

**EBERBACHER
ZEITUNG**

Mediadaten 2010



PREISLISTE NR. 36 GÜLTIG AB 01.01.2010



ALLGEMEINE VERLAGSANGABEN

**EBERBACHER
ZEITUNG**

HERAUSGEBER: Neckartal Printmedien GmbH & Co. KG
Neugasse 2
69117 Heidelberg

ERSCHEINUNGSWEISE: werktäglich, morgens

DRUCKAUFLAGE: 3.500

ANZEIGENSCHLUSS: 2 Tage vor Erscheinen

BANKVERBINDUNG: Sparkasse Heidelberg
Konto 9132864
BLZ 672 500 20

ZAHLUNGSBEDINGUNGEN: Sofort nach Rechnungsstellung, ohne Abzug, sofern nichts anderes vereinbart.

PREISE: Alle gewerblichen Preise verstehen sich zuzüglich gesetzlicher MwSt.

NACHLÄSSE: Es gelten folgende Nachlässe für Abschlüsse innerhalb eines Jahres in derselben Ausgabe oder Kombination (nur bei Grundpreisen und ermäßigten Grundpreisen).

SATZSPIEGEL
501 mm hoch x 324 mm breit
Text: 5 Spalten
Anzeigen: 7 Spalten

1/1 Seite = 3507 mm

ANZEIGEN MINDESTGRÖSSEN
Anzeigenteil: 25 mm, Textteil: 15 mm

BLATTBREITE ANZEIGEN UNTER TEXT:
Mindestens 80 mm hoch

ECKFELDDANZEIGEN:
Ab 700 mm, max. 350 mm hoch
(Umrechnungsfaktor: 1 Textspalte = 1,4-Anzeigen-Spalten)

BLATTHOHE ANZEIGEN AUF TEXTSEITEN:
501 mm hoch, mind. 1 Textspalte breit (Umrechnungsfaktor: 1,4)

TEXTTEILANZEIGEN:
1-spaltig mindestens 15 mm, max. 100 mm hoch

> SPALTENBREITE ANZEIGENTEIL

1 Spalte	45 mm
2 Spalten	91 mm
3 Spalten	138 mm
4 Spalten	184 mm
5 Spalten	231 mm
6 Spalten	277 mm
7 Spalten	324 mm

> SPALTENBREITE TEXTTEIL

1 Spalte	61,6 mm
2 Spalten	127,2 mm
3 Spalten	192,8 mm
4 Spalten	258,4 mm
5 Spalten	324,0 mm

> MALSTAFFEL

für mehrmalige Veröffentlichungen

- bei 12 mal 10 %
- bei 24 mal 15 %
- bei 52 mal 20 %

> MENGENSTAFFEL

bei Mindestabnahme von

- 5.000 mm 10 %
- 10.000 mm 15 %
- 20.000 mm 20 %

> VERBREITUNGSGEBIET / PREISE



> TEXTTEIL

SCHWARZ / WEISS ANZEIGEN

	MM-PREIS	SPALTENBREITE	SPALTENZAHL
1c	1,47 €	61,6 mm	5

FARBANZEIGEN

2c	1,57 €	61,6 mm	5
3c	1,71 €	61,6 mm	5
4c	1,88 €	61,6 mm	5

> ANZEIGENTEIL

SCHWARZ / WEISS ANZEIGEN

	MM-PREIS	SPALTENBREITE	SPALTENZAHL	1/1 SEITE
1c	0,56 €	45 mm	7	1.963,92 €

FARBANZEIGEN

2c	0,63 €	45 mm	7	2.209,41 €
3c	0,68 €	45 mm	7	2.384,76 €
4c	0,75 €	45 mm	7	2.630,25 €



PROSPEKTBEILAGEN

Preise pro 1000 Exemplare	20 g	25 g	30 g	35 g	40 g	45 g	50 g	je weitere 5 g
Preise	74,-	80,-	86,-	92,-	99,-	105,-	111,-	6,-

TECHNISCHE ANGABEN

1. Höchstformat: Höhe 250 mm, Breite 350 mm. Höchstgewicht 70 g
2. Größere Formate können verwendet werden, wenn sie auf das Höchstformat gefalzt sind. Beilagen im Format DIN A4 (1 Blatt) müssen auf das Format DIN A5 gefalzt werden. Kleinere Formate sind nicht möglich.
3. Beilagen müssen so beschaffen sein, dass sie maschinell verarbeitet werden können. Das Einlegen von Prospekten mit Leporello-Falzung (Ziehharmonika), Kreis- oder Ovalformate sowie mit Warenmustern und -proben sind nicht möglich.
4. Erscheinungstage für Beilagen: Montag bis Samstag.
5. Eine Termingarantie oder Haftung im Falle höherer Gewalt, beschädigt gelieferter oder zusammenklebender Prospekte sowie technischer Störungen kann nicht übernommen werden.
6. Bei Verlust einzelner Beilagen auf dem Vertriebswege haftet der Verlag nicht, ebenso bei Beilagen, die ohne ordnungsgemäße Versandpapiere angeliefert werden.

7. Die angelieferten Beilagen müssen in Art und Form eine einwandfreie, sofortige Verarbeitung gewährleisten, ohne dass eine zusätzliche, manuelle Aufbereitung notwendig wird. Durch zu frische Druckfarben zusammengeklebte, stark elektrostatisch aufgeladene oder feucht gewordene Beilagen können nicht verarbeitet werden. Beilagen mit umgeknickten Ecken bzw. Kanten, Quetschfalten oder verlagertem (rundem) Rücken sind ebenfalls nicht verarbeitbar.
8. Die Beilagen müssen sauber auf stabilen Paletten gestapelt sein. Beilagen sollen gegen eventuelle Transportschäden (mechanische Beanspruchung) und gegen Eindringen von Feuchtigkeit geschützt sein. Jede Palette muss analog zum Lieferschein deutlich sichtbar mit einer Palettenkarte gekennzeichnet sein.

Die Annahme von zeitungähnlichen Beilagen behält sich der Verlag vor. Die Beilagen dürfen keine Fremdanzeigen enthalten. Beilagen, die für zwei Auftraggeber werben, berechnen wir mit 100 % Zuschlag. Auch bei bestätigten Terminen für Beilagen ist der Auftrag erst endgültig angenommen, wenn der Verlag wenigstens 7 Tage vor Beilegung ein Muster der Beilage prüfen konnte.

Siehe auch Ziffer 8 der Allgemeinen Geschäftsbedingungen.

SONSTIGE ANGABEN

Konkurrenzausschluss oder eine Streuung als alleinige Beilage kann nicht zugesagt werden. Liegen für einen Tag mehrere Beilagen vor, können aus technischen Gründen die Beilagen ineinandergesteckt werden.

Zusagen auf die Veröffentlichung von redaktionellen Hinweisen sind unverbindlich. Bei Belegung von Teilen der Bezirksausgaben wird keine Gewähr dafür übernommen, dass das gewünschte Gebiet ausschließlich und vollständig erfaßt wird.

Beilagenaufträge werden mit der üblichen Sorgfalt erledigt.

Der Verlag leistet jedoch keine Gewähr für Beilagen an bestimmten Tagen. Bei nicht termingerechter Anlieferung der Beilagen oder Abbestellung berechnet der Verlag 50 % des Auftragswertes als Ausfallkosten.

> INFORMATION

POSTGEBÜHREN/RABATTE

keine

LIEFERANSCHRIFT

frei Haus Rhein-Neckar-Zeitung
Druckhaus Hans-Bunte-Straße 5a
69123 Heidelberg-Pfaffengrund

TELEFON

06221/519-468

ANSPRECHPARTNER

Karin Imhoff
Tel. 06221/519-305

ANLIEFERUNGSTERMIN

5 Tage vor Beilegung, nicht früher
Montag bis Freitag 9-12, 14-15 Uhr

RÜCKTRITTSSTERMIN

3 Wochen vor Beilegung



DATENLIEFERUNG

FOLGENDE DATENFORMATE SIND MÖGLICH:

WORD-Dateien: Originaldateien im WORD-Format als offene Datei. Diese Datei ist im prn-Format abzuspeichern. Von der Originaldatei WORD benötigen wir einen Ausdruck, damit die Schriften verglichen bzw. in vorliegende Schriften umgewandelt werden können.

Bei Rückfragen siehe Technische Hotline.

PostScript (Rücksprache Druckertreiber)/EPS
(mit inkludierten Schriften)/TIFF/PDF.

Bei anderen Datenformaten wie Freehand, QuarkXPress für MAC, beachten Sie bitte:

- > Offene Dateien dieser Programme können bei Bedarf verarbeitet werden.

Tonwerte (technische Rasterflächen) sollten nicht kleiner als 5 % sein. Linienstärken sollten nicht kleiner als 0,2 mm bzw. 0,3 Punkt sein.

AUFLÖSUNG:

- > Strichzeichnungen (line art) sollten nicht mehr als 1200 dpi haben
- > Graustufen- und Farbbilder sollten zwischen 200 und 300 dpi haben.

SCHRIFTEN/FONTS:

Sie haben folgende Möglichkeiten:

- > Alle verwendeten Fonts in Datei einbinden oder Schriften in Zeichenwege/Kurven/Pfade umwandeln oder Bildschirm- und Drucker-Fonts separat mitliefern.
- > Nur PostScript-Schriften verwenden
(Keine True-Type und Multiple Master Fonts)

CMYK-VIERFARB-ANZEIGEN:

- > Schwarzauszug als CMYK-Schwarz anlegen.
- > Bitte den reduzierten darstellbaren Farbraum im Zeitungsdruck berücksichtigen.
- > Zusätzliche selbstdefinierte (Sonder-)Farben immer als CMYK-Vierfarb-Auszüge anlegen.

SONDERFARBEN-ANZEIGEN „HKS“:

- > Sonderfarben können geliefert werden.
- > Wenn Sonderfarben geliefert werden, dann RNZ-Farbandruckbogen verwenden
- > Bezeichnung der Farbe z.B. HKS4, kein Leerzeichen oder Sonderzeichen bei Farbbeneennung verwenden.
- > Duplexbilder müssen im CMYK-Farbraum angeliefert werden.

Sonderfarben-Anzeigen „Pantone“:

- > Nur als CMYK-Separation

Bitte auf Vollständigkeit bei allen enthaltenen Anzeigen-Elementen achten: Bilder, Logos, Schriften

DATENKOMPRESSION:

Sie können zur Verkleinerung der Dateien Datenkompression einsetzen. Stuffit-komprimierte Dateien können direkt dekomprimiert werden, sonst verwenden Sie bitte immer selbstdekomprimierende Dateien (.sea). Bitte keine JPEG's sowie keine RGB-Bilder in die Dokumente einbauen.

TECHNISCHE HOTLINE

- > Bilder: (0 62 21) 51 92 95
- > Anzeigen: (0 62 21) 90 12 83

ISDN-RÜCKFRAGEN: (0 62 21) 90 12 39

> ÜBERTRAGUNGSWEGE

FTP-DIREKTÜBERTRAGUNG:	ftp://druckdaten.rnz.de
Benutzername:	druckdaten
Kennwort:	rnz
INTERNET/E-MAIL:	druckdaten@rnz.de
ANZEIGEN AUFTRÄGE:	volker.sigmund@rnz.de

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

FÜR ALLE ANZEIGEN- UND BEILAGENAUFTRÄGE GELTEN MIT IHRER ERTEILUNG DIE KONTIENEN DER PREISLISTE. DER ALLGEMEINEN GESCHÄFTSBEDINGUNGEN UND DER ZUSÄTZLICHEN GESCHÄFTSBEDINGUNGEN DES VERLAGES. FÜR DEN VERLAG SIND DAVON ABWEICHENDE BEDINGUNGEN DES AUFTRAGGEBERS UNVERBINDLICH, WENN DIESER NICHT BINNEN EINER WOCHE SEIT DER AUFTRAGSBESTÄTIGUNG DURCH DEN VERLAG SCHRIFTLICH WIDERSPRICHT.

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungstreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.
2. Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.
3. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.
4. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höhere 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 auf Grund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
8. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für die Verlag erst nach Vorlage eines Modells 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 Druckerunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckerunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckerunterlagen 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

sige Format DIN A 4 überschreiten, sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann dennoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.“

19. Matern werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.
20. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

ZUSÄTZLICHE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN DER TARIFGEMEINSCHAFT MANNHEIMER MORGEN, RHEIN-NECKAR-ZEITUNG UND RHEINPFALZ.

- a) Die Verlage handeln den Auftraggebern gegenüber ausschließlich im Namen und Recht der angeschlossenen Mitglieder. Die Verlage haben für die Tarifgemeinschaft Inkassovollmacht.
- b) Die vorstehend aufgeführten Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften gelten für die Rechtsbeziehung zwischen Auftraggeber und den Verlagen.
- c) Mit der Erteilung eines Anzeigen- oder Beilagenauftrages anerkennt der Auftraggeber die Preisliste und die Geschäftsbedingungen der Verlage.
- d) Änderungen der Anzeigenpreisliste werden mit dem Zeitpunkt des Inkrafttretens auch für laufende Aufträge wirksam.
- e) Die Verlage wenden bei Entgegennahme und Prüfung der Anzeigentexte die geschäftsübliche Sorgfalt an, haften jedoch nicht, wenn sie vom Auftraggeber irreführend oder getäuscht werden. 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.
- f) Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen. Dem Auftraggeber obliegt es, die Verlage von Ansprüchen Dritter freizustellen, die diesen aus den Ausführungen des Auftrages, auch wenn er nicht rechtzeitig sistiert wurde, erwachsen. Die Verlage sind nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen oder Beilagen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Erscheinen nicht rechtzeitig sistierte Anzeigen, so stehen auch dem Auftraggeber keine Ansprüche gegen die Verlage zu. Der Auftraggeber hält die Mitglieder auch von allen Ansprüchen aus Verstößen gegen das Urheberrecht frei.
- g) Der Anzeigenkunde stellt die Verlage, bei vom Anzeigenkunden gelieferten Vorlagen, von allen Ansprüchen Dritter frei, die gegen die Verlage wegen des Inhalts oder Gestaltung der Anzeige geltend gemacht werden, insbesondere Ansprüche auf Zahlung von Schadenersatz, Vertragsstrafe oder Ordnungsgeld sowie auf die Erstattung von Anwalts- und Gerichtskosten. Wird der Auftraggeber abgemahnt und aufgefordert, bezüglich bestimmter Anzeigen(Inhalte) eine Unterlassungsverpflichtungserklärung abzugeben, ist er verpflichtet, den Verlag unverzüglich und vor Abgabe der Erklärung schriftlich darüber zu informieren. Unterlässt der Auftraggeber diese Obliegenheitspflicht, kann der Verlag schon aus diesem Grunde jede Mithaftung für einen Schaden verweigern, die dem Auftraggeber durch die Abmahnung und/oder eine wiederholte Veröffentlichung der beanstandeten

- Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Schadenersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen; Schadenersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens zugeicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen, in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts beschränkt. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.
11. 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 der Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
 13. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen vom Empfang der Rechnung an laufende Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwasige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.
 14. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
 15. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden 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.
 16. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckstöcke, Matrern und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
 17. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preis-minderung 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 (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preis-minderung 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 Preis-minderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.
 18. Bei Zifferanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Zifferanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Zifferanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Dem Verlag kann einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige (oder einer Anzeige, die in Bezug auf den Abmahnungsgrund inhaltlich gleich ist) entstehen.
- h) Der Auftraggeber hat den Abdruck seiner Anzeige sofort nach Erscheinen zu prüfen. Die Verlage lehnen Ansprüche auf Zahlungsminderung oder Ersatz ab, wenn bei zu wiederholenden Aufnahmen der gleiche Fehler unterläuft, ohne dass der Auftraggeber eine Berichtigung vor Wiedergabe der nächsten Anzeige verlangt.
 - i) Ein Schadenersatz beschränkt sich im äußersten Fall nur auf die Nachholung der fehlerhaften Anzeige, alle weitergehenden Schadenersatzansprüche sind ausgeschlossen.
 - j) Im Falle gänzlichen oder teilweisen Nichterscheins der Zeitungen und somit der Anzeige infolge höherer Gewalt oder bei Störung des Arbeitsfriedens erlischt jede Verpflichtung auf Erfüllung von Aufträgen und Leistungen von Schadenersatz; für nicht rechtzeitig oder überhaupt nicht veröffentlichte Anzeigen bzw. Beilagen wird ebenfalls kein Schadenersatz geleistet.
 - k) Die Verlage behalten sich das Recht vor, die Berichtigung (Gutschriften, Nachberechnungen) fehlerhafter Auftragsabrechnungen innerhalb von sechs Monaten nach Rechnungsstellung vorzunehmen.
 - l) Die Werbungsmittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungstreibenden an die Preislisten der Verlage zu halten. Die von den Verlagen gewährte Mitteilungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.
 - m) Werbeagenturen und Werbungsmittler erhalten Provision für Anzeigen- und Beilagenaufträge von Werbungstreibenden des Handels, Handwerks und Gewerbes aus dem Verbreitungsgebiet, wenn die Anzeigen zum Grundpreis abgerechnet werden, vorausgesetzt, dass die Werbeagentur und Werbungsmittler auch die gesamte Auftragsabwicklung selbst übernehmen, d. h. die Aufträge den Verlagen unmittelbar erteilen und Texte bzw. Druckunterlagen direkt anliefern.
 - n) Bei blatt hohen Anzeigen wird die volle Satzspiegelhöhe berechnet.
 - o) Der Verlag behält sich vor, Anzeigen nur gegen Vorkasse zu veröffentlichen.
 - p) Gerichtsstand für das Mahnverfahren (§§ 688ff, ZPO) ist der Sitz des Verlages.
 - q) Für die Gewährung eines Konzernrabattes für Tochtergesellschaften ist der schriftliche Nachweis einer mehr als 50-prozentigen Kapitalbeteiligung erforderlich. Die Verlage gewähren Konzernrabatt nur bei privatwirtschaftlich organisierten Zusammenschlüssen. Dies gilt nicht für den Zusammenschluss verschiedener selbstständiger hoheitlicher Organisationen oder bei Zusammenschlüssen, bei denen Körperschaften des Öffentlichen Rechts beteiligt sind.
 - r) Für Anzeigen in Sonderseiten, Sonderbeilagen und Kollektiven können vom Verlag abweichende Preise festgesetzt werden.
 - s) Abbestellungen müssen schriftlich erfolgen. Bei Abbestellung einer Anzeige können die Verlage die entsprechenden Satz-kosten berechnen.
 - t) Beilagen sind gefalzt anzuliefern. Der Verlag behält sich vor, in die gleiche Ausgabe weitere Beilagen einzulegen. Der Verlag hat bei technischen Schwierigkeiten das Recht, den Beilagenauftrag auf verschiedene Termine aufzuteilen.
 - u) Der Verlag verteilt die Beilagen mit der geschäftlichen Sorgfalt, wobei bis zu 3% Fehlstreuung oder Verlust als verkehrsmäßig gelten.
 - v) Im Rahmen der Geschäftsbeziehungen bekannt gewordene Daten werden mit Hilfe der EDV bearbeitet und gespeichert. Die Daten werden zu keinem anderen Zweck als zu den Vertragszwecken verwendet (gemäß § 33, Absatz 1 und § 34, Absatz 1 Bundesdatenschutzgesetz)
 - w) Der Auftraggeber ist damit einverstanden, dass die von ihm stammenden Angaben sowohl ergänzend zu der Veröffentlichung in der oder den Druckschriften in elektronischen Medien verbreitet als auch in Marktanalysen, z. B. Immobilienmarktauswertungen, verarbeitet werden.
 - x) Für die richtige Wiedergabe unedlicher Manuskripte und für Übermittlungsfehler bei telefonisch aufgegebenen Anzeigen und telefonisch veranlassenden Änderungen, sowie Faxaufträgen wird keine Gewähr übernommen. Abbestellungen – grundsätzlich schriftlich – können nur berücksichtigt werden, wenn dies die technische Fertigstellung der Zeitung nicht beeinträchtigt.

Ihr Kontakt zu uns!

Heidelberg

SANDRA RACHEL

Tel. (06221) 519-310
Fax (06221) 519-344
sandra.rachel@rnz.de

ASTRID KREBBER

Tel. (06221) 519-311
Fax (06221) 519-344
astrid.krebber@rnz.de

BERND WUNDER

Tel. (06221) 519-312
Fax (06221) 519-344
bernd.wunder@rnz.de

WOLF-DIETRICH STILLGER

Tel. (06221) 519-313
Fax (06221) 519-344
wolf-dietrich.stillger@rnz.de

KATRIN SPIES

Tel. (06221) 519-315
Fax (06221) 519-344
katrin.spies@rnz.de

Buchen

ACHIM SCHUBERT

Tel. (06281) 5240-30
Fax (06281) 5240-51
achim.schubert@rnz.de

Eberbach

VOLKER SIGMUND

Tel. (06271) 94 21 29
Fax (06271) 71119
volker.sigmund@rnz.de

Mosbach

ERICH EIBLER

Tel. (06261) 9322-32
Fax (06261) 9322-39
erich.eibler@rnz.de

HELMUTH RUPSCH

Tel. (06261) 9322-31
Fax (06261) 9322-39
helmuth.rupsch@rnz.de

Sinsheim

GISELA GÖTHEL

Tel. (07261) 9440-20
Fax (07261) 9101-30
gisela.goethel@rnz.de

REINHARD SEEGER

Tel. (07261) 9440-21
Fax (07261) 9101-30
reinhard.seeger@rnz.de

Walldürn

ANTON HAAG

Tel. (06282) 9252-12
Fax (06282) 9252-20
anton.haag@rnz.de

Wiesloch

GABI ANRITTER

Tel. (06222) 5876-12
Fax (06222) 5876-19
gabi.anritter@rnz.de

Weinheim/Schriesheim

DIETER BARTH

Tel. (06201) 6308-5
oder (06203) 610-94/95
Fax (06201) 6308-6
oder (06203) 68994
dieter.barth@rnz.de

**Unsere Ansprechpartner für
Agenturen und Kunden außerhalb
des Verbreitungsgebiets**

KARIN IMHOFF

Tel. (0 62 21) 5 19-305
Fax (0 62 21) 5 19-208
karin.imhoff@rnz.de

HEIDI SCHMITT

Tel. (0 62 21) 5 19-306
Fax (0 62 21) 5 19-208
heidi.schmitt@rnz.de

BEATE KEIDEL

Tel. (0 62 21) 5 19-307
Fax (0 62 21) 5 19-208
beate.keidel@rnz.de