

MEDIA- DATEN

2026

FÜR GEWERBETREIBENDE
VERBRAUCHERPREISE AUF ANFRAGE

WWW.DMZ-WEINSTADT.DE

DMZ
VERLAG
WEINSTADT

Gültig ab 1. Juni 2026

VERBREITUNGSGEBIET



**GESAMT-
AUFLAGE:
ca. 59.435¹⁾**

1) Die Verteilung erfolgt an nahezu alle in Wohngebieten liegende erreichbare Haushalte im jeweiligen Verteilungsgebiet. Davon ausgenommen sind Werbeverweigerer sowie nicht oder nur schwer zugängliche Haushalte.

PREISE

FÜR GEWERBLICHE ANZEIGEN

Mitteilungsblatt	Erscheint in der Regel	AZ-Schluss	Verbreitungsgebiet	verbreitete Auflage	mm-Preis schwarz ⁺	mm-Preis farbig (4c) ⁺
's Blättle Weinstadt	mittwochs	montags, 17.00 Uhr	WEINSTADT + AICHWALD (Beutelsbach, Endersbach, Großheppach, Strümpfelbach, Schnait) sowie Aichwald (Schanbach, Aichelberg, Aichschieß, Krummhardt und Lobenrot)	ca. 17.950 Ex.	1,48 €	2,16 €
Aichwald Aktuell	mittwochs	montags, 14.00 Uhr	AICHWALD (Aichelberg, Aichschieß, Krummhardt, Lobenrot, Schanbach)	ca. 3.930 Ex.	0,93 €	1,48 €
Ortsnachrichten Beinstein	mittwochs	montags, 15.00 Uhr	BEINSTEIN	ca. 2.250 Ex.	0,69 €	1,31 €
Mitteilungsblatt Korb	mittwochs	dienstags, 12.00 Uhr	KORB	ca. 5.840 Ex.	1,12 €	1,68 €
Mitteilungsblatt Remshalden	donnerstags	dienstags, 12.00 Uhr	REMSHALDEN (Buoch, Geradstetten, Grunbach, Hebsack, Rohrbronn)	ca. 7.380 Ex.	1,11 €	1,62 €
Mitteilungsblatt Schwaikheim	donnerstags	dienstags 12.00 Uhr	SCHWAIKHEIM	ca. 5.055 Ex.	1,05 €	1,62 €
Rudersberg „Der Büttel“	donnerstags	dienstags 12.00 Uhr	RUDERSBERG	ca. 5.610 Ex.	1,16 €	1,75 €
Amtsblatt Berglen	donnerstags	dienstags, 12.00 Uhr	BERGLEN (Bretzenacker, Höblinswart, Ödernhardt, Öschelbronn, Oppelsbohm, Reichenbach, Rettersburg, Steinach, Vorderweißbuch)	ca. 3.100 Ex.	1,08 €	1,67 €
Mitteilungsblatt Kernen	donnerstags	montags, 17.00 Uhr	KERNEN IM REMSTAL (Rommelshausen und Stetten)	ca. 8.320 Ex.	1,07 €	1,73 €

GESAMTAUFLAGE:

ca. 59.435 Ex.

Belegung Mitteilungsblatt Korb über den Verlag möglich (Preise auf Anfrage).

*Alle Preise zzgl. 19 % MwSt. und nur für gewerbliche Kunden. Mindesthöhe = 50 mm bei Farbanzeigen. Mindesthöhe = 15 mm bei Schwarz-Weiß-Anzeigen.

TEAM*



MAN MUSS MIT DEN RICHTIGEN LEUTEN ZUSAMMENARBEITEN, SIE ACHTEN UND MOTIVIEREN. DAUERHAFTER ERFOLG IST NUR IM TEAM MÖGLICH.

KOMBINATIONS- RABATTE

GESAMT-
AUFLAGE
CA. 59.435

* ERSTELLEN SIE JETZT IHRE PERSÖNLICHE KOMBINATION

PROFITIEREN SIE BEI IHRER SCHALTUNG VON UNSEREN NEUEN KOMBINATIONSMÖGLICHKEITEN.

Schalten Sie Ihre Anzeige in den von Ihnen gewünschten Mitteilungsblättern und erhalten folgende Rabatte – egal für welche Kombination.

Anzahl Mitteilungsblätter	RABATT
2	2 %
3	3 %
4	4 %
5	5 %
6	6 %
7	7 %
8	10 %
9	20 %

Sie haben Fragen, oder wünschen ein individuelles Angebot, dann können Sie sich gerne direkt an unsere Anzeigenabteilung wenden.



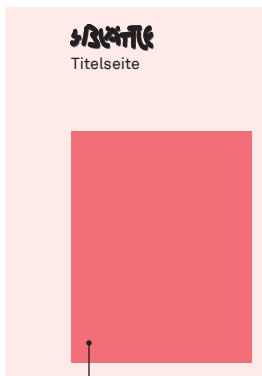
IMMER AKTUELL
ONLINE LESEN!



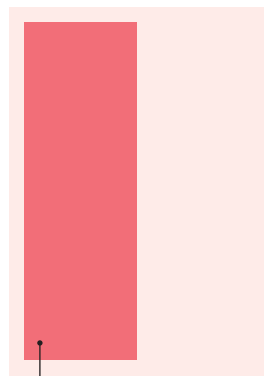
*Alle Preise zzgl. 19 % MwSt. und nur für gewerbliche Kunden. Mindesthöhe = 50 mm bei Farbanzeigen. Mindesthöhe = 15 mm bei Schwarz-Weiß-Anzeigen.

ANZEIGEN-GRÖSSEN

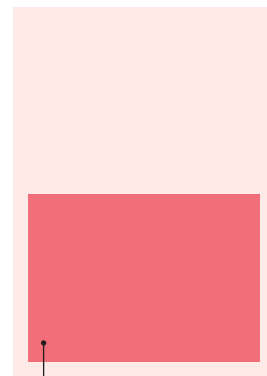
BEISPIELE



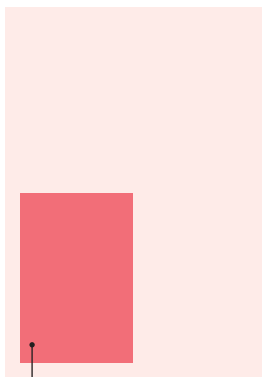
Titelseite
(155 x 200 mm)



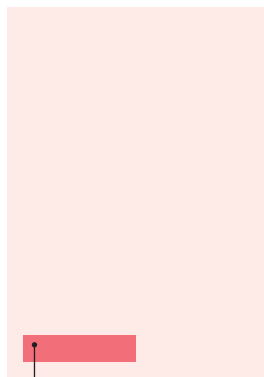
1 spaltig hoch
(90 x 270 mm)



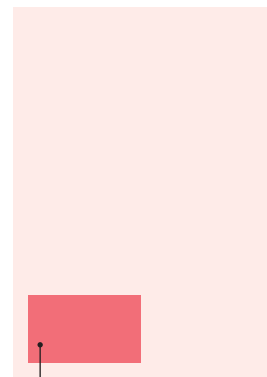
2 spaltig quer
(185 x 135 mm)



1/4 Seite hoch
(90 x 135 mm)



Mindestgröße (sw-Anzeige)
(90 x 15 mm)



Mindestgröße (4c-Anzeige)
(90 x 50 mm)

s/w-Anzeigen:
ab 15 mm (Mindesthöhe) in
mm-Schritten möglich

4c-Anzeigen:
ab 50 mm (Mindesthöhe) in
mm-Schritten möglich

SO BERECHNEN SIE IHREN ANZEIGEN- PREIS

**Beispiel-
Anzeige:**
90 x 120 mm
(B x H)
entspricht
1-sp. x 120 mm

Beispiel-Anzeige:
185 x 135 mm (B x H)
entspricht
2-sp. x 135 mm

UNSER BEISPIEL: MITTEILUNGSBLATT KERNEN AN REINSTEAL

Generell gilt:

Spaltenanzahl x Anzeighöhe (in mm) x mm-Preis = Anzeigenpreis
zzgl. 19 % MwSt.

Berechnungsbeispiel (sw-Anzeige: 90 x 120 mm)

1 x 120 mm x **1,07 €²⁾** = 128,40 € zzgl. 19 % MwSt.

Berechnungsbeispiel (Farbanzeige: 185 x 135 mm)

2 x 135 mm x **1,73 €³⁾** = 467,10 € zzgl. 19 % MwSt.

2) Schwarz-Weiß mm-Preis des jeweiligen Mitteilungsblattes einfügen.

3) 4c mm-Preis des jeweiligen Mitteilungsblattes einfügen.

INFORMATIONEN & TECHNISCHE ANGABEN

CHIFFRE-ANZEIGE

Gerne veröffentlichen wir auch Ihre Chiffre-Anzeige. Die Chiffregebühr beträgt je Chiffreanzeige 7,00 €. Die Chiffre-Antworten erhalten Sie per Post von uns zugeschickt. Falls Sie noch weitere Fragen haben, können Sie sich gerne an uns wenden.

OFFENE DATEIFORMATE

Der Verlag schließt die Haftung bei falscher Darstellung bei offenen Dateiformaten (z.B. InDesign-, QuarkXPress-,

CorelDraw-, FreeHand- oder Word-Dateien) aus. Farbige Dateien im RGB-Format werden bei uns konvertiert, so dass wir nicht für die originalgetreue Farbwiedergabe garantieren können.

PLATZIERUNGSWÜNSCHE

Wir versuchen, Platzierungswünsche zu berücksichtigen, können dies jedoch nicht garantieren. Keinesfalls berechtigt eine Nichteinhaltung eines Platzierungswunsches zur Preisminderung.

SPALTENBREITEN

1-spaltig : 90 mm
2-spaltig: 185 mm ('s Blättle = 190 mm)

FARBEN:

Vierfarbseparation nach Euro-Skala-Standard. Schmuckfarben (HKS, Pantone, o.ä.) werden grundsätzlich aus den Grundfarben CMYK aufgebaut, angenähert an den HKS-Standard.

IHRE ANSPRECH- PARTNER

FÜR ANZEIGEN
UND BEILAGEN



BEILAGE UND ANZEIGE

MADLEN JUSCHIN

+49 (0) 71 51 / 9 92 10-12
juschin@dmz-weinstadt.de



ANZEIGE

SASCHA KÜFER

+49 (0) 71 51 / 9 92 10-08
kuefer@dmz-weinstadt.de



BEILAGE INKL. DRUCK

STEPHANIE SCHIRMER

+49 (0) 71 51 / 9 92 10-0
schirmer@dmz-weinstadt.de



BEILAGE INKL. DRUCK

WOLFGANG VEICHT

+49 (0) 71 51 / 9 92 10-0
w.veicht@dmz-weinstadt.de



BEILAGE INKL. DRUCK

GIANNINA AWISZUS-BEHLER

+49 (0) 71 51 / 9 92 10-06
awiszus-behler@dmz-weinstadt.de



BEILAGE UND ANZEIGE

CHRISTINE VEICHT

+49 (0) 71 51 / 9 92 10-13
c.veicht@dmz-weinstadt.de

ODER SCHREIBEN SIE UNS EINE MAIL AN ANZEIGEN@DMZ-WEINSTADT.DE

INFOS PROSPEKT- BEILAGE

ALLGEMEINES²⁾

Prospekt-Beilagen müssen so beschaffen sein, dass sie maschinell verarbeitet werden können. Papierqualität von mind. 80 g/m².

GRÖSSE²⁾

Mindestformat: DIN lang (110 x 220 mm) oder DIN A5 (148 x 210 mm)

Maximalformat: DIN A3 (420 x 297 mm) auf DIN A4 (210 x 297 mm) gefalzt

QUALITÄT / ANLIEFERUNG²⁾

Prospekt-Beilagen, die stark elektrostatisch aufgeladen, feucht geworden sind, umgeknickte Ecken (Eselsohren bzw. Kanten) haben, oder durch zu frische Druckfarbe zusammenkleben, können nicht maschinell verarbeitet werden.

Die Anlieferung der Ware sollte im Regelfall bis

montags bei uns im Haus eintreffen. Eine Kennzeichnung der Paletten / Kartons ist wünschenswert (Kunde / Verteilung / Woche).

RESTMENGE

Überschüssige Ware in üblichen Mengen (z.B. Zuschuss) wird ohne anderslautende Vorschrift direkt nach der Verarbeitung vernichtet.

UNTERLIEFERUNG

Bei einer Unterlieferung der zu beilegenden Prospekte, wird die entsprechende Gesamtauflage des jeweiligen Mitteilungsblatt berechnet, auch wenn die Beilage dann nicht in allen Exemplaren beigelegt werden konnte.

RABATTIERUNG

Grundsätzlich sind Beilagen nicht rabattierbar.

²⁾ Nicht Beachtung, bzw. Beilagenmängel führen zu Mehrkosten!

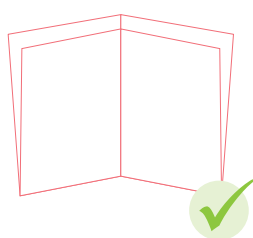
FALZARTEN



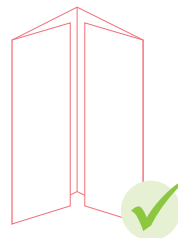
Einfach-/
Mittelfalz



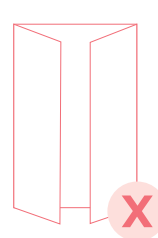
Wickelfalz



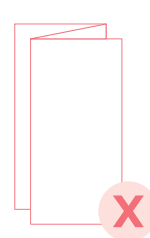
Kreuzfalz



Altar-/
Fensterfalz
(8-seitig)



Altar-/
Fensterfalz
(6-seitig)



Zick-Zack-Falz

PROSPEKT- BEILAGEN



BEILAGENBEISPIEL

Inliegend in unseren attraktiven & beliebten Mitteilungsblättern erreichen Sie mit Ihrer Beilage nahezu alle Haushalte im Verteilungsgebiet.

DIN A4 BIS 20 g: AB 95,- € + MWST. / 1.000 STK.

Abweichung Gewicht: Preis auf Anfrage
Abweichung Format: Preis auf Anfrage

NUTZEN SIE UNSEREN FULL-SERVICE

Vergünstigte Kombinations-Preise bei Druck im Druck- und Medienzentrums Weinstadt.

IHRE ANSPRECH- PARTNER

IM BEREICH GRAFIK
UND GESTALTUNG



RAFAEL STROTBEEK

+49 (0) 71 51 / 9 92 10-14
strotbek@dmz-weinstadt.de



LESLEY STÄUDLE

+49 (0) 71 51 / 9 92 10-07
staeudle@dmz-weinstadt.de



JULIA WOLF

+49 (0) 71 51 / 9 92 10-193
wolf@dmz-weinstadt.de



PAUL MANG

+49 (0) 71 51 / 9 92 10-15
mang@dmz-weinstadt.de



HANNAH GENDIG

+49 (0) 71 51 / 9 92 10-192
gendig@dmz-weinstadt.de

ODER SCHREIBEN SIE UNS EINE MAIL AN [INFO@DMZ-WEINSTADT.DE](mailto:info@dmz-weinstadt.de)

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

Ziffer 1

„Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag zwischen Verlag und Auftraggeber über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel (nachfolgend insgesamt als „Anzeigen“ bezeichnet) von Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten (nachfolgend insgesamt als „Werbungtreibende“ bezeichnet) in einer Zeitung oder Zeitschrift zum Zweck der Verbreitung.

Ziffer 2

Ein „Abschluss“ ist ein Vertrag über die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen unter Beachtung der dem Werbungtreibenden gemäß Preisliste zu gewährenden Rabatte, wobei die jeweiligen Veröffentlichungen auf Abruf des Auftraggebers erfolgen. Rabatte werden nicht gewährt für Unternehmen, deren Geschäftszweck unter anderem darin besteht, für verschiedene Werbungtreibende Anzeigenaufträge zu erteilen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen. 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 eines Jahres nach Vertragsschluss abgerufen und veröffentlicht wird.

Ziffer 3

Werden einzelne oder mehrere Abrufe eines Abschlusses 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. Der Auftraggeber hat, wenn nichts anderes vereinbart ist, rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb eines Jahres entsprechenden Nachlass.

Ziffer 4

Aufträge für Anzeigen, die nur in bestimmten Heftnummern, 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.

Ziffer 5

Anzeigen, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

Ziffer 6

Der Verlag behält sich vor, Anzeigen – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – abzulehnen, 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 Verlag wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist
- Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten.

Aufträge für andere Werbemittel sind für den Verlag erst nach Vorlage des Musters und dessen Billigung bindend. Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbundwerbung), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annahmeerklärung des Verlages. Diese berechtigt den Verlag zur Erhebung eines Verbundaufschlages. Die Ablehnung einer Anzeige oder eines anderen Werbemittels wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

Ziffer 7

Für die rechtzeitige Lieferung und die einwandfreie Beschaffenheit geeigneter Druckunterlagen oder anderer Werbemittel ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Bei der Anlieferung von digitalen Druckunterlagen ist der Auftraggeber verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder den technischen Vorgaben des Verlages entsprechende Vorlagen für Anzeigen rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern. Kosten des Verlages für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber nach Aufwand zu tragen. Vereinbart ist die für den belegten Titel nach Maßgabe der Angaben in der Preisliste sowie in der Auftragsbestätigung übliche Beschaffenheit der Anzeigen oder anderen Werbemittel im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Dies gilt nur für den Fall, dass der Auftraggeber die Vorgaben des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von Druckunterlagen einhält.

Ziffer 8

Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung der Druckunterlagen endet drei Monate nach der erstmaligen Verbreitung der Anzeige.

Ziffer 9

Entspricht die Veröffentlichung der Anzeige nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit bzw. Leistung, so hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung des anderen Werbemittels, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige oder des anderen Werbemittels beeinträchtigt wurde. Der Verlag hat das Recht, eine Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung zu verweigern, wenn

- diese einen Aufwand erfordert, der unter Beachtung des Inhalts des Schuldverhältnisses und der Gebote von Treu und Glauben in einem groben Missverhältnis zu dem Leistungsinteresse des Auftraggebers steht, oder
- diese für den Verlag nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich wäre.

Lässt der Verlag eine ihm für die Ersatzanzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige/Ersatzveröffentlichung erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels ist die Rückgängigmachung des Auftrags ausgeschlossen. Reklamationen bei nicht offensichtlichen Mängeln müssen binnen eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn geltend gemacht werden. Der Verlag haftet für sämtliche Schäden, gleich ob aus vertraglicher Pflichtverletzung oder aus unerlaubter Handlung nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen: Bei grober Fahrlässigkeit beschränkt sich die Haftung im kaufmännischen Verkehr auf den Ersatz des typischen vorhersehbaren Schadens; diese Beschränkung gilt nicht, soweit der Schaden durch gesetzliche Vertreter oder leitende Angestellte des Verlages verursacht wurde. Bei einfacher Fahrlässigkeit haftet der Verlag nur, wenn eine wesentliche Vertragspflicht verletzt wurde. In solchen Fällen ist die Haftung auf den typischen vorhersehbaren Schaden beschränkt. Bei Ansprüchen nach dem Produkthaftungsgesetz sowie bei einer Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit haftet der Verlag nach den gesetzlichen Vorschriften. Reklamationen müssen - außer bei nicht offensichtlichen Mängeln - innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden. Alle gegen den Verlag gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf vorsätzlichem Verhalten beruhen.

Ziffer 10

Korrekturabzüge werden immer geliefert, sofern eine E-Mail Adresse oder eine Faxnummer vorhanden ist. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Korrekturabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm bis zum Angehenschluss oder innerhalb der bei der Übersendung des Korrekturabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

Ziffer 11

Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

Ziffer 12

Die Rechnung ist innerhalb der aus den Mediadaten (für Gewerbetreibende, für Verbraucher oder für Agenturen) ersichtlichen Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall schriftlich eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach den Mediadaten gewährt.

Ziffer 13

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 Vorauszahlung des Betrages zum Angehenschlussstermin und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

Ziffer 14

Der Verlag liefert auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Falls weitere benötigt werden, berechnet der Verlag je 3,00 €. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

Ziffer 15a

Aus einer Auflagenminderung kann - vorbehaltlich der Regelung der Ziffer 15b - nach Maßgabe des Satzes 2 bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die Garantiauflage unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigender Mangel, wenn und soweit sie

- bei einer Garantiauflage bis zu 50.000 Exemplaren mindestens 20 v. H.,
- bei einer Garantiauflage bis zu 100.000 Exemplaren mindestens 15 v. H.,
- bei einer Garantiauflage bis zu 500.000 Exemplaren mindestens 10 v. H.,
- bei einer Garantiauflage über 500.000 Exemplaren mindestens 5 v. H. beträgt.

Eine Auflagenminderung aus Gründen der Ziff. 22 bleibt unberücksichtigt.

Als Garantiauflage gilt 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 vorausgegangenen Kalenderjahres. 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 Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.

Ziffer 15b

(Sondervorschrift bei Auflagenminderungen für Titel, die heftbezogene Auflagedaten veröffentlichen). Abweichend von Nummer 15a berechtigt eine Auflagenminderung bei Titeln, die heftbezogene Auflagedaten veröffentlichen, nur dann zu einer Preisminderung, wenn und soweit sie bei einer Auflage (Garantiauflage) von bis zu 500.000 Exemplaren 10 v.H. und bei einer Auflage (Garantiauflage) von über 500.000 Exemplaren 5 v.H. überschreitet. Eine Auflagenminderung aus Gründen der Ziff. 22 bleibt unberücksichtigt. Die der Garantie zugrundeliegende Auflage ist die gesamte verkaufte Auflage im Sinne der Definition der IVW. Sie errechnet sich für das Insertionsjahr aus dem Auflagendurchschnitt der vier Quartale vor dem Insertionsjahr, soweit nicht vom Verlag eine absolute Auflagenzahl als Garantie in der jeweiligen Preisliste angegeben wurde. Voraussetzung für einen Anspruch auf Preisminderung ist ein rabattfähiger Abschluss auf Basis der Mengestaffel und für mindestens drei Ausgaben. Grundlage für die Berechnung der Preisminderung ist der Auftrag pro Unternehmen, soweit nicht bei Auftragserteilung eine Abrechnung nach Marken, die bei Auftragserteilung zu definieren sind, vereinbart wurde. Die mögliche Auflagenminderung errechnet sich als Saldo der Auflagenüber- und Auflagenunterschreitungen der belegten Ausgaben innerhalb des Insertionsjahres. Die Rückvergütung erfolgt am Kampagnenende auf Basis des Kundennettos unter Berücksichtigung der bereits gewährten Agenturvergütung als Naturalgutschrift oder wenn dies nicht mehr möglich ist als Entgelt. Ein Anspruch auf Rückvergütung besteht nur, wenn die Rückvergütungssumme mindestens 2.500 Euro beträgt.

Ziffer 16

Bei Chiffreanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Expressbriefe auf Chiffreanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Chiffreanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Dem Verlag kann einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A 4 (Gewicht 500 g) überschreiten, sowie Waren, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann jedoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.

Ziffer 17

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.

Ziffer 18

Die Werbungsmittel und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten.

Ziffer 19

Preisänderungen für erteilte Anzeigenaufträge sind gegenüber Unternehmern wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens einen Monat vor Veröffentlichung der Anzeige oder des anderen Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden.

Ziffer 20

Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung beansprucht, ist der schriftliche Nachweis des Konzernstatus des Werbungtreibenden erforderlich. Konzernverbundene Unternehmen im Sinne dieser Bestimmung sind Unternehmen, zwischen denen eine kapitalmäßige Beteiligung von mindestens 50 Prozent besteht. Der Konzernstatus ist bei Kapitalgesellschaften durch Bestätigung eines Wirtschaftsprüfers oder durch Vorlage des letzten Geschäftsberichtes, bei Personengesellschaften durch Vorlage eines Handelsregistrauszuges nachzuweisen. Der Nachweis muss spätestens bis zum Abschluss des Insertionsjahres erbracht werden. Ein späterer Nachweis kann nicht rückwirkend anerkannt werden. Konzernrabatte bedürfen in jedem Fall der ausdrücklichen, schriftlichen Bestätigung durch den Verlag. Konzernrabatte werden nur für die Dauer der Konzernzugehörigkeit gewährt. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzuzeigen; mit der Beendigung der Konzernzugehörigkeit endet auch die Konzernrabattierung.

Ziffer 21

Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung der Anzeige erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen sowie der zugelieferten Werbemittel. Er stellt den Verlag im Rahmen des Anzeigenauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner wird der Verlag von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Verlag nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen. Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Print- und Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentliche Zugänglichmachung, 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.

Ziffer 22

Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, illegalem Arbeitskampf, rechtswidriger Beschlagnahme, Versorgungsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen - sowohl im Betrieb des Verlages als auch in fremden Betrieben, derer sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient - hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit 80% der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften oder auf andere Weise zugesicherten Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte verkaufte oder zugesicherte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht.

ANZEIGENSTATUT

DMZ-Weinstadt | Mitteilungsblatt
Stand: Juni 2026

§ 1 Geltungsbereich

Dieses Anzeigenstatut gilt für alle Anzeigen, Beilagen und sonstigen werblichen Veröffentlichungen im Mitteilungsblatt der DMZ-Weinstadt sowie in damit verbundenen digitalen Publikationen.

§ 2 Grundsatz der Vertragsfreiheit

Der Verlag ist als privatrechtliches Unternehmen berechtigt, Anzeigenaufträge ohne Angabe von Gründen abzulehnen. Ein Anspruch auf Veröffentlichung besteht nicht. Die Ablehnung eines Auftrags begründet keinerlei Schadensersatzansprüche gegenüber dem Verlag.

§ 3 Ablehnungsgründe

Der Verlag behält sich insbesondere das Recht vor, Anzeigen abzulehnen, wenn:

- deren Inhalt gegen gesetzliche Vorschriften, behördliche Verbote oder die guten Sitten verstößt,
- der Inhalt irreführend, täuschend oder geeignet ist, Verbraucherinnen und Verbraucher zu schädigen,
- der Inhalt dem Ansehen, dem Ruf oder den redaktionellen Grundsätzen des Verlags widerspricht,
- die Anzeige inhaltlich nicht zur Zielgruppe oder zum Charakter des Mitteilungsblatts passt,
- das vorhandene Anzeigenbudget des Verlags für den betreffenden Zeitraum ausgeschöpft ist,
- kein gegenseitiges Geschäftsinteresse oder keine sinnvolle Kooperationsmöglichkeit zwischen dem Auftraggeber und dem Verlag besteht,
- der Auftraggeber seinen vertraglichen oder zahlungsbezogenen Verpflichtungen aus früheren Aufträgen nicht nachgekommen ist.

§ 4 Sponsoring und Kooperationsanzeigen

Sponsoring-Anzeigen und Kooperationspartnerschaften basieren vorrangig auf dem Prinzip der Gegenseitigkeit. Voraussetzung ist in der Regel ein erkennbarer thematischer, regionaler oder zielgruppenbezogener Bezug zur Ausrichtung des Mitteilungsblatts sowie ein beidseitiger Mehrwert für Verlag und Auftraggeber.

§ 5 Inhaltliche Anforderungen

Alle zur Veröffentlichung eingereichten Anzeigen müssen:

- klar als Werbung erkennbar und entsprechend gekennzeichnet sein,
- den Anforderungen des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) entsprechen,
- keine vergleichende Werbung enthalten, die Mitbewerber herabsetzt,
- frei von diskriminierenden, politisch einseitigen oder extremistischen Inhalten sein.

§ 6 Änderungsvorbehalt

Der Verlag behält sich vor, eingereichte Anzeigen aus gestalterischen oder technischen Gründen in Absprache mit dem Auftraggeber anzupassen. Wesentliche inhaltliche Änderungen bedürfen der ausdrücklichen Zustimmung des Auftraggebers.

§ 7 Haftung

Der Verlag haftet nicht für den Inhalt veröffentlichter Anzeigen. Die inhaltliche Verantwortung liegt beim jeweiligen Auftraggeber. Bei offensichtlichen Fehlern im Druck, die dem Verlag zuzurechnen sind, beschränkt sich die Haftung auf die Wiederholung der Anzeige in der nächsten Ausgabe.

DMZ-Weinstadt | info@dmz-weinstadt.de

MELDEN SIE SICH

DMZ VERLAGS- UND WERBE GmbH
AN DER REMS 10
71384 WEINSTADT

T - 0 71 51 . 9 92 10-0
M - ANZEIGEN@DMZ-WEINSTADT.DE
W - WWW.DMZ-WEINSTADT.DE

DMZ
VERLAG
—
WEINSTADT