die allgemeinen und die zusätzlichen Geschäftsbedingungen sowie die Preisliste des Anbieters an.

