Foto: stock.adobe.com / Serhii

PREISLISTE 2026 · Nr. 4 · Gültig ab 1. Januar 2026 · Nielsen III b

Esslinger EXTRA am Wochenende · Neckar Schurwald EXTRA am Wochenende · EXTRA am Wochenende (Nürtingen) · Teck EXTRA am Wochenende (Kirchheim)

EXTRA
AM WOCHENENDE

ALLGEMEINE VERLAGSANGABEN

Verlag Esslingen	Esslinger, Neckar Schurwald EXTRA am Wochenende Bechtle Graphische Betriebe und Verlagsgesellschaft GmbH & Co. KG Zeppelinstraße 116, 73730 Esslingen Tel. 0711 9310-152, Fax -499 E-Mail: extra@swm-network.de
Verlag Nürtingen	EXTRA am Wochenende (Nürtingen) Senner Verlag GmbH Carl-Benz-Straße 1, 72622 Nürtingen Tel. 07022 9464-291, Fax -159 E-Mail: extra@ntz.de
Verlag Kirchheim	Teck EXTRA am Wochenende (Kirchheim) GO Verlag GmbH & Co. KG Alleenstraße 158, 73230 Kirchheim u. T. Tel. 07021 9750-532, Fax -33 E-Mail: extra@teckbote.de
Vertragspartner / Vermarkter	Südwest Media Network GmbH Plieninger Straße 150, 70567 Stuttgart (Pressehaus) Postanschrift: Postfach 10 44 26, 70039 Stuttgart Fon 0711 7205-0
Internet	www.extra-wochenende.de
Erscheinungsweise	samstags (mögliche Abweichung in Feiertagswochen)
Anzeigenschluss	mittwochs, 12 Uhr (mögliche Abweichung in Feiertagswochen)
Geschäftsbedingungen	Aufträge werden zu den Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften und den zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages ausgeführt.

Bankverbindungen	Baden-Württembergische Bank Konto-Nr. 2 255 080 (BLZ 600 501 01) IBAN: DE88600501010002255080 Bank Ident Code/SWIFT: SOLADEST600 Gläubiger-Identifikationsnummer: DE35ZZZ00000001473
Zahlungsbedingungen	14 Tage nach Erscheinen ohne jeden Abzug, ansonsten tritt 30 Tage nach Erscheinen und Zugang der Rechnung Verzug ein. Gelegenheitsanzeigen und Rechnungsbeträge bis 100 Euro werden im SEPA-Lastschriftverfahren abgewickelt.
Chiffregebühren	Bei Abholung oder Postzusendung 25,00 € zzgl. MwSt. je Anzeige. Die Chiffregebühr wird als Verwaltungspauschale auch erhoben, wenn keine Offerten eingehen.

Rabatte

Mengenstaffel für mm-Abschlüsse ab		Malstaffel	
1.000 mm	3 %	6 Anzeigen	5 %
3.000 mm	5 %	12 Anzeigen	10 %
5.000 mm	10 %	24 Anzeigen	15 %
10.000 mm	15 %	52 Anzeigen	20 %

Nicht rabattfähig: Zeilen- u. Familienanzeigen, Beilagen

Satzspiegel	485 mm hoch, 321 mm breit
Format	Rheinisches Format
Spaltenzahl	7
Spaltenbreiten	1 Spalte 44,4 mm, 2 Spalten 90,5 mm, 3 Spalten 136,6 mm, 4 Spalten 182,7 mm, 5 Spalten 228,8 mm, 6 Spalten 274,9 mm, 7 Spalten 321,0 mm, Panorama 671,0 mm breit

DIGITALE DRUCKUNTERLAGEN, TECHNISCHE ANGABEN

Sonderformate	Beratung auf Anfrage (siehe S. 6/7)
Druckunterlagen	Zur Erzielung bestmöglichster Druckwiedergabe empfehlen wir die Übersendung von digitalen Druckunterlagen.
Druckverfahren	Rollen-Offsetdruck (Coldset) digital (CTP), Negativplatte
Rasterweite	48 Linien/cm (48er Raster)
Rasterpunktform	elliptisch
Tonwertumfang	3 % bis 95 %
Druckzunahme	26 %; prozessbedingte Schwankungen bis zu +/– 3 %
Strichbreite	negative Striche mind. 0,4 pt positive Striche mind. 0,3 pt
Schriftgröße	negative Schriften mind. 10 pt positive Schriften mind. 7 pt
Bildauflösung	250 dpi im Ausgabe-/Endformat
Strichauflösung	1200 dpi
Farbraum	CMYK oder Graustufen Aus technischen Gründen werden Zusatzfarben aus den Skalenfarben Cyan, Magenta, Yellow und Black gedruckt und können deshalb vom Farbton anderer Farbfächer abweichen.
SW-Abbildungen	Graustufen mit Graustufenprofil „Dotgain 15 %“
4c-Abbildungen	Farbseperation mit Farbprofil „WAN-IFRAnewspaper26v5“, max. 220 % Gesamtfarbauftrag schwarze Flächen (100 %) nicht mit Cyan, Magenta oder Yellow unterlegen.“
Farbprofildownload	www.extra-wochenende.de → Anzeigen/Technik
Dateiformate	PDF: 1.3, 250 dpi, alle Schriften einbetten. Download PDF-Joboptions: www.extra-wochenende.de → Anzeigen/Technik
Datenübertragung	Per E-Mail (bis 10 MB); Per FTP – sprechen Sie uns bitte auf einen FTP-Zugang an
Datenübertragung	Bitte verwenden Sie Bezeichnungen, die uns eine eindeutige Zuordnung des Auftrags ermöglichen. (Produkt, Erscheinungstermin, Firmenangabe, Stichwort; z. B. EC_3103_Musterfirma_Stellengesuch)
Anzeigenauftrag	Getrennt von den digitalen Druckunterlagen muss eine schriftliche Auftragserteilung mit allen für die Abwicklung erforderlichen Angaben erfolgen: Ausdruck, Erscheinungstermin/e, Ausgabe, Anzeigengröße, Farbigkeit, Rubrik, Ausdruck der Anzeige, Ansprechpartner mit Telefon- und Faxnummer, E-Mailadresse und dem Ordner- bzw. Dateinamen der bereits übertragenen Datei.
ePaper	wöchentliche Ausgaben aller EXTRAS zur Ansicht/Download www.extra-wochenende.de → „EXTRA ePaper“

EXTRA-AUSGABEN, PREISE, KOMBINATIONEN, VERBREITUNGSGEBIET » 4

Belegung	Auflage	Ortspreise 4C*	Grundpreise 4C**
EXTRA Gesamtausgabe	124.145	4,17 €	4,91 €
Esslinger EXTRA***	26.075	1,10 €	1,29 €
Neckar Schurwald EXTRA***	24.790	1,02 €	1,20 €
Esslinger, Neckar Schurwald EXTRA***	50.865	1,91 €	2,24 €
Nürtinger EXTRA	43.080	1,78 €	2,09 €
Teck EXTRA	30.200	1,31 €	1,55 €

Der Druck von Farbanzeigen erfolgt aus der Euroskala. (Keine Fließtexte in Farbe).
Geringe Abweichungen gegenüber HKS-Tönen sind kein Reklamationsgrund.

Auf Wunsch drucken wir nach Einzelkalkulation auch HKS-Farben.

Rubrizierter Stellen-, Kfz- und Immobilienmarkt nur bei Belegung EXTRA Gesamtausgabe möglich.

Alle Lokalausgaben sind beliebig miteinander kombinierbar. Je nach Anzahl der Lokalausgaben wird der entsprechende Kombinationsrabatt gewährt.
Titelseitenzuschlag 25 %.

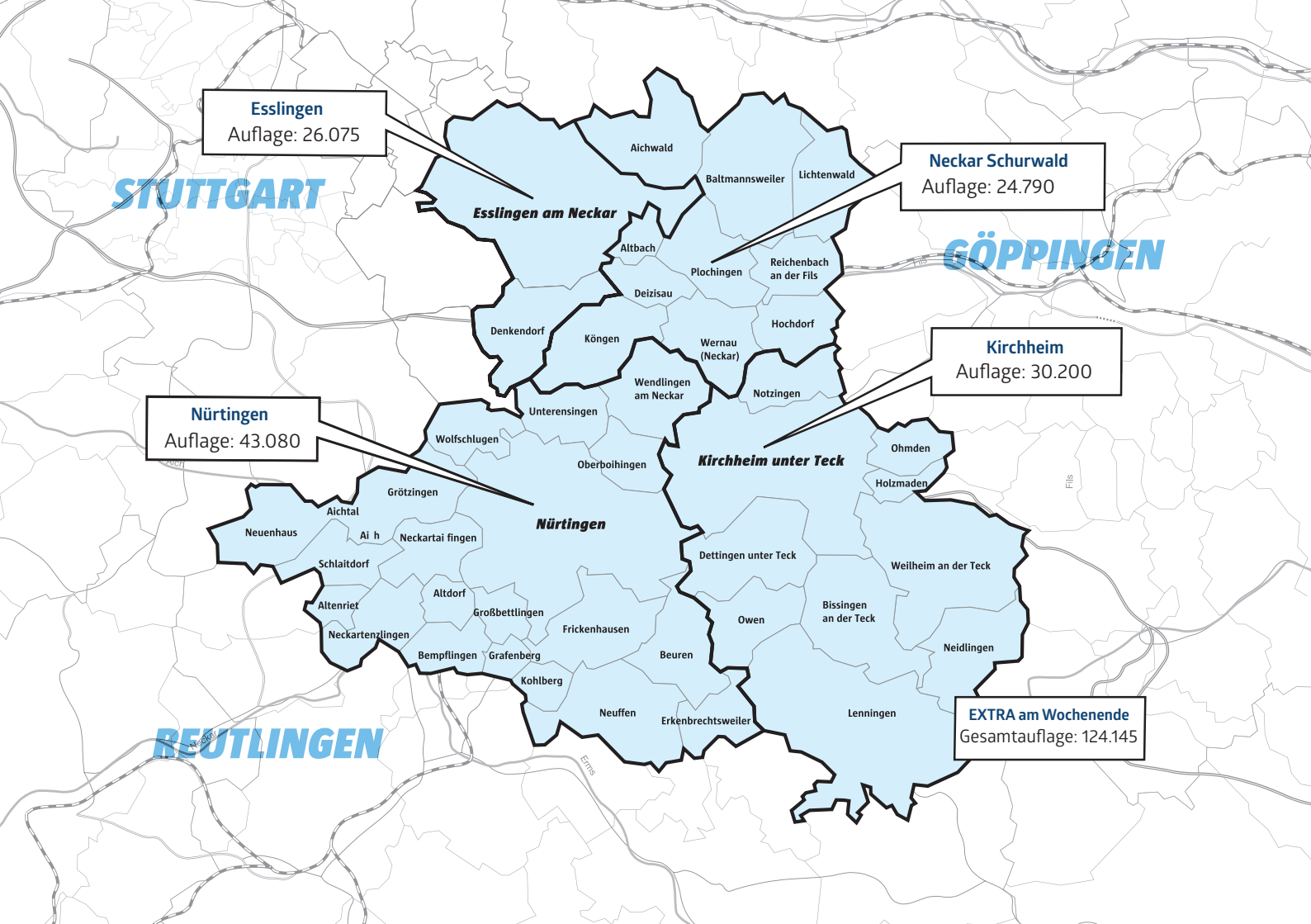
Die Preisberechnung erfolgt vorbehaltlich geringfügiger systembedingter Rundungsdifferenzen.

* Für Firmen aus dem Verbreitungsgebiet – nicht AE-provisionsfähig
** Für Agenturen
*** SmartAd: Jede Printanzeige wird automatisch verlängert (Leistungsübersicht siehe Seite 7), Laufzeit jeweils 7 Tage. 100 bis 600 mm: 99,- €, 601 bis 1000 mm: 139,- €, 1001 bis 3395 mm: 199,- €

Alle Preise zzgl. Mehrwertsteuer

Kombinationsrabattstaffel:

2er Kombination	10 % Rabatt
3er Kombination	15 % Rabatt
4er Kombination	20 % Rabatt


Esslingen
Auflage: 26.075
Neckar Schurwald
Auflage: 24.790
Kirchheim
Auflage: 30.200
Nürtingen
Auflage: 43.080
EXTRA am Wochenende
Gesamtauflage: 124.145
STUTTGART
GÖPPINGEN
REUTLINGEN
Esslingen am Neckar
Aichwald
Baltmannsweiler
Lichtenwald
Altbach
Plochingen
Reichenbach an der Fils
Deizisau
Hochdorf
Denkendorf
Köngen
Wernau (Neckar)
Wendlingen am Neckar
Notzingen
Unterensingen
Wolfschlugen
Oberboihingen
Kirchheim unter Teck
Ohmden
Holzmaden
Grötzingen
Aichtal
Neuenhaus
Ai h
Neckartai fingen
Nürtingen
Schlaitdorf
Dettingen unter Teck
Weilheim an der Teck
Altdorf
Altenriet
Großbettlingen
Owen
Bissingen an der Teck
Neckartenzlingen
Frickenhausen
Bempflingen
Grafenberg
Beuren
Neidlingen
Kohlberg
Neuffen
Erkenbrechtsweiler
Lenningen
Fils
Erms

SONDERPLATZIERUNGEN TITELSEITE

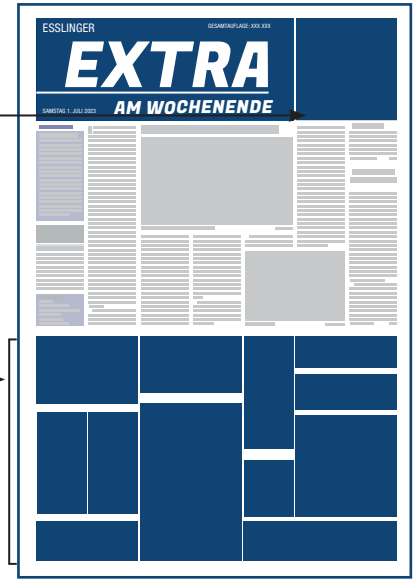
Generell können auf der Titelseite nur die jeweiligen Belegungen A, B oder C angeboten werden.

Titelkopfanzeige:
2-spaltig/90 mm (inkl. 30% Titelkopf-Zuschlag)

Belegung	Ortspreis 4C*	Grundpreis 4C**
A. Esslinger, Neckar Schurwald EXTRA	499,00 €	587,00 €
B. EXTRA am Wochenende (Nürtingen)	418,00 €	492,00 €
C. Teck EXTRA am Wochenende	310,00 €	365,00 €

Anzeigenbelegung Titelseite

Preis zuzüglich 25 % Titel-Aufschlag



Alle Preise zzgl. Mehrwertsteuer

* Für Firmen aus dem Verbreitungsgebiet – nicht AE-provisionsfähig
** Für Agenturen

ENTDECKEN SIE DIE VORTEILE DER DIGITALEN ZEITUNG

SmartAds

Bei Buchung Ihrer Printanzeige für das Esslinger, Neckar Schurwald EXTRA am Wochenende wird diese automatisch als SmartAd online verlängert. Mit einer SmartAd erreichen Sie zusätzliche Leser und Leserinnen der Eßlinger Zeitung.

Leistungsumfang:

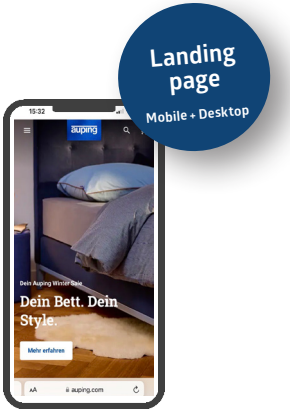
Formatgröße	Aufpreis (EUR) zzgl. MwSt.	Ad Impressions	Laufzeit
100 bis 600 mm	99	6.500	7 Tage
601 bis 1000 mm	139	10.000	7 Tage
1001 bis 3395 mm	199	15.000	7 Tage

Ihr Mehrwert:

- Ihr interaktives Werbemittel inkl. vollwertiger Landingpage
- kein Mehraufwand für Sie
- hohe Interaktionsrate, schnelle Ladezeit
- lange Verweildauer auf der Landingpage
- für alle Geräte optimiert
- Belegung zu Ihrer gebuchten Printausgabe
- digitales Werbemittel Ihrer Anzeige als Karussell Ad (wie auf Facebook oder Instagram)
- zusätzlich Ihre Anzeige zu 100 % in der Banderole in Ihrer Laufzeit

+

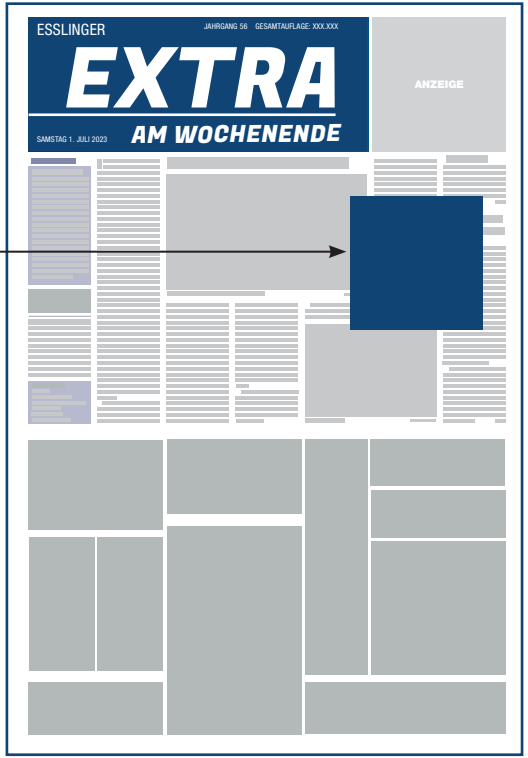
+



TIP-ON-STICKER

Tip-On-Sticker

Haftnotiz im Format 76 mm x 76 mm mit einem selbstklebenden Streifen.
(Anlieferung mit 5 mm Beschnitt, 86 x 86 mm)
Ortspreis* 136,- €
Grundpreis** 160,- €



Alle Preise zuzüglich Mehrwertsteuer.

* Für Firmen aus dem Verbreitungsgebiet – nicht AE-provisionsfähig
** Für Agenturen

Tip-On-Sticker

PROSPEKTBEILAGEN

Preise ‰	bis 20 g	30 g	40 g	50 g	60 g	70 g
Ortspreis*	81,00 €	86,00 €	91,00 €	96,00 €	101,00 €	106,00 €
Grundpreis**	Preise auf Anfrage					

Hinweis	Höhere Gewichte: Je weitere 10 g: 5,00 € Aufpreis
Versandanschrift	Die Anlieferung hat an die MHS-PRINT GmbH/ Tor 2 Zeppelinstr. 116, 73730 Esslingen zu erfolgen.
Kontakt	Esslingen: Tel. 0711 9310-397 und -149 E-Mail: extra@swm-network.de
	Nürtingen: Tel. 07022 9464-297 E-Mail: extra@ntz.de
	Kirchheim: Tel. 07021 9750-532, Fax -33 E-Mail: extra@teckbote.de
Anlieferung	frei Haus – frühestens 10 Werktage, spätestens 6 Werktage vor Erscheinungstermin Mo–Do von 6:30 bis 15:30, Fr von 6.30 bis 14 Uhr.
Rücktrittstermin	Sieben Tage vor Erscheinen. Bei Unterschreitung dieser Frist fällt ein Ausfallhonorar von 50 % auf der Basis der niedrigsten Gewichtsstufe an.
Konkurrenzausschluss und Alleinbelegung	Ist aus wettbewerbsrechtlichen Gründen nicht möglich. Liegen mehrere Beilagenaufträge vor, können aus technischen Gründen verschiedene Prospekte ineinander gelegt werden.

Formate	Mindestformat: 105 mm × 148 mm Maximalformat: 250 mm × 340 mm
Gewichte	Maximal 50 g pro Exemplar. Bei Beilagen über 50 g pro Exemplar ist eine Rückfrage mit Muster erforderlich. Einzelblätter bis DIN A4 müssen ein Flächengewicht von mind. 120 g/m² aufweisen.
Falzarten	Gefalzte Beilagen müssen im Kreuzbruch, Wickel- oder Mittelfalz verarbeitet sein. Leporello- und Altarfalz sind nicht zu verarbeiten. Mehrseitige Beilagen größer als DIN A5 müssen den Falz auf der langen Seite haben.
Beschnitt	Alle Beilagen müssen rechtwinklig und formatgleich geschnitten sein. Beilagen dürfen keinen durch stumpfe Messer verursachten ausgefransten Schnitt aufweisen.

Alle Preise zzgl. Mehrwertsteuer

* Für Firmen aus dem Verbreitungsgebiet – nicht AE-provisionsfähig
** Für Agenturen

PROSPEKTBEILAGEN

Anlieferungs-zustand	Beilagen müssen in Art und Form eine einwandfreie maschinelle Verarbeitung gewährleisten. Eine zusätzlich notwendige manuelle Aufbereitung wird gegebenenfalls in Rechnung gestellt. Das Verschnüren und Verpacken einzelner Lagen ist ausgeschlossen. Die unverschränkten, kantengeraden Lagen sollen eine Höhe von 100–120 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.
Angeklebte Produkte	Postkarten sind in der Beilage grundsätzlich innen anzukleben. Außen angeklebte Postkarten, Warenmuster oder Warenproben nur nach vorheriger Klärung.
Restmengen	Restmengen werden nur nach vorheriger Absprache eingelagert und ansonsten vernichtet.
Palettierung	Die Beilagen müssen auf Euro-Paletten gestapelt sein und dürfen eine maximale Ladehöhe von 120 cm nicht überschreiten. Jede Palette muss deutlich mit einer Palettenkarte mit folgenden Angaben gekennzeichnet sein. – zu belegendes Objekt und zu belegende Ausgabe – Erscheinungstermin – Auftraggeber der Beilage – Absender und Empfänger – Beilagentitel– Gesamtanzahl der Paletten – Gesamtstückzahl der gelieferten Beilage – Stückzahl der Beilagen je Palette
Teilbelegung	möglich ab 10.000 Exemplaren

ANSPRECHPARTNER WOCHENBLATT EXTRA

Verkaufsleitung
Andrea Gisdol
Zeppelinstraße 116
73730 Esslingen
Tel. 0711 9310-149
Fax 0711 9310-499
andrea.gisdol@swm-network.de

Mediaberatung Umland Esslingen
Joachim Sauter
Zeppelinstraße 116
73730 Esslingen
Tel. 0711 9310-257
Fax 0711 9310-499
joachim.sauter@swm-network.de

Mediaberatung Teck EXTRA
Lenninger Tal
Norbert Dietz
Alleenstraße 158,73230, Kirchheim/Teck
Tel. 07021 9750-14
Fax 07021 9750-33
norbert.dietz@teckbote.de

Mediaberatung Nürtingen
Mexy-Calrose Eisele
Carl-Benz-Straße 1
72622 Nürtingen
Tel. 07022 9464-190
m-c.eisele@ntz.de

Mediaberatung Stadt Esslingen
Daniela Münzenmayer
Zeppelinstraße 116
73730 Esslingen
Tel. 0711 9310-154
Fax 0711 9310-499
daniela.muenzenmayer@swm-network.de

Mediaberatung Umland Esslingen
Jonas Preuß
Zeppelinstraße 116
73730 Esslingen
Tel. 0711 9310-191
Fax 0711 9310-499
j.preuss@swm-network.de

Mediaberatung Teck EXTRA
Weilheim und Umgebung
Zdenka Hermann
Alleenstraße 158, 73230, Kirchheim/Teck
Tel. 07021 9750-532
Fax 07021 9750-33
zdenka.hermann@teckbote.de

Mediaberatung Nürtingen
Regine Reiner
Carl-Benz-Straße 1
72622 Nürtingen
Tel. 07022 9464-154
r.reiner@ntz.de

Mediaberatung Stadt Esslingen
Melanie Eiberger
Zeppelinstraße 116
73730 Esslingen
Tel. 0711 9310-223
Fax 0711 9310-499
m.eiberger@swm-network.de

Mediaberatung Online Esslingen
Annika Pátek
Zeppelinstraße 116
73730 Esslingen
Tel. 0711 9310-402
Fax 0711 9310-499
a.patek@swm-network.de

Mediaberatung Teck EXTRA
Kirchheim und Vororte
Markus Kurz
Alleenstraße 158, 73230, Kirchheim/Teck
Tel. 07021 9750-534
Fax 07021 9750-33
markus.kurz@teckbote.de

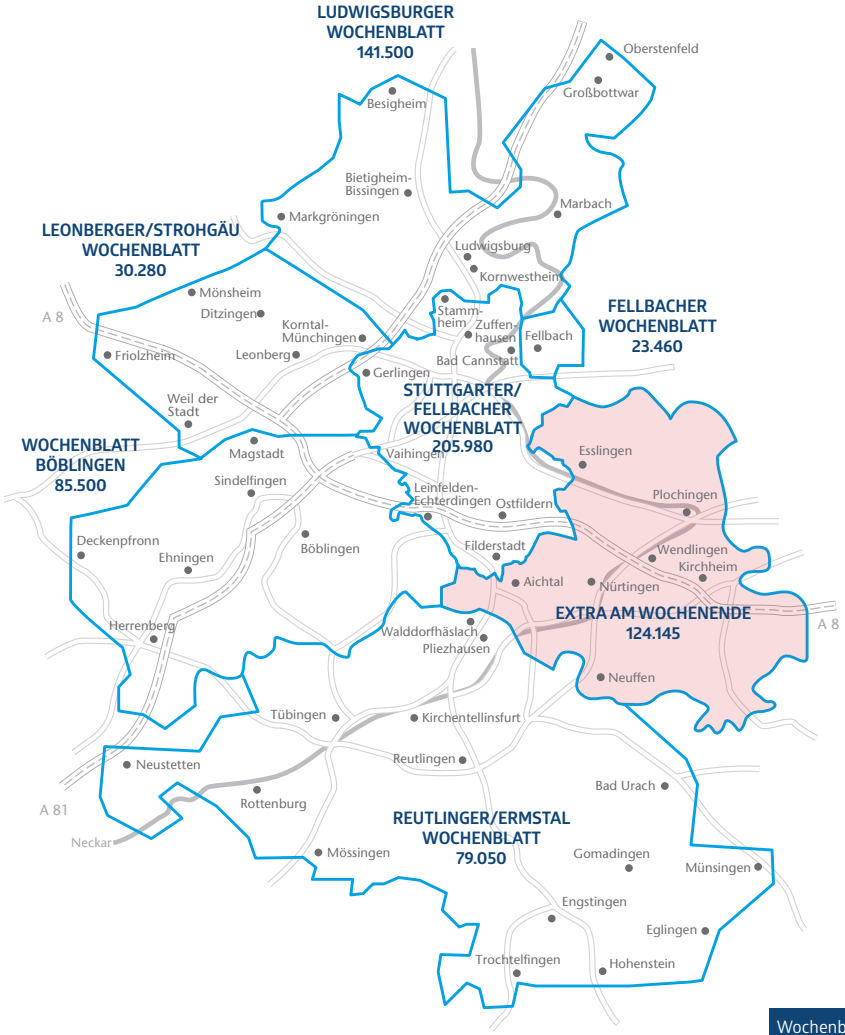
WOCHENBLATT-GRUPPE, PREISE, VERBREITUNGSGEBIET

Ausgabe	Gebiet Nr.	Auflage	€/mm s/w	€/mm, 4c Mindestgröße 200 mm
EXTRA am Wochenende Gesamtausgabe	800	124.145		4,91
Stgt. Wochenblatt inkl. Fellbacher Wochenblatt Gesamtausgabe	30P	205.980	7,95	8,83
Wochenblatt Böblingen Gesamtausgabe	320	85.500	3,12	4,56
Leonberger/Strohgäu Wochenblatt Gesamtausgabe	330	30.280	3,13	3,47
Fellbacher Wochenblatt Gesamtausgabe	406	23.460	1,40	1,55
Ludwigsburger Wochenblatt Gesamtausgabe	350	141.500	4,00	5,14
Reutlinger/Ermstal Wochenblatt Gesamtausgabe	360	79.050	2,99	3,80

KOMBINATIONEN

Einzelausgaben können beliebig miteinander kombiniert werden.
Bei der Buchung einer Kombination in der Wochenblatt-Gruppe über das Wochenblatt EXTRA ist die Belegung von Gebiet Nr. 800 obligatorisch.

Keine Alleinplatzierung auf einer Seite.
Gesamtauflage: 666.455 Ex.
Alle Preise zzgl. Mehrwertsteuer



Wochenblatt-Gruppe

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

FÜR ANZEIGEN UND FREMDBEILAGEN

1. „Werbeauftrag" im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen, Fremdbeilagen oder sonstiger Werbemittel eines Werbung treibenden oder sonstigen Inserenten in einem Werbeträger (Print/Digital) zum Zwecke der Verbreitung.

2. Für die Annahme und die Veröffentlichung aller Werbeaufträge sowie Folgeaufträge gelten ausschließlich diese AGB sowie die zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses aktuelle Preisliste des Verlages. Die Gültigkeit etwaiger AGB des Auftraggebers ist, soweit sie mit diesen AGB nicht übereinstimmen, ausgeschlossen. Diese AGB gelten sinngemäß für Beilagenaufträge.

3. Der Werbeauftrag kann persönlich, telefonisch, schriftlich, per Telefax, per E-Mail oder das OBS Online Booking System (Infos zu OBS finden Sie unter www.obs-portal.de) aufgegeben werden. Der Verlag haftet nicht für Übermittlungsfehler. Ein Vertrag kommt erst durch die schriftliche Auftragsbestätigung des Verlages zustande. Änderungen und Stornierungen müssen schriftlich erfolgen und sind nach dem Anzeigenschluss nicht mehr möglich. Bei Gelegenheitsanzeigen bereits dann nicht mehr, wenn der Auftrag zur Bearbeitung in die Technik gegeben wurde.

4. Aufträge sind im Zweifel innerhalb eines Kalenderjahres abzuwickeln. Ist im Rahmen des 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. 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. Die über Score Media Group geschalteten Anzeigen werden bei der Gewährung von Rabatten durch den Verlag nicht berücksichtigt.

6. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.

7. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Textmillimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.

8. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so zeitig 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.

9. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige" deutlich kenntlich gemacht.

10. 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/Herkunft gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

11. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes, einwandfreier Druckunterlagen, Daten (online oder offline) oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen oder digitale Anzeigenunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Fehlerhaft übergebene digitale Anzeigenunterlagen bzw. beschädigte Datenträger gehen ebenso zu Lasten des Auftraggebers wie der Ausfall des Übertragungsweges. Bezüglich der Übergabe von digitalen Anzeigenunterlagen durch den Auftraggeber ist der Verlag von jeglicher Haftung und Gewährleistung frei. Der Auftraggeber ist beweispflichtig, dass er im Falle der Datenfernübertragung die digitale Anzeigenunterlage ordnungsgemäß an den Verlag übermittelt hat. Ist die digitale Anzeigenunterlage bzw. ihr elektronischer Übergabevorgang mit Viren behaftet, so ist der Auftraggeber verpflichtet, dem Verlag den daraus entstandenen Schaden zu ersetzen. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.

12. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Schadenersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen. Schadenersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Der Ausschluss bzw. die Beschränkung greifen nicht bei Vorsatz und grober Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seiner Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter 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 auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts beschränkt. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang der Rechnung geltend gemacht werden.

13. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

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

15. Beilagen sind frachtfrei mit Lieferschein anzuliefern, aus dem die Zahl der Einzel-Verpackungen und die Beilagen-Gesamtzahl zu ersehen ist. Anlieferung der Beilagen: unverpackt oder mit Papierbanderole gebündelt, pro Lage max. einmal verschränkt, auf Palette oder im Einwegcontainer.

Führt die Anlieferung der Beilagen zu erhöhtem Arbeitsaufwand, teilt der Verlag diesen Umstand dem Auftraggeber mit und rechnet die durch den Mehraufwand entstandenen Kosten gegenüber dem Auftraggeber entsprechend ab. Zu erhöhtem Arbeitsaufwand führen beispielsweise: eingeschweißte Pakete, in Kartons verpackt, mehrfach verschränkt, und gebündelt, verrutscht oder verbogen.

16. Beilagenaufträge werden maschinell oder, wenn der Einsatz einer Einsteckmaschine technisch nicht möglich ist, manuell gegen Aufpreis ausgeführt. Wird durch das Einstecken von Beilagen die Auslieferung der Zeitung zusätzlich erheblich verzögert (z. B. bei Maschinenschäden, schwierige Witterungseinflüsse erfordern pünktliche Abfahrtszeiten der Zusteller), behält sich der Verlag das Recht vor, nur einen vertretbaren Teil beizulegen.

17. Der Preis für die Veröffentlichung eines Werbemittels richtet sich nach der im Zeitpunkt der Auftragserteilung gültigen Preisliste. Sämtliche Preise verstehen sich zuzüglich Mehrwertsteuer in gesetzlicher Höhe am Tag der Rechnungsstellung.

18. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber binnen 14 Tagen nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im Einzelfall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

19. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Verzugszinsen in gesetzlicher Höhe sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restliche Auftragsdurchführung Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Auftragsdurchführung das Erscheinen weiterer Werbemittel ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen. Der Verlag hat das Recht, seine Forderungen gegen den Auftraggeber an Dritte abzutreten.

20. Der Verlag liefert mit der Rechnung einen Andruck der Anzeige auf dem Rechnungsformular. Belegseiten oder vollständige Belegnummern werden auf Wunsch digital zur Verfügung gestellt. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

21. Kosten für die Anfertigung bestellter Fotoabzüge, Proofs und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

22. 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 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. und bei einer Auflage über 500 000 Exemplaren 5 v. H. beträgt. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so zeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag hätte zurücktreten können.

23. Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wchen 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 A4 (Gewicht bis 50 Gramm) 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 übernimmt.

24. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Erfüllung des Webeauftrags.

25. Die Weitergabe von vom Verlag gesetzten und/oder gestalteten Anzeigen an Dritte zur Veröffentlichung in anderen Druckerzeugnissen ist nicht gestattet.

26. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Im Geschäftsverkehr mit Voll-Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nichtkaufleuten nach deren Wohnsitz. 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. Es gilt ausschließlich deutsches Recht unter Ausschluss der Vorschriften des Übereinkommens der Vereinten Nationen über den Internationalen Warenkauf (CISG).

27. Der Verlag verarbeitet personenbezogene Kundendaten (im Folgenden „Daten") ausschließlich im Rahmen der Geschäftsbeziehungen zum Zwecke der Auftragsabwicklung. Eine darüber hinausgehende Verarbeitung sowie eine Datenübermittlung an Dritte findet - sofern keine ausdrückliche Einwilligung des Kunden vorliegt - nicht statt. Der Verlag speichert die Daten für die Dauer der Geschäftsbeziehungen sowie auch darüber hinaus für die Dauer etwaiger gesetzlicher Aufbewahrungsfristen. Nach Ablauf dieser Fristen löscht der Verlag die Daten unverzüglich. Weitere Informationen zum Datenschutz sowie zu Betroffenenrechten sind unter www.swmh-datenschutz.de/ez abrufbar.

ZUSÄTZLICHE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

a) Für Fehler infolge undeutlicher Niederschrift sowie bei fernmündlich aufgegebenen Anzeigen oder fernmündlich veranlassten Änderungen übernehmen die Verlage keine Haftung für die Richtigkeit der Wiedergabe.

b) Die Verlage wenden bei Entgegennahme und Prüfung der Anzeigentexte die geschäftsüb liche Sorgfalt an, haften aber nicht, wenn sie von den Auftraggebern irregeführt oder getäuscht werden.

c) Bei Änderung der Anzeigen- und Beilagenpreise treten diese Bedingungen auch bei laufen den Aufträgen sofort in Kraft.

d) Der Werbungtreibende hat Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb Jahresfrist entsprechenden Nachlass, wenn er zu Beginn der Frist einen Vertrag abgeschlossen hat, der aufgrund der Preisliste zu einem Nachlass von vornher ein berechtigt. Die Ansprüche auf Nachvergütung entfallen, wenn sie nicht binnen drei Monaten nach Ablauf des Abschlussjahres geltend gemacht werden.

e) Konzernrabatt wird nur bei privatwirtschaftlich organisierten Zusammenschlüssen gewährt. Keine Anwendung findet er z. B. beim Zusammenschluss verschiedener selbstän diger hoheitlicher Organisationen oder bei Zusammenschlüssen, bei denen Körperschaften des öffentlichen Rechts beteiligt sind.

f) Anzeigen, auch solche des regionalen Einzelhandels, werden in der Regel über Anzeigenmittler angenommen und provisioniert. Einen Provisionsanspruch hat der Mittler aber nur dann, wenn er selbst alles, was zur Abwicklung eines Anzeigenauftrages gehört, tatsächlich auch selbst regelt. Weicht der Mittler oder sein Kunde, der Inserent, von diesem Grundsatz auch nur im

Einzelfall ab, entfällt für solche „Direkt-Dispositionen“ der Provisionsanspruch des Mittlers. AE-Provision erhalten nur Agenturen, die Anzeigen gewerbsmäßig im eigenen Namen und für eigene Rechnung erwerben und an Dritte weiterveräußern. Agenturen müssen sich in Verträgen und Abmachungen mit ihren Kunden (Inserenten) an die Listenpreise des Verlages halten. Die vom Verlag gewährte AE-Provision darf von ihnen an ihre Kunden weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

g) Besteht ein Mengenabschluss eines Einzelkunden, so gelten die Rabattbedingungen auch für die Anzeigenaufträge, die durch Anzeigenmittler geschaltet werden. Für solche Aufträge werden Rabattgutschriften bzw. Rabattnachbelastungen gegenüber dem Anzeigenmittler erstellt.

h) Bei Jahresabschlüssen von 300 000 mm und mehr sowie bei Anzeigenstrecken von mindestens 3 aufeinanderfolgenden Seiten in einer Ausgabe und für Promotionseiten sind Sonderkonditionen nach einheitlichen Richtlinien möglich.

i) Im Falle höherer Gewalt erlischt jede Verpflichtung zur Erfüllung von Aufträgen und Leistung von Schadenersatz; letztere auch für etwa nicht oder nicht rechtzeitig veröffentlichte Anzeigen.

j) Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen. Der Auftraggeber ist verpflichtet, die Verlage von Ansprüchen Dritter auf erstes Anfordern freizustellen, die diesen aus der Ausführung des Auftrages, auch wenn er abbestellt sein sollte, erwachsen. Die Verlage sind nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen darauf hin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt 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. Erscheinen abbestellte Anzeigen, so stehen dem Auftraggeber daraus keinerlei Ansprüche gegen die Verlage zu.

k) Bei Gesamt-, Teil- und Kombinationsbelegungen wird der sich aus den Abschlüssen der Stuttgarter Zeitung / Stuttgarter Nachrichten ergebende Nachlass gewährt. Wird bei Kombinationsbelegungen diese Ausgabe nicht mitbelegt, so zählen die auf solche Belegungen entfallenden Mengen bei der Errechnung der Abnahmemenge nicht mit. Die Alleinbelegung einer Partnerzeitung der STUTTGARTER ZEITUNG Anzeigengemeinschaft kann nur direkt über den jeweiligen Partnerverlag erfolgen.

l) In den Preisen der STUTTGARTER ZEITUNG Anzeigengemeinschaft sind Millimeter-Differenzen, die durch die verschiedenen Druckverfahren entstehen, bereits berücksichtigt.

m) Der Verlag ist nicht verpflichtet, im Chiffredienst Zuschriften von Computer-Servicediensten, Chiffre-Servicediensten und gewerblichen Schreibbüros weiterzuleiten.

n) Mit Erstellung eines Anzeigenauftrages stimmt der Auftraggeber einer kostenlosen Veröffentlichung im Internet-/Onlinedienst nach Wahl des Verlages zu.

o) Bei Beilagenaufträgen kann es, aus technischen Gründen, zu Fehlstreuungen, Mehrfachbelegungen oder Fehlbelegungen kommen. Der Zustand und die Art der Beilage können die Fehlerquote beeinflussen. Eine Fehlstreuung, Mehrfachbelegungen oder Fehlbelegung bis 2% der gebuchten Beilagenauflage gilt als ordnungsgemäße Erfüllung des Beilagenauftrages.

p) Elektronischer Rechnungsversand: Der Auftraggeber erklärt sich mit dem Erhalt elektronischer Rechnungen per E-Mail einverstanden und erteilt dem Verlag entsprechend den Auftrag für die elektronische Zusendung der Rechnungen an die von ihm bekannt gegebene E-Mail-Adresse. Der Auftraggeber verzichtet auf eine postalische Zusendung der Rechnung. Der Auftraggeber hat empfängerseitig dafür Sorge zu tragen, dass sämtliche elektronische Zusendungen der Rechnung per E-Mail durch den Verlag ordnungsgemäß an die vom Auftraggeber bekannt gegebene E-Mail-Adresse zugestellt werden können und technische Einrichtungen wie etwa Filterprogramme oder Firewalls entsprechend zu adaptieren. Etwaige automatisierte, elektronische Antwortschreiben an den Verlag (z.B. Abwesenheitsnotiz) können nicht berücksichtigt werden und stehen einer wirksamen Zustellung nicht entgegen. Der Auftraggeber hat eine Änderung der E-Mail-Adresse, an welche die Rechnung zugestellt werden soll, unverzüglich schriftlich dem Verlag mit zuteilen. Zusendungen von Rechnungen des Verlags an die vom Auftraggeber zuletzt bekannt gegebene E-Mail-Adresse gelten diesem als zugegangen, wenn der Auftraggeber eine Änderung seiner E-Mail-Adresse dem Verlagnicht bekannt gegeben hat. Der Verlag haftet nicht für Schäden, die aus einem gegenüber einer postalischen Zusendung allenfalls erhöhten Risiko einer elektronischen Zusendung der Rechnung per E-Mail resultieren. Der Auftraggeber trägt das durch eine Speicherung der elektronischen Rechnung erhöhte Risiko eines Zugriffs durch unberechtigte Dritte.
Widerruf: Der Auftraggeber kann die Teilnahme an der elektronischen Zusendung der Rechnung per E-Mail jederzeit widerrufen. Nach Eintreffen und Bearbeitung des schriftlich eingereichten Widerrufs beim Verlag erhält der Auftraggeber Rechnungen zukünftig postalisch an die dem Verlag zuletzt bekannt gegebene Post-Anschrift zugestellt. Der Verlag behält sich das Recht vor, aus wichtigem Grund die Zustellung der Rechnung über E-Mail selbständig an die dem Verlag zuletzt bekannt gegebene Post-Anschrift umstellen.

q) Sollte eine oder mehrere Bestimmungen dieser Allgemeinen und Zusätzlichen Geschäftsbedingungen unwirksam sein oder werden, so wird die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen hiervon nicht berührt. Die unwirksame Bestimmung ist durch eine wirksame zu ersetzten, die dem wirtschaftlichen Zweck der unwirksamen Bestimmung möglichst nahe kommt.

s) Die Europäische Kommission stellt Verbrauchern zur außergerichtlichen OnlineStreitbeilegung unter http://ec.europa.eu/consumers/odr/ eine Plattform (sog. OS-Plattform) bereit. Die Verlage sind zur Teilnahme an einem Streitbeilegungsverfahren vor einer Verbraucherschlichtungsstelle nicht verpflichtet und daran nicht teil, es sei denn, es besteht eine gesetzliche Pflicht zur Teilnahme.

EXTRA

AM WOCHENENDE