

Medienübergreifend erfolgreich werben



Inhalt



Gedruckte Werbung

Unser Verbreitungsgebiet	4
Ausgaben & Preise	4
Beispielgrößen	5
Rabatte	5
Sonderpreise	6
Bildwortanzeigen	6
Sonderwerbeformen	8
Prospektanzeigen	9
QR-Codes	9
Teaser-Anzeigen	9
Beilagenwerbung	10
Sie wollen mehr?	12

Online-Werbung

Mehr Besucher auf Ihrer Website! . . .	14
Alle Formate im Überblick	14

Weiteres

Allgemeine Geschäftsbedingungen . .	15
Ihre Ansprechpartner	17

Sie haben noch Fragen?

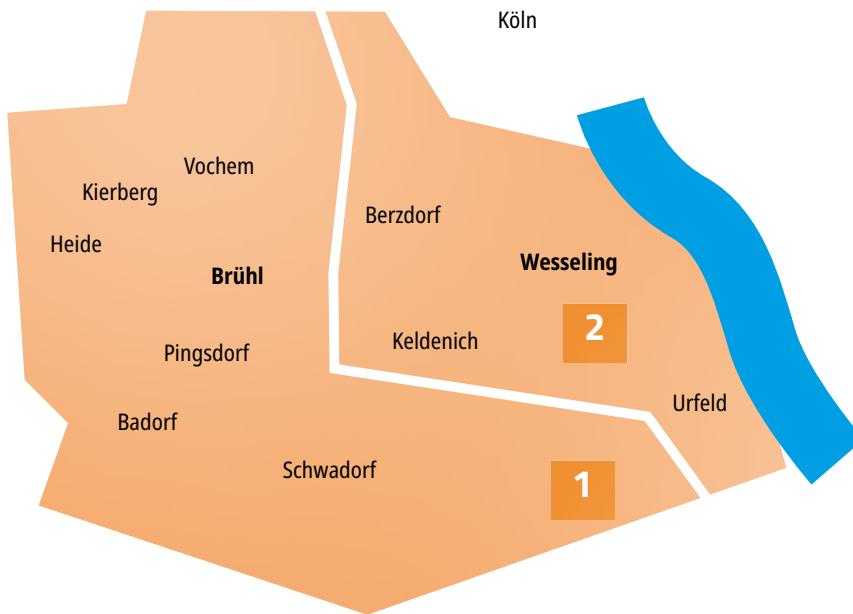




Unser Klassiker: Ihre Anzeigenwerbung!

Seit über 50 Jahren sind unsere Anzeigenblätter überall im Großraum Köln/Bonn bekannt und beliebt. In diesem hochwertigen redaktionellen Umfeld kommt Ihre Werbung besonders gut zur Geltung. Was Form, Farbe und Größe Ihrer Anzeige angeht, richten wir uns ganz nach Ihnen. Platzieren Sie Ihre Werbung genau dort, wo Ihre lokale Zielgruppe besonders aufmerksam liest.

Unser Verbreitungsgebiet: Hier kommt Ihre Werbung an!



Wofür stehen die Zahlen?

Die **1** steht für das Verbreitungsgebiet des Brühler Schlossboten, die **2** für den Werbekurier. In der Preistabelle auf der rechten Seite schlüsseln wir die einzelnen Teilausgaben und ihre Preise auf.



Wie errechnen sich Schwarz/Weiß-Preise?

Nehmen Sie ganz einfach die Höhe Ihrer Anzeige in mm mal der Anzahl der Spalten*. Diesen Wert multiplizieren Sie mit dem Preis Ihrer Wunschausgabe.

Beispiel: 50 mm Höhe × 2 Spalten × 1,23 € (Ausgabe Schlossbote) = 123,00 € (Nettopreis)

Ausgaben & Preise

Ausgabe	Grundpreis (in €)	Ortspreis (in €)	Verteilte Auflage**
MM-Anzeigen			
BSW - Schlossbote/Werbekurier (ZIS 301900)	1,91	1,63	42.639
1 BRÜ - Brühler Schlossbote (ZIS 301134)	1,44	1,23	24.587
2 WES - Werbekurier Wesseling (ZIS 300673)	0,95	0,81	18.052
Kombinationsanzeigen			
WESU - Kombi WES/ESU (ZIS 301969) <i>(Werbekurier Wesseling + Express die Woche, Ausgabe Kölner Süden)</i>	2,00	1,70	66.252
Kombi BSW/VOR (ZIS 313220) <i>(Gesamtausgabe + Schaufenster Ausgabe Vorgebirge)</i>	2,98	2,54	73.144
Kombinationen mit Schwester-Verlagen			
Schlossbote + Werbekurier + (ZIS 301894) Wochenende + Werbepost	4,37	3,73	221.277
Wochenende + Werbepost (ZIS 301896)	3,14	2,67	178.638
Wochenende + Schlossbote + Werbekurier (ZIS 301897)	2,98	2,54	119.833
Schlossbote + Werbekurier + Werbepost (ZIS 308528)	3,21	2,74	144.083

Bitte beachten Sie: Für die Rubrikanzeigen gelten abweichende Preise (siehe Seite 6).



Wieviel kosten farbige Anzeigen?

Eine Zusatzfarbe (z. B. Rot) wird mit 20% Zuschlag berechnet. Auf zwei Zusatzfarben (z. B. Rot und Blau) oder auf drei Zusatzfarben (=komplettes Zeitungsdruck-Farbspektrum) werden 45% Zuschlag berechnet.

Beispiel: 100 mm × 1,23 € (Ausgabe Schlossbote) × 45% = 55,35 € (Zuschlag für Farbe)

*Spaltenbreiten: 1 Spalte = 44,5 mm, 2 Spalten = 92 mm, 3 Spalten = 139,5 mm, 4 Spalten = 187 mm, 5 Spalten = 234,5 mm, 6 Spalten = 282 mm



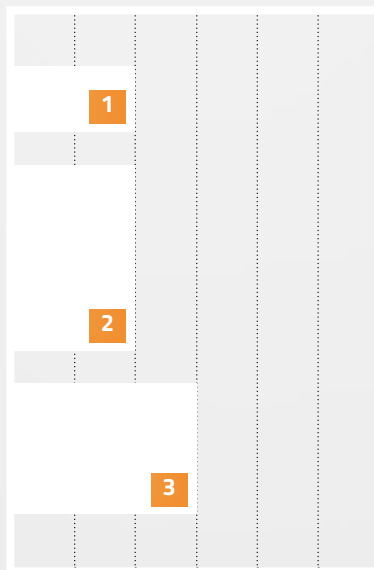
Ihre Anzeige auf der Titelseite?

Gerne berät Sie Ihr Mediaberater zu den verschiedenen Formaten für eine Platzierung auf unserer Titelseite. Alle Kontaktdaten finden Sie auf der letzten Seite.

Beispiel-
größen
auf Seite 5

Beispielgrößen

Hier einige Beispiele typischer Anzeigengrößen, proportional verkleinert.
Die Preise beziehen sich auf die Gesamtausgabe (Ortspreis).



1	2 Spalten (92 mm) × 50 mm Höhe	
	Schwarz/Weiß	163,00 €
	Schwarz/Weiß + 1 Zusatzfarbe	195,60 €
	komplett farbig (4c)	236,35 €
2	2 Spalten (92 mm) × 140 mm Höhe	
	Schwarz/Weiß	456,40 €
	Schwarz/Weiß + 1 Zusatzfarbe	547,68 €
	komplett farbig (4c)	661,78 €
3	3 Spalten (139,5 mm) × 100 mm Höhe	
	Schwarz/Weiß	489,00 €
	Schwarz/Weiß + 1 Zusatzfarbe	586,80 €
	komplett farbig (4c)	709,05 €

Rabatte*

Nachlässe auf die **Menge der Anzeigen**



ab 6 Anzeigen	5%
ab 12 Anzeigen	10%
ab 24 Anzeigen	15%
ab 48 Anzeigen	20%

Nachlässe auf die **Größe der Anzeigen**



Höhe in mm ×
Anzahl der Spalten =
Anzeigengröße in mm

ab 3.000 mm	5%
ab 5.000 mm	10%
ab 10.000 mm	15%
ab 20.000 mm	20%
bei Mehrabnahme nach Vereinbarung	



Sonderpreise

MM-Anzeigen im Rubrikenmarkt

Ausgabe	Grundpreis (in €)	Ortspreis (in €)	Verteilte Auflage**
Schlossbote/Werbekurier	2,11	1,79	42.639
Schlossbote/Werbekurier + Wochenende + Werbepost	4,82	4,10	221.277
Wochenende + Werbepost	3,46	2,94	178.638
Wochenende + Schlossbote/Werbekurier	3,28	2,79	119.833
Schlossbote/Werbekurier + Werbepost	3,54	3,01	144.083

Wortanzeigen im Rubrikenmarkt

Wortanzeigen nennen wir kleine Textanzeigen in unserer Rubrik **Marktplatz** – buchbar zu günstigen Konditionen:

Ausgabe	Grundpreis (in €)	Ortspreis (in €)	Verteilte Auflage**
Schlossbote/Werbekurier	1,78	1,51	42.639

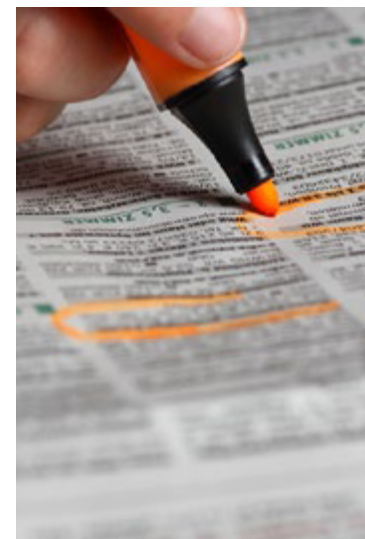
Berechnung erfolgt gewerblich pro Wort. Mindestberechnung: 10 Worte pro Anzeige (Anfangswörter in Fettdruck – mind. 1 Wort – sowie Wörter mit mehr als 15 Buchstaben zählen doppelt). Für die Erfassung über das Online-Formular auf unserer Homepage gewähren wir 5% Rabatt. Darüber hinaus werden keine weiteren Rabatte gewährt.

**Stand: II. Quartal 2025

Farbwortanzeigen/Bildwortanzeigen

Wortanzeigen Zuschlag	Farbwortanzeigen (in €)	Bildwortanzeigen (in €)
Schlossbote/Werbekurier	30,00	49,00

Auf die genannten Preise werden keine weiteren Rabatte gewährt.
Alle Preise in Euro zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer.



Auflagenzahlen einwandfrei belegt: Mit dem Qualitätssiegel der ADA.



Unser Verlag belegt seine Auflagenzahlen regelmäßig durch die Auflagenkontrolle der Anzeigenblätter (ADA). Diese überprüft, ob die von uns angegebenen Auflagen der Titel den Tatsachen entsprechen. Sowohl die gedruckte Auflage als auch die Trägerauflage werden kontrolliert.

Die ADA existiert seit 1985 und hat eine hohe Bedeutung für die Werbewirtschaft, da viele Anzeigenkunden bevorzugt oder ausschließlich in Wochenblättern werben, die ADA-geprüft sind. Die ADA-Titel werden im Rahmen der Media-Informationen, zusammen mit weiteren planungsrelevanten Daten, einmal im Jahr vom BVDA veröffentlicht. Die geprüften Verlage sind berechtigt, das ADA-Signet als Qualitätsmerkmal zu verwenden, um ihre Auflagenhöhe öffentlich und transparent zu dokumentieren.

1. Vorteil

Ein bekanntes und etabliertes Qualitätssiegel

Die ADA hat seit 1985 hohe Bedeutung für die Werbewirtschaft, da viele Anzeigenkunden ausschließlich oder bevorzugt in ADA-geprüften Wochenblättern werben.

2. Vorteil

Unabhängige Prüfung, regelmäßige Dokumentation

Der BVDA ist Träger der ADA, durchgeführt wird sie von zwei anerkannten Wirtschaftsprüfungsgesellschaften in Köln und München, die nach einheitlichen Richtlinien arbeiten und von Verband und Verlagen unabhängig sind.



Etablierter Branchenstandard seit
1985

Auflage der ADA-zertifizierten Verlage
64,5 Mio. Exemplare

Ideeller Träger der ADA
Bundesverband Deutscher Anzeigenblätter e. V.

Mehr Informationen im Internet
www.bvda.de/ada

Sonderwerbformen

Der Titelsticker

Ihr Titelsticker eignet sich perfekt, um Ihre Werbebotschaft auf den Punkt zu bringen. Auf dem selbstklebenden Etikett können Sie beispielsweise ein ganz neues Produkt präsentieren oder den Startschuss zu besonderen Aktionstagen geben. Ihre Kunden lösen den Titelsticker von der Zeitung ab und kleben ihn sich ins Portemonnaie oder auf den Kühlschrank – so bleibt er besonders lange im Blickfeld! Wird der Titelsticker – etwa in Form eines Gutscheins – bei Ihnen im Geschäft abgegeben, ist der Erfolg Ihrer Aktion direkt messbar. Pro Zeitung gibt es nur einen einzigen Titelsticker – mit diesem attraktiven Werbemittel erzielen Sie eine große Aufmerksamkeit.



Gegen einen Aufpreis sind beim Titelsticker auch individuelle Formen realisierbar.

Das Halfcover

Ihr prominenter Werbeauftritt als Premium-Platzierung - flächendeckend buchbar in unserem gesamten Verteilgebiet oder punktgenau in einzelnen Ausgaben. Das Halfcover ist eine 1/2-seitige Klappe vor der Titelseite mit Anzeigenraum „außen/Vorderseite“ und „innen/Innenseite“.

Anzeigenformat Anzeige Klappe außen/Vorderseite

	Höhe:	Breite:
Express die Woche	380 mm	150,0 mm
Bergisches Handelsblatt, Lokal-Anzeiger		
Schaufenster Bonn / Blickpunkt	425 mm	150,0 mm
Alle anderen Titel	380 mm	139,5 mm

Anzeigenformat Anzeige Klappe innen/Innenseite

	Höhe:	Breite:
Express die Woche	480 mm	150,0 mm
Bergisches Handelsblatt, Lokal-Anzeiger		
Schaufenster Bonn / Blickpunkt	480 mm	150,0 mm
Alle anderen Titel	430 mm	139,5 mm



Das Fullcover

Hier belegen Sie die Titelseite ohne den Bereich des Titelpfandes und die Seite 2 vollständig. Gerne unterbreiten wir Ihnen für diese besondere Werbemöglichkeit ein attraktives Angebot – sprechen Sie uns hierzu einfach an.

	außen/Vorderseite		innen/Innenseite	
	Höhe	Breite	Höhe	Breite
Express die Woche	380 mm	329,5 mm	480 mm	329,5 mm
Bergisches Handelsblatt, Lokal-Anzeiger				
Schaufenster Bonn / Blickpunkt	425 mm	329,5 mm	480 mm	329,5 mm
Alle anderen Titel	380 mm	282,0 mm	430 mm	282,0 mm

Titelsticker Ortspreis**

ab 12.500 Stück auf Anfrage*
ab 25.000 Stück 99,- Euro/1.000 Auflage*
ab 50.000 Stück 96,- Euro/1.000 Auflage*
ab 100.000 Stück 89,- Euro/1.000 Auflage*

Ausgabe Auflage Halfcover Ortspreis

Schlossbote	24.587	auf Anfrage
Werbekurier	18.052	auf Anfrage

*Mindestmenge 12.500 Stück

Weiteres

Mindestgröße	Für gestaltete Anzeigen 20 mm / 1spaltig (= 44,5 mm × 20 mm)
Sonderveröffentlichungen	Für Sonderveröffentlichungen können je nach Art und Erscheinungsweise besondere Anzeigenpreise und Anzeigenschlusstermine festgelegt werden.
Farbanzeigen	Sämtliche Farben werden aus der 4c-Skala hergestellt. Geringe Abweichungen zu dem gewünschten HKS-Farbtönen sind möglich und von Reklamationen ausgeschlossen. Farbpreise sind rabattfähig.
Chiffregebühr	Bei Abholung € 2,50; bei Zusendung € 6,00. Die Kennzifferanschrift wird mit fünf Worten berechnet (ohne Nachlass)
Platzierungs-vorschrift	Titelseite Brühler Schlossbote 50% Aufschlag, Titelseite Werbekurier 50% Aufschlag, sonstige 20% Aufschlag, nur im Rahmen der Möglichkeit und nur nach schriftlicher Bestätigung. Rubrizierte Anzeigen und Wortanzeigen sind nur in der Gesamtausgabe möglich.
Agenturprovision	15% vom Grundpreis
Satzspiegel	430 mm hoch x 282 mm breit
Spaltenbreite	44,5 mm x 6 Spalten 1 Spalte = 44,5 mm, 2 Spalten = 92 mm, 3 Spalten = 139,5 mm, 4 Spalten = 187 mm, 5 Spalten = 234,5 mm, 6 Spalten = 282 mm
1/1 Seite	430 mm x 6 Spalten = 2580 mm
Panoramaanzeige	430 mm x 13 Spalten
Erscheinungsweise	Wöchentlich zum Wochenende (Schieberecht bei Feiertagen)
Anzeigenschluss	Mittwoch, 13.00 Uhr (Kleinanzeigen-Portal 12.30 Uhr) Kombi- und Wortanzeigenschluss erfragen Sie bitte direkt beim Verlag. In Kalenderwochen mit Feiertagen sowie zu Ostern, Weihnachten und Silvester/Neujahr gelten frühere Schlusstermine, die Sie bitte aktuell beim Verlag erfragen.
Druckunterlagen	Druckfähiges PDF. Versand per E-Mail an den Verlag. Bitte fordern Sie unser Merkblatt zur digitalen Datenlieferung an.
Druckverfahren	Rollenoffset
Zahlungsbedingungen	Sofort nach Rechnungserhalt oder per SEPA-Lastschrift, jeweils ohne Abzug.
Papierrechnung	3,00 €
Papierseitenbeleg	3,00 €
Vollbeleg	5,00 €



Prospektanzeigen: Näher am Kunden

Sie möchten den Verbraucher effizient und werbewirksam ansprechen. Sie wissen einerseits die Vorteile der Beilagenwerbung zu schätzen, andererseits möchten Sie auf die Vorteile der Anzeigenwerbung nicht verzichten?

Dann ist die Prospektanzeige das richtige Angebot!

Prospektanzeigen, das sind 4- oder 8-seitige Anzeigen, die ähnlich einer Beilage gestaltet werden können. Sie werden aber nicht dem Anzeigenblatt beigelegt, sondern sind fester Bestandteil des gedruckten Produktes. Somit werden die Vorteile der Beilagenwerbung mit den Vorteilen der Anzeigenwerbung auf geradezu ideale Weise gekoppelt.

Preise auf Anfrage

QR-Codes: Online-Inhalte intuitiv erleben



Ein QR-Code macht Ihre Anzeige noch aussagekräftiger: einfach das Mobiltelefon davorhalten – und schon öffnet sich eine Website Ihrer Wahl!

Teaser-Anzeigen: Seien Sie ganz vorne mit dabei



Ein echter Blickfang: Ihre Teaser-Anzeige auf dem Titelblatt fällt unseren Lesern sofort ins Auge – dazu brauchen sie die Zeitung noch nicht einmal aufzuschlagen.

Preise



Wieviel kostet eine Teaser-Anzeige?

Die Teaser-Anzeige wird berechnet wie eine normale Anzeige – mit einer Größe von 92 mm (= 2 Spalten)×50 mm. Der Preis wird anschließend mit dem Faktor 5 multipliziert. Hinzu kommen vom Ursprungspreis 45% Farbzuschlag.

Das nehmen sich Ihre Kunden raus: Beilagenwerbung

Ihre Werbung können Sie als Beilage zu unseren Anzeigenblättern verteilen lassen. Wählen Sie dazu gezielt die Zustellbezirke in Ihrer Nachbarschaft aus – oder machen Sie auf einen Schlag alle erreichbaren Haushalte in unserem Verteilgebiet auf Ihr Geschäft aufmerksam. Wenn Sie möchten, dass unsere Zusteller ausschließlich Ihre Werbung verteilen, bieten wir Ihnen auch gerne eine Sonderverteilung an.



Beilagenpreise



	für die Kalenderwochen 05, 09, 13, 17, 22, 26, 31, 35, 39, 44, 48 und 52 gilt		ansonsten gilt	
	Grundpreis (in €)	Ortspreis (in €)	Grundpreis (in €)	Ortspreis (in €)
pro tausend bis 10 Gramm	86,47	73,50	77,06	65,50
pro tausend bis 20 Gramm	95,88	81,50	86,47	73,50
pro tausend bis 30 Gramm	105,29	89,50	95,88	81,50
pro tausend bis 40 Gramm	114,71	97,50	105,29	89,50
pro tausend bis 50 Gramm	124,12	105,50	114,71	97,50
über 50 Gramm nach Vereinbarung				

Weiteres

Höchstformat	21 x 30 cm
Mindestmenge	5.000 Stück
Mindest- Prospektgewicht	10 Gramm (bei geringeren Gewichten muss vorab geprüft werden, ob die Prospekte technisch verarbeitbar sind)
Anlieferung	Kostenfrei, 5 Tage vor Erscheinen
Versandanschrift	Weiss-Druck GmbH & Co.KG Hans-Georg-Weiss-Straße 7 · 52156 Monschau Tel.: 0 24 72 / 98 22 99 Mo-Do. von 6:00 – 16:00 Uhr Fr. von 6:00 – 15:00 Uhr

Sonstige Angaben

1. Die Belegungen von Einzelausgaben und Streuung auf einzelne Verteilerbezirke sind auf Anfrage möglich. Der Verlag kann eine Alleinverteilung und Sortimentsausschluss nicht zusichern.
2. Der Verlag behält sich die Ablehnung oder Höherberechnung des Auftrages vor, wenn Beilagen für zwei oder mehr Firmen werben.
3. Der Streuauftrag wird erst nach Vorlage eines für Satz, Text und Gestaltung verbindlichen Musters sowie dessen Billigung durch den Verlag ausgeführt. Vorlage beim Verlag spätestens 10 Tage vor Verteilung.
4. Letzter Rücktrittstermin ist 8 Tage vor Erscheinen. Bei kurzfristigen Rücktritten ist der Verlag berechtigt, 25% der Auftragssumme als Schadenersatz zu berechnen, ohne einen Schaden im Einzelnen nachweisen zu müssen.
5. Ein Anspruch auf Minderung oder Schadenersatz entfällt, wenn mehrere Prospektbeilagen zusammen haften und einem Zeitungsexemplar beigefügt werden, wenn Prospektbeilagen bei der Zustellung aus der Zeitung herausfallen oder deren Sauberkeit durch den Einlegevorgang leidet. Es wird daher empfohlen, ca. 1% der zu verteilenden Auflage als Reserve mehr anzuliefern.
6. Beilagen müssen so beschaffen sein, dass sie maschinell verarbeitet werden können. Können Beilagen nicht maschinell verarbeitet werden, werden Mehrkosten in Höhe von € 15/1.000 Exemplaren berechnet. Bei nicht einwandfreien gleichen Verpackungseinheiten oder beschädigt angelieferten Prospekten kann keine Gewähr für eine ordnungsgemäße Verteilung übernommen werden. Darüber hinaus behält sich der Verlag vor, die Kosten für das notwendige Bündeln von Prospekten weiter zu berechnen..
7. Werden Beilagen an das nicht in der Auftragsbestätigung angegebene Druckhaus geliefert, werden die für den Weitertransport entstehenden Mehrkosten berechnet.
8. Ein Streuverlust von nicht mehr als 10% gilt nicht als Mangel. Hochgerechnete Ergebnisse, auch von telefonisch durchgeführten Befragungen (z.B. von Marktforschungsinstituten), werden wie Hochrechnungen aus kleineren Auflagetiteln oder Gebieten nicht anerkannt. Der Auftraggeber muss der Auftragnehmerin ein Verschulden nachweisen.

Werbung, die ankommt: Geprüfte Zustellqualität mit dem GPZ-Siegel.

GPZ-Testergebnis 2024

Objekt	Befragung am	GPZ ₁	GPZ ₂	Genauigkeit	Oberer Wert
				+/-	
Anzeigenblätter (diverse Titel)	17.09.24	93,3%	94,3%	1,8%	96,1%



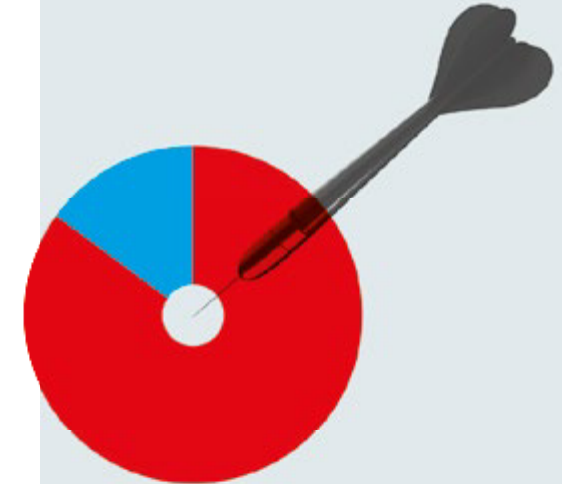
$$GPZ_1 = \frac{\text{ja}}{\text{ja} + \text{nein}}$$

$$GPZ_2 = \frac{\text{ja}}{\text{ja} + \text{nein} - \text{ZH}}$$

ZH = Zustellhemmnis

GPZ steht für „geprüfte Prospektzustellung“. Mit der GPZ-Zertifizierung stellen wir sicher, dass Ihre Werbung Ihre Zielgruppe auch wirklich erreicht. Wir belegen unsere Zustellqualität bei direkt verteilten und ins Anzeigenblatt eingelegten Prospekten – exakt gemessen, unabhängig geprüft und transparent dokumentiert.

Bei der GPZ-Zertifizierung wird die Qualität der Zustellung von direkt verteilten und ins Anzeigenblatt eingelegten Prospekten gemessen. Nach einem repräsentativen Verfahren wird die tatsächlich erbrachte Zustelleistung unseres Anzeigenblattverlages und seiner Zustellunternehmen überprüft. Fazit: Als lokale Vertriebsprofis kennen wir unsere Region wie kaum ein anderer.



1. Vorteil

Garantierte Zustellqualität

Als GPZ-Siegelträger wird uns bescheinigt, dass unser Verlag bei der Prüfmessung eine Zustellquote von mindestens 85 Prozent erreicht hat.

2. Vorteil

Unabhängige Prüfung

Anerkannte Prüfinstitute messen regelmäßig die Zustellqualität von direkt verteilten und ins Anzeigenblatt eingelegten Prospekten.

3. Vorteil

Einheitlicher Qualitätsstandard

Wir machen unsere Zustelleistung transparent und erfüllen so gegenüber unseren Werbekunden ein klares Qualitätsversprechen.

Etablierter Branchenstandard seit 2004

Auflage der GPZ-zertifizierten Verlage
Über 23 Mio. Haushalte in allen Nielsegebieten

Ideeller Träger des GPZ-Siegels
Bundeverband Deutscher Anzeigenblätter e. V.

Mehr Informationen im Internet
www.gpz-siegel.de

Sie wollen mehr?

Das Rheinland steht Ihnen offen!

Laden Sie, zusätzlich zu Ihrer lokalen Stammkundschaft, auch hunderttausende Besucher aus dem Umland ein, Ihren Service und Ihre Angebote kennenzulernen. In Kooperation mit unseren Partnerverlagen bieten wir dafür attraktive Kombipreise an.



für alle Auflagen gilt:
ADA-geprüft II/2025



Stand: II. Quartal 2025

Unsere Titel

- | | | |
|----|------------------------------------|---|
| 12 | BERGISCHES HANDELSBLATT | Stadt Bergisch Gladbach, Rösra-
th, Overath, Kürten, Odenthal
Auflage: 89.471 |
| 13 | BrühlerSchlossbote | Brühl · Auflage: 24.587 |
| 13 | WERBEKURIER | Wesseling, Bornheim-Widdig, Uedorf
Auflage: 18.052 |
| 15 | LOKALE INFORMATIONEN | Stadt Leverkusen, Opladen,
Leichlingen, Burscheid
Auflage: 95.306 |
| 16 | WOCHENENDE | Frechen, Hürth, Pulheim
Auflage: 77.194 |
| 17 | WERBEPOST | Bergheim, Bedburg, Elsdorf, Kerpen,
Erfstadt · Auflage: 101.444 |
| 19 | BLICKPUNKT | Euskirchen, Zül-
pich, Vettweiß,
Weilerswist, Mechernich, Nettersheim,
Bad Münstereifel · Auflage: 69.845 |
| 20 | ANZEIGEN-ECHO | Gummersbach, Bergneustadt,
Marienheide, Engelskirchen, Wiehl,
Reichshof, Lindlar, Wipperfürth
Auflage: 79.477 |
| 22 | LOKAL-ANZEIGER | Waldbröl, Nümbrecht, Morsbach,
Reichshof, Windeck
Auflage: 32.977 |
| 25 | SCHAUFENSTER
BLICKPUNKT | Stadt Bonn, Beuel, Bornheim, Alfter,
Swisttal, Meckenheim, Rheinbach,
Wachtberg, Bad Godesberg
Auflage: 207.322 |
| 27 | EXTRA-BLATT | Siegburg, Troisdorf, St. Augustin,
Hennef, Eitorf, Niederkassel, Lohmar,
Seelscheid, Much, Bad Honnef
Auflage: 181.990 |
| 81 | EXPRESS
Die Woche | Stadt Köln · Auflage: 497.353 |



Ein Blick – ein Klick: Ihre Werbung online

Ergänzen Sie Ihre Printanzeige durch Werbung auf unseren Internetseiten: So eröffnen Sie direkt den Dialog mit Ihren Kunden. Die Internetportale unserer 11 Verlage stehen zu Ihrer Auswahl – jedes davon mit ganz unterschiedlichen regionalen, lokalen und thematischen Schwerpunkten. Ein Klick auf Ihre Anzeige genügt – und schon können sich unsere Leser über Ihre Angebote informieren und direkt zu Ihnen Kontakt aufnehmen.

Mit im Schnitt 1,1 Mio. PIs im Monat ergänzt das Portal „rheinische-anzeigenblätter.de“ die lokalen Reichweiten der Anzeigenblätter perfekt.

Gerade sehr lokale Dienstleistungen, im heimischen Umfeld erreichbare Ladenlokale und Veranstaltungen liegen im Fokus unserer Leser.

Mit sublokalen News, ganz nah an den Lesern dran, bieten wir Ihren Werbekampagnen ein hochwertiges und emotionales Umfeld. Dabei behandeln wir Themen aus der Lokalpolitik, Vereinsleben, Sport und Nachrichten.

Unsere Kommunikationskonzepte und Werbemöglichkeiten sind dabei einfach und vielseitig, so dass wir sie individuell auf Sie zuschneiden können und immer das Passende für Sie parat haben.

Profitieren Sie von der Vernetzung all unserer Anzeigenblatt-Titel und bauen Sie einen regional relevanten Werbedruck auf.

Ihre Kampagne können wir unter Anderem über folgende Kanäle streuen: Print- und Onlinewerbung, Rubrikenmärkte, Serviceportale, Native Advertising, Mobile, Social Media, etc.



1 Superbanner
728 × 90 Pixel

3 Rectangle
bis 250 × 300 Pixel

5 Halfpage Ad
300 × 600 Pixel

2 Skyscraper
bis 250 × 600 Pixel

4 Billboard
940 × 210 Pixel

6 Wallpaper
Kombination aus Superbanner und Skyscraper

Preise Display-Werbung

Standard-Formate

Auslieferungen	max. Laufzeit	Ortspreis	Grundpreis
15.000	4 Wochen	195,00 €	229,41 €
30.000	8 Wochen	370,50 €	435,88 €
60.000	16 Wochen	702,00 €	825,88 €
100.000	24 Wochen	1.040,00 €	1.223,53 €

Basis TKP Rotation 13,00 € (Grundpreis: 15,29 €)
Bannererstellung 50,00 € (Grundpreis: 58,82 €)

Werbeformate **1 2 3**

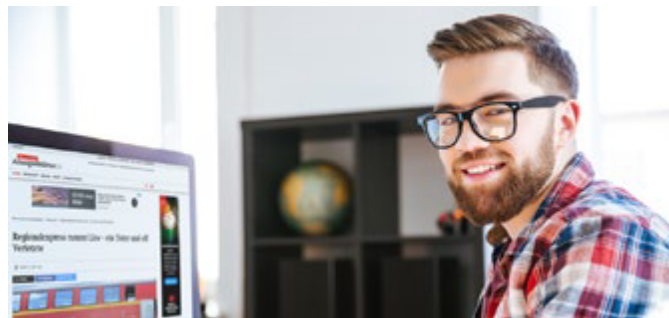
Premium-Formate

Auslieferungen	max. Laufzeit	Ortspreis	Grundpreis
15.000	4 Wochen	375,00 €	441,18 €
30.000	8 Wochen	712,50 €	838,24 €
60.000	16 Wochen	1.350,00 €	1.588,24 €
100.000	24 Wochen	2.000,00 €	2.352,94 €

Basis TKP Rotation 25,00 € (Grundpreis: 29,41 €)
Bannererstellung 50,00 € (Grundpreis: 58,82 €)

Werbeformate **4 5 6**

Branding Day
Ihr Premiumbanner
einen Tag festplatziert
auf allen Startseiten
nur 500,00 €
(Grundpreis:
588,24 €)



Es gibt
noch
mehr!

Noch nicht das richtige dabei? Wir haben weitere Möglichkeiten der Onlinewerbung für Sie! Fragen Sie einfach Ihren Berater.

Allgemeine Geschäftsbedingungen

Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften

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 Kalenderjahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.
3. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in 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.
5. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeter-Zeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
6. Aufträge für Anzeigen und Prospektbeilagen, 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.
7. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
8. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge - auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses - und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt. Der Verlag behält sich die Ablehnung oder Höherberechnung des Auftrages vor, wenn Prospekte Fremdanzeigen enthalten bzw. für zwei oder mehrere Firmen werben.
9. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder 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.
10. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Schadenersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind - auch bei telefonischer Auftragserteilung - ausgeschlossen; Schadenersatzansprüche

aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen 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 Anzeigenentgeltes beschränkt. Reklamationen müssen - außer bei nicht offensichtlichen Mängeln - innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

11. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.
12. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach der Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
13. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber vierzehn Tage nach Veröffentlichung der Anzeige elektronisch übermittelt. Auf Wunsch erhält der Kunde eine Rechnung in Papierform, die postalisch zugestellt wird. Hierfür berechnet der Verlag eine Bearbeitungsgebühr, deren Höhe sich aus dem jeweils gültigen Anzeigentarif ergibt. 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. Der Auftraggeber kann ein SEPABasis Mandat erteilen. Die Frist für die Vorabankündigung wird auf einen Tag verkürzt.
14. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Verzugszinsen 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 offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
15. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen digitalen Anzeigenbeleg, sofern die Rechnung digital zur Verfügung gestellt wird. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte oder Belegseiten der digitalen Rechnung beigelegt. Wünscht der Kunde ausdrücklich einen Papierbeleg (Anzeigenausschnitt, Seitenbeleg) oder gar einen Vollbeleg, berechnet der Verlag hierfür eine Bearbeitungsgebühr, deren Höhe sich aus dem jeweils gültigen Anzeigentarif ergibt. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
16. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
17. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigter Mangel, wenn sie
 - bei einer Auflage bis zu 50.000 Exemplare 20 v. H.
 - bei einer Auflage bis zu 100.000 Exemplare 15 v. H.
 - bei einer Auflage bis zu 500.000 Exemplare 10 v. H.
 - bei einer Auflage über 500.000 Exemplare 5 v. H.
 beträgt. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber vor dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.

AGB

18. Bei Chiffreanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmannes an. Ansprüche wegen Verlust oder Verzögerungen bei der Aushändigung sind ausgeschlossen. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Chiffreanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Chiffreanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Dem Verlag kann einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A4 (Gewicht bis 50 g) überschreiten, sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann dennoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt. Zuschriften auf Chiffreanzeigen werden nur bearbeitet, wenn der Absender von außen erkennbar ist. Der Verlag behält sich vor, bei Stückzahlen ab zehn Zuschriften von dem Absender eine Weiterleitungsgebühr auf der Basis des jeweils gültigen Posttarifs zu berechnen.
19. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.
20. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

- a) Die Werbungsmittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten.
- b) Für jede Ausgabe oder Ausgabenkombination ist ein besonderer Abschluss zu tätigen. Der Werbungtreibende hat rückwirkenden Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb eines Kalenderjahres entsprechenden Nachlass, wenn er zu Beginn des Kalenderjahres einen Auftrag abgeschlossen hat, der aufgrund der Preisliste zu einem Nachlass von vornherein berechtigt.
- c) Außertarifliche Nachlässe sind kundenseitig nicht mit weiteren Nachlässen kombinierbar.
- d) Konzernrabatt wird nur bei privatwirtschaftlich organisierten Zusammenschlüssen mit einer Beteiligung von mehr als 50% gewährt. Keine Anwendung findet er z. B. beim Zusammenschluss verschiedener selbstständiger hoheitlicher Organisationen oder bei Zusammenschlüssen, bei denen Körperschaften des Öffentlichen Rechts beteiligt sind.
- e) Der Verlag wendet bei Entgegennahme und Prüfung der Anzeigentexte die geschäftsübliche Sorgfalt an, haftet jedoch nicht, wenn er von den Auftraggebern irreführt oder getäuscht wird.
- f) Bei telefonisch aufgegebenen Anzeigen, Termin- oder Ausgabenänderungen, Textkorrekturen und Abbestellungen übernimmt der Verlag für Übermittlungsfehler keine Haftung. Ebenfalls haftet der Verlag nicht für Fehler auf Grund undeutlich geschriebener Aufträge.
- g) Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden dieselben erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Werbungstreibende bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche.
- h) Der Auftraggeber steht für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen ein; dem Auftraggeber obliegt es, den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen. Durch Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages 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. Dies gilt sinngemäß auch für Prospektbeilagen.
- i) Anzeigen und Prospektbeilagen von Handel, Handwerk und Gewerbe aus dem Verbreitungsgebiet werden zu den Preisen für Ortskunden berechnet. Bei Auftragserteilung über Werbungsmittler erfolgt die Annahme und Berechnung zu den jeweiligen Grundpreisen.
- j) Bei Änderungen der Anzeigen- und Prospektbeilagenpreise treten die neuen Bedingungen auch für laufende Aufträge sofort in Kraft.
- k) Im Fall höherer Gewalt oder bei Störung des Arbeitsfriedens erlischt jede Verpflichtung auf Erfüllung von Aufträgen und Leistung von Schadenersatz, sofern den Verlag nicht Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit trifft.
- l) Bei Wortanzeigen zählt jedes Wort/jeder Begriff selbstständig. Abkürzungen sind zulässig, sofern sie nicht willkürlich sind, sich ein Sinn ergibt, und die Abkürzungen grammatikalisch sowie orthographisch richtig sind. Der Verlag behält sich vor, Änderungen und Einschränkungen zu veranlassen.
- m) Bei Wort-, Familien- und privaten Gelegenheitsanzeigen besteht kein Anspruch auf Belegausschnitt.
- n) Bei nach Verlagsrichtlinien gestalteten standardisierten Anzeigen (rubrizierte Anzeigen bzw. Wortanzeigen) besteht kein Anspruch auf Probeabzüge.
- o) Die Mindesthöhe für Millimeteranzeigen beträgt 20 mm.
- p) Der Auftraggeber hat bei Wiederholungsanzeigen den richtigen Abdruck seiner Anzeigen sofort bei Erscheinen zu überprüfen. Der Verlag erkennt Zahlungsminderung oder Ersatzansprüche nicht an, wenn bei Wiederholungen der gleiche Fehler unterläuft, ohne dass nach der Veröffentlichung eine sofortige Richtigstellung seitens des Auftraggebers erfolgt ist. Sonstige Beanstandungen sind, sofern es sich um offensichtliche Mängel handelt, innerhalb vier Wochen nach Rechnungseingang zu erheben.
- q) Für Anzeigen, die im Rahmen von Verlagssonderveröffentlichungen (beispielsweise aus Anlass von Jubiläen, Eröffnungen, Ausstellungen, Umbauten oder sonstigen Anlässen) erscheinen, können vom Verlag abweichende Preise festgelegt werden.
- r) In Ergänzung der Ziffer 14 der „Allgemeinen Geschäftsbedingungen“ werden bei Zahlungsverzug oder Stundung Verzugszinsen erhoben, die 2 v. H. über dem jeweils gültigen Basiszinssatz gem. Artikel 1 § 1 des Euroeinführungsgesetzes (EuroEG) liegen.
- s) Vervielfältigte Druckunterlagen sowie montagefähige Papiervorlagen (z.B. Fotopapier) stehen dem Verlag mit Auftragserteilung zur freien Verfügung und unterliegen nicht der Aufbewahrungspflicht für Druckunterlagen.
- t) Wir weisen darauf hin, dass im Rahmen der Geschäftsbeziehungen die erforderlichen Kunden- und Lieferantendaten mit Hilfe der elektronischen Datenverarbeitung gespeichert werden. Sollte es sich um personenbezogene Daten handeln, werden diese nach aktuellen Datenschutzgesetzen behandelt.
- u) In Ergänzung zu Ziffer 18 werden Zuschriften auf Kennzifferanzeigen, außer Stellenangebote, nur dann weitergeleitet, wenn sie in Standardbrief- oder Postkartenform abgefasst sind.
- v) Orthographisch und grammatikalisch gilt in allen Anzeigentexten sowohl die alte als auch die neue Rechtschreibung. Mängelrügen bezüglich alter oder neuer Schreibweise sind ausgeschlossen.
- w) Der Verlag ist berechtigt, in der Zeitung erscheinende Anzeigen in den Online-Dienst des Verlages und ggf. seiner Online-Kooperationspartner einzustellen. Die Anzeigen werden automatisch für mindestens 7 Tage in den Online-Diensten veröffentlicht. Der Kunde stimmt hiermit ausdrücklich zu, dass alle zusätzlich zum Anzeigentext erfassten Angaben, auch online veröffentlicht und weiterverarbeitet werden dürfen. Dies dient dem Zweck der Optimierung und Auffindbarkeit seiner Anzeige, insbesondere in den Online-Portalen für Jobs und Immobilien der Rheinische Anzeigenblatt GmbH & Co. KG. Der Verlag ist berechtigt, hierfür einen Preisaufschlag zu berechnen. Bei Online-Veröffentlichungen von Traueranzeigen/Nachrufen gelten zusätzlich auch die Allgemeinen Geschäftsbedingungen des Online-Dienstes www.WirTrauern.de.
- x) Die Zuständigkeit des jeweiligen Amtsgerichtes ohne Rücksicht auf den Streitwert gilt als vereinbart.

Stand: 05-2022

Haben Sie noch Fragen?

Unser Team hilft Ihnen gerne!

Claudia Gerkum

Stadt Wesseling

Telefon +49 (22 34) 9 57 44 128 claudia.gerkum@wochenende-frechen.de

Peter Sucker

Stadt Brühl

Telefon +49 (22 34) 9 57 44 121 peter.sucker@werbe-post.de

VSW Verlag Schlossbote/Werbekurier GmbH & Co. KG
Uhlstraße 102 . 50321 Brühl

Telefon 0 22 32 – 9 45 20 – 0 . Telefax 0 22 32 – 9 45 20 – 80
info@schlossbote.de · www.schlossbote.de

Brühler Schlossbote

