

Nº23, gültig ab 1. Januar 2023

Mediadaten 2023

**Stimme
Mediengruppe**

 **PRO**MAGAZIN
für die Region Heilbronn-Franken.


pro Verlag und Service
GmbH & Co. KG

Verbreitungsgebiet

Die Wirtschaftsregion Heilbronn-Franken

Die Region Heilbronn-Franken zählt mit ihren fünf Stadt- und Landkreisen zu den 15 stärksten Hightech-Regionen in der Bundesrepublik und verfügt deutschlandweit über die höchste Dichte an Weltmarktführern gemessen an der Einwohnerzahl. Der überdurchschnittliche Bevölkerungszuwachs, die hohe Beschäftigungsdynamik und das stark wachsende Bildungsangebot sowie eine hervorragende Infrastruktur und Lebensqualität zeichnen die Region aus.

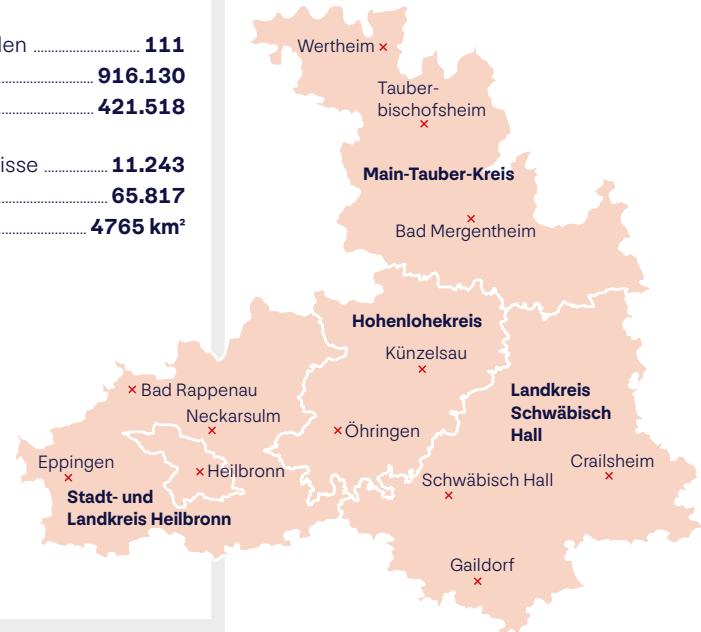
Zu den Kernbranchen in Heilbronn-Franken gehören der Maschinenbau und die Prozesstechnologie. Es haben sich hoch innovative Cluster gebildet, die charakteristisch sind für die Wirtschaftsregion. Dazu zählen die Automobil- und Kunststoffindustrie im Landkreis Heilbronn, die Ventilatorenhersteller und die Handels- und Befestigungstechnik im Hohenlohekreis, der Verpackungsmaschinencluster im Landkreis Schwäbisch Hall sowie die Glasindustrie und Vakuumtechnik im Main-Tauber-Kreis.

→ Fakten

Städte und Gemeinden	111
Einwohner	916.130
Arbeitnehmer	421.518
eingetragene Ausbildungsverhältnisse	11.243
IHK-Unternehmen	65.817
Fläche	4765 km²

Quelle:
IHK Heilbronn-Franken,
Stand 2021

PROMAGAZIN
für die Region Heilbronn-Franken.



Unsere Vorteile

Optimales Umfeld und hoher Komfort

Mehr als 20 Jahre Kompetenz

Wir stehen seit 23 Jahren für unabhängige Berichterstattung und hochwertige Inhalte. Durch unsere langjährige Kompetenz profitieren Sie nicht nur von hoher Akzeptanz bei unseren Lesern, sondern auch von einer schnellen Umsetzung Ihrer Wünsche durch ein eingespieltes Team.

Genau die richtige Zielgruppe

75.000 Leser

Zu unserer Zielgruppe zählen Unternehmer, Fach- und Führungskräfte und Entscheider der Region Heilbronn-Franken. Mit unserer Auflage von 16.000 Exemplaren erreichen wir Print und digital bis zu 75.000 interessierte Leser.

Zum Vergleich: In Heilbronn-Franken sind rund 70.000 Unternehmen registriert. Profitieren Sie von einer extrem starken Zielgruppendurchdringung.

Hohe Verteilqualität, kein Streuverlust

Beste Werbewirkung

Wir stellen unser Magazin überwiegend direkt zu in die Briefkästen und Postfächer der Region. So vermeiden wir unnötige Kosten und Streuverluste. Jeder Euro Werbebudget erreicht genau die richtige Zielgruppe und sorgt für größtmögliche Werbewirkung ohne Streuverluste.

Profil

Charakteristik

Mit seinem hohen Anspruch an Qualität, Aktualität und Kundennähe konnte sich das PROMAGAZIN als einziges unabhängiges Monatsmagazin für die gesamte Region Heilbronn-Franken etablieren. Mit authentischen Beiträgen, exklusiven Interviews und vielen Spezialthemen stärkt das PROMAGAZIN seit mehr als 20 Jahren das „Wir-Gefühl“ und präsentiert Heilbronn-Franken als besonders starke und dynamische Wirtschafts- und Zukunftsregion. In den verschiedenen Rubriken, Kommentaren und Umfragen greifen wir auf, was unsere Region tatsächlich bewegt.

Verbreitung

Als Monatsmagazin hat das PROMAGAZIN eine lange Lesedauer und eine hohe Zielgruppen-Effizienz. Die dynamische Anpassung über Direktvertrieb, Verteilerringe und Auslagestellen ermöglicht einen gezielten Vertrieb.

→ Davon PROfitieren Sie

- › Hohe journalistische Qualität
- › Redaktionelle Unabhängigkeit
- › Sehr kaufkraftstarke Leserschaft
- › Viele Entscheider auf Geschäftsführebene werden erreicht
- › Hohe Akzeptanz in der Region



Unsere Zielgruppe im Profil



Der heimatverbundene Manager

Thomas ist Abteilungsleiter in einem großen regionalen Industrieunternehmen. Er ist 54 Jahre alt, verheiratet und hat zwei erwachsene Kinder, die beide studieren. Privat liebt er gutes Essen und ist oft mit dem Fahrrad unterwegs. Er arbeitet viel und gerne. Von Kindesbeinen an lebt er in der Region und ist sehr heimatverbunden. Das zeigt auch sein großes privates und berufliches Netzwerk. Medien nutzt Thomas hauptsächlich zur Information. Der Wirtschaftsteil ist für ihn Pflichtlektüre. Außerdem bleibt er gerne auf dem Laufenden bei Innovationen und Entwicklungen in seinem Fachgebiet.

Redaktionelle Interessen:

Lokale Wirtschaft, Recruiting, Zukunftstrends, Innovationen



Die engagierte Gründerin

Die engagierte Gründerin Karin ist Inhaberin und Geschäftsführerin eines kleinen Einzelhandelsunternehmens mit drei Mitarbeitern. Sie ist 51 Jahre alt, ihr Sohn macht gerade Abitur. Seit es sie vor 20 Jahren nach Heilbronn-Franken verschlagen hat, fasziniert sie der Charme der Region. Neben der Liebe für Kinobesuche ist ihre große Leidenschaft die Natur. Sie geht oft Wandern in der Region oder auf Reisen in aller Welt. Nach Feierabend blättert Karin gerne in Zeitschriften aller Art. So erholt sie sich vom Alltagsstress und ist gleichzeitig immer top informiert.

Redaktionelle Interessen:

Finanzierung, Events und Tourismus, Kultur, Soziales



Der familienorientierte Aufsteiger

Steffen ist erfahrene Fachkraft im Controlling. Er ist 35 Jahre alt, hat gemeinsam mit seiner Freundin – einer Produktmanagerin im IT-Sektor – eine kleine Tochter im Kindergartenalter und denkt über ein Eigenheim nach. Steffen ist in der Region aufgewachsen. Das Studium und seine berufliche Laufbahn haben ihn dann in diverse große deutsche Städte verschlagen. Die Familiengründung kam für ihn aber nur in der Heimat infrage. Für eine möglichst große Work-Life-Balance arbeitet er gerne im Homeoffice. Er informiert sich überwiegend online, in News-Apps und Blogs. Außerdem stößt er gerne auf Fachportalen, um keine Entwicklung zu verpassen.

Redaktionelle Interessen:

Weiterbildung und Karriere, Bauen, Familie, New Work



Der vernetzte Förderer

Thorsten hat seit über 10 Jahren eine leitende Funktion im örtlichen Touristikverband inne. Seine Leidenschaft gilt den Menschen und Unternehmen der Region. Seine berufliche Laufbahn hat er gewählt, um die Vorzüge seiner Heimat auch überregional bekannt zu machen. Thorsten ist 46 Jahre alt und ledig. Beruflich und privat trifft man ihn auf regionalen Veranstaltungen und Events aller Art. Dort pflegt er seine Kontakte und behält alle Entwicklungen im Blick. Seine Freizeit verbringt er gerne in kulturellen Einrichtungen. Zeitungen und Zeitschriften nutzt er nach wie vor am liebsten gedruckt.

Redaktionelle Interessen:

Lokale Wirtschaft, Events und Tourismus, Kultur, Infrastruktur, Zukunftstrends, Diversity

Unsere Zielgruppe in Zahlen

Haushaltsnettoeinkommen in Prozent



Bildung in Prozent



↓
Unsere Zielgruppe verfügt über ein überdurchschnittliches **Haushaltsnettoeinkommen** und ein **sehr hohes Bildungsniveau**.

Mediennutzung durch Entscheidungsträger in Prozent

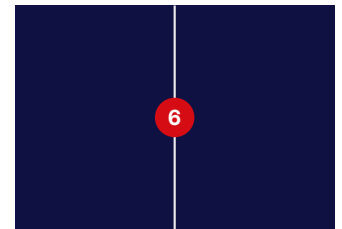
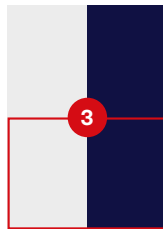
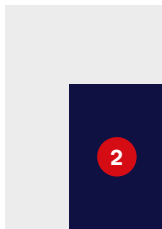
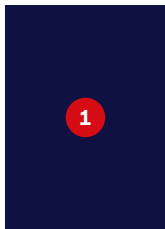


Quellen: Leserumfrage PROMAGAZIN, 2020; IHK, Entscheider im Mittelstand 2018; Leseranalyse Entscheidungsträger in Wirtschaft und Verwaltung e.V. 2021; agiplan, Fachzeitschriften und Online-Medien im B2B. Empirische Untersuchung zum Informations- und Leseverhalten von Entscheidungsträgern in deutschen Unternehmen

↓
Laut aktuellen Studien nutzen Entscheidungsträger in Unternehmen **Fachzeitschriften** und deren Webseiten mehrmals pro Woche als **Informationsquelle**. Keinem anderen Medium kommt eine so große Relevanz zu.

Anzeigenpreise und -formate

	Anzeigen	Format im Satzspiegel Breite x Höhe	Format im Anschnitt Breite x Höhe (+ 3 mm Beschnitt an allen Seiten)	Preise für Anzeigen 4C (vierfarbig)
1	1/1 Seite U4 1/1 Seite U2, U3 1/1 Seite	181 x 231 mm	210 x 297 mm (216 x 303)	5.390 € 4.690 € 4.390 €
2	Juniorpage	–	138 x 188 mm (144 x 194 mm)	3.390 €
3	1/2 Seite hoch 1/2 Seite quer	88 x 231 mm 181 x 113 mm	105 x 297 mm (111 x 303 mm) 210 x 141 mm (216 x 147 mm)	2.590 €
4	1/3 Seite hoch 1/3 Seite quer	57 x 231 mm 181 x 74 mm	76 x 297 mm (82 x 303 mm) 210 x 99 mm (216 x 105 mm)	1.790 €
5	1/4 Seite hoch	88 x 113 mm	–	1.590 €
6	2/1 Seiten Panorama	386 x 231 mm	420 x 297 mm (426 x 303 mm)	6.690 €



Beilagen und Beihefter

Preise

1 Beilagen

Beilagen werden dem Magazin lose beigelegt.

Preis je Tausend:

bis 25 g 145 €

bis 30 g 150 €

bis 40 g 160 €

bis 50 g 170 €

über 50 g auf Anfrage

Format maximal:

200 mm breit x 290 mm hoch

2 Beihefter

Beihefter sind mit dem Magazin fest verbunden. Preis auf Anfrage.

Format maximal:

210 mm breit x 297 mm hoch

Beschnittzugabe: 5 mm

3 Beikleber

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

+ **Kombiangebot** (Preise auf Anfrage)

„Classic“ (Beilage / Beihefter + Teaseranzeige)

„Premium“ (Beilage / Beihefter + Griffecke)

Belegung und Verteilung

Mindestmenge

3.000 Exemplare

Teilbelegung

Mindermengenzuschlag von 20 % bei unter 10.000 Exemplaren

Preise

Keine Postgebühren. Keine Wiederholungsrabatte. Alle Preise zzgl. MwSt.

Muster

Der Verlag benötigt 3 bis 4 Wochen vor Erscheinen des Magazins verbindliche Muster, die auf ihre Verarbeitungsfähigkeit überprüft werden.

Anlieferungstermin

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

Kennzeichnung

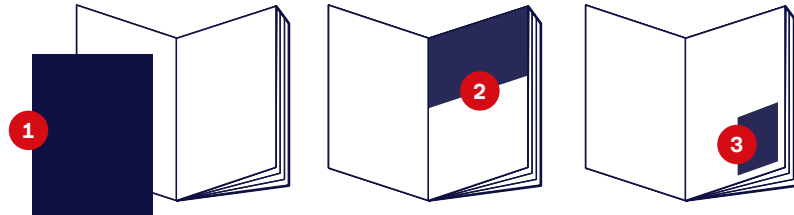
Die Versandpapiere und die Umverpackung müssen folgende Angaben enthalten: Menge, Titel und Ausgabe des Objektes. Bei Teilbeilagen bzw. -beiheftern ist die Angabe der Version erforderlich.

Verpackung

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

Lieferanschrift

Möller Pro Media GmbH
Zeppelinstraße 6
16356 Ahrensfelde



Content-Formate

Titel-Vermarktung

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



Advertorials

Perfekt verzahnt: Mit einem Advertorial präsentieren Sie Ihre Werbung eingebettet in die redaktionellen Inhalte unseres Magazins.

↓
Ihr gewünschtes Format ist nicht dabei?

Finden Sie mit uns zusammen die beste Präsentationsform für Ihre Werbebotschaft. Gerne unterstützen wir Sie als Medienpartner – gestalterisch, redaktionell und konzeptionell.



Heft im Heft

Fällt auf, kommt an: Mit unseren Sonderprodukten in unterschiedlichen Formaten setzen Sie sich besonders in Szene – und das zu attraktiven Preisen.

Termine 2023

Ausgabe	Anzeigenschluss	Druckunterlagenchluss	Erscheinungstermin
01/2023	Dienstag, 10.01.	Donnerstag, 12.01.	Montag, 23.01.
02/2023	Montag, 06.02.	Mittwoch, 08.02.	Freitag, 17.02.
03/2023	Donnerstag, 02.03.	Montag, 06.03.	Mittwoch, 14.03.
04/2023	Freitag, 31.03.	Dienstag, 04.04.	Montag, 17.04.
05/2023	Dienstag, 02.05.	Donnerstag, 04.05.	Montag, 15.05.
06/2023	Freitag, 02.06.	Dienstag, 06.06.	Donnerstag, 15.06.
07/2023	Dienstag, 04.07.	Donnerstag, 06.07.	Montag, 17.07.
08/2023	Mittwoch, 02.08.	Freitag, 04.08.	Dienstag, 15.08.
09/2023	Montag, 04.09.	Mittwoch, 06.09.	Freitag, 15.09.
10/2023	Freitag, 29.09.	Donnerstag, 05.10.	Montag, 16.10.
11/2023	Donnerstag, 02.11.	Montag, 06.11.	Mittwoch, 15.11.
12/2023	Montag, 04.12.	Mittwoch, 06.12.	Freitag, 15.12.

Online-Werbung auf pro-magazin.de



→ Immer topaktuell

Steigern Sie Ihre Reichweite und verlängern Sie Ihre Print-Buchung auf unserem Online-Portal. Nutzen Sie unsere Plattform und machen Sie unsere Nutzer zu Ihren Kunden!

Unsere Online-Mediadaten finden Sie auf

www.pro-magazin.de/mediadaten

Kennen Sie schon unsere weiteren Werbeangebote?

pVS – Full-Service aus einer Hand

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

Wir bieten maßgeschneiderten Kommunikationservice – von „A“ wie App bis „Z“ wie zielgruppenspezifisches Marketing.

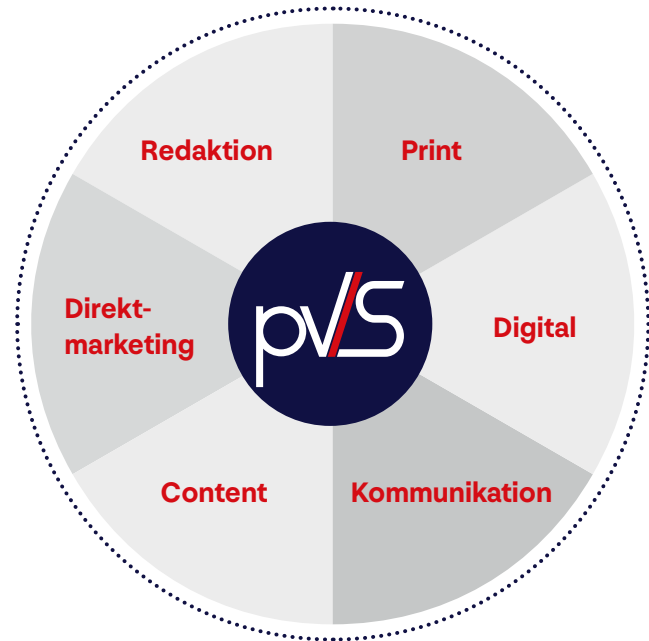
Wir beraten Sie gerne zu unseren Full-Service-Angeboten – ob in Corporate Design- und Gestaltungsfragen, bei Jubiläen oder Neueröffnungen Ihres Unternehmens, bei der Realisierung von Firmen-, Kunden- und Mitarbeiter-Magazinen, der Inszenierung verkaufsstarker Events oder kundenspezifischer Online-Lösungen.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

Beate Semmler

Verlagsleiterin

T 0791 95061-8318

beate.semmler@pro-vs.de



Verlag und technische Hinweise

Verlagsangaben

pVS - pro Verlag und Service GmbH & Co. KG
Stauffenbergstraße 18, 74523 Schwäbisch Hall

T 0791 95061-8300

F 0791 95061-8341

www.pro-magazin.de

www.treffpunkt-kommune.de

www.stimme-mediengruppe.de/pvs

Anzeigen:

Rainer Paschke, Leiter Sales Management

T 0791 95061-8323

rainer.paschke@pro-vs.de

Geschäftsbedingungen:

Alle Anzeigenaufträge werden ausschließlich gemäß den Allgemeinen Geschäftsbedingungen des Verlags ausgeführt.

Bankverbindung:

Sparkasse Schwäbisch Hall-Crailsheim,

BLZ 62250030, Kto.-Nr. 005255300

IBAN DE91 6225 0030 0005 2553 00

BIC SOLA DE S 1 SHA

Umsatzsteuer-ID-Nr.:

DE269893041

Zahlungsbedingungen:

8 Tage nach Rechnungserhalt ohne Abzug,

spätestens zum auf der Rechnung

angewiesenen Fixtermin

Rabatte: bei Mehrfachschaltungen innerhalb eines Kalenderjahres

Malstaffel

ab 3 Schaltungen: 5 %;

ab 6 Schaltungen: 10 %;

ab 9 Schaltungen: 15 %;

ab 12 Schaltungen: 20 %

Mengenstaffel

ab 3 Seiten: 10 %; ab 6 Seiten: 15 %;

ab 9 Seiten: 20 %; ab 12 Seiten: 25 %

Druckauflage: 16.000

Verbreitete Auflage: 15.850

Termine: Alle Termine finden Sie auf Seite 10.

Erscheinungsweise: monatlich

Heftformat: 210 x 297 mm (Breite x Höhe)

Einzelpreis: 4,00 €, Abo (12 Ausgaben)

48,00 € inkl. MwSt. und Versand

Technische Hinweise

Bitte bei Anzeigenerstellung und digitaler Übertragung beachten!

Druckverfahren: Rollenoffset aus der Euroskala auf gestrichenem Recyclingpapier.

Druckunterlagen: Digitale Übermittlung in geschlossenen Formaten wie PDF (vorzugsweise PDF/X-1A).

Rasterweite: 60 Linien/cm (150 lpi).

Farbprofil: Daten in PSOcoated_v3 oder ISOcoated_v2 liefern.

Schriften: vollständig einbetten

Farben: HKS- und Pantonefarben werden grundsätzlich aus der Euroskala gedruckt. Es gelten die Prozentwerte des HKS-Gremiums. Drucktechnisch bedingte geringfügige Abweichungen im Farbton berechtigen nicht zu Ersatzansprüchen oder Preisnachlässen.

Ausdruck/Motiv: Bitte lassen Sie uns mit jeder Datei einen entsprechenden Ausdruck (auch Fax oder PDF) zukommen. Bei farbigen Anzeigen einen farbverbindlichen Proof, möglichst auf Auflagenpapier.

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

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

Datenübertragung:

Per E-Mail an Ihren Sales Manager

Allgemeine Geschäftsbedingungen aus Mediadaten No. 72 gültig ab 1. Oktober 2022

Für Anzeigenschaltungen, Fremdbeilagen und Schaltungen von Online-Werbemitteln

Für alle Werbetaufträge und für alle Folgeaufträge gelten mit ihrer Erteilung die Konditionen der Preisliste, der Allgemeinen Geschäftsbedingungen und der Zusätzlichen Geschäftsbedingungen der Heilbronner Stimme GmbH & Co. KG, Allee 2, 74072 Heilbronn (im Folgenden „Medienunternehmen“), deren Regelungen einen wesentlichen Vertragsbestandteil bilden. Die Gültigkeit etwaiger AGB der Werbungsstrebende oder Inserenten ist ausgeschlossen, soweit sie mit diesen AGB nicht übereinstimmen.

1. Werbetauftrag ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Werbemittel in einer Druckschrift und/oder im Internet zum Zweck der Verbreitung (nachfolgend Werbetauftrag/Anzeigenauftrag). Werbetaufträge im digitalen Bereich sind insbesondere: Banner, Advertisements, Subchannel, Social Media Postings und Multimedia Content.
Die AGB gelten sinngemäß für Beilagenaufträge. Diese werden vom Medienunternehmen grundsätzlich erst nach Vorlage eines Musters angenommen.
2. Abschluss ist ein Vertrag über die Schaltung mehrerer Anzeigen unter Beachtung der vom Medienunternehmen angebotenen Rabattsatzfein, wobei die einzelnen rechtverbindlichen Anzeigenaufträge jeweils erst durch schriftliche oder elektronische Bestätigung des Abrufs zustande kommen. Abruf ist die Aufforderung des Werbebetreibenden an das Medienunternehmen, auf Grundlage eines Abschlusses eine konkrete Anzeige zu veröffentlichen und die Zustellung der für die Produktion erforderlichen Texte und Vorlagen. Ist kein Erscheinungstermin vereinbart, sind Anzeigen spätestens ein Jahr nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Vertragsabschluss zu beauftragen, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird. Bei Errechnung der Abnahmesumme zur Abschlussfüllung werden Textteil-Millimeter dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet. Rabattdifferenzen, die aus Mehr- oder Minderabnahmen, ausgehend von der vereinbarten Abnahmenge entstehen, werden am Ende des Abschlussjahres durch entsprechende Gutschriften bzw. Belastungen ausgeglichen. Bei Nichtbezahlung von einer oder mehreren Anzeigenrechnungen kann diese Rabattvereinbarung nach erfolgloser Mahnung außerordentlich und fristlos gekündigt werden. Mit der Kündigung können Rabattdifferenzen sofort geltend gemacht werden. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten Satz 4 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.
3. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die das Medienunternehmen nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspositionen, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Medienunternehmen zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Medienunternehmens beruht.
4. 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 Medienunternehmen eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, ob der Auftrag wunschgemäß ausgeführt werden kann. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
5. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzten. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Medienunternehmen mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
6. Aufträge für Anzeigen bzw. Werbung können persönlich, telefonisch, schriftlich, per E-Mail, Telefax oder per Internet aufgegeben werden. Das Medienunternehmen haftet nicht für Übermittlungfehler. Bei fernmündlich aufgegebenen Anzeigen und Änderungen sowie für Fehler infolge undeutlicher Übermittlungen und Niederschriften übernimmt das Medienunternehmen keine Haftung für die Richtigkeit der Wiedergabe. Das Medienunternehmen behält sich vor, undeutliche oder sprachlich fehlerhafte Manuskripte zu korrigieren. Fehlende oder fehlerhaft gedruckte Kontrollangaben ergeben keinen Anspruch auf Nachlass oder Ersatz. Ebenso auch nicht ein Abweichen von der Satzvorlage, der Schriftart oder -größe. Der Anzeigenauftrag kommt zustande durch die Buchung der Anzeige durch den Auftraggeber (Angebot) und Bestätigung der Buchung durch das Medienunternehmen in Textform (Annahme) oder durch Zusendung der Rechnung.
7. Das Medienunternehmen kann Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe – im

- Rahmen eines Abschlusses nach sachgemäßem Ermessen ablehnen. Dies gilt insbesondere, wenn der Inhalt der Anzeigenaufträge gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt, vom deutschen Werbegericht beanstandet wurde, wenn deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder Beilagen durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung erwecken oder Fremdbeilagen enthalten. Beilagenaufträge sind für das Medienunternehmen erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren Billigung bindend. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
8. Anzeigenaufträge können nur schriftlich per Telefax oder E-Mail gekündigt werden. Ist die Anzeige bereits in Druck gegeben, hat der Auftraggeber die Anzeige zu bezahlen. Ist die Anzeige noch nicht in Druck gegeben, kann das Medienunternehmen die Erstattung der bis zur Kündigung angefallenen Kosten nach den gesetzlichen Vorschriften verlangen. Das Medienunternehmen wird im Falle höherer Gewalt und bei vom Medienunternehmen unverschuldeten Arbeitskampfabbrüchen von der Verpflichtung zur Auftrags Erfüllung frei. Schadensersatzansprüche des Kunden bestehen deswegen nicht.
 9. Bei der Beauftragung von Anzeigen unter der für die jeweilige Rubrik geltenden Mindestgröße wird der Preis für die jeweilige Mindestgröße berechnet.
 10. Sind keine Größen vereinbart oder vorgegeben, wird die Anzeige mit der für eine solche Anzeige üblichen Höhe abgedruckt und berechnet. Weicht bei einer angeforderten Druckerhöhung die Abdruckhöhe von der bestellten Abdruckhöhe im Auftrag ab, gilt das Maß der in Abdruck gebrachten Anzeigehöhe.
 11. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckerzeugnisse oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckerzeugnisse fordert das Medienunternehmen unverzüglich Ersatz an. Das Medienunternehmen gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckerzeugnisse gegebenen Möglichkeiten.
 12. Der Auftraggeber hat den Abdruck seiner Anzeige sofort nach Erscheinen zu prüfen. Das Medienunternehmen lehnt Ansprüche auf Zahlungsminderung oder Ersatz ab, wenn bei zu wiederholenden Aufträgen der Zahlungseifer unterläuft, ohne dass der Auftraggeber eine Berichtigung vor Wiedergabe der nächsten Anzeige verlangt.
 13. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder 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 das Medienunternehmen eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen. Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Medienunternehmens für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt.
 14. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet das Medienunternehmen 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 zu Höhe des betreffenden Anzeigententgelts beschränkt. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.
 14. Bei Aufträgen für Onlinewerbung kann das Medienunternehmen nicht eine jeder zeitliche und vollständige Wiedergabe sicherstellen. Das Medienunternehmen haftet nicht für Fehler in der Wiedergabe, wenn diese durch außerhalb des Verantwortungsbereichs des Medienunternehmens liegende Umstände beeinträchtigt wird, insb. Störungen der Kommunikationsnetze, durch die Verwendung ungeeigneter Darstellungsoff- oder Hardware und Ausfall von Servern.
 15. Bei Anzeigenaufträgen besteht kein Widerrufsrecht für Verbraucher. Gemäß § 312 g Abs. 2 Nr. BGB ist das Widerrufsrecht bei Verträgen über Leistungen ausgeschlossen, die nicht vorgefertigt sind und für deren Herstellung eine individuelle Auswahl

durch den Verbraucher maßgeblich ist oder die auf die persönlichen Bedürfnisse des Verbrauchers zugeschnitten sind.

16. Der Auftraggeber ist für den rechtlichen Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der Anzeige verantwortlich und stellt sicher, dass die Inhalte, insbesondere Texte, Bilder und Grafiken, keine Rechte Dritter, insbesondere Urheberrechte oder sonstige Schutzrechte verletzen und alle auf Fotos abgebildeten Personen mit der Veröffentlichung in der Print- und Online- Ausgabe einverstanden sind. Er stellt das Medienunternehmen von allen Ansprüchen Dritter wegen der Veröffentlichung der Anzeige frei, einschließlich der angemessenen Kosten zur Rechtsverteidigung. Das Medienunternehmen ist nicht zur Prüfung verpflichtet, ob ein Anzeigenauftrag die Rechte Dritter beeinträchtigt. Ist das Medienunternehmen zum Abdruck einer Gegen Darstellung verpflichtet, hat der Auftraggeber die Kosten nach der gültigen Anzeigenpreisliste zu tragen.
 17. Alle benannten Preise gelten bei Anlieferung fertiger Druckunterlagen bzw. Verwendung vorhandener Druckunterlagen (Scheitlöse). Für die Anzeigenherstellung/-gestaltung/-änderung wird eine formatunabhängige Satzpauschale von 15,00 € zzgl. MwSt. je Motiv erhoben. Die Pauschale ist nicht rabatt- und AE-fähig. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Das Medienunternehmen berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Überendung des Probeabzugs gesetzten Frist mitgeteilt werden. Sollte der Auftraggeber nach Übermittlung des zweiten Korrekturabzugs Änderungen verlangen, die nicht auf einer Abweichung des Korrekturabzugs vom Auftrag beruhen, wird das Medienunternehmen dem Auftraggeber für die Erstellung und Lieferung eines dritten Korrekturabzugs einen Pauschalbetrag in Höhe von 15,00 € zzgl. Mehrwertsteuer in Rechnung stellen. Kosten für die Anfertigung bestellter Vorlagen, Filme oder Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen trägt im Übrigen der Auftraggeber.
 18. Sind keine besonderen Großveranschreibungen gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
 19. Sofern das Medienunternehmen in Vorleistung tritt, z.B. bei Ratenzahlung oder bei Lieferung auf Rechnung, ermächtigt sie uns, Ihre angelegenen Daten zum Zweck der Bonitätsprüfung auf Basis mathematisch-statistischer Verfahren an den Verband der Vereine Creditreform e.V., Hellersbergstraße 12, 41460 Neuss weiterzugeben. Wir behalten uns das Recht vor, Ihnen im Ergebnis die Vorleistung/Premie zu verweigern.
 20. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige auf dem Postweg oder per E-Mail, übersandt. Rechnungen sind sofort nach Rechnungserhalt fällig und ohne Abzug zu bezahlen. Bei Zahlungsverzug werden sämtliche offestehenden Rechnungen bzw. Nachberechnungen zur sofortigen Zahlung fällig. Bei Stundung oder Zahlungsverzug werden Zinsen entsprechend § 288 BGB berechnet. Mahn- und Inkassokosten, die durch Zahlungsverzug entstehen, trägt der Auftraggeber. Das Medienunternehmen kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung eines laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist das Medienunternehmen berechtigt, auch während der Laufzeit eines Abschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen, abweichend von einem ursprünglich vereinbarten Zahlungsziel, von der Vorauszahlung des Anzeigenentgelts und vom Ausgleich offener Rechnungsbeträge abhängig zu machen. Bei telefonischer Auftragsannahme werden Aufträge von Anzeigen-Kunden ohne Abschluss mittels E-Zugemächtigung abgewickelt. Fehlerhafte Anzeigenrechnungen können innerhalb von sechs Monaten nach Rechnungsstellung korrigiert werden. Der Auftraggeber ist zur Aufrechnung mit Gegenansprüchen nur berechtigt, wenn seine Gegenansprüche rechtskräftig festgestellt oder nicht bestritten sind.
- Für die Frist zur Versendung der Vorabinformationen für Zahlungen des Zahlungsverpflichtigen/Kunden aus SEPA-Lastschriften wird einvernehmlich zwischen den beiden Parteien vereinbart, dass die Versendung bis auf einen Kalendertag vor Fälligkeit der Lastschrift zulässig ist. Lastschriften erfolgen frühestens zwei Tage nach Rechnungsdatum. Erfolgt kein SEPA-Lastschriftverfahren eine Rückbelastung an das Medienunternehmen, die der Kunde zu vertreten hat, so hat der Kunde die entstehenden Kosten zu tragen. Rechnungsbetrag und Kosten sind sofort fällig. Skontobeträge verfallen. Das Medienunternehmen behält sich vor, nur gegen Vorauskasse Anzeigen zu veröffentlichen oder Prospekte zu streuen.

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften

21. Das Medienunternehmen arbeitet im Bereich Forderungsmanagement mit der Creditreform Heilbronn Zimmermann KG zusammen. Zu diesem Zweck übermitteln wir die zur Durchführung von Inkassostellungsleistungen erforderlichen Daten (z. B. Gläubigername, Schuldnername, Forderungsdaten) an Creditreform. Weitere Informationen zur Datenverarbeitung bei Creditreform erhalten Sie unter <https://www.creditreform.de/heilbronn/datenschutz>.

22. Das Medienunternehmen liefert in der Regel auf der Rechnung einen belegersetzten- den Abdruck der Anzeige. Wenn Art und Umfang des Auftrages es rechtfertigen, liefert der Verlag auf Anforderung Belege. Bei Belieferung der Gesamtausgabe oder mehrerer Lokalausgaben wird nur ein Beleg verschickt. Der Belegversand erfolgt in der Regel elektronisch. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Medienunternehmens über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige. Bei Kleinanzeigen im Filetsatz und privaten Gelegenheitsanzeigen besteht kein Anspruch auf einen Beleg.

23. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführung hat der Auftraggeber zu tragen.

24. Aus einer Auftragsminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preiserminderung 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 Auftragsminderung ist nur dann ein zur Preiserminderung berechtigender 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 Preiserminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn das Medienunternehmen dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.

25. Bei Zielfernanzeigen wendet das Medienunternehmen für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Zielfernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Das Medienunternehmen behält sich vor, bei Stückzahlen ab zehn gewerblichen Zuschriften von einem Absender eine Weiterleitungsgebühr auf der Basis des jeweils gültigen Posttarifs zu berechnen. Die Eingänge auf Zielfernanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, wertvolle Unterlagen sendet das Medienunternehmen zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Dem Medienunternehmen kann einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen, Briefe, die das zulässige Format DIN A4 überschreiten sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Entgegennahme und Weiterleitung kann dennoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.

26. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages. Bewahrt das Medienunternehmen die Werbemittel auf, ohne dazu verpflichtet zu sein, so geschieht dies ebenfalls für maximal drei Monate.

27. Die Vertragsdaten werden in einer Datenverarbeitungsanlage gespeichert, aufgrund der gesetzlichen Aufbewahrungsfristen auch über den Zeitpunkt der Vertragserfüllung hinaus. Das Medienunternehmen wird alle Informationen, Geschäftsverläufe und Unterlagen, die im Zusammenhang mit der Vertragsabwicklung bekannt werden und als vertraulich bezeichnet werden, vertraulich behandeln, es sei denn, sie sind bereits auf andere Weise allgemein bekannt geworden. Die Weitergabe an zur Vertraulichkeit verpflichtete Unterauftragnehmer ist gestattet. Soweit personenbezogene Daten verarbeitet werden, erbringt das Medienunternehmen diese Leistung durch auf das Datengeheimnis gem. DSGVO und sonstige datenschutzrechtliche Vorschriften verpflichtete Mitarbeiter und ggfs. Unterauftragnehmer. Das Medienunternehmen wird die personenbezogenen Daten ausschließlich für die Leistungserbringung verarbeiten. Die datenschutzrechtlichen Informationspflichten nach Art. 13 DSGVO hinsichtlich der Verarbeitung von personenbezogenen Daten und

welche Rechte die Betroffenen haben, können unter www.stimme-mediengruppe.de/informationspflichten eingesehen werden. Die Daten können in anonymisierter Form zu Zwecken der Marktforschung verwendet werden. Mit einer ausdrücklichen zu erteilenden Einwilligung durch den Kunden können die Werbemaßnahmen zu Werbezwecken für das Medienunternehmen und seine Tochterunternehmen verarbeitet werden. Eine Weitergabe und Nutzung für fremde Werbezwecke erfolgt nicht. Der über die Vertragserfüllung hinausgehenden Daten-nutzung kann der Kunde jederzeit schriftlich widersprechen, per E-Mail an datenschutz@stimme-mediengruppe.de. Der Auftraggeber hat das Recht, per Mail an datenschutz@stimme-mediengruppe.de oder postalisch an Heilbronn Stimme GmbH & Co. KG, Allee 2, 74072 Heilbronn unentgeltlich Auskunft zu erhalten, welche Daten über ihn gespeichert sind und zu welchem Zweck die Speicherung erfolgt. Unseren Datenschutzbeauftragten erreichen Sie unter datenschutz@stimme-mediengruppe.de. Ergänzend gilt die Datenschutzerklärung des Medienunternehmens auf www.stimme-mediengruppe.de/datenschutz. Es besteht ein Beschwerderecht beim Landesdatenschutzbeauftragten für den Datenschutz und die Informationsfreiheit Baden-Württemberg.

28. Das Medienunternehmen kann Subunternehmen zur Erbringung seiner vertraglichen Leistungen einsetzen und ist berechtigt, in der Zeitung erscheinende Anzeigen auch in den Online-Dienst des Verlages und ggf. seiner Online-Kooperationspartner einzustellen. Alle gestalteten Anzeigen (außer Stellenanzeigen, Familienanzeigen und Kleinanzeigen) werden, soweit technisch möglich, kostenpflichtig im E-Paper mit einem ClickOut versehen, der auf die Kunden-Website verlinkt.

29. Für den Anzeigenauftrag gilt deutsches Recht und Ausschluss des UN-Kaufrechts und unter Ausschluss von Kollisionsrecht.

30. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist Heilbronn; auch für das Mahnverfahren sowie für den Fall, dass der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt ist, ist als Gerichtsstand Heilbronn vereinbart.

31. Eine etwaige Unwirksamkeit einer oder mehrerer Bestimmungen dieser AGB lässt die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen unberührt. Die Vertragsparteien verpflichten sich, anstelle einer unwirksamen Bestimmung eine gültige zu treffen, deren wirtschaftlichen Erfolg dem der unwirksamen so weit wie möglich nahekommt.

32. Der Auftraggeber erklärt sich damit einverstanden, dass er über Änderungen dieser AGB auf der Homepage (www.stimme.de) unterrichtet werden kann. Die Änderung gilt als vom Auftraggeber genehmigt, wenn er nicht innerhalb von vier Wochen ab Bekanntgabe oder ggf. Zugang der Unterrichtung der Änderung widerspricht. Widerspruch der Auftraggeber können laufende Verträge von dem Medienunternehmen fristgerecht gekündigt werden.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen

- Für Anzeigen in Sonderseiten, Sonderbeilagen und Kollektiven können vom Medienunternehmen von der Preisliste abweichende Preise festgelegt werden.
- Im Falle gänzlichen oder teilweisen Nichterscheinens der Zeitung und somit der Anzeige infolge höherer Gewalt oder bei Störung des Arbeitsfriedens erlischt jede Verpflichtung auf Erfüllung von Aufträgen und Leistungen von Schadensersatz; Für nicht rechtzeitig oder überhaupt nicht veröffentlichte Anzeigen bzw. Beilagen wird ebenfalls kein Schadensersatz geleistet.
- Für die Bonusgewährung gilt die erweiterte Mengenstaffel. Der Werbungtreibende hat rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb eines Jahres entsprechenden Nachlass, wenn er zu Beginn der Frist einen Auftrag abgeschlossen hat, der aufgrund der Preisliste zu einem Nachlass von vornherein berechtigt. Für die Gewährung eines Konzernrabattes für Tochtergesellschaften ist der schriftliche Nachweis einer mehr als 50-prozentigen Kapitalbeteiligung erforderlich. Das Medienunternehmen gewährt einen Konzernrabatt nur bei privatwirtschaftlich organisierten Zusammenschlüssen. Dies gilt nicht für den Zusammenschluss verschiedener selbständiger hoheitlicher Organisationen oder bei Zusammenschlüssen, bei denen Körperschaften des Öffentlichen Rechts beteiligt sind.
- Werbeagenturen und gewerbsmäßige Vermittler erhalten Mittelprovision, wenn sie die gesamte Auftragsabwicklung übernehmen. Anzeigen- und Beilagenaufträge werden Werbeagenturen und Werbungsagenturen bei Berechnung zum Grundpreis provisioniert. Von allen „Ortspreisen“ und ermäßigten Preisen wird keine Mittelprovision gewährt.

e) Vom Medienunternehmen gestaltete Anzeigen dürfen ohne seine Einwilligung nicht für eine Reproduktion bei anderen Werbeträgern weitergegeben oder weiterverwendet werden. Insbesondere dürfen Nachdruck, Aufnahme in Online-Dienste, Internet und Vervielfältigung auf Datenträgern wie CD-ROM, DVD-ROM etc. auch auszugswise, nur nach vorheriger schriftlicher Zustimmung des Medienunternehmens erfolgen.

f) Als Missbrauch des Ziffern-Dienstes sind Angebote/Zuschriften anzusehen, die sich auf die Anzeige nicht direkt beziehen. Die Weiterleitung von Zuschriften auf Zielfernanzeigen geschieht generell auf Postkarten und Briefe bis zum Format DIN A4 und bis zu einem Gewicht von 50 Gramm. Das Medienunternehmen kann darüber hinaus mit dem Auftraggeber die Möglichkeit der Selbstabholung von Zuschriften auf Zielfernanzeigen oder der Zusendung vereinbaren, wenn der Auftraggeber die dafür entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.

g) Bei Änderung der Preisliste treten die neuen Bedingungen sofort in Kraft.

h) Korrekturabzüge können nur versendet werden, wenn der Auftragsingang einen Tag vor Anzeigenschluss erfolgt ist.

i) Höhenveränderung bei Anzeigen im Zeitungsdruck, hervorgerufen durch das Schrumpfen des nassen Papiers nach dem Druck in üblichem Maße, müssen vom Auftraggeber toleriert werden.

PROMAGAZIN

für die Region Heilbronn-Franken.

**pVS - pro Verlag und Service
GmbH & Co. KG**

Stauffenbergstr. 18
74523 Schwäbisch Hall
T 0791 95061-8300
F 0791 95061-8341

www.stimme-mediengruppe.de/pvs
www.pro-magazin.de

