WIR KÖNNEN ALLES – AUSSER LANGWEILIG!

Immobilienbrief Stuttgart – das Branchenmedium für die Metropolregion.



MEDIADATEN 2027

Foto: Stocks

mit Bannerwerbung

Immobilienbrief STUTTGART

METROPOL REGION
PF HN LB WN AA STUTTGART CW BB ES GP TÜ RT

Der Immobilienbrief

Der Immobilienbrief Stuttgart darf zu Informationszwecken kostenlos beliebig ausgedruckt, elektronisch verteilt und auf die eigene Homepage gestellt werden; bei einzelnen Artikeln oder Auszügen ist im letzten Fall stets die Quelle zu nennen, ebenso bei Verwendung in Pressespiegeln. Der Verlag behält sich das Recht vor, in Einzelfällen diese generelle Erlaubnis zu versagen. Eine Verlinkung auf die Homepages des Immobilienverlags Stuttgart sowie ein auch nur auszugsweiser Nachdruck oder eine andere gewerbliche Verwendung des Immobilienbrief Stuttgart bedarf der schriftlichen Genehmigung des Verlags.
Alle früheren Ausgaben des Immobilienbrief Stuttgart, die Mediadaten sowie grundsätzliche Informationen finden sich im **Internet unter www.immobilienbrief-stuttgart.de**. Gastbeiträge geben die Meinung des Autors und nicht unbedingt die der Redaktion wieder.

Der Verlag

Anfang 2024 nahm die Unterreiner Medien GmbH ihre Tätigkeit auf, geschäftsführende Gesellschafter sind der Immobilienjournalist Frank Peter Unterreiner und der Grafikdesigner Stefan Unterreiner. Unterreiner Medien gibt unter anderem den Immobilienbrief Stuttgart heraus und ist in dieser Funktion Rechtsnachfolger der im Dezember 2007 gegründeten Immobilienverlag Stuttgart GbR.

Die Macher

Frank Peter Unterreiner ist Herausgeber des Immobilienbrief Stuttgart und des Immobilienbrief München, der seit 2024 neu im Verlag Unterreiner Medien erscheint. Der Immobilienjournalist konzipierte 1996 die Immobilienbeilagen der Frankfurter Allgemeinen Zeitung und war bis 2012 für deren Redaktion verantwortlich. Er hält Vorträge, moderiert und schreibt Fachbücher. Unterreiner lehrt seit 1998 an der HfWU Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen; 2010 wurde ihm der Titel eines Senators E.h. verliehen. Er ist stellvertretender Vorstandsvorsitzender des Immpresseclubs, der Arbeitsgemeinschaft europäischer Immobilienjournalisten sowie unter anderem im Beirat des Verbands IWS Immobilienwirtschaft Stuttgart und der ADI Akademie der Immobilienwirtschaft.
Stefan Unterreiner ist als Verlagsgeschäftsführer und Grafikdesigner für das Anzeigengeschäft und Layout des Immobilienbrief Stuttgart sowie des Immobilienbrief München verantwortlich. Er ist seit 2003 selbstständig, sein Spezialgebiet ist die Produktion von Zeitschriften, Magazinen und Katalogen – auch automatisiert und mehrsprachig.

Die Zielgruppe

Der Immobilienbrief Stuttgart will alle erreichen, die im weitesten Sinne mit Immobilien zu tun haben. Das ist natürlich die Branche selbst, von den Architekten und Fachplanern über Makler, Berater und andere Dienstleister bis hin zu Bauträgern, Projektentwicklern, Investoren und Hochschullehrern. Weitere Zielgruppen sind beispielsweise die mit Immobilienaspekten befassten Mitarbeiter von Banken und öffentlichen Verwaltungen, die Expansionsleiter von Hotel- und Einzelhandelsketten sowie Unternehmen und Privatpersonen mit Immobilienbeständen.

Die Inhalte

Die einzelnen Immobilienmärkte und wichtige Projekte sind natürlich relevante Inhalte, ebenso berichtet der Immobilienbrief Stuttgart über wichtige Veranstaltungen, greift Branchen-Interna auf, stellt Marktteilnehmer vor und berichtet beispielsweise über die Arbeit der Wirtschaftsförderer und der involvierten politischen Institutionen. Gewerbliche Immobilien sind letztlich nur Hüllen für Prozesse. Um etwa eine Werbeagentur aus Hamburg, einen Maschinenfabrikanten aus Bielefeld oder einen Investor aus Frankfurt für die Metropolregion Stuttgart begeistern zu können, ist ein Blick über den immobilienwirtschaftlichen Tellerrand unerlässlich. Die Forschungs- und Wissenschaftslandschaft wird daher ebenso beleuchtet wie die Infrastruktur, die Tourismusregion oder schlicht die Frage: Wie lebt es sich im schwäbischen Kernland? Auch werden schwerpunktmäßig einzelne Städte aus der Metropolregion mit ihren Märkten und Projekten betrachtet.

Das Zielgebiet

Investoren wie ansiedlungswillige Unternehmen denken in Regionen. Daher deckt der Immobilienbrief Stuttgart bewusst nicht nur das Gebiet der heutigen Region Stuttgart ab, der Landeshauptstadt mit den fünf umgebenden Landkreisen. Das wäre zu wenig. Und ebenso bewusst ist es kein Immobilienbrief Baden-Württemberg – das wäre zu viel. Das Gebiet der Metropolregion Stuttgart erscheint hingegen ideal. Es erstreckt sich von Heilbronn bis Tübingen und Reutlingen, von Calw im Schwarzwald bis Göppingen und Aalen auf der Ostalb und bildet einen zusammenhängenden Wirtschaftsraum mit 4,3 Millionen Menschen. Bis es eine Metropolregion Stuttgart im real- und verwaltungspolitischen Sinne gibt, mag noch viel Zeit vergehen, doch die wirtschaftliche und gesellschaftliche Realität verlangt heute schon ein entsprechendes Denken und Handeln.

Der Verteiler

Der Immobilienbrief Stuttgart ist für die Empfänger kostenlos, aber hoffentlich nicht umsonst. Jeder kann ihn kostenlos ausdrucken, elektronisch verteilen oder auf die eigene Homepage stellen.
Die Finanzierung erfolgt über Anzeigen, wobei Anzeigen und Redaktion wie bei jedem seriösen Medium streng getrennt werden. Schließlich ist der Immobilienbrief Stuttgart kein Werbeblättchen, sondern hat inhaltliche Ziele!

Ein jeder kann sich in den Verteiler aufnehmen oder aus ihm streichen lassen. Senden Sie eine Mail an verteiler@immobilienbrief-stuttgart.de mit den Kontaktdaten der Personen, die in den Verteiler aufgenommen werden sollen. Bei größeren Personenzahlen bitten wir um eine Excel-Liste.
Der Verlag versichert, dass er die Adressen weder an Dritte weitergibt noch für andere Zwecke einsetzt. Benötigt werden nur Vorname, Name, Firma und E-Mail-Adresse.

Der direkte Verteiler liegt bei zirka 19.300 Adressen, er wird vom Verlag permanent gepflegt und erweitert. Der indirekte Verteiler liegt bei geschätzten 31.000 Adressen (Stand Oktober 2026).

Der Immobilienbrief Stuttgart wird bundesweit an die Zielgruppe verschickt, einige Exemplare gehen in das deutschsprachige Ausland und an Investoren weltweit.

Anzeigenformate

(Endformate)	im Beschnitt	im Satzspiegel
Ganze Seite	210 x 297 mm	190 x 277 mm
Halbe Seite	210 x 148 mm	190 x 133 mm
Drittelseite	210 x 100 mm	190 x 85 mm
Viertelseite	210 x 75 mm	190 x 60 mm

Weitere Anzeigenformate und Textfeldanzeigen nach Absprache.
Bitte bei Anzeigen im Beschnitt 3 mm Rundumbeschnitt einplanen.

Datenformate:

- PDF oder EPS (bei EPS Schriften in Pfade). Bitte beachten Sie, dass wir als Onlinemedium alle Bildelemente auf 100 dpi reduzieren.
- Offene Dokumente: Indesign (bis CC2025), mit Bildern und Schriften

Weitere Datenformate nach Absprache.

Anzeigenpreise

Rabattierungen für mehrere Anzeigen gelten für eine Belegung innerhalb von zwölf Monaten, unabhängig vom Kalenderjahr. Die Anzeigen können beliebig auf den Immobilienbrief Stuttgart und den Immobilienbrief München verteilt werden.

Belegung	22 Ausgaben	11 Ausgaben	1 Ausgabe
Ganze Seite	48.000 Euro	30.000 Euro	3.300 Euro
Halbe Seite	33.000 Euro	20.000 Euro	2.400 Euro
Drittelseite	24.000 Euro	15.000 Euro	1.650 Euro
Viertelseite	19.200 Euro	12.000 Euro	1.300 Euro

Alle Preise sind netto – siehe § 13 AGB

Unsere Sonderpakete 2027

5 Anzeigen, je halbe Seite	für 9.900 Euro
5 Anzeigen, je Drittelseite	für 6.900 Euro
5 Anzeigen, je Viertelseite	für 5.500 Euro

Alle Preise sind netto – siehe § 13 AGB

Buchungen und Anzeigenabgabe

Buchungsschluss und gleichzeitig Abgabeschluss der druckfertigen Anzeigen ist fünf Tage vor dem Erscheinungstermin oder nach Absprache.
Bitte per E-Mail senden an: anzeigen@immobilienbrief-stuttgart.de

Erscheinungstermine 2027

Der Immobilienbrief Stuttgart erscheint im Jahr 2027
22-mal zu folgenden Terminen:
12. Januar | 26. Januar | 09. Februar | 23. Februar
09. März | 23. März | 06. April | 20. April
04. Mai | 18. Mai | 01. Juni
06. Juli | 20. Juli | 03. August
07. September | 21. September | 05. Oktober | 19. Oktober
02. November | 16. November | 30. November | 14. Dezember

Bannerwerbung

Mit knapp 11 000 Besuchern im Monat und 26 000 Seitenaufrufen ist die Homepage des Immobilienbrief Stuttgart rege frequentiert – und dies wohl überwiegend von Immobilienprofessionals. Seit Sommer 2016 bieten wir daher Bannerwerbung auf unserer Homepage an, maximal vier Banner.

Ihr Banner erscheint auf allen Seiten unseres Webauftrittes im Wechsel (alle 5 Sekunden) mit maximal drei anderen Unternehmen.

Format

Unisize: 728 x 90 Pixel (IAB fullsize)

Das Banner kann maximal einmal pro Monat getauscht werden, ansonsten fallen Gebühren von 30 Euro netto pro weiterem Tausch an.

Preise Bannerwerbung

12 Monate: 4.200,– Euro
6 Monate: 2.600,– Euro
3 Monate: 1.500,– Euro

Alle Preise sind netto – siehe § 13 AGB

Die Preise sind pauschal. Es erfolgt keine Abrechnung nach CTR (Klickrate) oder anderen Statistiken.

Datenformate / Links:

- Bildformate: JPEG oder GIF
- Ad-Tags prinzipiell möglich, nach Prüfung
- Flash-Banner prinzipiell möglich, nicht zu empfehlen

Per E-Mail) an: anzeigen@immobilienbrief-stuttgart.de

Allgemeine Geschäftsbedingungen

Der Verkauf aller Inserate und sonstigen werblichen Inhalte erfolgt auf der Grundlage der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen unter Ausschluss entgegenstehender Geschäftsbedingungen des Auftraggebers.

1. Werbeauftrag

(1) „Werbeauftrag" im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag zwischen der Unterreiner Medien Gmbh (nachfolgend „Anbieter") und einem Werbetreibenden oder sonstigen Inserenten (nachfolgend „Auftraggeber") über die Schaltung einer Anzeige oder eines Werbemittels in Informations- und Kommunika-tionsdiensten oder im Internet, zum Zwecke der Verbreitung.

(2) Für den Werbeauftrag gelten ausschließlich die vorliegenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen sowie die Preisliste des Anbieters, die einen wesentlichen Vertragsbestandteil bildet. Die Gültigkeit etwaiger Allgemeiner Geschäftsbedingungen des Auftraggebers oder sonstiger Inserenten ist, soweit sie mit diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen nicht übereinstimmen, ausdrücklich ausgeschlossen.

2. Werbemittel

(1) Ein Werbemittel im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen kann zum Beispiel aus einem oder mehreren der nachfolgend genannten Elemente bestehen: aus einem Bild und/oder Text, aus Tonfolgen und/oder Bewegtbildern (u. a. Banner, Button), aus einer sensitiven Fläche, die bei Anklicken die Verbindung mittels einer vom Auftraggeber genannten Online-Adresse zu weiteren Daten herstellt, die im Bereich des Auftraggebers liegen (z. B. Link, Hyperlink).

(2) Werbemittel, die aufgrund ihrer Gestaltung oder des Werbeumfeldes nach Einschätzung des Anbieters nicht als solche erkennbar sind, werden vom Anbieter als Werbung deutlich kenntlich gemacht, ohne dass dies einer Genehmigung des Auftraggebers bedarf. Der Anbieter ist bei der inhaltlichen Gestaltung des Umfeldes des Werbemittels grundsätzlich frei, soweit vertraglich nicht etwas anderes schriftlich vereinbart wurde.

(3) Der Auftraggeber hat sicherzustellen, dass über die Werbemittel nicht auf irgendwelche Daten oder andere Websites zugegriffen werden kann, die gegen geltendes Recht oder gegen Rechte Dritter verstoßen und insbesondere keine sittlich anstößigen (insbesondere rassistischen, pornografischen, gewaltverherrlichenden, beleidigenden oder obszönen) Inhalte aufweisen. Sollte dies der Fall sein, so gelten die Punkte 9 und 10 dieser AGB entsprechend.

3. Vertragsschluss

(1) Vorbehaltlich entgegenstehender individueller Vereinbarungen kommt der Vertrag grundsätzlich durch schriftliche oder durch E-Mail erfolgende Bestätigung des Auftrags durch den Anbieter zustande. Auch bei mündlichen oder fernmündlichen Bestätigungen liegen die Allgemeinen Geschäftsbedingungen zugrunde.

(2) Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag im Zweifel mit der Werbeagentur zustande, vorbehaltlich anderer schriftlicher Vereinbarungen. Soll ein Werbetreibender Auftraggeber werden, muss er von der Werbeagentur namentlich benannt werden. Der Anbieter ist berechtigt, von den Werbeagenturen einen Mandatsnachweis zu verlangen.

(3) Werbung für Waren oder Leistungen von mehr als einem Werbetreibenden oder sonstigen Inserenten innerhalb eines Werbeauftritts (z. B. Banner-, Pop-up-Werbung etc.) bedarf einer zusätzlichen schriftlichen oder durch E-Mail geschlossenen Vereinbarung.

4. Abwicklungsfrist

Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht des Auftraggebers zum Abruf einzelner Werbemittel eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres ab Vertragsabschluss abzuwickeln.

5. Auftragserweiterung

Der Anbieter erbringt ausschließlich die im jeweiligen Werbeauftrag aufgeführten und vereinbarten Leistungen. Der Auftraggeber ist jedoch berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Punkt 4 genannten Frist unter dem Vorbehalt vorhandener Kapazität auch über die im Auftrag genannte Menge hinaus weitere Werbemittel, gegen gesonderte Vergütung, abzurufen. Eine solche Auftragserweiterung bedarf der schriftlichen Vereinbarung.

6. Nachlasserstattung

(1) Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Anbieter nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschiedsbetrag zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Anbieter zu erstatten.

7. Datenanlieferung

(1) Der Auftraggeber ist verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder den technischen Vorgaben des Anbieters entsprechende Werbemittel rechtzeitig und vollständig vor Schaltungsbeginn anzuliefern sowie sicherzustellen, dass durch die Werbemittel keine Gefahren ausgehen, etwa durch Viren oder sonstige technische Probleme. Sollten dem Anbieter aus der Verwendung der vom Auftraggeber überlassenen Werbemittel Schäden entstehen, hat der Auftraggeber für diese einzutreten.

(2) Die Pflicht des Anbieters zur Aufbewahrung des Werbemittels endet sechs Monate nach seiner letztmaligen Verbreitung.

(3) Kosten des Anbieters für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen des Werbemittels hat der Auftraggeber zu tragen. Ab dem im Angebot angegebenen Anlieferungstermin sind Änderungen von Größen, Formaten, Ausstattungen und Platzierungen nur nach Absprache möglich. Der Auftraggeber trägt die Gefahr der Übermittlung

des zur Veröffentlichung bestimmten Materials, insbesondere die Gefahr für den Verlust von Daten.

(4) Datenträger oder sonstige Unterlagen des Auftraggebers werden ihm nur auf sein Verlangen und auf seine Kosten zurückgesandt. Die Gefahr hierfür trägt der Auftraggeber.

8. Ablehnungsbefugnis

(1) Der Anbieter behält sich vor, Werbeaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – abzulehnen bzw. zu sperren, insbesondere wenn nach seiner Auffassung deren Inhalt gegen geltendes Recht oder behördliche Bestimmungen verstößt, Rechte Dritter verletzt werden oder deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder deren Veröffentlichung für den Anbieter wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist. In diesen Fällen wird der Anbieter den Auftraggeber unverzüglich darüber informieren, dass er das Werbemittel nicht veröffentlichen bzw. sperren wird. Ansprüche jeglicher Art des Auftraggebers gegen den Anbieter sind in diesem Zusammenhang ausgeschlossen.

(2) Insbesondere kann der Anbieter ein bereits veröffentlichtes Werbemittel zurückziehen, wenn der Auftraggeber nachträglich Änderungen der Inhalte des Werbemittels selbst vornimmt oder die Daten nachträglich verändert werden, auf die durch einen Link verwiesen wird, und hierdurch die Voraussetzungen des Absatzes 1 erfüllt werden. Absatz 1 Satz 2 gilt entsprechend.

(3) Der Anbieter ist berechtigt, die Veröffentlichung eines Werbemittels von einer vorherigen schriftlichen Zusicherung des Auftraggebers über die rechtliche Zulässigkeit der Werbung bzw. von der Abgabe einer Freistellungserklärung durch den Auftraggeber abhängig zu machen und/oder die Dateien auf Kosten des Auftraggebers von einer sachverständigen Stelle auf rechtliche Zulässigkeit prüfen zu lassen.

(4) Eine Prüfpflicht des Anbieters bezüglich der Rechtmäßigkeit des Werbemittels besteht jedoch nicht.

9. Rechtegewährleistung des Auftraggebers

(1) Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt, keine Rechte Dritter (insbesondere gewerbliche Schutzrechte, Urheberrechte, Persönlichkeitsrechte etc.) oder sonstigen gesetzlichen Bestimmungen verletzt und die Werbemittel keine sittlich anstößigen Inhalte (vgl. Punkt 2 Absatz 3) aufweisen. Der Auftraggeber stellt den Anbieter im Rahmen des Werbeauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung entsprechender gesetzlicher Bestimmungen oder der Rechte Dritter geltend gemacht werden. Ferner wird der Anbieter von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Anbieter nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen.

(2) Absatz 1 gilt bei Einleitung eines strafrechtlichen oder behördlichen Verfahrens gegen den Anbieter aufgrund eines Werbemittels entsprechend.

(3) Der Auftraggeber überträgt dem Anbieter sämtliche für die Nutzung des Werbemittels in Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, öffentlichen Zugänglichmachung, Übertragung, Sendung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang.

Die in Absatz 3 genannten Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen und berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannter technischenr Verfahren sowie aller bekannter Formen der Online-Medien.

10. Gewährleistung des Anbieters

(1) Der Anbieter gewährleistet im Rahmen der vorhersehbaren Anforderungen eine dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe des Werbemittels.

(2) Bei ungenügender Wiedergabequalität des Werbemittels hat der Auftraggeber Anspruch auf eine einwandfreie Ersatzwerbung, jedoch nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Bei Fehlschlagen, Unzumutbarkeit oder Unmöglichkeit der Ersatzwerbung hat der Auftraggeber nach Maßgabe der gesetzlichen Bestimmungen ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrags.

(3) Sind etwaige Mängel bei den Werbungsunterlagen nicht offenkundig, so hat der Auftraggeber bei ungenügender Darstellung/Wiedergabe keine Ansprüche, soweit die ungenügende Darstellung/Wiedergabe hierauf beruht. Das Gleiche gilt bei Fehlern in wiederholten Werbeschaltungen, wenn der Auftraggeber nicht vor Veröffentlichung der nächstfolgenden Werbeschaltung auf den Fehler hinweist. Der Auftraggeber hat das in Auftrag gegebene Werbemittel unverzüglich nach seiner ersten Schaltung zu prüfen und einen eventuellen Mangel, der sich zeigt, unverzüglich schriftlich gegenüber dem Anbieter anzuzeigen. Bei fehlender Mangelanzeige gilt die Ausführung des Auftrages als genehmigt. Bei rechtzeitiger Mangelanzeige beschränkt sich die Haftung des Anbieters auf Nacherfüllung in Form der Nachbesserung bzw. Ersatzveröffentlichung. Im Falle des Fehlschlagens bzw. der Unmöglichkeit der Nacherfüllung kann der Auftraggeber die Herabsetzung der Vergütung oder die Rückgängigmachung des Vertrages verlangen.

11. Leistungsstörungen

Fällt die Durchführung eines Auftrags aus Gründen aus, die der Anbieter nicht zu vertreten hat (etwa softwarebedingt oder aus anderen technischen Gründen), insbesondere wegen Rechnerausfalls, höherer Gewalt, Streik, aufgrund gesetzlicher Bestimmungen, Störungen aus dem Verantwortungsbereich von Dritten (z. B. anderen Providern), Netzbetreibern oder Leistungsanbietern oder aus vergleichbaren Gründen, so wird die Durchführung des Auftrags nach Möglichkeit nachgeholt. Bei Nachholung in angemessener und für den Auftraggeber zumutbarer Zeit nach Beseitigung der Störung bleibt der Vergütungsanspruch des Anbieters

bestehen. Falls der Auftrag nicht innerhalb angemessener und zumutbarer Zeit nachgeholt werden kann, hat der Auftraggeber Anspruch auf Rückzahlung der von ihm insoweit entrichteten Vergütung. Weitere Ansprüche des Auftraggebers sind ausgeschlossen.

12. Haftung

Eine Haftung des Anbieters auf Schadens- oder Aufwendungsersatz – gleich aus welchem Rechtsgrund – besteht nur, wenn der Schaden bzw. die Aufwendungen auf Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit des Anbieters zurückzuführen sind oder durch schuldhafte Verletzung einer verkehrswesentlichen Pflicht (Kardinalpflicht) in einer das Erreichen des Vertragszwecks gefährdenden Weise vom Anbieter verursacht wurden. Haftet der Anbieter nach den vorstehenden Grundsätzen dem Grunde nach, ohne dass Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit vorliegt, so ist die Haftung des Anbieters der Höhe nach auf den typischen Schadens- bzw. Aufwendungsumfang, der zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses vernünftigerweise voraussehbar war, und auf das für die betreffende Anzeige zu zahlende Entgelt begrenzt. Die vorstehenden Haftungsbeschränkungen bzw. -ausschlüsse gelten nicht bei schuldhafter Verletzung von Leben, Körper und Gesundheit, für Haftungsansprüche nach dem Produkthaftungsgesetz sowie im Falle einer vertraglich vereinbarten verschuldensunabhängigen Einstandspflicht. Soweit die Haftung des Anbieters nach den vorstehenden Regelungen ausgeschlossen oder beschränkt ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung ihrer Organe, Arbeitnehmer, Vertreter und Erfüllungsgehilfen.

13. Preisliste

(1) Es gilt die im Zeitpunkt der Auftragserteilung aktuell veröffentlichte Preisliste. Für vom Anbieter bestätigte Aufträge sind Preisänderungen allerdings nur wirksam, wenn sie vom Anbieter mindestens einen Monat vor Veröffentlichung des Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden.

(2) Eventuelle Nachlässe bestimmen sich nach der jeweils gültigen Preisliste. Grundsätzlich sind aber keine Agenturrabatte vorgesehen. Werbeagenturen und sonstige Werbemittler sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbetreibenden an die Preislisten des Anbieters zu halten.

(3) Wird der Auftrag durch den Auftraggeber nicht innerhalb der vereinbarten Laufzeit erfüllt, d. h., ruft der Auftraggeber die Werbung nicht innerhalb der Laufzeit ab oder gerät er mit der Zahlung der Rechnungen in Verzug, erfolgt eine Rückbelastung entsprechend den im Tarif festgelegten Rabattstufen.

14. Zahlungsverzug

(1) Zahlungsansprüche des Anbieters sind zahlbar spätestens 14 Tage nach Rechnungszugang. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden gegenüber Privatkunden Zinsen in Höhe von 5 % über dem Basiszinssatz bzw. im Geschäftsverkehr 8 % über dem Basiszinssatz berechnet. Der Anbieter kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Zahlung zurückstellen und für die restliche Schaltung Vorauszahlung verlangen.

(2) Objektiv begründete Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers berechtigen den Anbieter, auch während der Laufzeit des Vertrages das Erscheinen weiterer Werbemittel ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

15. Kündigung

Kündigungen von Werbeaufträgen müssen schriftlich oder per E-Mail erfolgen.

16. Datenschutz

Der Werbeauftrag wird unter Berücksichtigung der geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen abgewickelt. Bestandsdaten werden nur zur Ausführung und Abwicklung des Auftrages gespeichert und verwendet und ggf. an beteiligte Kooperationspartner/Erfüllungsgehilfen weitergegeben. Ansonsten erfolgt eine Weitergabe, Verarbeitung und Nutzung der Bestandsdaten nur, sofern der Auftraggeber einwilligt oder dies datenschutzrechtliche Vorschriften oder ein anderes Gesetz zulässt.

17. Erfüllungsort/Gerichtsstand/sonstige Regelungen

(1) Erfüllungsort für sämtliche Leistungen nach dem Werbeauftrag ist der Sitz des Anbieters.

(2) Gerichtsstand für sämtliche Streitigkeiten aus dem Werbeauftrag im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlichrechtlichem Sondervermögen ist der Sitz des Anbieters. 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, gilt als Gerichtsstand der Sitz des Anbieters als vereinbart.

(3) Der Werbeauftrag und diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen unterliegen ausschließlich deutschem Recht.

(4) Ergänzungen und/oder Abänderungen des Werbeauftrages oder dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen bedürfen der Schriftform. Dies gilt gleichermaßen für die Aufhebung des Schriftformerfordernisses selbst.

(5) Sollten eine oder mehrere Bestimmungen des Werbeauftrages oder dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen unwirksam sein oder werden, so wird dadurch die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen nicht berührt. Die unwirksame(n) Bestimmung(en) werden vielmehr im Wege der ergänzenden Vertragsauslegung durch eine solche Regelung ersetzt, die dem von den Vertragsparteien mit der/den unwirksamen Bestimmung(en) erkennbar verfolgten wirtschaftlichen Zweck möglichst nahekommt. Entsprechendes gilt für die Ausfüllung etwaiger Regelungslücken.

Stand: 01. Januar 2025

Immobilienbrief STUTTGART

Immobilienbrief Stuttgart
Herausgeber: Frank Peter Unterreiner
fpu@unterreiner-medien.de
Verlagsleitung: Stefan Unterreiner
su@unterreiner-medien.de

www.immobilienbrief-stuttgart.de

UNTERREINER MEDIEN

Unterreiner Medien GmbH
Urbanstraße 133 · 73730 Esslingen
Telefon +49 (0)711 / 3510 910
HRB 792409 · Amtsgericht Stuttgart

info@unterreiner-medien.de
www.unterreiner-medien.de