

# MEDIADATEN 2026

Preisliste Nr. 63  
gültig ab 1. Januar 2026

## Stadt & Region



### Ein Ort, an dem aus Fremden Freunde werden

Region. In denen Besucher zwischen Anzeigen ohne lokale Leserschaft, die vor Ort einkaufen und Dienstleistungen in Anspruch nehmen.

**Lokales Seite 5**

### Werbudget intelligent nutzen.

Region. Informieren Sie sich über verschiedene Anzeigen, Stellen und Immobilienanzeigen sowie über Preise für Thesenreise oder Lokaltouristik an der Verkehrsstation mit TECKEXTRA. **Lokales Seite 9**



**Mehr Reichweite mit unseren digitalen Werbemöglichkeiten**  
Digital ist kein Fragezeichen und Video ist das Portal für den Erfolg im Web. In der Werbung ist das Web ein unverzichtbares Element. In der Werbung ist das Web ein unverzichtbares Element. In der Werbung ist das Web ein unverzichtbares Element.

## Heute

Allgemeine Verlagsangaben	4
Verwertungsgebiet	5
Anzeigenformate	6
Preise	7
Themenreize und Kollektive	9
Preise	10
Seitenvermittlung	12
Technische Angaben	13
Allgemeine Geschäftsbedingungen	ab 15



**So erreichen Sie uns:**  
Abo-Service (0)7143 9750-37-38  
leser@teckbote.de  
Anzeigen-Service (0)7143 9750-45  
anzeigen@teckbote.de  
Redaktion (0)7143 9750-22  
redaktion@teckbote.de  
Zentrale (0)7143 9750-0

**Postfachadresse:**  
Die Teckbote, Altenstraße 58  
72220 Kirchheim unter Teck  
Nummer 2409 196, Jahrgang

### DAS PASSENDE REDAKTIONELLE UMFELD FÜR IHRE ANZEIGE

**Kommentar**  
Ulrich Gottlieb  
Geschäftsführer

### Über 190 Jahre

Sie sind mehr als 190 Jahre sind wir im Bereich der Print- und Media-Kommunikation tätig. Die reichhaltige Erfahrung unseres Unternehmens, die Kreativität unserer Mitarbeiter und moderne Technik sind ideale Voraussetzungen, um auch in Zukunft der verlässliche und innovative Druck- und Medien-Dienstleister für unsere Kunden zu sein.

**Kommentar**  
Bastian Mahler  
Geschäftsführer

## Werbung in der Zeitung wirkt

**Anzeigenwerbung** Wer heute erfolgreich werben möchte, kommt an Online-Werbung nicht vorbei. Wer aber nur auf digitale Medien setzt, erreicht längst nicht alle potenziellen Kunden und Kundinnen und läuft Gefahr, mit seiner Werbung in der Bedeutungslosigkeit zu verschwinden. In einem ausstrahlenden Marketing-Mix spielt Werbung in der Zeitung nach wie vor eine bedeutende Rolle – wenn man ihre Alleinstellungsmerkmale geschickt für sich zu nutzen weiß.

Zunehmend als unverzichtbar bei Marketing-Maßnahmen im Marketing-Bereich, in der Online-Kanäle sind eines Unternehmens wie der Herrschaft der Kundengewinnung. Doch was ermöglicht es, sich auf digitale Medien setzen, vorpass ist heute Zeitungen und Zeitungsangebote, die in der Buchhaltung noch zu verzeichnen. Ein sogenanntes „Marketing-Mix“ aus Print- und Online-Maßnahmen ist ein unverzichtbares Element für den Erfolg eines Unternehmens. In der Werbung ist das Web ein unverzichtbares Element. In der Werbung ist das Web ein unverzichtbares Element.

Arbeitsmarkt und Verweildauer: Print-Leserinnen und Leser wissen der Anzeige Zeit – ein hoher möglicher Lesers. Diese ungetrübte Aufmerksamkeit erhöht die Chance auf Aufnahme der Botschaft. Glaubwürdigkeit und Markenbild: Zeitungen genießen einen hohen Bekanntheitsgrad und sind ein vertrauenswürdiges Medium. Ein gezieltes Marketing-Mix aus Print- und Online-Maßnahmen ist ein unverzichtbares Element für den Erfolg eines Unternehmens. In der Werbung ist das Web ein unverzichtbares Element. In der Werbung ist das Web ein unverzichtbares Element.

Interne URK und Cross-Channel-Tracking ermöglichen kostenoptimale Produktion und unsere Kommunikation ist ununterbrochen. Die digitale Kanäle ist von Vorteil. In einem ausgewogenen Marketing-Mix ist die Werbung in der Zeitung ein unverzichtbares Element für den Erfolg eines Unternehmens. In der Werbung ist das Web ein unverzichtbares Element. In der Werbung ist das Web ein unverzichtbares Element.

Interne URK und Cross-Channel-Tracking ermöglichen kostenoptimale Produktion und unsere Kommunikation ist ununterbrochen. Die digitale Kanäle ist von Vorteil. In einem ausgewogenen Marketing-Mix ist die Werbung in der Zeitung ein unverzichtbares Element für den Erfolg eines Unternehmens. In der Werbung ist das Web ein unverzichtbares Element. In der Werbung ist das Web ein unverzichtbares Element.

## Teckregion stark verbinden

Wir sind das führende Medienunternehmen in der Teckregion und wir sind mehr als Print! Wir verbinden unsere Kunden mit der digitalen Zukunft aus E-Print, Homepages und Social Media. Unsere große Stärke ist und bleibt aber unsere tiefen Wurzeln in der Teckregion und dem Menschen.

## GO Verlag GmbH & Co. KG

**Wir sind teck-ional!**  
Schreiben, was die Menschen in der Teckregion bewegt. Das Herzstück unserer Produkte ist die lokale und regionale Berichterstattung. Unsere Redakteure und Fotografen schreiben täglich über die Nachrichten und Geschichten, die in Kirchheim und Umgebung meist sind. Wir produzieren rund um die Uhr



**Content zu allen, was in der Region passiert ist oder bewegt.** Immer die Interessen der Lesenden im Blick, erscheinen bei GO Verlag die Tageszeitung „Der Teckbote“ die Wochenzeitung „Teck Extra“ sowie Witterungsdienste. Jede dem finden Sie den Teckbote auf Instagram, Facebook und WhatsApp.

## UNSERE MEDIEN NEBEN DEM TECKBOTE



**TeckEXTRA** am Wochenende ein Wochenblatt, das immer samstags erscheint. Der Fokus unseres Wochenblatts „TeckEXTRA“ liegt auf den lokalen und regionalen Berichterstattung, mit dem Schwerpunkt auf den LeserInnen über regionale Themen und Angebote zu informieren.

**Mitteilungsblätter**  
Seit November 19 Jahren erscheinen bei GO Verlag Amtsblätter der Gemeinden Kirchheim, in regelmäßigem Abstand. Diese für die Pflanzliche Zusammenarbeit des Gemeindeforts und unserer Mitteilungsblätter werden wöchentlich in unserer Druckerei in der Teckregion gedruckt.

**Der Kirchheimer Markt** ist DAS Organ der Teckregion und City-Funk Kirchheim. In regelmäßigem Abstand erscheinen diese für die Pflanzliche Zusammenarbeit des Gemeindeforts und unserer Mitteilungsblätter werden wöchentlich in unserer Druckerei in der Teckregion gedruckt.

**Wetter & Zeitung**  
12,90 € / Page Informationen  
22.8.24.00  
1.16.16.0000  
1.16.16.0000



# ALLGEMEINE VERLAGSANGABEN

## Verlag:

### **GO Verlag GmbH & Co. KG**

Alleenstraße 158, 73230 Kirchheim unter Teck  
Postfach 1553, 73223 Kirchheim unter Teck

Telefon: 07021 9750-0

E-Mail: [anzeigen@teckbote.de](mailto:anzeigen@teckbote.de)

Internet: [www.teckbote.de](http://www.teckbote.de)

## Ansprechpartner Anzeigenabteilung:

### **Teamleitung:**

Markus Kurz, 07021 9750-534

### **Telefonische Kleinanzeigen:**

Sammelrufnummer 07021 9750-15

### **Anzeigenberatung:**

Zdenka Hermann, 07021 9750-532

Markus Kurz, 07021 9750-534

### **Beilagenberatung:**

Kristina Sauter, 07021 9750-15

Markus Kurz, 07021 9750-534

## Erscheinungsweise:

täglich morgens von Montag bis Samstag

## Schlussstermine für Anzeigenaufträge und

### Druckunterlagen:

tags zuvor 11.00 Uhr,

für die Montag-Ausgabe am Freitag um 13.00 Uhr,

für die Samstag-Ausgabe am Donnerstag um 17.00 Uhr

**Rücktrittstermine:** wie Schlussstermine

## Geschäftsbedingungen:

Aufträge werden zu den Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften und zu den zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages ausgeführt.

## Zahlungsbedingungen:

14 Tage nach Erscheinen ohne jeden Abzug ansonsten tritt 30 Tage nach Erscheinen und Zugang der Rechnung Verzug ein. Bei Teilnahme am SEPA-Lastschriftverfahren 1% Skonto für Abschlusskunden.

## Bankverbindungen:

Kreissparkasse Esslingen-Nürtingen

IBAN DE75611500200101087238 BIC ESSLDE66XXX

Volksbank Mittlerer Neckar eG

IBAN DE53612901200398529000 BIC GENODES1NUE

## Chiffregebühr:

Zustellung durch die Post:

für jede Veröffentlichung 7,00 Euro zzgl. MwSt.

## Auflage des Teckboten (IVW-geprüft), Quartal I / 2025

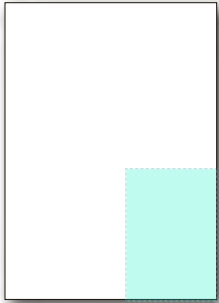
Verkaufte Auflage	11.321
Verbreitete Auflage	11.376
Verkaufte Auflage ePaper	1.754
Verbreitete Auflage ePaper	1.807

## VERBREITUNGSGEBIET

- 73230 Kirchheim unter Teck  
(Vororte: Jesingen, Lindorf,  
Ötlingen, Nabern)
- 73235 Weilheim an der Teck
- 73252 Lenningen
- 73265 Dettingen unter Teck
- 73266 Bissingen an der Teck
- 73268 Erkenbrechtsweiler
- 73269 Hochdorf
- 73271 Holzmaden
- 73272 Neidlingen
- 73274 Notzingen
- 73275 Ohmden
- 73277 Owen
- 73278 Schlierbach

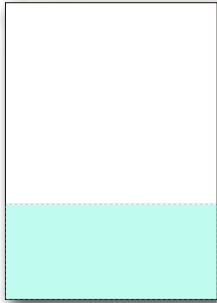


# ANZEIGENFORMATE



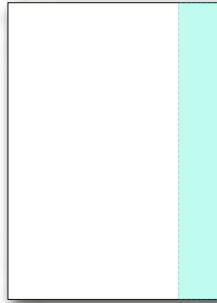
## Eckfeldanzeige

Mindestgröße  $\frac{1}{4}$  Seite – 720 mm (links oder rechts).



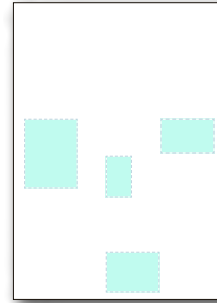
## Textanschließende Anzeige

Mindestens 6 Textspalten/ 60 mm hoch.



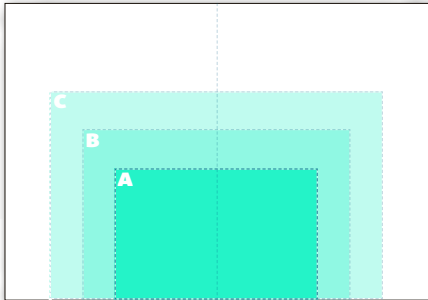
## 1 Textspalte blattthoch

Ab 450 mm Höhe wird die volle Satzspiegelhöhe berechnet (485 mm).



## Satellit-Anzeige (Anzeigenteil)

Bei einer Farbanzeige werden mindestens 200 mm berechnet.

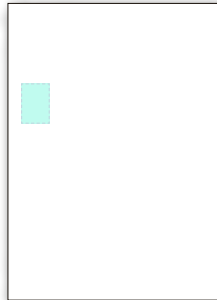


## Tunnel-Anzeige

**A** 343 mm (7 Textspalten), **B** 452 mm (9 Textspalten), **C** 562 mm (11 Textspalten) / Mindesthöhe 170 mm

## Panorama-Anzeige:

Mindestgröße 670 x 170 mm (15 Textspalten)



## Textteilanzeige 1-spaltig

Mindestgröße 20 mm, Maximalgröße 1-spaltig/100 mm, max. 5 Anzeigen und max. 100 mm gesamt auf einer Seite, bei einer Zusatzfarbe werden mind. 100 mm berechnet, bei Farbanzeigen werden 200 mm berechnet.

## Format:

Rheinisches Format

## Satzspiegel:

485 x 321 mm

Anzeigenteil (7 Spalten)	Textteil* (6 Spalten)
1 Spalte	
44,4 mm	49,2 mm
2 Spalten	
90,5 mm	103,4 mm
3 Spalten	
136,6 mm	157,6 mm
4 Spalten	
182,7 mm	211,8 mm
5 Spalten	
228,8 mm	266 mm
6 Spalten	
274,9 mm	321 mm
7 Spalten	
321 mm	–

\* 1 Textspalte = 1,166 Anzeigenspalten

# ANZEIGENPREISE »DER TECKBOTE«

Alle Preise in Euro zuzüglich Mehrwertsteuer	schwarz-weiß		mit 1 Zusatzfarbe <sup>4)</sup>		Farbanzeigen/4c	
	Grundpreis	Ortspreis <sup>5)</sup>	Grundpreis	Ortspreis <sup>5)</sup>	Grundpreis	Ortspreis <sup>5)</sup>
Millimeter-Preis	<b>1,65</b>	<b>1,40</b>	<b>2,06</b>	<b>1,75</b>	<b>2,48</b>	<b>2,10</b>
Mindestpreis <sup>2)</sup> bis 200 mm	-	-	<b>412,00</b>	<b>350,00</b>	<b>496,00</b>	<b>420,00</b>
1/1-Seite (3.395 mm)	<b>5.601,75</b>	<b>4.753,00</b>	<b>6.993,70</b>	<b>5.941,25</b>	<b>8.419,60</b>	<b>7.129,50</b>
<b>Textteilanzeige</b>						
Textteilanzeigen <sup>3)</sup> mm-Preis	<b>5,12</b>	<b>4,35</b>	<b>6,40</b>	<b>5,44</b>	<b>7,68</b>	<b>6,53</b>
Mindestpreis bis 100 mm	-	-	<b>640,00</b>	<b>544,00</b>	-	-
Mindestpreis bis 200 mm	-	-	-	-	<b>1.536,00</b>	<b>1.306,00</b>
<b>Textanschließende Anzeige</b>						
Millimeter-Preis	<b>1,92</b>	<b>1,63</b>	<b>2,40</b>	<b>2,04</b>	<b>2,87</b>	<b>2,44</b>
Mindestpreis <sup>2)</sup> bis 360 mm	<b>691,20</b>	<b>586,80</b>	<b>864,00</b>	<b>734,40</b>	<b>1.033,20</b>	<b>878,40</b>
<b>Anzeigenpreise auf redaktionellen Seiten</b>						
Eckfeld mind. 720 mm	<b>1.382,40</b>	<b>1.173,60</b>	<b>1.728,00</b>	<b>1.468,80</b>	<b>2.066,40</b>	<b>1.756,80</b>
<b>Private Anzeige (Familienanzeigen/Glückwünsche/Vereine)</b>						
Millimeter-Preis	-	<b>1,14</b>	-	<b>1,43</b>	-	<b>1,72</b>
Mindestpreis bis 200 mm	-	-	-	<b>286,00</b>	-	<b>344,00</b>

Bei besonders aufwendigen Satzarbeiten behalten wir uns vor, eine Bearbeitungspauschale in Höhe von 15 % zu berechnen.

## Rabatte Mengestaffel:

für Millimeterabschlüsse	
ab 1 000 mm	3 %
ab 3 000 mm	5 %
ab 5 000 mm	10 %
ab 10 000 mm	15 %
ab 20 000 mm	20 %

## Bonusstaffel:

erweiterte Mengestaffel, jeweils aus dem Rechnungsbrutto	
ab 25 000 mm	1 %
ab 50 000 mm	2 %
ab 75 000 mm	3 %
ab 100 000 mm	nach Vereinbarung

**Inklusive klickbare Anzeige in der eZeitung**

(gilt nicht für private Anzeigen)

# STELLEN- UND IMMOBILIENANZEIGENPREISE + VORTEILSKOMBI »DER TECKBOTE« + »TECK EXTRA«<sup>1)</sup>

Alle Preise in Euro zuzüglich Mehrwertsteuer	schwarz-weiß		mit 1 Zusatzfarbe <sup>4)</sup>		Farbanzeigen / 4c	
	Grundpreis	Ortspreis <sup>5)</sup>	Grundpreis	Ortspreis <sup>5)</sup>	Grundpreis	Ortspreis <sup>5)</sup>
<b>Stellenanzeigen</b>						
Gesamt Stellen-Millimeter-Preis	<b>2,78</b>	<b>2,37</b>	<b>3,23</b>	<b>2,75</b>	<b>3,69</b>	<b>3,14</b>
Mindestpreis bis 200 mm	–	–	<b>646,00</b>	<b>550,00</b>	<b>738,00</b>	<b>628,00</b>
<b>Immobilienanzeigen</b>						
Gesamt Immobilien-Millimeter-Preis	<b>2,78</b>	<b>2,37</b>	<b>3,23</b>	<b>2,75</b>	<b>3,69</b>	<b>3,14</b>
Mindestpreis bis 200 mm	–	–	<b>646,00</b>	<b>550,00</b>	<b>738,00</b>	<b>628,00</b>

**Inklusive klickbare Anzeige in der eZeitung**

Bei besonders aufwendigen Satzarbeiten behalten wir uns vor, eine Bearbeitungspauschale in Höhe von 15 % zu berechnen.

- 1) Alle Immobilien- und Stellenanzeigen erscheinen in der Vorteilskombination Teckbote und Teck Extra am Wochenende mit der rund 45.000 Haushalte erreicht werden.
- 2) Berechnet werden bei Farbanzeigen mindestens 200 mm.
- 3) Nur einspaltige Anzeigen bis 100 mm Höhe, maximal 5 Anzeigen auf einer Seite – Mindestgröße 20 mm.
- 4) Bei Druck von HKS-Farben in 4c sind Farbabweichungen möglich (technisch bedingt).
- 5) Anzeigen von Handel, Handwerk und Gewerbe aus dem Einzugsgebiet, nicht AE-provisionsfähig.

**Inkl. 6 WOCHEN ONLINE im ONLINE STELLEN- oder IMMOBILIENMARKT**



# PREISE THEMENWELTEN UND KOLLEKTIVE+ VORTEILSKOMBI »DER TECKBOTE« + »TECK EXTRA«<sup>1)</sup>

Alle Preise in Euro zuzüglich Mehrwertsteuer	schwarz-weiß		mit 1 Zusatzfarbe <sup>2)</sup>		Farbanzeigen/4c	
	Grundpreis	Ortspreis <sup>3)</sup>	Grundpreis	Ortspreis <sup>3)</sup>	Grundpreis	Ortspreis <sup>3)</sup>
Gesamt-Millimeter-Preis	<b>2,43</b>	<b>2,07</b>	<b>2,90</b>	<b>2,44</b>	<b>3,34</b>	<b>2,82</b>
Mindestpreis bis 200 mm	–	–	<b>580,00</b>	<b>488,00</b>	<b>668,00</b>	<b>564,00</b>

**Inklusive klickbare Anzeige in der eZeitung**

Bei besonders aufwendigen Satzarbeiten behalten wir uns vor, eine Bearbeitungspauschale in Höhe von 15 % zu berechnen.

- 1) Alle Themenwelten und Kollektive erscheinen in der Vorteilskombination Teckbote und Teck Extra am Wochenende mit der rund 45.000 Haushalte erreicht werden.
- 2) Bei Druck von HKS-Farben in 4c sind Farbabweichungen möglich (technisch bedingt).
- 3) Anzeigen von Handel, Handwerk und Gewerbe aus dem Einzugsgebiet, nicht AE-provisionsfähig.

**Inklusive 3 Monate THEMENWELTEN ONLINE**



## Ihre Ansprechpartner:



Werbeberaterin  
**Gebiet Weilheim  
und Lenninger Tal**

**Zdenka Hermann**  
07021 9750-532  
zdenka.hermann@teckbote.de



Werbeberater  
**Gebiet Kirchheim**

**Markus Kurz**  
07021 9750-534  
markus.kurz@teckbote.de



**Sonderthemen-  
Redakteur**

**Jörg Bächle**  
07021 9750-51  
joerg.baechle@teckbote.de

# PROSPEKTBEILAGEN

Alle Preise in Euro zuzüglich Mehrwertsteuer	bis 20 g		25 g		30 g		35 g		40 g	
	Grundpreis	Ortspreis*	Grundpreis	Ortspreis*	Grundpreis	Ortspreis*	Grundpreis	Ortspreis*	Grundpreis	Ortspreis*
Preise pro Tausend	<b>116,00</b>	<b>99,00</b>	<b>119,00</b>	<b>102,00</b>	<b>122,00</b>	<b>105,00</b>	<b>125,00</b>	<b>108,00</b>	<b>128,00</b>	<b>111,00</b>
Preise für Resthaushalts- abdeckungen	<b>116,00</b>	<b>99,00</b>	<b>119,00</b>	<b>102,00</b>	<b>122,00</b>	<b>105,00</b>	<b>125,00</b>	<b>108,00</b>	<b>128,00</b>	<b>111,00</b>

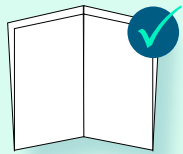
\*Abweichende Preise: Direkt mit dem Verlag abzuwickelnde Beilagen von Handel, Handwerk und Gewerbe aus dem Einzugsgebiet.  
Auf Beilagen werden keine Nachlässe oder Rabatte gewährt. Mittelvergütung 15 %.

- Lieferanschrift für Beilagen:** MHS-PRINT GmbH / TOR 2  
c/o »DER TECKBOTE«  
Zeppelinstraße 116, 73730 Esslingen
- Anlieferungstermin:** frei Haus – frühestens 10 Werktage, spätestens 4 Werktage vor ET,  
Mo. – Do.: 6.30 Uhr – 15.30 Uhr  
Fr.: 6.30 Uhr – 14.00 Uhr
- Rücktrittstermin:** 7 Tage vor Erscheinen. Bei Unterschreitung dieser Frist fällt ein Ausfallhonorar von 50% auf der Basis der niedrigsten Gewichtsstufe an.
- Beilagen Menge:** Der Teckbote  
Montag – Freitag 12.500 Stk. (inkl. 2.000 Stück e-Zeitungen)  
Samstag 15.500 Stk. (inkl. 2.000 Stück e-Zeitungen)
- Lieferanschrift für Resthaushalte:** GO Druck Media GmbH & Co. KG  
Einsteinstraße 12 – 14  
73230 Kirchheim unter Teck
- Anlieferungstermin für Resthaushalte:** frei Haus – frühestens 6 Werktage, spätestens 4 Werktage vor Belegungstermin  
Mo. – Fr.: zwischen 8 Uhr bis 12 Uhr und 13 Uhr bis 16 Uhr
- Resthaushaltsverteilung:** von Mo. – Do. möglich  
Die Auflage beträgt 14.000 Stk. für Resthaushalte.

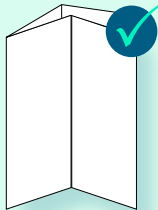


1) Ganzseitige Anzeige in der eZeitung mit Verlinkung auf das Prospekt.

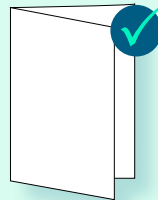
# PROSPEKTBEILAGEN - TECHNISCHE ANGABEN



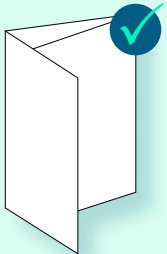
Kreuzfalz  
8 Seiten



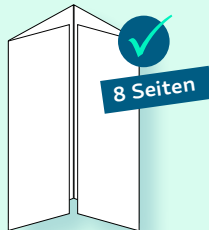
Parallelmittelfalz/  
Doppelparallelfalz  
8 Seiten



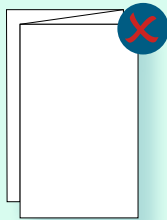
Mittelfalz  
Falz an langer Kante



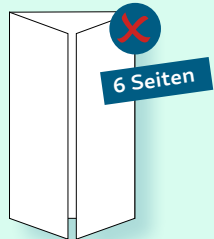
Wickelfalz  
6 Seiten



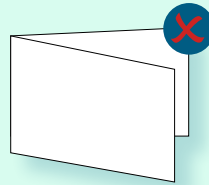
Fensterfalz/Altarfalz  
8 Seiten



Zickzackfalz/Leporellofalz



Fensterfalz/Altarfalz  
6 Seiten



Mittelfalz  
Falz an kurzer Kante

## Technische Angaben:

**Format:** Mind.: 105 x 148 mm / Max.: 250 x 340 mm

**Gewichte:** Prospekte bis DIN A4 müssen ein Flächengewicht von mind. 120 g/m<sup>2</sup> aufweisen.

**Falzarten:** Gefaltzte Beilagen müssen im Kreuzbuch-, Wickel- oder Mittelfalz (Falz an langer Kante) verarbeitet sein. Leporello- und 6-seitiger Altarfalz sind nicht zu verarbeiten. Mehrseitige Beilagen größer als DIN A5 müssen den Falz auf der langen Seite haben.

**Anlieferungszustand:** Beilagen müssen in Art und Form eine einwandfreie maschinelle Verarbeitung gewährleisten. Eine zusätzliche notwendige manuelle Aufbereitung, Verschnüren und Verpacken einzelner Lagen ist ausgeschlossen. Die unverschränkten, kantengeraden Lagen sollen eine Höhe von 100–200 mm aufweisen, damit sie von Hand greifbar sind. Eine Vorsortierung wegen zu dünner Lagen darf nicht notwendig sein. Beilagen mit umgeknickten Ecken, Quetschfalten oder runden Rücken sind nicht zu verarbeiten.

**Verteilung von nicht einsteckbaren Beilagen:  
25 % Zuschlag**

# SONDERPLATZIERUNG – MEMOSTICK

Belegbare Ausgaben:	Auflagen:	
	Mo. – Fr.	Samstag
Der Teckbote	11.000	14.000
<b>Preise pro 1.000 Exemplare inkl. Druck, zzgl. MwSt.</b>		
Grundpreis **	152,50 Euro	
Ortspreis *	129,50 Euro	
<b>Druck:</b>		
Umfang: 1- und 2-seitig möglich Farbe: s/w, mit Zusatzfarbe oder 4C Druckunterlagen: Lieferung druckfertiger PDF-Datei		
<b>Buchung und Platzierung:</b>		
4 Wochen vor Erscheinung: Termin disponieren 12 Arbeitstage vor Erscheinungstermin: Lieferung der druckfertigen PDF-Datei zum Druck		

\* Für Firmen aus dem Verbreitungsgebiet

\*\* Für Werbeagenturen und auswärtige Firmen

## Ihre Ansprechpartner für Beilagen und Memostick:



**Kristina Sauter**  
07021 9750-15  
kristina.sauter@teckbote.de



**Markus Kurz**  
07021 9750-534  
markus.kurz@teckbote.de



**MEMOSTICK**

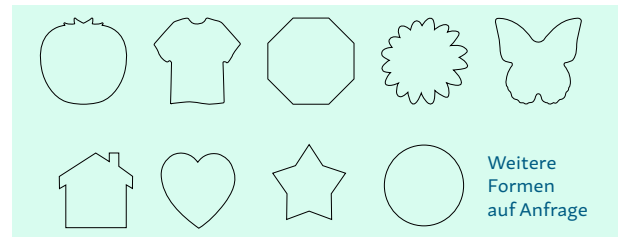
### Platzierung:

Titelseite, erste Seite des Produkts, rechts oben

### Standardausführung:

Haftnotiz in Format 76 x 76 mm mit einem selbstklebenden Streifen.  
(Anlieferung mit 3 mm Beschnitt, 82 x 82 mm)

### Stanzformen ohne Aufpreis:



# TECHNISCHE ANGABEN ZUR DATENANLIEFERUNG

## Datenlieferung

Das Wichtigste zur Erstellung fertiger PDF-Dateien:

- PDF 1.3
- Druckvorlage ohne Druckermarken
- Endformat entspricht gedruckter Anzeigengröße
- Alle Schriften eingebettet
- Farbanzeigen in CMYK (Profil: ISOnewspaper 26v4)

## Dateiformat und Datenprüfung

Fertige Druckvorlage müssen (zwingend) als PDF angeliefert werden, als alternatives Datenformat empfehlen wir auf JPG oder TIF auszuweichen, sollte eine Umwandlung nicht möglich sein.

## PDF

- PDF 1.3
- Auflösung und Farbe: siehe „Wichtige Parameter“.
- Schriften müssen korrekt eingebunden sein oder in Pfade konvertiert werden.
- Keine Kommentare, keine Formularfelder, kein Passwortschutz, keine Ebenen.
- PDF-Seiten-Größe entspricht der Ausgabegröße.

## Druckdatenüberlieferung

Das fertige Druck-PDF mit Erscheinungstermin, Ausgabe, Anzeigengröße, Ansprechpartner mit Telefonnummer versenden an: [anzeigen@teckbote.de](mailto:anzeigen@teckbote.de).

Möchten Sie die Daten per FTP übermitteln, setzen Sie sich bitte mit dem Technikteam Telefon 07021 9750-50 in Verbindung.

## Bei technischen Fragen:

Telefon 07021 9750-50

## Wichtige Parameter

### Auflösung

Gepixelte Daten (JPG, TIF oder Bilder in einem PDF) benötigen folgende Auflösung bezogen auf die gedruckte Ausgabegröße:

- Mind. 300 dpi für Farb- oder Graustufen
- Mind. 600 dpi für Schwarz/Weiß (1-Bit)

### Farbprofile

- Farbige Anzeigen sind für Vierfarbprozesse (CMYK) zeitungsgerecht anzulegen (Profil: ISOnewspaper 26v4).
- RGB, Sonderfarben und andere Farbräume werden ohne Prüfung und Gewährleistung nach CMYK bzw. Graustufen gewandelt.

### Texte und Schriften

- Schriftgröße mind. 6 pt.
- Alle Texte einbetten oder in Pfade konvertieren.
- Schwarze Texte müssen aus reinem Schwarz bestehen (CMYK = 0/0/0/100, kein RGB-Schwarz).
- Weiße Texte und gestalterische Elemente dürfen nicht überdrucken, müssen technisch aussparen.

### Dokumentgröße

Legen Sie die Dokumentgröße immer im Druckformat an! Beispiel: Für eine Anzeige in der Größe 90 x 70 mm stellen Sie auch die Seiten-/Dokumentgröße genau auf 90 x 70 mm ein.

### QR-Codes

Zur optimalen Lesbarkeit sollten QR-Codes zu 100% in Schwarz gefärbt sein. Mischen Sie QR-Codes nicht aus mehreren Farben. Für eine ausreichende Lesbarkeit des QR-Codes, achten Sie bitte auf einen ausreichenden Kontrast zum Hintergrund.

*Eine Nichteinhaltung dieser Hinweise kann zu einem fehlerhaften Druckergebnis führen (eine Haftung durch der Teckbote ist in diesem Fall nicht möglich).*

# NOCH MEHR REICHWEITE MIT UNSEREN DIGITALEN WERBEMÖGLICHKEITEN

Mit teckbote.de erreichen Sie eine besonders attraktive Zielgruppe der Internetnutzer, überwiegend aus der Region Kirchheim unter Teck.

Mit vielen Page Impressions und Visits ist das Portal äußerst interessant für Werbetreibende, die einen Schwerpunkt auf diesen wirtschafts- und kaufkraftstarken Raum legen möchten.



## Monatliche Gesamtreichweite

**1,45 Mio.** Page Impressions <sup>1)</sup>

**722.810** Visits <sup>1)</sup>

**101.167** Unique User <sup>2)</sup>

**1,2 Mio.** eZeitung Page Views <sup>3)</sup>

**94.996** eZeitung Openings <sup>3)</sup>

ca. **80,5 %** mobile Nutzung <sup>2)</sup>

1) März/2025; Quelle IVW

2) März/2025; Quelle Google Analytics

3) März/2025; Quelle visiolink

Erfahren Sie mehr:

[www.teckbote.de/online-werbemittel](http://www.teckbote.de/online-werbemittel)

# ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

## Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften

### 1. Begriffe

1.1. „Auftrag“ im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) ist ein Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen und/oder ein Vertrag über die Beilegung einer oder mehrerer Beilage/n eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten (im Folgenden der „Auftraggeber“) in einer Druckschrift von GO Verlag GmbH & Co.KG (im Folgenden der „Verlag“) zum Zweck der Verbreitung.

1.2. „Abschluss“ ist ein Vertrag über die Schaltung mehrerer Anzeigen oder mehrerer Beilagen. Die Schaltung der einzelnen Anzeigen und/oder Beilagen kann terminlich fest vereinbart sein oder auf Abruf erfolgen.

1.3. „Verbraucher“ ist jede natürliche Person, die ein Rechtsgeschäft zu Zwecken abschließt, die überwiegend weder ihrer gewerblichen noch ihrer selbständigen beruflichen Tätigkeit zugerechnet werden können (§ 13 BGB).

### 2. Geltungsbereich

Die nachfolgenden AGB gelten für sämtliche Aufträge und Abschlüsse. Sie sind auch die vertragliche Grundlage für künftige Aufträge und Abschlüsse, auch die einzelnen Abrufe, auch wenn sie nicht noch einmal ausdrücklich vereinbart werden. AGB des Auftraggebers kommen nicht zur Anwendung, es sei denn, der Verlag hat der Geltung der AGB des Auftraggebers ausdrücklich in Textform zugestimmt. Diese AGB gelten auch dann ausschließlich, wenn dem Verlag AGB des Auftraggebers bekannt sind und der Verlag diesen nicht ausdrücklich widerspricht.

### 3. Vertragsabschluss und Ablehnung von Aufträgen

3.1. Der Auftragsauftrag kommt zustande durch die Buchung der Anzeige durch den Auftraggeber (Angebot) und der Bestätigung der Buchung durch den Verlag in Textform (Annahme). Buchung und Bestätigung können auch über das Online-Portal von [teckbote.de](http://teckbote.de) erfolgen, sofern dies für die betreffende Druckschrift bzw. die betreffende Ausgabe vorgesehen ist.

3.2. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren Annahme durch den Verlag bindend. Beilagen sind dem Verlag spätestens 14 Tage vor dem Beilegungstermin vorzulegen.

3.3. Bei Abschlüssen kommt der Auftragsauftrag mit Abruf der einzelnen Anzeige oder Beilage und der Bestätigung der Buchung durch den Verlag in Textform zustande.

3.4. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.

3.5. Der Verlag behält sich vor, Auftragsaufträge – 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.

3.6. 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.

3.7. Auf Zeitungspapier gedruckte Beilagen müssen mindestens acht Seiten Umfang haben oder bei vier und sechs Seiten gefalzt angeliefert werden. In jedem Fall müssen sie sich erkennbar vom redaktionellen und vom Anzeigenteil der Zeitung unterscheiden. Ansonsten werden die Beilagen nicht angenommen.

3.8. Für jede Ausgabe bzw. Ausgabenkombination ist – sofern nicht die Gesamtausgabe belegt wird – ein gesonderter Anzeigenabschluss zu tätigen.

### 4. Termine

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.

### 5. Gestaltung und Platzierung der Anzeigen

5.1. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ und gegebenenfalls einer grafischen Abgrenzung vom redaktionellen Teil deutlich kenntlich gemacht.

5.2. Probe-/Korrekturabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch per E-Mail als pdf geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probe-/Korrekturabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probe-/Korrekturabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

# ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

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

5.4. Sollen Anzeigen oder Fremdbeilagen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen einer Druckschrift des Verlages veröffentlicht werden, bedarf dies einer ausdrücklichen Vereinbarung in Textform. Ansonsten kann der Verlag die Platzierung bestimmen.

5.5. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.

## 6. Zifferanzeigen

6.1. Bei Zifferanzeigen werden dem Auftraggeber die an ihn gerichteten Zuschriften per Post übersandt. Für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote wendet der Verlag die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an.

6.2. Der Auftraggeber trägt die anfallenden Kosten für die Zusendung, Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Zifferanzeigen werden wie alle anderen Zuschriften auf Zifferanzeigen nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Briefe, die das zulässige Format DIN A4 (Gewicht 50 g) überschreiten sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen. Der Auftraggeber wird in diesem Fall über den Eingang der Sendung informiert und kann diese binnen vier Wochen abholen; danach wird sie vernichtet.

6.3. Dem Verlag kann einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen.

## 7. Anzeigentext und Druckunterlagen

7.1. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an.

7.2. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung in Textform an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.

## 8. Beilagen

8.1. Bei Beilagenaufträgen sind ein Konkurrenzausschluss und Alleinbelegung

aus wettbewerbsrechtlichen Gründen nicht möglich.

8.2. Bei Beilagen mit einer oder mehreren innenliegenden Beilagen ist eine vorherige Prüfung auf maschinelle Durchführbarkeit zwingend notwendig. Je eingelegerter Beilage kann ein Aufschlag in Höhe von 20 % erhoben werden.

8.3. In Postvertriebstücke werden Prospektbeilagen nicht beigelegt, sofern nicht ausdrücklich etwas Abweichendes vereinbart wird. Im Falle einer abweichenden Vereinbarung fallen für den Auftraggeber zusätzliche Kosten gemäß der Postgebührenordnung an.

8.4. Beilagen müssen spätestens vier Tage vor Beilegung frei Haus an die vom Verlag angegebene Versandanschrift geliefert werden. Bei Terminüberschreitungen ist eine Ausführung des Beilagenauftrages nicht möglich. Die Beilagen müssen in einwandfreiem Zustand angeliefert werden. Bei der Entgegennahme der Lieferung können die Stückzahl und der einwandfreie Zustand der einzelnen Beilagen nicht überprüft werden; diese Prüfung bleibt dem Tag der Beilegung vorbehalten.

8.5. Die Anforderungen an die technische Beschaffenheit von Beilagen ergeben sich aus den Mediadaten mit Preisliste in der jeweils gültigen Fassung.

## 9. Kündigung

9.1. Die Kündigung eines Auftrages bedarf der Textform.

9.2. Im Falle der Kündigung eines Anzeigenauftrages hat der Verlag Anspruch auf Erstattung der angefallenen Kosten. Erfolgt die Kündigung nach Anzeigenannahmeschluss, so hat der Auftraggeber das Entgelt für die Anzeige zu entrichten.

9.3. Beilagenaufträge müssen spätestens 14 Tage vor dem Erscheinungstermin gekündigt werden. Bei verspäteter Kündigung hat der Verlag Anspruch auf eine Ausfallvergütung in Höhe von 50 % des Entgelts, welches bei Durchführung des Auftrages angefallen wäre, berechnet auf der Basis der niedrigsten Gewichtsstufe.

## 10. Gewährleistung

10.1. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.

10.2. Der Verlag wendet bei Entgegennahme und Prüfung der Anzeigentexte die geschäftsübliche Sorgfalt an, haftet aber nicht für Übermittlungsfehler des Auftraggebers. Bei fernmündlich aufgegebenen Anzeigen bzw. bei fernmündlich veranlassenden Änderungen sowie bei undeutlicher Niederschrift übernimmt der Verlag keine Haftung für die Richtigkeit der Wiedergabe. Das Gleiche gilt

# ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

bei Auftragserteilung per Telefax.

10.3. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rücktritt vom Vertrag.

10.4. Bei Beilagen gilt für Einsteckfehler aus technischen Gründen eine Toleranzgrenze von 2 %.

## 11. Haftung

11.1. Der Verlag haftet auf Schadensersatz für Schäden aus der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit, die auf einer Pflichtverletzung des Verlages, eines der gesetzlichen Vertreter des Verlages oder eines seiner Erfüllungsgehilfen beruhen, für sonstige Schäden, die auf einer vorsätzlichen oder grob fahrlässigen Pflichtverletzung des Verlages, eines der gesetzlichen Vertreter des Verlages oder eines seiner Erfüllungsgehilfen beruhen und bei Fehlen zugesicherter Eigenschaften und nach dem Produkthaftungsgesetz.

11.2. Bei Verletzung wesentlicher Vertragspflichten (Kardinalpflichten), deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrages überhaupt erst ermöglicht und auf deren Erfüllung der Auftraggeber vertrauen darf, haftet der Verlag für jede Fahrlässigkeit, jedoch nur bis zur Höhe des vertragstypischen und vorhersehbaren Schadens. Die Haftung für Ansprüche auf entgangenen Gewinn, ersparte Aufwendungen, aus Schadensersatzansprüchen Dritter sowie auf sonstige mittelbare und Folgeschäden sind ausgeschlossen.

11.3. Im Übrigen sind Schadensersatzansprüche unabhängig von der Art der Pflichtverletzung, einschließlich unerlaubter Handlungen, ausgeschlossen.

11.4. Soweit die Schadensersatzhaftung des Verlages ausgeschlossen oder beschränkt ist, gilt dies auch im Hinblick auf die persönliche Schadensersatzhaftung der Angestellten, Arbeitnehmer, Mitarbeiter, Vertreter und Erfüllungsgehilfen des Verlages.

11.5. Im Falle höherer Gewalt oder bei Störung des Arbeitsfriedens erlischt jede Verpflichtung auf Erfüllung von Aufträgen und Leistung von Schadensersatz, insbesondere wird auch kein Schadensersatz für nicht veröffentlichte oder nicht rechtzeitig veröffentlichte Anzeigen oder Beilagen geleistet.

## 12. Preise

12.1. Für die Anzeigen und Beilagen gelten die Preise gemäß jeweils aktueller Preisliste. Bei Änderung der Anzeigen- und Beilagenpreise treten die neuen Bedingungen auch für die laufenden Aufträge sofort in Kraft.

12.2. Schaltet der Auftraggeber bei Abschlüssen innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 4. genannten Frist über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen, so kann er für den Abschluss und die weiteren Anzeigen insgesamt den Rabatt der Mengenstaffel in Anspruch nehmen, in welche gemäß Mediadata die Gesamtmenge der Anzeigen fällt.

12.3. Wird ein Abschluss aus Umständen nicht vollständig 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 Menge entsprechenden Rabatt dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.

12.4. Kosten für die Anfertigung bestellter Filme und Aufsichtsvorlagen sowie vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

12.5. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder – wenn eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigender Mangel, wenn sie folgende Auflagenhöhe beträgt:

bei einer Auflage bis zu 50.000 Exemplaren 20 %

bei einer Auflage bis zu 100.000 Exemplaren 15 %

bei einer Auflage bis zu 500.000 Exemplaren 10 %

bei einer Auflage über 500.000 Exemplaren 5 %

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.

12.6. Abweichend von Ziffer 12.5. berechtigt eine Auflagenminderung bei Titeln, die heftbezogene Auflagedaten veröffentlichen und weniger als zwei Mal

# ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

wöchentlich erscheinen, nur dann zu einer Preisminderung, wenn und soweit sie bei einer Auflage von bis zu 500.000 Exemplaren 10 % und bei einer Auflage von über 500.000 Exemplaren 5 % überschreitet (Schwankungsbreite). Die Höhe der Preisminderung errechnet sich aus der prozentualen Abweichung von der garantierten Auflage abzüglich der nach vorstehendem Satz berechneten zulässigen Schwankungsbreite. Die der Garantie zugrunde liegende Auflage ist die gesamte verkaufte Auflage im Sinne der Definition der IVW. Sie errechnet sich für das Insertionsjahr aus dem Auflagedurchschnitt 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 Mengentafel 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 2.600,00 € beträgt.

12.7. Voraussetzung für die Gewährung eines Konzernrabattes ist der schriftliche Nachweis einer Kapitalbeteiligung von mehr als 50 %. Ein Konzernrabatt wird nur bei privatwirtschaftlich organisierten Zusammenschlüssen gewährt. Keine Anwendung erfolgt z. B. beim Zusammenschluss verschiedener selbständiger hoheitlicher Organisationen oder bei Zusammenschlüssen, bei denen Körperschaften des öffentlichen Rechts beteiligt sind.

12.8. Verbundbeilagen, bei denen mehrere Firmen verschiedener Herstellergruppen bzw. werblich ergänzende Einzelhandelsfirmen beteiligt sind, werden zum gültigen Beilagenpreis zuzüglich eines Aufschlages von 25 % je beteiligter Firma berechnet.

12.9. Für Anzeigen in Verlagsbeilagen, Sonderveröffentlichungen und Kollektiven behält sich der Verlag das Recht vor, Sonderpreise festzulegen.

13. Werbungsmitteiler und Werbeagenturen

13.1. Die Gewährung einer Agenturprovision bleibt den Werbungsmitteilern vorbehalten, die unabhängig vom Werbungtreibenden sind.

13.2. Werbungsmitteiler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die

Preisliste des Verlags zu halten. Anzeigen und Beilagen aus dem Ortsgeschäft werden über Werbungsmitteiler angenommen und zum Grundpreis abgerechnet. Anzeigen zu Ortspreisen (abweichende Preise) werden nicht provisioniert.

14. Zahlung

14.1. Soweit nicht Vorauszahlung erfolgt, sich nicht aus der aktuellen Preisliste oder diesen AGB etwas Abweichendes ergibt und nicht ausdrücklich etwas anderes vereinbart ist, sind die Rechnungen des Verlages sofort nach Rechnungsstellung ohne Abzug zur Zahlung fällig.

14.2. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

14.3. Hat der Auftraggeber zur Zahlung der Rechnung ein SEPA-Lastschrift-Mandat erteilt, muss die Vorabankündigung (Pre-Notification) im SEPA-Lastschriftverfahren nicht spätestens 14 Tage vor dem Fälligkeitsdatum durch den Verlag (Zahlungsempfänger) versandt werden, sondern spätestens zwei Tage vor Fälligkeit.

14.4. Gerät der Auftraggeber in Verzug, so ist der Verlag berechtigt, von dem betreffenden Zeitpunkt ab Zinsen in Höhe von neun Prozentpunkten über dem Basiszinssatz bzw. bei Verbrauchern von fünf Prozentpunkten über dem Basiszinssatz als pauschalen Schadensersatz zu verlangen. Die Verzugszinsen sind dann niedriger anzusetzen, wenn der Auftraggeber eine geringere Belastung nachweist; das Recht des Verlages, einen nachgewiesenen höheren Schaden geltend zu machen, bleibt durch vorstehende Bestimmungen unberührt.

14.5. 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 offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

14.6. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch, je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages, einen Anzeigenbeleg. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

14.7. Der Auftraggeber ist zur Aufrechnung, Zurückbehaltung oder Minderung, auch wenn Mängelrügen oder Gegenansprüche geltend gemacht werden, nur

# ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

berechtigt, wenn die Gegenansprüche rechtskräftig festgestellt worden oder unbestritten sind.

## 15. Rechte

15.1. Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung des Werbemittels (Anzeige, Beilage) erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber stellt den Verlag im Rahmen des Werbeauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen Urheber-, Persönlichkeits-, Wettbewerbs-, Marken- oder anderer Schutzrechtsverletzungen entstehen können, einschließlich der Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Verlag nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu überprüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Erscheinen nicht rechtzeitig sistierte Anzeigen, so stehen auch dem Auftraggeber daraus keine Ansprüche gegen den Verlag zu. Wird der Verlag zum Abdruck einer Gegendarstellung verpflichtet, trägt der Auftraggeber die dem Verlag entstehenden Kosten nach der gültigen Anzeigenpreisliste.

15.2. Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden örtlich unbegrenzt übertragen und berechtigen u.a. zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie aller bekannten Formen der Online-Medien.

15.3. Der Auftraggeber wird darauf hingewiesen, dass Texte und Bilder in Online-Medien teilweise im HTML-Format veröffentlicht werden. Ein Zugriff durch Dritte auf Insertionen, die in Online-Medien derzeit insbesondere in den Online-Rubrikenmärkten, veröffentlicht werden, kann daher nicht rechtssicher ausgeschlossen werden.

15.4. Mit der Auftragserteilung zur Veröffentlichung seiner Anzeige in der Zeitung erklärt sich der Inserent auch mit der Verbreitung des Anzeigeninhalts im Internetauftritt des Verlags einverstanden.

## 16. Außergerichtliche Online-Streitbeilegung und Schlichtung

16.1. Außergerichtliche Online-Streitbeilegung (für Verbraucher): Die Europäische Kommission stellt zur außergerichtlichen Online-Streitbeilegung eine Plattform (sog. OS-Plattform) bereit.

## 16.2. Schlichtung:

Der Verlag nimmt an Streitbeilegungsverfahren vor einer

Verbraucherschlichtungsstelle nicht teil.

## 17. Datenschutz

17.1. Dem Auftraggeber ist bekannt und er erklärt sich damit einverstanden, dass seine personenbezogenen Daten zur Durchführung des Vertrages ohne weitere Einwilligung mithilfe elektronischer Datenverarbeitung erfasst, gespeichert, geändert und/oder gelöscht und erforderlichenfalls, soweit nicht dadurch offenkundig die Interessen des Auftraggebers verletzt werden, an Dritte übermittelt werden. Im Übrigen erfolgt eine Weitergabe der Daten des Auftraggebers an Dritte nicht.

17.2. Der Auftraggeber erhält jederzeit ohne Angabe von Gründen kostenfrei Auskunft über die beim Verlag bezüglich seiner Person gespeicherten Daten. Die gesetzlichen Bestimmungen zum Datenschutz werden auch im Übrigen eingehalten.

## 18. Erfüllungsort und Gerichtsstand

18.1. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages.

18.2. 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.

## 19. Anwendbares Recht

19.1. Verträge zwischen den Parteien und diese AGB unterliegen dem Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechts und des Kollisionsrechts.

## 20. Widerrufsrecht von Verbrauchern

20.1. Wenn Sie den Anzeigenvertrag in Ihrer Eigenschaft als Verbraucher (§ 13 BGB) abschließen, haben Sie folgendes Widerrufsrecht

## KONTAKT DER TECKBOTE

### Anzeigenabteilung:

Telefon: 07021 9750-15  
E-Mail: [anzeigen@teckbote.de](mailto:anzeigen@teckbote.de)

### Themenwelten:

Markus Kurz 07021 9750-534  
[markus.kurz@teckbote.de](mailto:markus.kurz@teckbote.de)  
Zdenka Hermann 07021 9750-532  
[zdenka.herrmann@teckbote.de](mailto:zdenka.herrmann@teckbote.de)

### Beilagedisposition:

Kristina Sauter 07021 9750-15  
[kristina.sauter@teckbote.de](mailto:kristina.sauter@teckbote.de)  
Markus Kurz 07021 9750-534  
[markus.kurz@teckbote.de](mailto:markus.kurz@teckbote.de)  
oder  
[beilagen@teckbote.de](mailto:beilagen@teckbote.de)



Alleenstraße 158, 73230 Kirchheim unter Teck  
Postfach 1553, 73223 Kirchheim unter Teck  
[www.teckbote.de](http://www.teckbote.de)