



# Mediadaten 2024

www.zfk.de



MÜNCHEN, 10. 7. 2023

**zfk** ZEITUNG FÜR KOMMUNALE WIRTSCHAFT

STADTWERKE AWARDS  
ZfK-Leser stimmen wieder über ihren Favoriten ab: Unternehmen & Märkte

**ERNEUERBARE ENERGIEN**  
Stadtwerke Stuttgart bauen ihr Portfolio enorm aus  
Technik & Innovation

**66**  
Prozent der Immobilien-eigentümer können sich die Anschaffung einer Dachsolarsan vorstellen.

**ANSTOSS**

**Das Chaos geht in die Verlängerung!**

**Endspiel um die Wärmewende**

**Gebäudeenergiegesetz**  
Was mit vielen Forderungen beginnt, endet mit einem Gesetz, über das der Bundestag jedoch so schnell nicht abstimmen wird. Die Energiebranche zeigte sich zuletzt überwiegend zufrieden – offene Fragen aber bleiben

**Andreas Bauerer, Berlin**

**R**egiert haben wollte das Endspiel um die Wärmewende – das ist es im Moment. Nach Jahren endlosen Zusammenbruchs, nach einer Reihe Rufe für einen neuen Plan-B-Gesetzesentwurf, nach dem die Energiebranche, die von der einen Seite als notwendiges Übel und von der anderen als Schikane empfunden wurden, gestärkt auch nach dem Bundesversammlungsgesetz bereits auf die geplante Abstimmung des Bundestags

optimiert für die Zukunft. Die bei Redaktionsmitteln vollständig Planung ist bis unten ganz anders aus – zur Einführung der großen Energieerzeugerverbände. Beim die Energie Regel, dass eine eingetragene Energieerzeugung nach dem Marktmechanismus zu 85 Prozent aus erneuerbaren Energien

hauft ihre Netze und zur Debarrierisierung ihrer Wärmewerksanlagen. Diese sind nicht zwei, bis die öffentliche Netzebetreiber einfließen. Gerade ist in Vertrag, oder indem dem Ausbau selbstverständlich aufgeben, selbst im Regioeffizienten Energie

«Das ist eine bemerkenswerte Märkte für eine -Aktionen Optionen seit und vor allem dort: Abgabe Kontrolle im Industrieunternehmen für ihre Produktion Wasserkrafts ermöglichen und in die Policy neu-einstellt: absolute ein Wasserkrafts gebaut werde.

Schließlich: Industrie- und Wasserkrafts-Gesamtheit für die Ökonomie Wasserkrafts.

Wir geht es weiter mit der Gasstruktur? Lohnt es sich überhaupt noch, in Gasnetze zu investieren? Wie aus kleinen Gasnetze

**Feldkernstrahlen vermeiden?** Darüber diskutieren die delegierten DEWZ Chief Executive Officer und der Vorstandsvorsitzende der Berliner Investitionsbank HANKE. Wie auf der Grundlage des Handbuchs der Gesetzgeber müssen die mehr als 1000 und nicht nur Begleitern

Wir geht es weiter mit der Gasstruktur? Lohnt es sich überhaupt noch, in Gasnetze zu investieren? Wie aus kleinen Gasnetze

**Feldkernstrahlen vermeiden?** Darüber diskutieren die delegierten DEWZ Chief Executive Officer und der Vorstandsvorsitzende der Berliner Investitionsbank HANKE. Wie auf der Grundlage des Handbuchs der Gesetzgeber müssen die mehr als 1000 und nicht nur Begleitern



Preisliste Nr. 70  
gültig ab 11.2024

**ZfK.**

**JEDEN TAG.**

**UNVERZICHTBAR.**

## Inhalt

---

<b>ZfK-Medienwelt</b> .....	<u>4</u>
<b>Die ZfK</b> .....	<u>8</u>
<b>Themen</b> .....	<u>11</u>
<b>ZfK Print: Termine und Themen</b> .....	<u>12</u>
<b>ZfK Print: Preise und Formate</b> .....	<u>16</u>
<b>ZfK Stellenmarkt</b> .....	<u>26</u>
<b>Digitale ZfK-Marktenwelt</b> .....	<u>31</u>
<b>ZfK Ansprechpartner:innen</b> .....	<u>43</u>



**45.000 Leser:innen**  
pro Ausgabe



höchste Reichweite  
**unter den kommunalen  
Fachmedien**



**27.300 Follower:innen**  
über Xing, LinkedIn,  
X (Twitter) und Facebook



**ZfK.de**  
durchschnittlich monatlich  
**363.970 Page Impressions**  
und **128.162 Visits**

(Auswertung auf Basis der IWW Daten Quartal 1/2023)



**ZfK-App**  
durchschnittlich monatlich  
**9.000 Page Impressions**



**ZfK-Morning Briefing**  
**30.000 Abonnent:innen**

# Die ZfK – mehrfach ausgezeichnet



Die Zeitung für kommunale Wirtschaft (ZfK) bietet für ihre Zielgruppe in Stadtwerken und Versorgungsunternehmen ein umfassendes Themenspektrum.

Quelle: Jurybegründung für die Auszeichnung »Fachmedium des Jahres 2022«

mediaV-Award 2023:  
www.zfk.de nominiert als  
beste Website



Die ZfK ist eine sehr leserfreundlich gestaltete Zeitung mit unverwechselbarer Typografie.

Quelle: European Newspaper Award of Excellence in der Kategorie »Typografie«



Die ZfK ist als einziger Titel im Bereich Energie unter den 66 größten Fachmedien vom Medienbranchenblatt HORIZONT gelistet.

Quelle: HORIZONT, Juni 2023

## Die ZfK-Medienwelt

Legen Sie durch das Zusammenwirken von Zeitung, Website und ZfK-Morning Briefing Newsletter die Grundlage für Ihren Markterfolg.

Nutzen Sie die gesamte Bandbreite für Ihre Marketing-Kampagne: Webseite, ZfK-Morning Briefing, ZfK-Personal-Newsletter und ZfK-App.



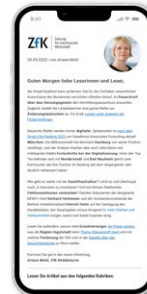
### ZfK – das Leitmedium

Seiten 8–30



### ZfK.de

Seiten 33–34



### ZfK-Morning Briefing

Seite 36–37



### ZfK-Personal Newsletter

Seite 38–39



### ZfK-App

Seite 40

**Die ZfK-Medien erreichen alle kommunalen Entscheidungsebenen und beeinflussen damit den gesamten Meinungsbildungs- und Entscheidungsprozess.**

## Die ZfK-Zielgruppe

### Zeitung für kommunale Wirtschaft (ZfK)

- > schreibt nicht über, sondern aus der Branche
- > setzt Themen
- > bietet Fakten zur fundierten Einschätzung kommunaler Sachverhalte
- > genießt großes Vertrauen und hohe Reputation
- > bezieht Stellung und engagiert sich
- > hat eine Fachredaktion, die in allen Facetten zuhause ist
- > hat die höchste Reichweite unter den kommunalen Fachtiteln



**ZfK** | Zeitung  
für kommunale  
Wirtschaft

## Kommunale Wirtschaft in Deutschland



verantwortlich für ein Einkommen  
von **16,7 Milliarden Euro**

**ZfK**

investiert  
**17,1 Milliarden Euro**

Berlin

sichert Arbeitsplätze für  
insgesamt **734.000 Menschen**

Gesamtumsatz  
**ca. 141 Milliarden Euro**

**überall in Deutschland**

München

**ZfK**

Quelle: VKU

# Titel-Portrait: Zeitung für kommunale Wirtschaft (ZfK)

## 70 Jahre Zeitung für kommunale Wirtschaft (ZfK)

Im Jahr 2024 feiert die ZfK ein Jubiläum: DAS Leitmedium der Stadtwerke und Versorgungsunternehmen in Deutschland wird 70. Feiern Sie mit!

Mit der höchsten verkauften IVW-geprüften Auflage ist die ZfK der führende Titel der Branche (siehe Übersicht auf Seite 9).

### Unsere Zielgruppe:

- > Aufsichtsräte und Vorstände
- > Geschäftsführer
- > Bereichs- und Abteilungsleiter
- > Personalverantwortliche
- > Politiker, Berater und Funktionsträger in öffentlichen Organisationen, Verbänden und Behörden:
  - Oberbürgermeister
  - Bürgermeister
  - Dezernenten
  - Ehrenamtliche Fraktionsvorsitzende
  - Kreisräte

**Wir erreichen mit qualitativ hochwertigen, redaktionellen Inhalten alle kommunalen Entscheidungsebenen.**



**Titel:** Zeitung für kommunale Wirtschaft (ZfK)  
**Erscheinungsweise:** monatlich, 12 Ausgaben/Jahr  
**Heftformat:** 350 mm Breite x 510 mm Höhe, Zeitungsformat  
**Jahrgang:** 70. Jahrgang  
**Bezugspreis:** siehe [www.zfk.de/abo](http://www.zfk.de/abo)  
**Mitgliedschaft:** Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern





## Auflage und Verbreitung der ZfK-Medienmarke

### Auflagenkontrolle

Exemplare pro Ausgabe IVW, 2. Quartal 2023

Druckauflage	<b>9.833</b>
Tatsächlich verbreitete Auflage (davon E-Paper 8.856)	<b>17.906</b>
Verkaufte Auflage (davon E-Paper 7.703)	<b>15.365</b>
Abonnierte Exemplare (davon E-Paper 3.115)	<b>8.465</b>
Freistücke (davon E-Paper 1.141)	<b>2.142</b>

### Auflagen-Analyse



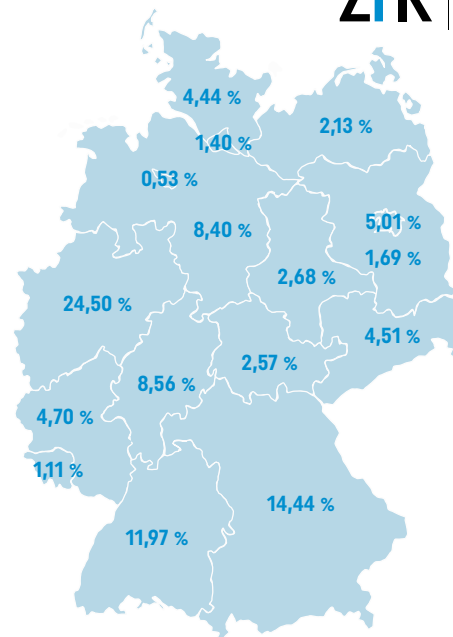
**IVW geprüfte Auflage**

### Geografische Verbreitungsanalyse

**Direkt zu den Leser:innen – bundesweit:**

Profitieren Sie von unseren Stärken!

**ZfK** | Zeitung  
für kommunale  
Wirtschaft



Verbreitung nach Bundesländern  
(Erhebung Q1 2023)

**Ausland: 1,34 %**



91% der Leser:innen  
sind **(sehr) zufrieden**

*„Für mich ist die ZfK ein  
gesetztes Blatt, ich lese  
die ZfK gerne, blättere auch  
gerne durch, um mich  
inspirieren zu lassen.“*

*(Teilnehmer aus der Leserbefragung)*

**71%**

der ZfK-Leser:innen  
sind **Entscheider**

**89,6%**

sagen, die ZfK wird als  
**objektives Medium**  
wahrgenommen

**64,1%**

der Leser:innen schreiben  
der ZfK eine **führende Rolle**  
in der beruflichen  
**Wissensvermittlung** zu

**82%**

der Geschäftsführerinnen  
und Geschäftsführer  
lesen die ZfK

**72%**

unserer Leser:innen  
verfolgen den  
**ZfK Stellenmarkt, den  
größten der Branche**



**65%** der ZfK-Leser:innen  
sind in **Geschäftsführung**  
**bzw. Abteilungs- oder**  
**Bereichsleitung** tätig

## Kommunale Themenkompetenz der ZfK

Mit den ZfK-Rubriken alle relevanten Themen im Blick



### Wirtschaft & Politik

- > Energiewirtschaft
- > Entsorgungswirtschaft
- > Daseins- und Zukunftsvorsorge

### Recht & Regulierung

- > Nationales und europäisches Recht

### Technik & Innovation

- > Smarte Technologien
- > Dezentrale Energie-Erzeugung
- > Energiewende
- > Erneuerbare Energien
- > Stromnetze/Smart Grid
- > Gas
- > IT
- > Beleuchtung
- > Smart Metering
- > KWK
- > KI

### Unternehmen & Märkte

- > Energiehandel
- > Energieeffizienz
- > Strombeschaffung
- > Grüne Finanzierung
- > Online-Kreditplattformen
- > Finanzierung neuer Geschäftsmodelle
- > Bürgerbeteiligung

### Dienstleistungen

- > Energieeffizienz
- > Smart solutions
- > Personaldienstleistung
- > Kritische Infrastrukturen
- > Anlagen- und Leitungsbau

### Beruf & Erfolg

- > Personalentwicklung
- > Personalmanagement
- > Fortbildung
- > Nachwuchs
- > Neue Berufsprofile
- > Employer Branding
- > Stellenmarkt

### Mobilität

- > Fahrzeuge und Ausstattung
- > Fuhrparkmanagement
- > Sharing-Konzepte
- > ÖPNV
- > E-Mobilität

## Der ZfK-Termin- und Themenplan Januar, Februar, März

	Termine	Themen	Veranstaltungen
<p><b>Ausgabe</b></p> <p><b>01/24</b></p> <p>Januar</p>	<p><b>Erscheinungstermin</b> 08.01.24</p> <p><b>Anzeigenschluss</b> 11.12.23</p> <p><b>Stellenschluss/Druckdaten</b> 18.12.23</p>	<p><b>Wärmewende</b> &gt; Wasserstoff</p> <p><b>E-world energy &amp; water Vorbericht</b></p>	<p>Handelsblatt Energie-Gipfel, Berlin (23.–25.01.2024)</p>
<p><b>Ausgabe</b></p> <p><b>02/24</b></p> <p>Februar</p>	<p><b>Erscheinungstermin</b> 05.02.24</p> <p><b>Anzeigenschluss</b> 15.01.24</p> <p><b>Stellenschluss/Druckdaten</b> 22.01.24</p>	<p><b>Direktvermarktung</b></p> <p><b>Mobilität</b> &gt; Breitband</p> <p><b>E-world energy &amp; water</b></p>	<p>PowerNet 2024, Neumünster (06.02.2024)</p> <p>E-world energy &amp; water, Essen (20.–22.02.2024)</p>
<p><b>Ausgabe</b></p> <p><b>03/24</b></p> <p>März</p> <p>Sonderbeilage 75 Jahre VKU*</p>	<p><b>Erscheinungstermin</b> 11.03.24 / *11.03.2024</p> <p><b>Anzeigenschluss</b> 19.02.24 / *05.02.2024</p> <p><b>Stellenschluss/Druckdaten</b> 26.02.24 / *05.02.2024</p>	<p><b>Dezentrale Erzeugung / Erneuerbare Energien</b> &gt; Speicher</p> <p><b>Finanzierung</b></p> <p><b>E-world energy &amp; water Berichterstattung</b></p>	

## Der ZfK-Termin- und Themenplan April, Mai, Juni

	Termine	Themen	Veranstaltungen
<p><b>Ausgabe</b></p> <p><b>04/24</b></p> <p>April</p>	<p><b>Erscheinungstermin</b> 08.04.24</p> <p><b>Anzeigenschluss</b> 18.03.24</p> <p><b>Stellenschluss/Druckdaten</b> 25.03.24</p>	<p><b>Stromnetze</b></p> <p><b>Beleuchtung</b> &gt; Smart lighting</p> <p><b>Contracting</b></p>	<p>Hannover Messe (12.–26.04.2024)</p> <p>VKU-Netzforum 2024, Berlin (24.04.2024)</p> <p>Marketing-Experts-Forum VKU, Berlin (27.04.2024)</p>
<p><b>Ausgabe</b></p> <p><b>05/24</b></p> <p>Mai</p>	<p><b>Erscheinungstermin</b> 06.05.24</p> <p><b>Anzeigenschluss</b> 15.04.24</p> <p><b>Stellenschluss/Druckdaten</b> 22.04.24</p>	<p><b>Digitalisierung</b> &gt; ERP-Systeme</p> <p><b>Smart waste</b> &gt; Entsorgung/Recycling &gt; Wasser/Abwasser</p> <p><b>Finanzierung</b></p> <p><b>Wasserstoff</b> &gt; Infrastruktur</p>	<p>IFAT, München (13.05.–17.05.2024)</p>
<p><b>Ausgabe</b></p> <p><b>06/24</b></p> <p>Juni</p> <p>Sonderbeilage 70 Jahre ZfK*</p>	<p><b>Erscheinungstermin</b> 10.06.24 / *10.06.2024</p> <p><b>Anzeigenschluss</b> 21.05.24 / *06.05.2024</p> <p><b>Stellenschluss/Druckdaten</b> 27.05.24 / *06.05.2024</p>	<p><b>Dezentrale Erzeugung / Erneuerbare Energien</b> &gt; The smarter E Europe</p> <p><b>IT / Digitalisierung</b> &gt; IT-Sicherheit</p> <p><b>Biogas</b></p> <p><b>KWK</b></p> <p><b>ZfK NachhaltigkeitsAWARD 2024</b></p>	<p>BDEW-Kongress, Berlin (Juni 2024)</p> <p>Smarter E Europe München (19.–21.06.2024)</p> <p>ZfK Nachhaltigkeitskonferenz inkl. Verleihung des ZfK NachhaltigkeitsAWARD (17.06.2024)</p>

## Der ZfK-Termin- und Themenplan Juli, August, September

	Termine	Themen	Veranstaltungen
<p><b>Ausgabe</b></p> <p><b>07/24</b></p> <p>Juli</p>	<p><b>Erscheinungstermin</b> 08.07.24</p> <p><b>Anzeigenschluss</b> 17.06.24</p> <p><b>Stellenschluss/Druckdaten</b> 24.06.24</p>	<p><b>Stromnetze</b></p> <p><b>Dezentrale Erzeugung / Erneuerbare Energien</b> &gt; Speichertechnologien</p> <p><b>Dienstleistungen</b> &gt; Fahrzeugausstattung für kommunale Zwecke</p> <p><b>Mobilität</b> &gt; Digitale Vernetzung</p>	
<p><b>Ausgabe</b></p> <p><b>08/24</b></p> <p>August</p>	<p><b>Erscheinungstermin</b> 05.08.24</p> <p><b>Anzeigenschluss</b> 15.07.24</p> <p><b>Stellenschluss/Druckdaten</b> 22.07.24</p>	<p><b>Finanzierung</b></p> <p><b>Dienstleistungen</b> &gt; Contracting &gt; Energiemanagement</p> <p><b>Grüner Wasserstoff</b></p> <p><b>Wasser / Abwasser / Entsorgung</b> &gt; Smart Waste</p>	
<p><b>Ausgabe</b></p> <p><b>09/24</b></p> <p>September</p>	<p><b>Erscheinungstermin</b> 09.09.24</p> <p><b>Anzeigenschluss</b> 19.08.24</p> <p><b>Stellenschluss/Druckdaten</b> 26.08.24</p>	<p><b>Dezentrale Erzeugung / Erneuerbare Energien</b> &gt; Vorschau WindEnergy &gt; Vorschau Expo for decarbonised industries (Energy Storage)</p> <p><b>Mobilität</b> &gt; Nutzfahrzeuge &gt; Ladesäulen</p> <p><b>IT / Digitalisierung</b> &gt; Innovative Start-ups – Ideen und Konzepte</p>	<p>VKU Stadtwerkekongress, Hannover (03.–04.09.24)</p> <p>H<sub>2</sub> EXPO &amp; CONFERENCE, Hamburg (24.–27.09.2024)</p> <p>WindEnergy, Hamburg (24.–27.09.2024)</p>

## Der ZfK-Termin- und Themenplan Oktober, November, Dezember

	Termine	Themen	Veranstaltungen
<p><b>Ausgabe</b></p> <p><b>10/24</b> Oktober</p>	<p><b>Erscheinungstermin</b> 07.10.24</p> <p><b>Anzeigenschluss</b> 16.09.24</p> <p><b>Stellenschluss/Druckdaten</b> 23.09.24</p>	<p><b>Stromnetze</b></p> <p><b>IT / Digitalisierung</b> &gt; IT-Sicherheit</p> <p><b>Dienstleistungen</b> &gt; Winter- / Sommerdienst</p> <p><b>Wasser / Abwasser / Entsorgung</b></p> <p><b>Innovative Vertriebswege (KI)</b></p>	<p>Expo for decarbonised industries, Düsseldorf (22.-24.10.2024)</p> <p>eMove 360° Europe 2024, Berlin (Oktober 2024)</p> <p>it-sa, IT-Security Messe und Kongress, Nürnberg (Oktober 2024)</p>
<p><b>Ausgabe</b></p> <p><b>11/24</b> November</p>	<p><b>Erscheinungstermin</b> 11.11.24</p> <p><b>Anzeigenschluss</b> 21.10.24</p> <p><b>Stellenschluss/Druckdaten</b> 25.10.24</p>	<p><b>Dienstleistungen</b> &gt; Arbeitsschutz &gt; Kritische Infrastrukturen</p> <p><b>Metering Days</b></p>	<p>gat   wat, Köln (November 2024)</p> <p>Metering Days Fulda (20./21.11.2024)</p>
<p><b>Ausgabe</b></p> <p><b>12/24</b> Dezember</p>	<p><b>Erscheinungstermin</b> 09.12.24</p> <p><b>Anzeigenschluss</b> 18.11.24</p> <p><b>Stellenschluss/Druckdaten</b> 25.11.24</p>	<p><b>IT / Digitalisierung</b> &gt; Smart City</p> <p><b>Dezentrale Erzeugung/Erneuerbare Energien</b> &gt; Geothermie</p> <p><b>Gas</b></p> <p><b>Finanzierung</b></p>	

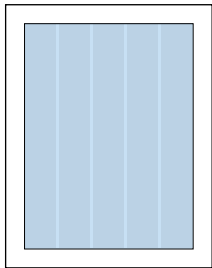
ZfK Print:

# PREISE UND FORMATE

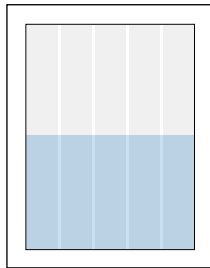


## ZfK Print: Anzeigenpreise und Formate (Preisliste Nr. 70, gültig ab 1.1.2024)

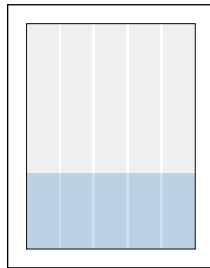
**Zeitungsformat:** 350 mm Breite x 510 mm Höhe  
**Satzspiegel:** 316 mm Breite x 470 mm Höhe



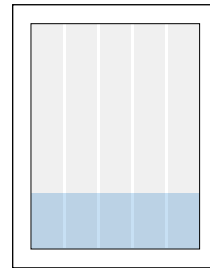
**1/1 ZfK-Seite**  
 B: 316 mm, H: 470 mm  
 16.500,- Euro



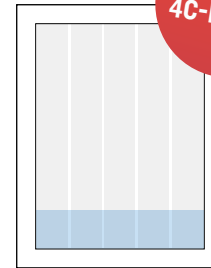
**1/2 ZfK-Streifen**  
 B: 316 mm, H: 232 mm  
 9.000,- Euro



**1/3 ZfK-Streifen**  
 B: 316 mm, H: 150 mm  
 5.995,- Euro

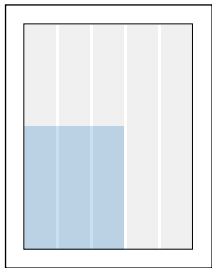


**1/4 ZfK-Streifen**  
 B: 316 mm, H: 116 mm  
 5.310,- Euro

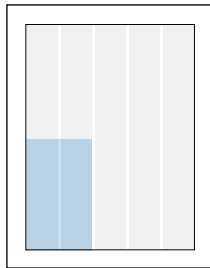


**1/5 ZfK-Streifen**  
 B: 316 mm, H: 90 mm  
 4.150,- Euro

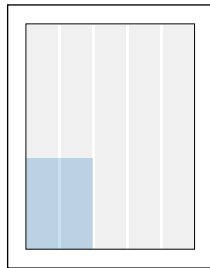
**ALLES  
 4C-PREISE**



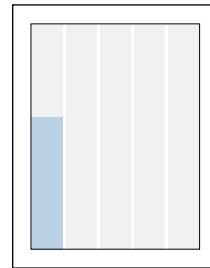
**Maxipage**  
 B: 188 mm, H: 250 mm  
 6.470,- Euro



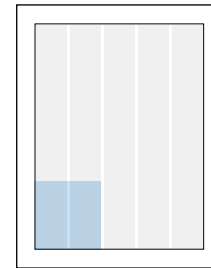
**Mediumpage**  
 B: 124 mm, H: 232 mm  
 4.330,- Euro



**Juniorpage**  
 B: 124 mm, H: 190 mm  
 4.020,- Euro

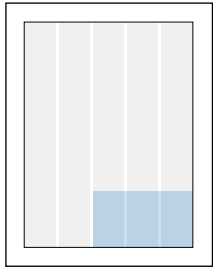


**Strippage**  
 B: 60 mm, H: 270 mm  
 2.830,- Euro



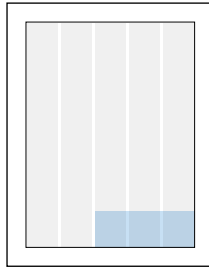
**Minipage**  
 B: 124 mm, H: 125 mm  
 2.730,- Euro

## ZfK Print: Anzeigenpreise und Formate (Preisliste Nr. 70, gültig ab 1.1.2024)



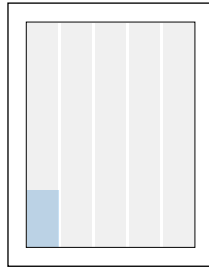
### 1/2 Ministreifen

B: 188 mm, H: 125 mm  
3.850,- Euro



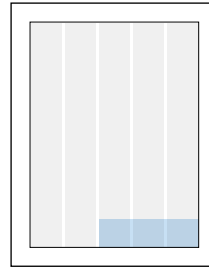
### 1/3 Ministreifen

B: 188 mm, H: 85 mm  
2.790,- Euro

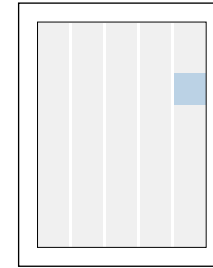


### 1/4 Ministreifen (hoch oder quer)

B: 92 mm, H: 125 mm (hoch)  
B: 188 mm, H: 62 mm (quer)  
2.165,- Euro

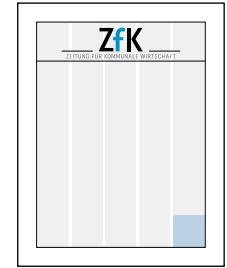


## Titelanzeigen



### Ecke oben

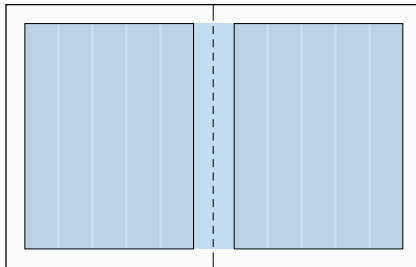
B: 62 mm, H: 62 mm  
4.900,- Euro



### Ecke unten

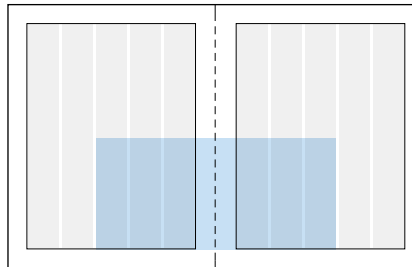
B: 62 mm, H: 62 mm  
3.900,- Euro

## Sonderformate



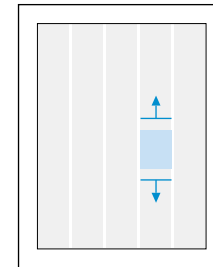
### 2/1 über den Bund

B: 666 mm, H: 470 mm  
23.000,- Euro



### Panorama-Anzeige ZfK-Format

B: 420 mm, H: 232 mm  
9.800,- Euro



### variable Inselanzeige

pro mm/1-spaltig (60 mm Breite)  
26,- Euro

Alle Preise in Euro zzgl. MwSt.

## ZfK Sonderbeilagen 2024

2024 ist für uns das große Jubiläums-Jahr mit zwei großen Geburtstagen: Der VKU feiert sein 75-jähriges Bestehen, die ZfK wurde vor 70 Jahren aus der Taufe gehoben.

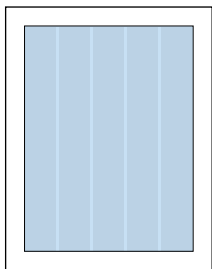
### Feiern Sie mit uns und werden Sie sichtbar durch eine Gratulationsanzeige in den ZfK Sonderbeilagen!

- > ZfK Sonderbeilage März 2024: Jubiläum VKU 75 Jahre
- > ZfK Sonderbeilage Juni 2024: Jubiläum ZfK 70 Jahre



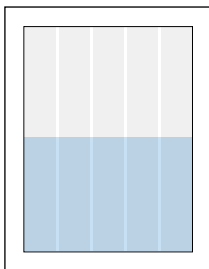
**Bei Bedarf unterstützen wir Sie bei Ihrer Gratulationsanzeige!**

### Sonderwerbformate und Preise Jubiläumsbeilagen



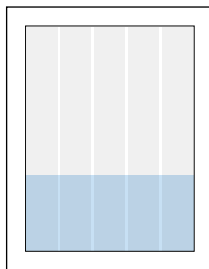
#### 1/1 ZfK-Seite

B: 316 mm, H: 470 mm  
8.200,- Euro



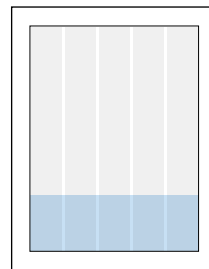
#### 1/2 ZfK-Streifen

B: 316 mm, H: 232 mm  
4.475,- Euro



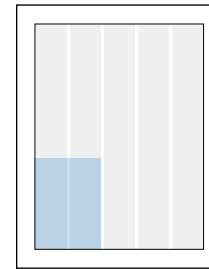
#### 1/3 ZfK-Streifen

B: 316 mm, H: 150 mm  
2.970,- Euro



#### 1/4 ZfK-Streifen

B: 316 mm, H: 116 mm  
2.640,- Euro



#### Juniorpage

B: 124 mm, H: 190 mm  
1.975,- Euro

### Termine

#### Sonderbeilage 75 Jahre VKU

März 2024

#### Erscheinungstermin

11.03.24

#### Anzeigenschluss / Druckunterlagen

05.02.24

#### Sonderbeilage 70 Jahre ZfK

Juni 2024

#### Erscheinungstermin

10.06.24

#### Anzeigenschluss / Druckunterlagen

06.05.24

## ZFK Print-Advertorial

Sie möchten komplexe Zusammenhänge und relevante Inhalte an Ihre bevorzugte Zielgruppe übermitteln?

Im ZFK Print-Advertorial bieten wir Ihnen die Möglichkeit, Ihren Content im redaktionellen Umfeld zu kommunizieren. Dieses Format wird als besonders glaubwürdig und kompetent wahrgenommen und kann Imagefaktoren positiv beeinflussen.

**Sie liefern die Basistexte und Bilder, wir erstellen für Sie in Zusammenarbeit mit einer erfahrenen Fachredaktion das komplette Advertorial.**

### Spezifikation

- > 2 – 3 Fotos zur Auswahl, möglichst Querformat, druckfähige Qualität
- > Überschriften-Vorschlag
- > Unterzeile-Vorschlag
- > Text: ca. 4.500 Zeichen inkl. Leerzeichen für 1/2 Seite, ca. 9.000 Zeichen inkl. Leerzeichen für 1/1 Seite
- > Optional: Kontaktbox, QR-Code mit Verlinkung zur gewünschten Webseite



### Preise

- > Advertorial, 2/1 Seite, 4c 23.000,- Euro
- > Advertorial, 1/1 Seite, 4c 16.500,- Euro
- > Advertorial, 1/2 Seite, 4c 9.000,- Euro

Die Schaltung wird mit dem Wort „Anzeige“ gekennzeichnet.

## ZfK Print: Weitere Preise und Formate (Preisliste Nr. 70, gültig ab 1.1.2024)

### Rabatte

Bei Abnahme innerhalb von 12 Monaten (Insertionsjahr)

Malstaffel:		Mengenstaffel:	
3 Anzeigen	5 %	3 Seiten	5 %
6 Anzeigen	10 %	6 Seiten	10 %
9 Anzeigen	15 %	9 Seiten	15 %
12 Anzeigen	20 %	12 Seiten	20 %

Platzierungszuschläge, Beilagen, Stellenanzeigen sowie technische Zusatzkosten sind nicht rabattfähig.

### Rubriken

pro mm 1-spaltig (43 mm breit)  
 Stellenangebote s/w 3,60 Euro  
 4c 4,30 Euro

Weitere Informationen zum Stellenmarkt Seite 27 – 30;  
 Der ZfK Branchen-Kompass Seite 22

**AE:** 15 % vom Kundennetto, nur für Werbeagenturen

### Sonderwerbformen

Beilagen (nicht rabattfähig)	215,- Euro
Bis 25 g Gewicht pro Tausend	
Pro angefangene 5 g Mehrgewicht pro Tausend	35,- Euro
Banderole und aufgeklebte Postkarte auf Anfrage	

### ZfK-Sonderdruck

#### Print

- Sonderdruck Ihres Artikels

Gerne erstellen wir Ihnen ein individuelles Angebot, abhängig von Gestaltungsaufwand, Seitenumfang und Auflage.

#### PDF

> PDF Ihres Artikels für Ihren Internetauftritt oder Ihre E-Mail-Werbung

**Preis:** 250,- Euro (bei uneingeschränkter Nutzung)

**Zahlungsbedingungen:** Zahlung innerhalb von 30 Tagen, rein netto, bei Zahlung 10 Tage nach Rechnungsdatum: 2 % Skonto. Bei Vorauszahlung bis zum ET oder Bankeinzug: 3 % Skonto.

**Bankverbindung:** Berliner Sparkasse, IBAN: DE69 1005 0000 0190 0629 40  
 SWIFT-BIC: BELADEVB33XXX, USt.-Ident-Nr.: DE 123061627, SEPA/Gläubiger-Identifikationsnummer: DE46ZZZ00000220398

## ZfK Print: Der ZfK Branchen-Kompass

Preise und Formate

Ihr Eintrag in die Rubrik „Der ZfK Branchen-Kompass“ in der gedruckten Ausgabe der Zeitung für kommunale Wirtschaft bietet Ihnen Sichtbarkeit und Reichweite. Unsere Leser:innen nutzen die Rubrik, um sich einen Überblick über die Anbieter einer Branche zu verschaffen, potenzielle Dienstleister oder Lieferanten zu identifizieren und zur Kontaktaufnahme.

Gleichzeitig profitieren Sie mit Ihrem Eintrag vom Image, der Glaubwürdigkeit und der positiven Abstrahlung der starken Marke ZfK.

Die Mindestlaufzeit beträgt zwölf Monate und läuft bis auf Widerruf. Die Abrechnung erfolgt per Sammelrechnung nach dem ersten Erscheinungstermin.

### Preise und Formate für 12 Monate:

Breite x Höhe in mm	Preise
60 x 25	1.008,- Euro
60 x 50	1.764,- Euro
60 x 75	2.448,- Euro

Alle Preise in Euro zzgl. MwSt.



**Hohe Sichtbarkeit und Reichweite:  
Erreichen Sie mit uns Ihre relevante Zielgruppe!**

## ZfK Print: Beilagen (Preisliste Nr. 70, gültig ab 1.1.2024)

<b>Format</b>	Mindestformat ist DIN A 6 (105 x 148 mm), Maximalformat: Höhe 350 x Breite 240 mm, wobei sich der geschlossene Rücken bzw. die Falz auf der Längsseite (350 mm) befinden muss. Die Distanz vom Rücken bzw. von der Falz darf also nicht mehr als 240 mm betragen.	<b>Gewichte</b>	Das Gewicht einer Beilage soll 50 g pro Exemplar nicht überschreiten. Liegt es darüber, ist eine Rückfrage bei der Druckerei erforderlich.
<b>Einzelblätter</b>	Einzelblätter im Format DIN A 6 dürfen ein Papiergewicht von 170 g/m <sup>2</sup> nicht unterschreiten. Einzelblätter mit Formaten größer als DIN A6 bis DIN A4 müssen ein Flächengewicht von mindestens 120 g/m <sup>2</sup> aufweisen. Größere Formate mit einem Papiergewicht von mindestens 60 g/m <sup>2</sup> sind auf eine Größe im Bereich DIN A4 (210 x 297 mm) zu falzen.	<b>Falzarten</b>	Gefalzte Beilagen müssen im Kreuzbruch, Wickel- oder Mittenfalz verarbeitet sein. Leporello- oder Altarfalz sind nicht zu verarbeiten. Mehrseitige Beilagen im Format größer als DIN A5 (148 x 210 mm) sollten den Falz an der langen Seite aufweisen.
<b>Mehrseitige Beilagen</b>	Beilagen im jeweils möglichen Maximalformat müssen einen Mindestumfang von 8 Seiten haben. Bei geringem Umfang (4 und 6 Seiten) ist ein Papiergewicht von mindestens 120 g/m <sup>2</sup> erforderlich, oder diese Beilagen sind nochmals zu falzen. Größere Formate mit einem Papiergewicht von 60 g/m <sup>2</sup> sind auf eine Größe im Bereich DIN A4 (210 x 297 mm) zu falzen. Beilagen werden lose eingelegt. Sie müssen aus einem Stück bestehen und so beschaffen sein, dass eine zusätzliche Verarbeitung entfällt. Zusatzarbeiten (z. B. Falzen) werden in Rechnung gestellt.	<b>Beschnitt</b>	Alle Beilagen müssen rechtwinklig und formatgleich geschnitten sein. Beilagen dürfen am Schnitt keine Verblockung durch stumpfe Messer aufweisen.
		<b>Angeklebte Produkte</b>	Postkarten sind in der Beilage grundsätzlich innen anzukleben. Sie müssen dabei bündig im Falz zum Kopf oder Fuß der Beilage angeklebt werden. Bei allen Beilagen mit außen angeklebten Produkten ist eine Abstimmung mit der Druckerei notwendig. Die maschinelle Verarbeitung von Beilagen wie Sonderformate, Warenmuster oder -proben ist ohne vorherige technische Prüfung nicht möglich.
		<b>Draht-Rückenheftung</b>	Bei Draht-Rückenheftung soll die verwendete Drahtstärke der Rückenstärke der Beilage angemessen sein. Dünne Beilagen sollen grundsätzlich mit Rücken- oder Falzleimung hergestellt werden.

## ZfK Print: Beilagen (Preisliste Nr. 70, gültig ab 1.1.2024)

**Anlieferungszustand:** Die angelieferten Beilagen müssen in Art und Form eine einwandfreie, sofortige Verarbeitung gewährleisten, ohne dass eine zusätzliche manuelle Aufbereitung notwendig wird. Die Beilagen dürfen nicht lagenweise unreift sein. Durch zu frische Druckfarbe zusammengeklebte, stark elektrostatisch aufgeladene oder feucht gewordene Beilagen können nicht verarbeitet werden. Beilagen mit umgeknickten Ecken (Eselsohren) bzw. Kanten, Quetschfalten oder solche mit verlagertem (rundem) Rücken sind ebenfalls nicht zu verarbeiten.

**Lagenhöhen:** Die unverschränkten, kantengeraden Lagen sollen eine Höhe von 80 bis 100 mm aufweisen.

**Palettierung:** Die Beilagen müssen sauber auf stabilen Paletten gestapelt sein. Beilagen müssen gegen eventuelle Transportschäden (mechanische Beanspruchung) und gegen Eindringen von Feuchtigkeit geschützt sein. Jede Palette muss analog zum Lieferschein deutlich und sichtbar mit einem Palettenschein gekennzeichnet sein. Auf dem Lieferschein muss der Erscheinungstag, das Produkt, die Ausgabe und die Auflage ausgewiesen sein.

**Anlieferungszeiten:** Für Beilagen gelten feste Anlieferungszeiten. Beilagen können nur von montags bis freitags in der Zeit von 07.00 Uhr bis 16.00 Uhr in unserem Druckzentrum angenommen werden.

**Liefermenge:** 10.500 Exemplare

**Lieferadresse:** VRM Druck GmbH & Co. KG  
Warenannahme  
Alexander-Fleming-Ring 2  
65428 Rüsselsheim

**Preise für Beilagen:** bis 25 g o/oo 215,- Euro  
pro 5 g Mehrgewicht o/oo 35,- Euro  
(nicht rabattfähig)



## ZfK Print: Technische Daten

<b>Zeitungsformat:</b>	350 mm Breite x 510 mm Höhe
<b>Satzspiegel:</b>	316 mm Breite x 470 mm Höhe 5 Spalten à 60 mm Breite
<b>Druck- und Bindeverfahren:</b>	Offset-Rotationsdruck nach DIN ISO-Standard 12647-3 für den Zeitungsdruck, Plattenherstellung CtP, keine Bindung
<b>Datenübermittlung:</b>	per E-Mail an <a href="mailto:anzeigen@zfk.de">anzeigen@zfk.de</a>
<b>Datenformate:</b>	PDF 1.3PDF 1.3 bis PDF/X4, für Rollenoffset, EPS (4-farbig) mit eingebetteten Schriften (kleinste Schriftgröße 6 pt, nicht 4-farbig). Bilddaten (4-farbig) als PSD, TIFF, JPEG, Gesamtfarbauftrag maximal 240 %, Tonwertzunahme im Druck: 24 % bei 40 % Flächendeckung. Es wird empfohlen, zur Bildbearbeitung und Datenaufbereitung das CMYK-Profil Isonewspaper26v4 ( <a href="http://www.ifra.com/WebSite/ifra.nsf/html/CONT_ISO_DOWNLOADS">www.ifra.com/WebSite/ifra.nsf/html/CONT_ISO_DOWNLOADS</a> ) zu verwenden. Bildauflösung mindestens 240 dpi – Strichauflösung min. 1200 dpi; Linien min. 0,2 pt – keine Haarlinien.
<b>Farben:</b>	Druck aus Euroskala. Sonderfarben müssen nach dem jeweiligen Farbfächer (zum Beispiel HKS-K) aufgebaut sein. Farbreihenfolge Schwarz, Cyan, Magenta, Yellow

**Datenarchivierung:** Daten werden archiviert, unveränderte Wiederholungen sind deshalb in der Regel möglich. Eine Datengarantie wird jedoch nicht übernommen.

**Gewährleistung:** Bei Anlieferung von unvollständigen oder abweichenden Daten (Texte, Farben, Abbildungen) übernehmen wir keine Haftung für das Druckergebnis. Fehlbelichtungen aufgrund von unvollständigen Angaben werden berechnet. Dies gilt auch für zusätzliche Satz- oder Re-arbeiten sowie für die Erstellung fehlerhafter Proofs.

**Kontakt**  
**Anzeigendisposition:** Petra Ruckdäschel  
Telefon: 089 / 43 19 85 – 12  
Melanie Renz  
Telefon: 089 / 43 19 85 – 24  
E-Mail: [anzeigen@zfk.de](mailto:anzeigen@zfk.de)

# DER ZfK-STELLENMARKT

ZfK AUSGABE 7 JULI 2023  
ZEITUNG FÜR KOMMUNALE WIRTSCHAFT

31

## BERUF & ERFOLG

### NEW PAY FÜR EINE NEUE ARBEITSWELT

Sven Franke erklärt, warum es auch in den Unternehmen

griff Leistung und dem Akzeptanzfaktor kommt, wo es einfach war, die erarbeitete Leistung zu bewerten, die in der Regel Menschen an Maschinen standen und die produzierten Teile gemessen wurden. Diese Jobs existieren immer weniger in Europa. Diese Wirtinnen sind auch in verschiedenen Berufsständen und Änderungen von Mitarbeiterinnen vorliegt.

Die Eigenen eines solchen Prozesses kann sehr unterschiedlich sein: einerseits als ein Baustein für ein größeres Projekt, andererseits als ein Baustein für ein ganzes Unternehmen. Entscheidend im Vergütungssystem bewertet werden, wie zum Beispiel soziale Kriterien oder nachhaltiges Leben, je nach Umfang können diese Faktoren drei Monate oder auch zwei Jahre dauern.

**Sven Franke**  
ist Geschäftsführer der Beratung iQ und Founding Partner des New Pay Collective

» **New Pay ist kein Vergütungsmodell, sondern der Prozess dahinter.**

Die richtigen Mitarbeiter:innen zu finden, ist eine der größten Herausforderungen für die kommunale Wirtschaft. Besetzen Sie Ihre vakanten Stellen über den ZfK-Stellenmarkt.

0:41

**ZfK** Zeitung für kommunale Wirtschaft

20.09.2023 | von Ariane Möhl



**Guten Morgen liebe Leserinnen und Leser,**

die Ampel-Koalition kann aufpassen. Die für das Vorhaben wesentlichen Ausschüsse des Bundesrats veröffentlichen darauf, im Baugesetz über das Mietpreisgesetz den vermögensrechtlichen Änderungen zugunsten der Länderkammer eine gewisse Rolle von Änderungen zu erlauben. [Leser:innen](#)

Deutsche Städte werden immer digitaler. Spitzenreiter ist das G80. [Leser:innen](#)

Im Jahr 2023 von Fraunhofer Associates Consulting aktuell München. Die Milliardärin hat den Bereich Wohnung von seiner Position vertrieben. Laut der Analyse machen aber auch viele kleine und mittlere Unternehmen bei der Digitalisierung. [Leser:innen](#)

**Warum ist es wichtig, die richtigen Mitarbeiter:innen zu finden?**

Die richtigen Mitarbeiter:innen zu finden ist ein zentraler Bestandteil der Personalstrategie eines Unternehmens. Es ist wichtig, die richtigen Mitarbeiter:innen zu finden, die die richtigen Fähigkeiten, Kenntnisse und Erfahrungen mitbringen, um die Aufgaben des Unternehmens zu erfüllen. Dies ist wichtig, um die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens zu sichern und die Mitarbeiter:innen zu motivieren, die richtigen Entscheidungen zu treffen.

**Wie können Unternehmen die richtigen Mitarbeiter:innen finden?**

Es gibt verschiedene Möglichkeiten, die richtigen Mitarbeiter:innen zu finden. Dazu gehören die Nutzung von Online-Portalen, die Zusammenarbeit mit Personalagenturen, die Teilnahme an Messen und Konferenzen sowie die Nutzung von sozialen Medien. Es ist wichtig, die richtigen Kanäle zu wählen, um die richtigen Mitarbeiter:innen zu finden.

**Welche Vorteile hat die Nutzung von Online-Portalen?**

Die Nutzung von Online-Portalen hat viele Vorteile. Dazu gehören die Erreichung einer größeren Anzahl von Kandidaten, die Möglichkeit, die richtigen Kandidaten schneller zu finden und die Möglichkeit, die richtigen Kandidaten besser zu verstehen. Dies ist wichtig, um die richtigen Mitarbeiter:innen zu finden, die die richtigen Fähigkeiten, Kenntnisse und Erfahrungen mitbringen.

**Wie können Unternehmen die richtigen Mitarbeiter:innen besser verstehen?**

Es gibt verschiedene Möglichkeiten, die richtigen Mitarbeiter:innen besser zu verstehen. Dazu gehören die Durchführung von Interviews, die Nutzung von Assessment-Tools und die Zusammenarbeit mit Personalagenturen. Es ist wichtig, die richtigen Methoden zu wählen, um die richtigen Mitarbeiter:innen besser zu verstehen.

**Wie können Unternehmen die richtigen Mitarbeiter:innen motivieren?**

Es gibt verschiedene Möglichkeiten, die richtigen Mitarbeiter:innen zu motivieren. Dazu gehören die Bereitstellung von Weiterbildungsmöglichkeiten, die Förderung von Karrierechancen und die Schaffung von Arbeitsumgebungen, die die Mitarbeiter:innen motivieren. Es ist wichtig, die richtigen Methoden zu wählen, um die richtigen Mitarbeiter:innen zu motivieren.

**Wie können Unternehmen die richtigen Mitarbeiter:innen binden?**

Es gibt verschiedene Möglichkeiten, die richtigen Mitarbeiter:innen zu binden. Dazu gehören die Bereitstellung von Weiterbildungsmöglichkeiten, die Förderung von Karrierechancen und die Schaffung von Arbeitsumgebungen, die die Mitarbeiter:innen binden. Es ist wichtig, die richtigen Methoden zu wählen, um die richtigen Mitarbeiter:innen zu binden.

**Wie können Unternehmen die richtigen Mitarbeiter:innen entwickeln?**

Es gibt verschiedene Möglichkeiten, die richtigen Mitarbeiter:innen zu entwickeln. Dazu gehören die Bereitstellung von Weiterbildungsmöglichkeiten, die Förderung von Karrierechancen und die Schaffung von Arbeitsumgebungen, die die Mitarbeiter:innen entwickeln. Es ist wichtig, die richtigen Methoden zu wählen, um die richtigen Mitarbeiter:innen zu entwickeln.

**Wie können Unternehmen die richtigen Mitarbeiter:innen fördern?**

Es gibt verschiedene Möglichkeiten, die richtigen Mitarbeiter:innen zu fördern. Dazu gehören die Bereitstellung von Weiterbildungsmöglichkeiten, die Förderung von Karrierechancen und die Schaffung von Arbeitsumgebungen, die die Mitarbeiter:innen fördern. Es ist wichtig, die richtigen Methoden zu wählen, um die richtigen Mitarbeiter:innen zu fördern.

**Wie können Unternehmen die richtigen Mitarbeiter:innen unterstützen?**

Es gibt verschiedene Möglichkeiten, die richtigen Mitarbeiter:innen zu unterstützen. Dazu gehören die Bereitstellung von Weiterbildungsmöglichkeiten, die Förderung von Karrierechancen und die Schaffung von Arbeitsumgebungen, die die Mitarbeiter:innen unterstützen. Es ist wichtig, die richtigen Methoden zu wählen, um die richtigen Mitarbeiter:innen zu unterstützen.

**Wie können Unternehmen die richtigen Mitarbeiter:innen einbinden?**

Es gibt verschiedene Möglichkeiten, die richtigen Mitarbeiter:innen zu einbinden. Dazu gehören die Bereitstellung von Weiterbildungsmöglichkeiten, die Förderung von Karrierechancen und die Schaffung von Arbeitsumgebungen, die die Mitarbeiter:innen einbinden. Es ist wichtig, die richtigen Methoden zu wählen, um die richtigen Mitarbeiter:innen zu einbinden.

**Wie können Unternehmen die richtigen Mitarbeiter:innen integrieren?**

Es gibt verschiedene Möglichkeiten, die richtigen Mitarbeiter:innen zu integrieren. Dazu gehören die Bereitstellung von Weiterbildungsmöglichkeiten, die Förderung von Karrierechancen und die Schaffung von Arbeitsumgebungen, die die Mitarbeiter:innen integrieren. Es ist wichtig, die richtigen Methoden zu wählen, um die richtigen Mitarbeiter:innen zu integrieren.

**Wie können Unternehmen die richtigen Mitarbeiter:innen einbauen?**

Es gibt verschiedene Möglichkeiten, die richtigen Mitarbeiter:innen zu einbauen. Dazu gehören die Bereitstellung von Weiterbildungsmöglichkeiten, die Förderung von Karrierechancen und die Schaffung von Arbeitsumgebungen, die die Mitarbeiter:innen einbauen. Es ist wichtig, die richtigen Methoden zu wählen, um die richtigen Mitarbeiter:innen zu einbauen.

**Wie können Unternehmen die richtigen Mitarbeiter:innen einfügen?**

Es gibt verschiedene Möglichkeiten, die richtigen Mitarbeiter:innen zu einfügen. Dazu gehören die Bereitstellung von Weiterbildungsmöglichkeiten, die Förderung von Karrierechancen und die Schaffung von Arbeitsumgebungen, die die Mitarbeiter:innen einfügen. Es ist wichtig, die richtigen Methoden zu wählen, um die richtigen Mitarbeiter:innen zu einfügen.

**Wie können Unternehmen die richtigen Mitarbeiter:innen einfügen?**

Es gibt verschiedene Möglichkeiten, die richtigen Mitarbeiter:innen zu einfügen. Dazu gehören die Bereitstellung von Weiterbildungsmöglichkeiten, die Förderung von Karrierechancen und die Schaffung von Arbeitsumgebungen, die die Mitarbeiter:innen einfügen. Es ist wichtig, die richtigen Methoden zu wählen, um die richtigen Mitarbeiter:innen zu einfügen.

**Wie können Unternehmen die richtigen Mitarbeiter:innen einfügen?**

Es gibt verschiedene Möglichkeiten, die richtigen Mitarbeiter:innen zu einfügen. Dazu gehören die Bereitstellung von Weiterbildungsmöglichkeiten, die Förderung von Karrierechancen und die Schaffung von Arbeitsumgebungen, die die Mitarbeiter:innen einfügen. Es ist wichtig, die richtigen Methoden zu wählen, um die richtigen Mitarbeiter:innen zu einfügen.

**Wie können Unternehmen die richtigen Mitarbeiter:innen einfügen?**

Es gibt verschiedene Möglichkeiten, die richtigen Mitarbeiter:innen zu einfügen. Dazu gehören die Bereitstellung von Weiterbildungsmöglichkeiten, die Förderung von Karrierechancen und die Schaffung von Arbeitsumgebungen, die die Mitarbeiter:innen einfügen. Es ist wichtig, die richtigen Methoden zu wählen, um die richtigen Mitarbeiter:innen zu einfügen.

## ZfK-Stellenmarkt – über uns werden die Stellen besetzt

- › Die ZfK hat den größten Stellenmarkt der kommunalen Branche. 72 % unserer Leser:innen verfolgen die Berichterstattung darüber.
- › Für 82,4 % ist die ZfK ein unverzichtbarer Ratgeber für die berufliche Tätigkeit und für 64,1 % das führende Medium in der beruflichen Wissensvermittlung.
- › Vier Fünftel der Leser:innen nehmen Ideen aus der ZfK für ihren beruflichen Alltag mit.

### Der ZfK-Stellenmarkt bietet Qualität in der Personalsuche. Treffen Sie genau den richtigen Kandidaten.

- › Stellenanzeigen erscheinen standardmäßig in der Zeitung, auf ZfK.de und 14-tägig im ZfK-Personal-NL, gegen Aufpreis zusätzlich im ZfK-Morning Briefing Newsletter.
- › Wir bieten gegen Aufpreis besonders aufmerksamkeitsstarke Platzierungen an. (Seite 30)
- › Gerne nehmen wir Ihre Online-Stellenanzeigen für eine zeitnahe Schaltung auch schon vor Anzeigenschluss entgegen.

### Unsere Erfolgsformel

**15.365** verkaufte  
Auflage, davon  
7.703 E-Paper  
(IVW Q2/2023)

ZfK-Zeitung



monatlich durch-  
schnittlich 128.162 Visits  
und **363.970**  
**Page Impressions**  
auf der ZfK-Website  
(IVW, geprüft)

[www.zfk.de](http://www.zfk.de)



**30.000**  
Registrierungen für  
das ZfK-Morning  
Briefing und **3.300**  
für den Personal-NL

Newsletter

ZfK-Ausgabe	Anzeigenschluss	Erscheinungstag
<b>01/24</b>	18.12.2023	08.01.2024
<b>02/24</b>	22.01.2024	05.02.2024
<b>03/24</b>	26.02.2024	11.03.2024
<b>04/24</b>	25.03.2024	08.04.2024
<b>05/24</b>	22.04.2024	06.05.2024
<b>06/24</b>	27.05.2024	10.06.2024
<b>07/24</b>	24.06.2024	08.07.2024
<b>08/24</b>	22.07.2024	05.08.2024
<b>09/24</b>	26.08.2024	09.09.2024
<b>10/24</b>	23.09.2024	07.10.2024
<b>11/24</b>	28.10.2024	11.11.2024
<b>12/24</b>	25.11.2024	09.12.2024

### Rufen Sie uns an, wenn Sie Fragen haben. Wir beraten Sie gerne.

Petra Ruckdäschel  
Telefon: 089 / 43 19 85 - 12

Melanie Renz  
Telefon: 089 / 43 19 85 - 24

E-Mail: [anzeigen@zfk.de](mailto:anzeigen@zfk.de)

## Kombi Print-Online – der bewährte Bestseller

### Erscheinungsweise

**ohne** Premium-Platzierung

#### Printanzeige

+ 4 Wochen **online ohne Logo**  
auf <https://www.zfk.de/services/stellenmarkt>  
ohne Aufpreis

**mit** Premium-Platzierung

#### Printanzeige

+ 4 Wochen **online mit Logo**  
auf <https://www.zfk.de/services/stellenmarkt>  
+ Platzierung täglich von Montag bis Freitag  
erscheinenden **Morning-Briefing**  
+ Platzierung zweimal monatl. Personal-Newsletter:  
Aufpreis 400,- Euro + MwSt.

### Spaltenbreite Print-Ausgabe

1-spaltig	43 mm
2-spaltig	88 mm
3-spaltig	134 mm
4-spaltig	179 mm
5-spaltig	225 mm
7-spaltig	316 mm

### Preiskalkulation

1-spaltig/1 mm Höhe, s/w = 3,60 Euro

1-spaltig/1 mm Höhe, 4-c = 4,30 Euro

### Berechnungsbeispiel

Anzeige 3-spaltig/150 mm hoch, s/w =  
3 Spalten x 150 mm Höhe x 3,60 Euro = 1.620,- Euro + MwSt.

Anzeige 3-spaltig/150 mm hoch, 4-c =  
3 Spalten x 150 mm Höhe x 4,30 Euro = 1.935,- Euro + MwSt.

Mindestumsatz je Anzeige: 1.000,- Euro + MwSt.

Stellenanzeigen sind nicht rabatt-, aber AE-fähig.

### Anzeigengestaltung

Pauschale für Anzeigengestaltung durch den Verlag (Satz, Grafik): 200,- Euro + MwSt. (wird bei Auftragserteilung nicht berechnet)

Zwei Korrekturschleifen sind im Anzeigenpreis inbegriffen. Für jede weitere Korrektur behalten wir uns vor, jeweils 50,- Euro + MwSt. in Rechnung zu stellen.

## Stellenmarkt Online

4 Wochen online auf <https://www.zfk.de/services/stellenmarkt>

<b>Format</b> (auf Basis des Printformats)	<b>Online ohne Premium-Platzierung</b> (ohne Logo auf Website)	<b>1</b> <b>Pakete mit Premium-Platzierung</b>	<b>2</b> <b>Pakete mit TOP 3-Platzierung</b>
<b>S</b> Anzeigengröße PDF bis 300 mm	1.000,- Euro	1.400,- Euro	1.800,- Euro
<b>M</b> Anzeigengröße PDF bis 600 mm	2.000,- Euro	2.400,- Euro	2.800,- Euro
<b>L</b> Anzeigengröße PDF über 600 mm	2.400,- Euro	2.800,- Euro	3.200,- Euro

Alle Preise zzgl. MwSt.

### 1 Premium-Platzierung

Mehrfachkontakte über Website  
und Newsletterversand

4 Wochen online **mit Logo**  
+ Platzierung im täglich von Montag bis Freitag erscheinenden ZfK-Morning Briefing  
+ Platzierung zweimal monatlich im ZfK-Personal-Newsletter

### 2 TOP 3-Platzierung

Mehrfachkontakte über Website  
und Newsletterversand

4 Wochen online **mit Logo** auf den **ersten 3 Plätzen im Premiumbereich**  
+ Platzierung im täglich von Montag bis Freitag erscheinenden ZfK-Morning Briefing  
+ Platzierung zweimal monatlich im ZfK-Personal-Newsletter

### **Aufmerksamkeitsstarke Platzierung**

Verlängerung Ihrer Online-Stellenanzeige auf [zfk.de](https://www.zfk.de): Wochenpreis 300,- Euro  
Sämtliche Preise verstehen sich zzgl. MwSt.

## ZfK-Stellenmarkt

Premiumpplatzierungen und Formate

### Premium-Stellenanzeigen – mit Logo und Morning Briefing-Platzierung

erscheinen – wie alle Stellenanzeigen – gedruckt und online. Sie sind bereits auf der Startseite der Website mit Logo zu sehen, erscheinen im 14-tägigen Personal-NL und werden zusätzlich im täglich von Montag bis Freitag erscheinenden ZfK-Morning Briefing Newsletter veröffentlicht.

**Aufpreis: 400,- Euro pro Anzeige**

### TOP3-Premium-Platzierungen – unter den ersten drei dabei

erscheinen über die gesamte Laufzeit hinweg auf den ersten drei Plätzen im Premiumbereich und werden zusätzlich im täglich von Montag bis Freitag erscheinenden ZfK-Morning Briefing Newsletter veröffentlicht.

**Aufpreis: 800,- Euro pro Anzeige**

### Top-Executive-Platzierung – für brandeilige Stellensuchen

Stellenanzeigen-Banner (660 x 250 px) im redaktionellen Teil des ZfK-Morning Briefing Newsletters.

**Preis für einmalige Aussendung: 990,- Euro**

Sämtliche Preise verstehen sich zzgl. MwSt.



**Top-Executive-Platzierung  
für Ihre Stellenanzeige im ZfK-Morning Briefing.**



Preise und Formate:

# DIGITALE ZfK-MARKENWELT

## Werbemöglichkeiten in den digitalen ZfK-Medien.

Die renommierte Medienmarke ZfK ist auch online ein Leitmedium der Branche.

### 1) ZfK.de – das kommunale Newsportal

- Die wichtigsten Meldungen auf einen Blick
- Umfangreiche Such- und Recherchefunktionen
- Übersicht der wichtigsten Events und Branchentermine
- IWV-geprüfte Nutzerzahlen
- Mit dem größten Stellenmarkt der Branche

### 2) ZfK-Morning Briefing

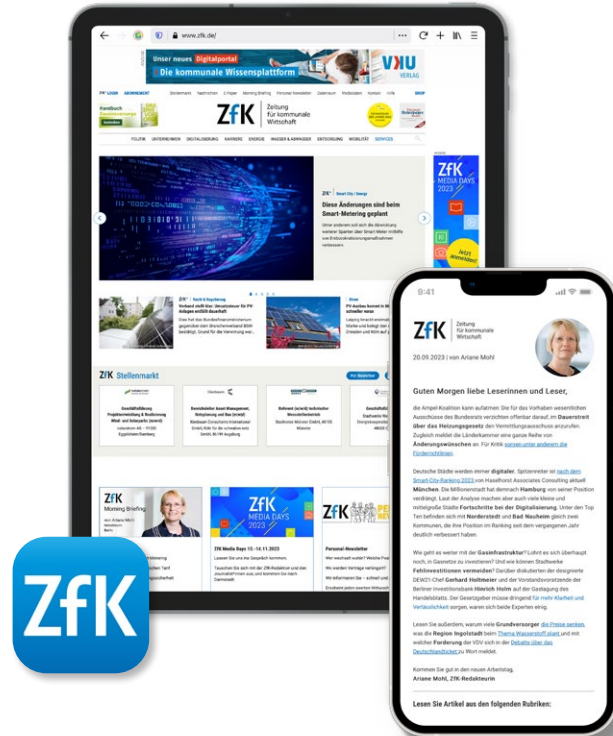
- Das täglich von Montag bis Freitag erscheinende Morning Briefing per E-Mail ist die Ergänzung der monatlichen Printausgabe der ZfK mit über 30.000 Abonnent:innen

### 3) ZfK-Personal-Newsletter

- Der Personal-NL erscheint zweimal monatl. mit allen relevanten Personal- und Führungsthemen in der Branche und erreicht 3.300 Abonnent:innen

### 4) ZfK-App

- Von unterwegs Zugriff auf die wichtigsten ZfK-Inhalte
- 9.000 Page Impressions pro Monat





## Digitale Werbemöglichkeiten auf zfk.de – das kommunale Newsportal

Für jede Werbekampagne das passende Buchungsmodell, inklusive eines umfangreichen Reportings

### Preise und Werbeformen

Werbeform	Format/Größe in Pixel (B x H)	Festplatzierung (Preis pro Woche)	TKP in €	25.000 AI	50.000 AI	100.000 AI	200.000 AI	
Wallpaper	728 x 90 + 160 x 600	2.510,-	130,-	3.250,-	6.500,-	13.000,-	26.000,-	
Medium Rectangle	300 x 250	1.700,-	100,-	2.500,-	5.000,-	10.000,-	20.000,-	
Bigszie/Superbanner	728 x 90	1.480,-	90,-	2.250,-	4.500,-	9.000,-	18.000,-	
Skyscraper	160 x 600	1.360,-	80,-	2.000,-	4.000,-	8.000,-	16.000,-	
Fullsize-Banner	468 x 60	900,-	60,-	1.500,-	3.000,-	6.000,-	12.000,-	
Preise in Euro zzgl. MwSt.							AI = Ad Impressions	

**Platzierung:** Startseite oder themenrelevant nach Absprache  
**Laufzeit:** nach Absprache  
**AE:** 15 % vom Kundennetto für Werbeagenturen

### Nutzungsdaten

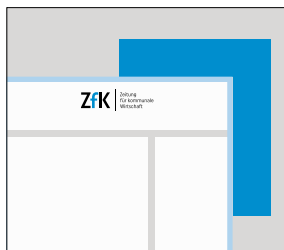


- Zugriffskontrolle:**
- Nutzungsdaten:**

IVW  
 363.970 Page Impressions  
 bei 128.162 Visits  
 (IVW 2023, Stand: Q1/2023)

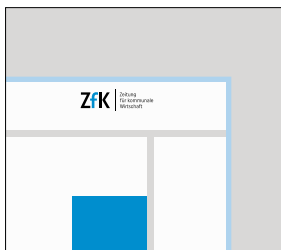
## ZfK.de: Bannerformate und Platzierung

### Bannerformate (Beispiele)



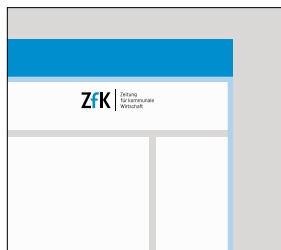
#### Wallpaper

728 x 90 Pixel + 160 x 600 Pixel  
TKP: 130,- Euro



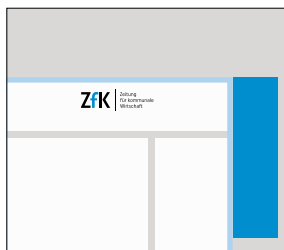
#### Medium Rectangle

300 x 250 Pixel  
TKP: 100,- Euro



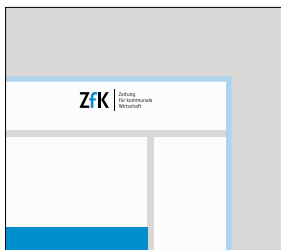
#### Bigsize/Superbanner

728 x 90 Pixel  
TKP: 80,- Euro



#### Skyscraper

160 x 600 Pixel  
TKP: 80,- Euro



#### Fullsize-Banner

468 x 60 Pixel  
TKP: 60,- Euro

**Dateiformate:** GIF, JPG max. 100 kB,  
HTML max. 100 kB

Die Daten müssen für die Verarbeitung in OpenX/Revue geeignet sein. Die Angaben zur Größe der Dateien umfassen alle Elemente, also auch nachzuziehende Dateien, Sniffer Code, Bilder etc. Bei Flash-Dateien benötigen wir die Angabe der Flash-Version, ggf. Angaben über Actionskripte, GIF- oder JPG-Dateien als Fallback und ggf. Sniffer Code.

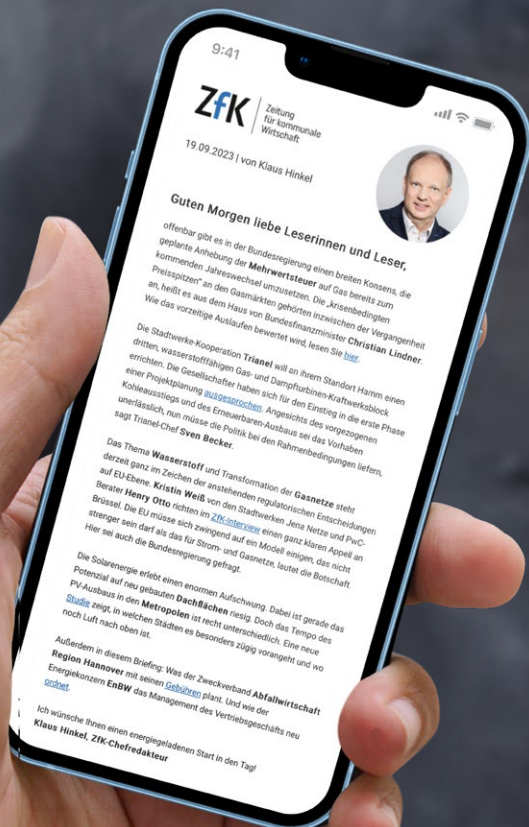
**Wallpaper:** Bitte berücksichtigen Sie bei der Motiverstellung, dass der vertikale Banner (160 x 600 px) UNTER dem horizontalen Banner angeordnet wird.

**Mobiles Format:** Zur Platzierung Ihres Banners auf Handys/Tablets benötigen wir zusätzlich zum Desktop-Format das Format 300 x 250 Pixel (Medium Rectangle).

**Lieferadresse:** Bitte senden Sie die Werbemittel an [p-meyer@zfk.de](mailto:p-meyer@zfk.de) oder [anzeigen@zfk.de](mailto:anzeigen@zfk.de).

**Liefertermin:** Bitte senden Sie uns die Werbemittel spätestens **4 Werktage** vor Beginn der Kampagne zu.

**Reporting:** Inklusive



**NEWS MIT BISS AB 6.00 UHR**  
Das ZfK-Morning Briefing

## ZfK-Morning Briefing Newsletter

Der Tagesstarter in der kommunalen Branche

**ZfK-Morning Briefing:** kostenfrei abonnieren auf [www.zfk.de/morning-briefing](http://www.zfk.de/morning-briefing)

**Kurzcharakteristik:** Das ZfK-Morning Briefing bietet in Stichworten tagesaktuelle Informationen aus der Energie- und Versorgungswirtschaft.

**Zielgruppe:** 90 % der ZfK-Leser:innen nutzen das Morning Briefing in Ergänzung der monatlichen Printausgabe. Ergänzt wird diese ZfK-Kernleser-Zielgruppe durch weitere Funktionsträger und Interessierte im gesamten kommunalen Raum.

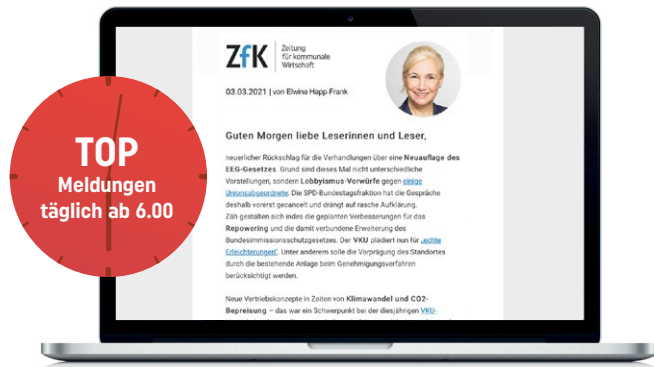
**Erscheinungsweise:** Täglich von Montag bis Freitag

**Werbeformen:** Im Newsletter sind Banner in 3 Formaten oder Advertorials möglich. Advertorials umfassen zehn Zeilen mit je 65 Zeichen inkl. Leerzeichen, ein Bild (200 x 200 px) oder ein Logo und Link oder E-Mail Verlinkung.

**Verbreitung** Rund 30.000 Abonnent:innen aus der kommunalen Branche.

**Rabatte:**  
3 Aussendungen = 5 %  
6 Aussendungen = 10 %  
9 Aussendungen = 15 %

**AE:** 15 % vom Kundennetto nur für Werbeagenturen



## Werbeformen – ZfK-Morning Briefing Newsletter

Der Tagesstarter in der kommunalen Branche

### Das Kommunal-Kompakt-Angebot – mehr digitale ZfK-Reichweite geht nicht.

- > Beinhaltet 3 x Banner im ZfK-Morning Briefing und eine Woche Präsenz auf ZfK.de
- > 10 % Kombinationsrabatt auf die Werbeformate

**Preisbeispiel:** 3 x Banner (660 x 200 px) im Morning Briefing plus 1 Woche Fullsize-Banner auf ZfK.de

**Preis pro Woche: 2.956,50 Euro**

Selbstverständlich ist **Kommunal-Kompakt mit allen digitalen ZfK-Werbeformaten buchbar**. Weitere Angebotsvarianten gerne auf Anfrage.

**Reports:** Inklusive der relevanten Auswertungen: Zustellungen, Öffnungsrate und Klickrate

**Hinweis:** Bitte senden Sie uns die Werbemittel spätestens 4 Werktage vor Erscheinen an [p-meyer@zfk.de](mailto:p-meyer@zfk.de).

### Klassische Banner

#### Preise pro Aussendung:

Banner	660 x 200 px	<b>795,-</b>
Banner	660 x 250 px	<b>1.010,-</b>
Banner	660 x 300 px	<b>1.170,-</b>

Angaben in Breite x Höhe in Pixel.

Alle Preise in Euro und zuzüglich MwSt.



### Neue Webinare: Elektrisch unterwegs und wirtschaftlich ohne EEG



Erneuerbare Energien, Digitalisierung, E-Mobilität: In der 'The smarter E-Webinarreihe' mit dem Bundesverband Neue Energiewirtschaft e.V. (bne) erfahren Sie in fünf Terminen, welche Trends und Themen der neuen Energiewelt Sie im Auge behalten sollten. Am 28. September werden wir einen genaueren Blick auf die Potenziale von E-Fahrten für Kommunen und Unternehmen. Um die Chancen von Stromlieferverträgen (PPA) für den wirtschaftlichen Betrieb von Erneuerbaren-Anlagen außerhalb des EEG geht es am 13. Oktober. Die praxiserfahrenen Referenten bieten Ihnen Know-How aus erster Hand und beantworten Ihre Fragen.

[Jetzt kostenfrei registrieren!](#)

### Advertorials

- > Redaktionelle Anzeige mit
  - 10 Zeilen Text (inkl. Überschrift)
  - je 65 Zeichen (mit Leerzeichen) pro Zeile
  - mit Logo oder Bild (200 x 200 px)
  - plus Link oder E-Mail Verlinkung
- > pro Motivwechsel 50,- Euro

**Preis pro Aussendung: 1.010,- Euro**

## ZfK-Personal-Newsletter

Die Relevanz der Personalinhalte nimmt stetig zu:  
Der ZfK-Personal-Newsletter erscheint zweimal im Monat.

**Kurzcharakteristik:** Der ZfK-Personal-Newsletter bietet für alle Personalentscheider\*innen und Führungskräfte in der kommunalen Wirtschaft einen umfassenden Überblick sowie vertiefte Inhalte rund um die Themen wie Karriere, Diversity, Nachwuchsgewinnung, die Zukunft der Arbeit sowie aktuelle Stellenangebote.

**Der ZfK-Personal-Newsletter informiert schnell und aktuell  
über alle relevanten Entwicklungen im kommunalen Arbeitsmarkt!**

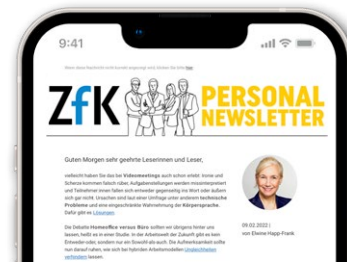
**Themen im Fokus:**

- Digitalisierung
- Veränderungen in der Arbeitswelt (New Work u.v.m.)
- Gehaltsrankings/Trends bei der variablen Vergütung
- Berufliche Aus- und Weiterbildung
- Gastbeiträge von Personalberater:innen
- Karrierechancen
- Erfolgreiche Mitarbeitergewinnung

**Erscheinungsweise:** jeder 2. und 4. Mittwoch im Monat

**Werbeformen:** Im Newsletter sind Banner in 3 Formaten möglich (siehe Seite 39).

**Verbreitung:** Aktuell beziehen etwa 3.300 Nutzer den ZfK-Personal-Newsletter – mit steigender Tendenz. Der Großteil dieser Abonnenten sind ZfK-Plus Nutzer, die sich aktiv angemeldet haben und den Dienst kostenlos erhalten. Der andere Teil sind Neuabonnenten, die für unser Angebot 24,90 Euro monatlich zahlen.



**»Allein in der kommunalen Energieversorgung, der Wasser- und Abwasserwirtschaft, der Abfallwirtschaft und Stadtreinigung sind über 283.000 Menschen beschäftigt. Das zeigt, welche hohe Relevanz Personalthemen für die Daseinsvorsorge in Deutschland haben. Ab sofort bieten wir hierzu ein journalistisch hochwertiges und digitales Produkt an und erweitern damit unser Verlagsportfolio.«**

Verlagsgeschäftsführer Carsten Wagner



## Werbeformen im ZfK-Personal-Newsletter

### Preise pro Aussendung:

Banner	660 x 200 px	<b>355,- Euro</b>
Banner	660 x 250 px	<b>450,- Euro</b>
Banner	660 x 300 px	<b>520,- Euro</b>

Angaben in Breite x Höhe in Pixel.  
Alle Preise zuzüglich MwSt.

### Werben Sie zum Vorteilspreis

Wir unterbreiten »Erstbuchern« ein ganz besonderes Angebot:

**Banner (pro Aussendung) zum Vorteilspreis von jeweils 200,- Euro**

**Banner im Quartal (6 Aussendungen) zum Vorteilspreis von 1.200,- Euro**

Unser Angebot bezieht sich auf das Bannerformat 660 x 250 px.  
Alle Preise zuzüglich MwSt.

**Reports:** Inklusive der relevanten Auswertungen: Zustellungen, Öffnungsrate und Klickrate

**Hinweis:** Bitte senden Sie uns die Werbemittel spätestens 4 Werktage vor Erscheinen zu.  
Dateiformate: GIF, JPG, HTML max. 100 kB



## Die ZfK-App

- > Alle ZfK-Inhalte in einer Hand
- > Mit Suchfunktion für relevante Inhalte
- > Personalisiert und immer aktuell in Echtzeit

**Die ZfK-Nachrichten-App – Jederzeit von unterwegs Zugriff auf aktuelle News und umfassenden Service**

### Preise und Werbeformen in der ZfK-App

Werbeform	Format/Größe in Pixel (B x H)	Platzierung	Preise (für 4 Wochen)
Banner	640 x 100 und 320 x 50	Banner erscheint auf 3 Platzierungen Ihrer Wahl	960,-

Preise in Euro zzgl. MwSt.

**Platzierung:** TOP-Platzierung auf allen Rubrikenseiten, optional alternative Platzierung im redaktionellen Umfeld nach den ersten 4 Beiträgen möglich

**Laufzeit:** 4 Wochen

**AE:** 15 % vom Kundennetto für Werbeagenturen

**Nutzungsdaten:** rund 9.000 Page Impressions monatlich

Banner mit  
Top-Platzierung



Von unterwegs Zugriff  
auf ZfK-Inhalte.

Die ZfK-Nachrichten-App kann im Apple App Store oder im Google Play Store kostenlos heruntergeladen werden.





1. „Anzeigenauftrag“ im Sinn 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 für 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 Jahres 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. Für größere Abschlüsse gewährt der Verlag die in der Preisliste genannten Nachlässe. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Auftraggeber zu vertreten hat, so hat er den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Der Auftraggeber ist berechtigt, innerhalb des Auftragsjahres auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmengen hinaus weitere Anzeigen abzurufen. Für den Nachlass ist die gesamte tatsächliche Abnahmemenge innerhalb eines Jahres maßgebend.
5. Für die Aufnahme von Anzeigen und Fremdbeilagen in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift wird keine Gewähr geleistet, es sei denn, dass der Auftraggeber die Gültigkeit des Auftrages ausdrücklich davon abhängig gemacht und der Verlag die Erfüllung solcher Wünsche schriftlich bestätigt hat. Vereinbarungen ohne tariflichen Platzzuschlag sind immer unverbindlich. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
6. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag nach den Richtlinien deutlich mit dem Wort „Anzeige“ kenntlich gemacht.
7. 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 oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

8. Für die rechtzeitige Lieferung (bis zum Anzeigenschluss) des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Nichtlieferung von Druckunterlagen entbindet ihn nicht von der Bezahlung bestellter Anzeigen. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Vor allem für die Eignung nach Anzeigenschluss eingehender Druckunterlagen übernimmt der Verlag keinerlei Haftung. Reklamationen wegen mangelhaften Drucks von verspätet angelieferten Druckunterlagen kann der Verlag nicht akzeptieren. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Gehen bestellte Beilagen nicht rechtzeitig vor Drucktermin ein, so haftet der Auftraggeber gegenüber dem Verlag für den entstandenen Schaden (Beilagen-Hinweis, Ablehnung weiterer Beilagen, Änderung der Versandpapiere usw.).
9. 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 des 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 Schäden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts beschränkt. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

10. 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.
11. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
12. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. 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.
13. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen 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 offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

14. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Auftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
  15. Kosten für die Anfertigung bestellter Copyproofs und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
  16. 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, durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigender Mangel, wenn sie bei einer Auflage bis zu 50.000 Exemplaren 20 v.H. beträgt. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.
  17. Bei Chiffre-Anzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Er übernimmt darüber hinaus keine Haftung, Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Chiffre-Anzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Der Verlag behält sich im Interesse und zum Schutz des Auftraggebers das Recht vor, die eingehenden Angebote zur Ausschaltung von Missbrauch des Zifferndienstes zu Prüfzwecken zu öffnen. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet. Auftraggeber von Chiffre-Anzeigen darf der Verlag gegenüber Dritten nicht nennen.
  18. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.
  19. Agenturvergütung für die Vermittlung von Anzeigenaufträgen zahlt der Verlag nur dann, wenn der Anzeigenmittler als solcher im Handelsregister eingetragen ist. Im Zweifelsfall obliegt dem Auftraggeber die Beweispflicht.
  20. Werbemittler verpflichten sich mit Erteilung des Auftrags, ihren Kunden gegenüber nur die Preise lt. Preisliste zu verrechnen und die Agenturvergütung des Verlags weder ganz noch teilweise an den Inserenten weiterzuvergüten. Der Verlag behält sich bei Zuwiderhandlungen vor, die entsprechenden Beträge nachzufordern. Anzeigenaufträge durch Werbemittler und Werbeagenturen werden in deren Namen und auf deren Rechnung vorgenommen.
  21. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist Berlin, soweit das Gesetz zwingend nichts anderes vorsieht.
- ### Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages
- a) Der Verlag wendet bei Entgegennahme und Prüfung der Agententexte die geschäftsübliche Sorgfalt an, haftet aber nicht, wenn er von den Auftraggebern irreführt oder getäuscht wird.
  - b) Bei Änderung der Anzeigen- und Beilagenpreise treten die neuen Bedingungen auch für die laufenden Aufträge sofort in Kraft.
  - c) Bei fernmündlich aufgegebenen Anzeigen bzw. bei fernmündlich veranlassenden Änderungen sowie für Fehler infolge undeutlicher Niederschrift übernimmt der Verlag keine Haftung für die Richtigkeit der Wiedergabe.
  - d) Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen. Dem Auftraggeber obliegt es, den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen, die diesen aus der Ausführung des Auftrags, auch wenn er nicht rechtzeitig sistiert wurde, gegen den Verlag erwachsen. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Erscheinen nicht rechtzeitig sistierte Anzeigen, so stehen auch dem Auftraggeber daraus keine Ansprüche gegen den Verlag zu. Der Auftraggeber hält den Verlag auch von allen Ansprüchen aus Verstößen gegen das Urheberrecht frei.
  - e) Der Auftraggeber übernimmt dem Verlag gegenüber die Kosten, die aus eventueller Gegendarstellung oder einem aus der Anzeige sich ergebenden Rechtsstreit entstehen.
  - f) Im Falle höherer Gewalt oder bei Störung des Arbeitsfriedens erlischt jede Verpflichtung auf Erfüllung von Aufträgen und Leistung von Schadenersatz, insbesondere wird auch kein Schadenersatz für nicht veröffentlichte oder nicht rechtzeitig veröffentlichte Anzeigen oder Beilagen geleistet.
  - g) Bei Abbestellung einer gesetzten Anzeige werden die Satzkosten berechnet. Abbestellungen müssen schriftlich erfolgen, rechtzeitig zum Anzeigenannahmeschluss.
  - h) Der Verlag behält sich das Recht vor, die Berichtigung (Gutschriften, Nachberechnungen) fehlerhafter Auftragsabrechnungen innerhalb von sechs Monaten nach Rechnungstellung vorzunehmen. Bei Anzeigen aus dem Ausland erfolgt die Rechnungstellung ohne Mehrwertsteuerberechnung unter der Voraussetzung, dass die Steuerbefreiung besteht und anerkannt wird. Der Verlag behält sich eine Nachberechnung der Mehrwertsteuer in der gesetzlich geschuldeten Höhe für den Fall vor, dass die Finanzverwaltung die Steuerpflicht der Anzeige bejaht. Insertions- und Beilagen-Aufträge von Firmen oder Agenturen mit Sitz außerhalb Deutschlands werden grundsätzlich nur gegen Vorausrechnung (Vorauskasse) ausgeführt.
  - i) Mit Aufgabe einer Anzeige erklärt sich der Inserent damit einverstanden, dass die für die Veröffentlichung und Abrechnung der Anzeige notwendigen Daten in einer Datenverarbeitungsanlage gespeichert werden, aufgrund der gesetzlichen Aufbewahrungsfristen auch über den Zeitpunkt der Vertragserfüllung hinaus.
  - j) Diese Geschäftsbedingungen gelten für alle Anzeigen und Beilagen in der ZfK und auch dann, wenn die Geschäftsbedingungen des Auftraggebers anders lauten.

Den jeweils gültigen, aktuellen Stand der AGB finden Sie auf [www.zfk.de](http://www.zfk.de).

## Ihre Ansprechpartner:innen

Zeitung für kommunale Wirtschaft (ZfK)

### Rudolf Gruber

#### Leiter Vermarktung und Marketing

Tel. 089 / 43 19 85 - 10

E-Mail: [gruber@vku-verlag.de](mailto:gruber@vku-verlag.de)

### Ivana Lovric

#### Media Beratung

Tel. 089 / 43 19 85 - 16

E-Mail: [i-lovric@zfk.de](mailto:i-lovric@zfk.de)

### Petra Ruckdäschel

#### Stellenmarkt und Anzeigendisposition Print

Tel. 089 / 43 19 85 - 12

E-Mail: [anzeigen@zfk.de](mailto:anzeigen@zfk.de)

### Melanie Renz

#### Stellenmarkt und Anzeigendisposition Print

Tel. 089 / 43 19 85 - 24

E-Mail: [anzeigen@zfk.de](mailto:anzeigen@zfk.de)

### Petra Meyer

#### Anzeigendisposition Online

Tel. 089 / 43 19 85 - 14

E-Mail: [p-meyer@zfk.de](mailto:p-meyer@zfk.de)

**Neue Adresse ab 1.12.2023:** Grillparzer Str. 12 | 81675 München

**Post-Anschrift: Postfach 80 16 11, 81616 München | Besucher-Anschrift: Prinzregentenplatz 14, 81675 München**

**Rufen Sie uns an oder senden Sie uns eine E-Mail, wenn Sie Fragen haben. Wir beraten Sie gern.**