




**Verbreitungsgebiet –
 kostenlos im Landkreis Passau**



Hier finden Sie die „Am Sonntag“ in Zeitungstaschen oder an Tankstellen und Bäckereien kostenlos zum Mitnehmen.

 Komplette Haushaltsverteilung

Die „Am Sonntag“ ist eine lokale Gratiszeitung im Boulevard-Stil, die seit 1. Oktober 2000 komplett vierfarbig jeden Sonntag kostenlos in der Stadt erscheint und im Wirtschaftsraum Passau und darüber hinaus verteilt wird.

Die „Am Sonntag“ berichtet über das lokale Geschehen im Verbreitungsgebiet, die wichtigsten Nachrichten aus aller Welt, liefert die aktuellsten Sportergebnisse und beinhaltet einen umfangreichen Szeneteil. Somit werden junge als auch ältere Zielgruppen gleichermaßen angesprochen.

Ihre Vorteile: Am Sonntag

- ...wird stärker auf Anzeigen und Beilagen geachtet.
- ...haben die Leser mehr Zeit für Preis- und Qualitätsvergleiche.
- ...werden Planungen für größere Anschaffungen und die Freizeitgestaltung gemacht.

Starten Sie erfolgreich in die Verkaufswoche mit Anzeigenschaltungen in der „Am Sonntag“.

Verbreitete Auflage über 64.000 Exemplare

Hinweise für Farbanzeigen

Mindestformat	300 mm; liegt die Anzeigengröße unter diesem Limit, so wird der in den Preisblättern jeweils ausgewiesene „Mindestfarbaufschlag“ zusätzlich zum s/w-Preis verrechnet.
Aufnahmemöglichkeit	keine tagesbezogenen Einschränkungen
Farben:	Gedruckt wird aus der Euroskala (CMYK), HKS-Farben werden aus CMYK gemischt. Farbabweichungen zu den HKS-Farben sind möglich.
Panorama-Anzeigen	Mindestformat: 482 mm Breite, 140 mm Höhe; Panorama-Seite: 482 mm Breite, 320 mm Höhe; Farbdurchdruck über Bund möglich
Unbuntaufbau ^{GER}	Summe der 4 Farben nicht über 240%
Gesamttonwertzunahme	26% bei 50% Tonwert (Zeitungsstandard ISO 12647-3)
Volltondichte im Andruck	Cyan = 0,9; Magenta = 0,9; Yellow = 0,9; Black = 1,1;
Platzierung	Nach bester Möglichkeit – Einschränkungen sind je nach Umfang und Lage der Farbseiten gegeben.
Rabatte	Alle Farb-Millimeterpreise sowie die jeweils auf den Preisblättern angegebenen „Mindestfarbaufschläge“ sind voll rabattfähig.
Anzeigen-Schluss	Donnerstag 16 Uhr
Rücktrittstermin	Freitag 9 Uhr

ISDN-Übermittlung

Druckunterlagen	Bitte liefern Sie EPS-Dateien (einschl. der PS-Zeichensätze bzw. mit eingebundenen Schriften) oder PDF für Druckvorstufe (mit eingebetteten Bildern und inkludierten Schriften); bei Farbanzeigen zusätzl. 2 Andrucke auf Zeitungspapier. Gelieferte Papierausdrucke oder Filme werden digitalisiert! Näheres siehe unter Hinweise für Farbanzeigen
ISDN-Nummern	Leonardo Grand Central, 2-Kanal 08 51/98 22-52 und -62 Regio Connect, 2-Kanal 08 51/8 81 80 36 E-Mail anzeigen.email@pnp.de
Service-Team	Digitale Anzeigenübertragung: Tel. 08 51/8 02-7 53/-2 07, Fax -2 86
Anzeigenauftrag	Senden Sie uns bitte per Fax (08 51/9 66 34-1 47) vorab Ihren Anzeigenauftrag mit einer Kopie des Motives und den notwendigen Daten (mit Originalgröße der Anzeige). Bei Farbanzeigen bitte zusätzl. jeden Farbauszug einzeln! Nur dann können Farbreklamationen akzeptiert werden. Geben Sie auf Ihrem Anzeigenauftrag unbedingt den von Ihnen vergebenen Dateinamen und die Übertragungsart an. Der Dateiname sollte Rückschlüsse auf den Auftraggeber zulassen (z.B. Kundennamen, Erscheinungstag). Bitte senden Sie bei der Übertragung ein Textdokument mit Absender und Tel.-Nr. für evtl. Rückfragen mit.
Dateiformate	EPS-Dateien (einschl. der PS-Zeichensätze bzw. mit eingebundenen Schriften) oder PDF (x1a, x3) für Druckvorstufe (mit eingebetteten Bildern und inkludierten Schriften).

Offene Dateien in folgenden Formaten: QuarkX-Press 5.0., FreeHand 10.0, Illustrator 10.0, Corel Draw X3, .
Dateien aus den gängigen Office-Programmen (Word, Excel, Power-Point, Publisher) sind für die Druckvorstufe nicht geeignet.

Profile	Standardprofil ISOnewspaper 26v4.icc über http://www.ifra.com
Farbanzeigen	Verarbeitet werden Composit-Daten (unsepariert) in Spot- (HKS Z) oder Prozessfarben (CMYK). Die korrekte Farbseparation (Anzahl der Druckformen) muss gewährleistet sein. Eine Zusatzfarbe (z.B. HKS 43 Z) sollte als Prozessfarbe angelegt sein.
Bilder	Bilder im Dokument sollten möglichst 1:1 platziert und mit 200 bis 300 dpi aufgelöst sein (Bitmaps/Strich 1200 dpi). Verwenden Sie Bilder nur im Graustufen- bzw. CMYK-Format. Die Bilder sollten in diese Farbräume konvertiert sein: Graustufen (ISOnewspaper26v4_gr.icc) CMYK (ISOnewspaper24V4.icc (Keine RGB-, DCS-, GIF- und JPEG-Formate).
Sonstiges	- Flächendeckung mindestens 10% - Linienstärke mindestens 0,1 mm, - keine „Haarlinien“ verwenden - Dateien können zur schnelleren Übertragung mit den gängigen Programmen (Stuff It, WinZip) gepackt werden. - Druckverfahren: Rollenoffset (Zeitung) - Raster: 48 l/cm

Allgemeine Verlagsangaben

Verlag	ATV Alle Tage Verlags-GmbH Postfach 94030 Passau
Hausanschrift	Medienstraße 5 94036 Passau
Anzeigenabteilung	Anzeigenleitung: Reiner Fürst Tel. (08 51) 9 66 34-123, Fax (08 51) 9 66 34-147 Anzeigenverwaltung: Tel. (08 51) 9 66 34-136, Fax (08 51) 9 66 34-147
Telefon	(08 51) 9 66 34-0
Telefax	(08 51) 9 66 34-147
E-Mail	anzeigen@am-sonntag.de
Bankverbindung	Sparkasse Passau (BLZ 740 500 00) Kto.-Nr. 120 021 969
Zahlungsbedingungen	Zahlbar sofort nach Erhalt der Rechnung ohne Abzug.
Skonto	Bei Vorauszahlung 2 % bei Rechnungsbeträgen (netto) von über 150,- Euro – nur bei Geschäftsanzeigen möglich.

Geschäftsbedingungen	Aufträge werden zu den Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften und zu den zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages ausgeführt.	
Rabatte	Malstaffel 12 Anzeigen 10 % 24 Anzeigen 15 % 52 Anzeigen 20 %	
	Mengenstaffel 3000 mm 5 % 20000 mm 20 % 5000 mm 10 % ab 40000 mm auf Anfrage! 10000 mm 15 %	
Chiffregebühren	Zusendung: Inland 9,00 Euro zzgl. MwSt. Ausland 12,00 Euro zzgl. MwSt. Abholung: 5,50 Euro zzgl. MwSt.	
Anzeigen- u. Druckunterlagen – Schluss-Termine	s/w-Anzeigen Donnerstag bis 16 Uhr Anzeigen mit Zusatzfarben Mittwoch 16 Uhr	
Rücktrittstermine	s/w-Anzeigen: bis Freitag 9 Uhr Farbanzeigen: bis Donnerstag 9 Uhr Titelkopf- und Fußanzeigen eine Woche vor Erscheinen	
Erscheinungsweise	Sonntag morgens	

Technische Angaben

Satzspiegel	Breite 231 mm Höhe 320 mm Gesamt 1600 mm
	5 Spalten á 45 mm
Spaltenbreite	1 Spalte 45 mm 2 Spalten 91 mm 3 Spalten 138 mm 4 Spalten 185 mm 5 Spalten 231 mm
Druckverfahren	Rollenoffset
Raster	48 l/cm
Druckunterlagen	s/w-Anzeigen: seitenteilige Anzeigen Fotopapier SR, 1:1, einfach
	<u>1/2/3 Zusatzfarben:</u> bei 1/1 Seite je Farbe Positiv- oder Negativfilm 1:1 seitenver- kehrt, passergenauer Stand bei seitenteiligen Anzeigen je Farbe Positivfilm SV 1:1 oder Negativ- film SV 1:1 2 Andrucke auf Zeitungspapier
Schwärzung	Dichte Vollton min. – bei Papierpositiv DV = 1,5 – bei Filmpositiven DV = 2,5

Tonwertumfang

Tonwerte im Licht auslaufend gegen 0 %, in der Tiefe 90 %
 Flächendeckung. Absolut druckender Punkt mind. 5 %
 Flächendeckung. Im Licht gehen bei der Übertragung ca. 4 %
 Flächendeckung verloren. In der Tiefe können einzelne fest umrissene Bildteile als Vollton angelegt werden. Sind Modulationen und Zeichnungen in dunklen Bildteilen erforderlich, muss die nächste Tonwertstufe unter der Tiefe von 85 % ca. 75 % Flächendeckung aufweisen. Bei Schwarzdruck muss im Mitteltonbereich (40 % Ton) mit einem Punktzuwachs von ca. 20 – 25 % gegenüber dem Papierpositiv gerechnet werden.

Strichstärke (minimal) positiv 0,1 mm
 negativ 0,2 mm
 gerastert 0,5 mm

Grundschrift (minimal) 7 Punkt = 2,6 mm

Sonderformate/ Berechnung

Panorama-Anzeigen

Mindestformat:
 482 mm Breite, 140 mm Höhe
Höchstformat:
 482 mm Breite, 320 mm Höhe
Verrechnung:
 11 Spalten × Höhenmillimeter
Zusatzfarben:
 bis 4c durchgehend möglich

Textseiten-Platzierungen

Mindestformat:
 für Eckfeld- und blattbreite Anzeigen **500 - 799 mm**
 siehe gesondert ausgewiesene Preise auf den Preisblättern.
Maximalhöhe für Eckfeld- und blattbreite Anzeigen = 320 mm Höhe

Seitenhohe Anzeigen auf Textseiten

1 bis 3 Textspalten möglich
 Bei 1 Textspalte = 320 mm Höhe wird der jeweils gesondert ausgewiesene Preis für Textseitenplatzierungen zugrunde gelegt. Für 2-3 Spalten gilt der mm-Preis wie im Anzeigenteil.

Preise für die Exklusivbelegung von Am Sonntag (alle Preise in Euro zuzüglich Mehrwertsteuer)

Preise in Euro/mm	Grundpreise			Lokalpreise ¹⁾		
	Mindestformat 300 mm			Mindestformat 300 mm		
	s/w	1 ZF	3 ZF	s/w	1 ZF	3 ZF
Millimeter-Preise	1,49	1,64	1,94	1,27	1,40	1,66
1/1 Seite = 1600 mm	2384	2624	3104	2032	2240	2656
Mindestfarbaufschlag in Euro ³⁾	-	45	135	-	39	117
Textteilanzeigen ²⁾	7,45	- ³⁾	- ³⁾	6,35	- ³⁾	- ³⁾
Platzierung auf Textseite 500 - 799 mm:	1,79	1,94	2,24	1,52	1,65	1,91
Titelkopfanzeige 50 mm hoch, 55 mm breit, FP	300	- ³⁾	- ³⁾	255	- ³⁾	- ³⁾
Fußleiste auf Titelseite 5/80	2,41	2,56	2,86	2,05	2,18	2,44
Fußleiste letzte Seite min. 5/80 max. 5/100	1,86	2,01	2,31	1,58	1,71	1,97
In & Out-Kasten letzte Seite, max. 2/50	4,47	- ³⁾	- ³⁾	3,81	- ³⁾	- ³⁾
Inselanzeige Rätsel 2/70	2,97	- ³⁾	- ³⁾	2,52	- ³⁾	- ³⁾
Kopfleiste Szene und Sport 5/20	1,86	- ³⁾	- ³⁾	1,58	- ³⁾	- ³⁾
Rubrikanzeigen (Stellenmarkt, Immobilienmarkt, Vermietungen, Mietgesuche, Pacht, geschäftl. KFZ-Markt)	1,49	1,64	1,94	1,27	1,40	1,66
Veranstaltungen, karitativer Vereine, Familien- und Gelegenheitsanzeigen von Privat ³⁾ , ohne Rubrikanzeigen (siehe oben)	0,77	-	-	0,77	-	-
Privater KFZ-Markt und Fundgrube (Preis in Euro inkl. MwSt.) ⁴⁾	2,76 pro Zeile	-	-	2,76 pro Zeile	-	-

¹⁾ **Lokalpreis:** Direkt mit dem Verlag abzuwickelnde Anzeigen von Handel, Handwerk und Gewerbe aus dem Verbreitungsgebiet

²⁾ **Textteilanzeigen:** Mindestgröße 10 mm einspaltig, bis max. 200 mm einspaltig, bzw. 10 mm zweispaltig, bis max. 65 mm zweispaltig

³⁾ der **Mindestfarbaufschlag** wird zum s/w-Preis addiert

⁴⁾ **nicht rabattfähig**

Preise für Am Sonntag in Kombination mit der PNP (alle Preise in Euro zuzüglich Mehrwertsteuer)

Preise in Euro/mm	Grundpreise Mindestformat 300 mm			Lokalpreise ¹⁾ Mindestformat 300 mm		
	s/w	1 ZF	2-3 ZF	s/w	1 ZF	2-3 ZF
Millimeter-Preise	0,78	0,93	1,23	0,66	0,79	1,05
1/1 Seite = 1600 mm	1248	1488	1968	1056	1264	1680
Mindestfarbaufschlag in Euro ³⁾	-	45	135	-	39	117
Textteilanzeigen ²⁾	3,90	- ³⁾	- ³⁾	3,30	- ³⁾	- ³⁾
Platzierung auf Textseite: 500 mm bis 799 mm	0,94	1,09	1,39	0,79	0,92	1,18
Rubrikanzeigen (Stellenmarkt, Immobilienmarkt, Vermietungen, Mietgesuche, Pacht, geschäftl. KFZ-Markt)	0,78	0,93	1,23	0,66	0,79	1,05
Veranstaltungen karitativer Vereine, Familien- und Gelegenheitsanzeigen von Privat, ohne Rubrikanzeigen (siehe oben) ⁴⁾	0,32	-	-	0,32	-	-
Privater KFZ-Markt und Fundgrube (Preise in Euro inkl. MwSt.) ⁴⁾	1,92 pro Zeile	-	-	1,92 pro Zeile	-	-

¹⁾ **Lokalpreis:** Direkt mit dem Verlag abzuwickelnde Anzeigen von Handel, Handwerk und Gewerbe aus dem Verbreitungsgebiet

²⁾ **Textteilanzeigen:** Mindestgröße 10 mm einspaltig, bis max. 200 mm einspaltig, bzw. 10 mm zweispaltig, bis max. 65 mm zweispaltig

³⁾ der **Mindestfarbaufschlag** wird zum s/w-Preis addiert

⁴⁾ **nicht rabattfähig**

Prospektbeilagen

(alle Preise zuzüglich Mehrwertsteuer)

Preise %o Exemplare	bis 15 g	bis 20 g	bis 25 g	bis 30 g
Grundpreise Euro	47,-	50,50	54,-	57,50
Lokalpreise¹⁾ Euro	40,-	43,-	46,-	49,-

Höhere Gewichte auf Anfrage

Format Maximum 23 × 32 cm/Minimum 13,5 × 10 cm
größere Formate bei entsprechender Falzung möglich

Papiergewicht Einzelblätter mindestens 100 g/m²
1-mal gefalztes Doppelblatt mindestens 60 g/m²

Auflagen aktuelle Auflagen auf Anfrage

Belegungsmöglichkeiten auf Anfrage

Mindest-Stückzahl 2000 Stück
bei geringeren Mengen wird generell die Menge von
2000 Exemplaren verrechnet

Konkurrenz-Ausschluss nicht möglich

¹⁾ **Lokalpreis:** Direkt mit dem Verlag abzuwickelnde Beilagen-Aufträge von Handwerk,
Handel und Gewerbe aus dem Verbreitungsgebiet

Kartenklebung

Format min. 95 x 70 mm, max. 148 x 105 mm (DIN A6)

Papiergewicht min. 150g/qm, max. 10g pro Karte.
(100% Gewährleistung nur bei Musteranlieferung)

Kartenklebpreis: Lokalpreis 60 Euro pro Tausend,
Grundpreis 72 Euro pro Tausend

Prospektbeilagen

Hinweise zur Durchführung

Beilagenverwaltung Telefon (08 51) 96634-136, Telefax (08 51) 96634-147
E-Mail: anzeigen@am-sonntag.de

Rollgeld Die Anlieferung an den Verlag erfolgt franko.
Eventuell anfallendes Rollgeld wird weiterverrechnet.

Inhalt/Vorbehalt Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Mu-
sters der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die
durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines
Bestandteils der Zeitung erwecken oder Fremdanzeigen enthal-
ten, werden nicht angenommen.
Die Ablehnung eines Auftrages wird unverzüglich mitgeteilt.

**Auf dem Lieferschein ist zu Kontrollzwecken die verbind-
liche Stückzahl – nicht allein das Gewicht – anzugeben.**

Anlieferungstermin frühestens 10 Tage, spätestens 5 Tage vor Befügung – franko

Rücktrittstermin 4 Wochen vor Erscheinen

Lieferanschrift Passauer Neue Presse Druck GmbH, Gewerbegebiet Sperrwies
Medienstraße 5a, 94036 Passau

Anlieferzeiten Montag bis Donnerstag 8-12 Uhr und 13-17 Uhr
Freitag 8-13 Uhr

Platzierung: **letzte Seite** rechter Teil, über
dem redaktionellen Beitrag,
mit der langen Seite parallel zum Falz

Im übrigen gelten die Bedingungen der Prospektbeilagen



Prospektbeilagen

Beilagenbeschaffenheit/technische Angaben

1. Format	1.1	Maximum 23×32 cm
	1.2	Größere Formate können bei entsprechender Falzung (4.) verwendet werden.
2. Gewicht	2.1.	Papiergewicht: bei Einzelblättern mindestens 100 g/m^2 bei 1-mal gefalztem Doppelblatt mindestens 60 g/m^2
	2.2	Höchstgewicht pro Beilage 30 g
3. Äußere Form	Rechtwinklig geschnitten, gerade Kanten	
4. Falz	4.1	Der letzte Falz der Beilage muss auf der längeren Seite sein. Die längere Seite ist beim Einstecken die vorauslaufende Kante (Abb. 1).
	4.2	Kein Leporello-Falz
	4.3	Kein Altarfalz
5. Heftklammern	Bei mehr als 1 Heftklammer sollte wenigstens eine möglichst weit vom Rand (mind. 10 mm) entfernt von der Anlage-Ecke sein (Abb. 3)	
6. Karten	6.1	Innen geklebte Karten sind vorzuziehen. Diese müssen innen a) an der vorauslaufenden Kante und b) in der Anlage-Ecke befestigt sein.
	6.2	Außen geklebte Karten müssen mit der langen Kante an der vorauslaufenden Kante der Beilage befestigt sein und gleichzeitig mit einer Ecke in der Anlage-Ecke anliegen (Toleranz: $\pm 0/- 3$ mm). Die Klebung muss auf der ganzen Kartenlänge erfolgen. Besonders an der Anlage-Ecke muss eine einwandfreie, feste Verbindung gewährleistet sein.
	6.3	Verklebte Stapel sind nicht zu verarbeiten.
7. Beilagen-Anlieferung	Bei verschränkten Lagen sollte eine Lage jeweils mindestens 7 cm Höhe haben.	

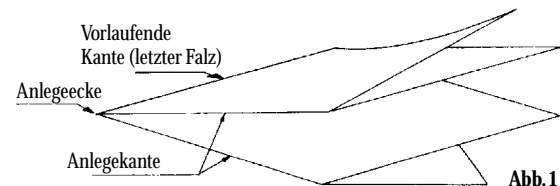


Abb. 1

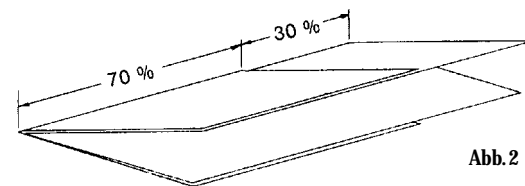


Abb. 2

Zwei ineinander gesteckte Beilagen, auf vorauslaufende Kante und Anlegekante gerüttelt.

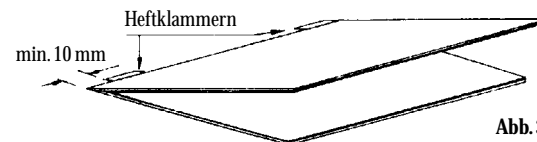


Abb. 3

Am Sonntag-Online

„www.am-sonntag.de“ ist das aktuelle Internetangebot der ATV Alle Tage Verlags GmbH. Die „Am Sonntag“ berichtet über das lokale Geschehen im Verbreitungsgebiet, die wichtigsten Nachrichten aus aller Welt, liefert die aktuellsten Sportergebnisse und beinhaltet einen umfangreichen Szeneteil. Somit werden junge als auch ältere Zielgruppen gleichermaßen angesprochen. Diese Eigenschaften, kombiniert mit den neuen Möglichkeiten des Internets, bilden ideale Voraussetzungen um die Wirkung Ihrer Online-Werbung optimal zu fördern.

Onlinewerbung

Wochenpakete

Sie buchen einfach wochenweise zu Festpreisen in einer Rubrik Ihrer Wahl. Ihr Werbemittel erscheint im Wechsel (50 : 50) mit einem anderen Kunden. Alleinplatzierungen sind auf Anfrage möglich.

	Button	Skyscraper	Superbanner	Content Ad	Wallpaper
Belegungseinheit	150 x 100 Pixel	160 x 600 Pixel	728 x 90 Pixel	300 x 250 Pixel	728 x 90 / 160 x 600 Pixel
am-sonntag.de	19,-	45,-	52,-	78,-	107,-

Informationen zur Auftragsabwicklung

- Rücktrittstermin: 2 Werktage vor Schaltbeginn
- Dateiformate: GIF, HTML, JPEG, JAVA, Shockwave, Flash
- Dateianlieferung: per E-Mail oder CD-ROM
- Anlieferungstermin: 2 Werktage vor Schaltbeginn
- Rabatte: ab 26 Wochen - 5 %, ab 52 Wochen - 10 %
 (bei Nichterfüllung erfolgt eine Rabattrückbelastung)
- Agenturprovision: 15 Prozent
- Zahlungsbedingungen: Zahlbar sofort nach Erhalt der Rechnung ohne Abzug
- Mehrwertsteuer: Auf die Nettopreise wird die gesetzliche Mehrwertsteuer aufgeschlagen
- Geschäftsbedingungen: Aufträge werden zu den Allgemeinen Geschäftsbedingungen der ATV Alle Tage Verlags-GmbH für die Durchführung von Online-Aufträgen ausgeführt.



Werbeformen

Button

Die kleinste Variante der Onlinewerbung bietet eine hohe Kontaktleistung zum niedrigsten Preis.

Format: 150 x 100 Pixel, max. 6 kB

Skyscraper

Der Skyscraper ist eine Werbeform im Hochformat. Mit seinen Ausmaßen bietet er außergewöhnliche Möglichkeiten der Kundenansprache und erregt höchste Aufmerksamkeit.

Format: 160 x 600 Pixel, max. 30 kB

Superbanner

Etabliertes Format, unkompliziertes Handling und prominent platziert im sofort sichtbaren Bereich. Sie stehen an oberster Stelle der Seiten.

Format: 728 x 90 Pixel, max. 30 kB

Content Ad

Vergleichbar mit Inselanzeigen im Printbereich. Sie werden zentral im redaktionellen Umfeld platziert.

Format: 300 x 250 Pixel, max. 30 kB



Wallpaper

Das Wallpaper umrandet die Website vollständig ohne den Inhalt zu überdecken.

Damit erreichen Sie hohe Aufmerksamkeit bei gleichzeitig hoher Akzeptanz.

Die Werbeform Wallpaper ist ein großflächiges Werbemittel und bietet die perfekte Kombination aus Imagewirkung und sehr hohem Response und wird als aufmerksamkeitsstarkes Werbemittel immer beliebter.

Format: 728 x 90/160 x 600 Pixel, max. 60 kB



Digitale Anzeige/Kollektiv

Wir bieten allen Anzeigenkunden die Möglichkeit, ihre Anzeige oder ihr Kollektiv 1:1 auf unserem Internetportal zu veröffentlichen. Somit erreichen diese Anzeigen nicht nur unsere Zeitungsleser, sondern auch unsere Onlinebesucher! Die Vorschau der Anzeige als Button ist auf der Startseite sowie auf allen Unterseiten platziert.

Eine Vollansicht erhält man durch Klick auf den Button. Eine Verlinkung auf ihre Homepage ist möglich. Preise auf Anfrage.

Für alle Verträge zwischen der Am Sonntag – Alle Tage Verlags GmbH und dem Auftraggeber gelten in beiderseitigem Einverständnis die nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen in ihrer zum Zeitpunkt der Auftragserteilung jeweils gültigen Fassung, die Bestandteil aller geschlossenen Verträge sind.

- 1 Anzeigenauftrag im Sinne der nachfolgenden AGBs ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zwecke der Verbreitung.
- 2 Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.
- 3 Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in 02 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.
- 4 Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung nach 10 dieser AGBs vom Verlag zu vertreten ist oder auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
- 5 Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigenmillimeter umgerechnet.
- 6 Die Aufnahme von Anzeigen und Fremdbeilagen in bestimmten Nummern, Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift erfolgt dann, wenn der Auftraggeber dies bei Auftragserteilung ausdrücklich erklärt und der Verlag dies schriftlich bestätigt hat. In diesem Fall hat der Anzeigentext so rechtzeitig beim Verlag einzuzeigen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
- 7 Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens 3 Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kennbar gemacht.
- 8 Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge - auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses - und Beilagenaufträge wegen des Inhaltes, der Herkunft oder technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Modells und dessen Billigung bindend. Beilagen, die durch Format/ Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils einer Zeitung/Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
- 9 Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete/beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatzan. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.
- 10/1 Der Auftraggeber hat bei einem vom Verlag nach 10/2 oder 10/3 dieser AGBs zu vertretenden ganz oder teilweise unleserlichen, unrichtigen oder unvollständigen Abdruck der Anzeige Anspruch auf Nacherfüllung durch den Abdruck einer einwandfreien Ersatzanzeige in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Im Fall der Nacherfüllung wird der Verlag die zum Zweck der Nacherfüllung erforderlichen Aufwendungen, insbes. Arbeits- und Materialkosten, tragen. Die Nacherfüllung gilt nach dem 2. erfolglosen Nacherfüllungsversuch als fehlschlagen. Schlägt die Nacherfüllung fehl oder ist der Verlag hierzu nicht bereit/in der Lage, ist der Auftraggeber berechtigt, den Anzeigenpreis zu mindern oder vom Vertrag zurückzutreten und, sofern der Verlag eine Pflichtverletzung nach Maßgabe von 10/2 oder 10/3 zu vertreten hat, Schadensersatz zu verlangen.

- 10/2 Gegenüber Unternehmern haftet der Verlag außer bei ausdrücklicher Zusicherung von Eigenschaften nur für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit. Im Falle der Verletzung wesentlicher Vertragspflichten jedoch für jedes schuldhaft Verhalten seiner gesetzlichen Vertreter und Erfüllungsgehilfen. Wesentliche Vertragspflichten sind solche, deren Erfüllung für die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrages unerlässlich ist und auf deren Erfüllung der Auftraggeber in besonderem Maße vertraut. Außer bei Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit des Verlages, seiner gesetzlichen Vertreter oder Erfüllungsgehilfen oder bei Verletzung wesentlicher Vertragspflichten besteht gegenüber Unternehmern keine Haftung für den Ersatz mittelbarer Schäden. Insbesondere haftet der Verlag nicht für entgangenen Gewinn. Die Haftung des Verlages ist außer bei Vorsatz und grober Fahrlässigkeit gesetzlicher Vertreter oder sonstiger Erfüllungsgehilfen auf den bei Vertragsschluss typischerweise vorhersehbaren Schaden begrenzt. Auftraggeber und Verlag erwarten, dass die Höhe des typischerweise vorhersehbaren Schadens regelmäßig das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt nicht übersteigt.
- 10/3 Gegenüber Verbrauchern haftet der Verlag außer bei ausdrücklicher Zusicherung von Eigenschaften nur für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit. Im Falle der Verletzung wesentlicher Vertragspflichten, des Schuldnerverzuges oder der Unmöglichkeit der Leistungserbringung haftet der Verlag jedoch für jedes schuldhaft Verhalten seiner gesetzlichen Vertreter und Erfüllungsgehilfen. Wesentliche Vertragspflichten sind solche, deren Erfüllung für die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrages unerlässlich ist und auf deren Erfüllung der Auftraggeber in besonderem Maße vertraut. Außer bei Vorsatz/grober Fahrlässigkeit von gesetzlichen Vertretern oder Erfüllungsgehilfen ist die Haftung des Verlages der Höhe nach auf die bei Vertragsschluss typischerweise vorhersehbaren Schäden begrenzt. Auftraggeber und Verlag erwarten, dass die Höhe des typischerweise vorhersehbaren Schadens regelmäßig das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt nicht übersteigt.
- 10/4 Diese Haftungsbeschränkungen gelten nicht für Personenschäden.
- 10/5 Unternehmer müssen Reklamationen - außer bei nicht offensichtlichen Mängeln - innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend machen.
- 11 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 Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.
- 12 Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
- 13 Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste oder Rechnung ersichtlichen Frist zu bezahlen, sofern nicht im Einzelfall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach Preisliste gewährt.
- 14 Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden die gesetzl. Verzugszinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Dem Auftraggeber bleibt jedoch der Nachweis eines wesentlich geringeren Schadens vorbehalten. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und/oder 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.
- 15 Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Ein Anspruch des Kunden hierauf besteht nicht. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschaffen werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
- 16 Kosten für die Anfertigung bestellter Druckvorlagen (Zeichnungen/Filme) sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
- 17 Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung

Fortsetzung von Blatt 6.1/Geschäftsbedingungen

hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der 1. 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 Preisreduzierung berechtigender Mangel, wenn sie bei einer Auflage o bis 50.000: 20 v.H. o bis 100.000: 15 v.H. o bis 500.000: 10 v.H. o über 500.000: 5 v.H. beträgt. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisreduzierungsansprüche 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. Beruht die Auflagenminderung auf einer vom Verlag zu vertretenden Pflichtverletzung, ist der Auftraggeber zum Rücktritt berechtigt.

- 18 Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmannes an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne hierzu 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 (250 g) überschreiten, sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann dennoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.
- 19 Vorlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.
- 20 Erfüllungsort für die gegenüber dem Verlag geschuldeten Leistungen ist der Sitz des Verlages. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtlichem 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 Nichtkaufleuten, 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.
- 21 Für sämtliche Rechtsbeziehungen der Vertragsparteien gilt das Recht d. Bundesrepublik Deutschland.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

- a) Die Werbungsmittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.
- b) Für jede Ausgabe ist ein eigener Abschluss zu tätigen. Einzeldispositionen für Regionalausgaben werden im Rahmen eines für die Gesamtausgabe vorliegenden Abschlusses rabattiert, jedoch nicht zu dessen Erfüllung gewertet. Die Bonusstaffel gilt nur für Anzeigen der gleichen Ausgabe.
- c) Voraussetzung für die Gewährung eines Konzernrabattes ist der schriftliche Nachweis einer Beteiligung von mehr als 50 %. Dieser wird nur bei privatwirtschaftlich organisierten Zusammenschlüssen gewährt. Keine Anwendung findet er z. B. beim Zusammenschluss verschiedener selbständiger Organisationen oder bei Zusammenschlüssen, bei denen Körperschaften des Öffentlichen Rechts beteiligt sind.
- d) Anspruch auf rückwirkenden Nachlass erlischt, wenn er nicht innerhalb von drei Monaten nach Ablauf der Jahresfrist geltend gemacht worden ist.
- e) Der Verlag wendet bei Entgegennahme der Aufträge und Prüfung der Anzeigentexte die geschäftsbliche Sorgfalt an, haftet jedoch nicht, wenn er von den Auftraggebern irreführlig oder getäuscht wird. Bei unklaren Anzeigen oder für die Veröffentlichung nicht geeigneter Texte wird der Verlag, soweit zeitlich möglich, vom Auftraggeber eine geänderte Anzeige oder einen geeigneten Text anfordern. Der Verlag behält sich vor, Änderungen oder Streichungen vorzunehmen, wenn aus Zeitgründen eine Rückfrage bei dem Auftraggeber nicht möglich ist.

- f) Abstellungen und Änderungen müssen schriftlich erfolgen und spätestens zum Anzeigenschluss der betreffenden Ausgabe dem Verlag vorliegen. Für bereits gesetzte Anzeigen werden Satzkosten berechnet. Bei nicht rechtzeitig eingetroffenen Beilagen sind die entstandenen Kosten zu ersetzen.
- g) Der Verlag ist nicht verpflichtet, Druckunterlagen des Auftraggebers auf Mängel, Vollständigkeit oder Richtigkeit zu prüfen. Sind etwaige Mängel bei Druckunterlagen des Auftraggebers nicht sofort erkennbar, sondern werden diese erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Auftraggeber bei ungenügender Aufdruck keine Ansprüche. Das Gleiche gilt bei Fehlern in Wiederholungsanzeigen, wenn der Auftraggeber nicht vor Drucklegung der nächstfolgenden Anzeige auf den Fehler hinweist. Für korrekte Kontrollangaben ist der Auftraggeber verantwortlich, deren Fehlen oder Fehlerhaftigkeit führt nicht zum Anspruch auf Nachlass oder Ersatz. Ebenso auch nicht ein Abweichen von der Satzvorlage, der Schriftart oder -größe. Etwaige Ansprüche kann der Auftraggeber nur im Rahmen der vorstehend abgedruckten 10 der AGBs geltend machen.
- h) Im Fall nicht veröffentlichter oder nicht rechtzeitig veröffentlichter Anzeigen und nicht ausgeführter Beilagenaufträge aufgrund von Betriebsstörungen, Arbeitskampf, höherer Gewalt und dergleichen hat der Auftraggeber keinen Anspruch auf Schadensersatz, sofern diese Störungen nicht auf vorsätzlicher oder grob fahrlässiger Pflichtverletzung des Verlages, seiner gesetzlichen Vertreter oder Erfüllungsgehilfen beruhen.
- i) Der Ausschluss von Mitbewerbern kann nicht verbindlich zugesagt werden.
- j) Bei Kennziffer-Anzeigen ist der Auftraggeber verpflichtet, die den Angeboten beigefügten Anlagen, die Eigentum des Einsenders bleiben, zurückzusenden. Die Haftung des Verlages für Verlust oder verspätete Aushändigung von Angeboten ist auf Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit auch seiner gesetzlichen Vertreter und Erfüllungsgehilfen beschränkt. Die Weitergabe von Zuschriften an Dritte ist nicht gestattet.
- k) Inkassoberechtigung haben nur mit Ausweis versahene Vertreter.
- l) Anzeigen- und Beilagenaufträge vom Einzelhandel, Handwerk und von gewerblichen Unternehmen, die im Gesamtverbreitungsgebiet der „Zeitung Am Sonntag“ ansässig sind (s. Kartenskizze), dazu zählen auch selbständigwerbende Filialbetriebe und Zweigniederlassungen, werden über Werbungsmittler zum Grundpreis angenommen und provisoriert. Ein Provisionsanspruch besteht nur dann, wenn der Werbungsmitler alle mit der Auftragsabwicklung zusammenhängenden Arbeiten selbst durchführt. Markenartikelhersteller sowie Verkaufsgenturen, Verkaufsstellen und Zweigniederlassungen von überregionalen Verkaufsorganisationen, deren Werbung zentral durchgeführt wird, sind keine Lokalinserenen im Sinne der Preisliste. Die Entscheidung darüber hat der Verlag.
- m) Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen. Dem Auftraggeber obliegt es, den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen, die diesen aus der Ausführung des Auftrages, auch wenn er storniert sein sollte, gegen den Verlag erwachsen, soweit diese Ansprüche auf einem Verschulden des Auftraggebers beruhen. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Erscheinen stornierte Anzeigen, so stehen dem Auftraggeber etwaige Ansprüche daraus nur im Rahmen der vorstehend abgedruckten 10 der AGBs zu.
- n) Der Verlag behält sich das Recht vor, für Anzeigen in Verlagsbeilagen, Sonderveröffentlichungen und Kollektiven Sonderpreise festzulegen. Er behält sich ferner das Recht vor, die Berichtigung (Gutschriften, Nachberechnungen) fehlerhafter Auftragsabrechnungen innerhalb von sechs Monaten nach Rechnungsstellung vorzunehmen.
- o) Der Verlag handelt auch insoweit im eigenen Namen und für eigene Rechnung, als Aufträge - gleich welcher Art - ange-schlossene oder in einer Kombination zusammengeslossene, jedoch weiterhin eigenständige Verlage betreffen.
- p) Bei Insolvenz, Vergleich und Liquidation entfällt jeder Nachlass nach der Mal- und/oder Mengenstaffel der Preisliste, es sei denn, der Vertrag wird vollständig erfüllt.
- q) Digitale Druckunterlagen müssen den Erfordernissen des Verlages vollständig entsprechen. Für Abweichungen von den Verlegerfordernissen, fehlerhafte Dateien, fehlende Auftragsunterlagen und Andrucke sowie für die fehlerhafte Übermittlung via ISDN, Internet, etc. übernimmt der Verlag keine Haftung, es sei denn bei Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit des Verlages, seiner Vertreter oder Erfüllungsgehilfen.
- r) Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Verlag schriftlich zu informieren, wenn er wegen seiner Insertion bereits eine straf-bewehrte Unterlassungserklärung abgegeben hat; das gilt insbesondere bei einer Auftragsänderung auf Grund der erfolgten Abmahnung.