

# wirtschaft

SÜDWESTSACHSEN

Die Mitgliederzeitung der IHK Chemnitz



## Mediadaten 2026

gültig ab 01.01.2026

# wirtschaft

SÜDWESTSACHSEN

**Herausgeber**

Industrie- und Handelskammer Chemnitz

**Herstellung**

Chemnitzer Verlag und Druck GmbH & Co. KG  
Brückenstraße 15 · 09111 Chemnitz  
Tel. 0371 656-0  
Geschäftsführung: Dr. Daniel Daum  
[www.freiepresse.de](http://www.freiepresse.de)

**Redaktion**

Ramona Nagel (verantwortliche Redakteurin)  
✉ 0371 6900-1110  
✉ [ramona.nagel@chemnitz.ihk.de](mailto:ramona.nagel@chemnitz.ihk.de)

Marion Fiedler  
✉ 0371 6900 1112  
✉ [marion.fiedler@chemnitz.ihk.de](mailto:marion.fiedler@chemnitz.ihk.de)

**Ansprechpartner**

Alexander Rauscher-Arnold  
Brückenstraße 15, 09111 Chemnitz  
✉ 0371 656-10700  
✉ [anzeigenleitung@freiepresse-mediengruppe.de](mailto:anzeigenleitung@freiepresse-mediengruppe.de)

**Koordination**

Madeline Kain  
✉ 0371 656-10717  
✉ [marktmediaservice@freiepresse-mediengruppe.de](mailto:marktmediaservice@freiepresse-mediengruppe.de)



## Verlagsangaben

Oktober I 2025

www.ihk.de/chemnitz

# wirtschaft

SÜDWESTSACHSEN

Geschäftschancen  
in unsicheren Zeiten

11 Halbjahresbilanz  
des verarbeitenden  
Gewerbes

22 Mosambik öffnet  
Bergbausektor  
für neue Partner

IHK  
Aus der Region  
für die Region

Die regionale Wirtschaftszeitung der Industrie- und Handelskammer für alle Branchen mit allen wichtigen Wirtschaftsinformationen aus der Region für die Region.

# wirtschaft

SÜDWESTSACHSEN

## **Kommunikation**

Das Medium, zwischen Ihnen, den Mitgliedsbetrieben und der IHK.

## **Ratgeber**

mit Hinweisen und Ratschlägen für die betriebliche Praxis aus den verschiedenen Bereichen.

## **Informationen**

konjunkturelle und strukturelle Entwicklungen des Standortes Südwestsachsen.

## **Neues und Wissenswertes**

aus den regionalen Unternehmen.

## **Berichte**

über Höhepunkte in der Arbeit der IHK.

## **Veranstaltungshinweise**



## Gute Gründe

**Jederzeit und überall zum Durchblättern und Download – die aktuelle Kammerzeitschrift auf der Website der IHK Chemnitz.**

The image shows the front cover and an interior page of the 'wirtschaft SÜDWESTSACHSEN' magazine. The cover features a woman in a white shirt and a man in a security vest looking at a screen. The page is titled 'ZU GUTER LETZT' and includes a photograph of a building, a QR code, and text about a Chemnitz start-up.

**wirtschaft**  
SÜDWESTSACHSEN

October 2025

24 Seiten

ZU GUTER LETZT

Wirtschaft Chemnitz

**Wissenswertes**

**Zwickauer SCHOCKEN-Kaufhaus wiedereröffnet**

Wiedereröffnung des Kaufhauses

**Informationen**

**Chemnitzer Start-up holt renommierten Wirtschaftsprüfer**

Die Chemnitzer Start-up holt einen renommierten Wirtschaftsprüfer

**11** Heimatredaktion des vertraulichsten Gewerbes

**22** Meissen öffnet Bergbausektor für neue Partner

**Geschäftschancen in unsicheren Zeiten**

11

22

# Erscheinung

Ausgabe	ET	A-Schluss	DU-Schluss
Januar/Februar	04.02.2026	07.01.2026	09.01.2026
März/April	01.04.2026	04.03.2026	06.03.2026
Mai/Juni	03.06.2026	06.05.2026	08.05.2026
Juli/August	05.08.2026	08.07.2026	10.07.2026
September/Oktober	30.09.2026	02.09.2026	04.09.2026
November/Dezember	16.12.2026	17.11.2026	20.11.2026

ET = Erscheinungstermin, A-Schluss = Anzeigenschluss, DU-Schluss = Druckunterlagenschluss



**Auflagenhöhe** Gesamtauflage: 68.750 Exemplare,  
davon E-Paper 8.750 Exemplare  
Printauflage: 60.000 Exemplare  
auch online auf [www.ihk.de/chemnitz](http://www.ihk.de/chemnitz)

**Zeitungsformat** halbrheinisch, 260 mm breit x 350 mm hoch  
Satzspiegel: 223 mm breit x 314 mm hoch

**Druckverfahren** Offset-Rotation

**Zahlungsbedingungen** Zahlung nach Rechnungseingang ohne Abzug

**Druckstandard**

ISO 12647-3 (26 % Tonwertzunahme, max. 240 %  
Gesamtfarbauftrag), Rasterweite 52 L/cm

**Übertragungsmöglichkeiten**

E-Mail: [datenannahme@freipresse.de](mailto:datenannahme@freipresse.de)

FTP-Upload: nach vorheriger Absprache möglich



**Datenformate**

Bitte übertragen Sie uns Ihre Druckunterlagen im PDF-Format. Bitte senden Sie uns keine offenen Dateiformate, auch keine Formate aus Office-Programmen – wir übernehmen keinerlei Verantwortung für die Weiterverarbeitung und den Druck von Anzeigen und Grafiken, die als offene Dokumente an uns gesandt wurden.

**Schriften**

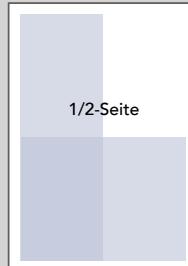
Schriften müssen eingebunden bzw. in Zeichenwege gewandelt werden.

**Bilder**

Mindestauflösung für Graustufen und Farbbilder: 220 dpi, Optimale Auflösung für Bitmap-Bilder: 1270 dpi Dateien, deren Farbraum nicht in CMYK vorliegt, werden automatisch zu CMYK konvertiert. Dabei entstehende Farbverschiebungen berechtigen nicht zu Ersatzansprüchen.

# Anzeigenformate

Format	Maße im Satzspiegel	Ortspreis s/w - 4c	Grundpreis s/w - 4c
Umschlag 1/1 Seite	223 x 314 mm	4.400,00 €	5.176,00 €
1/2 Seite hoch 1/2 Seite quer	109 x 314 mm 223 x 155 mm	2.376,00 € 2.376,00 €	2.795,00 € 2.795,00 €
1/3 Seite quer	223 x 105 mm	1.629,00 €	1.916,00 €
1/4 Seite Eckfeld 1/4 Seite hoch 1/4 Seite quer	109 x 157 mm 52 x 314 mm 223 x 78,5 mm	1.233,00 € 1.233,00 € 1.233,00 €	1.450,00 € 1.450,00 € 1.450,00 €
1/8 Seite	52 x 157 mm	881,00 €	1036,00 €



Alle Maßangaben Breite x Höhe. Alle Preise zzgl. MwSt.  
Stellenanzeigen zu Stellenpreisen.

Es gelten die AGB der Freie Presse Mediengruppe unter  
[www.freipresse-mediengruppe.de/agb](http://www.freipresse-mediengruppe.de/agb).



**Kombi-Rabatte  
bei Buchung  
mehrerer Termine  
möglich.**



## Beilage

- Format:  
max. 223 mm x 314 mm (B x H)  
min. 110 mm x 150 mm (B x H)
- Belegung nur Gesamtausgabe

84,00 € / 1.000 Stück Ortspreis  
98,00 € / 1.000 Stück Grundpreis  
max. 50 g

Andere Sonderwerbeformen auf Anfrage. Alle genannten Preise verstehen sich netto zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer. Es gelten die AGB der Freie Presse Mediengruppe unter [www.freipresse-mediengruppe.de/agb](http://www.freipresse-mediengruppe.de/agb).

Anforderungen für die technische Beschaffenheit von Beilagen lt. Mediadaten Freie Presse Nr. 43 ab 1.1.2026 beachten.



# Allgemeine Geschäftsbedingungen Freie Presse Mediengruppe

Für die Freie Presse und den BLICK sowie für die Internetangebote unter:

- [www.freipresse.de](http://www.freipresse.de)
- [www.erzgebirge.de](http://www.erzgebirge.de)
- [www.blick.de](http://www.blick.de)

## A. ALLGEMEINER TEIL

### I. Geltungsbereich

1. Die Chemnitzer Verlag und Druck GmbH & Co. KG („CVD“) und die Verlag Anzeigenblätter GmbH Chemnitz („VAC“, gemeinsam „Verlage“), Brückenstraße 15, 09111 Chemnitz, erbringen ihre Dienstleistungen auf der Grundlage der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen („AGB“), der Besonderen Bedingungen („Besondere Bedingungen“) sowie der online abrufbaren Preislisten der Verlage („Preisliste“, gemeinsam „Vertragsbedingungen“) in der zum Zeitpunkt der Beauftragung jeweils gültigen Fassung.
2. Der sachliche Geltungsbereich der Vertragsbedingungen umfasst den gesamten Anzeigen- und Beilägenmarkt im Onlinebereich (unter [www.freipresse.de](http://www.freipresse.de), [www.erzgebirge.de](http://www.erzgebirge.de), [www.blick.de](http://www.blick.de) und sonstiger Subdomains der vorgenannten Domains, nachfolgend „Onlineangebot“) und in den Printmedien sowie jegliche Inanspruchnahme der seitens der Verlage in diesem Zusammenhang angebotenen Leistungen. Etwaige gesonderte AGB im Onlineangebot unter einzelnen Subdomains gelten vorrangig.
3. Die Vertragsbedingungen gelten gleichermaßen für private und gewerbliche Nutzer sowie für Unternehmer und Verbraucher (gemeinsam „Kunden“).
4. Von den hiesigen Vertragsbedingungen abweichende Allgemeine Geschäftsbedingungen von Kunden werden nicht anerkannt, sondern zurückgewiesen.

### II. Änderungen der AGB

1. Die Verlage behalten sich vor, die Vertragsbedingungen mit Wirkung für Neugeschäfte zu ändern. Änderungen treten einen Monat nach dem Datum in Kraft, an dem die Verlage die Kunden über die Änderungen informiert haben.
2. Etwaige Änderungen werden den Kunden mit einer Frist von vier Wochen im Voraus per E-Mail oder in sonstiger Textform und durch entsprechende Veröffentlichung im Onlineangebot angekündigt. Dabei wird gewährleistet, dass die geänderten

Vertragsbedingungen in lesbbarer Form abgespeichert und/oder ausgedruckt werden können.

3. Die Kunden können den Änderungen innerhalb von vier Wochen nach Erhalt der Änderungskündigung widersprechen. In diesem Fall sind die Verlage berechtigt, den bestehenden Vertrag unverzüglich mit Wirkung zu demjenigen Zeitpunkt zu kündigen, in dem die geänderten Vertragsbedingungen in Kraft treten. Wenn keine Kündigung erfolgt, gelten die bisherigen Vertragsbedingungen weiter.
4. Widerspricht der Kunde nicht oder nicht rechtzeitig, gelten fortan die geänderten Vertragsbedingungen. Die Verlage werden in der Änderungskündigung gesondert auf das Widerspruchrecht und diese Rechtsfolge eines fehlenden Widerspruchs hinweisen.

### III. Vertragsschluss

1. Die Übermittlung der für die Inanspruchnahme der jeweiligen Dienstleistungen der Verlage notwendigen Informationen (im Folgenden „Daten“ oder „Inhalte“) stellt ein bindendes Angebot des Kunden zum Abschluss eines Vertrages über die zeitlich begrenzte Bereitstellung der Daten in den Printmedien oder im Onlineangebot der Verlage dar. Der Vertrag kommt erst zu Stande, wenn die Verlage dem Kunden die Beauftragung unter Zusammenfassung der Vertragsbedingungen bestätigen (Bestellbestätigung), spätestens mit der Schaltung der Anzeige in den Printmedien oder dem Onlineangebot bzw. mit Beginn der Verteilung von Beilagen oder Prospekten.
2. Ein Anspruch auf Abschluss eines Vertrages besteht nicht. Die Annahme von Agenturaufträgen steht unter dem Vorbehalt der Benennung des Auftraggebers mit ladungsfähiger Anschrift.
3. Die Verlage behalten sich das Recht vor, über die Veröffentlichung der Inhalte des Kunden nach eigenem Ermessen zu entscheiden. Sie sind daher berechtigt, die Veröffentlichung von Inhalten des Kunden teilweise oder vollumfänglich ohne Angaben von Gründen zu verweigern. Insbesondere können die Verlage die vom Kunden übermittelten Inhalte vor Veröffentlichung überprüfen und deren Schaltung bzw. Verteilung ablehnen, wenn ihr Inhalt gegen gesetzliche oder behördliche Verbote oder gegen die guten Sitten verstößt oder die Veröffentlichung für die Verlage aus sonstigen Gründen nicht zumutbar ist, etwa bei Werbung für die Konkurrenz.
4. Die Übertragung einzelner Aufträge an Dritte bedarf während der Vertragslaufzeit der Zustimmung der Verlage. Die Anfrage in Bezug auf eine Vertragsübernahme ist schriftlich an diese zu richten und bedarf zu ihrer Gültigkeit der Unterschrift des Kunden sowie des übernehmenden Dritten. Die erforderliche Zustimmung

zum Vertragsübergang gilt erst durch die schriftliche Bestätigung durch die Verlage als erteilt.

### IV. Leistungsumfang

1. Der Kunde unterliegt bei der Inanspruchnahme der Dienstleistungen der Verlage keiner zahlenmäßigen Beschränkung. Begrenzte räumliche und zeitliche Kapazitäten können allerdings zu vorübergehenden Einschränkungen des Dienstleistungsangebots der Verlage führen.
2. Kunden haben im Onlineangebot die Möglichkeit, ihre Inhalte in eine dafür vorgesehene Eingabemaske selbst einzupflegen. Parallel dazu kann der auf diese Weise generierte Ausgabehinheit in der jeweils aktuellen Form als Vorschau mit weiteren Eckdaten (Format; Preis) abgerufen werden. Diese Vorschau stellt gleichzeitig ein Abbild der Daten des Kunden dar, wie sie in den Printmedien oder dem Onlineangebot der Verlage veröffentlicht werden. Im Anschluss an eine sich gegebenenfalls anschließende Einzelfallprüfung der Daten wird der von Kunden generierte Inhalt gemäß den Vertragsbedingungen nach Dauer und Zeitpunkt der Veröffentlichung in den ausgewählten Medien veröffentlicht.
3. Über das Onlineangebot der Verlage veröffentlichte Inhalte der Kunden können von diesen jederzeit deaktiviert werden. Vergütungsansprüche der Verlage bleiben davon unberührt. Eine nachträgliche Änderung der von den Verlagen im Auftrag der Kunden veröffentlichten Daten gilt als neue Veröffentlichung, die ebenfalls vergütungspflichtig ist. Etwas anderes gilt nur, wenn die Daten des Kunden nicht in der von ihm beauftragten Form veröffentlicht wurden und CVD und/oder VAC dies zu vertreten haben. Nähere Informationen können der Preisliste in der jeweils aktuellen Fassung entnommen werden.
4. Die Verlage sind nach Auftragsbeendigung nicht verpflichtet, die veröffentlichten Daten der Kunden zu archivieren, zu speichern oder sonst aufzubewahren.
5. Die Verlage behalten sich das Recht vor, den Umfang der in diesem Abschnitt beschriebenen Leistungen zu ändern bzw. zu ergänzen, soweit dies unter Berücksichtigung der Interessen der Kunden zumutbar ist.

### V. Pflichten des Kunden

1. Der Kunde ist verantwortlich für die rechtzeitige und vollständige Übermittlung der für die Durchführung des Vertrages notwendigen Daten (z. B. Bilder, Texte sowie Maße).
2. Der Kunde ist verpflichtet, nur solche Daten zur Veröffentlichung zu übermitteln, die frei von rechtswidrigen Inhalten sind, nicht gegen Schutzrechte Dritter (z. B. Urheber-, Marken-, Namens-

# Allgemeine Geschäftsbedingungen Freie Presse Mediengruppe

und Persönlichkeitsrechte) oder gegen sonstiges geltendes Recht, etwa das Wettbewerbsrecht, verstößen.

3. Im Falle eines Verstoßes gegen Ziff. 2. ist der Kunde verpflichtet, die Verlage, ihre verbundenen Unternehmen sowie Erfüllungsgehilfen von allen Schäden, Ansprüchen, Kosten und Aufwendungen (insbesondere notwendigen und angemessenen Anwaltshonorare) im Zusammenhang damit freizustellen, dass ein Dritter geltend macht, veröffentlichte Daten des Kunden verletzen dessen Betriebs- oder Geschäftsgeheimnisse, Markenrechte, Persönlichkeitsrechte, Urheberrechte oder andere Rechte Dritter. Dies gilt nur, soweit den Kunden ein Verschulden trifft.
4. Soweit die vom Kunden veröffentlichten Daten Bilder oder Grafiken enthalten, müssen diese im unmittelbaren Kontextbezug zu den übrigen Inhalten stehen.
5. Der Kunde ist verpflichtet, die zur Veröffentlichung notwendigen Daten frei von Viren oder sonstigen Schadsoftware zu übermitteln. Der Kunde trägt dafür Sorge, indem er die zu übermittelnden Daten vorab durch nach dem neuesten Stand bewährter Technik geeignete Maßnahmen in dem erforderlichen Umfang auf schadhafte Programme oder Programmroutine überprüft.
6. Der Kunde ist verpflichtet, keine Daten im Namen von Dritten ohne deren ausdrückliche vorherige Zustimmung zu veröffentlichen.
7. Der Kunde ist verpflichtet, jede bewusst falsche Rubrizierung zu unterlassen.
8. Im Falle eines Verstoßes gegen die vorstehend genannten Verpflichtungen haben die Verlage das Recht, die Ausführung des Auftrags abzulehnen, übermittelte bzw. bereits veröffentlichte Daten unmittelbar zu löschen oder deren Veröffentlichung vorübergehend zu sperren und falsch rubrizierte Daten ohne vorherige Ankündigung gegenüber dem Kunden in der jeweils zutreffenden Rubrik zu veröffentlichen, ohne dass dem Kunden daraus Ansprüche entstehen. Die Verlage behalten sich zudem die Geltendmachung solcher schuldhaften verursachten Schäden vor, die mit der Übermittlung schadhafter Programme oder Programmroutine durch den Kunden in Zusammenhang stehen.
9. Die Verlage behalten sich das Recht vor, die Veröffentlichung von Anzeigen, die Arzneimittel im Sinne des § 2 AMG zum Gegenstand haben, von der schriftlichen Zusicherung der rechtlichen Zulässigkeit der Anzeige durch den Kunden abhängig zu machen oder dies nach Wahl des Kunden auf dessen Kosten in geeigneter Form selbst überprüfen zu lassen.

## VI. Preise, Abrechnung und Verzug

1. Die Preise der jeweiligen Veröffentlichung ergeben sich aus der

zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses geltenden Preisliste der Verlage. Als Abrechnungsgrundlage von Digital-Kampagnen sind die Mengendaten der Ad-Server der Verlage ausschlaggebend; dies kann nicht kundenseitig geändert werden. Die Verlage haben das Recht, ihre Leistungen nur gegen Vorkasse zu erbringen.

2. Gegenüber gewerblichen Kunden bzw. Unternehmen erfolgt die Abrechnung durch Rechnungslegung. Die Rechnung wird dem Kunden im Anschluss an die Leistungserbringung (Veröffentlichung) über sandt. Bei Daueraufträgen gilt der Termin der ersten Veröffentlichung als Leistungserbringung und damit als Grundlage der Rechnungslegung. Die zu zahlende Vergütung ist mit Rechnungslegung zur Zahlung fällig.
3. Gegenüber Verbrauchern erfolgt die Abrechnung im Lastschriftfahren. Die Vergütung ist im Anschluss an die Eingabe und Übermittlung der Daten an die Verlage zur Zahlung fällig.
4. Vor Veröffentlichung seiner Daten erhält der Kunde eine E-Mail, in der die relevanten Daten über die Veröffentlichung zusammengefasst sind (Bestellbestätigung; siehe III. 1. Satz 2).
5. Im Falle des Zahlungsverzuges sind die Verlage nach Mahnung und Nachfristsetzung berechtigt, den zugrunde liegenden Vertrag fristlos zu kündigen. Ergänzend gelten die gesetzlichen Vorschriften zum Verzug.

## VII. Haftung, Aufrechnung des Kunden

1. Für die Inhalte seiner Veröffentlichungen und deren Rechtmäßigkeit ist ausschließlich der Kunde verantwortlich.
2. Schließt der Kunde aufgrund seiner Veröffentlichungen Verträge mit Dritten, sind die Verlage daran nicht beteiligt. Sie übernehmen in diesem Zusammenhang keinerlei Haftung, insbesondere nicht für die Rechtmäßigkeit und Vollständigkeit der von den Kunden veröffentlichten Daten.
3. Die Verlage bemühen sich stets, das Onlineangebot 24 Stunden am Tag und sieben Tage die Woche verfügbar zu halten. Eine diesbezügliche Garantie kann jedoch nicht übernommen werden. Aufgrund behördlicher Anordnung, Instandhaltungsarbeiten, höherer Gewalt sowie vergleichbarer Umstände kann es vorübergehend zu Beeinträchtigungen des Onlineangebots kommen. Für solche Umstände, die sich dem Verantwortungsbereich der Verlage entziehen oder für den Fall, dass insoweit ein Verschulden auf Seiten der Verlage bzw. deren Vertretern nicht vorliegt, wird eine Haftung nicht übernommen.
4. Werden Inhalte der Kunden fehlerhaft veröffentlicht und haben die Verlage dies zu vertreten, hat der Kunde einen Anspruch auf Minderung der Vergütung in angemessenem Umfang oder, soweit die fehlerhafte Veröffentlichung den ursprünglichen Zweck beeinträchtigt, auf Veröffentlichung seiner Daten in fehlerfreier Form. Ist die weitere Veröffentlichung erneut aufgrund eines Umstandes fehlerhaft, den die Verlage zu vertreten haben, oder haben diese eine ihnen gesetzte angemessene Frist zur erneuten Veröffentlichung der Daten des Kunden ergebnislos verstreichen lassen, kann der Kunde vom Vertrag zurücktreten oder die Vergütung angemessen mindern. Übermittelt der Kunde fermöndlich Anzeigen, Termin- oder Ausgabenänderungen, Textkorrekturen oder Abbestellungen, übernehmen die Verlage für Übermittlungsfehler keine Haftung.
5. Handelt es sich um ein Handelsgeschäft, hat der Kunde seine übermittelten Daten unverzüglich nach Veröffentlichung auf ihre Richtigkeit und Vollständigkeit hin zu überprüfen und den Verlagen etwaige Mängel unverzüglich anzuzeigen. Überlässt der Kunde die Anzeige, gilt die Veröffentlichung als genehmigt, es sei denn, dass es sich um einen Mangel handelt, der bei der Untersuchung nicht erkennbar war. Zeigt sich später in einem solcher Mangel, muss die Anzeige unverzüglich nach der Entdeckung gemacht werden; andernfalls gilt die Veröffentlichung auch in Ansehung dieses Mangels als genehmigt.
6. Im Übrigen ist der Kunde verpflichtet, etwaige Beanstandungen innerhalb von vier Wochen nach Rechnungslegung zu erklären. Dies gilt nicht, soweit die Beanstandungen sich auf nicht offensichtliche Mängel beziehen.
7. Für verspätete oder ausgefallene Lieferungen bzw. Sachschäden im Zuge der Auslieferung der Printmedien haften die Verlage nur bei Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit.
8. Für schulhaft verursachte Schäden, die auf der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit beruhen, haften die Verlage unbegrenzt. Für Sach- und Vermögensschäden haften die Verlage unbegrenzt bei Vorsatz und grober Fahrlässigkeit. Sie haften darüber hinaus bei schulhafter Verletzung wesentlicher Vertragspflichten in Höhe des vertragstypisch vorhersehbaren Schadens. Wesentlich sind solche Pflichten, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrages überhaupt erst ermöglicht, deren Verletzung die Erreichung des Vertragszwecks gefährdet und auf deren Einhaltung der Kunde vertrauen kann (Kardinalpflichten).
9. Die Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz bleibt unberührt. Gleiches gilt für etwaige gesetzliche Vorschriften, die eine Verantwortlichkeit ohne Verschulden beinhalten.
10. Zur Aufrechnung mit Gegenansprüchen ist der Kunde nur berechtigt, wenn die Gegenansprüche rechtskräftig festgestellt oder von den Verlagen nicht bestritten werden.

# Allgemeine Geschäftsbedingungen Freie Presse Mediengruppe

## VIII. Datenschutz

1. Die Verlage legen beim Umgang mit personenbezogenen Daten der Nutzer größten Wert auf Datenschutz und beachten die gesetzlichen Vorschriften, insbesondere das Bundesdatenschutzgesetz (BDSG), das Telemediengesetz (TMG) sowie das Telekommunikationsgesetz (TKG). Die Verlage werden insofern personenbezogen Daten nur erheben, verarbeiten und nutzen, wenn der Kunde eingewilligt hat oder eines der genannten Gesetze dies gestattet. Personenbezogene Daten sind in diesem Zusammenhang insbesondere solche, die für eine Veröffentlichung in den Printmedien oder dem Onlineangebot notwendigerweise von den Kunden erhoben werden müssen, z.B. Name, Firma sowie Adresse. Soweit dies gesetzlich zulässig ist oder der Kunde eingewilligt hat, sind die Verlage auch nach Beendigung des Vertragsverhältnisses zur Nutzung dieser Daten entsprechend den in den Allgemeinen Datenschutzbestimmungen niedergelegten Grundsätzen (siehe dazu unten 3.) berechtigt.
2. Die Verlage verwenden die personenbezogenen Daten der Kunden ausschließlich im Rahmen der gesetzlichen Bestimmungen. Der Kunde kann der Verwendung seiner personenbezogenen Daten jederzeit gegenüber den Verlagen widersprechen oder seine diesbezügliche Einwilligung widerrufen.
3. Im Übrigen wird auf die Allgemeinen Datenschutzbestimmungen verwiesen ([www.cvd-mediengruppe.de/service/datenschutz](http://www.cvd-mediengruppe.de/service/datenschutz)).

## IX. Widerrufsrecht (Verbraucher)

Ist der Kunde Verbraucher und wurden für die Vertragsanbahnung und den Vertragsabschluss ausschließlich Fernkommunikationsmittel (z. B. Briefe, Kataloge, Telefonanrufe, Telekopien, E-Mails, über den Mobilfunkdienst versendete Nachrichten (SMS) sowie Rundfunk und Telemedien) verwendet, gilt das Folgende:

### Widerrufsbelehrung

#### Widerrufsrecht

Sie haben das Recht, binnen vierzehn Tagen ohne Angabe von Gründen diesen Vertrag zu widerrufen. Die Widerrufsfrist beträgt vierzehn Tage ab dem Tag des Vertragsschlusses, im Falle eines Kaufvertrages an dem Tag, an dem Sie oder ein von Ihnen benannter Dritter, der nicht der Beförderer ist, die Waren in Besitz genommen haben bzw. hat.

Um Ihr Widerrufsrecht auszuüben, müssen Sie uns mittels einer eindeutigen Erklärung (z. B. ein mit der Post versandter Brief, Telefax oder E-Mail) über Ihren Entschluss, diesen Vertrag zu widerrufen, informieren. Als Anschrift verwenden Sie bitte: Chemnitzer Verlag und Druck GmbH &

Co. KG, Poststelle, Brückenstraße 15, 09111 Chemnitz oder poststelle@cm-dienste.de. Sie können dafür auch das Muster-Widerrufsformular auf den Online-Portalen der Verlage verwenden, das jedoch nicht vorgeschrieben ist. Zur Wahrung der Widerrufsfrist reicht es aus, dass Sie die Mitteilung über die Ausübung des Widerrufsrechts vor Ablauf der Widerrufsfrist absenden.

### Folgen des Widerrufs

Wenn Sie diesen Vertrag widerrufen, haben wir Ihnen alle Zahlungen, die wir von Ihnen erhalten haben, einschließlich der Lieferkosten (mit Ausnahme der zusätzlichen Kosten, die sich daraus ergeben, dass Sie eine andere Art der Lieferung als die von uns angebotene, günstigste Standardlieferung gewählt haben), unverzüglich und spätestens binnen vierzehn Tagen ab dem Tag zurückzuzahlen, an dem die Mitteilung über Ihren Widerruf dieses Vertrages bei uns eingegangen ist. Für diese Rückzahlung verwenden wir dasselbe Zahlungsmittel, das Sie bei der ursprünglichen Transaktion eingesetzt haben, es sei denn, mit Ihnen wurde ausdrücklich etwas anderes vereinbart; in keinem Fall werden Ihnen wegen dieser Rückzahlung Entgelte berechnet. Das Widerrufsrecht erlischt vor Ablauf der Widerrufsfrist, wenn die Verlage die ihnen vertraglich obliegenden Leistungen auf Wunsch des Kunden bereits erfüllt haben, bevor das Widerrufsrecht ausgeübt wurde. Haben Sie verlangt, dass die Dienstleistungen während der Widerrufsfrist beginnen sollen, so haben Sie uns einen angemessenen Betrag zu zahlen, der dem Anteil der bis zu dem Zeitpunkt, zu dem Sie uns von der Ausübung des Widerrufsrechts hinsichtlich dieses Vertrags unterrichten, bereits erbrachten Dienstleistungen im Vergleich zum Gesamtumfang der im Vertrag vorgesehenen Dienstleistungen entspricht.

## X. Sonstige Bestimmungen

1. Diese AGB unterliegen deutschem Recht unter Ausschluss des UN-Kaufrechts.
2. Die Verlage sind berechtigt, Dritte mit der Durchführung der ihnen vertraglich obliegenden Pflichten zu beauftragen.
3. Für Kunden, die Kaufleute, juristische Personen des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliche Sondervermögen sind, ist Chemnitz ausschließlicher Gerichtsstand für alle aus den Vertragsbedingungen, den Datenschutzbestimmungen und den zugrunde liegenden Vertragsverhältnissen entstehenden Streitigkeiten.
4. Sollten einzelne Bestimmungen dieser AGB ganz oder teilweise nichtig oder unwirksam sein, wird dadurch die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen nicht berührt. Anstelle der nichtigen oder unwirksamen Bestimmungen treten die gesetzlichen Regelungen. Besteht insoweit eine gesetzliche Regelungslücke oder würde die strikte Gesetzesanwendung im konkreten Einzelfall zu untragbaren Ergebnissen führen, werden die Vertragsparteien über eine ergänzende wirksame Regelung, die der nichtigen oder unwirksamen Bestimmung wirtschaftlich möglichst nahekommt, verhandeln.

## B. Besondere Geschäftsbedingungen Printmedien

Für Veröffentlichungen in Printmedien der Verlage gelten ergänzend die nachfolgenden Bestimmungen.

1. a) Bei Anzeigen zur anonymen Kommunikation (so genannte Chiffre- bzw. Ziffernanzeigen; im Folgenden „Ziffernanzeigen“) wenden die Verlage für die Verwahrung und unverzügliche Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Unabhängig von der Art der Einreichung der Zuschriften auf Ziffernanzeigen werden diese – soweit nichts Abweichendes vereinbart worden ist – auf dem normalen Postweg (Standardbrief national) weitergeleitet. Die Zuschriften auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt worden sind, werden vernichtet. Erkennbar wertvolle Unterlagen senden die Verlage zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Den Verlagen kann seitens des Kunden individualvertraglich das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Zuschriften zu öffnen. Zuschriften, die das zulässige Format (DIN A4; Gewicht: 100 g) überschreiten, sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen. Die Verlage sind nicht verpflichtet, derartige Zuschriften entgegenzunehmen. Etwas anderes gilt nur, wenn der Kunde sich individualvertraglich zur Übernahme der dabei entstehenden Kosten verpflichtet hat.  
b) Die Verlage sind nicht verpflichtet, auf Ziffernanzeigen erfolgte Zuschriften von Mitbewerbern auf dem Print-/Online-Anzeigenmarkt an den Kunden weiterzuleiten.  
2. Im Falle eines Vertragsabschlusses über mehrere Anzeigen steht dem Kunden ein Anspruch auf Minderung hinsichtlich der fälligen Vergütung zu, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder seitens der Verlage anderweitig veröffentlichte durchschnittliche

# Allgemeine Geschäftsbedingungen Freie Presse Mediengruppe

Auflage oder – wenn eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittlich verkauften (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Jahres unterschritten wird (Auflagenminderung). Eine Auflagenminderung ist nur dann eine zur Minderung berechtigender Mangel, wenn sie

- bei einer Auflage bis 50.000 Exemplare mindestens 20 v. H.
- bei einer Auflage bis zu 100.000 Exemplare mindestens 15 v. H.
- bei einer Auflage bis zu 500.000 Exemplare mindestens 10 v. H.

beträgt. Ein Anspruch des Kunden auf Minderung ist ausgeschlossen, wenn die Verlage den Kunden rechtzeitig über eine die vorgenannten Grenzwerte betreffende erhebliche Verringerung der Auflage informiert haben und diesem dadurch die Möglichkeit eingeräumt wurde, vom Vertrag zurückzutreten. Als rechtzeitig gilt eine Information des Kunden zwei Wochen vor der geplanten Veröffentlichung.

3. Kombinierte Beilagenaufträge von einem oder mehreren Kunden werden nicht angenommen. Die Verlage behalten sich vor, die Veröffentlichung von Sammelanzeigen abzulehnen.

4. Ein Ausschluss von Anzeigen- und Beilagenaufträgen (einschließlich Produktausschluss) von Mitbewerbern der Kunden kann weder für eine bestimmte Ausgabe noch für einen bestimmten Zeitraum zugesichert werden. Veröffentlichungen, die für eine bestimmte Lokalausgabe bestellt worden sind, können aus drucktechnischen Gründen auch in anderen Teilausgaben veröffentlicht werden. Wünscht der Kunde dies nicht, wird er die Verlage bei Auftragserteilung entsprechend in Kenntnis setzen.

5. a) Bei Anzeigen, bei denen der Text ohne Unterbrechung durch Absätze, Überschriften und besondere Gestaltungen fortgeführt wird (sogenannte „Fließsatzanzeigen“) sind Abkürzungen zulässig, sofern sie sich nicht als willkürlich darstellen, sie sinnwährend bleiben und die Abkürzungen grammatisch sowie orthografisch richtig sind. Die Verlage behalten sich Änderungen und Einschränkungen vor, soweit dies erforderlich und für den Kunden zumutbar ist.

b) Bei Fließsatzanzeigen besteht kein Anspruch auf Belegausschnitte.

6. Farbabweichungen bei Schmuckfarben, die aus einem 4-c-Satz aufgebaut werden, stellen keinen Mangel dar, es sei denn, diese Abweichungen sind für den Kunden unzumutbar.

7. Erfüllen die vom Kunden übermittelten Daten nicht die auf den Online-Portalen der Verlage in den technischen Verlagsangaben vorgegebenen Anforderungen an die Druckvorlagen, insbesondere

in Bezug auf die Schriftarten und die Auflösung grafischer Objekte, können nachträgliche Beanstandungen nicht anerkannt werden.

8. Der Verlag ist berechtigt, in der Zeitung erscheinende Anzeigen ergänzend in die Online-Dienste des Verlages und ggf. seiner Online-Kooperationspartner einzustellen. Bei Anzeigen, die im Internet veröffentlicht werden, ist der Verlag berechtigt, die Anzeigen technisch zu bearbeiten und optisch zu verändern. Alle Anzeigen eines Todesfalles erscheinen automatisch im Gedenkportal unter [www.freipresse.de/meingedenken](http://www.freipresse.de/meingedenken)

## C. BESONDERE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN BEILAGEN UND PROSPEKTE

Für die Zustellung von Beilagen und Prospekten gelten ergänzend die nachfolgenden Bestimmungen.

1. Für die Zustellung von Beilagen und Prospekten gilt eine Ablieferung der zu verteilenden Veröffentlichungen im Druckzentrum der „Freie Presse“, (Winklhoferstr. 20, 09116 Chemnitz), drei Werkstage vor dem vertraglich vereinbarten Verteilbeginn als rechtzeitig.
2. Die Verteiltermine werden bei Vertragsschluss verbindlich vereinbart.
3. Verteilaufträge, die rechtswidrige Daten enthalten (siehe A. III. 3.) werden nicht ausgeführt.
4. a) Ist die Verteilung als „Beilage“ vereinbart, wird die vom Kunden gewählte Veröffentlichung in den jeweiligen Titel eingelegt. Je beschribten Briefkasten erfolgt eine Zustellung, unabhängig von ggf. weiteren auf dem Briefkasten vermerkten Namen.  
b) Ist die Verteilung als „manuelle Beilage“ vereinbart, wird die vom Kunden beauftragte Veröffentlichung – soweit zulässig – in jeden erfassten Briefkasten in einfacher Ausfertigung eingeworfen.  
c) Von der Zustellung ausgenommen sind Firmenbriefkästen, Häuser auf Betriebs- und Werkgeländen, nicht frei zugängliche Briefkästen sowie solche, die außerhalb eines zusammenhängenden Wohngebietes liegen. Zur Zustellung in Briefkästen mit einschlägigen Sperrvermerken besteht keine Verpflichtung der Verlage.  
d) Soweit nicht individualvertraglich anders vereinbart, gilt  
(1) ein Zustellbezirk als bedient, wenn 85% der dort ansässigen Haushalte gemäß den Verteilgrundsätzen (siehe 4. a bis c) die Anzeigenblätter und deren Beilage bzw. das lose Werbematerial (Prospektzustellung) erhalten haben. Dies gilt auch für Briefkastenaktionen mit geeignetem Werbematerial;  
(2) für die gewählte Veröffentlichungsform „Haushaltswerbung“,

dass die Zielgruppe „alle Haushalte“ ab einer Zustellquote von 85% als erreicht anzusehen ist.

- e) Die Verlage sind berechtigt, Art, Weg sowie Mittel der Verteilung unter Berücksichtigung der Interessen des Kunden frei zu wählen.

5. a) Der Kunde verpflichtet sich, den Verlagen die für die im Wege der „manuellen Beilage“ zu verteilenden Veröffentlichungen in gleichen Einheiten, gebündelt zu 100, 200 oder 500 Exemplaren, verschnürt oder verschweißt auf Paletten im Druckzentrum der „Freie Presse“ (Adresse siehe oben C. 1.) transportsicher verpackt zu übergeben.  
b) Bei Veröffentlichungen mit besonderen Unterscheidungsmerkmalen (z. B. Wechselseiten, verschiedene Beilagen und Adressen- oder Unterausgaben) ist der Kunde verpflichtet, die Pakete von außen gut lesbar und sichtbar zu kennzeichnen, um eine Verwechslungsgefahr möglichst auszuschließen. Der Kunde ist zudem verpflichtet, die Sortierung auf den Paletten dergestalt vorzunehmen, dass ausschließlich gleiche Arten von Veröffentlichungen zusammen verpackt werden. Liefert der Kunde Veröffentlichungen unterschiedlicher Art auf einer Palette an, ist er verpflichtet, dies in geeigneter Form kenntlich zu machen. Der Kunde hat zudem jeweils die Einzel- und Gesamtstückzahl der Lieferung anzugeben.  
c) Verletzt der Kunde eine der in Nr. 5. a) bzw. b) aufgeführten Pflichten, ist er zum Ersatz der den Verlagen hieraus entstehenden Kosten z. B. aufgrund einer notwendigen Sortierung verpflichtet. Das Recht des Kunden, einen geringeren Aufwand nachzuweisen, bleibt unberüht.
6. Die Rechnungslegung erfolgt jeweils nach der Verteilung.
7. Dem Kunden entstehen für die Lagerung der Veröffentlichungen für einen Zeitraum von bis zu fünf Werktagen vor dem Verteilbeginn keine zusätzlichen Kosten. Ab dem sechsten Werktag der Lagerung vor dem Verteilbeginn schuldet der Kunde Lagerkosten in Höhe von EUR 3,00 pro Tag und Palette.
8. Der Kunde hat Beanstandungen hinsichtlich der Verteilqualität innerhalb von zwei Werktagen nach dem Verteiltermin mit Adressangaben oder sonstigen nachvollziehbaren Informationen schriftlich gegenüber den Verlagen anzusehen. Zur Wahrung der Schriftform ist auch eine Übermittlung per E-Mail an [cm@cvd-mediengruppe.de](mailto:cm@cvd-mediengruppe.de) ausreichend. Beanstandungen sind unbedingt, wenn in Bezug auf die konkrete Zustellung einer Veröffentlichung die Zustellung gemäß Nr. 4. c und d (1) ausgeschlossen oder die unter Nr. 4. d (2) aufgeführte Quote erreicht ist.