



37603 Holzminden, Nielsen 1

# Mediadaten Nr. 46

Online & Print | Gültig ab 1. Oktober 2023

Druck- und Verlagshaus Hüpke & Sohn | Weserland-Verlag GmbH | Zeppelinstraße 10 | 37603 Holzminden

## Verlagsangaben

### Verlag

Druck- und Verlagshaus Hüpke & Sohn  
Weserland-Verlag GmbH

### Anschrift:

Zeppelinstraße 10, 37603 Holzminden  
Postfach 1453, 37594 Holzminden

### Telefonzentrale:

(0 55 31) 93 04 - 0

### Information und Buchung:

Telefon (0 55 31) 93 04 - 40

Telefax: (0 55 31) 93 04 - 41

E-Mail: anzeigen@tah.de

### Bankkonten:

Nord/LB Holzminden  
IBAN-Nr. DE62 2505 0000 0027 1812 88  
BIC-Nr. NOLADE2HXXX

VR-Bank in Südniedersachsen eG  
IBAN-Nr. DE94 2606 2433 0008 0003 95  
BIC-Nr. GENODEF1DRA

### Zahlungsbedingungen:

Rechnungsbeträge werden sofort fällig,  
wenn nichts anderes vereinbart wurde.  
Alle Preise zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer.

## Technische Angaben für Anzeigen und Prospektbeilagen

### Anzeigen

#### Satzspiegel:

Berliner Format: 430 mm hoch, 284 mm breit, Spaltenanzahl 6  
Panorama: 430 mm hoch, 588 mm breit, Spaltenanzahl 13

#### Anzeigenspaltenbreiten:

1 Spalte	=	44 mm	2 Spalten	=	92 mm
3 Spalten	=	140 mm	4 Spalten	=	188 mm
5 Spalten	=	236 mm	6 Spalten	=	284 mm

#### Erscheinungsweise:

Täglicher Anzeiger:	Werktäglich morgens
Schaufenster:	Wöchentlich mittwochs
Weserbote am Samstag:	Wöchentlich samstags

#### E-Mail:

anzeigen@tah.de (> 10 MB auf Anfrage)

#### Druckverfahren:

Rollenoffset

#### Bilder:

Alle Bilder müssen in der PDF-Datei enthalten sein, Farbprofil ISO\_Newspaper26.

#### Bildauflösung:

Graustufen- und Farbbilder sollten mit mind. 200 dpi aufgelöst sein,  
1.270 dpi für Strichzeichnungen.

#### Farbtöne:

Die Farbwiedergabe wird im Zusammendruck aus den Skalenfarben Schwarz, Cyan, Magenta und Yellow erreicht. Abweichungen geringfügiger Art in Farbton und Passer berechtigten nicht zu Ersatz oder Minderungsansprüchen.

#### Dateiformat:

Wir nehmen Ihre digitalen Druckunterlagen im PDF- und EPS-Format an.  
Bitte senden Sie uns keine offenen Dokumente aus anderen Programmen.

**Dateien aus den Office-Programmen Word, Excel und Powerpoint sind für die Anzeigenproduktion nicht geeignet.**

#### Schriften:

Schriften sollten in das PDF eingebunden sein, alternativ müssen Schriften mitgeliefert werden (OTF-Schriften, keine TrueType-Schriften) oder Schriften müssen vor der Erzeugung des PDF in Zeichenwege (Pfade) gewandelt werden. Bei EPS-Dateien aus Corel Draw oder Adobe Illustrator sollten Schriften grundsätzlich in Zeichenwege umgewandelt werden.

#### Dateiname:

Der Dateiname muss Rückschlüsse auf den Auftraggeber zulassen.  
(z. B. Kundename\_Erscheinungsdatum\_Inhalt, bitte ohne Umlaute wie ä, ü, ß etc.)

#### Informationen:

Technische Fragen zum Thema „Digitale Druckunterlagen“ beantwortet Ihnen der Satzservice – Telefon: (0 55 31) 93 04 30

### Beilagen

#### Allgemein

Grundsätzlich sind Format, Umfang und Gewicht einer Beilage dem Verlag bei Auftragserteilung, spätestens aber 14 Tage vor Erscheinungstermin, zu nennen. Bei Prospekten, die in ihrer Beschaffenheit dem Verlag zu diesem Termin nicht bekannt gemacht werden, behält sich der Verlag ein Schieberecht von 1 bis max. 6 Werktagen vor. Eine Platzierung ist an die speziellen Voraussetzungen des Objektes und an die technischen Möglichkeiten gebunden. Rücksprache erforderlich. Die Auftragsbestätigung ist für den Verlag erst nach Angabe der o.a. Daten verbindlich.

#### Formate und Gewichte

- Mindestformat ist DIN A6 (105 x 148 mm)
- Maximalformat 315 x 230 mm

#### Gewichte

- Das Gewicht einer Beilage soll 100 g / Exemplar nicht überschreiten. Liegt es darüber, ist eine Rückfrage beim Verlag erforderlich.

#### Falzarten

- Gefalzte Beilagen müssen in Kreuz-, Wickel- oder Mittenfalz verarbeitet sein.
- Beilagen mit Leporello-/Zickzackfalz und Fensterfalz sind nicht zu verarbeiten.
- Mehrseitige Beilagen müssen den Falz immer an der langen Seite haben

#### Sonstiges

Prospektbeilagen dürfen nicht durch Format oder Aufmachung den Eindruck erwecken, Bestandteil der Zeitung zu sein.  
Prospekte dürfen keine Fremdanzeigen enthalten.  
Im Abzugsverfahren hergestellte Prospekte werden nicht beigelegt.  
Ein Beilagenhinweis erfolgt in der belegten Ausgabe kostenfrei.  
Bei Lohnsteigerung bleibt eine Preisänderung vorbehalten.  
Teilbelegungen sind nach Absprache möglich.  
Es wird keine Gewähr übernommen, dass das gewünschte Gebiet ausschließlich und vollständig erfasst wird.  
Ein Ausschluss von Konkurrenz- und weiteren Beilagen kann nicht gewährt werden. Postvertriebsstücke können nicht belegt werden.  
Anlieferung frei Haus.  
Versandanschrift: Druckzentrum Hottenbergfeld, Gewerbepark Hottenbergfeld  
Carl-Wilhelm-Niemeyer-Straße 15 | 31789 Hameln | Tel. 05151/200-831  
Montag bis Donnerstag von 8.00 – 15.00 Uhr,  
Freitag von 8.00 – 11.00 Uhr  
Bei nicht termingerechter Anlieferung der Fremdbeilagen oder Abbestellungen innerhalb 3 Werktagen vor Fremdbeilagentermin kann der Verlag die ihm entstandenen Kosten berechnen.

**Informationen zu den technischen Richtlinien für Prospektbeilagen lassen wir Ihnen auf Wunsch gerne zukommen.**



# Täglicher Anzeiger

... wann 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.tah.de](http://www.tah.de)

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



## Auch unterwegs jederzeit informiert

Lesen Sie das ePaper, die digitale Ausgabe des TAH – auch über unsere App, und bleiben Sie auf dem Laufenden – egal, wo Sie sind.

Jetzt scannen  
und APP laden!



## Verbreitungsgebiet TAH

Der Tägliche Anzeiger ist der führende Werbeträger und die auflagenstärkste Tageszeitung im Landkreis Holzminden.

Der Tägliche Anzeiger ist das Verkündungsblatt der Stadt und des Kreises Holzminden, der Amtsgerichte, des Finanzamtes und sonstiger Behörden.

[www.tah.de](http://www.tah.de)  
[www.epaper.tah.de](http://www.epaper.tah.de)



**Wir informieren  
die Region!**

Der Tägliche Anzeiger erreicht mit  
**2,9 Lesern pro Exemplar täglich durchschnittlich  
24.000 Leserkontakte im Landkreis!**

Quellen: L-Wert lt. ma TZ 2023/ Verbr. Auflage Ø 4/2020-1/2023 lt. IVW

## Anzeigenpreise Täglicher Anzeiger (Preise in EUR zzgl. gesetzl. MwSt.)

	Grundpreis		Ortspreis	
	s/w	4c	s/w	4c
Anzeigenteil*	1,29	1,79	1,17	1,62
1/1 Seite	3.328,20	4.618,20	3.018,60	4.179,60
Textteilanzeige*	2,26	3,40	2,21	3,25
Titelkopfanzeige	282,40	386,17	244,97	337,91
Familienanzeige	0,70	0,95	0,70	0,95

\* Mindestgröße 10 mm

\*\* Farbmindestberechnung 100 mm

Titelkopf-Anzeige = 44 x 52 mm

Platzierungswunsch 25 % Aufschlag

Chiffregebühr bei Abholung 3,00

Chiffregebühr bei Zusendung 5,00

Anerkannte Vermittler erhalten 15 % Vermittlungsgebühr

vom Nettobetrag des Grundpreises

### Anzeigenschluss:

Jeweils am Tag vor Erscheinungstermin, 10.00 Uhr.

Für die Wochenendausgabe am Donnerstag, 16.00 Uhr

### Nachlässe

Malstaffel für mehrmalige Veröffentlichung

bei mindestens 6 mal 5%

12 mal 10%

24 mal 15%

52 mal 20%

Mengenstaffel für Millimeterabschlüsse

von mindestens 1.500 mm 5%

2.500 mm 10%

5.000 mm 15%

10.000 mm 20%

## Prospektbeilagenpreise Täglicher Anzeiger (Preise in EUR zzgl. gesetzl. MwSt.)

	Grundpreis				Ortspreis			
	bis 20 g	bis 30 g	bis 40 g	je weitere 10 g	bis 20 g	bis 30 g	bis 40 g	je weitere 10 g
je 1.000 Exemplare								
Vollbeilage	75,00	81,00	87,00	5,00	67,00	73,00	78,00	5,00

**Druckauflage:** Montag bis Freitag = 7.145 Exemplare    Sonnabend = 27.550 Exemplare

(nur in Kombination mit Weserbote am Samstag)

**Anlieferungstermin:** Spätestens 3 Werktage vor dem Erscheinungstag

**Lieferanschrift:** Druckzentrum Hottenbergsfeld, Gewerbepark Hottenbergsfeld

Carl-Wilhelm-Niemeyer-Straße 15 | 31789 Hameln | Tel. 05151/200-831



## Anzeigen-Sonderplatzierung Täglicher Anzeiger Holzminden

... im Textteil

### 1 Titelpopfanzeigen



### 2 Eckfeldanzeigen



### 3 Textteilanzeigen



... im Anzeigenteil

### 4 Inselanzeigen



### 5 Satellitenanzeigen



... als Außenseiten

### 7 Flying Page



**1 Titelpopfanzeigen** Größe: 44 x 52 mm, Titelpopfpreis

**2 Eckfeldanzeigen** Platzierung: Fuß außen, **Format:** Mindestgröße 300 mm, mm-Preis für Textanzeigen

**3 Textteilanzeigen** **Format:** Mindestgröße 20 mm, mm-Preis für Textanzeigen

**4 Inselanzeigen** Preis: mm-Preis plus 25% Aufschlag

**5 Satellitenanzeigen** Max. 5 Anzeigen auf einer Seite ohne Platzierungsvorschrift, mm-Preis

**6 Panoramaseite** Mindestgröße: 13 Spalten x 100 mm, mm-Preis

**7 Flying Page** entspricht vier halben Zeitungsseiten, die jeweils zur Hälfte ein Buch ummanteln und somit eine hohe Aufmerksamkeit genießen.

**Belegungsmöglichkeiten:** Es ist möglich, zwei oder alle vier halben Zeitungsseiten um das erste und/oder dritte Buch zu belegen.

**Format:** Seiten 1, 2, 3, 4: 1/2 Seite (je 127 mm breit x 430 mm hoch; Satzspiegelausnahme: erste Seite/erstes Buch: 352 mm hoch)

**Belegung:** im TAH an den Erscheinungstagen Montag bis Freitag möglich, am Mittwoch auch für das Schaufenster möglich.

**Preis:** auf Anfrage

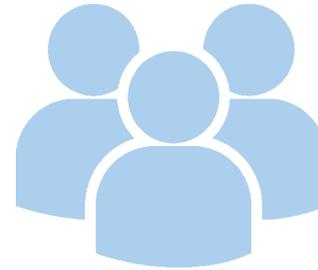
### 6 Panoramaseite





<https://de-de.facebook.com/TAH.lokal/>

# www.tah.de



## 1.382.788

unterschiedliche  
Besucher

Januar bis Juni 2023

Diese Zahl gibt an, wie viele verschiedene Rechner und damit Benutzer innerhalb eines Zeitraumes die Website besucht haben.



## 2.577.368

Seitenaufrufe

Januar bis Juni 2023

Diese Zahl beinhaltet die Zahl der Abrufe auf Dokumentseiten, wie zum Beispiel Startseite, Kontaktformular oder Impressum.

Quelle: Google Analytics, Januar bis Juni 2023

## Werbeformate

Der TAH bietet zahlreiche Online-Werbeformen für image- und abverkaufsorientierte Kampagnen.

Im Folgenden finden Sie eine Übersicht der Platzierungsmöglichkeiten.

Weitere Formate und Angebotsdetails finden Sie unter

[www.madsackadcenter.de](http://www.madsackadcenter.de)

Desktop



### Wallpaper

**Format:**  
728 x 90 Pixel  
+ 160 x 600 Pixel

**Dateiformate:**  
gif, jpeg, png, html5

**Dateigröße:**  
max. 150 kB gesamt

**Preis: 45,- €\*\***



### Billboard Ad

**Format:**  
970 x 250 Pixel (Standard)  
800 x 250 Pixel (alternativ)

**Dateiformate:**  
gif, jpeg, png, html5

**Dateigröße:**  
max. 150 kB

**Preis: 35,- €\*\***



### Halfpage Ad HPA

**Format:**  
300 x 600 Pixel

**Dateiformate:**  
gif, jpeg, png, html5

**Dateigröße:**  
max. 125 kB

**Preis: 30,- €\*\***



### Sitebar Ad

**Format:**  
800 x 1200 Pixel

**Dateiformate:**  
gif, jpeg, png, html5

**Dateigröße:**  
max. 150 kB

**Preis: 40,- €\*\***

\*\*Tausender-Kontakt-Preis (TKP) | Mindestbuchungsvolumen von 300,- und 20.000 Ad Impressions

Desktop



### Medium Rectangle

Format:  
300 x 250 Pixel  
Dateiformate:  
gif, jpeg, png, html5  
Dateigröße:  
max. 75 kB  
Preis: 15,- €\*\*



### Skyscraper

Format:  
160 x 600 Pixel  
Dateiformate:  
gif, jpeg, png, html5  
Dateigröße:  
max. 125 kB  
Preis: 15,- €\*\*



### Superbanner

Format:  
728 x 90Pixel  
Dateiformate:  
gif, jpeg, png, html5  
Dateigröße:  
max. 100 kB  
Preis: 15,- €\*\*

\*\*Tausender-Kontakt-Preis (TKP) | Mindestbuchungsvolumen von 300,- und 20.000 Ad Impressions

Desktop



### Spinning Skyscraper Cube

Format:  
**4 x** 160 x 600 Pixel  
Dateiformate:  
gif, jpeg, png, html5  
Dateigröße:  
max. je 50 kB (x 4)  
Preis: 30,- €\*\*

### Unser Hingucker:

Exklusives Premiumformat, buchbar ausschließlich über den Verlag – wir programmieren Ihren Dreh-Effekt:

- › 4 rollierende Werbeflächen platzieren Ihr Produkt vielseitig und ein-drucksvoll
- › Durch die dynamische Gestaltung des Formats wird eine hohe User Nutzer-Interaktion und Engagement sichergestellt
- › Sehr gut für Angebotskommunikation und Darstellung von Produktwelten geeignet

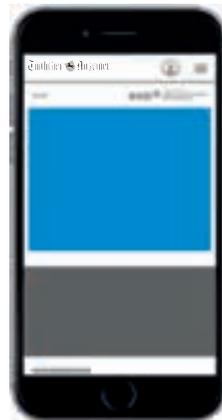
Weitere Formate und Angebotsdetails finden Sie unter [www.madsackadcenter.de](http://www.madsackadcenter.de)

Mobile



### Mobile Poster Ad

Format:  
375 x 680 Pixel  
Dateiformate:  
gif, jpeg, png, html5  
Dateigröße:  
max. 100 kB  
Preis: 40,- €\*\*



### Mobile Medium Rectangle

Format:  
300 x 250 Pixel  
Dateiformate:  
gif, jpeg, png, html5  
Dateigröße:  
max. 75 kB  
Preis: 20,- €\*\*



### Mobile Content Ad

Formate:  
**1:1** 320 x 320 Pixel  
**2:1** 320 x 160 Pixel  
**4:1** 320 x 80 Pixel  
Dateiformate:  
gif, jpeg, png, html5  
Dateigröße:  
max. 100/75/50 kB  
Preis: 15 – 20,- €\*\*  
(je nach Größe)



### Mobile Spinning Rectangle

Format:  
**4 x** 300 x 250 Pixel  
Dateiformate:  
gif, jpeg, png, html5  
Dateigröße:  
max. je 50 kB (x 4)  
Preis: 30,- €\*\*

\*\*Tausender-Kontakt-Preis (TKP) | Mindestbuchungsvolumen von 300,- und 20.000 Ad Impressions

Desktop + Mobile

### Online Only Pakete

Mit unseren Regio-Kampagnen erzielen Sie Kontakte bei potentiellen Kunden im Landkreis Holzminden und Umgebung. So erreichen Sie regionale Zielgruppen auf allen Endgeräten!

#### Vorteile auf einem Blick:

- › Ihre Marke mit hoher Sichtbarkeit im journalistischen Premiumumfeld – ein Garant für Werbewirkung und positiven Image-Transfer
- › Über unser Geo-Targeting erreichen Sie Ihre Zielgruppen treffsicher im relevanten Einzugsgebiet
- › Eine Buchung – alle Devices: Ihre Kampagne läuft mit hoher Priorität in der Auslieferung auf allen Endgeräten

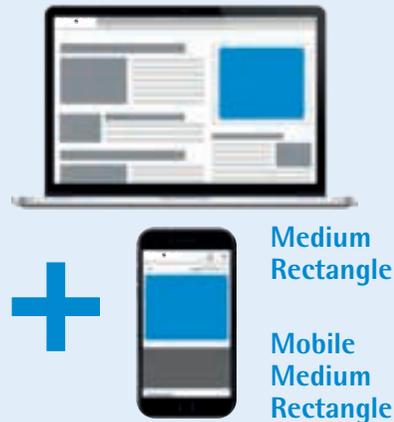
### Mobile Halfpage Ad

Paket inkl. Geo Targeting	Einblendungen	Preis
Paket S	25.000	530,00
Paket M	50.000	1.000,00
Paket L	100.000	1.875,00



### Medium Rectangle + Mobile Medium Rectangle

Paket inkl. Geo Targeting	Einblendungen	Preis
Paket S	25.000	530,00
Paket M	50.000	1.000,00
Paket L	100.000	1.875,00



### Wallpaper + Mobile Poster Ad

Paket inkl. Geo Targeting	Einblendungen	Preis
Paket S	25.000	530,00
Paket M	50.000	1.000,00
Paket L	100.000	1.875,00



\*\*Tausender-Kontakt-Preis (TKP) | Mindestbuchungsvolumen von 300,- und 20.000 Ad Impressions

Desktop + Mobile

## ePaper-Interstitial

### Unsere Hingucker:

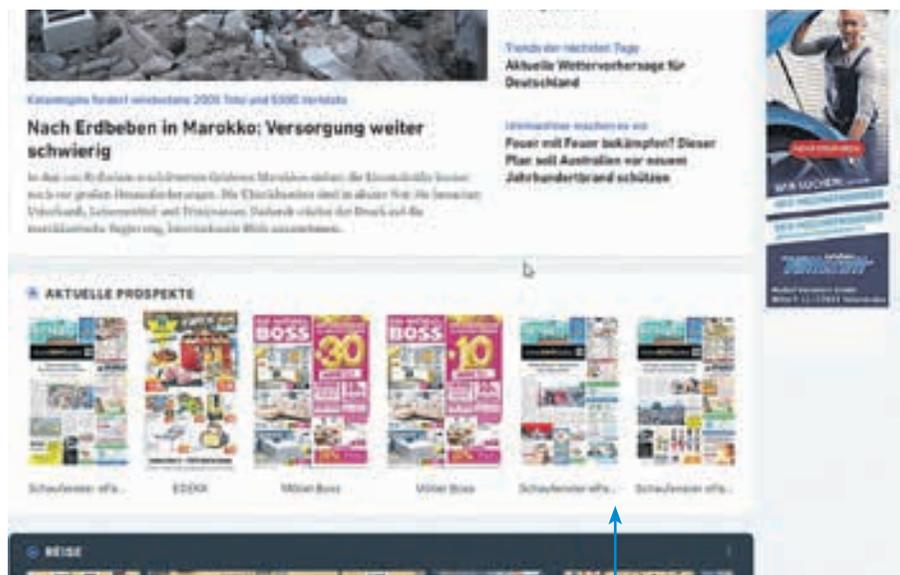
- Zwischen den redaktionellen Seiten des ePapers in App und Web
- Verlinkungen zu Ihrer Website möglich
- Sehr gut geeignet für Kampagnen mit Aktionscharakter und Darstellung von Produktwelten
- Im journalistischen Premium-Umfeld: ein Garant für Werbewirkung und positiven Image-Transfer

### Technische Daten:

- Dateiformat: PDF oder JPG (mindestens 72 dpi)
- Abmessungen: hoch 1.532 x 2.232 px oder quer 2.232 x 1.532 px bzw. hoch 284 x 430 mm oder quer 284 x 215 mm
- Anlieferung: mind. 3 Werktage vor Erscheinen
- Laufzeit: Ab einem Erscheinungstag, 24 Tage rückwirkend abrufbar

1 Erscheinungstermin	125,00
3 Tage Laufzeit	299,00
6 Tage Laufzeit	350,00





### Preis für Prospektbeilagen auf tah.de

7 Tage online 50,- €  
Scankosten pro Seite (DIN A4) 5,- € (wenn keine PDF-Datei zur Verfügung gestellt wird)

## Verbreitungsgebiet TAH + WAS

Jeden Samstag die leistungsstarke  
Kombination: Täglicher Anzeiger  
+ Weserbote am Samstag!



Zum Wochenende  
optimal verbreitet

## Anzeigenpreise Täglicher Anzeiger + Weserbote am Samstag (Preise in EUR zzgl. gesetzl. MwSt.)

	Grundpreis		Ortspreis	
	s/w	4c	s/w	4c
Anzeigenteil*	2,05	2,72	1,80	2,45
1/1 Seite	5.289,00	7.017,60	4.644,00	6.321,00
Titelkopfanzeige	438,60	650,76	365,16	506,94

\* Mindestgröße 10 mm  
Titelkopf-Anzeige = 44 x 52 mm  
Platzierungswunsch 25 % Aufschlag  
Anerkannte Vermittler erhalten 15% Vermittlungsgebühr  
vom Nettobetrag des Grundpreises

**Anzeigenschluss:**  
Mittwoch, 10.00 Uhr

### Nachlässe

Malstaffel für mehrmalige Veröffentlichung  
bei mindestens 6 mal 5%  
12 mal 10%  
24 mal 15%  
52 mal 20%

Mengenstaffel für Millimeterabschlüsse  
von mindestens 1.500 mm 5%  
2.500 mm 10%  
5.000 mm 15%  
10.000 mm 20%

## Prospektbeilagenpreise Täglicher Anzeiger + Weserbote (Preise in EUR zzgl. gesetzl. MwSt.)

je 1.000 Exemplare	Grundpreis				Ortspreis			
	bis 20 g	bis 30 g	bis 40 g	je weitere 10 g	bis 20 g	bis 30 g	bis 40 g	je weitere 10 g
Vollbeilage	54,00	59,00	64,00	5,00	49,00	54,00	59,00	5,00

**Druckauflage:** Sonnabend = **Gesamt 27.550 Exemplare**

**Anlieferungstermin:** Spätestens 3 Werktage vor dem Erscheinungstag  
**Lieferanschrift:** Druckzentrum Hottenbergsfeld, Gewerbehark Hottenbergsfeld  
Carl-Wilhelm-Niemeyer-Straße 15 | 31789 Hameln | Tel. 05151/200-831



## Verbreitungsgebiet Schaufenster

Jeden Mittwoch:  
Das länderübergreifende Anzeigenblatt!

[www.schaufenster-epaper.de](http://www.schaufenster-epaper.de)



Ihr Partner für  
grenzenlose Werbung

## Anzeigenpreise Schaufenster (Preise in EUR zzgl. gesetzl. MwSt.)

	Grundpreis		Ortspreis	
	s/w	4c	s/w	4c
Anzeigenteil*	1,10	1,45	1,00	1,22
1/1 Seite	2.838,00	3.741,00	2.580,00	3.147,60
Familienanzeige	0,60	0,80	0,60	0,80

\* Mindestgröße 10 mm  
Titelkopf-Anzeige = 44 x 52 mm  
Platzierungswunsch 25 % Aufschlag  
Chiffregebühr bei Abholung 3,00  
Chiffregebühr bei Zusendung 5,00  
Anerkannte Vermittler erhalten 15 % Vermittlungsgebühr vom Nettobetrag des Grundpreises

**Anzeigenschluss:**  
Freitag, 16.00 Uhr

### Nachlässe

Malstaffel für mehrmalige Veröffentlichung  
bei mindestens 6 mal 5 %  
12 mal 10 %  
24 mal 15 %  
52 mal 20 %

Mengenstaffel für Millimeterabschlüsse  
von mindestens 1.500 mm 5 %  
2.500 mm 10 %  
5.000 mm 15 %  
10.000 mm 20 %

## Prospektbeilagenpreise Schaufenster (Preise in EUR zzgl. gesetzl. MwSt.)

je 1.000 Exemplare	Grundpreis				Ortspreis			
	bis 20 g	bis 30 g	bis 40 g	je weitere 10 g	bis 20 g	bis 30 g	bis 40 g	je weitere 10 g
Vollbeilage	54,00	59,00	64,00	5,00	49,00	54,00	59,00	5,00

**Druckauflage:** Mittwoch = **32.060 Exemplare**

**Anlieferungstermin:** Spätestens 3 Werktage vor dem Erscheinungstag  
**Lieferanschrift:** Druckzentrum Hottenbergfeld, Gewerbepark Hottenbergfeld  
Carl-Wilhelm-Niemeyer-Straße 15 | 31789 Hameln | Tel. 05151/200-831



## Verbreitungsgebiet TAH +Schaufenster

Die werbewirksame  
Anzeigenkombination für  
Samstag und Mittwoch!



Das Plus  
für Ihren Erfolg

## Anzeigenpreise Täglicher Anzeiger + Schaufenster (Preise in EUR zzgl. gesetzl. MwSt.)

	Grundpreis		Ortspreis	
	s/w	4c	s/w	4c
Anzeigenteil*	1,85	2,81	1,64	2,39
1/1 Seite	4.773,00	7.249,80	4.231,20	6.166,20
Familienanzeige	0,95	1,35	0,95	1,35

\* Mindestgröße 10 mm  
Titelkopf-Anzeige = 44 x 52 mm  
Platzierungswunsch 25 % Aufschlag  
Anerkannte Vermittler erhalten 15% Vermittlungsgebühr  
vom Nettobetrag des Grundpreises

**Anzeigenschluss:**  
Donnerstag, 16.00 Uhr

### Nachlässe

Malstaffel für mehrmalige Veröffentlichung  
bei mindestens 6 mal 5%  
12 mal 10%  
24 mal 15%  
52 mal 20%

Mengenstaffel für Millimeterabschlüsse  
von mindestens 1.500 mm 5%  
2.500 mm 10%  
5.000 mm 15%  
10.000 mm 20%

## Prospektbeilagenpreise Täglicher Anzeiger + Schaufenster (Preise in EUR zzgl. gesetzl. MwSt.)

	Grundpreis				Ortspreis			
	bis 20 g	bis 30 g	bis 40 g	je weitere 10 g	bis 20 g	bis 30 g	bis 40 g	je weitere 10 g
je 1.000 Exemplare								
Vollbeilage TAH	75,00	81,00	87,00	5,00	67,00	73,00	78,00	5,00
Vollbeilage SF	54,00	59,00	64,00	5,00	49,00	54,00	59,00	5,00

**Druckauflage: Gesamt = 39.205 Exemplare**

**Anlieferungstermin:** Spätestens 3 Werktage vor erster Belegung  
**Lieferanschrift:** Druckzentrum Hottenbergfeld, Gewerbepark Hottenbergfeld  
Carl-Wilhelm-Niemeyer-Straße 15 | 31789 Hameln | Tel. 05151/200-831



## Verbreitungsgebiet TAH, SF + WAS

Wer die richtige Kombination wählt,  
hat beides: Vorteile und Nachlässe!



**Das starke Trio  
für Ihre Angebote**

## Anzeigenpreise Täglicher Anzeiger, Schaufenster + WAS (Preise in EUR zzgl. gesetzl. MwSt.)

	Grundpreis		Ortspreis	
	s/w	4c	s/w	4c
Anzeigenteil*	2,56	3,95	2,20	3,41
1/1 Seite	6.604,80	10.191,00	5.736,89	8.868,49

\* Mindestgröße 10 mm  
Platzierungswunsch 25 % Aufschlag  
Anerkannte Vermittler erhalten 15 % Vermittlungsgebühr  
vom Nettobetrag des Grundpreises

### Nachlässe

Malstaffel für mehrmalige Veröffentlichung  
bei mindestens 6 mal 5 %  
12 mal 10 %  
24 mal 15 %  
52 mal 20 %

Mengenstaffel für Millimeterabschlüsse  
von mindestens 1.500 mm 5 %  
2.500 mm 10 %  
5.000 mm 15 %  
10.000 mm 20 %

**Druckauflage: Gesamt = 59.610 Exemplare**

**Anlieferungstermin:** Spätestens 3 Werktage vor erster Belegung  
**Lieferanschrift:** Druckzentrum Hottenbergsfeld, Gewerbepark Hottenbergsfeld  
Carl-Wilhelm-Niemeyer-Straße 15 | 31789 Hameln | Tel. 05151/200-831



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.
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. 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.
8. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
9. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.
10. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. 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 nur 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. Darüber hinaus ist im kaufmännischen Geschäftsverkehr die Haftung des Verlages für grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden beschränkt. – Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.
11. Korrekturabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Korrekturabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Korrekturabzuges 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 vierzehn Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt.  
Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.
14. Der Geschäftskunde ist damit einverstanden, dass die Frist der Versendung der Vorankündigung (Prenotification), durch welche mitgeteilt wird, das der genannte Rechnungsbetrag von dem angegebenen Kundenkonto abgebucht wird, kürzer als 5 Tage ist. Der Kunde sichert zu, für die Deckung des Kontos zu sorgen. Kosten, die aufgrund von Nichteinlösung oder Rückbuchung der Lastschrift entstehen, gehen zu Lasten des Kunden, solange die Nichteinlösung oder Rückbuchung nicht durch das Druck- und Verlagshaus Hüpke & Sohn Weserland-Verlag GmbH verursacht wird.
15. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden bankübliche 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 Voraussetzung des Betrages und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
16. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenauschnitte, 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.
17. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckvorlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
18. 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 durchschnittliche verkaufte Auflage des vorangegangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigter Mangel, wenn sie bei einer Auflage bis zu 50.000 Exemplaren 20 v. H., bei einer Auflage bis zu 100.000 Exemplaren 15 v. H., bei einer Auflage bis zu 500.000 Exemplaren 10 v. H., bei einer Auflage über 500.000 Exemplaren 5 v. H. beträgt.  
Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeigen vom Vertrag zurücktreten konnte.
19. Bei Chiffreanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmannes an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Chiffreanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Chiffreanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zeitschriften, 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 50 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.

Der Verlag kann darüber hinaus mit dem Auftraggeber die Möglichkeit der Selbstabholung oder der gebührenpflichtigen Zusendung vereinbaren.

20. Druckvorlagen werden nur auf besondere Anforderungen an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.
21. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Gerichtsstand ist, soweit das Gesetz zwingend nichts anderes vorsieht, 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. Für den Fall, dass der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nichtkaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt ist, sowie für den Fall, dass 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 und die Veröffentlichung der Anzeige im Internet über den Verlag 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 Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen. Der Verlag wendet bei Entgegennahme und Prüfung der Anzeigentexte die geschäftsübliche Sorgfalt an, haftet jedoch nicht, wenn er von den Auftraggebern irreführt oder getäuscht wird. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Ist der Kunde wegen der Wettbewerbswidrigkeit einer Anzeige abgemahnt oder hat er Dritten gegenüber ein Vertragsstrafversprechen abgegeben oder ist ihm die Verbreitung dieser Anzeige gerichtlich untersagt worden, so ist hiervon die Anzeigenleitung schriftlich zu benachrichtigen. Sein Wunsch, die entsprechende Anzeige nicht zu veröffentlichen, kann vom Verlag nur berücksichtigt werden, wenn sein Schreiben einen Tag vor Anzeigenschluss für die betreffende Anzeige bei der Anzeigenleitung eingeht.

Dem Auftraggeber obliegt es, den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen, die diesen aus der Ausführung des Auftrages, auch wenn er sinstiert sein sollte, gegen den Verlag erwachsen. Erscheinen sinstierte Anzeigen, so stehen auch dem Auftraggeber daraus keinerlei Ansprüche gegen den Verlag zu.

Durch Erteilung eines Anzeigenauftrages verpflichtet sich der Inserent, die Kosten der Veröffentlichung einer Gegendarstellung, die sich auf tatsächliche Behauptungen der veröffentlichten Anzeige bezieht, zu tragen, und zwar nach Maßgabe des jeweils gültigen Anzeigentarifs.

- c) Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unrichtigem oder unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Nicht sofort erkennbare Mängel der Druckunterlagen begründen für den Auftraggeber keinen Anspruch auf Zahlungsminderung oder Ersatz. Erfolgt die Übertragung der Druckunterlagen auf digitalen Wege, übernimmt der Verlag keine Haftung für Veränderungen der digitalen Daten durch Übertragungsfehler. Gleiches gilt in den Fällen, in denen die vom Kunden übermittelten Daten systembedingt (nicht kompatibel) beim Verlag nicht verarbeitet werden können. Wenn bei Wiederholungsanzeigen der gleiche Fehler unterläuft, ohne dass dieser nach dem ersten Auftreten durch den Auftraggeber sofort reklamiert wurde, erkennt der Verlag einen Ausgleichsanspruch nur für eine Anzeige an. Erscheint eine vereinbarte Ersatzanzeige nicht in angemessener Frist oder erneut nicht einwandfrei, kann der Auftraggeber von dem Vertrag zurücktreten. Bei fernmündlich aufgegebenen Anzeigen, Termin- und Ausgabenänderungen, Textkorrekturen und Abbestellungen übernimmt der Verlag für Übermittlungsfehler und fehlerhafte Aufzeichnungen keine Haftung. Die Zusagebestimmter Eigenschaften ist nur wirksam, wenn sie schriftlich durch die Anzeigenleitung erfolgt.
- d) Neue Anzeigenpreise treten mit dem aus der Preisliste ersichtlichen Zeitpunkt in Kraft. Dies gilt auch für laufende Rahmenverträge (Abschlüsse) und Anzeigenaufträge. Für Einzelaufträge, die vor Bekanntgabe der neuen Preisliste erteilt wurden, gilt der alte Preis, sofern die Anzeige oder Beilage innerhalb von drei Monaten erscheinen soll.
- e) Für Anzeigen in Sonderveröffentlichungen, Verlagsbeilagen, Anzeigenstrecken und Anzeigensonderformen sowie einer Abnahmemenge ab 200.000 mm können vom Verlag besondere Preise festgesetzt werden. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenkollektive, Sonderseiten, Anzeigenteilbelegungen u. ä. aus technischen oder anderen zweckdienlichen Gründen zusammen mit anderen Ausgaben/Verlagsobjekten zu veröffentlichen. Die Anzeigenberechnung erfolgt entsprechend der Disposition des Auftraggebers.
- f) Die gewerbliche Verwertung und die Weitergabe von Zuschriften auf Anzeigen durch Dritte ist nicht gestattet.
- g) Die Werbemittler sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlungsvergütung darf an die Auftraggebenden weder ganz noch teilweise weitergegeben

werden. Für die Zahlung der Mittlervergütung ist Voraussetzung, dass die Werbemittler auch die gesamte Auftragsabwicklung selbst übernehmen, d. h. die Aufträge dem Verlag unmittelbar erteilen und Texte bzw. Druckunterlagen direkt anliefern.

- h) Bei Auftragserteilung über Werbemittler und Kunden, die ihre Rechnungsanschrift außerhalb des Verbreitungsgebietes haben, erfolgt die Annahme und Berechnung von Anzeigen- und Beilagenaufträgen zu den jeweiligen Grundpreisen.
- i) Die Pflicht zur Aufbewahrung von Druckunterlagen endet drei Monate nach Erscheinen der jeweiligen Anzeige, sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen worden ist.
- j) Für Anzeigenbelegungen und Anzeigenkombinationen ist Auftragnehmer und Inkassoberechtigter das Druck- und Verlagshaus Hüpke & Sohn Weserland-Verlag GmbH.
- k) Bei vorliegenden Forderungen werden die Namen des Kunden sowie die Tatsache, dass titulierte Forderungen nicht ausgeglichen sind, an Gläubigerschutz dienende Institutionen weitergeleitet.
- l) Rubrizierte Anzeigen werden zusätzlich im Internet veröffentlicht.

#### Zusätzliche Geschäftsbedingungen für die digitale Übermittlung von Druckunterlagen und Anzeigen

- a) Die Empfehlungen des Verlages zur Übermittlung von digitalen Druckunterlagen (siehe Blatt 1) sind vom Kunden zu beachten. Weicht der Kunde hiervon ab und führt dies zu einer Verschlechterung der Druckqualität, kann der Kunde hieraus keine rechtlichen Ansprüche ableiten.
- b) Im Falle der Übermittlung von digitalen Druckunterlagen hat der Kunde dafür einzustehen, dass die übermittelten Druckunterlagen/Daten nicht mit Viren behaftet sind. Mit Computerviren behaftete Dateien werden vom Verlag vollständig gelöscht. Hieraus kann der Kunde keinerlei rechtliche Ansprüche herleiten. Führt die Übermittlung von Druckunterlagen im vorstehenden Sinne zu Schäden beim Verlag, behält sich der Verlag Schadenersatzansprüche gegenüber dem Kunden vor.
- c) Farbanzeigen, die digital übermittelt werden, können nur mit einem auf Papier gelieferten Farbproof zuverlässig bearbeitet werden. Bei Farbabweichungen ohne Farbproof können keine Preiserminderungen geltend gemacht werden.
- d) Auf Wunsch des Kunden sendet der Verlag per Telefax einen Korrekturabzug der auf Papier erstellten digitalen Druckvorlage. Für den Fall, dass die Faxübertragung scheitert, ist der Verlag zu einer Übertragung auf anderem Wege nicht verpflichtet. Der Korrekturabzug gilt als vom Kunden als vertragsgemäß gebilligt, wenn der Kunde bis zum Anzeigenschlusstermin keine Fehler meldet. Ansprüche des Kunden auf Preiserminderung oder Schadenersatz wegen später gerügter Mängel sind ausgeschlossen.



## 1. Werbeauftrag

(1) „Werbefauftrag“ 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 Werbefauftrag 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 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 Werbungtreibender Auftraggeber werden, muss er von der Werbeagentur namentlich benannt werden. Die Anbieter sind berechtigt, von den Werbeagenturen einen Mandatsnachweis zu verlangen.

(3) Werbung für Waren oder Leistungen von mehr als einem Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten innerhalb eines Werbefauftritts (z. B. Banner-, Popup-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. Auftragsenerweiterung

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. Nachlassenerstattung

(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 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, Werbefaufträge – 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 stellt den Anbieter im Rahmen des Werbefauftrags 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 Darstellungssoftware- und/oder Hardware (z. B. Browser) oder
- durch Störung der Kommunikationsnetze anderer Betreiber oder
- durch Rechnerausfall aufgrund Systemversagen 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 Fehlschlägen oder Unzumutbarkeit der Ersatzwerbung hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrags.

(3) Sind etwaige Mängel bei den Werbungsunterlagen nicht offenkundig, so hat der Auftraggeber bei ungenügender Veröffentlichung keine Ansprüche. Das Gleiche gilt bei Fehlern in wiederholten Werbeschaltungen, wenn der Auftraggeber nicht vor Veröffentlichung der nächstfolgenden Werbeschaltung auf den Fehler hinweist.

## 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.

## 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. SEPA-Lastschrift

Der Geschäftskunde ist damit einverstanden, dass bei einer SEPA-Lastschrift die Frist der Versendung der Vorabankündigung (sog. Prenotification), durch welche mitgeteilt wird, dass der genannte Rechnungsbetrag von dem angegebenen Kundenkonto abgebucht wird, kürzer als 5 Tage ist.

## 16. 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.

## 17. Kündigung

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

## 18. 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.

## 19. Datenschutz

Der Werbeauftrag wird unter Berücksichtigung der geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen abgewickelt.

## 20. 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.



[www.tah.de](http://www.tah.de)

[www.facebook.com/TAH.lokal](https://www.facebook.com/TAH.lokal)

[epaper.tah.de](http://epaper.tah.de)

[schaufenster-epaper.de](http://schaufenster-epaper.de)