Preisliste Nr. 69 des BZV Medienhauses inkl.

Preisliste Nr. 48 der Multimedia Werbe- und Verlags-GmbH

38100 Braunschweig | Nielsen 1

gültig ab 1. Januar 2019 (Auszug aus der Preisliste)

BZV DAS MEDIENHAUS
Ein Unternehmen der FUNKE MEDIENGRUPPE

BRAUNSCHWEIGER ZEITUNG | WOLFSBURGER NACHRICHTEN | SALZGITTER ZEITUNG | WOLFENBÜTTELER ZEITUNG | PEINER NACHRICHTEN | GIFHORNER RUNDSCHAU | HELMSTEDTER NACHRICHTEN

Neue Braunschweiger | Neue Helmstedter | immo38.de | job38.de | auto38.de | flirt38.de | freude38.de | trauer38.de

STANDORT38 | flohmarkt38.de | szene38.de | prospekt38.de | alarm38.de | news38.de | BZV NewsBox | BZV NewsWall

© Vasyl | stock.adobe.com

immo38.de
Wohnen in der Region

Vermarktung unter einem Dach!

Das ist Ihr Plus:

Anzeige im Immobilienmarkt der Tageszeitung

+ Veröffentlichung Ihres Immobilienangebots im Portal immo38.de als Onlineexposé

= Ein starkes Produkt für Ihre erfolgreiche Werbung

immo38.de Portalvermarktung

Online Werbemittel

	Wochenpreis
Rectangle (1)	330,00
Skyscraper (2)	210,00
Wallpaper (2+3)	660,00
Leaderboard (3)	210,00

Bitte beachten Sie auch unsere Rabattmöglichkeiten auf Seite 21.
Alle Preise in Euro, AE-fähig, zzgl. MwSt.

Tageszeitung – Unsere Marktplätze

Preise zzgl. MiLoG-Aufschlag:
6,45 EUR für gestaltete Anzeigen,
4,06 EUR für Fließtextanzeigen*

immo38.de – Wohnen in der Region

		Gestaltete Anzeigen				Fließsatz pro Zeile[2]			
		Ortspreis		Grundpreis		Ortspreis		Grundpreis	
		sw	ab 50 mm 4c	sw	ab 50 mm 4c	sw	farbig	sw	farbig
Gesamtausgabe + Harz Lokal (GHL)[1]	Mo.– Fr.	10,10	13,28	11,89	15,62	13,38	15,30	15,97	18,00
	Sa.	11,39	14,96	13,39	17,61	15,75	18,00	18,80	21,17
	Kombi Mi./Sa., Sa./Mi.	16,44	21,60	19,34	25,42	22,44	25,65	26,79	30,17
Gesamtausgabe (GA)[1]	Mo.– Fr.	9,30	12,24	10,93	14,40	12,14	13,91	14,48	16,36
	Sa.	10,58	13,91	12,46	16,36	14,49	16,57	17,30	19,50
	Kombi Mi./Sa., Sa./Mi.	15,23	20,03	17,93	23,56	20,56	23,53	24,54	27,68
BZ / Region (BZR)	Mo.– Fr.	8,24	10,82	9,70	12,72	13,06	15,50	15,59	18,24
	Sa.	9,41	12,33	11,08	14,50	14,92	17,64	17,82	20,76
	Kombi Mi./Sa., Sa./Mi.	13,53	17,74	15,93	20,86	21,45	25,39	25,62	29,88
Hauptausgabe (HA)	Mo.– Fr.	7,30	9,57	8,59	11,25	10,26	11,76	12,25	13,84
	Sa.	8,46	11,08	9,96	13,04	12,14	13,91	14,48	16,36
	Kombi Mi./Sa., Sa./Mi.	12,11	15,87	14,26	18,67	17,27	19,79	20,61	23,28
Braunschweig (BS)	Mo.– Fr.	4,07	5,36	4,80	6,29				
	Sa.	4,81	6,32	5,66	7,45				
	Kombi Mi./Sa., Sa./Mi.	6,85	9,00	8,06	10,60				
Salzgitter (SZ)	Mo.– Fr.	1,68	2,17	1,95	2,57				
	Sa.	1,86	2,44	2,18	2,86				
	Kombi Mi./Sa., Sa./Mi.	2,70	3,53	3,16	4,15				
Wolfsburg (WOB/GF)	Mo.– Fr.	1,79	2,32	2,10	2,74				
	Sa.	2,00	2,61	2,35	3,06				
	Kombi Mi./Sa., Sa./Mi.	2,90	3,77	3,40	4,43				

Rabatte Mengenstaffel
(Fließsatz)

	Rabatt
300 – 6.000 Zeilen	15 %
200 – 299 Zeilen	10 %
100 – 199 Zeilen	5 %
50 – 99 Zeilen	3 %

Extras

	Logo pro Stück	Foto pro Stück	„In der Nähe von“ 1 Stück	„In der Nähe von“ 2 Stück
Grundpreis	—	—	6,73	10,66
Ortspreis	—	—	5,65	9,05
Preis	5,25	2,10	—	—

1 Nur für lokale Inserenten aus dem Verbreitungsgebiet.
2 Schlagzeilen werden doppelt berechnet. Preise gelten für Angebots- und Gesuchanzeigen.
Preise inkl. Internetveröffentlichung auf www.immo38.de als Basiseintrag.
*MiLoG-Aufschlag auf Grundlage des Mindestlohngesetzes.

Alle Preise in Euro zzgl. MwSt.

Technische Angaben Print

Allgemein

Grundschrift:	Anzeigenteil = 7 Punkt (2,5 mm) Textteil = 81/2 auf 91/2 Punkt
Druckverfahren:	Zeitungs-Offset-Rotationsdruck
Druckplattenherstellung:	Computer to Plate (direkte Plattenbelichtung)
Belichtungsauflösung:	1.270 dpi
Rasterweite:	150 lpi (60 Linien/cm), elliptisch
Tonwertumfang:	3% im Licht 90% zeichnende Tiefe
Tonwertzunahme:	26% im Mittelton (gesamt, Platte+Druck), entsprechend Druckstandard ISO 12647-3

Analoge Druckunterlagen

Film/Papier: Angelieferte Vorlagen (Film, Papier) müssen digitalisiert werden. Dies kann zu Qualitätsverlust führen. Eine Abstimmung mit Ihrem Mediaberater ist in jedem Fall erforderlich, um Aufwand und technische Möglichkeiten im Vorfeld zu klären.

Digitale Druckunterlagen

Dateiformate: Favorisiertes Format ist ein farbkombiniertes PDF, bevorzugt in den Spezifikationen PDF/X-1a, PDF/X-3 oder PDF/X-4. Farbkombinierte Postscript- und EPS-Daten sind mit eingebundenen Schriften ebenfalls möglich. Generische Dokumente aus Gestaltungsprogrammen können nur nach Absprache mit Ihrem Mediaberater akzeptiert werden.

Qualität

Bildauflösungen: Bezogen auf das Ausgabeformat sollte die Bildauflösung bei mindestens 200 dpi für Halbtondaten (Fotos) und mindestens 600 (optimal 1.270) dpi für Strichbilder liegen.

Strichbreiten: Positiv mindestens 1 Punkt, negativ mindestens 2 Punkt, bei mehrfarbigem Aufbau mindestens 4 Punkt.
Farbaufbau: Der Gesamtfarbauftrag soll 240% nicht überschreiten. Ein hochwertiges Druckergebnis setzt insbesondere beim Farbaufbau voraus, dass die Vorgaben des Industriestandards für den Zeitungs-Offset-Rotationsdruck (ISO 12647-3) eingehalten werden. Für die Bildbearbeitung empfiehlt sich der Einsatz des ICC-Profils „ISOnewspaper26v4" bzw. dessen Nachfolger „WANIFRAnewspaper26v5". Details zur ISO-Spezifikation und eine Downloadmöglichkeit für das Farbprofil finden sich unter
http://www.ifra.com/WebSite/ifra.nsf/html/CONT_ISO_DOWNLOADS bzw. http://www.wan-ifra.org/articles/2015/09/30/newspaper-colour-profile-download".

Druck

Farben: Schmuckfarben werden im Zusammendruck aus CMYK erzeugt. Abweichungen zu Farben nach dem HKS-Z-Fächer oder anderen Farbtonskalen sind dabei nicht zu vermeiden.
Volltondichte: Schwarz (K) = 1,10 / Cyan (C) = 0,90 / Magenta (M) = 0,90 / Yellow (Y) = 0,90

Datenübertragung

Datenträger: CD-ROM. Bitte legen Sie dem Datenträger einen Probedruck der Anzeige bei.
E-Mail: werben@bzv.de
Hilfe: Bei Fragen zur Datenübertragung erreichen Sie unser Auftragsmanagement montags bis donnerstags von 8.00 bis 17.00 Uhr und freitags von 8.00 bis 14.45 Uhr telefonisch unter 05 31/39 00-413

Zusatzinformationen

Auftragsdaten: Senden Sie den zur Anzeige gehörenden Auftrag zusammen mit einem einfachen Schwarzweißdruck bitte per Fax an die
05 31/39 00-438 oder fügen Sie den digitalen Druckunterlagen eine Textdatei mit den Auftragsdaten bei.
Wir benötigen folgende Informationen:

- Auftraggeber
- Ausgabe
- Erscheinungstag
- Anzeigengröße
- Angaben über die Farbigkeit
- Telefonnummer für Rückfragen mit
- Zeitangaben zur Erreichbarkeit

Andruck/Proofdruck: Ein farbverbindlicher Andruck/Proofdruck soll den Zeitungs-Offset-Rotationsdruck repräsentieren, bei Belegung der Gesamtausgabe benötigen wir 2 Exemplare.
Farbabweichungen: Ohne beigelegten Proofdruck (mit Ugra/Fogra-Medienkeil nach ISO 12647-3) sind im Druck abweichende Farben nicht zu vermeiden und rechtfertigen keinen Preisnachlass.

Technische Angaben Online

1. Leaderboard
Größe: 728 × 90 Pixel (max. 45 kB)

2. Skyscraper
Größe: 120 × 600 Pixel, 160 × 600 Pixel oder 200 × 600 Pixel (max. 45 kB)

3. Half Page Ad
Größe: 300 x 600 Pixel

4. Wallpaper
Eine zusätzliche Einfärbung des Hintergrunds ist möglich.
Größe: 728 × 90 Pixel (max. 45 kB) und 120, 160 oder 200 × 600 Pixel (max. 45 kB)

5. Rectangle
Größe: 300 × 250 Pixel (max. 45 kB)

Gestaltung Werbemittel
Auf Wunsch übernehmen wir die Gestaltung Ihres Werbemittels. Preise nach Absprache.

Dateiformate
Für Ihre Werbeschaltung können wir Dateien in folgenden Formaten verarbeiten: GIF, JPEG oder HTML.
Bei HTML wird aus technischen Gründen zusätzlich ein Werbemittel im Format GIF oder JPEG benötigt.
Zudem ist die technische Spezifikation für den so genannten Click-Tag zu berücksichtigen, die Sie bei Bedarf von uns anfordern können.

Ziel-URL
Bitte geben Sie an, auf welche Internetseite Ihr Werbemittel verlinkt werden soll.

Datenanlieferung
Ihre Werbemittel schicken Sie uns bitte spätestens 5 Werktage vor Kampagnenbeginn an:
Mail: online-werbemittel@bzv.de.

Spezifikationen NewsWall
Vorbehaltlich Verfügbarkeit
- Zusatzvolumen wird im Nonstop-Paket ausgespielt, d.h. nach Verfügbarkeit und Schieberecht zwischen 0:00 – 24:00 Uhr verteilt, Abnahme bestmöglich innerhalb des Buchungszeitraums. Mengenabnahmestaffel und dazugehöriges Zusatzvolumen gilt innerhalb eines Auftrags.
- Verfügbares Inventar: 180 Einblendungen / Stunde
  4.320 Einblendungen / Tag
  30.240 Einblendungen / Woche
- Möchten Sie einen bestimmten Stundenzeitraum (mind. 4 Stunden) buchen, so greift der jeweilige Tarif mit einem Aufschlag von 0,05 € / Einblendung

Allgemeine Geschäftsbedingungen

Für gewerbliche Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften

1. Anzeigenauftrag im Sinn 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. Der Vertragsschluss erfolgt in deutscher Sprache.

2. Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.

3. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2. genannten Frist – auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus – weitere Anzeigen abzurufen.

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

5. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen 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 aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige" deutlich kenntlich gemacht. Der Verlag ist bei einer Ähnlichkeit mit einer redaktionellen Beilage für den flüchtigen Leser berechtigt zu verlangen, dass die Beilage auf jeder Seite nach Abstimmung mit dem Verlag in geeigneter Form deutlich gekennzeichnet wird.

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 von drei Mustern 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. Schadenersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen; Schadenersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. 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. In jedem Falle kommen die vorstehenden Haftungsausschlüsse nicht zur Anwendung bei Schadensersatzansprüchen infolge der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit, sowie bei Ansprüchen nach dem Produkthaftungsgesetz.

Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und/oder 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. Sofern die technischen Voraussetzungen dafür gegeben sind, kann der Verlag Rechnungen auf elektronischem Weg per E-Mail versenden, wenn der Kunde dem nicht ausdrücklich widerspricht. 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 offen stehender 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
– bis zu	100.000	Exemplaren	15 v. H
– bis zu	500.000	Exemplaren	10 v. H
– über	500.000	Exemplaren	5 v. H

beträgt. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungs- und Schadenersatzansprüche 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 Chiffreanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Chiffreanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Chiffreanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein.

Dem Verlag kann einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A 4 (Gewicht 1.000 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. 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 Nichtkaufleuten nach deren Wohnsitz.

Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nichtkaufleuten, zum Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt, oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart. Der Text des Vertrages wird nach dessen elektronischem Abschluss von uns gespeichert. Aus technischen Gründen ist er danach nicht mehr für den Auftraggeber frei zugänglich. Der Vertragstext kann vom Auftraggeber vor Vertragsschluss abgespeichert werden.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

a) Mit der Erteilung eines Anzeigenauftrages erkennt der Auftraggeber die Allgemeinen und die Zusätzlichen Geschäftsbedingungen sowie die Preisliste des Verlages an. Bei privaten Anzeigenaufträgen gilt dies, wenn der Auftraggeber nach Hinweis auf die Anwendung der Geschäftsbedingungen den Auftrag ohne Widerspruch erteilt. Die Zusätzlichen Geschäftsbedingungen gehen den Allgemeinen Geschäftsbedingungen vor.
b) Der Verlag gewährt Werbeagenturen und Werbungsmittlern die handelsübliche Provision, sofern diese Mittler die gesamte Auftragsabwicklung übernehmen, die Aufträge dem Verlag unmittelbar erteilen, Texte bzw. Druckunterlagen direkt anliefern und die Abrechnung mit dem Werbungtreibenden unmittelbar vornehmen.
Die Mittler sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit dem Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlervergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.
c) Abschlüsse sind Rahmenverträge, die den Auftraggeber zur Abnahme von Anzeigenraum oder einer Anzeigenanzahl im vereinbarten Umfang und den Verlag zur Gewährung des sich aus dem Tarif ergebenden Rabattsatzes verpflichten.
Rahmenverträge (Abschlüsse) gelten nur für Anzeigen und sind für jeden Werbungtreibenden gesondert zu vereinbaren.
Nur beim Vorliegen eines Rahmenvertrages ist der Verlag verpflichtet, den sich aus dem Tarif ergebenden Rabatt zu gewähren.
Der Rahmenvertrag wird für den Zeitraum eines Jahres geschlossen, beginnend mit dem Erscheinen der ersten Anzeige. Daueraufträge sind mit den Rahmenverträgen nicht identisch. Daueraufträge enden erst mit dem Widerruf durch den Auftraggeber.
Abschlüsse sind für jede Belegungseinheit gesondert zu vereinbaren. Eine Zusammenfassung mehrerer Belegungseinheiten ist ausgeschlossen.
Private Fließsatzanzeigen tragen nicht zur Erfüllung von Rahmenverträgen bei.
Bei gerichtlichen Vergleichsverfahren werden Anzeigen-Rahmenverträge hinfällig, sofern sie nicht erfüllt sind; gewährte Rabatte können dann vom Verlag zurückgefordert werden.
d) Der Verlag behält sich bei Erstaufträgen vor, die Auftragsdurchführung von vorheriger Bezahlung abhängig zu machen.
e) Platzierungswünsche und -vorgaben von Anzeigen durch den Auftraggeber sind kein Vertragsbestandteil. Die Aufnahme von Anzeigen und Beilagen in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift kann nur dann erfolgen, wenn der Verlag bei rechtzeitigem Auftragseingang eine Platzierung schriftlich bestätigt hat. Platzierungszusagen für die Buchung der Tageszeitungsausgaben Gesamtausgabe und Hauptausgabe sind nur für die Ausgabe Braunschweig verbindlich.
f) Der Auftraggeber ist für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit des für die Veröffentlichung zur Verfügung gestellten Text- und Bildmaterials verantwortlich. Dem Auftraggeber obliegt es, den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen, die diesen aus der Ausführung des Auftrages, auch wenn er zurückgezogen werden sollte, gegen den Verlag erwachsen. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Anzeigen und Beilagen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden.
g) Sendet der Auftraggeber ihm rechtzeitig übermittelte Probeabzüge nicht fristgemäß zurück, so gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt. Sind Mängel der gelieferten Druckunterlage nicht sofort, sondern erst beim Druckvorgang erkennbar, so hat der Auftraggeber bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche.
h) Der Auftraggeber hat den richtigen Abdruck seiner Anzeige unverzüglich zu überprüfen. Der Verlag erkennt Ansprüche auf Herabsetzung der Vergütung, Ersatz oder Rückgängigmachung des Vertrages nicht an, wenn bei Wiederholungen der gleiche Fehler unterläuft, ohne dass nach der ersten Veröffentlichung eine sofortige Richtigstellung seitens des Auftraggebers erfolgt ist.
i) Bei Fließsatzanzeigen werden keine Anzeigenausschnitte oder sonstige Belege geliefert.
k) Beilagenauftrag ist der Vertrag über die kostenpflichtige Beifügung einer bestimmten Anzahl von Fremddrucksachen eines Werbungtreibenden in eine Druckschrift.
l) Werden Beilagen in einer anderen als der gewünschten Auflage verteilt, leistet der Verlag Schadenersatz bis zur Höhe der üblichen Herstellungskosten, falls die Verteilung für den Auftraggeber ohne Interesse war. Im Übrigen findet Ziffer 10. Anwendung.
m) Bei telefonisch aufgegebenen Anzeigen, Termin- und Ausgabenänderungen, Textkorrekturen und Abbestellungen übernimmt der Verlag für Übermittlungsfehler und fehlerhafte Aufzeichnungen keine Haftung.
n) Im Fall höherer Gewalt, bei Streik oder Aussperrung erlischt jede Verpflichtung auf Erfüllung von Aufträgen und Leistung von Schadenersatz, sofern den Verlag nicht Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit trifft. Vorstehender Haftungsausschluss kommt nicht zur Anwendung bei Schadensersatzansprüchen infolge der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit, sowie bei Ansprüchen nach dem Produkthaftungsgesetz.
o) Die Haftungsregelung von Ziffer 10. gilt auch, soweit abbestellte Anzeigen erscheinen.
p) Neue Anzeigen- und Beilagenpreise treten mit dem aus der Preisliste ersichtlichen Zeitpunkt in Kraft. Dies gilt auch für laufende Rahmenverträge und Anzeigenaufträge. Für Einzelaufträge, die vor Änderung der Preisliste erteilt wurden, gilt der alte Preis, sofern die Anzeige oder Beilage innerhalb von vier Monaten seit Auftragserteilung erscheinen sollte.
q) Anzeigen und Beilagen von Handel, Handwerk und Gewerbe aus dem Verbreitungsgebiet im Direktverkehr werden zu Ortspreisen berechnet. Bei Auftragserteilung über Werbungsmittler erfolgt die Annahme und Berechnung zu den jeweiligen Grundpreisen.
r) Vervielfältigte Druckunterlagen sowie montagefähige Papiervorlagen (z. B. Fotopapier) stehen dem Verlag mit Auftragserteilung zur freien Verfügung und unterliegen nicht der Aufbewahrungspflicht für Druckunterlagen.
s) Der Verlag speichert im Rahmen der Geschäftsbeziehungen bekannt gewordene Daten, die zu keinen anderen Zwecken als zu den Vertragszwecken verwendet werden (§§ 28 und 33 Bundesdatenschutzgesetz).
t) Der Auftraggeber ist damit einverstanden, dass die von ihm stammenden Angaben sowohl ergänzend zu der Veröffentlichung in der oder den Druckschriften in elektronischen Medien verbreitet als auch in Marktanalysen, z. B. Immobilienmarktauswertungen, verarbeitet werden.
u) Der Verlag ist berechtigt, in der Zeitung erscheinende Anzeigen in die Online-Dienste des Verlages einzustellen. Die Anzeigen werden automatisch für mindestens 7 Tage in den Online-Diensten veröffentlicht. Der Verlag ist berechtigt, hierfür einen Aufschlag gemäß dieser Preisliste zu berechnen.

Die jeweils aktuelle Fassung unserer Allgemeinen Geschäftsbedingungen finden Sie unter: www.bzv-medienhaus.de/werben-bzv-media/preislisten-agb

Allgemeine Geschäftsbedingungen

Für das gewerbliche Werbegeschäft in Online-Medien

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

1. Werbeauftrag

(1) „Werbeauftrag" im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Schaltung eines Werbemittels oder mehrerer Werbemittel in Informations- und Kommunikationsdiensten, insbesondere dem Internet, zum Zwecke der Verbreitung.
(2) Für den Werbeauftrag gelten ausschließlich die Allgemeinen Geschäftsbedingungen sowie die Preisliste des Anbieters, die einen wesentlichen Vertragsbestandteil bildet. Die Gültigkeit etwaiger Allgemeiner Geschäftsbedingungen des Auftraggebers oder sonstiger Inserenten ist, soweit sie mit diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen nicht übereinstimmen, ausdrücklich ausgeschlossen. Bei Aufträgen für Werbeschaltungen, die sich auf Online-Medien und andere Medien beziehen, gelten die jeweiligen Allgemeinen Geschäftsbedingungen für das betreffende Medium entsprechend. Der Vertragsschluss erfolgt in deutscher Sprache.

2. Werbemittel

(1) Ein Werbemittel im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen kann zum Beispiel aus einem oder mehreren der genannten Elemente bestehen:
– aus einem Bild und/oder Text, aus Tonfolgen und/oder Bewegtbildern (u. a. Banner),
– aus einer sensitiven Fläche, die bei Anklicken die Verbindung mittels einer vom Auftraggeber genannten 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 als Werbung deutlich kenntlich gemacht.

3. Vertragsschluss

(1) Vorbehaltlich entgegenstehender individueller Vereinbarungen kommt der Vertrag grundsätzlich durch schriftliche oder durch E-Mail erfolgende Bestätigung des Auftrags zustande. Auch bei mündlichen oder fernmündlichen Bestätigungen liegen die Allgemeinen Geschäftsbedingungen zugrunde.
(2) Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag im Zweifel mit der Werbeagentur zustande, vorbehaltlich anderer schriftlicher Vereinbarungen. Soll ein Werbetreibender Auftraggeber werden, muss er von der Werbeagentur namentlich benannt werden. Die Anbieter sind berechtigt, von den Werbeagenturen einen Mandatsnachweis zu verlangen.
(3) Werbung für Waren oder Leistungen von mehr als einem Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten innerhalb eines Werbeauftritts (z. B. Banner-, Pop-up-Werbung ...) bedürfen einer zusätzlichen schriftlichen oder durch E-Mail geschlossenen Vereinbarung.

4. Abwicklungsfrist

Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht des Auftraggebers zum Abruf einzelner Werbemittel eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Vertragsabschluss abzuwickeln.

5. Auftragserweiterung

Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 4 genannten Frist unter dem Vorbehalt vorhandener Kapazität auch über die im Auftrag genannte Menge hinaus weitere Werbemittel abzurufen.

6. Nachlasserstattung

(1) Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Anbieter nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschiedsbetrag zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Anbieter zu erstatten.
(2) Der Auftraggeber hat, wenn nichts anderes vereinbart 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.

7. Datenanlieferung

(1) Der Auftraggeber ist verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder technischen Vorgaben der Anbieter entsprechende Werbemittel rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern.
(2) Die Pflicht des Anbieters zur Aufbewahrung des Werbemittels endet drei Monate nach seiner letztmaligen Verbreitung.
(3) Kosten des Anbieters für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen des Werbemittels hat der Auftraggeber zu tragen.

8. Chiffrewerbung

(1) Für den Fall, dass Chiffrewerbung geschaltet werden kann, werden die Eingänge vier Wochen aufbewahrt oder gespeichert. Zuschriften, die in dieser Zeit nicht abgeholt oder abgerufen wurden, werden vernichtet bzw. gelöscht.
(2) Briefe, die das zulässige Format DIN A 4 (Gewicht 50 g) überschreiten, sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen werden nicht entgegengenommen. Eingehende E-Mails werden nur bis zu einer Datenmenge von 300 Kilobyte pro E-Mail weitergeleitet.

9. Ablehnungsbefugnis

(1) Der Anbieter behält sich vor, Werbeaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – abzulehnen bzw. zu sperren, 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.

10. Rechtegewährleistung

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

11. Gewährleistung des Anbieters

(1) Der Anbieter gewährleistet im Rahmen der vorhersehbaren Anforderungen eine dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe des Werbemittels. Dem Auftraggeber ist jedoch bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, ein von Fehlern vollkommen freies Programm zu erstellen. Die Gewährleistung gilt nicht für unwesentliche Fehler. Ein unwesentlicher Fehler in der Darstellung der Werbemittel liegt insbesondere vor, wenn er hervorgerufen wird
– durch die Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungssoft- und/oder Hardware (z. B. Browser) oder
– durch Störung der Kommunikationsnetze anderer Betreiber oder durch Rechnerausfall aufgrund Systemversagens oder
– 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 Fehlschlagen 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.

12. Leistungsstörungen

Fällt die Durchführung eines Auftrags aus Gründen aus, die der Anbieter nicht zu vertreten hat (etwa softwarebedingt oder aus anderen technischen Gründen), insbesondere wegen Rechnerausfalls, höherer Gewalt, Streik, aufgrund gesetzlicher Bestimmungen, Störungen aus dem Verantwortungsbereich von Dritten (z. B. anderen Providern), Netzbetreibern oder Leistungsanbietern oder aus vergleichbaren Gründen, so wird die Durchführung des Auftrags nach Möglichkeit nachgeholt. Bei Nachholung in angemessener und für den Auftraggeber zumutbarer Zeit nach Beseitigung der Störung bleibt der Vergütungsanspruch des Anbieters bestehen.

13. Haftung

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

14. Preisliste

(1) Es gilt die im Zeitpunkt der Auftragserteilung im Internet veröffentlichte Preisliste. Gegenüber Unternehmen bleibt eine Änderung vorbehalten. Für vom Anbieter bestätigte Aufträge sind Preisänderungen allerdings nur wirksam, wenn sie vom Anbieter mindestens einen Monat vor Veröffentlichung des Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden.
(2) Nachlässe bestimmen sich nach der jeweils gültigen Preisliste. Werbeagenturen und sonstige Werbemittler sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preislisten des jeweiligen Anbieters zu halten.

15. Zahlungsverzug

(1) Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen und Einziehungskosten berechnet. Der Anbieter kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Zahlung zurückstellen und für die restliche Schaltung Vorauszahlung verlangen.
(2) Objektiv begründete Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers berechtigen den Anbieter, auch während der Laufzeit des Vertrages, das Erscheinen weiterer Werbemittel ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

16. Kündigung

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

17. Informationspflichten des Anbieters

Soweit nichts anderes vereinbart ist, obliegt es dem Anbieter, innerhalb von zehn Werktagen nach Ausführung des Auftrags folgende Informationen für den Auftraggeber zum Abruf bereitzuhalten:
– die Zahl der Zugriffe auf das Werbemittel
– die Ausfallzeit des Ad-Servers, soweit sie eine zusammenhängende Stunde überschreitet.

18. Datenschutz

Der Werbeauftrag wird unter Berücksichtigung der geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen abgewickelt.

19. Erfüllungsort/Gerichtsstand

Erfüllungsort ist der Sitz des Anbieters. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichem Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Anbieters. Soweit Ansprüche des Anbieters nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Es gilt deutsches Recht. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Anbieters vereinbart, wenn der Vertrag schriftlich geschlossen wurde. Der Text des Vertrages wird nach dessen elektronischem Abschluss von uns gespeichert. Aus technischen Gründen ist er danach nicht mehr für den Auftraggeber frei zugänglich. Der Vertragstext kann vom Auftraggeber vor Vertragsschluss abgespeichert werden.

Wir machen Sie darauf aufmerksam, dass die Urheberrechte an allen durch den Verlag gestalteten und gesetzten Werbemittel bis zur vollständigen Bezahlung des (Druck-)Auftrages ausschließlich beim Verlag liegen. Die vorzeitige Weitergabe oder Verwendung der Daten oder von Teilen des Werbemittels ohne die Zustimmung des Verlages ist nicht gestattet. Sollten Sie den Auftrag vorzeitig stornieren, können Sie die Rechte an den Entwürfen separat käuflich erwerben. Sprechen Sie uns an.

© VadimGuzhva | stock.adobe.com

Die jeweils aktuelle Fassung unserer Allgemeinen Geschäftsbedingungen finden Sie unter: www.bzv-medienhaus.de/werben-bzv-media/preislisten-agb

Verlagsangaben Tageszeitung

BZV Medienhaus GmbH
Hintern Brüdern 23
38100 Braunschweig

Postanschrift	Postfach 80 52 38130 Braunschweig
Telefon	0531/39 00 -413
Telefax	0531/39 00 -438
Tel. Anzeigenannahme[1]	0 800/0 77 11 88 21
Telefax-Fließsatzanzeigen	0531/39 00 -426
Internet	www.braunschweiger-zeitung.de
E-Mail	werben@bzv.de
Expressgutbahnhof	Braunschweig

Bankkonto

Nord/LB	
Konto-Nummer	146 910
Bankleitzahl	250 500 00
IBAN	DE67 2505 0000 0000 1469 10
BIC-/SWIFT-Code	NOLA DE 2HXXX
USt-ID	DE 176994095

Erscheinungsweise

6-mal wöchentlich, werktags, morgens

Haupt-Erscheinungstermine der Rubrikenmärkte

immo38.de	Mittwoch – Samstag
auto38.de	Mittwoch – Samstag
job38.de	Mittwoch – Samstag
Reisemarkt	Samstag

Anzeigenschluss und Rücktrittstermine

Montag-Ausgabe	Samstag,	12.30 Uhr
Dienstag–Freitag-Ausgabe	am Vortag,	9.30 Uhr
Wochenendausgabe	Donnerstag,	12.00 Uhr
Reise- und Bäderteil	Donnerstag,	12.00 Uhr

Druckunterlagenschluss (digitale Vollvorlagen) für Gesamtausgabe[2]

Montag-Ausgabe	Freitag,	9.30 Uhr
Dienstag–Freitag-Ausgabe	am Vortag,	9.30 Uhr
Wochenendausgabe	Donnerstag,	12.00 Uhr

Grundpreis

Dieser Preis gilt für Aufträge von Inserenten mit Sitz außerhalb unseres Verbreitungsgebietes – oder bei Schaltung über eine Werbeagentur.

Ortspreis

Dieser Preis gilt für Aufträge von Inserenten aus Handel, Handwerk und Gewerbe mit Sitz im Verbreitungsgebiet – ohne Einschaltung einer Werbeagentur.

Platzierungswünsche

Platzierungswünsche werden nach Möglichkeit erfüllt. Bei Nichteinhaltung besteht kein
Anspruch auf Preisnachlass.

Chiffre-Gebühr

Für Chiffre-Anzeigen unter Kennziffer werden unabhängig von der Anzahl der Zuschriften bei
Abholung 4,05 €, für Zusendung 8,95 € erhoben.

Zahlungsbedingungen

Zahlbar innerhalb von 10 Tagen nach Rechnungserhalt netto Kasse. Skonto in Höhe von 1% des Rechnungsbetrages inkl. MwSt. wird bei Vorauszahlung des Gesamtrechnungsbetrages vor Beginn der Leistungserbringung oder bei SEPA-Lastschrift gewährt. Der Verlag behält sich vor, aus begründetem Anlass, wie z.B. Neuaufnahme der Geschäftsbeziehung, Vorauszahlung vor der Veröffentlichung zu verlangen. Soweit Sie uns ein SEPA Mandat erteilt haben, beträgt die Vorankündigungsfrist für den Einzug mindestens 4 Werktage.

AE-Provision

15 % auf Anzeigen, Beilagen und
Online-Werbemittel

Mindestlohnaufschläge

Auf Basis des Mindestlohngesetzes (MiLoG) werden folgende Aufschläge erhoben:
pro Auftrag
6,46 Euro für gestaltete Anzeigen
4,06 Euro für Fließtextanzeigen
pro 1.000 Stück
5,20 Euro für Beilagen bis 60g
8,32 Euro für Beilagen bis 90g
11,44 Euro für Beilagen ab 91g

Alle Preise zuzüglich der jeweils gültigen Mehrwertsteuer.

1 kostenlos
2 Die Druckunterlagen müssen früher vorliegen, wenn Satzarbeiten erforderlich sind. Diese müssen zu o. g. Zeiten abgeschlossen sein.

Kontakt

National

Funke Sales GmbH
National Sales
Evangelos Botinos: Tel. 02 01 / 8 04 - 27 33
E-Mail: national-sales@funkemedien.de

Media Impact GmbH & Co. KG
Ingo Günther: Tel. 0 40 / 3 47 – 2 33 15
Lars Golde Tel. 0 30 / 25 91 – 7 30 69
E-Mail: regionale-tageszeitungen@media-impact.de

Score Media Group GmbH & Co. KG
Büro Düsseldorf Tel. 02 11 / 33 99 - 72 29
Büro München Tel. 0 89 / 89 17 44 71
E-Mail: info@score-media.de

© Robert Kneschke | stock.adobe.com

Regional

Braunschweiger Zeitung
38100 Braunschweig,
Hintern Brüdern 23
38130 Braunschweig, Postfach 80 52
www.braunschweiger-zeitung.de/anzeigen
Anzeigenverkauf: Tel. 05 31 / 39 00 – 413
Fax 05 31 / 39 00 – 426 und – 438
E-Mail: werben@bzv.de

Gifhorner Rundschau
38518 Gifhorn, Steinweg 78
www.gifhorner-rundschau.de/anzeigen
Anzeigenverkauf: Tel. 0 53 71 / 81 70 – 29
Fax 0 53 71 / 81 70 – 55

Goslarsche Zeitung
38640 Goslar, Bäckerstraße 31 – 35
Anzeigenverkauf: Tel. 0 53 21 / 3 33 – 1 33
Fax 0 53 21 / 3 33 – 1 99

HarzKurier
37520 Osterode am Harz, Gipsmühlenweg 2–4
Anzeigenverkauf: Tel. 0 55 22 / 31 70 – 0
Fax 0 55 22 / 31 70 – 4 80

Helmstedter Nachrichten
38350 Helmstedt, Neumärker Straße 1a –3
www.helmstedter-nachrichten.de/anzeigen
Anzeigenverkauf: Tel. 0 53 51 / 12 07 – 18
Fax 0 53 51 / 12 07 – 44

Peiner Nachrichten
31224 Peine, Gröpern 21
www.peiner-nachrichten.de/anzeigen
Anzeigenverkauf: Tel. 0 51 71 / 70 06 – 17
Fax 0 51 71 / 70 06 – 34

Wolfenbütteler Zeitung
38300 Wolfenbüttel, Lange Herzogstraße 9
www.wolfenbuetteler-zeitung.de/anzeigen
Anzeigenverkauf: Tel. 0 53 31 / 80 01 – 23
Fax 0 53 31 / 80 01 – 24

Salzgitter Zeitung
38226 Salzgitter (Lebenstedt), Chemnitzer Str. 33
www.salzgitter-zeitung.de/anzeigen
Anzeigenverkauf: Tel. 0 53 41 / 40 96 – 25
Fax 0 53 41 / 40 96 – 14

Wolfsburger Nachrichten
38440 Wolfsburg, Porschestraße 22 – 24
www.wolfsburger-nachrichten.de/anzeigen
Anzeigenverkauf: Tel. 0 53 61 / 84 08 – 20
Fax 0 53 61 / 84 08 – 23

BZV
DAS MEDIENHAUS

BZV media

FUNKE SALES

media impact

SCORE MEDIA GROUP

agma

OBS online booking system

BZV Medienhaus GmbH, Hintern Brüdern 23, 38100 Braunschweig
Multimedia Werbe- und Verlags-GmbH, Hintern Brüdern 23, 38100 Braunschweig