



ANZEIGEN
ONLINE
goslarsche.de
anzeigen

Goslarische Zeitung

Ihr **starker**
Medienpartner
in der **Region**.

Goslarische Zeitung

goslarsche.de

GZ+

Harzer Sonntag
Panorama

WIRTSCHAFT
IM HARZ



Goslarische Zeitung

wann, wie und wo ich will



Jeden Morgen in Ihrem Briefkasten

Frühmorgens erhalten Sie sechsmal in der Woche weitgehende Hintergrundinformationen und Analysen in unserer Printausgabe – für einen perfekten Start in den Tag.



Aktuelle Nachrichten auf www.goslarische.de

Sobald etwas Wichtiges passiert, informieren wir Sie mit einer Eilmeldung – bereits kurz danach erfahren Sie mehr über die Hintergründe.



Auch unterwegs jederzeit informiert

Lesen Sie das E-Paper, die digitale Ausgabe der Goslarischen Zeitung, und bleiben Sie auf dem Laufenden – egal, wo Sie sind.

Goslarische Zeitung

■ Allgemeine Verlagsangaben	4	■ Menschen und Märkte	14
■ Technische Angaben/Druck	5	■ Verlagsbeilagen, Magazine und Kalender	15
■ Auflagen und Verbreitungsgebiete	6	■ Prospektbeilagen	16
■ Daten und Fakten – Print	7	■ Beschaffenheit von Beilagen	17
■ Platzierungsbedingungen und Sonderformate	8	■ Digitale Werbung	18-22
■ Standardformate	9	■ Ansprechpartner	23
■ Preise Goslarische Zeitung	10	■ Allgemeine Geschäftsbedingungen	24-27
■ Preise Harzer Panorama	11	■ Verlagsvertretungen	28
■ Preise Kombination GZ + Harzer Panorama	12		
■ Private Anzeigen	13		

Verlag

Goslarsche Zeitung Karl Krause GmbH & Co. KG
Pressehaus, Bäckerstraße 31-35, 38640 Goslar
Postfach 2994, 38629 Goslar
angeschlossen an die Tarifgemeinschaft mit der
Braunschweiger Zeitung Gesamtausgabe
Telefon 0 53 21 / 333-0
Telefax 0 53 21 / 333-199
www.goslarsche.de

Vermarktungsleitung Regional

Nicole Stuhlmüller
Telefon 0 53 21 / 333-140
E-Mail nicole.stuhlmueller@goslarsche-zeitung.de

National

Lutz Scheibel
Telefon 0 53 21 / 333-130
E-Mail lutz.scheibel@goslarsche-zeitung.de

Digital

Lars Grollmisch
Telefon 0 53 21 / 333-301
E-Mail lars.grollmisch@goslarsche-zeitung.de

Vermarktung

Telefon 0 53 21 / 333-133 und 0 53 21 / 333-139
anzeigen@goslarsche-zeitung.de

Geschäftsbedingungen

Aufträge werden zu den Allgemeinen Geschäftsbedingungen
für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeit-
schriften und zu den zusätzlichen Geschäftsbedingungen
des Verlages ausgeführt (siehe Blatt 24+25).

Bankverbindungen

Volksbank Nordharz
IBAN: DE77 2689 0019 3005 6373 00 · BIC: GENODEF1VNH
Sparkasse Hildesheim Goslar Peine
IBAN: DE37 2595 0130 0000 0360 12 · BIC: NOLADE21HIK

Zahlungsbedingungen

Nach Erhalt der Rechnung ohne Abzug

Chiffregebühren

Selbstabholer 1,30 €, Postzustellung 8,00 € zzgl. MwSt.
werktags morgens

Erscheinungsweise

Goslarsche Zeitung
Montagausgabe (Sonder- und Standardformate)
am Freitag, 12 Uhr,
Dienstag- bis Freitagausgabe am Vortag, 12 Uhr,
Wochenendausgabe: Stellen-, Kfz- und Immobilien-
anzeigen am Donnerstag, 17 Uhr,
alle übrigen Anzeigen am Freitag, 10 Uhr

Anzeigenschluss

Harzer Panorama
am Mittwoch, 17 Uhr

Druckunterlagenschluss

24 Stunden vor Erscheinen

Rücktrittsrecht

2 Werkstage vor Erscheinen

Anlieferungstermin Beilagen

3 Werkstage vor Beilagentermin

Rücktrittstermin Beilagen

8 Werkstage vor Beilagentermin

Anzeigenstrecke

Streckenrabatt ab 4 Seiten,
Vereinbarung nach Rücksprache

Ortspreise

Der Ortspreis kommt für direkt erteilte Aufträge des
lokalen Einzelhandels, Handwerks, Gewerbes und der
Industrie zur Anwendung.

QR-Code

Kostenlose Erstellung eines QR-Codes für Anzeigen,
individuell mit Logo 30,00 € zzgl. MwSt.

Format	Berliner Format 470 x 315 mm (Höhe x Breite)		Rasterweite	bis 40 Linien/cm
Satzspiegel	435 x 282 mm (Höhe x Breite)		Tonwertzunahme	26 %
Breite Panorama	597 mm		Strichbreite, positiv	0,1 mm
Spaltenbreiten	1 Textspalte = 1,2 Anzeigenspalten		negativ	einfarbig 0,8 mm, mehrfarbig 1,25 mm
	Anzeigenpartie	Redaktioneller Teil	Volltondichte	S = Schwarz 1.10 C = Cyan 0.90 M = Magenta 0.90 Y = Yellow 0.90
	1-spaltig = 45 mm	1-spaltig = 53 mm	Farbdeckung	180 %
	2-spaltig = 92,4 mm	2-spaltig = 110,24 mm	Aufbau der Farbauszüge	Euro-Skala
	3-spaltig = 139,8 mm	3-spaltig = 167,5 mm	Farbprofil Zeitungsdruck	ISO Newspaper 26v4
	4-spaltig = 187,2 mm	4-spaltig = 224,75 mm		
	5-spaltig = 234,6 mm	5-spaltig = 282 mm	Sonderfarben	Aufbau aus Euro-Skala
	6-spaltig = 282 mm		Platzierung Farbanzeigen	Mit drucktechnisch bedingten Einschränkungen auf allen für Farbanzeigen geeigneten Seiten, die jeweils vom Umfang abhängig sind. Bestimmte Plätze und Seiten können nicht bindend vereinbart werden.
	Panorama = 597 mm			Druckdateien (Printfiles), die unter Einschluss sämtlicher verwendeter Schriften und Bildelementen belichtungsfähig formatiert sind.
Druckverfahren	Offset-Rotation			Rasterweite 40 l/cm (100 lpi); Auflösung 1270 dpi; Passkreuze und Farbauszugbezeichnung aktiviert.
Papier	Gedruckt auf Zeitungspapier mit mind. 50 % Altpapieranteil		Formate	PDF-/EPS-Dateien zur Einbindung in digitale Datensätze nur vollständig unter Beifügung sämtlicher verwendeter Schriften (Bilddateien müssen im PDF-/EPS-Format eingebunden sein; Mindestauflösung 300 dpi, Farbmodell CMYK oder Graustufe); bei wenig Text wahlweise auch Einbindung vektorisierter Schriftelemente möglich.
Grundschrift	Anzeigenpartie 7,0 p = 2,63 mm Textteil 9,2 p = 3,45 mm			
Druckform	Offsetplatte, CTP (Computer to plate)			
Druckunterlagen	Digitale Druckunterlagen. Für besondere reprotochnische Arbeiten an nichtrepro-fähigen Druckunterlagen werden zusätzliche Kosten berechnet. Preis auf Anfrage.			

Auflagen und Verbreitungsgebiete

Preisliste Nr. 70 | Nielsen 1 | 38640 Goslar | Gültig ab 01.01.2026



Goslarsche Zeitung

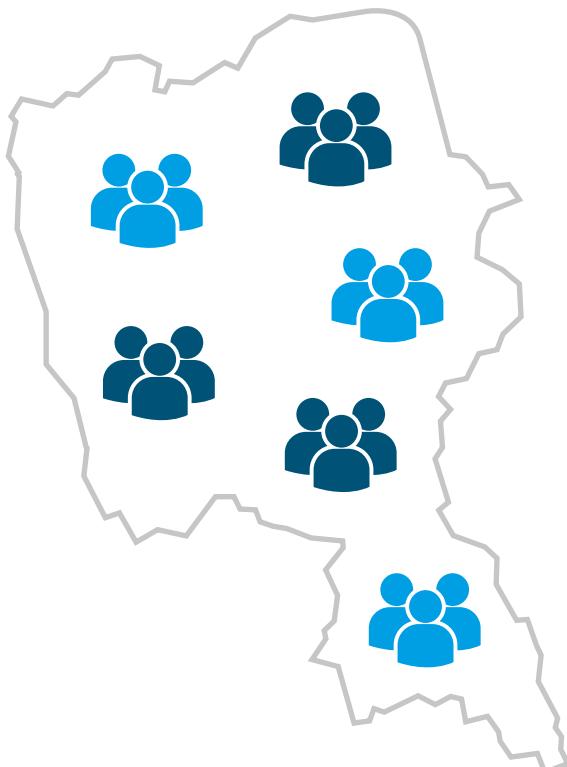
ZIS-Nr. 100270

Verkaufte Auflage **15.988 Ex.**
Verbreitete Auflage **16.421 Ex.**
davon digital **2.872 Ex.**



Harzer Panorama

Druckauflage **66.460 Ex.**



58.000 Leser im Verbreitungsgebiet



40.000
leben in einem Haushalt
mit Tageszeitungs-Abo



24.000
sind zwischen 14 und
49 Jahre alt



36.000
sind älter als 50 Jahre



32.000
sind berufstätig

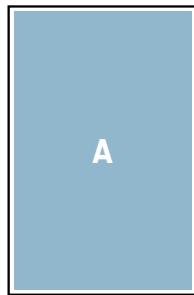


42.000
leben in Haushalten mit mind.
2.500 € Nettoeinkommen

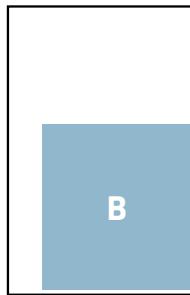
Satzspiegel 435 mm hoch x 282 mm breit, Seitenvolumen: 2610 mm · **Anzeigenspalten** Breite: 45 mm, Anzahl: 6 · **Textspalten** Breite: 53 mm, Anzahl: 5 · **Umrechnungsfaktor** 1,2

Sonderformate	Mindesthöhe	Maximalhöhe	Mindestvolumen	Anzahl Spalten	Anmerkungen
Titelkopfanzeige	Festgröße 47 mm	Festgröße 47 mm		1 Textspalte	Platzierung am Kopf der Titelseite rechts außen.
Titelstreifen	Festgröße 50 mm	Festgröße 50 mm	300 mm	5 Textspalten	Platzierung am Fuß der Titelseite.
Textteilanzeige	20 mm	150 mm Titelseite 60 mm	20 mm	1 Textspalte	Platzierung im Textteil.
Griffecke	Festgröße 100 mm	Festgröße 100 mm		2 Textspalten	Platzierung am Fuß außen, Titelseite oder erste Lokalseite.
Eckfeldanzeige	250 mm 167 mm 125 mm	360 mm 320 mm 250 mm	600 mm	2 Textspalten 3 Textspalten 4 Textspalten	Platzierung am Fuß außen auf einer linken oder rechten Textseite.
Streifenanzeige	100 mm	360 mm	600 mm	5 Textspalten	Platzierung am Fuß einer linken oder rechten Seite.
Blatthohe Anzeige	415 mm	435 mm		1-4 Textspalten	Werden ab 415 mm freigestellt und blatthoch berechnet.
Satellitenanzeigen bzw. „Anzeigen-Treppe“	20 mm	150 mm	200 mm	1-2 Anzeigenspalten	Platzierung auf einer rechten oder linken Anzeigenseite.
Inselanzeige	Festgröße 120 mm	Festgröße 120 mm	240 mm	2 Anzeigenspalten	Festgröße 120/2, Platzierung im Kleinanzeigen Teil Seitenmitte.
Panoramaanzeige	200 mm	320 mm	2600 mm	12 Anzeigenspalten + Bundsteg = 597 mm Breite	Anzeigen über 2 Seiten einschl. Bund, Platzierung im Text- oder Anzeigenteil. Mindestvolumen im redaktionellen Teil 2600 mm, im Anzeigenteil nach Absprache.
Tunnelanzeige	100 mm	320 mm	600 mm	5, 7 oder 9 Textspalten	Platzierung am Fuß einer Seite.
Börsenstreifen	Festgröße 35 mm	Festgröße 35 mm		6 Anzeigenspalten	Platzierung samstags über den Börsennachrichten

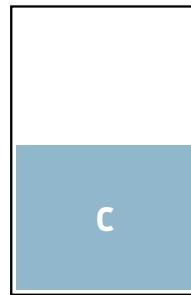
Grundpreise, Ortspreise auf Anfrage



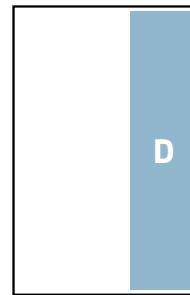
282 x 435 mm (B x H)



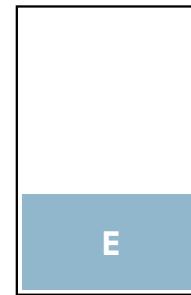
224,75 x 250 mm
nur Textseiten
1.200 mm Volumen



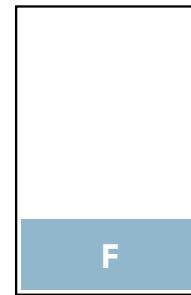
282 x 218 mm



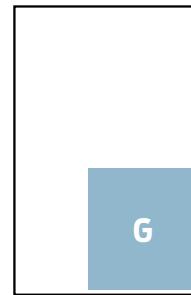
110,24 x 435 mm
nur Textseiten
1.044 mm Volumen



282 x 145 mm



282 x 110 mm



167,5 x 185 mm
nur Textseiten
666 mm Volumen

	A 1/1 Seite	B 1000er Eckfeld	C 1/2 Seite blattbreit	D 1/3 Seite blatthoch	E 1/3 Seite blattbreit	F 1/4 Seite blattbreit	G 1/4 Seite Eckfeld
Goslarische Zeitung	10.413,90 €	4.788,00 €	5.218,92 €	4.165,56 €	3.471,30 €	2.633,40 €	2.657,34 €

Goslarische Zeitung

Satzspiegel 435 mm hoch x 282 mm breit, Seitenvolumen: 2610 mm

Anzeigenpalten Breite: 45 mm, Anzahl: 6 · **Textspalten** Breite: 53 mm, Anzahl: 5 · **Umrechnungsfaktor** 1,2

Legende

online = 30 Tage kostenfrei abrufbar auf jobs.goslarische.de. Ab einem Volumen von 150 mm erscheint die Anzeige automatisch als Top Job zu einem Aufpreis von 99 €.

*¹ = ohne weitere Nachlässe und nur bei direkter Auftragserteilung, nicht erwerbswirtschaftlich

*² = 1. Wort fett in genormter Gestaltung ohne Satzauszeichnung oder Umrandung; Schlagzeile (doppelt fett) = 2 Zeilen; besondere Texthervorhebungen/Satzauszeichnungen = 25 % Aufschlag; alle Wörter fett = 50 % Aufschlag; gestaltete Fließsätze (Logos etc.) sowie Fließsätze, farbig unterlegt, werden nach effektiver Abdruckhöhe zum Millimeterpreis abgerechnet.

*³ = Festpreis

Goslarische Zeitung (Mindestgröße 20 mm)	Grundpreis je mm	Ortspreis je mm
Anzeigenteil	3,99 €	3,36 €
1/1 Seite* ³	10.413,90 €	8.769,60 €
Textteilanzeige	6,23 €	5,61 €
Titelkopfanzeige* ³	1.331,47 €	1.120,69 €
Titelstreifen* ³	2.289,39 €	1.971,33 €
Griffecke Titelseite* ³	1.831,51 €	1.545,48 €
Griffecke 1. Lok* ³	1.496,64 €	1.260,02 €
Streifenanzeige 1. Lok* ³	3.115,59 €	2.623,85 €
Stellenanzeige (print + online)	4,89 €	4,14 €
Amtliche Bekanntmachungen* ¹		1,75 €
Vereine / Verbände (nur für gemeinnützige Zwecke)		2,09 €
Kirchliche Nachrichten		1,35 €
Geschäftlicher Fließsatz schwarz-weiß* ²	8,62 € (mind. 3 Zeilen, je Zeile)	7,27 € (mind. 3 Zeilen, je Zeile)
Geschäftlicher Fließsatz farbig* ²	3,99 € (mind. 7 Zeilen)	3,36 € (mind. 7 Zeilen)
Advertorial 1/1-Seite		3.499,00 €
Advertorial 1/2 Seite		1.750,00 €



Satzspiegel	435 mm hoch x 282 mm breit, Seitenvolumen: 2610 mm
Anzeigenspalten	Breite: 45 mm, Anzahl: 6
Druckauflage	66.460 Ex.
Anzeigenschluss	Mittwoch, 17 Uhr

Legende

online = 30 Tage kostenfrei abrufbar auf jobs.goslarische.de. Ab einem Volumen von 150 mm erscheint die Anzeige automatisch als Top Job zu einem Aufpreis von 99 €. Weitere Optionen zubuchbar (siehe Blatt 19).

*1 = 1. Wort fett in genormter Gestaltung ohne Satzauszeichnung oder Umrandung; Schlagzeile (doppelt fett) = 2 Zeilen; besondere Texthervorhebungen/Satzauszeichnungen = 25 % Aufschlag; alle Wörter fett = 50 % Aufschlag; gestaltete Fließsätze (Logos etc.) sowie Fließsätze, farbig unterlegt, werden nach effektiver Abdruckhöhe zum Millimeterpreis abgerechnet

*2 = Festnreis



Harzer Panorama (Mindestgröße 20 mm)	Grundpreis je mm	Ortspreis je mm
Anzeigenteil	3,61 €	3,05 €
1/1 Seite* ²	9.422,10 €	7.960,50 €
Titelkopfanzeige (Festgröße 60/1)* ²	239,72 €	206,08 €
2-Spalter Titelseite	4,01 €	3,43 €
Streifenanzeige Titelfuß	4,01 €	3,43 €
Stellenanzeige (print + online)	4,32 €	3,66 €
Geschäftlicher Fließsatz schwarz-weiß* ¹	6,99 € (mind. 3 Zeilen, je Zeile)	5,89 € (mind. 3 Zeilen, je Zeile)
Geschäftlicher Fließsatz farbig* ¹	3,61 € (mind. 7 Zeilen)	3,05 € (mind. 7 Zeilen)
Advertisorial 1/1-Seite		2.999,00 €
Advertisorial 1/2 Seite		1.500,00 €

Einheitliche Preise und zzgl. MwSt.

Goslarische Zeitung +



Satzspiegel 435 mm hoch x 282 mm breit, Seitenvolumen: 2610 mm

Anzeigenspalten Breite: 45 mm, Anzahl: 6

Legende

online = 30 Tage kostenfrei abrufbar auf jobs.goslarische.de. Ab einem Volumen von 150 mm erscheint die Anzeige automatisch als Top Job zu einem Aufpreis von 99 €.
Weitere Optionen zubuchbar (siehe Blatt 19).

*¹ = 1. Wort fett in genormter Gestaltung ohne Satzauszeichnung oder Umrandung;
Schlagzeile (doppelt fett) = 2 Zeilen; besondere Texthervorhebungen/Satzauszeichnungen = 25 % Aufschlag; alle Wörter fett = 50 % Aufschlag;
gestaltete Fließsätze (Logos etc.) sowie Fließsätze, farbig unterlegt, werden nach effektiver Abdruckhöhe zum Millimeterpreis abgerechnet.

*² = Festpreis

Grundpreis
(Mindestgröße 20 mm)



Kombination Goslarische Zeitung + Harzer Panorama

Anzeigenteil

5,91 € / mm

1/1 Seite*²

15.425,10 €

Stellenanzeige (print + online)

7,10 € / mm

Geschäftlicher Fließsatz schwarz-weiß (mind. 3 Zeilen)*¹

12,08 € / Zeile

Geschäftlicher Fließsatz farbig (mind. 7 Zeilen)*¹

5,91 € / mm

Ortspreis
(Mindestgröße 20 mm)



Kombination Goslarische Zeitung + Harzer Panorama

Anzeigenteil

4,95 € / mm

1/1 Seite*²

12.919,50 €

Stellenanzeige (print + online)

5,93 € / mm

Geschäftlicher Fließsatz schwarz-weiß (mind. 3 Zeilen)*¹

10,13 € / Zeile

Geschäftlicher Fließsatz farbig (mind. 7 Zeilen)*¹

4,95 € / mm

Satzspiegel 435 mm hoch x 282 mm breit, Seitenvolumen: 2610 mm**Anzeigenspalten** Breite: 45 mm, Anzahl: 6**Legende**

- *¹ = 1. Wort fett in genormter Gestaltung ohne Satzauszeichnung oder Umrandung;
 Schlagzeile (doppelt fett) = 2 Zeilen; besondere Texthervorhebungen/Satzauszeichnungen = 25 % Aufschlag; alle Wörter fett = 50 % Aufschlag.
- *² = Festpreis

Familienanzeigen (print + online)	Ausgabe	je mm
dienstags bis freitags	Goslarische Zeitung	1,30 €
samstags	Goslarische Zeitung	1,39 €

Fließsatzanzeigen	Ausgabe	je Zeile
Fließsatz (mind. 3 Zeilen, je Zeile)* ¹	Goslarische Zeitung	4,54 €
Fließsatz (mind. 3 Zeilen, je Zeile)* ¹	Harzer Panorama	3,80 €
Fließsatz (mind. 3 Zeilen, je Zeile)* ¹	Kombination GZ + Harzer Panorama	6,32 €
Foto in den Rubriken Kfz/Immobilien* ²		10,00 €
Foto in allen anderen Rubriken		inkl.

Unsere hochwertigen Publikationen wenden sich gezielt an besonders interessierte Leser. So können Sie die Wirkung Ihrer Werbebotschaft deutlich steigern – auch online.

Mehr Informationen erhalten Sie unter Telefon 0 53 21 / 333-140 oder unter anzeigen@goslarische-zeitung.de



Wissen – Wohnen, Auto



#startklar / Barmer aktuell



Baßgeige / Starke Leistung



Rennkurier / Weihnachtszeit



Wirtschaft im Harz



Tafelkalender

Goslarische Zeitung

Preis pro 1.000 Ex., Mindestauflage 5.000 Ex.

Gewicht	Grundpreis	Ortspreis
bis 20 g	88,00 €	77,00 €
bis 40 g	100,00 €	87,00 €
bis 60 g	123,00 €	107,00 €
bis 80 g	158,00 €	136,00 €
bis 100 g	176,00 €	154,00 €

Zahl der erforderlichen Beilagen:

montags bis donnerstags 14.300 Exemplare
freitags + samstags 16.400 Exemplare

Harzer Panorama am Sonntag

Preis pro 1.000 Ex., Mindestauflage 10.000 Ex.

Gewicht	Grundpreis	Ortspreis
bis 20 g	76,00 €	67,00 €
bis 40 g	87,00 €	76,00 €
bis 60 g	114,00 €	99,00 €
bis 80 g	124,00 €	109,00 €
Beilagen über 80 g nur auf Anfrage		

Zahl der erforderlichen Beilagen:

66.460 Exemplare

Digitale Beilage im E-Paper (Auflage 2.872 Ex.)

Festpreise

Grundpreis	Ortspreis
219,00 €	189,00 €

Laufzeit 7 Tage

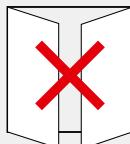
Bei Vollbelegung in der Goslarischen Zeitung ist die E-Paper-Belegung verpflichtend. Das pdf wird 2 Werkstage vor Erscheinungstermin benötigt.

Keine Wiederholungsrabatte. Agenturprovision 15 %. Teilbelegungen nach Rücksprache möglich ohne Gewähr, dass das gewünschte Gebiet ausschließlich erfasst wird.

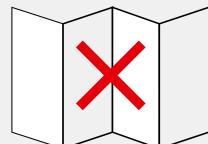
Anlieferung am Versandort: Goslarische Zeitung · Pressehaus · Bäckerstraße 31-35 · 38640 Goslar

Frei Hof, frühestens 8 und spätestens 4 Werkstage vor Erscheinungstermin. Anlieferungszeiten montags - donnerstags 7.00 - 14.30 Uhr, freitags 7.00 - 12.30 Uhr. Anlieferung mit Sattelzügen nur bedingt möglich. Kosten, die durch nicht termingerechte Anlieferung oder verspäteten Rücktritt entstehen, trägt der Auftraggeber.

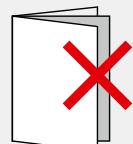
Beilagen dieser Art können wir leider nicht verarbeiten:



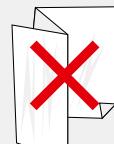
Altarfalz
(Fensterfalte)



Leporellofalte
(Zickzackfalte)



Einlage nicht
bündig eingeklebt



Mangelhafte Verarbeitung:
Falten, Eselsohren



Papier zu dünn –
Klammerung trägt auf



Postkarten-
anbringung außen

1. Formate

- gebundene Seite mind. 150 mm und max. 315 mm, offene Seite mind. 105 mm und max. 240 mm

2. Flächengewichte – Einzelblätter

- Format DIN A6 mindestens 170 g/m
 - Format größer DIN A6 bis DIN A4 mindestens 120 g/m
 - Formate größer DIN A4 mindestens 60 g/m.
- Formate größer DIN A4 sind auf eine Größe im Bereich DIN A4 (210 mm x 297 mm) zu falzen.

3. Flächengewichte – Mehrseitig (im jeweils möglichen Maximalformat)

- ab 4 bis 6 Seiten mindestens 60 g/m
- ab 8 Seiten mindestens 50 g/m

4. Gewichte

- Das Gewicht einer Beilage soll 70 g/Exemplar nicht überschreiten. Rücksprache bei besonders starken Beilagen und Einzelblättern.

5. Falzarten

- Gefaltete Beilagen müssen im Kreuz-, Wickel- oder Mittenfalte verarbeitet sein.
- Mehrseitige Beilagen mit Formaten größer DIN A5 (148 mm x 210 mm) müssen den Falz an der langen Seite haben.

6. Beschnitt

- Alle Beilagen müssen rechtwinklig und formatgleich geschnitten sein.
- Beilagen dürfen am Schnitt keine Verblockung durch stumpfe Messer oder Kleberreste aufweisen.

7. Hinweise zu Fremdbeilagen

- Fremdbeilagen, die der Zeitung ähneln (Papier, Format, Layout) bedürfen der Abstimmung.
- Die jeweils aktuellen postalischen Bestimmungen sind zu berücksichtigen.

- Beilagenaufträge werden erst nach Vorlage von 3 Mustern spätestens 7 Werktagen vor Erscheinungstermin und deren Billigung durch den Verlag bindend.
- Ein Konkurrenzauchluss und Alleinbelegung kann nicht zugesichert werden.
- Beilagen dürfen nur die Eigenwerbung einer Firma enthalten. Beilagen, die für 2 oder mehr Firmen durch Fremdanzeigen oder Einleger anderer Firmen werben, werden wie 2 oder mehr Beilagen berechnet. Dies gilt nicht, wenn der Auftraggeber als Händler die Produkte der anderen Firmen verkauft.

8. Zuschussmenge

- Eine Zuschussmenge von mind. 2 %, bezogen auf die gebuchte Auflage, ist erforderlich.
- Der Zustand und die Art der Beilage beeinflussen die Fehlerquote.
- Auch bei einwandfreiem Zustand kann eine 100 %ige Belegung nicht garantiert werden. Bis zu 3 % Fehlzustellungen oder Verlust gelten als verkehrsbülich. In diesem Rahmen oder in Folge von Mängeln der angelieferten Beilagen sind Schadensersatzansprüche ausgeschlossen.

9. Probelauf

- Von der Richtlinie abweichende Beilagen, z. B. Sonderformate oder spezielle Falzarten, bedürfen der Abstimmung und ggf. eines Testlaufs. Dafür werden 500 Exemplare benötigt.

10. Verarbeitung

- Die angelieferten Beilagen müssen in Art und Form eine einwandfreie, sofortige maschinelle Verarbeitung gewährleisten. Eine zusätzlich notwendige manuelle Aufbereitung wird gegebenenfalls in Rechnung gestellt.
- Durch Druckfarbe zusammengeklebte, stark elektrostatisch aufgeladene oder feucht gewordene Beilagen

können nicht verarbeitet werden bzw. führen zu Fehlbelegungen.

- Beilagen mit umgeknickten Ecken (Eselsohren) bzw. Kanten, Quetschfalten oder mit verlagertem (rundem) Rücken sind ebenfalls nicht zu verarbeiten.

11. Palettierung

- Die Beilagen müssen sauber auf stabilen Euro-Paletten gestapelt sein und dürfen eine maximale Ladehöhe von 120 cm (einschl. Schutzverpackung) nicht überschreiten.
- Beilagen sind gegen eventuelle Transportschäden (mechanische Beanspruchung) und gegen das Eindringen von Feuchtigkeit zu schützen.
- Zur Gewährleistung der gewünschten Zuordnung von Beilagen in die entsprechenden Logistikseinheiten sind die Paletten an jeder Stirn- und Längsseite mit Palettenzetteln im DIN A4-Format mit folgenden Angaben auszuzeichnen:
 - Absender- und Empfängeranschrift
 - Beilagentitel oder Artikelnr./Motiv/Kundenname
 - Zu belegendes Objekt und zu belegende Ausgabe
 - Exemplare pro Palette und Gewicht der Palette
 - Paletten-Nummer durchnummeriert

12. Lieferschein

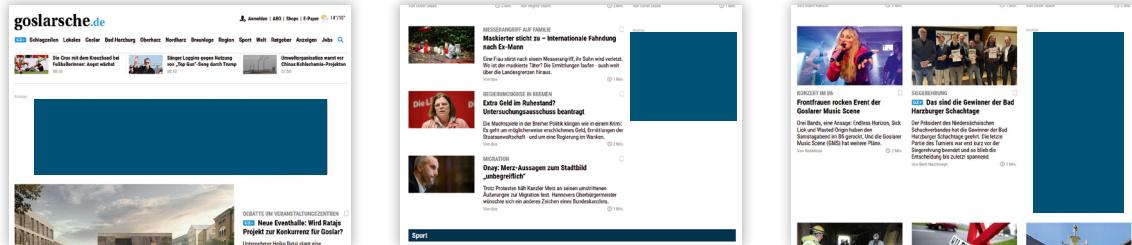
- Die Angaben auf dem Lieferschein müssen denen der Palettenzettel entsprechen.
- Lieferschein enthält das Gewicht, die Anzahl der Paletten, die Exemplarmengen der Teil- und Gesamtmenge, ein Feld zur Dokumentation des Palettauschs, ein Feld für Vermerke sowie die korrekte Empfänger- und Absenderanschrift und Telefonnummer für eine Kontakt- aufnahme.

Display-Werbung auf unserem Nachrichtenportal goslarsche.de

1,7 Mio.
SEITENAUFRUFE/
MONAT

56 %
LOYALE USER

80 %
MOBILE NUTZUNG



BILLBOARD	RECTANGLE	HALFPAGE AD
Format	Format	Format
Desktop: 800 x 250 Pixel oder 1000 x 250 Pixel Mobile: 320 x 150 Pixel	Desktop & Mobile: 300 x 250 Pixel	Desktop & Mobile: 300 x 600 Pixel
Preis je 1.000 Einblendungen	Preis je 1.000 Einblendungen	Preis je 1.000 Einblendungen
20,00 Euro	15,00 Euro	18,00 Euro

Für die Erstellung individueller Werbemittel berechnen wir ab 99,00 € inklusive einer Korrekturschleife. Ihre Werbung wird nach Ihrem gebuchten Auslieferungsvolumen optimiert in Rotation mit anderen Bannern ausgespielt.

jobs.goslarsche.de | jobware.de

Produkt	Print-Online Kombi	Zubuchungsoptionen – Top Job*	Online-Only regional	Online-Only überregional
30 Tage auf jobs.goslarsche.de	✓	✓	✓	✓
Top-Job-Kennzeichnung für 7 Tage	✗	✓	✗	✗
Aufnahme in den Top-Job Slider	✗	✓	✓	✓
Aufnahme in Job-Widget auf der Startseite von goslarsche.de	✗	✓	✗	✗
30 Tage auf jobware.de und Netzwerk	✗	✗	✗	✓
Im Print-Preis integriert		99,00 Euro	495,00 Euro	1.350,00 Euro

**DIGI-ADS
SIND DIE PERFEKTE
ERGÄNZUNG ZU IHRER
STELLENANZEIGE!**

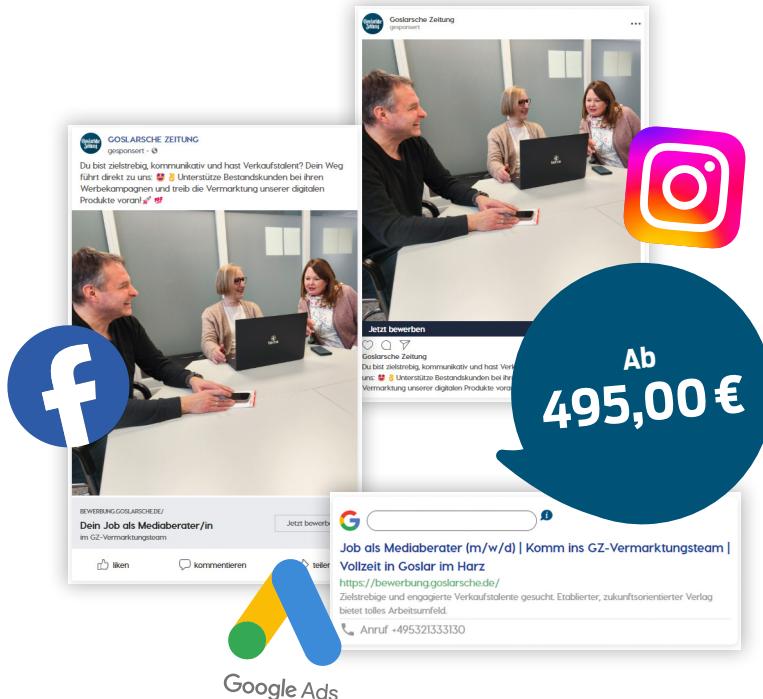
*Mehr dazu
auf S. 20*

Stellenanzeigen erscheinen 30 Tage im regionalen Stellenportal jobs.goslarsche.de. Abweichungen zur Print-Darstellung entstehen durch die HTML-Optimierung. Die Desktop-Ansicht kann sich von der mobilen Ansicht aufgrund optimierter Darstellung auf verschiedenen Endgeräten unterscheiden.

*Ab einem Print-Volumen von 150 mm erscheint die Anzeige automatisch als Top Job zu einem Aufpreis von 99 €.

Digi-Ads – zielgruppengenau und klickstark dank KI-Optimierung

Ihre digitale Werbekampagne läuft im gewünschten Zeitraum gleichzeitig auf mehreren Plattformen. Die **Künstliche Intelligenz der Software optimiert Ihre Werbewirkung**, indem sie täglich Keywords und Zielgruppe analysiert und Ihr Budget auf die Kanäle verteilt, die am besten performen.



Social-Media-Posts



Facebook und Instagram

- ✓ auf den Kanälen der GZ
- ✓ zusätzliche Reichweite als Ad

Follower (Stand November 2025)

Facebook: ca. 36.300
Instagram: ca. 19.600

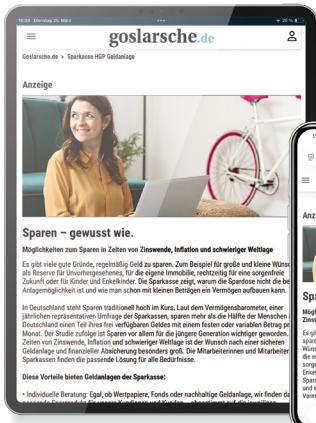
Format

Facebook: 1200 x 1200 Pixel
Instagram: 1080 x 1080 Pixel

Preis je Post

565,00 Euro

Native Advertising



Advertorial

- ✓ redaktionelle Aufmachung
- ✓ klickstark
- ✓ Teaser mit Link auf Artikelseite, die viel Raum für die Präsentation Ihrer Produkte und Leistungen bietet

Preis je 1.000 Teaser-Einblendungen

22,00 Euro

Einheitliche Preise an allen Wochentagen und zzgl. MwSt.

Interstitial – Werben im E-Paper der GZ



Vollansicht

E-Paper Interstitial

- ✓ Ihre Werbebotschaft als „1/1 Seite“ im E-Paper eingebunden
- ✓ Verlinkung zu einer gewünschten Landingpage

Kontaktchancen

ca. 15.000 Kontaktchancen

Format

1532x2048 Pixel

Preis

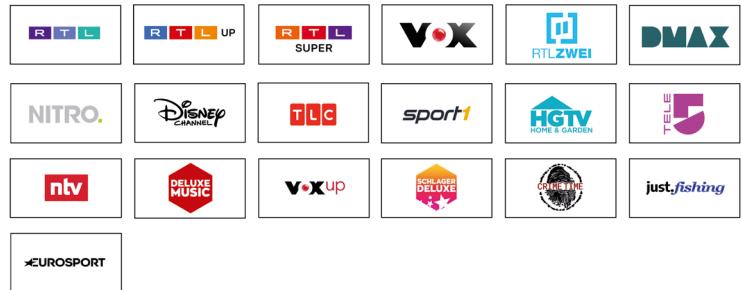
395,00 Euro/3 Werkstage

E-Paper-Verbreitung:
2.872 Ex. je Ausgabe (IVW 02/2025)

Werbemittlerstellung:
Für die Erstellung individueller digitaler Werbemittel berechnen wir ab 99,00 € inklusiv einer Korrekturschleife.

Addressable TV

Erreichen Sie mit **bezahlbarer Fernsehwerbung** Ihre Kunden im laufenden Programm – die Einblendung erfolgt 3 Sekunden nach dem Umschalten für eine Dauer von 10 Sekunden. **Das garantiert ungeteilte Aufmerksamkeit.**



Addressable TV

- ✓ RTL-Senderportfolio (z. B. VOX, Tele5, RTL II, Disney Channel)
- ✓ Ausspielung nach PLZ sowie Interessen oder Zielgruppen möglich
- ✓ professionelle Gestaltung Ihres L-Banners inklusive

Preis

ab 1.325,00 Euro

Lassen Sie sich kompetent beraten!



Birgit Thom

Mediaberaterin

Telefon 0 53 21 / 333 - 137

birgit.thom@goslarsche-zeitung.de



Franziska Jackowicz

Mediaberaterin

Telefon 0 53 21 / 333 - 136

franziska.jackowicz@goslarsche-zeitung.de



Sven Ociepka

Mediaberater

Telefon 0 53 21 / 333 - 131

sven.ociepka@goslarsche-zeitung.de



Florian Krause

Mediaberater

Telefon 0 53 21 / 333 - 134

florian.krause@goslarsche-zeitung.de

1. Anzeigenauftrag im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungstreibenden oder sonstiger Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.
2. Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.
3. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2. genannten Frist – auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus – weitere Anzeigen abzurufen.
4. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
5. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen 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 die auf 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.
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 einwandfreie 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 Geschäftsvorkehr 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 Anzeigentgelts beschränkt. 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 i. d. R. sofort 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. Etwas 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 Anzeigenschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenhinter Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
15. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Beleseiten 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 vereinbarer Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen. Ab der dritten Korrektur wird ein Nettoaufschlag von 50 % berechnet.
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 % bis zu 100 000 Exemplaren 15 % bis zu 500 000 Exemplaren 10 % über 500 000 Exemplaren 5 % 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 Elbbriefe 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 A4 (Gewicht 500g) 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. Zur Weiter-

- leitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.
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 in Goslar. 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.

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 noch Widerspruch erhebt. Ferner kommt der Anzeigenauftrag durch die Buchung der Anzeige durch den Auftraggeber (Angebot) und Bestätigung der Buchung durch den Verlag in Textform (Annahme) zustande. Buchung und Bestätigung können auch über das OBS Online Booking System erfolgen. Die Zusätzlichen Geschäftsbedingungen gehen den Allgemeinen Geschäftsbedingungen vor.
- b.) Der Verlag gewährt Werbeagenturen und Werbungsmitteln die handelsübliche Provision, sofern diese Mitter die gesamte Auftragsabwicklung übernehmen, die Aufträge dem Verlag unmittelbar erteilen, Texte bzw. Druckunterlagen direkt anliefern und die Abrechnung mit dem Werbungstreibenden unmittelbar vornehmen. Die Mitter sind verpflichtet sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit dem Werbungstreibenden 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 Werbungstreibenden 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. Dauerabträge sind mit den Rahmenverträgen nicht identisch. Dauerabträge enden erst mit dem Wideruf durch den Auftraggeber. Abschlüsse sind für jede Belegungseinheit gesondert zu vereinbaren. – Eine Zusammenfassung mehrerer Belegungseinheiten ist ausgeschlossen. 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. Wenn über das Vermögen, des Auftraggebers das Insolvenzverfahren eröffnet wird, enden Rahmenverträge mit dem Tage der Insolvenzeröffnung; im übrigen gilt dann Ziffer 4.
- d.) Für die Anwendung eines Konzernabrechens auf Tochtergesellschaften ist der schriftliche Nachweis einer mehr als 50-prozentigen Kapitalbeteiligung erforderlich.
- e.) Der Verlag behält sich das Recht vor, für Prospektanzeigen, Anzeigenstrecken, Anzeigen in Sonderveröffentlichungen oder Kollektiven sowie für in der Preisliste nicht erwähnte Teilbelegungen Sonderkonditionen entsprechend den besonderen Gegebenheiten zu vereinbaren.
- f.) Der Verlag behält sich bei Erstaufrägen vor, die Auftragsdurchführung von vorheriger Bezahlung abhängig zu machen.
- g.) 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. Ein Ausschluss von Konkurrenzanzeigen für die gleiche oder gegenüberliegende Seite kann grundsätzlich nicht zu gesagt werden.

- h.) 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.
- i.) 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.
- j.) 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.
- k.) Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
- l.) Bei Fließsatzanzeigen werden keine Anzeigenausschnitte oder sonstige Belege geliefert.
- m.) Beilagenauftrag ist der Vertrag über die kostenpflichtige Beifügung einer bestimmten Anzahl von Fremddrucksachen eines Werbungstreibenden in eine Druckschrift.
- n.) 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.
- o.) Bei telefonisch aufgegebenen Anzeigen, Termin- und Ausgabenänderungen, Textkorrekturen und Abbestellungen übernimmt der Verlag für Übermittlungsfehler und fehlerhafte Aufzeichnungen keine Haftung.
- p.) Im Fall höherer Gewalt, bei Streik oder Aussperrung, Betriebsstörungen, Beschlagnahme und dergleichen erlischt jede Verpflichtung auf Erfüllung von Aufträgen und Leistung von Schadenersatz, sofern den Verlag nicht Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit trifft.
- q.) Die Haftungsregelung von Ziffer 10 gilt auch, soweit abbestellte Anzeigen erscheinen.
- r.) Neue Anzeigen- und Beilagenpreise treten mit dem aus der Preisliste ersichtlichen Zeitpunkt in Kraft. Dies gilt auch für laufende Rahmenverträge und Anzeigenaufträge.
- s.) Anzeigen und Beilagen von Handel, Handwerk und Gewerbe aus dem Verbreitungsgebiet im Direktverkehr werden zu Ortspreisen berechnet. Bei Auftragserteilung über Werbungsmittel erfolgt die Annahme und Berechnung zu den jeweiligen Grundpreisen.
- t.) Vervielfältigte Druckunterlagen sowie montagefahige Papiervorlagen (z. B. Fotopapier) stehen dem Verlag mit Auftragserteilung zur freien Verfügung und unterliegen nicht der Aufbewahrungspflicht für Druckunterlagen.
- u.) Der Verlag bewahrt im Rahmen der Geschäftsbeziehungen bekanntgewordene Daten, die zu keinen anderen Zwecken als zu den Vertragszwecken verwendet werden (§§ 28 und 33 Bundesdatenschutzgesetz).
- v.) 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.
- w.) Der Verlag behält sich vor, Anzeigen auch innerhalb der verlagseigenen Online-Plattformen bzw. -Dienste zu veröffentlichen. Der Verlag ist berechtigt, hierfür einen Preisaufschlag zu berechnen.

Bundesdatenschutz: Entsprechend § 26 DGSB weist der Verlag darauf hin, dass die Verlagsdaten an einer Datenverarbeitungsanlage gespeichert werden, aufgrund der gesetzlichen Aufbewahrungsfristen auch über den Zeitpunkt der Vertragsauflösung hinaus.

1. Werbeauftrag

(1) „Werdeauftrag“ 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.

2. Werbemittel

(1) Ein Werbemittel im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen kann zum Beispiel aus einem oder mehreren der genannten Elementen 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 Werbungstreibenden 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. Auftragsverweiterung

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, 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 anzu liefern.

(2) Die Pflicht des Anbieters zur Aufbewahrung des Werbemittels endet drei Monate nach seiner letztenmaligen 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-, Katatogsendungen und Päckchen werden nicht entgegengenommen. Eingehende E-Mails werden nur bis zu einer Datenmenge von 300 Kilobyte per E-Mail weitergeleitet.

9. Ablehnungsbefugnis

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

- deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen oder die guten Sitten verstößt oder
- deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder
- deren Veröffentlichung für den Anbieter wegen des Inhalts, der Herkunft oder aus Gründen der Ethik oder der technischen Form und/oder nach dem gewollten Erscheinungsbild des Anbieters nicht beabsichtigt bzw. unzumutbar ist.

(2) Insbesondere kann der Anbieter ein bereits veröffentlichtes Werbemittel zurückziehen, wenn der Auftraggeber nachträgliche 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 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, bestmöglich 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 un wesentliche Fehler. Ein un wesentlicher 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

Allgemeine Geschäftsbedingungen für das Werbegeschäft in digitalen Medien

- durch Störung der Kommunikationsnetze anderer Betreiber
 - durch Rechnerausfall aufgrund Systemversagens
 - durch unvollständige und/oder nicht aktualisierte Angebote auf sog. 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 Zahlungsminde rung 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 Zahlungsminde rung oder Rückgängigmachung des Auftrags.
- (3) Sind etwaige Mängel bei den Werbungsdaten nicht offenkundig, so hat der Auftraggeber bei ungenügender Veröf fentlichung keine Ansprüche. Das Gleiche gilt bei Fehlern in wiederholten Werbeschaltungen, wenn der Auftraggeber nicht rechtzeitig vor Veröffentlichung der nächstfolgenden Werbeschaltung auf den Fehler hinweist.
- (4) Kein Fehler liegt vor, wenn die beanstandete Darstellung durch die Verwendung einer nicht geeigneten Internet-Software (so genannter Browser) hervorgerufen wird. Der Verlag übernimmt keine Gewährleistung der Funktionsfähigkeit von Kommunikationsnetzen fremder Betreiber. Keine Gewährleistung wird übernommen bei einem Rechnerausfall der Internet-Provider, auf deren Rechner das Online-Portal des Verlages präsentiert wird sowie für unvollständige oder nicht aktualisierte Angebote auf so genannten Proxyservern kommerzieller Online-Dienste.

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 Mög lichkeit 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 Unternehmen dem Umfang nach auf den vorhersehbaren Schaden beschränkt. Dies gilt nicht für die Verletzung wesentlicher Vertragspflichten.
- (3) Im Fall höherer Gewalt erlischt jede Verpflichtung seitens des Verlages auf Erfüllung von Aufträgen und auf Leistung von Schadensersatz. Insbesondere wird auch kein Schadensersatz für nicht verbreitete Online-Werbemittel ge leistet. Bei unverschuldeten Betriebsstörungen oder Eingriffen durch höhere Gewalt und dergleichen hat der Verlag Anspruch auf die volle Bezahlung des Online-Werbemittels.

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 offenstehende Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

16. Kündigung

Kündigungen von Werbeaufträgen müssen schriftlich oder per E-Mail erfolgen. Nutzt der Auftraggeber die Möglichkeit der Deaktivierung seines Online-Werbemittels, so ist gleichwohl das volle Auftragsentgelt zu zahlen.

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.

20. Salvatorische Klausel

- (1) Sollte eine der vorstehenden Klauseln rechtsunwirksam sein oder werden, so soll die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen unangetastet bleiben. Die unwirksame Bestimmung soll durch eine Bestimmung ersetzt werden, die dem wirtschaftlich Gewöhnlich am nächsten kommt.
- (2) Für die Abwicklung eines Online-Werbemittelauftrages sind ausschließlich diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen maßgeblich. Abweichende Bedingungen finden keine Anwendung.

UNSERE VERLAGSBÜROS FÜR DAS NATIONALE WERBEGESCHÄFT

NIELSEN 1

Niedersachsen, Schleswig-Holstein, Hamburg

hansmann.media! UG

Goldbekplatz 3
22303 Hamburg

Telefon 040/60 91 88 - 11

E-Mail a.hansmann@hansmann.media

www.hansmann.media

NIELSEN 2

Nordrhein-Westfalen

VERLAGS-MEDIEN-SERVICE

Egberts und Goralczyk OHG
Weinsbergstraße 190
50825 Köln

Telefon 02 21/70 90 43-0

Telefax 02 21/70 90 43-10

E-Mail info@zeitungsteam-koeln.de

www.zeitungsteam-koeln.de

NIELSEN 3a

Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland

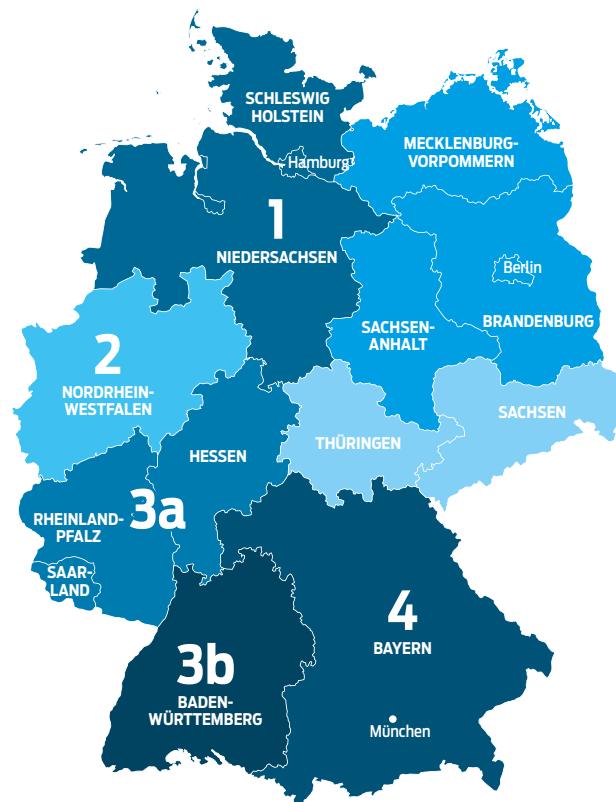
Leikauf Medienservice GmbH

Hans-Gebhardt-Straße 26

97280 Remlingen

Telefon 069/153256290

kontakt@leikauf-medienservice.de



NIELSEN 3b

Baden-Württemberg

Verlagsbüro Süd

Glauner & Partner GmbH

Dachauer Straße 37a
85232 Feldgeding

Telefon 0 81 31/37 66 0-0

Telefax 0 81 31/37 66 0-25

E-Mail info@vbs-feldgeding.de

www.verlagsbuero-sued.de

NIELSEN 4

Bayern

Medien-Service-Bayern

Verlagsbüro von Schroetter e. K.

Industriestraße 23
86919 Utting am Ammersee

Telefon 08806/92464-00

E-Mail kontakt@vonschroetter.de

www.vonschroetter.de