

## Media-Informationen

Gültig einschließlich Preisliste ab 01. Januar 2017

### 1. Impressum

#### 1.1 Herausgeber und Verleger

Wolfgang Braun / Prof. Dr. Michael Schäfer

#### 1.2 Redaktion

Falk Schäfer

Wartburgstraße 42, 10823 Berlin

Telefon: (030) 28 508 050 Mobil: (0173) 617 4627 Telefax: (030) 28 508 049

E-Mail: [f.schaefer@unternehmerin-kommune.de](mailto:f.schaefer@unternehmerin-kommune.de)

Internet: [www.kommunalpolitiker.de](http://www.kommunalpolitiker.de)

#### 1.3 Anzeigenverwaltung

Wolfgang Braun

Riedelstraße 14, 42349 Wuppertal

Telefon: (0202) 317 8693 Mobil: (0170) 5642 739 Telefax: (0202) 317 8695

E-Mail: [kbmedien.braun@t-online.de](mailto:kbmedien.braun@t-online.de)

Internet: [www.braun-medien-gmbh.de](http://www.braun-medien-gmbh.de)

## 2. „Der Kommunalpolitiker®“ als einzigartiges Instrument zur Kommunikation mit kommunalen Zielgruppen

### 2.1 Kurzcharakteristik

„Der Kommunalpolitiker®“ ist als multifunktionales Informations-, Planungs- und Dokumentationsinstrument für **Entscheidungsträger** in den Kommunen und kommunalen Unternehmen **einmalig im gesamten deutschsprachigen Raum**.

Der beim Deutschen Patent- und Markenamt geschützte Titel vereinigt die folgenden zentralen Funktionen:

- Die Funktion als **kommunaler Internet-Lotse** mit privilegiertem Zugang für alle Nutzer des „Kommunalpolitiker®“
- Die Funktion als **Notiz- und Dokumentationsinstrument** für die Informationen, die über den Tag hinaus Bedeutung haben und vor dem Zugriff Dritter geschützt werden müssen
- Die Funktion als **Terminplaner** für beruflich vernetzte und elektronisch organisierte Zeitgenossen, die für die Organisation ihres privaten Bereichs einen „Schutzraum“ benötigen
- Die Funktion als wertvolles **Arbeitsmittel** mit Mehrfachnutzen für alle Mitglieder der kommunalen Familie

## 2.2 Bekanntheit und Nutzung

Im Auftrag der Verleger hat die Sozialwissenschaftlerin Prof. Dr. habil. Karin Schießl, Bernau, im Jahr 2002 eine **repräsentative** Nutzerbefragung realisiert. Die nachfolgend genannten Ergebnisse wurden in den Folgejahren – zuletzt im Jahr 2015 – durch Stichproben evaluiert. Dabei wurde der Trend der Aussagen aus der Basis-Befragung bestätigt.

### Entscheidungskompetenz

99,5 Prozent der verkauften Auflage werden von Entscheidungsträgern in den Kommunen und der Kommunalwirtschaft genutzt.

### Beschaffungskompetenz

91,02 Prozent der Nutzer sind maßgeblich in Beschaffungs- und Investitionsentscheidungen involviert.

### Zufriedenheit

Zum „Kommunalpolitiker®“ gibt es auf dem Markt kein Pendant. Gerade diese Exklusivität wird von den Nutzern geschätzt. „Der Kommunalpolitiker®“ ist das **einzigartige Medium** für Kommunalpolitiker. 90,3 Prozent sagen: es ist sehr sinnvoll, dass es dieses Medium **exklusiv nur für kommunale Entscheider** gibt.

### Treue

Wer gut und vor allem exklusiv behandelt wird, ist zufrieden und bleibt treu: 89,7 Prozent nutzen den „Kommunalpolitiker®“ seit mehreren Jahren.

### Nutzungsintensität

„Der Kommunalpolitiker®“ wird von 83,8 Prozent mehrmals täglich, täglich, mindestens aber mehrmals wöchentlich genutzt.

### Anzeigenakzeptanz

100 Prozent der Befragten sagten, dass sie Anzeigen im „Kommunalpolitiker®“ zur Kenntnis nehmen. Die Werbung profitiert von der hohen Nutzungsintensität und der hohen Entscheidungskompetenz der Nutzer.

Folgende Anzeigenaussagen werden lt. Befragung besonders intensiv zur Kenntnis genommen:

- Kommunale Referenzen
- Neue Produkte und Leistungen

## 2.3 Verbreitung (Angaben beziehen sich auf die Ausgabe 2017)

Gedruckte Auflage: 3.200

Verkaufte Auflage: 3.100

Nutzer verkaufte Auflage:

- |   |            |
|---|------------|
| • Hauptamtliche Bürgermeister                 | 69 Prozent |
| • Mitglieder in Stadträten und Kreistagen     | 14 Prozent |
| • Dezernenten/Beigeordnete/Fachbereichsleiter | 7 Prozent  |
| • Geschäftsführer kommunaler Unternehmen      | 2 Prozent  |
| • Landräte                                    | 6 Prozent  |
| • Sonstige                                    | 2 Prozent  |

## 2.4 Struktur

„Der Kommunalpolitiker®“ ist wie folgt strukturiert:

- Cover
- Inhaltsverzeichnis
- Redaktion: „Der kommunale Internetlotse“
- Kalendarium: je Woche zwei Seiten
- Raum für Notizen: ca. 20 Seiten

## 2.5 Inhalte

Unter der Überschrift „Der kommunale Internetlotse“ sind die Informationen (strukturierte Kurzinfos, Internetplattformen, Internetadressen) wie folgt strukturiert:

### Teil I: Know-how für Kommunen

1. Kommunale Spitzenverbände
  - Landkreistag, Städte & Gemeindebund, Städtetag
2. Forschung, Aus- und Weiterbildung
  - 2.1 Universitäten – Vollstudium
  - 2.2 Universitäten – Postgraduelles Studium Master of Public Administration/Policy  
Hochschulen, sonstige Forschungseinrichtungen
  - 2.3 Fachhochschulen/Verwaltungsschulen
  - 2.4 Graduiertenstudium Kommunalwirtschaft
  - 2.5 Private Bildungsträger
  - 2.6 Forschungsinstitute
  - 2.7 Bibliotheken
3. Kommunale Zeitschriften / Plattformen
4. Kommunal relevante Messen, Ausstellungen und Kongresse
5. Kommunalwirtschaft und Sparkassen
  - 5.1 Energie
    - 5.1.1 Verbände
    - 5.1.2 Plattformen
    - 5.1.3 Gasanbieter in Deutschland
    - 5.1.4 Stromanbieter in Deutschland
  - 5.2 ÖPNV
    - 5.2.1 Nahverkehrsverbände / nur Internet
    - 5.2.2 Verbände
    - 5.2.3 Plattformen
  - 5.3 Wasser/Abwasser
    - 5.3.1 Verbände
    - 5.3.2 Plattformen
  - 5.4 Telekommunikation
    - 5.4.1 Verbände
    - 5.4.2 Plattformen
  - 5.5 Wohnungswirtschaft
    - 5.5.1 Verbände
    - 5.5.2 Plattformen / Adressen
    - 5.5.3 Handelsportale
  - 5.6 Krankenhäuser
    - 5.6.1 Verbände
    - 5.6.2 Berufsverbände
    - 5.6.3 Plattformen / Adressen
  - 5.7 Entsorgung
    - 5.7.1 Verbände
    - 5.7.2 Plattformen / Adressen
  - 5.8 Sparkassen
    - 5.8.1 Sparkassenfinanzgruppe
6. Kommunales Wirtschaftsrecht
  - 6.1 Rechtsformwahl für die kommunale Aufgabenerfüllung
  - 6.2 Wirtschaftliche Betätigung der Kommunen (Unternehmen in Privatrechtsform, PPP/ÖPP, Beteiligungsmanagement)
  - 6.3 Kommunale Kooperationen
  - 6.4 Vergaberecht, e-Vergabe
  - 6.5 Aufgabenfinanzierung/Kommunalabgabenrecht
  - 6.6 Kommunalverfassungen
7. Wirtschaftsförderung

## Teil II: Kommunal relevante politische Strukturen

- 8. Europa kommunal
  - 8.1 Beratende Gremien der Europäischen Union mit kommunaler Bedeutung
  - 8.2 Europabüros der Kommunen und kommunalen Spitzenverbände aus Deutschland
  - 8.3 EU-Verbindungsbüros – Vertretungen der deutschen Bundesländer in Brüssel
  - 8.4 Grenzüberschreitende kommunale Zusammenarbeit
- 9. Bund kommunal
  - 9.1 Bundestag
  - 9.2 Bundesregierung / Bundesministerium des Inneren
  - 9.3 Politische Parteien und deren Stiftungen
  - 9.4 Kommunalpolitische Bundesvereinigungen der Parteien
- 10. Länder kommunal
  - 10.1 Landtage/Landesregierungen (Innenministerium)
  - 10.2 Bundesamt - und Landesämter für Statistik / Landeswahlleiter(innen)
  - 10.3 Landesvereinigungen der Kommunalpolitischen Bundesvereinigungen / Linke Kommunalpolitische Foren / Grüne vor Ort (nur Internet)
- 11. Landkreise und kreisfreie Städte nach Bundesländern (namentlich nur Landräte und Oberbürgermeister kreisfreie Städte)
  - 11.1 Baden-Württemberg
  - 11.2 Bayern
  - 11.3 Brandenburg
  - 11.4 Hessen
  - 11.5 Mecklenburg-Vorpommern
  - 11.6 Niedersachsen
  - 11.7 Nordrhein-Westfalen
  - 11.8 Rheinland-Pfalz
  - 11.9 Saarland
  - 11.10 Sachsen
  - 11.11 Sachsen-Anhalt
  - 11.12 Schleswig-Holstein
  - 11.13 Thüringen
  - 11.14 Kommunalstrukturen der Stadtstaaten Berlin – Hamburg - Bremen
- 12. Wahltermine 2018
- 13. Thema des Jahres 2018
  - Energierrechtliche Rahmenbedingungen mit besonderer Relevanz für kommunale Versorger und Optimierungspotenziale**
  - Autor: Becker Büttner Held in Berlin
- 14. Danksagung an externe Unterstützer bei der Realisierung des redaktionellen Teils (in alphabetischer Reihenfolge)

## 2.6 Formate, Anzeigenpreise, Termine

### 2.6.1 Formate und Preise

Format: 210 x 260 mm

Satzspiegel: 174 x 224 mm

Seitenteil/Format	Format ohne Anschnitt Breite x Höhe mm	Format mit Anschnitt Breite x Höhe mm (+3mm)	Preis Euro
US 2 oder 4	174 x 224	216 x 266	4.950,00
US 3	174 x 224	216 x 266	3.650,00
1/1	174 x 224	216 x 266	2.950,00

### 2.6.2 Termine

Anzeigenschluss: Ende Juli des Vorjahres

Erscheinungstermin: Ende Oktober des Vorjahres

## 2.7 Bannerwerbung

Banner auf der Startseite und im geschlossenen Teil haben eine Größe von 468 x 60 Pixel. Folgende Dateiformate sind verwendbar: GIF, JPG, PNG.

Links zu Homepage des Anzeigenkunden realisieren wir gern. Diese Leistung ist im Schaltpreis inbegriffen.

### 2.7.1 Frontbanner auf der Startseite

Auf der Startseite ist die Platzierung eines klassischen „Werbepbanner“ – „Frontbanner“ möglich.

Nettopreis: 7.500,00 €

### 2.7.2 Banner im geschlossen, nur für Kalendernutzer zugänglichen Teil

Wesentlicher Teil des Internetauftrittes von „Der Kommunalpolitiker®“ ist der geschlossene, nur Nutzern des Kalenders zugängliche Teil, in dem die Funktionalität als „Kommunaler Internetlotse“ realisiert wird.

In diesem Teil ist **jeweils ein Banner** zu Beginn folgender Gliederungspunkte möglich:

- Kommunale Spitzenverbände
- Forschung, Aus- und Weiterbildung, Consulting, Plattformen
- Universitäten, Hochschulen
- Öffentliche Verwaltungsschulen
- Private Bildungsträger
- Kommunale Medien
- Kommunal relevante Messen, Ausstellungen und Kongresse
- Kommunalwirtschaft und Sparkassen
- Energie
- ÖPNV
- Wasser
- Abwasser
- Wohnungswirtschaft
- Krankenhäuser
- Entsorgung
- Sparkassen
- Kommunalrecht
- E-Commerce (u.a. Einkaufsplattformen)
- Wirtschaftsförderung
- Europa kommunal
- Bund kommunal
- Kommunen, gegliedert nach Ländern
- Wahltermine 2017
- Thema des Jahres 2017

#### **Netzkommunalisierungen: Neue Rahmenbedingungen, höhere Hürden**

Im geschlossenen Bereich sind Belegungen halb- und ganzjährig möglich:

<i>Zeitdauer</i>	<i>Nettopreis</i>
6 Monate	2.500,00 €
12 Monate	4.750,00 €

## 2.8 Kombipreise Printmedium / Internet

Für die parallele Nutzung des Printmediums und der Internetplattform sind Kombipreise möglich. **Diese betreffen ausschließlich die ganzjährige Belegung und nur den geschlossenen Teil (siehe Punkt 2.7.2)**

Anzeige im Printmedium (außer Sonderplatzierungen) / Banner im geschlossenen Teil, Einzelpreise:

Printmedium	Internet/geschlossener Teil	Addition Nettopreise	Kombipreis
2.950,00 €	4.750,00 €	7.700,00 €	6.500,00

## 2.9 Adressat für die Druckunterlagen Printprodukt und die Dateien Banner

Postversand Datenträger: Braun Medien GmbH, Riedelstraße 14, 42349 Wuppertal  
E-Mail: kbmedien.braun@t-online.de

## 2.10 Bankverbindung

Braun Medien GmbH  
Sparkasse Krefeld  
IBAN: DE88 3205 0000 0094 0120 28  
BIC: SPKRDE33XXX

## 2.11 Verkaufspreise „Der Kommunalpolitiker®“

Der kommunale Internetlotse, Organisator und Kalender „Der Kommunalpolitiker®“ wird wie folgt vertrieben:

- Einzelverkauf an kommunale Bezieher
- Sammelverkauf an Unternehmen/Einrichtungen, die den „Kommunalpolitiker®“ an Adressaten aus der kommunalen und kommunalwirtschaftlichen Zielgruppe als Arbeitsmittel zur Verfügung stellen

### 2.11.1 Preise Standardausführung

Auflage	Preis pro Exemplar
Bis 99	17,90 €
100 – 499	17,40 €
500 – 999	17,00 €
Ab 1.000	16,50 €

### 2.11.2 Preise für Sonderausstattungen

Für den „Kommunalpolitiker®“ sind folgende Sonderausstattungen auf dem Cover möglich:

- Namensprägung je Name: 2,50 €
- Logoprägung: auf Anfrage, variierend nach Vorlage
- Weitere Zusatzausstattungen: auf Anfrage

## 2.12 Druckunterlagen

### Datenformate (PC):

Adobe Acrobat (mind. ab PDF-Definition PDF/X-1.a)  
Adobe InDesign ab CS6, Illustrator ab CS6  
QuarkXPress ab 8.0 (nach Absprache)  
Postscript EPS

### Datenanforderungen: Offsetdruck (CMYK Euroscala)

- Die Anlieferung der Daten kann per E-Mail-Anhang oder auf CD/DVD/Blu-ray erfolgen. Alle Daten bitte im PC-Format bereitstellen. Es können auch passwortlose ZIP/RAR-Archive eingeliefert werden.

- Eine Internetsendung sollte 30 MB je Datei nicht überschreiten und in der Datei- bezeichnung einen aussagefähigen Namen tragen. Gegebenenfalls stückeln.
- Zur korrekten Datenübernahme sind verwendete Schriften und verknüpfte Bilder/ Grafiken in die Datei einzubetten oder separat bereitzustellen. Bei Vektordateien bitte die Schriften als Kurvenobjekte anlegen. OpenType sind zu bevorzugen.
- Bei der Erstellung von Dateien mit Word, Excel, Power Point und Publisher sind ein- gebettete Bilder und Grafiken unbedingt zusätzlich als separate Quelldateien in höchstmöglicher Auflösung mitzuliefern.
- Der CMYK-Gesamtfarbauftrag sollte 260% nicht überschreiten. Farb- und Graustufen- bilder sind in 300 dpi, s/w-Bitmaps in 1200 dpi zu verwenden. Bitte keine 72 dpi- oder Internet-Objekte anliefern – die sind für den Druck nicht geeignet. Spezielle Farb- kennlinien werden nicht berücksichtigt.
- Alle Seiten müssen als Einzelseiten formuliert sein. Seiten und Seitenfolge sind ein- deutig zu kennzeichnen.
- Bei Anzeigen, die über das Endformat hinausgehen, ist ein 3 mm Anschnitt rund- herum anzulegen. Passer, Schnittmarken und Farbkeil bitte einfügen. Schriften und Objekte, die nicht angeschnitten werden dürfen, mindestens bis 5 mm vom Rand des Endformates platzieren. Bundeintiefung bedenken.
- Angelieferte Daten gelten als druckfertig. Die inhaltliche und technische Prüfung durch den Hersteller wird vorausgesetzt.
- Eine Vorschau-PDF oder ein Belegabzug/Ausdruck/Proof ist Bestandteil der Datenträger- Anlieferung. Ein Kontrolldruck der platzierten Anzeige vorab des Auflagendrucks ist nicht möglich.
- Unkorrekte Datenanlieferungen sind bei verlagsseitigem Mehraufwand kostenpflichtig. Nach- trägliche Änderungen und Korrekturen von Daten werden ebenfalls in Rechnung gestellt.
- Bei der Datenanlieferung bitte folgende Angaben mitliefern:
  - Erscheinungsjahr
  - Auftraggeber, Datenlieferant und Ansprechpartner (Telefon, E-Mail)
- Die Daten werden für 24 Monate nach Erscheinungsdatum archiviert und dann automatisch gelöscht.

## 2.13 Allgemeine Geschäftsbedingungen

1. Der Verlag behält sich vor, Anzeigen- und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen Grundsätzen des Verlages abzulehnen. Bei- lagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und der Billigung bindend. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

2. Für die rechtzeitige Übermittlung der Druckunterlagen ist der Auftraggeber verantwort- lich. Für erkennbar ungeeignete Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die drucktechnisch einwandfreie Wiedergabe der Anzeige.

3. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder un- vollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung, aber nur in dem Umfang, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde.

Weitergehende Haftungen für den Verlag sind ausgeschlossen. Reklamationen müssen inner- halb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

4. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch (als PDF) geliefert. Der Auf- traggeber trägt die Verantwortung für die Prüfung der Richtigkeit der zugesandten Probeabzüge. Sendet der Auftraggeber den ihm rechtzeitig übermittelten Probe- abzug nicht fristgemäß zurück, so gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt.

5. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine kürzere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist.

6. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in Höhe von 1% über dem jeweils gültigen Diskontsatz der Deutschen Bundesbank sowie die Einziehungskosten berechnet.
7. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurück gesandt. Die angebotene Aufbewahrungsfrist endet 12 Monate nach Ablauf des Auftrages, sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen wurde.
8. Erfüllungsort und Gerichtsstand für beide Teile ist der Sitz des Verlages.
9. Der Verlag wendet bei Entgegennahme und Prüfung der Anzeigentexte die geschäftsübliche Sorgfalt an, haftet jedoch nicht, wenn er vom Auftraggeber unzutreffende oder nicht den Richtlinien entsprechende Daten erhielt.
10. Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden dieselben erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Auftraggeber keine Ansprüche aus eventuellen Abdruckmängeln.
11. Im Falle höherer Gewalt erlischt jede Verpflichtung auf Erfüllung von Aufträgen und Leistung von Schadenersatz. Insbesondere wird auch kein Schadenersatz für nicht veröffentlichte oder nicht rechtzeitig veröffentlichte Anzeigen geleistet.