



EGRO MEDIENGRUPPE

DER FRANKFURTER

HEIMATZEITUNG  MIT HERZ



seit April 2021

Mehr Nachrichten unter:



Bitte scannen

DER FRANKFURTER

HEIMATZEITUNG MIT HERZ

Samstag, 10. Juni 2023 · Ausgabe 112

www.der-frankfurter.de

Auflage: 213.283 Exemplare

ePaper-Abo

kostenlos

Einfach QR-Code scannen und das ePaper-Abo anfordern oder direkt auf unserer Homepage: www.der-frankfurter.de das Abo mit Ihrer persönlichen E-Mail anmelden.



MAIN SUITES

Luxurausstattung, Musik, Magie und Prominenz am Mainufer. Mehr lesen Sie auf Seite 5.



DAS MEGATALENT

Auftrag für einen Talentwettbewerb. Lesen Sie auf Seite 6 und senden Sie eine Bewerbung für die Show.



GROSSES SOMMERKONZERT des Ensembles „Sound of Spirit“

Highlights aus Pop, Musical und Filmmusik – Evangelische Wartburgkirche Bornheim



BORNHEIM (PM) | Beim großen Sommerkonzert, Sonntag, 24. Juni, 19 Uhr, des Frankfurter Ensembles „Sound of Spirit“ stehen endlich wieder alle Ensemblemitglieder vereint auf der Bühne. Für den Abend haben die sechs Musikerinnen bzw. Musiker die Balladen aus Pop, Film und Klassiker des Musicals zusammengefasst. Eine faszinierende Mischung aus Klängelementen und Emotionen, die zum Träumen einladet. Das Konzert findet in der Evangelische Wartburgkirche, Bornheim-Buch-St. 108, 60389 Frankfurt-Bornheim statt. Auf dem Programm stehen u.a. „Dance me to the End of Love“ (Leonard Cohen), „Man sing her louder“ (Cat Stevens), „You are my Sunshine“ (Dinah Shore), „500 Miles“ (The Hollies), „Caravan“ (Lulu Lullu), „Angel of Music“ (Phantom der Oper) und „If I Ever Find a Way“ (Sheryl Crow). Instrumentalstücke wie „Schindler's List“ (John Williams), „Tollado“ (Carl Jenkins) und „Die Trübsal“ (Lied von David Byrne) werden von der Band live gespielt. Eintritt frei, Spenden erwünscht. Eine faszinierende Mischung aus Klängelementen und Emotionen, die zum Träumen einladet. Das Konzert findet in der Evangelische Wartburgkirche, Bornheim-Buch-St. 108, 60389 Frankfurt-Bornheim statt. Auf dem Programm stehen u.a. „Dance me to the End of Love“ (Leonard Cohen), „Man sing her louder“ (Cat Stevens), „You are my Sunshine“ (Dinah Shore), „500 Miles“ (The Hollies), „Caravan“ (Lulu Lullu), „Angel of Music“ (Phantom der Oper) und „If I Ever Find a Way“ (Sheryl Crow). Instrumentalstücke wie „Schindler's List“ (John Williams), „Tollado“ (Carl Jenkins) und „Die Trübsal“ (Lied von David Byrne) werden von der Band live gespielt. Eintritt frei, Spenden erwünscht.



Die Zukunft des Fahrens.

Jetzt Produkt vorbestellen.

FRANKFURT TIPP „TO GO“



FOTO: EINTRACHT FRANKFURT MUSEUM

Eintracht Frankfurt Museum

Wer die 120-jährige Geschichte von Eintracht Frankfurt hautnah erleben will, kommt im offiziellen Vereinsmuseum im Deutsche Bank Park voll auf seine Kosten. Auf 400 Quadratmetern Museumsfläche, bekommen Fußballinteressierte einen Einblick in die Historie des Traditionsvereins. Die „Zine vom Meer“, wie sie von ihren Anhängern liebevoll genannt wird, kann auf eine anregende Geschichte zurückblicken, die im Eintracht Museum noch einmal zum Leben erweckt wird. Von der Gründungsurkunde vom 8. März 1899, über die Meisterschaft von 1959 bis hin zum Europapokal von 2002, die Geschichte des größten hessischen Fußballvereins ist eine bunte und an Fakten für große und kleine Eintracht Fans.

Öffnungszeiten:
Montag bis Donnerstag 9:00 bis 17:00 Uhr,
Freitag 9:00 bis 17:00 Uhr, Samstag geschlossen,
Sonntag 10:00 bis 17:00 Uhr.

Der 190 Heller Leihpreis 2023, 60000 Frankfurt
im Deutsche Bank Park.

Eine Nacht über den Dächern Frankfurts

Vom 27. Juli bis zum 6. August können Campingfans auf der Dachterasse des Skyline Plaza ihre Zelte aufschlagen

GALLUS (LB) | Wer Lust auf Camping hat, muss jedoch auf Natur und Insekten verzichten. Für den ist das Skyline Plaza in Frankfurt-Gallusviertel bald ein Traum. Nach den Erfolgen der letzten zwei Jahre bietet das Skyline Plaza auch 2023 das beliebteste Skyline Camping an.

Es wird Zelte für zwei und vier Personen und für nur 50 Euro Buchungspreis pro Person (Kinder unter 14 Jahren sind frei) geben. mehr eine Übernachtung kann Vier-Personen-Zelt ein Barbecue-Buffer von 100 Euro „Aber“, dass gibt es für Campingfans oder Campingfans, vor dem man sich für das Skyline Camping an.



Das Skyline Camping ist für alle ein großer Augenblick. Auch Übernachtungspreis ab 21 Jahren erhält zudem einen Campingplatz für das Skyline Plaza. Die Gäste werden gebeten, den Kissen und Decken selbst mitzubringen. Die Teilnehmer werden gebeten, sich im Bereich des Eintracht Museums, zwischen der ersten Nacht über dem Skyline

beidseitig überwacht wird. Auf Wunsch bietet eine Deutschlandtour im David Lloyd Club. Die Deutschen und Unbekannten stehen pro Person für 45 Minuten Kontrolle zur Verfügung, sollte die Zeit überzogen werden, wird automatisch ein Day Spa-Ticket zum Skyline Camping-Sonderpreis von 15 Euro hinzugebucht.

Der Check-In beginnt täglich um 15 Uhr und endet um 18 Uhr an der Rezeption im Turm der Eintracht. Pro Zelt muss eine Kasse von 100 Euro in der Handlung werden. Der Check-Out ist für 9 Uhr bis 12 Uhr angesetzt.

Tickets und weitere Infos auf www.skylinecamping.de

Die Säulen des DER FRANKFURTER

Stadtteile

Vereine

Bürger

Ehrenamt

Charity

DER FRANKFURTER

HEIMATZEITUNG MIT HERZ

Samstag, 17. April 2021 · Ausgabe 1 www.der-frankfurter.de Auflage: 271.335 Exemplare

STADTTEILEBEN

Auf der Suche nach einem fleckigen Grün in der Stadt? Lesen Sie auf **Seite 2** mehr über den wunderschönen Stadtteil Niederndorf.

FRANKFURT HAT EIN HERZ FÜR...

bedürftige Menschen. Lesen Sie auf **Seite 4** wie der Frankfurter ein schönes Frühstücksgesamtheit aufrecht zu erhalten.

VEREINSLEBEN

Auch in schweren Zeiten hält der Turnverein 1875 Eintracht e.V. zusammen. Lesen Sie mehr auf **Seite 3**.

„Der Frankfurter“ stellt sich vor

Neue Zeitung – neue Inhalte – herzliches Konzept

Die neue Heimatzeitung will junge und alte Menschen in ihren Aktivitäten verbinden und zum positiven Zusammenleben einen Beitrag leisten.

FRANKFURT TIPP „TO GO“

Die neue Heimatzeitung will junge und alte Menschen in ihren Aktivitäten verbinden und zum positiven Zusammenleben einen Beitrag leisten.

Die XC-Recharge Modelle.

Strom aus der Luft. High-End-Technologie und mehr erfahren.

VON BEATE TOMANN UND BEATE THEUER

FRANKFURT | Heimatzeitung mit Herz – der Titel ist Programm. Doch ausgerichtet in einer Metropole wie Frankfurt am Main, einem der bedeutendsten Handels- und Finanzplätze in Europa? Ist denn diese Metropole so ganz anders als die anderen? Und was hat sie zu bieten? Viel Spontaneität ist hier geboten: viel Geschichten, Ereignisse und Menschen warten darauf, einen besonderen Raum in öffentlichen Bewusstsein zu erhalten. DER FRANKFURTER wird jedes Wochenende Geschichten aus den Stadtteilen und dem regen Vereinsleben erzählen.

Das Ehrenamt

Die Heimatzeitung steht dabei für eine besondere Zeitungsart – sie verkörpert die Menschen mit ihrem Stadtteil und ihrem Verein. Sie bietet die Möglichkeit, jede Woche einen anderen Verein und dessen Ziele und Aktivitäten zur effektiven Öffentlichkeitsarbeit über den eigenen Stadtteil hinaus. Bei einer hohen Auflage von über 271.335 Exemplaren erreichen die Botschaften der Vereine nicht nur die unmittelbare Nachbarschaft, sondern sie gehen auch zu einem ganz anderen Publikum. Die neue Heimatzeitung ist ein Teil der Werbeeinkaufs-20 Prozent der Frankfurter Buchungen – für besonders bedürftige, wichtige Vereine werden gesponsert und somit die Unterstützung der Vereine auf einen guten Weg gebracht. Die Heimatzeitung hat für ihren Bürger in Frankfurt jede Woche ausreichend würdigen den Vereinen geleistet und soll mit der neuen Heimatzeitung positive Rückmeldungen und dadurch mehr Unterstützung finden. Im Rahmen einer Einführungsaktion wird auch das Sponsoring für gute Zwecke zu einem Teil der Werbeeinkaufs-20 Prozent der Frankfurter Buchungen – für besonders bedürftige, wichtige Vereine werden gesponsert und somit die Unterstützung der Vereine auf einen guten Weg gebracht. Die Heimatzeitung hat für ihren Bürger in Frankfurt jede Woche ausreichend würdigen den Vereinen geleistet und soll mit der neuen Heimatzeitung positive Rückmeldungen und dadurch mehr Unterstützung finden.

Besuchen Sie doch einfach mal die Kiekmattthale in Frankfurt am Main. Für Schlemmer und Zukunftsdenken gibt es hier allerlei zu entdecken. Die traditionelle Marktszenen sind die Fleischmattchen ein, hier eine deftige Fleischwurst, eingeklappte Antipasti oder einen seltenen Espresso zu probieren. Für Frankfurter Urgesteine ein echter Klassiker, für Zugewandene eine tolle neue Entdeckung. Es handelt sich um eine überdachte und geschlossene Halle, wodurch einem der Eintritt nur mit Mund-Nasen-Schutz möglich ist. Gegebenenfalls wird in diesen Zeiten natürlich draußen – auch hier kann keine Ausnahme gemacht werden.

Geöffnet ist die Kiekmattthale jeweils montags bis freitags von 10 bis 18 Uhr und samstags von 10 bis 16 Uhr.
Eingänge: An der Kiekmattthale oder Hauptweg 2

HERZLICH WILLKOMMEN IM

RheinMainVerlag

DER FRANKFURTER
HEIMATZEITUNG MIT HERZ

mein südhessen **Rodgau Zeltweg** **HEIMATTHAT RODGANG** **MÜNSTERER** **EPPERTSHAUSENER ANGERBILDT**

NACHRICHTENPORTAL ••• www.rheinmainverlag.de ••• NACHRICHTENPORTAL

Wir zeigen Ihnen die schönsten Seiten der Stadt

Frankfurts Stadtteile

- 1 Gallus, Gutleutviertel, Bahnhofsviertel, Altstadt, Innenstadt
- 2 Bockenheim, Westend-Süd, Westend-Nord
- 3 Nordend-West, Nordend-Ost
- 4 Ostend, Bornheim
- 5 Flughafen, Sachsenhausen-Süd, Sachsenhausen-Nord, Oberrad, Niederrad
- 6 Schwanheim, Griesheim, Nieder, Sossenheim, Höchst, Unterliederbach, Zeilsheim, Sindlingen
- 7 Rödelheim, Praunheim, Hausen
- 8 Niederursel, Heddernheim
- 9 Eschersheim, Ginnheim, **Dornbusch**
- 10 Eckenheim, Preungesheim, Berkersheim, Frankfurter Berg, Bonames
- 11 Seckbach, Riederwald, Fechenheim
- 12 Kalbach-Riedberg
- 13 Nieder-Erlenbach
- 14 Harheim
- 15 Nieder-Eschbach
- 16 Bergen-Enkheim

STADTTEILLEBEN Dornbusch

- Die Geschichte von Dornbusch
- Eine kunstvolle Kirche
- Bertramshof
- Frankfurts erstes Bürgerhaus
- Die umstrittene Albert-Schweitzer-Siedlung
- Die Sorgen der Anwohner
- Service
- Notfallnummern
- Apothekendienst
- Kino
- Abfallbeseitigung
- Ortsgemeinschaft

2

STADTTEILLEBEN

Samstag, 10. Oktober 2020

Der Ort, an dem die Dichter wohnen
Der Frankfurter Stadtteil Dornbusch

AUS DEN STADT-TEILEN

Wie es um einen le-
bhaften und attrak-
tiven Stadtteil von
Frankfurt geht, dann handelt es
sich meist um Dornbusch. Impos-
sante Villen aus der Gründerzeit
steht mitten in der Natur
und immer mehr Stadtmis-
sen, die Dornbusch
hat viele Vorteile. Die Bewohner
können das Verkehr auf der viel
befahrenen Eschersheimer Land-
straße nicht hören, sie sehen
ihnen lediglich. In Dornbusch
steht die Villen im Bauernstil
und im Jugendstil im Vorder-
grund, die laute Frankfurt liegt
dahinter.

**Die Geschichte
von Dornbusch**

Im Mittelalter lag Dornbusch
an der Via Regia, dem künig-
lichen Weg, der zum weiter-
zogenen Stadteingang im Hei-
ligen Römischen Reich führte.
Schon damals spielte die heu-
te Eschersheimer Landstra-
ße eine wichtige Rolle für den
Warenverkehr. Das Gebiet, wo
heute der schöne Frankfurter
Stadtteil zu finden ist, war
Brennland, in dem es nicht
andere, als Dornbusch
gab. 1910 kam dieses Brenn-
land dann zu Frankfurt und
in den 1930er Jahren ließen
sich in Dornbusch die größten
Gartennetze der Stadt nieder.
Zurzeit war dort die größte
Fliesenstraße Deutschlands zu
finden. Als Frankfurt nach dem
Zweiten Weltkrieg die Stadt-
teile Ginnheim und Eschersheim
verloren, entstand schließlich
Dornbusch. Die Bebauung des
Viertels reicht bis in die Grün-
dungszeit zurück und die schönen
Villen sind heute die Marken-
zeichen des Stadtteils. Schon in
der Vergangenheit gehörte das
sogenannte Dichterrevier zu
samen mit dem Bertramshof-
viertel zu den bevorzugten Wohn-
vierteln der Stadt. Bis heute hat
sich daran nicht viel geändert.

Eine kunstvolle Kirche

Numerusweise sind Kirchen
schon immer, wenn es alt und
preisvoll ausgestattet sind. Die
Dornbuschkirche macht da eine
Ausnahme, denn diese Kirche
ist neu und schwebend. Anfang
des neuen Jahrhunderts liefen
die evangelischen Gemeinde in
Dornbusch die Gläubigen da-
von. Um wieder mehr Besucher
in die Kirche zu bekommen,
entschieden sich die Gemein-
de, das Kirchengebäude radikal zu
verändern. Drei Architekten
aus Frankfurt bekamen 2004
den Auftrag, eine moderne Kir-
che zu planen. Von der alten
Kirche blieb nur der Altarraum
erhalten, alles andere bekam ein
völlig neues Image. Besonders
schön und kontrolliert gestaltet
ist das große Foyer aus Betonglas,
Gartennetze der Stadt nieder.
Zurzeit war dort die größte
Fliesenstraße Deutschlands zu
finden. Der separate Glockenturm
ist aus dem großen Gärten-
netz wie die berühmte Stadt-Gärten-
siedlung.

**Der Dornbuscher
Bertramshof**

Der Bertramshof ist eine weitere
Schauvitrine in Dornbusch.
Seinen Namen verdankt der Hof
zu dem auch eine große Wils-
son gehört, einem Patrizier aus
Frankfurt, der Heinrich von Ber-
tram hieß. Er kaufte 1660 einen
Gutshof aus dem Mittelalter, der
durch seinen prägnanten Grün-
den und seinen Verbindung-
toren wie eine weltweite Burg
ausgestattet war. Damals hieß
das Gebäude auch Knuthshaus,
das 300 Jahre zuvor ebenfalls
ein reicher Patrizier mit Namen
Jakob Knuthaus, den Hof ge-
kauft hatte. Nach ihm zum Zie-
len im Dichterrevier, ebenso
wie der Literaturschritter Mar-
cel Reich-Ranicki.

**Die umstrittene
Schweitzer-Siedlung**

Die Wohngebiete der Nach-
kriegszeit sind typisch für die
schönen Wohnblöcke mit den vier Eie-
gen war zu diesem
Zeitpunkt das größte
Bauprojekt in Frankfurt. In
den 500 Wohnungen fanden
vor allem ausgebildete Fami-
lien und Vertriebene eine neue
Heimat, eine Mittelschicht einiger
alt-eingesessener Einwohner
auf Frankfurt und nicht auf
von Dornbusch. Die Siedlung
trägt nicht zufällig den Na-
men des großen Arztes Albert
Schweitzer spendete ein Drittel
des Geldes, das er für den No-
belpreis bekommen hatte, der
Stadt Frankfurt. Als die Sied-
lung eingeweiht wurde, war Al-
bert Schweitzer der Ehrengast.

Die Sorgen der Anwohner

Heute schützt eine Satzung aus
dem Jahr 1990 das Viertel vor
geringen Investitionen, die we-
nig Sinn für ästhetische Bau-
werke haben. Leider gilt das
nicht für ganz Dornbusch und
sein Dichterrevier. An der Es-
chersheimerstraße ist Schluss mit
Altbau an Bau, dort stehen
moderne Häuser, die bunt und
etwas kantig sind. „Neu-Flo-
rida“ meinen die Besitzer der
schönen beeindruckenden Vil-
len diese Häuser, die wie die
Albert Schweitzer-Siedlung
nicht so richtig in die einstim-
mend zwischen 1913 und
1950 die Albert-Schweitzer-
Siedlung. Diese

das ihr Viertel sein Image
und vor allem sein Aussehen
behält. Sehr stolz sind sie auf
ihre 4,5 Hektar große Land-
schaftsschutzgebiet, das im
Vollkorn und „Steinviertel“
heißt. Dort wachsen Brombe-
ren, haben Kirschen und gibt
es Trampelpfade. Ein kleiner
Wald und schöne Vogelarten
komplettieren das Bild der
Hinterhausenschaft der Gär-
ten. Der Sinn ist, die bis in die
1980er Jahre dort ihre Trach-
tanten hatte.

Der Matheweg und die
Eschersheimer Landstraße
teilen den Stadtteil Dornbusch in
zwei Hälften. Diese Struktur
ist bei keinem anderen Frank-
furter Stadtteil zu finden, aber
Dornbusch ist gleich in mehr-
facher Hinsicht etwas Beson-
deres. Die Einwohner sind zu
Recht stolz auf ihr schönes
Viertel und sie tun auch eini-
ges, um die Gemeinschaft zu
erhalten. So gibt es bis heute
in Dornbusch ein Bürgerhaus,
das im Herzen des Viertels
liegt. In diesem imposanten
Saalhaus, der 1960 entstand,
leben ebenso zu finden, wie ein
kleines Café, einige Läden, ein
Bürgerhaus und ein Saal, in dem
Konzerte und Ausstellungen
stattfinden. Auf Dornbusch
trifft die Bezeichnung „güt-
bürgerlich“ zu, denn der Stadt-
teil ist gemütlich, gelassen und
angenehm ruhig.

10 YEARS

SKYLINE PLAZA GEBURTSTAG
VOM 29.9. BIS 7.10.

PREISE IM GESAMTWERT VON 50.000 €

SKYLINE PLAZA SHOPPING

Frankfurts 500 Vereine

Sport-Club Frankfurt 1880 feiert Jubiläum



Samstag, 10. Oktober 2020



heutige Clubhaus gelegen und ein Jahr später nach und nach die Sportflächen in Betrieb genommen. Dies brachte auch die Eingliederung der zunehmend erfolgreichen Tennisabteilung auf dem neuen Clubgelände mit sich. 1924 hatte der Club schon fünf Sportabteilungen: Rugby, Hockey, Tennis, Leichtathletik und Wintersport.

A large group of students and staff posing for a group photo on a green field in front of school buildings. The students are arranged in many rows, wearing various colored shirts (red, yellow, blue, green). The background shows school buildings and a clear sky.

A large group of tennis players and staff posing on a green tennis court. The group is arranged in several rows, with some players kneeling in the front and others standing behind them. They are wearing various tennis attire, including white shirts, red shirts, and athletic shorts. The background shows a clear blue sky with some clouds and a line of trees.

REWE
MICHAEL WEISBROD
DEIN MARKT
in Darmstadt

eat
happy

Fresh • Sushi • Asian

Täglich frisch für Dich!

Unser handgerolltes Sushi gibt es ab dem **10.02.** in Deinem **REWE Markt, Pallaswiesenstraße 70-72 in Darmstadt.**

**Jetzt
NEU!**



DER FRANKFURTER hilft Frankfurt!

Charity

6

AUS DER REGION

Sonntag, 10. Oktober 2020

Geschenke, die Gutes tun
Weihnachtsspenden machen doppelt Freude



Mit Spenden kann man auch Gesundheit schenken. Jede Spende zaubert ein Lächeln ins Gesicht.
FOTO: JACQUES WEDERHANS/STROMAG

Jedes Jahr zu Weihnachten stellt sich die Frage: „Was schenke ich meinen Lieben?“ Vorüberlegungssachen wie Socken, Kerzen oder halbes Glaschen kommen meist nicht besonders gut an. Dabei gibt es viele Möglichkeiten, etwas zu verschenken, das der andere sich freut und mit dem man glücklich Menschen in Not helfen kann. Spendengutscheke sind eine beliebteste und sinnvolle Möglichkeit, mit einer persönlichen Güte Menschen in Not zu helfen. Mit einer Urkunde oder Karte kann man sie auch unter den Tannenbaum legen. Der Ablauf ist unkompliziert.

Bezug individuell auswählen

Eine seriöse Organisation finden

Wer eine Spende verschenken möchte, sollte sich zuerst nach einer geeigneten wohltätigen Organisation umsehen. Seriöse Organisationen erkennen man unter anderem daran, dass sie mit Spenden transparent umgehen und sich von Dritten prüfen lassen. Ein guter Hinweis darauf ist zum Beispiel das Zeitlabel des Deutschen Spendenrats. Die Mitgliederorganisationen verpflichten sich hier zu einem ethischen Umgang mit Spenden. Es ist das einzige Prüfsymbol in Deutschland, bei dem Wirtschaftsprüfer die Qualitätskontrolle des Spenden.



Vinum autmunds - Regiellertel: 1 6423 906-0 (sonntags)
Telefon: (069) 78 2349 - www.vinum-autmunds.de



Hospiz-Dienste erhalten 2.600 Euro
Spenden der dm Helfer Herzen



16.11.21 Christina Gabel, dm Seligenstadt, Jessica Blum, dm Oberhausen, Michael Schmalzer, 1. Stadt- rat Rodgau, Stefania Schumann, dm Steinhagen, Claudia Gieger, dm Rodgau, Christina Dölle Hospiz am Visserturm, Lohar Mark und Nicos Sargus beide Hospiz Stiftung Rotary Rodgau. FOTO: CHRISTOPH MALLER

Hilfe für Familien mit schwerstkranken Kindern

Maltesser stellen ihren ambulanten Kinder- und Jugendhospizdienst vor – Start im Februar



16.11.21 Susanna Kallitz, Lohar Fachbereich Sozialer der Stadt, Erste Stadträtin Andrea Schüller, Bürgermeister Jörg Rotter, Claudia Bauer-Herzig, Ute Schmidt

Mit einem Stand auf dem Rodgau-Markt hat der Maltesser Hospizdienst seinen ersten Schritt getan. Der Maltesser Hospizdienst ist ein Projekt von dm, das die Familien mit schwerstkranken Kindern und Jugendlichen unterstützen soll. Der Maltesser Hospizdienst ist ein Projekt von dm, das die Familien mit schwerstkranken Kindern und Jugendlichen unterstützen soll. Der Maltesser Hospizdienst ist ein Projekt von dm, das die Familien mit schwerstkranken Kindern und Jugendlichen unterstützen soll.

Ein Herz für Charity

Richtlinien Spendenprojekte
DER FRANKFURTER – HEIMATZEITUNG MIT HERZ

- Für jede Anzeige, die Kunden, die in Frankfurt am Main geschäftsansässig sind und dort auch ihre Rechnungsanschrift haben, direkt bei uns – d.h. nicht über eine Agentur – zur Veröffentlichung in dem Anzeigenblatt „DER FRANKFURTER – Heimatzeitung mit Herz“ schalten (nachfolgend auch „Anzeigenkunden“), spenden wir, die Rhein Main Verlags GmbH, einen Anteil des gezahlten Netto-Anzeigenpreises von Frankfurter Unternehmen an eine gemeinnützige Organisation unserer Wahl, die in Frankfurt ansässig ist und ihre satzungsmäßigen Ziele zugunsten von Menschen und/oder Einrichtungen in Frankfurt verwirklicht.
- Der Spendenempfänger ist jeweils Teil einer von uns im eigenen Ermessen getroffenen Auswahl von gemeinnützigen Organisationen, welche jeweils nach unserer Überzeugung die vorstehend in Ziffer 1 genannten Kriterien erfüllen. Wir behalten uns vor, die vorgenannte Auswahl im eigenen Ermessen von Zeit zu Zeit zu ändern. Die jeweils aktuelle Auswahl in Frage kommender Spendenempfänger ist abrufbar unter www.der-frankfurter.de
- Der Anzeigenkunde hat keinen Einfluss darauf, an welche gemeinnützige Organisation wir jeweils Spenden zuwenden.
- Spender ist jeweils nicht der Anzeigenkunde, sondern wir. Der Anzeigenkunde bezahlt lediglich den vereinbarten Preis für die Anzeige. Er erhält hierfür keine Spendenbestätigung.
- Wir behalten uns vor, die sich aus den gezahlten Netto-Anzeigenpreisen nach vorstehender Ziffer 1 ergebenden Spendenbeträge zu sammeln und jeweils einmal im Quartal an einen oder mehrere Spendenempfänger zu spenden.
- Die Berechnung der Spendenbeträge auf Grundlage der nach vorstehender Ziffer 1 gezahlten Netto-Anzeigenpreise sowie die von uns an Spendenempfänger zugewendeten Spenden werden regelmäßig, mindestens jährlich, von externen Prüfern [Wirtschaftsprüfern] kontrolliert.
- Nach dem jeweiligen Ablauf des aktuellen Spendenprojektes wird die Auszahlung der Spendensumme bzw. Übergabe in der darauf folgenden Ausgabe von „Der Frankfurter“ veröffentlicht. Des Weiteren werden alle Spendenübergaben in chronologischer Reihenfolge auf der Homepage von „Der Frankfurter“ veröffentlicht und dokumentiert.

FFM Charity

Bisher konnten sich bereits über Spenden freuen



Wir sagen DANKE

Insgesamt haben wir schon 28.000 € mit unserem Charity-Projekt gesammelt. Der Rhein Main Verlag hat diesen Betrag noch mal um 5.000€ aufgestockt, sodass wir insgesamt schon 33.000 € spenden konnten.

Wir danken allen Kunden, die uns bei unserem Charity-Projekt unterstützen.

FFM♥Charity



Wir lassen
kein Kind
allein!



Ambulanter Kinder-
und Jugendhospizdienst
Löwenzahn
Frankfurt



Beispiel Satzspiegel mit Preisen und den jeweiligen Spendenanteilen

DER FRANKFURTER
HEIMATZEITUNG MIT HERZ

Samstag, 23. September 2023 · Ausgabe 127
www.der-frankfurter.de

„Innovation Award 2023“
Multi-Asset-Broker RoboMarkets Deutschland mit Innovationspreis ausgezeichnet

Über RoboMarkets Deutschland
Die Laudatio bei der Preisverleihung in Frankfurt am Main wurde von Carsten Wagner gehalten, Mitorganisator und Geschäftsführer von Start-up-Frankfurt, an dem RoboMarkets Deutschland, insbesondere in Frankfurt, anwesend war. RoboMarkets wurde im Jahr 2012 gegründet und ist seit 2017 ein wichtiger Akteur auf dem deutschen Markt für Robo-Advisor. Seit 2017 wird RoboMarkets durch eine eigene deutsche Gesellschaft vertreten, die seit 2019 als Wertpapierfirmenlizenz in Deutschland registriert ist und von der Bundesbank als Multi-Asset-Broker in der RoboMarkets-Gruppe reguliert wird. Als Multi-Asset-Broker bietet RoboMarkets seinen Kunden verschiedene Anlageoptionen und ist ein etablierter Partner von Start-up-Frankfurt. Durch trägt das Unternehmen nicht nur zur Förderung der Wirtschaft in der Region bei, sondern auch zur Stärkung des Ansehens der Stadt Frankfurt am Main. RoboMarkets ist ein wichtiger Akteur auf dem deutschen Markt für Robo-Advisor. Seit 2017 wird RoboMarkets durch eine eigene deutsche Gesellschaft vertreten, die seit 2019 als Wertpapierfirmenlizenz in Deutschland registriert ist und von der Bundesbank als Multi-Asset-Broker in der RoboMarkets-Gruppe reguliert wird. Als Multi-Asset-Broker bietet RoboMarkets seinen Kunden verschiedene Anlageoptionen und ist ein etablierter Partner von Start-up-Frankfurt. Durch trägt das Unternehmen nicht nur zur Förderung der Wirtschaft in der Region bei, sondern auch zur Stärkung des Ansehens der Stadt Frankfurt am Main.

SKYLINE PLAZA GEBURTSTAG
VOM 29.9. BIS 7.10.
PREISE IM GESAMTWERT VON 50.000 €

10 YEARS
SKYLINE PLAZA SHOPPING

Spendenanteil
280,- €

1/4 Seite
6 Spalten 279 x 105,25 mm

Spendenanteil
480,- €

1/2 Seite
6 Spalten 279 x 210,5 mm

Spendenanteil
840,- €

1/1 Seite
6 Spalten 279 x 439 mm

Spendenanteil
1000,- €

Rückseite
6 Spalten 279 x 439 mm

Spendenanteil
1380,- €

Panoramaseite
12 Spalten 593 x 439 mm (echte Pano)

Konditionen · Anzeigen · DER FRANKFURTER

Ausgabe	Auflage	Orts-/Grundpreis pro mm in Euro	
15 DER FRANKFURTER	213.643	6,50 €	7,65 €

Berliner Format Breite x Höhe 315 x 470 mm

Satzspiegel B x H 279 x 439 mm

Panoramaseite B x H 590 x 439 mm

Anzeigenbreiten

1spaltig = 44 mm, 2spaltig = 91 mm, 3spaltig = 138 mm

4spaltig = 185 mm, 5spaltig = 232 mm, 6spaltig = 279 mm

Erscheinungsweise wöchentlich samstags

Anzeigen- und Druckunterlagenschluss Dienstag · 12:00 Uhr

Redaktionsschluss Dienstag · 11:00 Uhr

Nachlässe und Sonderpreise (innerhalb des Abschlussjahres)

Ab 6 Anzeigen	5%	mind. 3.000 mm
Ab 12 Anzeigen	10%	mind. 5.000 mm
Ab 24 Anzeigen	20%	mind. 10.000 mm
Ab 50 Anzeigen	25%	mind. 15.000 mm

Anzeigen Titelseite **50% Aufschlag**

Anzeigen Rückseite **25% Aufschlag**

Anzeigen von Gemeinnützigen Vereinen 50% Nachlass auf den Ortspreis. Kombinations-Rabatte bei Buchungen mehrerer Ausgaben auf Anfrage.

Fließtextanzeigen Gesamtausgabe

4 Zeilen · Mindestabnahme	Ortspreis 57,33 € /	Grundpreis 67,45 €
jede weitere Zeile	Ortspreis 14,34 € /	Grundpreis 16,87 €

Print und Online = Erfolgskombi

Wir kombinieren Ihre Anzeige automatisch mit einem Online-Auftritt auf unserem Nachrichtenportal www.rheinmainverlag.de.

Ihre Vorteile

- Verlängerung Ihrer Präsenz um 7 Tage und Erweiterung der Reichweite Ihrer Angebote ohne zusätzlichen Aufwand
- Ein Mouseover-Effekt vergrößert Ihre Anzeige direkt auf der Seite und per Klick öffnet sich eine Mini-Landingpage mit zahlreichen Möglichkeiten zur Kontaktaufnahme
- **Sie liefern uns eine Anzeige und erhalten zwei!**



Zahlen und Fakten

Newsletter Digital Abo

DER FRANKFURTER
HEIMATZEITUNG MIT HERZ

- Neigkeiten und Angebote aus Ihrem Berliner Stadtteil
- Zugriff über Smartphone, Tablet & Desktop
- Alles inklusive, keine Kosten

Digital noch früher -
die Heimatzeitung mit Herz!

Sehr geehrter Leser,

hier Ihr kostenloses ePaper Abonnement von Der Frankfurter.
Mit einem Klick sind Sie mitten in Frankfurt.

Wir wünschen Ihnen gute Unterhaltung.

Ihre Redaktion von Der Frankfurter.



S
M
E
N

Der Frankfurter bietet einen neuen digitalen Leser-Service. Profitieren Sie ab sofort von dieser starken zusätzlichen Reichweite. Unsere **51.000 E-Paper-Abonnenten** können Sie außerdem mit weiteren, neuen Werbeformaten erreichen.

Nutzen Sie für Ihre Werbebotschaft das neue papierlose E-Paper-Abonnement von „Der Frankfurter“ und damit die Chance auf weitere werbeaffine Kontakte. Denn die E-Paper-Abonnenten sind natürlich DSGVO-konform auch für Ihre E-Mail-Werbung ansprechbar.

Mit der digitalen Auflage von über 51.000 E-Postfächern ergänzen wir unsere Gesamtauflage auf insgesamt über 264.000.

Profitieren Sie neben unserer hohen Auflage auch von unseren innovativen digitalen Aktivitäten (Online-Werbung, Social Media). Wir beraten Sie gerne!

Werbebanner

Format: Breite: 600 px x Höhe: flexibel
Kosten: 800 € - Banner pro Mailversand

Sie möchten Ihre Werbung auch in einem unserer anderen Digital-Abos veröffentlichen? Kein Problem. Sprechen Sie uns an.

Berlin: 189.000 Abonnenten
Kreis Lippe: 20.000 Abonnenten

Zahlen und Fakten

Konditionen · Beilagen · DER FRANKFURTER

Beilagen in DER FRANKFURTER per tausend bis 10g

pro Verteilung	Ortspreis	Grundpreis
ab 5.000	76,00 €	89,41 €
ab 10.000	70,00 €	82,35 €
ab 100.000	53,00 €	62,35 €

unter 5.000 Mindermenge – Preis auf Anfrage

Zuschlag je weitere 5g Mehrgewicht

Ortspreis	Grundpreis
4,00 €	4,71 €

Belegungsmöglichkeiten Siehe Übersicht Seite

Ausgabe · Anlieferadresse · Bündelung — DER FRANKFURTER

15 RMV Lager 3 · Gutenbergstraße 1 · 63571 Gelnhausen ungebündelt

Anlieferung bis Mittwoch 12:00 Uhr vor dem Verteiltermin

Öffnungszeiten der Warenannahme

Montag bis Donnerstag: 8 bis 16 Uhr, Freitag: 8 bis 14 Uhr

Kontakt Warenannahme

Telefon 06104 - 49 70 70, lager@egro-direktwerbung.de

1. Maximalformat: 315 x 235 mm
Mindestformat: 105 x 148 mm (DIN A6)

2. Alle Beilagen müssen rechteckig und
formatgleich geschnitten sein.

3. Die angelieferten Beilagen müssen in der
Art und Form eine einwandfreie, sofortige
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. Beilagen
mit umgeknickten Ecken (Eselsohren) bzw.
Kanten, Quetschfalten oder verlagertem
(rundem) Rücken sind ebenfalls nicht
verarbeitbar.

4. Die unverschränkten, kantengeraden Lagen
sollen eine Höhe von 80 – 100 mm aufweisen,
damit sie von Hand greifbar sind. Eine Vor-
sortierung wegen zu dünner Lagen darf nicht
notwendig sein.

5. Die Beilagen müssen sauber auf Euro-
paletten bis max. 1,25 m Höhe gestapelt und
zu gleichen Stückzahlen gebündelt sein.

Beilagen sollen gegen eventuelle Transpor-
tschäden (mechanische Beanspruchung) und
ggf. gegen Eindringen von Feuchtigkeit geschützt
sein.

6. Die Anlieferung beim Verarbeiter sollte
frühestens 14 Werktage und muss spätestens
3 Werktage (mittwochs bis 12 Uhr) vor dem
Erscheinungstermin erfolgen.

7. Eine Termingarantie oder Haftung im Falle
höherer Gewalt, beschädigt gelieferter oder
zusammenklebender Prospekte sowie tech-
nischer Störungen kann nicht übernommen
werden.

8. Bei Verlust einzelner Beilagen auf dem Vertriebs-
wege wird keine Haftung übernommen, ebenso
bei Beilagen, die ohne ordnungsgemäße Versand-
papiere angeliefert werden.

9. Anlieferung der Produkte in größtmöglicher
Lagenbildung, z.B. 50, 100, 150, 200 etc.

10. Letzter Rücktrittstermin 5 Tage vor Erscheinen.
Bei späterer Stornierung erfolgt Kostenbe-
rechnung laut AGB (siehe dazu bitte Punkt 4).



Gesamtauflage **213.643** Exemplare**Beilagen · Auflagen · DER FRANKFURTER****15****DER FRANKFURTER****Innenstadt 1**

Altstadt	60311	1.877
Innenstadt	60311	1.253
Innenstadt	60313	1.201
Gallusviertel	60326	6.873
Gallusviertel	60327	2.458
Gutleutviertel	60327	1.188
Bahnhofsviertel	60329	294
Gutleutviertel	60329	228
Gesamt		15.372

Innenstadt 2

Westend-Süd	60322	772
Westend-Süd	60323	1.511
Westend-Süd	60325	2.463
Bockenheim	60486	3.776
Rebstockpark	60486	572
Westend-Süd	60486	197
Bockenheim	60487	3.776
Gesamt		13.067

Innenstadt 3

Nordend-Ost	60316	5.117
Nordend-West	60318	4.884
Nordend-West	60320	281
Westend-Nord	60320	1.158
Nordend-West	60322	1.687
Westend-Nord	60322	1.005
Westend-Nord	60323	296
Nordend-Ost	60385	1.587
Nordend-Ost	60389	2.207
Nordend-West	60435	292
Gesamt		18.514

Innenstadt 4

Ostend	60314	2.275
Ostend	60316	2.249
Bornheim	60385	5.863
Ostend	60385	2.604
Bornheim	60389	1.662
Bornheim	60435	534
Gesamt		15.187

5 Süd

Niederrad	60528	6.719
Sachsenhausen-Nord	60594	4.624
Sachsenhausen-Nord	60596	3.315
Sachsenhausen-Süd	60598	4.713
Oberrad	60599	4.177
Sachsenhausen-Süd	60599	3.048
Gesamt		26.596

6 West

Goldstein	60529	3.911
Schwanheim	60529	3.367
Höchst	65929	4.158
Unterriederbach	65929	5.476
Sindlingen	65931	3.337
Zeilsheim	65931	4.738
Griesheim	65933	7.796
Nied	65934	6.078
Sossenheim	65936	5.263
Gesamt		44.124

7 Mitte-West

Rödelheim	60486	1.158
Hausen	60488	1.594
Praunheim	60488	5.036
Rödelheim	60489	5.537
Gesamt		13.325

8 Nord-West

Heddernheim	60439	5.406
Niederursel	60439	6.036
Gesamt		11.442

9 Mitte-Nord

Dornbusch	60320	2.314
Dornbusch	60431	813
Eschersheim	60431	1.155
Ginnheim	60431	4.036
Dornbusch	60433	1.533
Gesamt		9.851

10 Nord-Ost

Eschersheim	60433	3.468
Frankfurter Berg	60433	1.769
Berkersheim	60435	941
Eckenheim	60435	3.937
Preungesheim	60435	3.198
Bonames	60437	1.528
Gesamt		14.841

11 Ost

Fechenheim	60386	5.800
Riederwald	60386	2.872
Seckbach	60389	2.406
Riedberg	60438	2.560
Riedberg	60439	271
Gesamt		13.909

12 Kalbach

Kalbach	60437	2.219
Gesamt		2.219

13 Nieder-Erlenbach

Nieder-Erlenbach	60437	1.509
Gesamt		1.509

14 Harheim

Harheim	60437	1.582
Gesamt		1.582

15 Nieder-Eschbach

Nieder-Eschbach	60437	4.198
Gesamt		4.198

16 Bergen-Enkheim

Bergen-Enkheim	60388	7.907
Gesamt		7.907



Konditionen · Onlinewerbung auf www.der-frankfurter.de

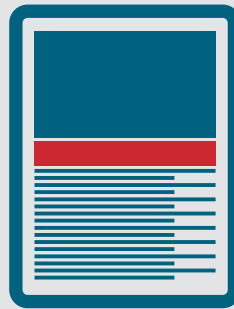
Top Banner



Top Banner

Format	1070 x 130 Pixel	
Kosten	1 Monat	99,00 €
	3 Monate	249,00 €
	6 Monate	449,00 €

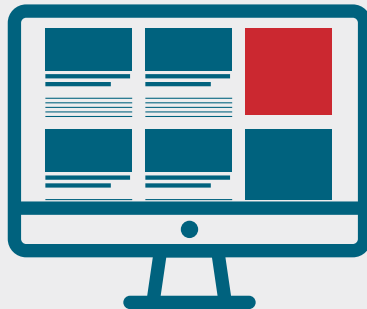
Content Banner



Content Banner

Format	640 x 100 Pixel	
Kosten	1 Monat	129,00 €
	3 Monate	298,00 €
	6 Monate	499,00 €

Side Bar



Side Bar

Format	526 x 526 Pixel	
Kosten	1 Monat	99,00 €
	3 Monate	249,00 €
	6 Monate	449,00 €

WIR SORGEN DAFÜR, DASS IHR UNTERNEHMEN ONLINE GEFUNDEN WIRD — AUF GOOGLE, FACEBOOK UND INSTAGRAM: SPRECHEN SIE MIT UNS.

WAS KOSTET DAS?

Schon ab 300,- € pro Netzwerk erreichen Sie spürbare Ergebnisse.

WIE FUNKTIONIERT DAS?

Mit Hilfe von künstlicher Intelligenz (KI) wird eine passgenaue Werbung für Ihr Angebot erstellt und in den gewünschten Netzwerken ausgespielt. Die KI überprüft alle 24 Stunden die Ausspielung, optimiert die Kampagne ganz automatisch mit dem Ziel, Ihnen immer das beste Ergebnis zu liefern.

WIE ARBEITET DIE KI?

Ihr eingesetztes Budget wird auf Google, Facebook, Instagram, LinkedIn ausgespielt. Die KI überprüft jeden Tag, in welchem Netzwerk Ihr Geld das beste Ergebnis erzielt und passt z. B. Suchwörter bestmöglich an. Für die Erstellung und Buchung Ihrer Werbung berechnen wir 150€ zzgl. MwSt. pro Kampagne.

KI OPTIMIERUNG

Wir nutzen Künstliche Intelligenz, um Ihre Werbung zu optimieren und das alle 24h. Die KI ist darauf programmiert, Ihr Budget optimal zu nutzen und spielt Ihre Werbung an Menschen auf den Portalen aus, die am wahrscheinlichsten Ihre Dienstleistung /Ihr Produkt in Anspruch nehmen werden. So steigern Sie die Wirkung Ihrer Werbung.



KANN MAN DEN ERFOLG MESSEN?

Wir erhalten tagesaktuelle Daten der Internetkonzerne z. B. Informationen darüber, wie viele und wo diese Menschen (Zielgruppe, Regio-Targeting) nach Ihnen gesucht oder Ihre Werbung geklickt haben. Diese Kennzahlen werten wir gern gemeinsam mit Ihnen aus.

WELCHEN AUFWAND HABE ICH?

Keinen. Sie legen lediglich fest, welches Budget Sie investieren möchten, den Rest erledigen wir für Sie. Wir stellen Ihnen Ihre Anzeigen vor, so dass Anpassungen bei Text und Bild direkt möglich sind. Es empfiehlt sich, den KI-Vorschlägen zu vertrauen, denn die KI erzielt die besten Resultate.

WAS PASSIERT MIT MEINEM BUDGET?

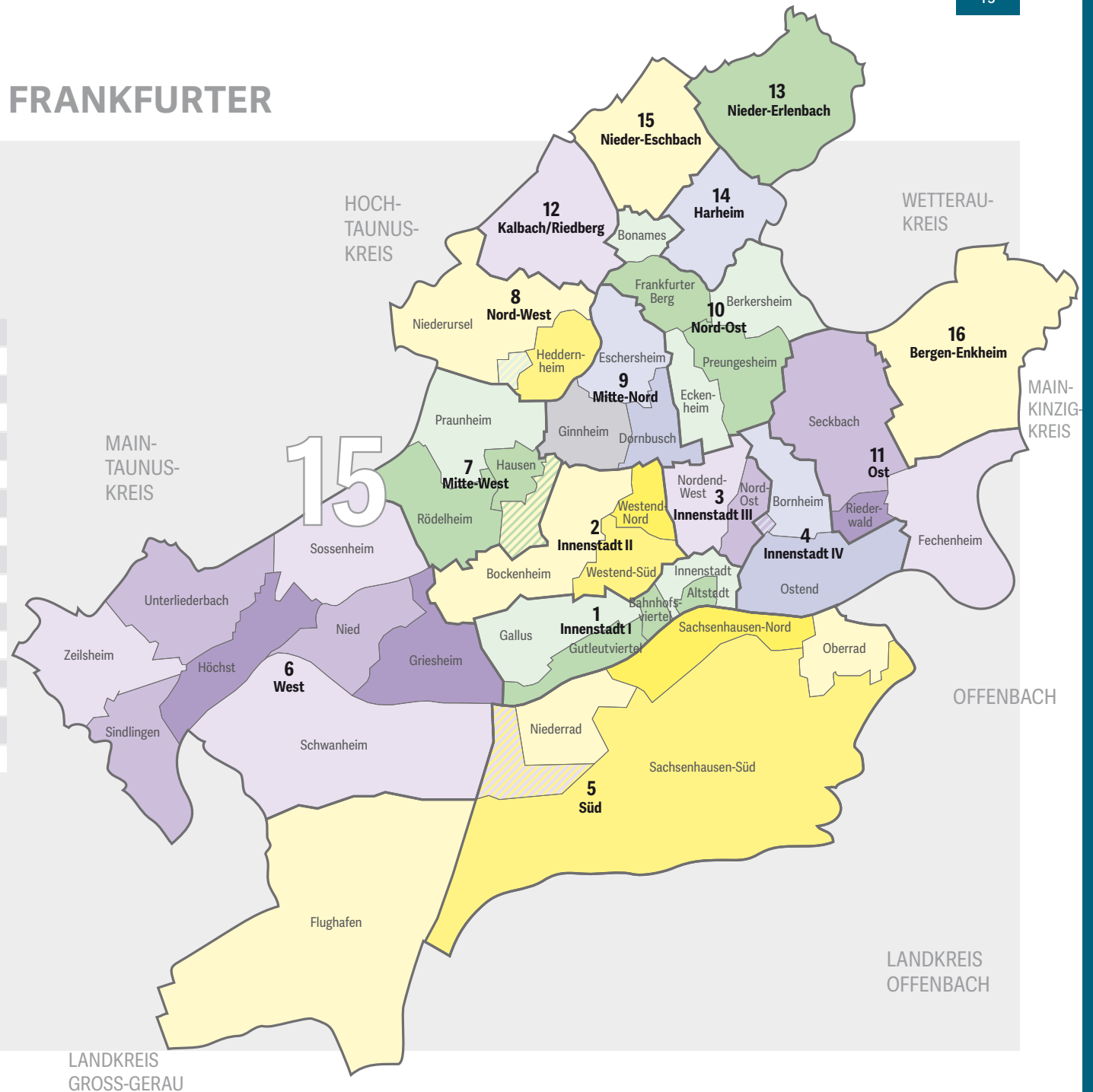
Ein Teil des Budgets verbleibt bei salelocal, um die Kosten für die KI-Software, das Kampagnenmanagement im 24h Rhythmus (die Key-Word-Anpassung, die Medienkanalsteuerung des Budgets, das Zielgruppen-Targeting/Anpassung, das Regio-Targeting), die Abrechnung mit Google und Co., die Medieneinspruchsbearbeitung und somit die salelocal-Gesamtleistung zu finanzieren. 60% des Medienkundenbudgets (MKB) gehen direkt an Google und Co. Die Einstellgebühr wird verwendet, um die Werbemittel erstellen zu können.

Es gelten die AGB der Planbar Media GmbH www.salelocal.de/agb/

Salelocal.de • Planbar Media GmbH • Steinstraße 137 • 47798 Krefeld • info@salelocal.de • www.salelocal.de

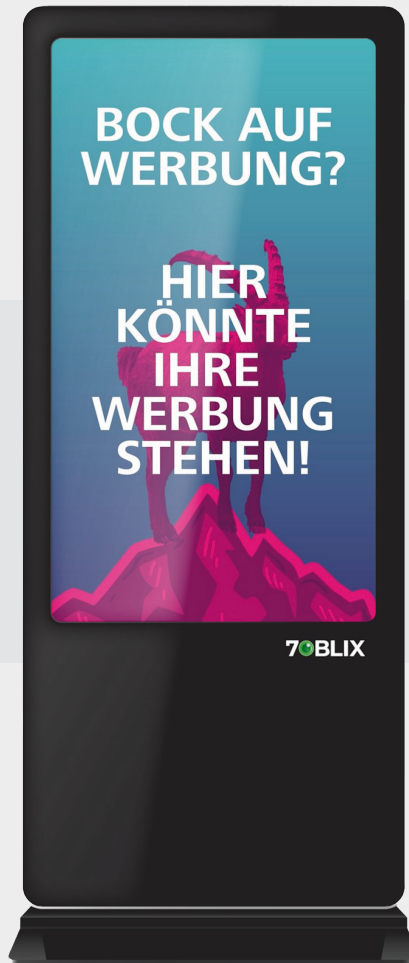
Gesamtauflage **213.643** Exemplare**Anzeigen · Auflagen · DER FRANKFURTER****15** DER FRANKFURTER

1	Innenstadt I	15.372
2	Innenstadt II	13.067
3	Innenstadt III	18.514
4	Innenstadt IV	15.187
5	Süd	26.596
6	West	44.124
7	Mitte-West	13.325
8	Nord-West	11.442
9	Mitte-Nord	9.851
10	Nord-Ost	14.841
11	Ost	13.909
12	Kalbach/Riedberg	2.219
13	Nieder-Erlenbach	1.509
14	Harheim	1.582
15	Nieder-Eschbach	4.198
16	Bergen-Enkheim	7.907



Konditionen digitale Infostelen 7BLIX

7 BLIX digitale Infostelen



Digitale Screens:	Hochformat 9:16 (1.080 x 1.920 px)
Buchungsintervall:	Flexibel
Laufzeiten:	Mindestens 1 Monat
Kampagnen:	6 - 12 - 24 - 36 Monate
Betriebszeit:	Montag bis Samstag während der Ladenöffnungszeiten
Spotfrequenz:	Intervalle: 2.500 , 5.000 , 7.500 , 10.000 Einblendungen / Monat
Programmloop:	5 Minuten-Mix aus redaktionellen Beiträgen und Werbeeinhalten

Dauer:	10 Sekunden
Auflösung:	1080 x 1920 Pixel
Videodatei:	.mp4, 25 fps (progressive), keine Tonspur, Bitrate mindestens 30 Mbit/s
Standbild:	.jpg, Farbprofil: sRGB, 72 dpi

Motivinhalte: Motivinhalte müssen den Jugendschutzrichtlinien (FSK 0) entsprechen und frei von politischen & religiösen Meinungsäußerungen sein.

Standorte & Städte:

1x Bensheim	1x Gonsenheim
1x Bretzenheim	1x Ingelheim
5x Darmstadt	1x Mainz
1x Dieburg-Münster	1x Neuberg
1x Erlensee	1x Obertshausen
1x Gau-Bischofsheim	1x Pfungstadt
3x Griesheim	2x Weiterstadt

		6 Mon.	12 Mon.	24 Mon.	36 Mon.
Einblendungen pro Monat	2.500	239 €	219 €	199 €	179 €
	5.000	259 €	239 €	219 €	199 €
	7.500	279 €	259 €	239 €	219 €
	10.000	299 €	279 €	259 €	239 €

Preise gelten pro Standort.
Sonderkonditionen bei Buchung mehrerer Standorte möglich.

Wir erweitern stetig unser Netz.
Unter www.7blix.net finden Sie unsere aktuellen Standorte.

Alle Preisangaben zzgl. gesetzliche Mehrwertsteuer



DER FRANKFURTER ist ein Produkt des Rhein-Main Verlages

DER FRANKFURTER
HEIMATZEITUNG  MIT HERZ

FFM  Charity

DER ISEBORJER 

 mein
südhessen

Rodgau Zeitung

H EIMATBLATT
RÖDERMARK

MÜNSTERER
ANZEIGEBLATT

EPPERTSHAUSENER
ANZEIGEBLATT

NEUE ZEITUNG
OBERTSHAUSEN
Unsere Heimat

LOKALANZEIGER ¹

NEUE NACHRICHTEN
BESSUNGER ¹

Odenwälder
Journal ²

Nachrichtenportale

www.rheinmainverlag.de

www.der-frankfurter.de

 [derfrankfurter_offiziell](https://www.instagram.com/derfrankfurter_offiziell)

Unternehmen der EGRO Mediengruppe
Verlage · Zustellorganisationen · Agenturen



¹ Titel erscheinen im Combi Medien Verlag GmbH ² Titel erscheinen im Odenwald Medienhaus Verlag GmbH



**Mit unserer Erfolgskombi
neue Zielgruppen erreichen!**

Professionelle Digitalisierung

IHRER PRINTANZEIGEN

Rhein Main Verlags GmbH

Bieberer Straße 137 · 63179 Obertshausen · Tel.: 06104-667204-0 · info@rheinmainverlag.de · www.rheinmainverlag.de

Erfolgskombi:

**Eine Anzeige zahlen - zwei bekommen.
1 x Print und 1 x Online**

Bereits im Anzeigenpreis enthalten -
automatische Verlängerung auf unsere reichweitenstarke Seite.

Unsere Leistung für Sie

- Eine interaktive Anzeige mit echtem funktionalem Mehrwert.
- Mouseover-Effekt vergrößert Ihre Anzeige bereits auf der Seite.
- Ein Klick öffnet eine conversionstarke Mini-Landingpage mit zahlreichen Möglichkeiten zur Kontaktaufnahme wie Website-Verlinkung oder Telefon-Link zum automatischen Rufaufbau.
- Weitere Informationen wie Öffnungszeiten, Google-Maps-Eintrag etc.

Wir digitalisieren Ihre Printanzeige

- Sie liefern uns eine Anzeige und bekommen von uns zwei: Print & Online.
- Sie brauchen kein eigenes Online-Werbemittel, keine eigene Marketing-Agentur und nicht einmal eine eigene Homepage

Wir sorgen für (mehr) Kundenkontakt

- Gedruckt erscheint Ihre Anzeige am Veröffentlichungstag – digital hat sie eine Laufzeit von einer Woche.
- Print wie Online platzieren wir Ihre Anzeige in einem inhaltlich passenden redaktionellen Umfeld.
- Zeitungsleser und Online-User – ab sofort erreichen Sie mit Ihrer Botschaft beide Zielgruppen ohne zusätzlichen Aufwand.

Ihre Vorteile im Überblick

- Professionelle Digitalisierung von Sonderveröffentlichungen, Kollektiven und Printanzeigen
- Übersichtliche Darstellung der verschiedenen Themen unter www.rheinmainverlag.de



***Alles natürlich
responsive für die
optimale Darstellung
auf mobilen
Endgeräten!!!***

Druckunterlagen

Technische Informationen

Die Produktion unserer Zeitung erfolgt vom Satz bis zur Druckplatte komplett digital, deshalb sollten Anzeigen, die uns zur Verfügung gestellt werden, als Datensatz angeliefert werden (siehe digitale Datenübernahme).

Seitenteilige und ganzseitige s/w-Anzeigen/Abbildungen

Lichtpunkt:	mind. 3%
zeichnende Tiefe:	max. 90%
Rasterweite:	Standard 48 l/cm
Raster-Fondunterlegungen	mind. 6% Schwarz max. 50% Schwarz

Mehrfarbige Anzeigen

Lichtpunkt:	mind. 3%
zeichnende Tiefe:	max. 90%
Rasterweite:	Standard 48 l/cm
Raster-Fondunterlegungen	
bei allen Farben	mind. 6%
bei Schwarz bzw. dunklen Farbtönen	max. 60%

Farbbezeichnungen (nach DIN 16549, Teil 1)

Die Farbbezeichnung ist nicht entfernbar anzubringen:

C = Cyan, M = Magenta, Y = Yellow, K = Black

Schmuckfarben oder Sonderfarben

Als Schmuckfarben setzen wir HKS-Farben ein. Sonderfarben müssen teil-weise aus drucktechnischen Gründen in Skalenfarben umgewandelt werden.

Rasterpunktform und Rasterwinklungen

Elliptische Rasterpunktform mit folgenden Rasterwinklungen:

C = 15°, M = 75°, Y = 0°, K = 45°

Strichbreite

positiv:	mind. 0,10 mm
negativ:	mind. 0,15 mm

Überfüllung/Unterfüllung

Bei der Kombination von Bild- und Strichelementen muss in erforderlicher Weise über- bzw. unterfüllt werden.

Buntaufbau mit UCR

Die maximale Flächendeckungssumme für die vier Farben liegt in den neutralen Bildstellen bei 240%.

Unbuntaufbau mit BA (Buntfarbenaddition)

Die maximale Flächendeckungssumme für die vier Farben liegt in den neutralen Bildstellen zwischen 130% und 240%, was einer BA von 10% bis 50% entspricht.

Andruck/Proof

Bei zwei- und mehrfarbigen Abbildungen ist eine entsprechende Farbvorlage erforderlich.

1. konventioneller Andruck

Druckfarben

Farbe der Europäischen Farbskala für Offsetdruck nach DIN 16539. Gegebenenfalls kommen Sonderfarben hinzu.

Bedruckstoffe

Optimal ist die Verwendung von Auflagenpapier. Wo dies nicht möglich ist, ist ein in Stoffzusammensetzung und Färbung vergleichbares Material mit ähnlicher Flächendeckung einzusetzen.

2. Analog-Proof

Farbgebende Substanzen in Anlehnung an Europaskala DIN 16539.

Bedruckstoffe

Optimal ist die Verwendung von Auflagenpapier, ist dies nicht möglich, ist nach dem BVD/FOGRAMusterbuch »Papier-Färbungs-Standards« zu prüfen.

3. Digital-Proof

Farbgebende Substanzen in Anlehnung an Europaskala DIN 16539.

Bedruckstoffe

Optimal ist die Verwendung von Auflagenpapier. Ist dies nicht möglich, wird der Digital-Proof nach dem BVD/FOGRA-Musterbuch »Papier-Färbungs-Standards« hergestellt. Nach Möglichkeit ist die Papierfärbung digital zu simulieren.

Farbprofil

ICC-Profil: WAN-IFRAnewspaper26v5.icc

Tonwertzunahme

Die Angaben der Soll- und Toleranzwerte beziehen sich auf alle ungestrichenen Papiersorten.

Kontrollfeld	Tonwertzunahmen-Sollwerte und Toleranzen für An- und Auflagendruck	
40% Raster	26% ± 4%	
80% Raster	Das 80%-Feld muss noch offen drucken	
Farbreihenfolge:	Cyan, Magenta, Yellow, Black	
Farbdichtewerte:	Cyan	Dv = 0.90
	Magenta	Dv = 0.85
	Yellow	Dv = 0.85
	Black	Dv = 1.10

↘

Druckauflage immer inkl. 1% technische Reserve

für Verarbeitung, Belegversand und Auslagenstellen



Digitale Datenübernahme

Technische Informationen

Senden Sie uns Ihre Daten der Anzeigen bitte an

druckvorstufe@gnz.de

(bis max. 25MB). Bei größeren Dateien (über 25 MB) erfragen Sie bitte bei uns einen FTP-Zugang für die schnelle und sichere Datenübertragung.

Beachten Sie dabei bitte:

- Um Ihre Anzeige ordnungsgemäß bearbeiten zu können, benötigen wir immer einen Originalausdruck der Anzeige; bei Farbanzeigen Proof bzw. Andruck oder genaue Bezeichnung der gewünschten Farbe.
- Sind alle Texte und Grafiken im richtigen Farbmodus angelegt? (CMYK oder max. 3 HKSSchmuckfarben und Schwarz). Kennzeichnen Sie die Schmuckfarbe in Ihrem Dokument bitte nur mit der zweistelligen Nummer nach dem HKS-Fächer (z.B. für Blau HKS Z 43).
- Anzeigen im geschlossenen PDF-Format werden von uns bevorzugt. Achten Sie bitte darauf, dass alle in der Anzeige vorkommenden Schriften in das PDF eingebunden bzw. inkludiert oder in Pfade umgewandelt sind.
- Senden Sie uns Anzeigen im generischen Format, denken Sie bitte daran, dass alle Bilddateien in Feindaten und alle Schriften mitgeliefert werden müssen.
- Legen Sie beim Versand von generischen Daten immer einen Ordner an, der alle Teile der Anzeige beinhaltet (Dokument, Abbildungen, Schriften).
- Aus der Bezeichnung des Ordners muss eine eindeutige Identifikation der Anzeige möglich sein.

Bilddaten/Auflösung

Beachten Sie die für das Druckverfahren gültigen Gradations- und Tonwerteinstellungen.

Scannen Sie bei Rasterbildungen mit einer Auflösung, die die Ausgabequalität berücksichtigt; mindestens Ausgaberrasterweite in dpi/lpi x 2.

Beispiel:

Ausgabe 48er-Raster (=120 lpi) = Scanauflösung mind. 240 dpi.

In der Praxis hat sich eine Auflösung von 250 dpi bewährt.

Scannen Sie bei Strichzeichnungen so hoch, dass der Sägezahn-Effekt nicht mehr sichtbar ist (> 800 dpi).

Verwenden Sie bitte Tiff oder EPS als Dateiformat für Ihre Bilddaten.

Andere Formate (PCX, Pict) sind nicht geeignet.

Bitte verwenden Sie keine Sonderfarben in Duplex-Bildern.

Wenn Sie Bilddaten komprimieren, weisen Sie bitte darauf hin, damit diese vor der Belichtung noch dekomprimiert werden.

Diese Übergabeformate werden unterstützt:

Betriebssysteme

- Mac OS X, Windows

Programm

- Adobe Indesign CS 6
- Adobe Photoshop CS 6
- Adobe Illustrator CS 6
- Adobe Acrobat CS 6

Daten aus höheren Programm-Versionen müssen als Austausch-Format gespeichert werden.

Achten Sie darauf, nur Programme zu verwenden, die für den Druck geeignete Daten erzeugen.

Ansprechpartner

für die digitale Datenübernahme **(0 60 51) 833 161 und 168**

Technische Informationen Beilagen

1. Maximalformat: 315 x 235 mm
Mindestformat: 105 x 148 mm (DIN A6)
2. Alle Beilagen müssen rechteckig und formatgleich geschnitten sein.
3. Die angelieferten Beilagen müssen in der Art und Form eine einwandfreie, sofortige 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. Beilagen mit umgeknickten Ecken (Eselsohren) bzw. Kanten, Quetschfalten oder verlagertem (rundem) Rücken sind ebenfalls nicht verarbeitbar.
4. Die unverschränkten, kantengeraden Lagen sollen eine Höhe von 80 – 100 mm aufweisen, damit sie von Hand greifbar sind. Eine Vorsortierung wegen zu dünner Lagen darf nicht notwendig sein.
5. Die Beilagen müssen sauber auf Europaletten bis max. 1,25 m Höhe gestapelt und zu gleichen Stückzahlen gebündelt sein. Beilagen sollen gegen eventuelle Transportschäden (mechanische Beanspruchung) und ggf. gegen Eindringen von Feuchtigkeit geschützt sein.
6. Die Anlieferung beim Verarbeiter sollte frühestens 14 Werkzeuge und muss spätestens 3 Werkzeuge (mittwochs bis 12 Uhr) vor dem Erscheinungstermin erfolgen.
7. Eine Termingarantie oder Haftung im Falle höherer Gewalt, beschädigt gelieferter oder zusammengeklebter Prospekte sowie technischer Störungen kann nicht übernommen werden.
8. Bei Verlust einzelner Beilagen auf dem Vertriebswege wird keine Haftung übernommen, ebenso bei Beilagen, die ohne ordnungsgemäße Versandpapiere angeliefert werden.
9. Anlieferung der Produkte in größtmöglicher Lagenbildung, z.B. 50, 100, 150, 200 etc.
10. Letzter Rücktrittstermin 5 Tage vor Erscheinen. Bei späterer Stornierung erfolgt Kostenberechnung laut AGB (siehe dazu bitte Punkt 4).



Allgemeine Geschäftsbedingungen für Direkt- und Mitverteilungen

Angebote

1. Alle Preis- und Leistungsangebote sind freibleibend und werden erst durch Auftragsbestätigung verbindlich. Preisangaben gelten in Euro zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer.
2. Angebote für die Verteilung von Warenproben, Prospekt-, Katalog-, Zeitungs- oder ähnlichen Sendungen gelten für jeweils 1.000 Stück. Die Kalkulation beruht auf Angaben des Auftraggebers zu Format und Gewicht des Verteilobjektes sowie Aufgabenstellung, Verteilart und Bebauungsstruktur der Verteilgebiete. Bei Veränderungen dieser Voraussetzungen ist ein entsprechend veränderter Preis zu zahlen. Verteilobjekte, die über Briefkästen zugestellt werden, müssen Briefkastenformat aufweisen. Sperrige Sendungen erfordern in der Regel einen Preisaufschlag von 5 bis 20 Prozent.

Anlieferung

3. Falls nicht anders vereinbart ist das Verteilgut rechtzeitig bis spätestens 3 Tage vor dem Verteiltermin frei Haus an die vereinbarte Lieferanschrift zu liefern. Das Verteilunternehmen haftet für sorgsame Lagerung in seinen Räumen.
4. Wird der Verteilbeginn insgesamt oder an einzelnen Orten durch verzögerte Anlieferung, kurzfristige Auftragsänderung oder andere vom Auftraggeber zu vertretende Gründe verzögert, wird der Verteiltermin neu disponiert. Aufwendungen für Wartezeiten, Personalbereitstellung sowie besondere Transport- und Regiekosten gehen in diesem Falle zu Lasten des Auftraggebers.

Durchführung

5. Wenn nicht ausdrücklich vereinbart, erfolgt die Verteilung ausschließlich an Haushalte durch Briefkasteneinwurf. Es wird pro Briefkasten grundsätzlich nur 1 Exemplar eingeworfen, unabhängig von der Menge der Haushaltsnamen, es sei denn, dass der Auftraggeber schriftlich eine andere Abdeckungsquote wünscht.

In Hochhäusern, in denen ein Briefkasteneinwurf nicht erlaubt ist, kann auch eine mit der Hausverwaltung abgestimmte Menge an dem dafür vorgesehenen Platz abgelegt werden. Ist ein Haus mit Innenbriefkästen verschlossen und wird auch nach mehrmaligem Klingeln nicht geöffnet, so wird dieses Haus nicht bedient.

Einwurfverbote werden grundsätzlich beachtet (Briefkästen gekennzeichnet durch gut sichtbare Aufkleber). Von der Verteilung ausgenommen sind Gewerbebetriebe, Büros, Geschäfte, Heime, Ausländer- und Feriensiedlungen, Kasernen, Krankenhäuser sowie Häuser auf Betriebs- und Werksgeländen und solche, die außerhalb eines zusammenhängenden Wohngebietes liegen. Für Verteilungen von Wareproben, Katalogen und sperrigen Objekten gelten besondere Vereinbarungen.

Der Verlag kann keine Exklusivität gewährleisten. Taggleiche Sendungen aller Auftraggeber werden im Verbund zugestellt.

Gewährleistung

6. Der Verlag haftet nicht für den Werbeerfolg. Der Auftraggeber haftet für Art, Inhalt und Text der Verteilobjekte. Der Verlag ist berechtigt, bei technischen Beanstandungen von Inhalt oder Form die Verteilung insgesamt oder teilweise abzulehnen. Die Verteilung von Objekten, die gegen bestehende Gesetze verstoßen, wird nicht durchgeführt.
7. Abhängig von den örtlichen Gegebenheiten wird vom Auftragnehmer eine Belieferung von 90 bis 95 Prozent der erreichbaren Haushalte angestrebt. Der Verlag ist berechtigt, erforderlichenfalls Subunternehmer einzusetzen, haftet dann jedoch uneingeschränkt für deren Leistungen.
8. Von der Druckerei etwa angelieferte Überdrucke kommen nur dann mit zur Verteilung, wenn dies ausdrücklich vereinbart ist. Etwaige Restmengen werden bis zu zwei Wochen nach der Verteilung aufbewahrt und anschließend als Makulatur behandelt.

Beanstandungen

9. Etwaige Reklamationen über eine nicht vertragsgerechte Ausführung einer Verteilung müssen Tag, Ort, Straße und Hausnummer sowie Namen des Reklamanten und die genauen Umstände enthalten, die den Anlass zur Reklamation bilden. Sie haben grundsätzlich schriftlich zu erfolgen und müssen innerhalb von 5 Tagen nach Verteiltermin beim Auftragnehmer vorliegen, damit Beanstandungen überprüft und abgestellt werden können. Bei begründeten Beanstandungen ist dem Verlag die Möglichkeit der Nachbesserung zu gewähren. Beanstandungen eines Teiles der Leistung berechtigen nicht zur Beanstandung der gesamten Leistungen. Insbesondere berechtigt der Nachweis von einzelnen oder mehreren Anschriften, die sich in verschiedenen Verteilbezirken befinden, nicht zum Abzug von der Rechnung. Bei begründeten Beanstandungen aus eigenem Verschulden leistet der Verlag angemessenen Schadensersatz im Verhältnis zur Fehlleistung. In diesem Fall wird die Stückzahl des von der Beanstandung betroffenen einzelnen Verteilbezirktes gutgeschrieben. Ergibt sich aus Haushaltsbefragungen, dass nachweislich mehr als 10 Prozent der angestrebten Abdeckungsquote nicht verteilt wurden, so steht dem Auftraggeber das Recht auf gleichprozentigen Rechnungsabzug für das jeweilige Zustellgebiet zu. Schadensersatz kann höchstens bis zur Höhe des Auftragswertes geleistet werden. Weitergehende Regressansprüche sind ausgeschlossen.

Stellt sich eine vom Auftraggeber veranlasste zusätzliche Überprüfung der Verteilleistung als unbegründet heraus, können die hierfür entstandenen Kosten dem Auftraggeber in Rechnung gestellt werden.

Zahlung

10. Die Rechnungsstellung erfolgt nach Beendigung der Verteilung oder wahlweise wöchentlich. Falls nicht anders vereinbart, sind alle Rechnungen nach Erhalt ohne jeden Abzug zu zahlen. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in Höhe von 8 Prozent über dem jeweils gültigen Basiszinssatz der Bundesbank sowie Einziehungs- und Mahnkosten berechnet. Die Ausführung von laufenden Aufträgen kann bis zur Begleichung rückständiger Rechnungen zurückgestellt und gegebenenfalls Vorauszahlung verlangt werden.

Allgemeines

11. Bei höherer Gewalt, insbesondere Unwetter, Streik, unverschuldeten Verzögerungen, z. B. Betriebsstörungen gleich welcher Art, haftet das Verteilunternehmen nicht für Termineinhaltung. Dies gilt auch im Falle einer Verfügung des Gesetzgebers, z.B. durch das Infektionsschutzgesetz. Des Weiteren entfällt die Haftung für Schäden oder Minderung des Verteilgutes durch Brand, Witterungseinflüsse, Bruch, Versand oder durch Dritte.
12. Nachträgliche Auftragsänderungen bedürfen der Schriftform. Verwenden Auftraggeber und Auftragnehmer widersprüchlich AGB, so haben die AGB des Auftragnehmers Vorrang und gelten ausschließlich. Sind einzelne Bestimmungen dieser AGB unwirksam, so wird die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen nicht berührt.
13. Beauftragt eine Werbeagentur Werbeaufträge für Dritte, kommt der Vertrag grundsätzlich mit der Werbeagentur, nicht mit deren Auftraggeber zustande. Soll der Auftraggeber der Werbeagentur Vertragspartner werden, muss dieser von der Agentur als Auftraggeber namentlich benannt werden und die Auftragserteilung an die Werbeagentur schriftlich nachweisen.
14. Verträge über regelmäßig wiederkehrende Leistungen können nur mit einer Frist von 3 Monaten zum Monatsschluss gekündigt werden.

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Zeitschriften und Verlage

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinne 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.
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 Anzeigen 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 Ziffer 2 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 auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht. Anzeigenbuchungen sind mit Annahme durch den Verlag bindend.

Anzeigen: Bei Stornierungen durch den Kunden nach Anzeigenannahme fallen 30 % pauschalisierte Stornogebühren an. In der Zeit von 1 Woche bis Anzeigenschluss fallen bei Stornierung 50 % pauschalisierte Stornokosten an. Bei Stornierungen nach Anzeigenschluss fallen pauschalisierte Stornokosten von 100 % an. Der Auftragnehmer ist nicht verpflichtet, den Inhalt ihm übersandter Anzeigen auf Richtigkeit zu prüfen. Für den Inhalt der Anzeigen ist allein der Auftraggeber verantwortlich.

Beilagen: Bei nicht termingerechter Anlieferung der Beilagen, bis ein Tag nach vereinbartem Anlieferungsdatum, berechnet der Verlag eine Ausfallgebühr von 25 % der bestellten Auflage auf Basis der niedrigsten Gewichtsstufe. Sollte die Anlieferung so spät erfolgen, dass eine Verteilung nicht mehr möglich ist, berechnet der Verlag 100% der bestellten Auflage auf Basis der geringsten Gewichtsstufe als Stornokosten. Zusätzlich hat der Kunde die Kosten für die Entsorgung der Prospekte in Höhe von 5% der bestellten Auflage zu tragen. Bei Vertragsrücktritt bis vier Tage vor Verteildatum berechnet der Verlag eine Stornogebühr von 30% der bestellten Auflage auf Basis der geringsten Gewichtsstufe. Der letzte Rücktrittstermin ist fünf Tage vor Erscheinen.

Fließtextanzeigen: Fließtextanzeigen können grundsätzlich nur in der Gesamtausgabe platziert werden. Teilbelegungen sind nicht möglich. Erhöht der Verlag seine Auflage nach Anzeigenannahme, so werden die Fließtextanzeigen entsprechend der höheren Auflage berechnet. Bei Jahresaufträgen wird der Kunde umgehend benachrichtigt. In diesen Fällen hat der Kunde bei Auflagen-erhöhung ein außerordentliches, sofortiges Kündigungsrecht.

5. 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.
6. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
7. 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 Kundenberatern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Modells der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils des Anzeigenblattes erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
8. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Es bedarf hier keinerlei Erinnerung seitens des Verlages. Motivvorlagen, die nach Anzeigenschluss geliefert werden, können nicht mehr berücksichtigt werden. Der Auftrag wird dann als Storno gewertet und wie unter Punkt 4. vereinbart berechnet. 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.
9. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf 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 Fahrläs-

sigkeit 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 der Rechnung geltend gemacht werden.

10. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Zwei vom Auftraggeber gewünschte Korrekturen bei einem Auftrag sind kostenfrei. Für jede weitere Korrektur berechnet der Verlag eine Gebühr von 0,5% des vereinbarten Anzeigenpreises. Dies gilt auch bei der Gestaltung von Motiven für Prospekte. Hier wird der Preis pro Tausend Stück zu Grunde gelegt.
11. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
12. 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.
13. 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 offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
14. In der Regel wird auf der Anzeigenrechnung eine belegersetzende Textspitze ausgedruckt. Wenn Art und Umfang des Auftrages es rechtfertigen, liefert der Verlag Belege; kann in solchen Fällen ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
15. Kosten für die Anfertigung reprofähiger Vorlagen, sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.



Allgemeine Geschäftsbedingungen für Zeitschriften und Verlage

16. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet 1 Monat nach Ablauf des Auftrages.
17. Erfüllungsort ist Neu-Isenburg. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand Neu-Isenburg. 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 Vertragsabschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand Neu-Isenburg vereinbart.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

- a) 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.
- b) Anzeigenabschlüsse berechtigen zu Kundennachlässen nach der Mal oder Mengenstaffel. Liegt ein Anzeigenabschluss für die Haupt /Kombinationsausgabe eines Anzeigenblattes vor, so wird bei Belegung von Teil /Unterausgaben desselben Bereiches der Kundennachlass übernommen; eine Mitzzählung zur Abschlusserfüllung erfolgt nicht. Anzeigenabschlüsse für Teil /Unterausgaben eines Anzeigenblattes führen bei Belegung von Haupt /Kombinationsausgabe desselben Bereiches ebenso zur Nachlassübernahme, zusätzlich zur Mitzzählung nach der Mal oder Mengenstaffel.
- c) Der Werbungtreibende hat rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb Jahresfrist entsprechenden Nachlass, wenn er zu Beginn der Frist einen Abschluss getätigt hat. Der Anspruch auf rückwirkenden Nachlass erlischt, wenn er nicht innerhalb eines Monats nach Ablauf der Jahresfrist geltend gemacht wird.
- d) Der Verlag wendet bei Entgegennahme und Prüfung der Anzeigentexte die geschäftsübliche Sorgfalt an, haftet jedoch nicht, wenn er von den Auftraggebern irregeführt oder getäuscht wird. 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.
- e) Ansprüche bei fehlerhaften Wiederholungsanzeigen sind dann ausgeschlossen, wenn der Werbungtreibende die Möglichkeit hatte, vor Drucklegung der nächstfolgenden Anzeige auf den Fehler hinzuweisen. Der Vergütungsanspruch des Verlages bleibt unberührt.
- f) Bei Rubrikanzeigen behält sich der Verlag die Wahl der Schrift, der Satzanordnung, der Umrandung und der Platzierung/Rubrizierung vor.
- g) Der Verlag behält sich vor, Anzeigen von Inserenten mit begrenztem Reichweiteninteresse auch in anderen Ausgaben erscheinen zu lassen, wenn dies aus Gründen technischer Vereinfachung geboten erscheint.
- h) Bei Änderung der Anzeigen und Beilagenpreise (inkl. Parallel- und Sonderverteilung) treten die neuen Bedingungen auch für laufende Aufträge sofort in Kraft.
- i) Eine Provision wird nur an die vom Verlag anerkannten Werbemittler vergütet. Voraussetzung ist, dass der Auftrag unmittelbar vom Werbemittler erteilt wird und Text bzw. Druckunterlagen auch von ihm geliefert werden.
- k) Von Werbeagenturen disponierte Anzeigen/Prospekt Beilagen (inkl. Parallel und Sonderverteilung) werden immer dann mit 15% verprovisioniert, wenn sie zum Grundpreis abgerechnet werden.
- l) Bei Konkursen und gerichtlichen Vergleichen entfällt jeglicher Nachlass. Im Falle einer Klage wird der auf die streitgegenständliche Forderung gewährte Nachlass wieder belastet.
- m) Der Auftraggeber trägt 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 gegen den Verlag erwachsen.
- n) Der Verlag behält sich vor, die Veröffentlichung von Sammelanzeigen abzulehnen.
- o) Für alle Anzeigen und Beilagenaufträge (inkl. Parallel und Sonderverteilung) gelten die Allgemeinen und Zusätzlichen Geschäftsbedingungen. Die Zusätzlichen Geschäftsbedingungen gehen im Zweifelsfalle den Allgemeinen Geschäftsbedingungen vor. Weichen Auftrag oder die ihm vom Auftraggeber zugrunde gelegten Bedingungen von den Allgemeinen oder Zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages ab, so gelten die Bedingungen des Verlages, wenn nicht der Auftraggeber binnen sechs Tagen seit Auftragsbestätigung durch den Verlag schriftlich widerspricht.
- p) Im Falle höherer Gewalt oder Störung des Arbeitsfriedens entfällt die Verpflichtung auf Auftragserfüllung und Leistung von Schadensersatz. Dies gilt auch im Falle einer Verfügung des Gesetzgebers, z.B. durch das Infektionsschutzgesetz.
- q) Vertragsdaten werden in einer Datenverarbeitungsanlage gespeichert; aufgrund der gesetzlichen Aufbewahrungspflicht, die über der DSGVO steht, auch über den Zeitpunkt der Vertragserfüllung hinaus. Auf Grund des Geldwäsche Gesetzes (GwG) verrechnet der Verlag Aufträge nur mit dem Auftraggeber.

Ihr direkter Weg zu uns

Kontakte

Normann Schneider

normann.schneider@rheinmainverlag.de

Telefon 06104 667 20-45



Rhein Main Verlags GmbH

Bieberer Straße 137 · 63179 Obertshausen

Telefon 06104 667 204-0

info@rheinmainverlag.de

www.rheinmainverlag.de

Handelsregister: HRB 54163

Registergericht: Amtsgericht Offenbach am Main

Vertreten durch: Bernd Maas, Angelika Hofferberth

Umsatzsteuer-Identifikationsnummer gemäß §27 a

Umsatzsteuergesetz: DE 812 036 698



So erreichen Sie uns



Eine Firmengruppe. Unendliche Möglichkeiten.

Die Rhein Main Verlags GmbH ist Mitglied der EGRO Mediengruppe. Ob Direktvertrieb, Anzeigenzeitung oder Medienagentur – wir sind erfolgreich, weil wir lieben, was wir tun: Menschen mit Werbung zu verbinden. Langjährige nationale Erfahrung, aber auch die lokale Expertise ihrer vielen kleineren und größeren Familien-Mitglieder machen den Erfolg unserer Gruppe aus. Wer wie wir über eigene regionale journalistische Netzwerke, Verteilstrukturen und kreative Köpfe verfügt, weiß, worauf es ankommt, um am Markt erfolgreich zu sein: lokal, regional, deutschlandweit.

Weitere Infos unter: egro-mediengruppe.de

Rhein Main Verlags GmbH

Bieberer Straße 137
63179 Obertshausen

Telefon 061 04 667 204-0

E-Mail info@rheinmainverlag.de
www.rheinmainverlag.de