

Mediadaten 2011

Stand 06/2011



1. Titel- und Leserbeschreibung
2. Profil
3. Verbreitungsgebiet
4. Formate & Preise
5. Anzeigenvorlagen
6. Beileger
7. Allgemeine
Geschäftsbedingungen
8. Kontakt



© PIA Stadt Frankfurt am Main, Foto: Tanja Schäfer

● Inhalt

Redaktionelles Konzept:

Die monatlich erscheinende Zeitung DIE LOKALE deckt die nördlichen und östlichen Stadtteile von Frankfurt ab. Das Erscheinungsgebiet erstreckt sich zwischen Innenstadt, Hochtaunuskreis und Wetteraukreis entlang der Nidda.

DIE LOKALE ist eine „Speckgürtelzeitung“. Sie berichtet aus den am Rande der Großstadt gelegenen Stadtteilen, die von den Citymagazinen nicht mehr bedient werden. DIE LOKALE bietet ihren Lesern Heimatbezug und persönliche Ansprache, indem sie über Personen, Vereine und Institutionen aus dem unmittelbaren Lebensumfeld der Menschen vor Ort berichtet. Sie greift Themen auf, die in keiner überregionalen Tageszeitung zu finden sind und vermittelt ein positives Gefühl für Nachbarschaft und Tradition.

Das Interesse der Leserschaft ist sicher, da redaktionell ein enger Bezug zum Ort, zu seinen Vereinen, Politikern, Gewerbetreibenden, Schulen und Kindergärten gewährleistet ist. Die starke Identifikation der Leser mit ihrer Heimatzeitung sorgt für eine hohe Leser-Blatt-Bindung. Durch die kostenfreie Verteilung der Zeitung entfällt zudem das Kaufhemmnis. DIE LOKALE erreicht alle Haushalte im Umkreis des werbenden Kunden.

Die Zeitung erscheint durchgängig 4-farbig. Hochwertige Papierqualität und ansprechendes Design erhöhen die Leserakzeptanz. DIE LOKALE ist seit über zehn Jahren mit vielen Ausgaben in unterschiedlichen Erscheinungsgebieten erfolgreich. Sie erscheint unter anderem rund um Mainz, Wiesbaden und Darmstadt, im Wetteraukreis sowie im Hochtaunuskreis.

Leserbeschreibung und Rubriken:

Das Erscheinungsgebiet deckt derzeit 15 Frankfurter Stadtteile mit 52.000 Haushalten ab. Hinzu kommen öffentliche Auslagestellen. Insgesamt erreicht DIE LOKALE im Frankfurter Norden und Osten jeden Monat rund 151.000 Leser. Hauptzielgruppe ist das kaufkraftstarke Segment der 25- bis 65-jährigen.

Die Themen sind so zusammengestellt, dass alle Altersgruppen angesprochen werden: Berufseinsteiger und Berufstätige, Senioren und Hausfrauen, Gesundheits- und Kulturinteressierte, Mitglieder von Vereinen, Ärzte, Anwälte, Handwerker, Dienstleister und Unternehmer.

Die inhaltliche Breite stellt sicher, dass die Zeitung für jeden etwas Interessantes bereithält und gelesen wird. Rubriken wie Bauen & Wohnen, Gesundheit & Wellness, Haus & Garten oder Willkommen im Stadtteil erleichtern dem Leser die Orientierung. Für Gewerbetreibende bieten sie optimale Umfelder für die Anzeigenplatzierung.

Verteilerstellen:

DIE LOKALE wird auch an öffentliche Verteilerstellen im Erscheinungsgebiet geliefert. Hierzu zählen: Apotheken, Bäcker, Beauty-Studios, Buchhandlungen, Cafés, Eisdielen, Friseure, Hofmärkte, Metzger, Restaurants, Sparkassen, Supermärkte, Textilreinigungen und Zeitschriften-Kioske.

1. Titel- und Leserbeschreibung

Format: 285 x 400 mm

Druck: Offsetdruck, 40-er Raster, 4C Euroskala

Satzspiegel: 261 x 370 mm
Anschnitt nicht möglich

Papierqualität: 52 g/m² aufgebessertes Zeitungspapier

Erscheinungsweise: monatlich

Erscheinungsgebiet: Niederursel, Heddernheim, Riedberg, Kalbach, Bonames, Nieder-Eschbach, Nieder-Erlenbach, Harheim, Berkersheim, Frankfurter Berg, Seckbach, Bergen-Enkheim, Bornheim, Riederwald und Fechenheim

Druckauflage: 52.000

Verteilung: Kostenlos an die Haushalte im Erscheinungsgebiet und an Auslagestellen.

Zuschläge:

für Umschlagseiten U1: 100%, U4: 50%

für Wunschplatzierung 10%

für Platzierung im Sonderthema 10%

Keine Zuschläge für Farben!

Rabatte:

Abschläge für mehrmalige Veröffentlichung in direkter Folge

4- bis 6-malige Veröffentlichung 10%

7- bis 11-malige Veröffentlichung 15%

ab 12-maliger Veröffentlichung 20%

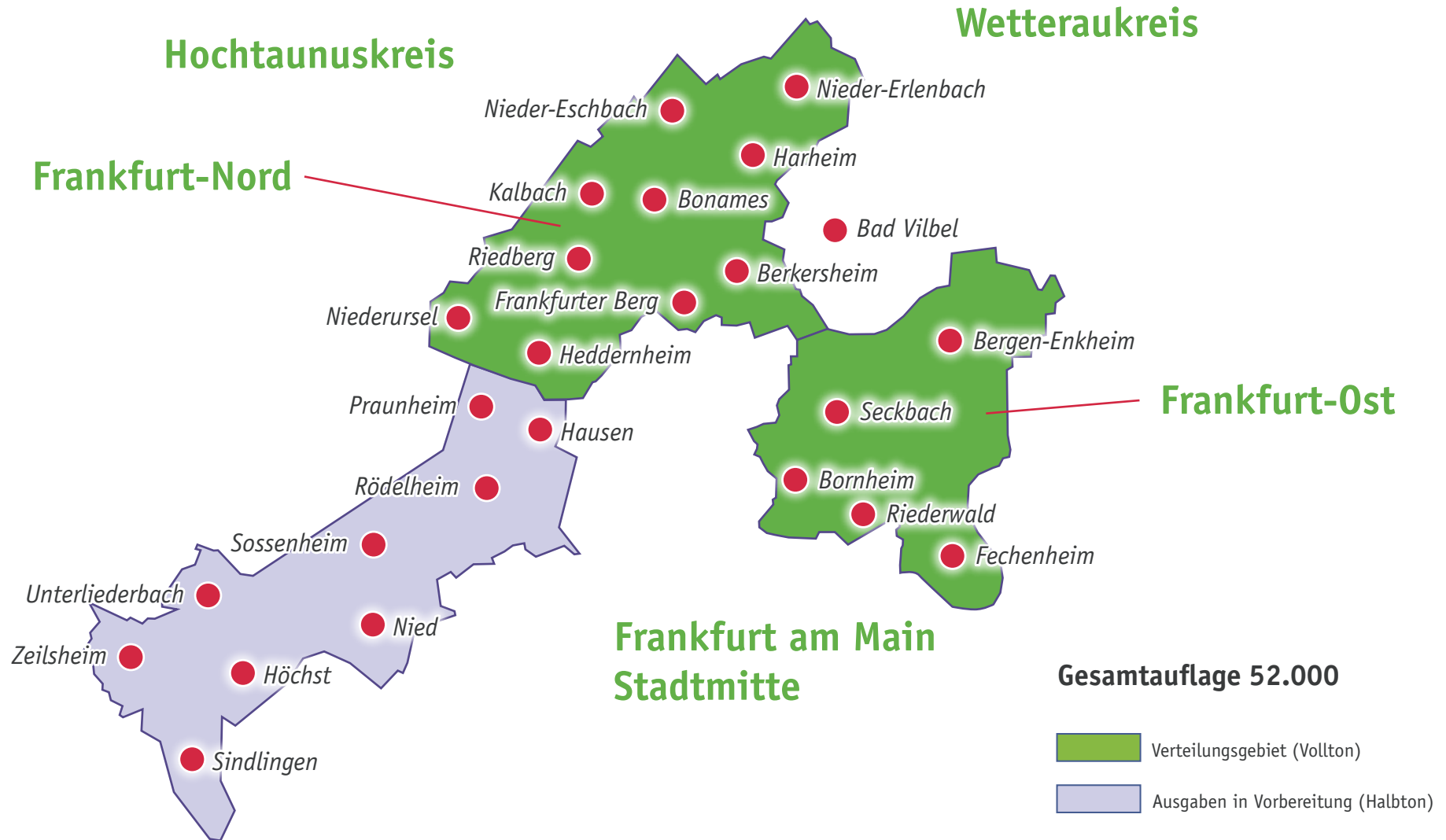
Beileger:

Bis 20 Gramm 35,- Euro je angefangene 1000 Stück.
Jedes weitere Gramm 1,- Euro mehr.
Mehr Informationen unter „6. Beileger“.

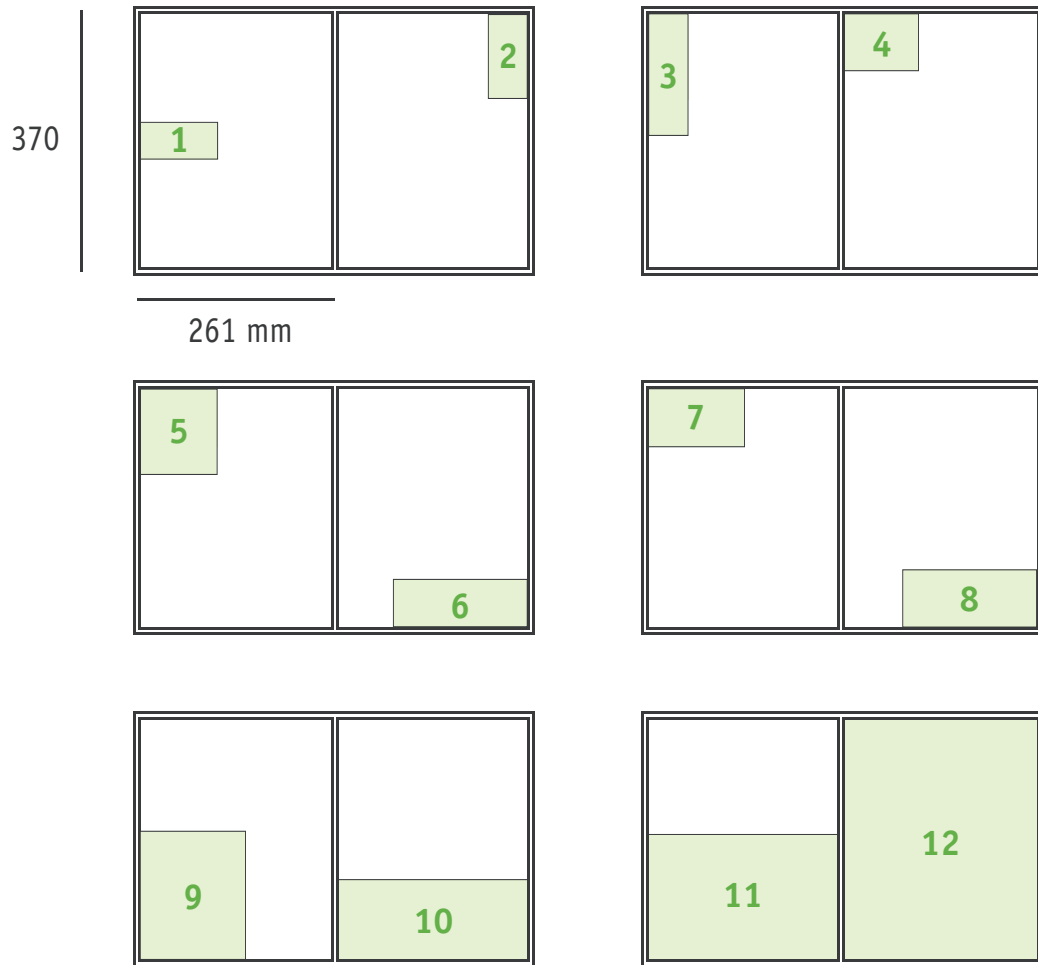
Erscheinungstermine 2011

Ausgabe	ET	Anzeigenschluss	Druckunterlagen
Februar	07.02.11	02.02.11	03.02.11
März	14.03.11	08.03.11	09.03.11
April	04.04.11	29.03.11	30.03.11
Mai	02.05.11	26.04.11	27.04.11
Juni	16.06.11	08.06.11	09.06.11
Juli	18.07.11	12.07.11	13.07.11
August	15.08.11	09.08.11	10.08.11
September	12.09.11	06.09.11	07.09.11
Oktober	10.10.11	04.10.11	05.10.11
November	07.11.11	01.11.11	02.11.11
Dezember	09.12.11	02.12.11	05.12.11

2. Profil



3. Verteilungsgebiet



Anzeigenformate:

(Aufgeführt sind Beispiele, weitere Formate möglich.)

Seitenstruktur: 6 Spalten je 41 mm, Spaltenabstand 3 mm

	Breite	Höhe	Preise*
1	2-spaltig (85 mm)	50 mm	190,- Euro
2	1-spaltig (41 mm)	100 mm	190,- Euro
3	1-spaltig (41 mm)	150 mm	285,- Euro
4	2-spaltig (85 mm)	70 mm	266,- Euro
5	2-spaltig (85 mm)	100 mm	380,- Euro
6	4-spaltig (173 mm)	50 mm	380,- Euro
7	3-spaltig (129 mm)	70 mm	399,- Euro
8	4-spaltig (173 mm)	70 mm	532,- Euro
9	1/4 Seite (129 mm)	172 mm	755,- Euro
10	1/3 Seite (261 mm)	115 mm	945,- Euro
11	1/2 Seite (261 mm)	172 mm	1.290,- Euro
12	1 Seite (261 mm)	370 mm	2.300,- Euro

Ortspreis pro Ausgabe je Höhen-Millimeter und Spalte: 1,90 Euro

Agenturpreis pro Ausgabe und Höhen-Millimeter und Spalte: 2,24 Euro

*Alle Preise zuzüglich MwSt.

In Sachen individuelle Sonderkampagnen sind die Preise je nach Aufwand verhandelbar.

4. Formate & Preise

Anzeigenvorlagen:

Technische Anforderungen

Formate: PDF, EPS, TIFF und JPEG ohne Beschnitt

PDF: Schriften müssen eingebettet sein, druckfähige Farbprofile sollten beim Erstellen verwendet werden – möglichst Zeitungsdruckkonform (falls vorhanden: CMYK-Profil ISOnewspaper26v4). Andere Farbprofile sind natürlich auch verwendbar, es könnte aber hierbei zu leichten Farbverschiebungen kommen.

EPS: Schriften müssen eingebunden sein, alternativ: Schriften mit-schicken (PostScript, Type-1, True-Type).

TIFF/JPEG: Auf Hintergrundebene reduzieren, nur CMYK-, Graustufen- oder Bitmap-Modus verwenden.

Reinzeichnungen aus Word, Excel und PowerPoint können nur bedingt weiterverarbeitet und müssen eventuell nachgesetzt werden.

Farben & Auflösung:

Nur CMYK oder Graustufen/Bitmap. Abbildungen und Logos niemals im RGB-Modus. Kein DCSFormat und kein Duplex mit Sonderfarben verwenden. Maximale Farbdeckung 240 %. CMYK und Graustufen mindestens 300 dpi und Strichzeichnungen mindestens 800 dpi bei Ausgabegröße.

Digitale Bilder:

Digitale Kamera mit mindestens 2.0 Megapixel Auflösung und möglichst geringer Empfindlichkeitseinstellung verwenden, nicht direkt Blitzen und Schärfefunktion deaktivieren. Speichern im JPEG-Format mit hoher Qualitätsstufe, für jeweils 300 dpi Bildauflösung vorsehen. Digital gelieferte Bilder, die bei uns noch bearbeitet werden müssen, im RGB-Modus belassen, nicht konvertieren.

5. Anzeigenvorlagen

Beileger:

Bis 20 Gramm 35,- Euro je angefangene 1000 Stück.

Jedes weitere Gramm 1,- Euro mehr.

Beileger sind auch in Teilauflagen möglich, z.B. nach Stadtteilen (Mindestauflage 2.000 Stück).

Technische Anforderungen

Format:

Maximal 330 x 250 mm, mindestens 105 x 148 mm (DIN A6)

Gewicht:

Einzelblätter im Format DIN A6 dürfen ein Flächengewicht von 170 g/m² nicht unterschreiten. Einzelblätter mit Formaten zwischen DIN A6 und DIN A4 müssen ein Flächengewicht von mindestens 160 g/m² aufweisen.

Größere Formate mit einem Flächengewicht von mindestens 60 g/m² sind auf eine Größe im Bereich DIN A4 (210 mm x 297 mm) zu falzen.

Umfang:

Beilagen im jeweils möglichen Maximalformat müssen einen Mindestumfang von 8 Seiten haben. Bei geringerem Umfang (4 und 6 Seiten) ist ein Flächengewicht von mindestens 120 g/m² erforderlich. Der Zuschuss sollte 2 bis 3 % betragen.

Falz:

Gefalzte Beilagen müssen im Kreuzbruch, Wickel- oder Mittenfalz verarbeitet sein. Leporello- und Fensterfalz können deshalb nicht verarbeitet werden. Mehrseitige Beilagen mit Formaten größer als DIN A5 (148 mm x 210 mm) müssen den Falz an der langen Seite haben.

Verarbeitung:

Die angelieferten Beilagen müssen in Art und Form eine einwandfreie, sofortige maschinelle Verarbeitung gewährleisten, ohne dass eine zusätzliche manuelle Aufbereitung notwendig wird. Durch zu frische Druckfarbe zusammengeklebte, stark elektrostatisch aufgeladene oder feucht gewordene Beilagen können nicht verarbeitet werden, ebensowenig wie Beilagen mit umgeknickten Ecken (Eselsohren) bzw. Kanten, Quetschfalten oder verlagertem (rundem) Rücken.

6. Beileger



Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen

Ziffer 1

„Anzeigenauftrag“ im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.

Ziffer 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.

Ziffer 3

Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.

Ziffer 4

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

Ziffer 5

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

Ziffer 6

Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.

Ziffer 7

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.

Ziffer 8

Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge - auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses - und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der

technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für 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.

Ziffer 9

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

Ziffer 10

Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind - auch bei telefonischer Auftragserteilung - ausgeschlossen; Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens 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 dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts beschränkt.

Reklamationen müssen - außer bei nicht offensichtlichen Mängeln - innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

Ziffer 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 der Übersendung des Probeabzugs gesetzten Frist mitgeteilt werden.

Ziffer 12

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

Ziffer 13

Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist

innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

Ziffer 14

Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offestehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

Ziffer 15

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

Ziffer 16

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

Ziffer 17

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 berechtigter Mangel, wenn sie bei einer Auflage bis zu 50 000 Exemplaren 20 v. H., bei einer Auflage bis zu 100 000 Exemplaren 15 v. H., bei einer Auflage bis zu 500 000 Exemplaren 10 v. H., bei einer Auflage über 500 000 Exemplaren 5 v. H. beträgt.

Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.

Ziffer 18

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 Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet.

Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. „Dem Verlag kann einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A 4 (Gewicht ... g) überschreiten, sowie Waren, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann jedoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.“

Ziffer 19

Matern werden nur auf besonderer Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.

Ziffer 20

Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

Ziffer 21

(Sondervorschrift bei Auflagenminderungen von Titeln mit weniger als zweimal wöchentlichem Erscheinen, die heftbezogene Auflagenminderungen des öffentlichen Rechts) Abweichend von Nummer 17 berechtigt eine Auflagenminderung bei Titeln, die heftbezogene Auflagenminderungen veröffentlichen, nur dann zu einer Preisminderung, wenn und soweit sie bei einer Auflage („Garantieauflage“) von bis zu 500 000 Exemplaren 10 v.H. und bei einer Auflage (Garantieauflage“) von über 500 000 Exemplaren 5 v.H. überschreitet.

Die der Garantie zugrundeliegende Auflage ist die gesamte verkaufte Auflage im Sinne der Definition der IVW. Sie errechnet sich für das Insertionsjahr aus dem Auflagenumsatz der Vierteljahre 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 Mengenstaffel und für mindestens drei Ausgaben. Grundlage für die Berechnung der Preisminderung ist der Auftrag pro Unternehmen, soweit nicht bei Auftragserteilung eine Abrechnung nach Marken, die bei Auftragserteilung zu definieren sind, vereinbart wurde.

Die mögliche Auflagenminderung errechnet sich als Saldo der Auflagenüber- und Auflagenunterschreitungen der belegten Ausgaben innerhalb des Insertionsjahres. Die Rückvergütung erfolgt am Kampagnenende auf Basis des Kundennettos unter Berücksichtigung der bereits gewährten Agenturvergütung als Naturalgutschrift oder wenn dies nicht mehr möglich ist als Entgelt. Ein Anspruch auf Rückvergütung besteht nur, wenn die Rückvergütungssumme mindestens 2.500,00 Euro beträgt.

Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen werden zur Anwendung im Anzeigen- und Fremdbeilagengeschäft unverändert empfohlen. Es bleibt den Vertragsparteien unbenommen, abweichende Vereinbarungen zu treffen.

Gebietsvertretung (Anzeigenleitung)

M.O.Z. Media - Office - Ziegler

Thomas Ziegler

(Inhaberin Anni Ziegler)

Dieselstraße 22

61184 Karben

Telefon: 0 60 39 / 93 42 64

media-office-ziegler@web.de

Herausgeber (Objektleitung)

Die Lokale

Frank Baecke-Heger

Berliner Straße 19

61381 Friedrichsdorf

Telefon: 0 61 72 / 45 29 611

redaktion.frankfurt@dielokalezeitung.de

www.die-lokale.de/ff_nord.html

8. Kontakt