

Mediadaten 2025

Tageszeitung • Website • BZ App • Social Media

46325 Borken • Nielsen II • ZIS-Nr. 101578

Gültig ab 1. Januar 2025

Ihr Werbepartner.

Borkener Zeitung

Mitgliedsverlag der **ZGM** Zeitungsgruppe Münsterland

Verlag J. Mergelsberg GmbH & Co. KG
Bahnhofstraße 6 · 46325 Borken

Tageszeitung Borkener Zeitung

Erscheinung Werktäglich morgens

Anzeigenschluss Mo.-Ausgabe: Freitag 12 Uhr
Di.-Fr.-Ausgabe: Vortag 12 Uhr
Sa.-Ausgabe: Freitag, 10 Uhr

Telefon 02861/944-0

Fax 02861/944-109

Mail backoffice@borkenerzeitung.de

Internet www.borkenerzeitung.de

Bankkonto VR-Bank Westmünsterland eG
IBAN DE33428613870003501901
BIC GENODEM1BOB

Zahlungsweise Rein netto nach Rechnungserhalt. Bei Zahlungsverzug fällt jeder Rabatt fort, Verzugszinsen und Einziehungskosten werden berechnet.

Auflage lt. IVW (3. Quartal 2024)
Druckauflage: 11.214 Exemplare
verbreitete Auflage: 14.484 Exempl. (inkl. ePaper)
verkaufte Auflage: 14.177 Exempl. (inkl. ePaper)

Die Auflage unterliegt der regelmäßigen und unabhängigen Auflagenkontrolle der IVW.



Satzspiegel und Spaltenmaße

Satzspiegel	488 mm hoch / 322,5 mm breit, 1/1-Seite = 3.416 mm			
Spaltenbreite	1 Spalte	43,5 mm	4 Spalten 183,0 mm	7 Spalten 322,5 mm
	2 Spalten	90,0 mm	5 Spalten 229,5 mm	
	3 Spalten	136,5 mm	6 Spalten 276,0 mm	
Grundschrift	8 Punkt			

Sonderformate

Streifen-/Eckfeldanzeigen Textteil	Mindestberechnung 560 mm	
	Maximalformat 400 mm / 7 Spalten	
Textteil-Anzeigen	Mindestgröße 10 mm / 1 Spalte (1. Lokalseite: Maximalgröße 100 mm / 7 Spalten)	
Titelkopf-Anzeigen	Festgröße 90 mm / 1 Spalten, Titelseite oben rechts	
Titelfuß-Anzeigen	Festgröße 100 mm / 2 Spalten, Titelseite unten rechts	
Panorama-Anzeigen	Satzspiegel	488 mm hoch / 672 mm breit
	Mindestgröße	100 mm / 15 Spalten
	Anzeigenschluss	3 Tage vor Erscheinen

Druckunterlagen

PDF (Schriften einbetten oder in Zeichenwege konvertieren). Offene Dateien sowie Daten aus Office-Anwendungen (z.B. Word, Excel, Power-Point) sind für den Druckprozess nicht geeignet. Der Verlag übernimmt keine Verantwortung für Weiterverarbeitung und Druck von Anzeigen, Grafiken und Schriften, die in offenen Dokumenten gestaltet und uns gesandt wurden. Siehe hierzu auch die Hinweise auf Seite 16.

Technische Informationen

Bilddatenauflösung	Farb- und Graustufen 200 dpi, Strich 600 dpi, Strich mit Raster max. 1200 dpi, Farbbilder immer CMYK
Linienstärke	> 0,3 Punkt
Tonwerte	> 10 %
Druckpunktzuwachs	26 %
Negativschrift	8 Punkt in mindestens halbfett/semibold
Gesamtfarbauftrag	max. 220 % im CMYK-Composite-Modus
Unbuntaufbau (GCR)	maximale Flächendeckung in Schwarz mindestens 85%
Farben	HKS-Farben aus CMYK-Äquivalenten anlegen, keine RGB-, LAB- und Duplex-Daten, Pantone oder eigene Zielfarbprofile verwenden.
Druckfarben	Euro-Skala Grundfarben Cyan, Magenta, Gelb, Schwarz (geringf. Abweichungen vom Originalton vorbehalten)
Rasterweite	48 Linien / cm = 122 lpi, für sw oder farbig

Datenübermittlung

FTP	Zugangsdaten unter Telefon 02861 944-185
E-Mail	daten@borkenerzeitung.de

Anzeigenteil 4c

Grundpreis	2,83
Ortspreis	2,41

Textteil 4c

Grundpreis	11,39
Ortspreis	9,68

Titelkopf-Anzeige 4c (Festpreis)

Grundpreis	637,-
Ortspreis	541,-

Titelfuß-Anzeige 4c (Festpreis)

Grundpreis	855,-
Ortspreis	727,-

Nachlässe

Malstaffel (mehrmalige Veröffentlichung in einh. Größe)

12 Anzeigen	10 %	52 Anzeigen	20 %
24 Anzeigen	15 %		

Mengenstaffel (Abschlüsse von mindestens)

1.000 mm	5 %	5.000 mm	15 %
3.000 mm	10 %	10.000 mm	20 %

Umsatzbonus (vom 1. mm an, errechnet vom Netto)

ab 20.000 mm	1 %	80.000 mm	4 %
40.000 mm	2 %	100.000 mm	5 %
60.000 mm	3 %		

Geschäftliche Anzeigen:

Bei s/w-Anzeigen gewähren wir einen Nachlass in Höhe von 30% auf den 4c-Preis. Den Anzeigenpreisen ist die jeweilige Mehrwertsteuer zuzuordnen.

Privatanzeigen:

Bei s/w-Trauer-Anzeigen gewähren wir einen Nachlass in Höhe von 17% auf den 4c-Preis. Preise für Privatanzeigen verstehen sich als Bruttopreise

Stellenmarkt 4c

Grundpreis	3,29
Ortspreis	2,80

Jede Stellenanzeige erscheint obligatorisch vier Wochen online. Wir kombinieren Ihr Stellenangebot in der Tageszeitung mit unserem Onlineportal stellen.borkenerzeitung.de.

Bekanntmachung sw

privat	0,77
gewerblich	1,60

Glück & Freude 4c (Nachlässe möglich)

Grundpreis	0,76
------------	------

Trauer 4c

Grundpreis	1,34
Ortspreis	1,14

Gewerblicher Nachruf 4c

Grundpreis	2,98
Ortspreis	2,53

Fließsatzanzeigen (pro Zeile)

privat	2,79
gewerblich	3,54

Vereinskalender

1,12

Chiffre

privat	6,89 / Auftrag
gewerblich	5,79 / Veröffentl.

Ihre Reichweite im Westmünsterland

Die WMK-Kombi bietet Ihnen die Möglichkeit, Anzeigen individuell in der **Borkener Zeitung**, der **Allgemeinen Zeitung Coesfeld**, der **Münsterland Zeitung Ahaus** sowie im **Bocholter Borkener Volksblatt** zu schalten und von attraktiven Preisen zu profitieren.

Anzeigen, die in identischer Größe, Inhalt und Gestaltung am selben Tag in mehreren Titeln erscheinen, werden zum Grund- oder Ortspreis mit einem zusätzlichen Kombinationsrabatt versehen. Dieser Rabatt gilt für alle belegten Zeitungstitel, während zusätzliche Kundenrabatte nur für Ausgaben gewährt werden, für die ein Abschluss besteht. Der Anzeigenschluss liegt zwei Tage vor Erscheinungstermin. Nutzen Sie die WMK-Kombi für eine gezielte Ansprache Ihrer Zielgruppe im Westmünsterland!

Jede Stellenanzeige erscheint obligatorisch 4 Wochen online. Wir kombinieren Ihr Stellenangebot in den gebuchten Tageszeitungen mit den jeweiligen Onlineportalen:

stellen.borkenerzeitung.de

bbv-jobatlas.de

ruhr24jobs.de

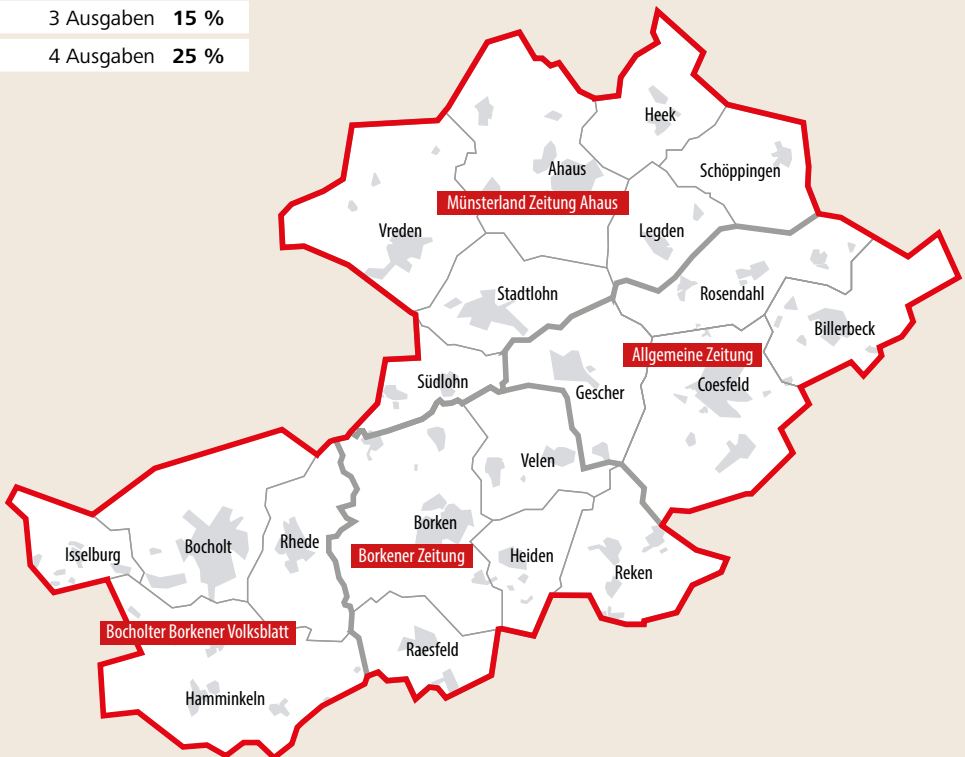
jobs.azonline.de

Nachlässe

2 Ausgaben **10 %**

3 Ausgaben **15 %**

4 Ausgaben **25 %**



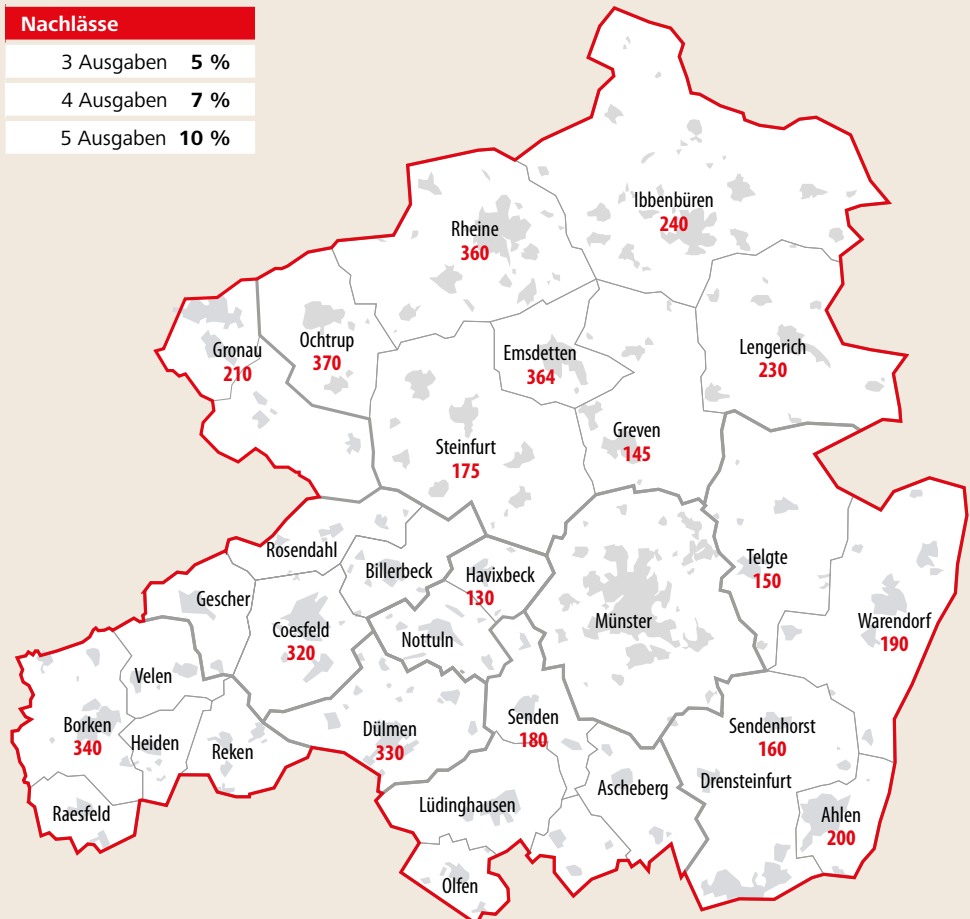
Wer die richtige Kombination wählt, hat beides: Vorteile und Nachlässe

Die ZGM-KOMBI ermöglicht, einzelne Lokalausgaben nach individuellen Gegebenheiten zu belegen und Anzeigen zu einem günstigen Preis zu schalten.

Alle Anzeigenaufträge, die zum Grund- oder Ortspreis abgerechnet werden und unverändert in Größe, Inhalt und Gestaltung am selben Tag in mehreren Ausgaben der ZGM-Zeitungen erscheinen, erhalten einen Kombi-nachlass.

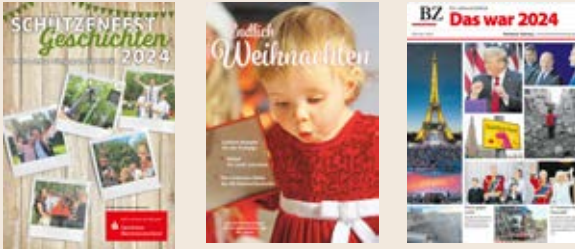
Der Kombinachlass wird für alle belegten Zeitungstitel gewährt, Kundenrabatt jedoch nur für die Ausgaben, für die ein Abschluss besteht.

Anzeigenschluss ist 3 Tage vor Erscheinen.



Die Borkener Zeitung bietet eine umfangreiche Palette von Sonderseiten und Magazinen in unterschiedlichen Formaten an.

Halbformatbeilagen



Magazine



Sonderseiten



Sie feiern Jubiläum, eröffnen Ihr Geschäft oder möchten Ihren Neu- und Umbau vorstellen? Dann sprechen Sie uns an: 02861 944-121.

Gestaltete Anzeigen im Anzeigenteil

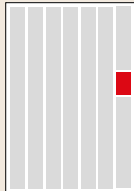
- Mindesthöhe 10 mm
- S/W oder farbig



Gestaltete Anzeigen im Textteil

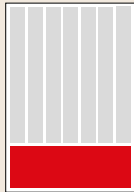
Textteilanzeigen

- Mindestgröße 1 Spalte / 10 mm
- Mindestens an 3 Seiten an Text anschließend



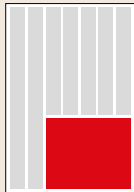
Blattbreite Anzeigen

- Mindestgröße 7 Spalten / 80 mm



Eckfeldanzeigen

- 2-seitig an Text anschließend
- Anzeigengröße ab 560 mm



Weitere gestaltete Anzeigen

L-Anzeigen

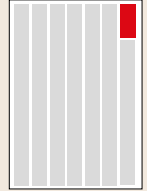
- im Text- und Anzeigenteil möglich



Weitere gestaltete Anzeigen

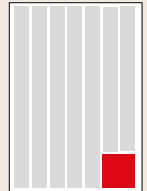
Titelkopf-Anzeige

- Platzierung oben rechts auf der Titelseite
- Festgröße
1 Spalte / 90 mm



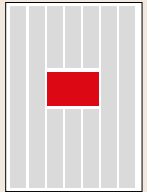
Titelfuß-Anzeige

- Platzierung unten rechts auf der Titelseite
- Festgröße
2 Spalten / 100 mm



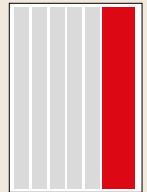
Inselanzeige

- Platzierung mittig auf der Kleinanzeigenseite



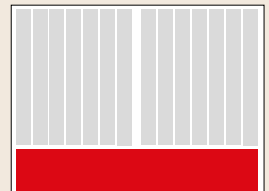
Blatthohe Anzeigen

- Mindestgröße
2 Spalten/488 mm



Panorama-Anzeigen

- im Text- und Anzeigenteil
- Mindestgröße
15 Spalten (672 mm breit) / 100 mm





Titelsticker		
Preis / 1.000 Exemplare	Standard, Medium, Large, Gutscheine	mehrseitiges Booklet
Grundpreis	121,-	139,-
Ortspreis	103,-	118,-

Alle Preise verstehen sich zuzüglich Mehrwertsteuer und Druck. Die Kosten der Produktion unterschiedlich gestalteter Titelsticker entnehmen Sie bitte unserer separaten Preisliste. Weitere Formate auf Anfrage.



Titelsticker
Vorder- und Rückseite bedruckbar



Titelsticker
mehrseitiges Booklet

Prospektbeilagen

Preis / 1.000 Exemplare	bis 20 g	bis 30 g	bis 40 g	bis 50 g
Grundpreis	111,-	120,-	133,-	148,-
Ortspreis	95,-	103,-	114,-	126,-

Agenturprovision 15 %. Allen aufgeführten Preisen ist die jeweilige Mehrwertsteuer zuzurechnen. Gesamtaufgabe (Druckaufgabe zuzüglich ePaper) bitte über die Beilagenposition erfragen.

Technische Angaben

Höchstformat	240 x 330 mm
Höchstgewicht	50 g (über 50 g auf Anfrage)
Belegungstage	werktätlich
Anlieferungstermine	kostenfreie Anlieferung, frühestens 6 Tage, spätestens 3 Tage vor Belegungs-termin Mo. - Fr. 7.00 - 15.00 Uhr, Beilagen sind palettiert (mit Lieferschein und Angabe der Stückzahl je Paket) anzuliefern
Anlieferungsadresse	Druckhaus Aschendorff/Westfälische Nachrichten An der Hansalinie 1, 48163 Münster
Letzter Rücktrittstermin	4 Wochen vor Erscheinen
Digitaler Prospekt	PDF-Datei des zu verteilenden Prospekts an prospekte@borkenerzeitung.de (Auflösung 96 dpi, Dokument mit identischen Seitenformaten, keine ausgeschossenen Seiten, nicht passwortgeschützt)

Prospektbeilagenposition

Ansprechpartner	Melanie Cluse
Telefon	02861 944-100
Fax	02861 944-109
Mail	prospekte@borkenerzeitung.de

Sonstige Angaben

Formate

Mindestformat DIN A6 (105 x 148 mm)

Maximalformat 240 x 330 mm

Die Fremdbeilagen müssen in ihrem Format gleich oder kleiner als das Zeitungsformat sein. Gegebenenfalls ist die Beilage zu falzen (Abb. 2 - 6). Beilagen, deren Ummantelung ein kleineres oder größeres Format haben als der Innenteil (Loseblattform, geheftet oder zweite Beilage), bedürfen der Abstimmung.

Flächengewichte

Einzelblätter

Format DIN A6 mindestens 170 g/m²,

Formate größer DIN A6 bis DIN A4 mindestens 120 g/m²,

Formate größer DIN A4 mindestens 60 g/m²,

Formate größer DIN A4 sind auf eine Größe im Bereich DIN A4 (210 x 297 mm) zu falzen.

Mehrseitige Beilagen Flächengewicht im jeweils möglichen Maximalformat

ab 4 bis 6 Seiten mindestens 60 g/m²

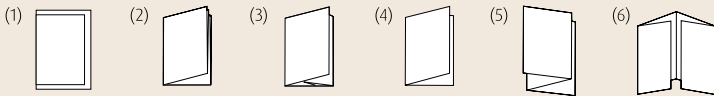
ab 8 Seiten mindestens 50 g/m².

Gewichte

Das Gewicht einer Beilage soll 70 g pro Exemplar nicht überschreiten. Liegt es darüber, ist eine Abstimmung erforderlich. Bei **Wochenendausgaben** werden mitunter niedrigere Höchstgewichte vorgegeben. Eine Abstimmung ist erforderlich. Das Gesamtgewicht aller Beilagen darf das Gewicht des Trägerobjektes nicht überschreiten (Presse Distribution Beilagen der Deutschen Post).

Falzarten

Gefaltete Beilagen müssen im Kreuz-, Wickel- oder Mittenfalz verarbeitet sein (Abb. 2 bis 4). Mehrseitige Beilagen mit Formaten größer als DIN A5 (148 x 210 mm) müssen den Falz an der langen Seite haben.



Beschnitt

Alle Beilagen müssen rechtwinklig und formatgleich geschnitten sein. Beilagen dürfen am Schnitt keine Verblockung durch stumpfe Messer oder Klebereste aufweisen.

Platzierung

Eine Platzierung ist an die speziellen Voraussetzungen des Objektes und an die technischen Möglichkeiten gebunden. Abstimmung erforderlich.

Standpositionen

Angeklebte Produkte (z.B. Postkarten) sind der Beilage grundsätzlich innen anzukleben. Sie müssen dabei bündig im Falz zum Kopf und Fuß der Beilage angeklebt werden. Postkarten müssen für besseren Halt im Strichleimungsverfahren angeklebt werden. Bei allen Beilagen mit außen angeklebten Produkten ist eine Abstimmung notwendig.

Drahrückstichheftung/Falzleimung

Die Draht-Rückenheftung sollte möglichst vermieden werden. Bei Verwendung muss die Drahtstärke der Rückenstärke der Beilage angemessen und darf keinesfalls kleiner sein. Die Klammerung muss ordentlich ausgeführt sein. Dünne Beilagen sollten grundsätzlich mit Rücken- oder Falzleimung hergestellt werden. Bei Verblockung durch Draht-Rückenheftung sind Mehrfachbelegungen nicht auszuschließen.

Hinweise zu Fremdbeilagen

Fremdbeilagen, die der Zeitung ähneln (Papier, Format, Layout), bedürfen der Abstimmung. Die jeweils aktuellen postalischen Bestimmungen sind zu berücksichtigen.

Zuschussmenge

Eine Zuschussmenge von mindestens 2% ist erforderlich.

Fehlbelegung

Fehlsteuerungen, Mehrfachbelegungen und Fehlbelegungen sind nicht völlig auszuschließen, branchenüblich sind circa 2%. Der Zustand und die Art der Beilage beeinflussen die Fehlerquote.

Probelauf

Von der Richtlinie abweichende Beilagen (z.B. Sonderformate, Warenproben, spezielle Falzarten (Zickzack- und Fensterfalz), besondere Bedruckstoffe) bedürfen der Abstimmung und gegebenenfalls eines Testlaufs (Abb. 5 und 6).

Verpackung und Anlieferung

Die angelieferten Beilagen müssen in Art und Form eine einwandfreie, sofortige maschinelle Verarbeitung gewährleisten. Eine zusätzlich notwendige manuelle Aufbereitung wird gegebenenfalls in Rechnung gestellt. Durch Druckfarbe zusammengeklebte, stark elektrostatisch aufgeladene oder feucht gewordene Beilagen können nicht verarbeitet werden oder führen zu Fehlbelegungen. Beilagen mit umgeknickten Ecken (Esels-ohren) bzw. Kanten, Quetschfalten oder mit verlagertem (rundem) Rücken sind ebenfalls nicht zu verarbeiten. Die unverschränkten, kantengeraden Lagen sollen eine Höhe von 10 bis 12 cm (mindestens 50 Exemplare) aufweisen, damit sie von Hand greifbar sind. Eine Vorsortierung wegen zu dünner Lagen darf nicht notwendig sein. Einzelne Lagen dürfen nicht verschnürt oder verpackt sein. Wenn bei nicht stapelfähigen Beilagen die Griffhöhe von ca. 10 bis 12 cm nicht erreicht werden kann, ist die zu praktizierende Alternative abzustimmen.

Palettierung

Die Beilagen müssen sauber auf stabilen Euro-Paletten gestapelt sein und dürfen eine maximale Ladehöhe

von 120 cm (einschließlich Schutzverpackung) nicht überschreiten. Beilagen sind gegen eventuelle Transportschäden (mechanische Beanspruchung) und gegen das Eindringen von Feuchtigkeit zu schützen. Um ein Aufsaugen von Feuchtigkeit zu vermeiden und die Lagen vor Schmutz zu schützen, ist der Palettenboden mit einem stabilen Karton abzudecken. Das Durchbiegen der Lagen ist durch einen stabilen Karton zwischen den Lagen zu vermeiden. Der Stapel erhält gleichzeitig mehr Festigkeit. Hohlräume sind zu vermeiden. Wird der Palettenstapel umreift oder schutzverpackt, dürfen die Kanten der Beilagen nicht beschädigt oder umgebogen werden. Zur Gewährleistung sind die Paletten an jeder Stirn- und Längsseite mit Palettenzetteln im DIN A4-Format mit folgenden Angaben auszuzeichnen: (a) Absender- und Empfängeranschrift, (b) Beilagentitel oder Artikelnummer/Motiv/Kundenname, (c) zu belegendes Objekt und zu belegende Ausgabe, (d) Exemplare pro Palette und Gewicht der Palette, (e) Paletten-Nummer durchnummeriert.

Lieferschein

Die Angaben auf dem Lieferschein müssen denen der Palettenzettel entsprechen. Der Lieferschein enthält das Gewicht, die Anzahl der Paletten, die Exemplarmengen der Teil- und Gesamtmenge, ein Feld zur Dokumentation des Palettentauschs, ein Feld für Vermerke sowie die korrekte Empfänger- und Absenderanschrift und Telefonnummer für eine Kontaktaufnahme. Bei Teillieferungen ist ab dem ersten Lieferschein für die folgenden Anlieferungen das jeweilige Datum und die Uhrzeit beim Empfänger auf dem Lieferschein anzugeben. Bei mehr als 3 Anlieferungen empfiehlt sich ein Versandplan über alle Teillieferungen.

Verpflichtung aus der Verpackungsordnung, Materialeinsatz

Die Verpackung ist auf das notwendige, zweckdienliche Minimum zu beschränken. Paletten und Deckelbretter sind im Mehrwegverfahren zu nutzen. Palettenbänder sollen aus PE sein, Metallbänder sind aus Unfallverhütungsgründen zu vermeiden. Kunststoffmaterialien müssen aus PE sein. Die Kartonagen müssen recyclingfähig sein. Als Verpackungsmaterial darf kein Verbundmaterial eingesetzt werden.

Rücknahmeverpflichtung und Entsorgungskosten

Der Lieferant von Beilagen ist zur Rücknahme der Transportverpackungen verpflichtet. Zu Transportverpackungen zählen insbesondere Paletten, Folien, Zwischen- und Abdecklagen sowie Palettenbänder. Die Rücklieferung der Transportverpackungen wird durch die Zeitungsdruckerei veranlasst oder es erfolgt die Mitnahme durch den Lieferanten anlässlich einer Folgelieferung bei der Zeitungsdruckerei. In beiden Fällen kann die sortenreine Erfassung von Verpackungsmaterialien oder eine entsprechende Nachsortierung vereinbart werden. Die Entsorgungskosten trägt der jeweils rücknahmepflichtige Lieferant. Alternativ kann auch eine Entsorgung durch die Zeitungsdruckerei vereinbart werden (gegen Erstattung der Entsorgungskosten). In diesem Fall werden die reinen marktüblichen Entsorgungskosten (ohne Transportkosten bis zur Annahmestelle) berechnet. Die Vereinbarung einer Entsorgungskostenpauschale ist zulässig. Die Benennung von „Dritten“ oder einer Annahme-/Sammelstelle, die im Auftrag des Lieferanten dessen Rücknahmeverpflichtung erfüllt, ist möglich.

Anlieferung

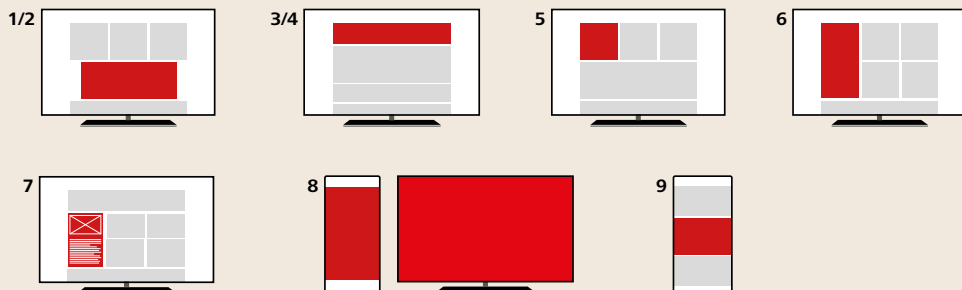
Die Anlieferung bei der Druckerei sollte frühestens 6 Werktage und muss spätestens 3 Werktage vor dem Erscheinungstermin erfolgen. Kosten, die durch nicht termingerechte oder örtlich falsche Anlieferung der Beilagen oder verspäteten Rücktritt entstehen, trägt der Auftraggeber. Die Anlieferung von bereits vorgewickelten Beilagen ist nur nach Abstimmung mit der verarbeitenden Druckerei möglich.

Sonstige Angaben

1. Die Durchführung des Auftrages ist von der rechtzeitigen Vorlage eines Musters abhängig. Wenn Beilagen für zwei oder mehr Firmen werben oder Fremdanzeigen enthalten, behält sich der Verlag die Ablehnung oder Höherberechnung des Auftrages vor.
2. Eine Alleinbelegung sowie Konkurrenzausschluss können nicht eingeräumt werden. Bei Vorlage mehrerer Beilagenaufträge für einen Tag können die Prospekte auch ineinandergesteckt der Zeitung beigefügt werden. Bei Beilagen über 50 g behält sich der Verlag ein Schieberecht vor.
3. Beilagen, die durch Format und Aufmachung bei dem Leser den Eindruck eines Bestandteiles der Zeitung erwecken, werden nicht angenommen. Beilagen, die entweder durch Format oder durch Aufmachung den Eindruck eines Bestandteiles des Anzeigenteiles erwecken, müssen auf halbes Höchstformat gefalzt angeliefert werden.
4. Beilagenaufträge werden mit der üblichen Sorgfalt erledigt. Für Beilagen an bestimmten Tagen leistet der Verlag jedoch keine Gewähr. Der Verlag haftet nicht bei Verlust auf dem Vertriebswege. Anspruch auf Minderung oder Schadenersatz entfällt, wenn mehrere Beilagen zusammenhaften und einem Zeitungsexemplar beigefügt werden.
5. Überschüssige Beilagen werden am Erscheinungstag vernichtet.
6. Bei nicht termingerechter Anlieferung sowie bei nicht fristgemäßem Rücktritt werden 35 % Ausfallgebühr der niedrigsten Gewichtsstufe berechnet.

BZ-Website, App und E-Paper

Werbeform	Preis / Zeit	Platzierung	Format in px Desktop / Mobil
1 Big Banner Start	99,- € / Tag	Website	1.000 x 250 px / 320 x 100 px
2 Big Banner Lokal	85,- € / Tag	Website	1.000 x 250 px / 320 x 100 px
3 Top Banner Start	85,- € / Tag	Website	1.242 x 100 px / 320 x 100 px
4 Top Banner Lokal	65,- € / Tag	Website	1.242 x 100 px / 320 x 100 px
5 Rectangle small	40,- € / Tag	Website	300 x 250 px
6 Rectangle big	50,- € / Tag	Website	300 x 600 px
7 Native Ad	350,- € / 7 Tage 550,- € / 14 Tage	Look & Feel eines redaktionellen Inhalts, auf den für die Kampagne relevanten Lokalseiten (Website)	ca. 320 Wörter + 1 Bild
8 Interstitial	699,- € / Tag	E-Paper (Website und App)	1.024 x 768 px / 768 x 1.024 px
9 Frontscreen	250,- € / Woche	BZ-App	930 x 150 px



Social Media Posts

Facebook und Instagram
Professionelles Foto aus Bilddatenbank (oder Ihr Foto) plus Begleittext (ca. 3 Zeilen empfohlen)
Posting auf BZ Facebook und BZ Instagram
Grafikerstellung im Social-Media-Design der BZ
249,- € (inkl. 25 € Budget für zusätzliche Reichweite)
299,- € (inkl. 75 € Budget für zusätzliche Reichweite)
349,- € (inkl. 100 € Budget für zusätzliche Reichweite)



**Ihre Printanzeige verlängert auf www.borkenerzeitung.de
Die volle regionale Reichweite für Ihre Angebote**

- + Sie wählen das Paket – wir liefern die Reichweite zu einem unschlagbaren Preis Leistungsverhältnis
- + Gestaltung eines animierten Online-Banners auf Basis Ihrer Print-Anzeige (Format: Rectangle small)
- + Platzierung Ihres Banners auf www.borkenerzeitung.de (Desktop + Mobil Run of Site)
- + Wir generieren für Sie eine ansprechende Landingpage mit weiteren Informationen sowie Kontaktmöglichkeiten
- + 7 Tage Laufzeit bei allen Paketen

Smart Ads S	Smart Ads M	Smart Ads L	Smart Ads XL
3.000 Ausspielungen 49,- €* 	5.000 Ausspielungen 89,- €* 	10.000 Ausspielungen 159,- €* 	20.000 Ausspielungen 289,- €*

*Der Ortspreis gilt nur für Kunden, die Ihren Firmensitz im Verbreitungsgebiet der Borkener Zeitung haben und ihren Auftrag nicht durch einen Werbemittler erteilen. Grundpreis auf Anfrage.

Sie liefern uns nur die Inhalte für Ihre **Printanzeige**.
Um den Rest kümmern wir uns



Daniel Thesing
Verkaufsleitung
02861 944-121
thesing@borkenerzeitung.de



Lisa Schlattmann
Stellvertretende Verkaufsleitung
02861 944-123
schlattmann@borkenerzeitung.de



Max Klein-Thebing
Medienberater
02861 944-128
klein-thebing@borkenerzeitung.de



Christian Schmitz
Medienberater
02861 944-122
schmitz@borkenerzeitung.de



Hendrik Looks
Medienberater
02861 944-125
looks@borkenerzeitung.de



Yannick Wieging
Medienberater
02861 944-147
y.wieging@borkenerzeitung.de



Melanie Cluse
Teamleitung Kundenservice
Beilagendisposition
02861 944-100
cluse@borkenerzeitung.de



Andrea Küper
Kundenservice
02861 944-110
anzeigenservice@borkenerzeitung.de



Tilo Kuhlmann
Backoffice
02861 944-126
backoffice@borkenerzeitung.de



Sophia Bockenfeld
Backoffice
02861 944-357
backoffice@borkenerzeitung.de

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Prospektbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften sowie Online-Anzeigen

1. Anwendungsbereich

Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) gelten für alle Werbeaufträge in Print- und Digitalpublikationen der J. Mergelsberg GmbH & Co. KG, vertreten durch die Geschäftsführer Stephan Schmidt und Katrin Scheimann, Bahnhofstraße 6, 46325 Borken (im Folgenden „der Verlag“, Vertragspartner des Werbungtreibenden/Inserenten).

Für die Vertragsbeziehung zwischen dem Verlag und dem Werbungtreibenden gelten ausschließlich diese AGB sowie etwaige individuelle Vereinbarungen. Die Anwendbarkeit von AGB des Werbungtreibenden ist ausgeschlossen, sofern die Parteien nicht ausdrücklich im Einzelfall etwas anderes vereinbart haben.

2. Vertragsgegenstand

2.1 Ein Werbeaufrag ist ein Vertrag über die Veröffentlichung eines oder mehrerer Werbemittel in einer Druckschrift oder im Internet sowie in Social Media des Verlages zum Zwecke der Verbreitung. Diese AGB gelten für den Werbeaufrag und alle Folgeaufträge, außerdem gilt die zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses gültige Preisliste des Verlages. Die in der Preisliste genannten Erscheinungstermine der Publikationen sind unverbindlich und können vom Verlag bei Bedarf kurzfristig dem Produktionsablauf angepasst werden.

2.2 Die AGB gelten auch für Beilagenaufträge. Der Verlag nimmt Beilagenaufträge grundsätzlich erst nach Vorlage eines Musters an.

3. Vertragsabschluss

3.1 Werbeaufträge können mit allen gängigen Kommunikationsmitteln (insb. telefonisch, schriftlich oder per E-Mail) aufgegeben werden. Der Verlag haftet nicht für Übermittlungsfehler.

3.2 Der Auftrag kommt zustande durch die Bestellung des Werbungtreibenden/Inserenten (Angebot) und die Annahmestätigung durch den Verlag in Textform oder durch Zusendung der Rechnung. Der Verlag entscheidet frei, ob er einen Werbeaufrag annimmt. Bei Buchung mehrerer Aufträge kann auch ein Einzelabruf nach sachgemäßem Ermessen abgelehnt werden.

3.3 Werbeaufträge werden nach ihrem tatsächlichen Inhalt rubriziert und vergütet, nicht nach einer etwaig vom Werbungtreibenden angegebenen abweichenden Rubrizierung.

3.4 Ein Werbeabschluss ist ein Vertrag über die Schaltung mehrerer Werbemittel unter Einbeziehung von Sonderkonditionen des Verlages, wobei die einzelnen verbindlichen Werbeaufträge erst durch den Abruf des Werbungtreibenden und die Bestätigung des Verlages in Textform zustande kommen. Ein Abruf ist die Aufforderung des Werbungtreibenden an den Verlag, auf Grundlage des Abschlusses ein bestimmtes Werbemittel zu veröffentlichen. Ein Werbeabschluss berechtigt zum Abruf der Einzelaufträge innerhalb eines Jahres. Die Abrechnung erfolgt jeweils für den Einzelauftrag. Gibt es am Ende der Laufzeit des Werbeabschlusses eine Minderabnahme gegenüber dem im Werbeabschluss vereinbarten Werbevolumen, werden die geschalteten Werbemittel nachträglich mit dem realen Volumen und der dafür gültigen Rabattstaffel abgerechnet und der Mehrbetrag nachträglich abgerechnet.

3.5 Ein Anspruch auf Veröffentlichung in einer bestimmten Ausgabe bzw. in einem bestimmten Ressort besteht nur, wenn dies ausdrücklich vereinbart wird. Sollte ein Werbemittel in einer bestellten Ausgabe oder einem bestellten Digitalressort nicht platziert werden können, ist der Verlag berechtigt, das Werbemittel zum gleichen Preis in der nächsterreichbaren Ausgabe oder in einer Ausgabe mit größerem Verbreitungsgebiet zu platzieren, wenn es nicht für die Bestellung einer bestimmten Ausgabe einen objektiven, dem Verlag mitgeteilten Grund gibt.

3.6 Bei Werbeaufträgen besteht kein Widerrufsrecht für Verbraucher. Nach § 312 g Abs. 2 Nr. 1 BGB ist der Widerruf bei Verträgen über Leistungen ausgeschlossen, die nicht vorgefertigt sind und für deren Herstellung eine individuelle Auswahl durch den Verbraucher maßgeblich ist oder die auf die persönlichen Bedürfnisse des Verbrauchers zugeschnitten sind.

3.7 Der Werbungtreibende ist berechtigt, die Veröffentlichung eines bereits erteilten Werbeauftrags in Textform abzusagen, sofern die entsprechende Publikation nicht bereits in Druck gegangen ist. Er hat allerdings das auf die Veröffentlichung des erteilten Werbeauftrags entfallende Entgelt trotzdem zu bezahlen.

4. Korrekturen

4.1 Korrekturabzüge von Werbemitteln werden nur bei ausdrücklicher Vereinbarung vom

Verlag geliefert. Korrekturen des Werbungtreibenden werden nur berücksichtigt, wenn sie bis spätestens eine Stunde vor Anzeigenschluss eingehen.

- 4.2 Sofern eine Korrektur gewünscht wird, die nicht auf einer Abweichung des Korrekturabzuges vom Auftrag beruht, ist der Verlag berechtigt, für die Korrektur eine zusätzliche Pauschale zu berechnen.
- 4.2 Sofern eine Korrektur gewünscht wird, die nicht auf einer Abweichung des Korrekturabzuges vom Auftrag beruht, ist der Verlag berechtigt, für die Korrektur eine zusätzliche Pauschale zu berechnen.
- 4.3 Ein Anspruch auf Rücksendung eingesendeter Vorlagen besteht nicht. Soweit nichts Abweichendes vereinbart wurde, ist der Verlag berechtigt, diese Vorlagen nach Durchführung des Auftrages zu vernichten.

5. Chiffre-Anzeigen

Zuschriften auf Chiffre-Anzeigen werden dem Inserenten per Post weitergeleitet. Der Verlag ist nicht dafür verantwortlich, wenn die Zuschriften bei der Post verloren gehen sollten.

6. Leistungsstörungen

- 6.1 Sollte eine digitale Veröffentlichung aufgrund einer digitalen Störung zum gebuchten Termin nicht möglich sein, ist der Werbungtreibende berechtigt, seine Werbemittelveröffentlichung zu einem mit dem Verlag abgestimmten Zeitpunkt kostenlos zu wiederholen.
- 6.2 Ist eine Veröffentlichung (print oder digital) aufgrund höherer Gewalt oder durch vom Verlag nicht verschuldeten Arbeitskampfmaßnahmen nicht möglich, wird der Verlag von seiner Leistungspflicht frei, es bestehen keine Schadensersatzansprüche des Werbungtreibenden.
- 6.3 Offensichtliche Mängel der Werbeveröffentlichung müssen innerhalb von zwei Wochen nach Rechnungseingang in Textform reklamiert werden, nicht offensichtliche Mängel innerhalb von einem Jahr ab Veröffentlichung. Danach sind Gewährleistungsansprüche ausgeschlossen.
- 6.4 Bei fehlerhafter Veröffentlichung eines Werbemittels trotz rechtzeitig eingereichter, fehlerfreier Druckunterlagen bzw. Digitaldateien und rechtzeitiger Reklamation kann der Werbungtreibende eine fehlerfreie Ersatzveröffentlichung verlangen, sofern dies nicht für den Verlag mit unverhältnismäßig hohen Kosten verbunden ist. Verweigert der Verlag

die Nacherfüllung, lässt er eine angemessene Nacherfüllungsfrist verstreichen oder schlägt die Nacherfüllung fehl, ist der Werbungtreibende berechtigt, die Vergütung angemessen zu mindern oder vom Vertrag zurückzutreten.

- 6.5 Gewährleistungsansprüche von Kaufleuten verjähren nach 12 Monaten, im Übrigen gelten die gesetzlichen Verjährungsfristen.

7. Haftungsbeschränkungen

- 7.1 Der Verlag haftet für vorsätzlich oder grob fahrlässig verursachte Schäden, für Schäden aus schuldhafter Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit sowie für Schäden aufgrund mindestens leicht fahrlässiger Verletzung einer Pflicht, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Werbeauftrags überhaupt erst ermöglicht, deren Verletzung die Erreichung des Vertragszwecks gefährdet und auf deren Einhaltung der Werbungtreibende regelmäßig vertraut. Die Schadensersatzpflicht ist – abgesehen von der Haftung für Vorsatz und schuldhafter Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit – auf den vorhersehbaren, typischerweise eintretenden Schaden begrenzt. Im Übrigen sind Schadensersatzansprüche gegen den Verlag unabhängig vom Rechtsgrund ausgeschlossen.
- 7.2 Soweit die Haftung des Verlages nach den vorstehenden Regelungen ausgeschlossen oder beschränkt ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung der Mitarbeiter, Vertreter und Erfüllungsgehilfen des Verlages.
- 7.3 Unberührt bleibt die Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz.
- 7.4 Schadensersatzansprüche gegen den Verlag verjähren, mit Ausnahme von Ansprüchen aus unerlaubter oder vorsätzlicher Handlung, in zwölf Monaten nach dem Zeitpunkt, in dem der Werbungtreibende von den den Anspruch begründenden Umständen Kenntnis erlangt hat oder hätte erlangen müssen. Beachtet der Werbungtreibende die Empfehlungen des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von digitalen Druckunterlagen nicht, stehen ihm keine Ansprüche wegen fehlerhafter Werbeveröffentlichung zu.
- 7.5 Der Werbungtreibende haftet dafür, dass übermittelte Daten frei von Viren sind. Dateien mit Viren kann der Verlag löschen, ohne dass der Kunde hieraus Ansprüche herleiten könnte. Der Verlag behält sich im Übrigen Ersatzansprüche für von Viren verursachte Schäden vor.

8. Rechte Dritter

Der Werbungtreibende ist allein dafür verantwortlich, dass der Inhalt seiner Werbemittel rechtlich zulässig ist und er alle für die Veröffentlichung notwendigen Zustimmungen und Rechte Dritter vor Erteilung des Werbeauftrages eingeholt hat. Er stellt den Verlag von Ansprüchen Dritter wegen Veröffentlichung des Werbemittels frei, einschließlich der angemessenen Kosten der Rechtsverteidigung. Der Verlag ist nicht verpflichtet, das Werbemittel auf seine Rechtmäßigkeit hin zu prüfen. Wird der Verlag wegen einer Werbeveröffentlichung auf Veröffentlichung einer Gegendarstellung in Anspruch genommen, so hat der Werbungtreibende die Kosten für diese Veröffentlichung nach der gültigen Preisliste des Verlages zu übernehmen.

9. Rechnungsstellung

- 9.1 Rechnungen für die Veröffentlichung von Werbemitteln werden innerhalb von 14 Tagen ab Rechnungsdatum fällig und zahlbar.
- 9.2 Der Verlag ist bei Zahlungsverzug berechnigt, die Ausführung weiterer Werbeaufträge (auch aus bereits erfolgten Werbeabschlüssen) auszusetzen, bis der Verzug beendet ist.
- 9.3 Eine Aufrechnung der Werbevergütung mit Gegenforderungen des Werbungtreibenden ist nur zulässig, wenn letztere rechtskräftig festgestellt oder unstreitig sind.

10. Sonstiges

- 10.1 Es gilt deutsches Recht unter Ausschluss des UN-Kaufrechts.
- 10.2 Erfüllungsort und soweit zulässig Gerichtsstand ist Borken.

Stand 28.02.2022

Hinweise für die digitale Übermittlung von Druckunterlagen für Anzeigen

Digitale Druckunterlagen für Anzeigen sind solche, welche per digitalen Datenträgern, direkt oder indirekt per Fernübertragung (z.B. FTP, E-Mail) an den Verlag papierlos übermittelt werden.

Unerwünschte Druckresultate (z.B. fehlende Schriften, falsche Rasterweite), die sich auf eine Abweichung des Auftraggebers von den Empfehlungen des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von Druckunterlagen zurückführen lassen (siehe „Technische Angaben“ und „Digitale Datenübermittlung“ in dieser Preisliste), führen nicht zu Gewährleistungsansprüchen, insbesondere zu keinem Preisminderungsanspruch.

Für die Übertragung von digital übermittelten Druckvorlagen bevorzugt der Verlag geschlossene Dateien mit inkludierten Schriften.

Bei der Übermittlung von mehreren zusammengehörenden Dateien hat der Auftraggeber dafür Sorge zu tragen, dass diese Dateien innerhalb eines gemeinsamen Verzeichnisses (Ordner, siehe „Digitale Datenübermittlung“ in dieser Preisliste) gesendet bzw. gespeichert werden.

Digital übermittelte Druckvorlagen für Farbanzeigen können nur mit einem für den Zeitungsdruck farbverbindlich erstellten Papierproof zuverlässig verarbeitet werden. Ohne Farbproof sind Farbabweichungen unvermeidbar. Der Auftraggeber kann hieraus keinerlei Gewährleistungsansprüche geltend machen, insbesondere keinen Preisminderungsanspruch.

Der Auftraggeber hat vor einer digitalen Übermittlung von Druckunterlagen dafür Sorge zu tragen, dass die zu übermittelnden Daten frei von eventuellen Computerviren sind. Entdeckt der Verlag auf einer ihm übermittelten Datei Computerviren, wird diese Datei sofort gelöscht, ohne dass der Auftraggeber hieraus Ansprüche geltend machen könnte. Der Verlag behält sich zudem vor, den Auftraggeber auf Schadensersatz in Anspruch zu nehmen, wenn durch solche, durch den Auftraggeber infiltrierte Computerviren dem Verlag Schäden entstehen.