

rationell reinigen

GEBÄUDEDIENSTE

www.rationell-reinigen.de

MEDIA-INFORMATIONEN 2012

NR. 43 · GÜLTIG AB 1. 1. 2012

Das Medium der Branche
für D/A/CH mit monatlich
25.000 Exemplaren Auflage



Das Medium der Branche mit **25.000 Exemplaren** in Deutschland, Österreich und der Schweiz!



rationell reinigen

GEBÄUDEDIENSTE

Auflage: 18.000 Exemplare

rationell reinigen

ÖSTERREICH

Auflage: 4.500 Exemplare

rationell reinigen

✚ mop SCHWEIZ

Auflage: 2.500 Exemplare

Die deutsche Ausgabe von **rationell reinigen** erscheint auch in Österreich und der Schweiz.
Für Leser in diesen Ländern wird das Heft um einen regionalen Teil ergänzt.
Wenn Sie in der deutschen Ausgabe werben, ist Ihre Anzeige in allen drei Ländern präsent!

rationell reinigen

GEBÄUDEDIENSTE

Fachorgan des Bundesinnungsverbandes des
Gebäudereiniger-Handwerks (BIV)

- Das Gebäudereiniger-Handwerk ist das beschäftigungsstärkste Handwerk Deutschlands. Ca. **37.700 Betriebe** mit ca. **890.000 Beschäftigten** (2 % aller Beschäftigten in Deutschland) erwirtschafteten im Jahr 2009 ca. **11,2 Mrd. € Umsatz**.
- Der Gebäudereinigungsmarkt in Deutschland ist vorwiegend klein- und mittelständisch strukturiert. Das Betriebsspektrum reicht von kleinen Spezialanbietern bis zu großen Dienstleistungsunternehmen mit bis zu 40.000 Arbeitsplätzen. Die Branche ist wie folgt strukturiert:
 - ▶ 80 % Kleinbetriebe Jahresumsatz bis 500.000 €
 - ▶ 17 % Mittlere Betriebe Jahresumsatz von 500.000 € bis 5 Mio. €
 - ▶ 2 % Großbetriebe Jahresumsatz ab 5 Mio. €
- Die Zielgruppen von **rationell reinigen – Gebäudedienste** sind
 - ▶ Anbieter von Gebäudediensten (52,2 % der Auflage)
 - ▶ Auftraggeber (potenzielle) von Gebäudediensten und Verantwortliche für Eigenreinigung (41,3 % der Auflage)
 - ▶ Ausrüster von Gebäudedienstleistern (5,7% der Auflage)
- Der BIV vertritt die Interessen von rd. 2.500 Betrieben, die ca. 90 % des vergebenen Reinigungsmarktes in Deutschland abdecken. (Quelle: BIV)

rationell reinigen

ÖSTERREICH

- **Jeden Monat** erscheint **rationell reinigen** mit den Länderseiten **rationell reinigen – Österreich**. Sie enthalten Nachrichten der österreichischen Bundesinnung, der Landesinnungen sowie von unserem Österreich-Redakteur recherchierte Beiträge.
- Die Auflage von **rationell reinigen – Österreich** beträgt 4.500 Exemplare.
- In Österreich erwirtschaften ca. 3.500 Betriebe mit rund 51.000 Mitarbeitern einen Umsatz von ca. 370 Mio. € (*lt. EFCI-Bericht 2010).

Wenn Sie ausschließlich in den Länderseiten **rationell reinigen – Österreich** werben möchten, senden wir Ihnen gern die gültige Preisliste zu.

rationell reinigen

+ mop SCHWEIZ

- In der Schweiz erscheint **rationell reinigen** ergänzt um die Länderseiten **rationell reinigen + mop SCHWEIZ** monatlich mit 2.500 Exemplaren Auflage (davon ca. 700 Abonnenten). Leser sind Dienstleister im Gebäudereiniger-Handwerk, Hauswarte sowie Objektverantwortliche.
- Der Umsatz im Schweizer Reinigungsmarkt beträgt ca. 426 Mio. €, erwirtschaftet von rund 62.000 Mitarbeitern in ca. 2.000 Betrieben*.
 - Der Fremdreinigungsanteil liegt derzeit bei ca. 45 %. Branchenexperten rechnen mit zusätzlichen Auslagerungen in den nächsten Jahren und prognostizieren ein Wachstum von 10 % bei der Fremdreinigung.

Für Anzeigen in den Länderseiten **rationell reinigen + mop SCHWEIZ** gilt die Preisliste **rr+mop 2012**.

1 Auflage:

Tatsächlich verbreitete Auflage
im Durchschnitt für die Zeit vom 01.07.10 – 30.06.11 25.146 Exemplare

2 Zeitschriftenformat: DIN A4

210 x 297 mm beschnitten, 216 x 306 mm unbeschnitten
jeweils 3 mm Seiten- und Fußbeschnitt, 6 mm Kopfbeschnitt

Satzspiegel: 185 mm breit, 266 mm hoch, 2 Spalten je 90 mm,
3 Spalten je 58,5 mm, 4 Spalten je 43 mm

3 Druck- und Bindeverfahren, Druckunterlagen:

Innenteil: Rollenoffset, Papier: 90 g/m², Bilderdruck,
Umschlag: Bogenoffset, Papier 150 g/m², Bilderdruck, Klebebindung, Euroskala nach
DIN ISO 12647-2, Farbreihenfolge Schwarz/Blau/Rot/Gelb. Bitte senden Sie uns
Druckunterlagen in digitaler Form (siehe Informationsblatt „Digitale Druckunterlagen“).

4 Termine:

Erscheinungsweise: monatlich, 12 Ausgaben
Erscheinungstermine, Anzeigenschluss, Druckunterlagen siehe Termin- und Themenplan

5 Verlag:

Holzmann Medien GmbH & Co. KG
Hausanschrift: Gewerbestraße 2, D-86825 Bad Wörishofen
Postanschrift: Postfach 13 42 und 13 43, D-86816 Bad Wörishofen
Internet: www.holzmann-medien.de, www.rationell-reinigen.de

6 Zahlungsbedingungen:

nach Erscheinen, innerhalb 14 Tagen ab Rechnungsdatum
ohne Abzug; bei Vorauszahlung 2 % Skonto.
UStIdent-Nr. DE 129 204 092

Bankverbindungen:

Sparkasse Memmingen (BLZ 731 500 00), Konto-Nr. 101 709
IBAN: DE 50 7315 0000 0000 10 17 09, BIC: BYLADEM1MLM
Postbank München (BLZ 700 100 80), Konto-Nr. 17 930-807
IBAN: DE07 7001 0080 0017 9308 07, BIC: PBNKDEFF
für Zahlungen aus Österreich:
BAWAG PSK, (BLZ 60 000), Konto-Nr. 1 337 198
IBAN: AT27 6000 0000 0133 7198, BIC: OPSKATWW
für Zahlungen aus der Schweiz: Postfinance, Konto-Nr. 80-54743-1
IBAN: CH55 0900 0000 8005 4743 1, BIC: POFICHBEXX

7 Anzeigenformate und Preise: Allen Preisen ist der jeweils gültige gesetzliche Mehrwertsteuersatz hinzuzurechnen. Rabatt nur vom Grundpreis.

Format	Breite × Höhe in mm	Grundpreis s/w	2-farbig	3-farbig	4-farbig
1/1 Seite	185 × 266 mm	3.700,- €	4.270,- €	4.840,- €	5.400,- €
1/2 Seite	185 × 131 mm oder 90 × 266 mm	1.850,- €	2.140,- €	2.430,- €	2.720,- €
1/3 Seite	185 × 86 mm oder 58 × 266 mm	1.250,- €	1.500,- €	1.750,- €	2.000,- €
1/4 Seite	90 × 131 mm oder 43 × 266 mm oder 185 × 63 mm	920,- €	1.140,- €	1.360,- €	1.580,- €
1/8 Seite	90 × 63 mm oder 185 × 29 mm oder 43 × 131 mm	465,- €	575,- €	685,- €	795,- €
1/16 Seite	90 × 29 mm	240,- €	340,- €	440,- €	540,- €
Titelseite + Titelseitenerklärung im Innenteil	200 × 195 mm (+ 3 mm Beschnitt rechts und unten) 185 × 86 mm				6.400,- €

Juniorpage	137 x 180 mm	1.950,- €	2.240,- €	2.530,- €	2.820,- €
Textteilanzeigen	43 mm	pro mm Höhe	4,- €		
Inselanzeigen	43 mm (nach Absprache mögl.)		6,- €		
Bezugsquellen	43 mm	pro mm Höhe	2,- €		2,70 €
Mindestlaufzeit 6 Monate (ohne Rabatt), Mindesthöhe 20 mm. Bei einem Jahresauftrag (12 Ausgaben) gewähren wir 10 % Rabatt. Im Preis enthalten: Spezialeintrag in der Ausrüster-Datenbank mit Firmenanschrift, -profil, Logo, Internet-Adresse verlinkt, Angabe von max. 15 Suchbegriffen.					
Terminkalender	Kontingente für Online-Präsentation und Print-Buchungen siehe Seite 21.		20,- €		

8 Zuschläge: (nicht rabattierbar)

8.1 Farbe – Eurokala nach DIN ISO 12647-2, Berechnung nach Sichtfarbe, Farbangleichungen aus technischen Gründen vorbehalten. Für HKS-Schmuckfarben sind digitale Daten kombiniert aus der Eurokala zu liefern. Sonderfarben auf Anfrage.

	2-farbig	3-farbig	4-farbig
1/1 Seite	570,- €	1.140,- €	1.700,- €
1/2 Seite	290,- €	580,- €	870,- €
1/3 Seite	250,- €	500,- €	750,- €
1/4 Seite	220,- €	440,- €	660,- €
1/8 Seite	110,- €	220,- €	330,- €
Mindestzuschlag	100,- €	200,- €	220,- €

8.2 Platzierung: Bindende Platzierungsvorschriften: jeweils 10 % vom Grundpreis
Bindende Platzierungszusagen sind ab 1/2 Seite möglich.

8.3 Formate: Anzeigen über Bund 10 % vom Grundpreis
Anschnitt, spezielle Formate 10 % vom Grundpreis

9 Rubrikanzeigen:

Siehe Preisliste Stellen- und Gelegenheitsanzeigen Nr. 43/G

10 Sonderwerbeformen:

Fort-/Sonderdrucke auf Anfrage

11 Rabatte: bei Abnahme innerhalb eines Insertionsjahres, beginnend mit der ersten Anzeige.

Malstaffel	Mengenstaffel
3-mal 5 % oder	1 Seite 5 %
6-mal 10 % oder	3 Seiten 10 %
12-mal 15 % oder	6 Seiten 15 %
24-mal 20 % oder	12 Seiten 20 %

Kein Rabatt auf Farb-, Anschnitt-, Platzierungszuschläge, Titelseiten, Beilagen, Postkarten, Beikleber und technische Zusatzkosten.

12 Kombinationen:

Bei gleichzeitiger Belegung mehrerer Titel von Holzmann Medien innerhalb eines Monats gewähren wir zusätzlich zum Mengenrabatt einen Kombi-Rabatt von 5 %.

13 Einhefter nur Gesamtauflage: 25.000 Exemplare

Format DIN A4, unbeschnitten, 306 mm hoch, 216 mm breit,

2-seitig (1 Blatt) **3.950,- €** **4-seitig** (2 Blatt) **6.000,- €**

(Rabatt: 1 Einhefter, 2-, 4-seitig = 1 Seite Anzeige)

14 Beilagen (nicht rabattfähig): lose eingelegt, maximale Größe 205 mm breit, 294 mm hoch.

25.000 Exemplare Gesamtheilage (auch Ausland) (bis 25 g)

je angef. Tausend 160,- € **4.000,- €**
+ Postgebühr je angef. Tausend 15 € **375,- €** **4.375,- €**

18.000 Exemplare Inlandauflage (bis 25 g)

je angef. Tausend 160,- € **2.880,- €**
+ Postgebühr je angef. Tausend 15 € **270,- €** **3.150,- €**

13.000 Exemplare Teilbeilage – Anbieter von Gebäudediensten in D/A/CH

je angef. Tausend 175,- € (bis 25 g) **2.275,- €**
+ Postgebühr je angef. Tausend 15 € **195,- €** **2.470,- €**

9.000 Exemplare Teilbeilage – Anbieter von Gebäudediensten nur Inland

je angef. Tausend 175,- € (bis 25 g) **1.575,- €**
+ Postgebühr je angef. Tausend 15 € **135,- €** **1.710,- €**

Gesamtheilage bis 35 g je angef. Tausend 200 €, Postgebühr 20 €,
bis 45 g je angef. Tausend 240 €, Postgebühr 35 €

15 Aufgeklebte Werbemittel: (nur Gesamtauflage 25.000 Exemplare)

Nur auf ganzseitigen Anzeigen möglich. Klebekosten:

Postkarten manuell pro Tausend 180,- €, Postkarten maschinell pro Tausend 110,- €

Beikleber bis 25 g pro Tausend 220,- €

Prospekte/Warenmuster auf Anfrage nach Vorlage eines Musters, zuzüglich Postgebühr

16 Lieferanschrift für Positionen 13 bis 15:

Vogel Druck und Medienservice GmbH & Co. KG, Warenannahme, Leibnitzstr. 5,
97204 Höchberg, Kennwort rr/Nr....

Begleitpapiere: Erforderlich sind Angaben über die Stückzahl der Transport-Einheiten, Zeitschriftentitel und die Heft-Nr. An jeder Verpackungseinheit sollte sichtbar ein Muster angebracht sein. Infoblatt zur Anlieferung erhalten Sie mit der Auftragsbestätigung.

Format	Breite x Höhe in mm	Stellenangebote/sonst. Rubrikanzeigen print + online 25.000 Ex. Druckauflage + ca. 16.000 visits online*	Stellen- gesuchte print + online	Stellenmarkt nur online ca. 16.000 visits online (*Stand August 2011)
1/1 Seite	185 x 255	1.650,- €		Preis pro Anzeige (formatunabhängig) Laufzeit ca. 4 Wochen 1.500,- €
3/4 Seite	185 x 185	1.406,- €		
1/2 Seite	185 x 125	830,- €	580,- €	
	90 x 255			
1/4 Seite	90 x 125	420,- €	295,- €	
1/8 Seite	90 x 60	220,- €	155,- €	
1/16 Seite	90 x 29	115,- €	85,- €	
160 mm/4spaltig	185 x 160	1.216,- €		
110 mm/2spaltig	90 x 110	418,- €		
100 mm/2spaltig	90 x 100	380,- €		
90 mm/2spaltig	90 x 90	342,- €		
80 mm/2spaltig	90 x 80	304,- €		
50 mm/2spaltig	90 x 50	190,- €		
40 mm/2spaltig	90 x 40	152,- €	110,- €	
Millimeterpreis	90 mm breit	3,80 €	2,75 €	
Chiffregebühr	12,- €			
Farbzuschläge je Zusatzfarbe lt. Euroskala: bis 1/4 Seite 150,- €, alle weiteren Formate 215,- €				
Die jeweils gültige Mehrwertsteuer wird zusätzlich berechnet.				

Druckunterlagen in digitaler Form:

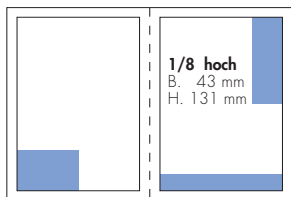
- Dateien: Dateiauflösung: 300 dpi
Dateiformat: Hochauflösende, druckfähige PDF-Datei, Andruck oder Proof (farbverbindlich) mit Medienkeil
Medien: Benutzer und Passwort für den FTP-Zugang bitte telefonisch erfragen.
 Datenträger: CD-ROM, DVD

Achtung bei Farbanzeigen: Ohne Lieferung eines Proofs mit Medienkeil kann keine verbindliche Farbwiedergabe gewährleistet werden. Bei unvollständigen oder fehlerhaften Daten/Druckunterlagen kann eine Reklamation nicht anerkannt werden.
 Auftragserteilung mit Anzeigenkopie im Voraus an Holzmann Medien, Anzeigenabteilung rr, Gewerbestraße 2, 86825 Bad Wörishofen, Fax 0 82 47/3 54-42.57.

Ausführliche Informationen zu Druckunterlagen in digitaler Form erhalten Sie im Internet unter www.rationell-reinigen.de

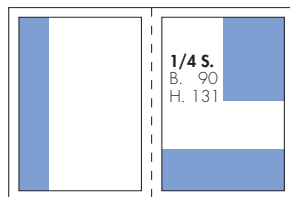
Bei weiteren Fragen oder Übertragungsproblemen rufen Sie bitte an unter 0 82 47/3 54-2 57

* **Beschnittzugaben sind bei den angegebenen Anschnitt-Formaten bereits eingerechnet:** Kopfbeschnitt 6 mm, Fußbeschnitt 3 mm, an den Außenseiten je 3 mm.
Bitte halten Sie bei angeschnittenen Anzeigen mindestens 5 mm Abstand von Texten/Bildern zum Hefrand.



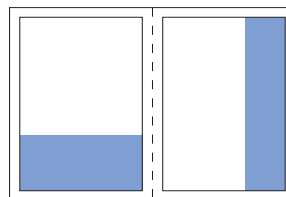
1/8 Seite
Breite 90 mm
Höhe 63 mm

1/8 Seite quer
Breite 185 mm
Höhe 29 mm



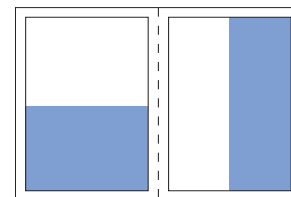
1/4 Seite hoch
Breite 43 mm
Höhe 266 mm

1/4 Seite quer
Breite 185 mm
Höhe 63 mm



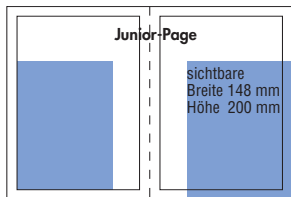
1/3 Seite quer
Breite 185 mm
Höhe 86 mm

1/3 Seite hoch
Breite 58 mm
Höhe 266 mm



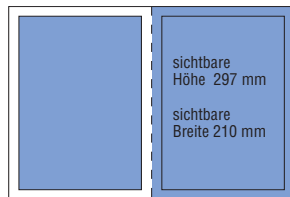
1/2 Seite quer
Breite 185 mm
Höhe 131 mm

1/2 Seite hoch
Breite 90 mm
Höhe 266 mm



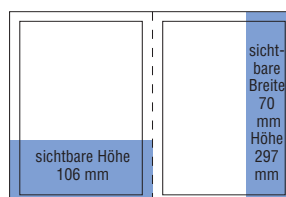
im Satzspiegel
Breite 137 mm
Höhe 180 mm

mit Anschnitt*
Breite 151 mm
Höhe 203 mm



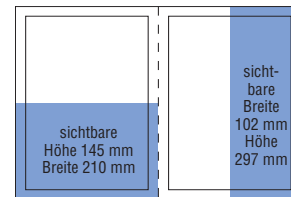
1/1 Seite im Satzspiegel
Breite 185 mm
Höhe 266 mm

1/1 Seite mit Anschnitt*
Breite 216 mm
Höhe 306 mm



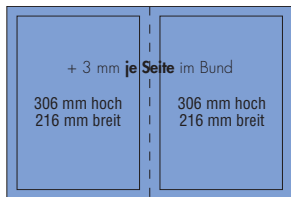
1/3 Seite quer mit Anschnitt*
Breite 216 mm
Höhe 109 mm

1/3 Seite hoch mit Anschnitt*
Breite 73 mm
Höhe 306 mm

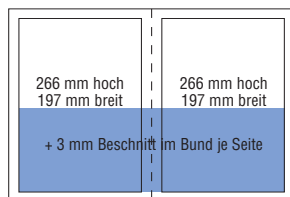


1/2 Seite quer mit Anschnitt*
Breite 216 mm
Höhe 148 mm

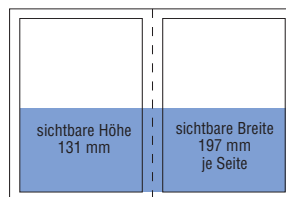
1/2 Seite hoch mit Anschnitt*
Breite 105 mm
Höhe 306 mm



2/1 Seiten mit Anschnitt je Seite
je 306 mm Höhe,
216 mm Breite.



2/1 Seiten im Satzspiegel über Bund
je 266 mm hoch, 197 mm breit
+ 3 mm Beschnitt (Fräsrand) im Bund



2x 1/2 Seiten über Bund
je 200 mm breit,
131 mm hoch

Bitte beachten Sie bei über Bund laufenden Texten und Bildern, dass – bedingt durch die Klebebindung – im Bund neben dem Beschnitt (Fräsrand) von 3 mm je Seite weitere ca. 3 mm je Seite nicht optimal lesbar sind und deshalb mit Überlappung angelegt werden müssen.

Ständige Rubriken: Topthema | Forum | Praxis | Der aktuelle Schadensfall | Betrieb Management | Betrieb Finanzen | Fuhrpark (jede zweite Ausgabe ab 1/12) | Pro & Contra | Branche | Azubiseite | Produkte | Service | Privat

Ausgabe	RS = Redaktionsschluss AS = Anzeigenschluss/ Druckunterlagen ET = Erscheinungstermin	Themen	Messen Heftauslage geplant*
1 Januar	RS: 08. 12. 2011 AS: 13. 12. 2011 ET: 10. 01. 2012	Reinigung in Gastronomie und Lebensmittelverarbeitung Kleingeräte als Problemlöser Estrichböden FM für Kleinbetriebe Arbeitsbekleidung	Domotex, Hannover* 14. bis 17. Januar 2012
2 Februar	RS: 19. 01. 2012 AS: 25. 01. 2012 ET: 13. 02. 2012	Hygiene in Bädern Kunst- und Natursteinböden Reinraumreinigung Nachhaltigkeit in der Gebäudereinigung Neue Bodenbeläge und deren Reinigung	Intergastra, Stuttgart* 11. bis 15. Februar 2012 Lounges, Karlsruhe* 28. Februar bis 1. März 2012

3
März

RS: 16. 02. 2012
AS: 23. 02. 2012
ET: 13. 03. 2012

Hygiene in Senioreneinrichtungen
Haut- und Handschutz
Waschen | Aufbereiten von Reinigungstextilien
Elastische Böden
Grünanlagenpflege
Fahrzeugeinrichtungen
Heft zur Altenpflege

Facility Management, Frankfurt*
6. bis 8. März 2012
Internorga, Hamburg
9. bis 14. März 2012
Altenpflege, Hannover*
27. bis 29. März 2012

4
April

RS: 21. 03. 2012
AS: 28. 03. 2012
ET: 18. 04. 2012

Reinigung von Industriebetrieben
Glas-, Solar- u. Fassadenreinigung
Spendersysteme | Dosieranlagen
Sonnenschutz reinigen – außen und innen
Außen- und Kommunalreinigung
**Messeheft zur ISSA INTERCLEAN Amsterdam
mit Messeplaner**

Zukunft Kommune, Stuttgart
24. bis 25. April 2012

Zusätzlich erscheint die erste Ausgabe von **GLOBAL CLEANING – a media brand of rationell reinigen** in Englisch.

5
Mai

RS: 18. 04. 2012
AS: 24. 04. 2012
ET: 16. 05. 2012

Reinigung und Desinfektion im Krankenhaus
Catering
Oberflächenreinigung
Bodenreinigung
Büroräume wirtschaftlich reinigen
Messebericht Altenpflege
Erste Eindrücke von der ISSA INTERCLEAN

Texcare, Frankfurt
5. bis 9. Mai 2012
ISSA INTERCLEAN, Amsterdam*
8. bis 11. Mai 2012
IFAT Entsorga, München*
7. bis 11. Mai 2012

Für weitere Themenvorschläge kontaktieren Sie bitte die Redaktion unter +49 (0)82 47/3 54-164. Die Redaktion behält sich aus Gründen der Aktualität Themenänderungen vor.



Ausgabe	RS = Redaktionsschluss AS = Anzeigenschluss/ Druckunterlagen ET = Erscheinungstermin	Themen	Messen/Ausstellungen
6 Juni	RS: 16. 05. 2012 AS: 22. 05. 2012 ET: 12. 06. 2012	Grundreinigung Beschichtung Graffiti-entfernung und -prophylaxe Softwarelösungen für Dienstleister Qualitätssicherung Verkehrsmittelreinigung Berichte Texcare, Frankfurt und IFAT Entsorga, München Messebericht ISSA INTERCLEAN Amsterdam I	
7 Juli	RS: 15. 06. 2012 AS: 22. 06. 2012 ET: 11. 07. 2012	Holzböden reinigen und pflegen Hand- und Hautschutz Glasreinigung Schädlingsbekämpfung Zugangstechnik Messebericht ISSA INTERCLEAN Amsterdam II	
8 August	RS: 16. 07. 2012 AS: 23. 07. 2012 ET: 10. 08. 2012	Sport- und Freizeitanlagen Sanitärreinigung Wischsysteme in der Praxis Moppwäsche und -aufbereitung Catering 18. Branchenspiegel Gebäudedienste in Deutschland Umsatz/Mitarbeiterzahlen/Dienstleistungsangebote	

9

September

RS: 10. 08. 2012

AS: 17. 08. 2012

ET: 07. 09. 2012

Grünflächen- und Außenanlagenpflege
Hygiene in Lebensmittelbetrieben
Nutzfahrzeuge für Dienstleister
Hotelservice
Geräuscharme Reinigungsmaschinen

GaLaBau, Nürnberg

12. bis 15. September 2012

Zukunftsforum Gebäudedienste, Bonn

19./20. September 2012

IAA Nutzfahrzeuge, Hannover

20. bis 27. September 2012

10

Oktober

RS: 14. 09. 2012

AS: 24. 09. 2012

ET: 12. 10. 2012

Hygiene in Gesundheitseinrichtungen
Elastische Beläge
Winterdienst: Leistungen, Maschinen, Vorschriften
Schutzbekleidung und PSA
Schmutzfangmatten
Bericht von der GaLaBau
Bericht Zukunftsforum Gebäudedienste I

Arbeitsschutz Aktuell, Augsburg

16. bis 18. Oktober 2012

MainTain, München

16. bis 18. Oktober 2012

11

November

RS: 18. 10. 2012

AS: 24. 10. 2012

ET: 12. 11. 2012

Schulreinigung
Werterhalt von Textilbelägen
Hilfsmittel und Dosiersysteme
Wand- und Deckenreinigung
Fuhrpark für Dienstleister – neue Modelle
Bericht Zukunftsforum Gebäudedienste II

12

Dezember

RS: 16. 11. 2012

AS: 21. 11. 2012

ET: 10. 12. 2012

HACCP in Großküchen
Abfallentsorgung
Rolltreppen und öffentliche Verkehrsflächen reinigen
Umweltfreundliche Reinigung
Holzböden

Für weitere Themenvorschläge nehmen Sie bitte Kontakt mit der Redaktion unter +49 (0)82 47/3 54-164 auf. Die Redaktion behält sich aus Gründen der Aktualität Themenänderungen vor.

- 1 Kurzcharakteristik: rationell reinigen – Gebäudedienste** informiert über alle wichtigen Tätigkeitsfelder der Gebäudedienstleister. Darüber hinaus begleitet rationell reinigen die Weiterentwicklung der Branche in neue Geschäftsfelder. Fachbeiträge zu Themen wie zum Beispiel Reinigungstechnik, Hygiene, Gebäudemangement, Berufskleidung, Betriebsausrüstung bilden Schwerpunkte der Berichterstattung. Anerkannte Fachautoren schreiben über Betriebs- und Mitarbeiterführung und geben Tipps für Verkaufsprofis. Der Nutzwert für die Leser steht in rationell reinigen im Mittelpunkt. Mit 25.000 Exemplaren spricht das Medium der Branche die Kernzielgruppe der Gebäudedienstleister in Deutschland, Österreich und der Schweiz an. Öffentliche und private Auftraggeber und der Handel sind weitere Zielgruppen.
- 2 Erscheinungsweise:** monatlich, jeweils um den 12. des Monats
- 3 Jahrgang:** 63. Jahrgang 2012
- 4 Web-Adresse (URL):** www.rationell-reinigen.de
- 5 Mitgliedschaften:** –
- 6 Organ:** Fachorgan des Bundesinnungsverbandes des Gebäudereiniger-Handwerks
- 7 Herausgeber:** Alexander Holzmann (Verleger)
- 8 Verlag:** Holzmann Medien GmbH & Co. KG
Postfach 13 42 und 13 43, 86816 Bad Wörishofen
Gewerbestraße 2, 86825 Bad Wörishofen
0 82 47/3 54-01
Telefax: 0 82 47/3 54-1 70
Internet: www.holzmann-medien.de
E-Mail: anzr@holzmann-medien.de
- 9 Redaktion:** Chefredakteur
Peter Hartmann (v. i. S. d. P.)
Telefon 0 82 47/3 54-1 64, Fax 0 82 47/3 54-41 64
E-Mail: pete.hartmann@holzmann-medien.de
- 10 Anzeigen:** Gerti Strobel (verantwortlich)
Telefon 0 82 47/3 54-1 63, Fax 0 82 47/3 54-41 63
E-Mail: gerti.strobel@holzmann-medien.de
- 11 Vertrieb:** Corinna Zippan (verantwortlich)
Telefon: 0 82 47/3 54-2 95, Fax 0 82 47/3 54-42 95
E-Mail: corinna.zippan@holzmann-medien.de

- 12 Bezugspreis:**
Jahresabonnement Inland 109,00 € (inkl. MwSt./Versand)
Ausland 132,40 € (inkl. MwSt./Versand)
Einzelverkaufspreis 10,50 € (inkl. MwSt./Versand)
- 13 ISSN:** 01 73-92 20
- 14 Umfangs-Analyse (Stammheft):** 2010 = 12 Ausgaben
Format der Zeitschrift: DIN A4
Gesamtumfang: 1.270 Seiten = 100,0 %
Redaktioneller Teil: 851 Seiten = 67,0 %
Anzeigenteil: 419 Seiten = 33,0 %
-
- davon: Stellen- und Gelegenheitsanzeigen: 73 Seiten = 17,4 %
Einhefter/Durchhefter: 2 Seiten = 0,5 %
Verlagseigene Anzeigen: 48 Seiten = 11,5 %

Beilagen: 23 Stück

- 15 Inhalts-Analyse Redaktion: 2010 = 851 Seiten**
- | | |
|---|--------------------|
| Hygiene (in Krankenhäusern Sanitärräumen
Großküchen/Lebensmittelverarbeitg. Bädern
Schulen Reinräumen Personalthygiene) | 152 Seiten = 17,9% |
| Bodenreinigung und -beschichtung (Hart-/Steinböden
Elastische Beläge Textile Beläge Holzböden) | 79 Seiten = 9,3% |
| Industriereinigung Brandschadensanierung | 30 Seiten = 3,5% |
| Fassaden-/Glasreinigung Graffiti-entfernung
Reinigung von Verkehrsanlagen/-mitteln | 38 Seiten = 4,4% |
| Grünflächen-/Außenanlagenpflege Winterdienst | |
| Kommunalreinigung | 18 Seiten = 2,1% |
| Gebäudedienste/Wäschedienste | 34 Seiten = 4,0% |
| Betrieb Fuhrpark, Berufskleidung, EDV, FM,
Qualitätsmanagement | 40 Seiten = 4,7% |
| Betrieb Betriebsführung, Finanzen/Steuern,
Ausbildung, Mitarbeiterführung, Verkaufsschulung | 84 Seiten = 9,9% |
| Messeberichte/Produkte | 84 Seiten = 9,9% |
| Branche | 137 Seiten = 16,1% |
| Sonstige Rubriken (Editorial, Inhalt, Nachrichten,
Service, Azubiseite, Privat, Zu Ende denken) | 155 Seiten = 18,2% |
| 851 Seiten = 100% | |



16 Auflagen-Kontrolle:



17 Auflagen-Analyse:

Exemplare pro Ausgabe im Durchschnitt für die Zeit vom
1. Juli 2010 bis 30. Juni 2011

Druckauflage:	25.532	davon Ausland	
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):	25.146		7.134
Verkaufte Auflage:	6.410		1.525
– Abonnierte Exemplare:	5.300		1.024
		davon	
		1.392 Mitgliederstücke	871
		82 Mehrfachstücke	4
– Sonstiger Verkauf:	1.110		501
– Einzelverkauf:	0		
Freistücke:	18.736	davon	5.609
		231 ausgelegt	40
		2 Ausgestellen	0
Rest-, Archiv- und Belegexemplare	386		

Geografische Verbreitungs-Analyse:

Wirtschaftsraum	%	Anteil an tatsächl. verbreiteter Auflage Exemplare
Inland	71,63	18.012
Ausland	28,37	7.134
Tatsächlich verbreitete Auflage	100,00	25.146

Verbreitung nach Nielsen-Gebieten/Bundesländern:

Nielsen-Gebiet I			
Schleswig-Holstein	2,49		448
Hamburg	1,54		278
Niedersachsen	5,77		1.039
Bremen	0,68		122
Nielsen-Gebiet II			
Nordrhein-Westfalen	15,53		2.797
Nielsen-Gebiet IIIa			
Hessen	11,03		1.987
Rheinland-Pfalz	2,96		532
Saarland	0,79		143
Nielsen-Gebiet IIIb			
Baden-Württemberg	18,50		3.332
Nielsen-Gebiet IV			
Bayern	25,71		4.631
Nielsen-Gebiet V			
Berlin	2,60		469
Nielsen-Gebiet VI			
Brandenburg	1,91		344
Mecklenburg-Vorpommern	1,24		224
Sachsen-Anhalt	2,22		400
Nielsen-Gebiet VII			
Sachsen	4,43		797
Thüringen	2,60		469
Tatsächlich verbreitete Inlands-Auflage	100,00		18.012

Verbreitung der Auslandsauflage:

Europa	100,00%		7.134		
deutschsprachige Länder	99,17%			7.075	4.280
davon Österreich		59,99%			2.795
davon Schweiz		39,18%			
EU-Länder (ohne D/A)	0,83%			59	
Tatsächl. verbreitete Auslands-Aufl.	100,00%			7.134	

Branchen/Wirtschaftszweige/Fachrichtungen/Berufsgruppen

Abteilung	Empfängergruppen-Struktur lt. Klassifikation der Wirtschaftszweige	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage			
		%	Exemplare	Inland Exemplare	Ausland Exemplare
7470, 90, 9301, 70-74, 92-93	Anbieter von Gebäudediensten Gebäudereinigungsunternehmen, Anbieter von speziellen Dienstleistungen wie z. B. Abfall- und Wertstoffhandling, Catering, Fassadenreinigung, Hausmeisterdienste, Teppich- und Polsterreinigung, Sicherheitsdienste, Gebäudemanagement etc.	52,2	13.124	9.097	4.027
15-45	Auftraggeber (potenzielle) von Gebäudediensten und Verantwortliche für Eigenreinigung Industrie (Lebensmittelverarbeitung, Maschinenbau, Zement-, Automobil, Getränkeindustrie etc.)	41,3	10.372	7.706	2.666
52	Einzelhandelsketten und Warenhäuser	12,7	3.192	2.460	732
55, 9304	Hotelketten, Großküchen, Freizeitparks, Erlebnis-, Thermalbäder	0,3	63	54	9
65-66	Banken und Versicherungen	5,7	1.423	1.088	335
60, 70, 75, 80, 91	Öffentliche Verwaltung: Beschaffungs- und Vergabestellen von Bund, Ländern und Gemeinden, Flughäfen, Kongress- und Messegesellschaften, Deutsche Bahn, Telekom, Universitäten, Fachhochschulen, Schulämter, Bundeswehr, Berufsorganisationen	0,2	50	38	12
8511, 8531	Kliniken/Krankenhäuser, Senioren- und Pflegeheime, Seniorenresidenzen/ Anlagen für Betreutes Wohnen	10,8	2.730	1.635	1.095
	Ausrüster von Gebäudedienstleistern	11,6	2.914	2.431	483
29241, 50, 51, 51444, 52489	Produktion und Groß-/Handel mit/von Reinigungsbedarf (Maschinen, Reinigungs- und Pflegemittel, Arbeitshilfen)	5,7	1.444	1.170	274
	keine Angaben	0,8	206	39	167
	Tatsächlich verbreitete Auflage	100,0	25.146	18.012	7.134

20 **Größe der Wirtschaftseinheit** }
 21.1 **Tätigkeitsmerkmal: Aufgabenbereich** } Die Merkmale wurden nicht erhoben.
 21.2 **Tätigkeitsmerkmal: Position im Betrieb** }

22.1 **Bildung/Ausbildung: Schulabschluss** }
 22.2 **Bildung/Ausbildung: Berufliche Ausbildung** } Die Merkmale wurden nicht erhoben.
 23 **Alter** }

Die Untersuchung entspricht in Anlage, Durchführung und Berichterstattung dem ZAW-Rahmenschema für Werbeträger-Analysen in der aktuellen Fassung.

Kurzfassung der Erhebungsmethode (AMF-Schema 2)

1. Beschaffenheit der Datei:

In der Empfängerdatei sind die Anschriften aller Empfänger erfasst. Aufgrund der vorhandenen postalischen Angaben kann die Datei nach Postleitzahlen bzw. Inland- und Auslandsempfängern sortiert werden.

2. Untersuchungsmethode:

Verbreitungs-Analyse durch Dateiauswertung – Total-Erhebung

3. Tag der Datei-Auswertung: 25. 07. 2011

4. Struktur der Empfängerschaft:

a) Gesamtzahl der Empfänger in der Datei:	84.109
b) Empfängerstruktur nach Vertriebsformen:	
– verkaufte Auflage	6.410
– ständige Freistücke	1.293
– wechselnde Freistücke	17.194
– Einzelverkauf	0
– Werbeexemplare	249
Tatsächlich verbreitete Auflage (tVA)	25.146
– davon Inland	18.012
– davon Ausland	7.134

5. Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tVA)	25.146	100,0 %
Davon in der Untersuchung nicht erfasst	288	1,1 %
– Einzelverkauf	0	
– Werbeexemplare	249	
– über Buchhandel geliefert	39	
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tVA)	24.858	98,9 %

6. Beschreibung der Erhebung:

Die Auswertung basiert auf einer Analyse der Gesamtdatei. Die ermittelten Anteile für die Verbreitung im Inland und im Ausland wurde auf die tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt gemäß AMF-Ziffer 17 projiziert.

7. Zielperson der Untersuchung: entfällt

8. Definition des Lesers: entfällt

9. Schwankungsbreite: entfällt

10. Durchführung der Untersuchung: Verlag

11. Zeitraum der Untersuchung: Juli 2011

Kurzfassung der Erhebungsmethode (AMF-Schema 3-E)

1. Beschaffenheit der Datei:

Die Anschriften der Empfänger sind mit Beschreibungsmerkmalen (Branchenkennziffer) und Nutzungsdaten (Abonnement, ständiges Freistück, Wechselsversand) gespeichert.

2. Untersuchungsmethode:

Empfänger-Struktur-Analyse durch Dateiauswertung – Total-Erhebung.

3. Tag der Datei-Auswertung: 25. 07. 2011

4. Struktur der Empfängerschaft:

a) Gesamtzahl der Empfänger in der Datei:	84.109
b) Empfängerstruktur nach Vertriebsformen:	
– verkaufte Auflage	6.410
– ständige Freistücke	1.293
– wechselnde Freistücke	17.194
– Einzelverkauf	0
– Werbeexemplare	249
Tatsächlich verbreitete Auflage (tVA)	25.146
– davon Inland	18.012
– davon Ausland	7.134
c) Gesamtzahl der wechselnden Empfänger (Wechsel nach jeder Ausgabe)	76.573

5. Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tVA)	25.146	100,0 %
Davon in der Untersuchung nicht erfasst	288	1,1 %
– Einzelverkauf	0	
– Werbeexemplare	249	
– über Buchhandel geliefert	39	
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tVA)	24.858	98,9 %

6. Beschreibung der Erhebung:

Die Auswertung basiert auf einer Analyse der Gesamtdatei. Die jeweils ermittelten Anteile wurden auf die tatsächlich verbreitete Auflage gemäß AMF-Ziffer 17 umgerechnet, wobei die wechselnden Empfänger nach ihrer durchschnittlichen Gewichtung berücksichtigt wurden.

Qualifizierung der Adressen durch den Verlag; Adress- und Fernsprehbücher;

Mitteilungen der Empfänger; Messekataloge

Ausschöpfung für das Branchenmerkmal

Keine Angaben in der Datei

82.034	97,5 %
2.075	2,5 %
84.109	100,0 %

7. Zielperson der Untersuchung: entfällt

Angaben entfallen, weil in der Untersuchung keine personenbezogenen Merkmale erhoben worden sind und überdies die Fachzeitschrift nahezu völlig an institutionelle Empfänger-Adressen geliefert wird.

8. Definition des Lesers: entfällt

9. Schwankungsbreite: entfällt

10. Durchführung der Untersuchung: Verlag

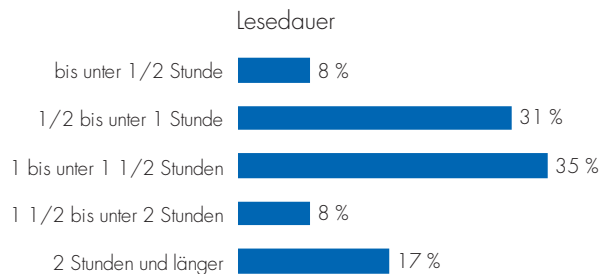
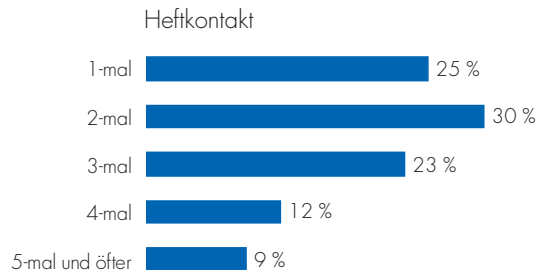
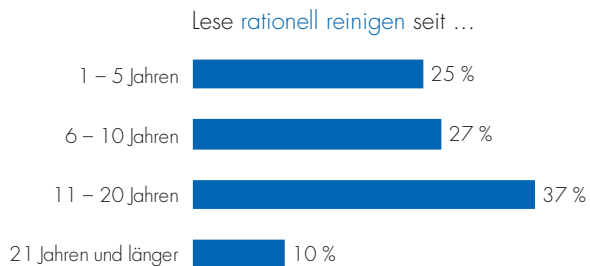
11. Zeitraum der Untersuchung: Juli 2011

HOHE AFFINITÄTEN

rationell reinigen wird im Durchschnitt seit **13 Jahren** gelesen.

Die Leser von rationell reinigen nehmen das Heft im Durchschnitt **2,8-mal** zur Hand.

Sie lesen über **1 Stunde** in ihrem Heft.

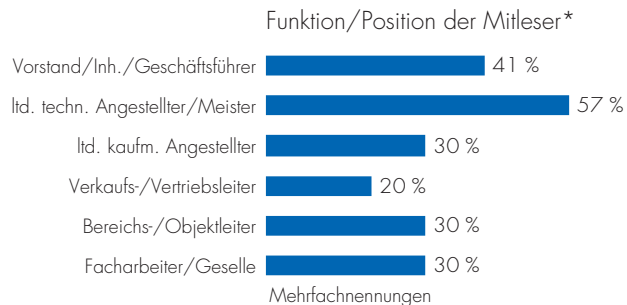
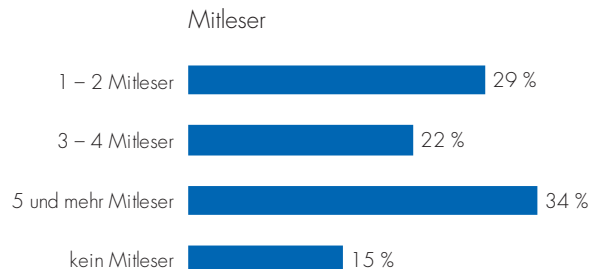
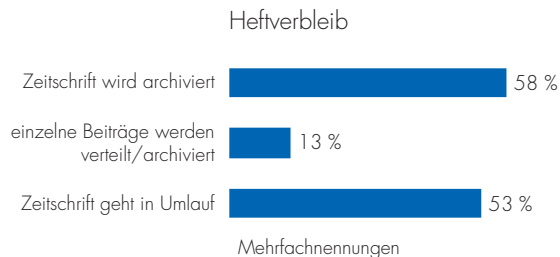


Quelle: Leseranalyse 2010
Basis: 215 Abonnenten in Deutschland

KOMPETENTE KOMMUNIKATOREN

rationell reinigen wird im Durchschnitt noch von weiteren **4,5 Personen** gelesen, die überwiegend in leitender Position tätig sind.

58 % archivieren das komplette Heft, bei **53 %** geht es in den Umlauf.

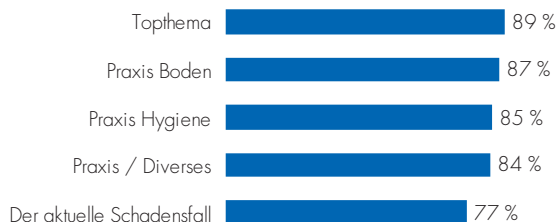


Quelle: Leseranalyse 2010

Basis: 215 Abonnenten in Deutschland; *Neue Basis: Mitleser

HEFTAKZEPTANZ / INFORMATIONSBEDARF

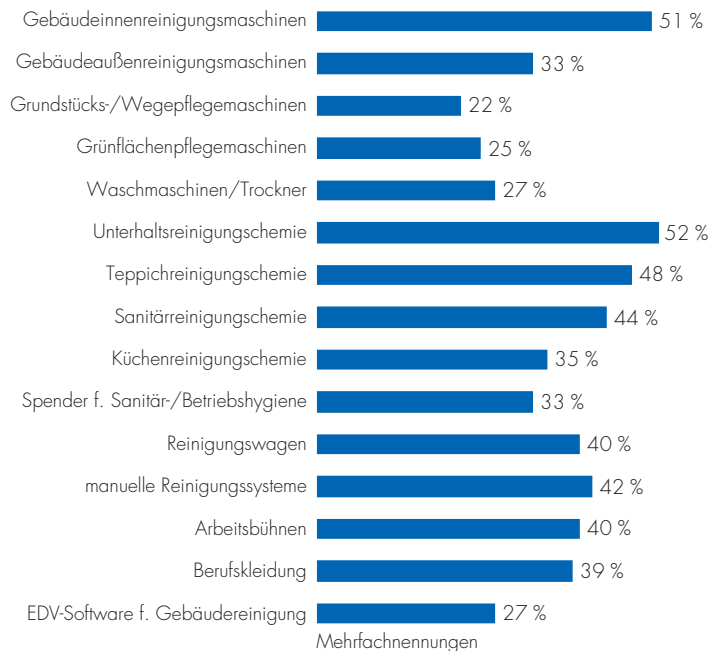
Beurteilung der Rubriken*



Beurteilung redaktioneller Inhalte**



Die Befragten wünschen sich noch mehr werbliche Informationen*** über ...

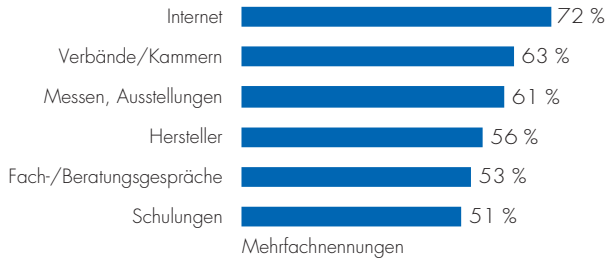


Quelle: Leseranalyse 2010

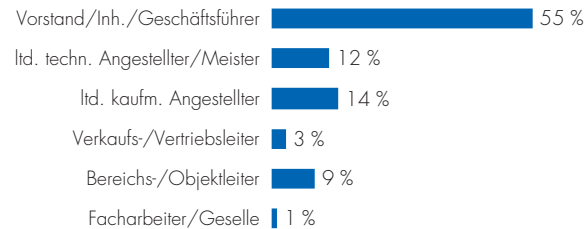
Basis: 215 Abonnenten in Deutschland; *gefällt sehr gut/gut; **Stufe 1+2 auf 6er-Skala; ***Anzeigen/Einhefter/Beilagen

INFORMATIONSV ERHALTEN / BETRIEBLICHE ANGABEN

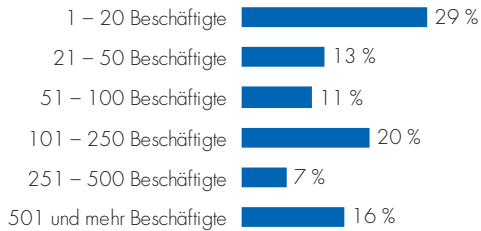
Sonstige berufliche Informationsquellen



Funktion/Position des Befragten



Betriebsgröße



Zur Untersuchung:

Telefonische Befragung bei 215 Abonnenten
Stichprobe analog zur Abonnentendatei nach Nielsegebieten
Durchführung der Untersuchung:
Dierks Markt- und Medienforschung, Pirmasens
Feldinstitut: Foerster&Thelen GmbH, Bochum
Juni 2010

Quelle: Leseranalyse 2010
Basis: 215 Abonnenten in Deutschland



- 1 Web-Adresse (URL):** <http://www.rationell-reinigen.de>
- 2 Kurzcharakteristik:** Umfangreiches Internet-Angebot für das Gebäude-reiniger-Handwerk sowie öffentliche und private Auftrag-geber und den Fach-/Handel für Reinigungs- und Hygiene-technik. Täglich aktuelle Branchennachrichten, Rubrik-anzeigen online, Dienstleister- und Ausrüster-Datenbank, Termin- und Seminar-datenbank.
- 3 Zielgruppe:** Entscheider in Dienstleistungsbetrieben, bei öffentlichen und privaten Auftraggebern und dem Handel für Reinigungs-/Hygienetechnik.
- 4 Verlag:** Holzmann Medien GmbH & Co. KG
Postfach 13 42 und 13 43, D-86816 Bad Wörishofen
Gewerbestraße 2, D-86825 Bad Wörishofen
Telefon: 0 82 47/3 54-1 63, Fax: 0 82 47/3 54-2 70
Internet: www.rationell-reinigen.de
E-Mail: gerti.strobel@holzmann-medien.de
- 5 Ansprechpartner:** Gerti Strobel (verantwortlich)
Telefon: 0 82 47/3 54-1 63, Fax: 0 82 47/3 54-41 63
E-Mail: gerti.strobel@holzmann-medien.de
- 6 Zugriffskontrolle:** IVW-geprüft
- 7 Zugriffe:** Visits **15.974**
Page Impressions **40.064** } Lt. IVW, Juni 2011
-
- 8 Datenanlieferung:** Ca. 1 Woche vor Schaltbeginn per E-Mail an elvira.boeck@holzmann-medien.de
Dateiformate: GIF, JPEG, HTML, Flash (max. 15 kB)
Die Ziel-URL muß mit der Variablen „clickTag“ versehen werden.
- 9 externer AdServer-Einsatz:** -
- 10 Werbeformen und Preise:** Siehe unten und Folgeseiten.

- 11 Rabatte:** Online-Kombi (branchenübergreifende Auftritte)
zeitgleiche Belegung von 2 Auftritten 3%; von 3 Auftritten 5%
nach Umsatz
ab 750,-€ 3% ab 4.500,-€ 15%
ab 1.500,-€ 5% ab 6.000,-€ 20%
ab 3.000,-€ 10%
- 12 Zahlungsbedingungen:** Innerhalb von 14 Tagen ab Rechnungsdatum ohne Abzug;
bei Vorauszahlung 2 % Skonto.
UStIdent-Nr.: DE 1 29 204 092
- Bankverbindungen:** Sparkasse Memmingen (BLZ 731 500 00), Konto-Nr. 101 709
IBAN: DE 50 7315 0000 0000 10 17 09, BIC: BYLADEM1MLM
Postbank München (BLZ 700 100 80), Konto-Nr. 17 930-807
IBAN: DE07 7001 0080 0017 9308 07, BIC: PBNKDEFF
für Zahlungen aus Österreich:
BAWAG PSK, (BLZ 60 000), Konto-Nr. 1 337 198
IBAN: AT27 6000 0000 0133 7198, BIC: OPSKATWW
für Zahlungen aus der Schweiz: Postfinance, Konto-Nr. 80-54743-1
IBAN: CH55 0900 0000 8005 4743 1, BIC: POFICHBEXX

Abrechnungsmodus

Berechnet werden AdImpressions (Werbemittelinblendungen) zum TKP (Tausend-Kontakt-Preis).

Beispiel: TKP 60,-€ und 10.000 AdImpressions = 600,-€

Bitte erfragen Sie vor Auftragserteilung die aktuellen Verfügbarkeiten.

Erfolgskontrolle

Nach Kampagnenende erfolgt die Rechnungsstellung und Sie erhalten eine Auswertung (Reporting). Die Statistik enthält die AdImpressions und AdClicks Ihrer Kampagne.

Der rationell reinigen-Newsletter



Exklusiv und gezielt werben: Senden Sie Ihre Werbebotschaft direkt ins E-Mail-Postfach der Newsletter-Abonnenten! Im Juli 2011 betrug die Anzahl der registrierten Empfänger 3.227. Die aktuellen Empfängerzahlen teilen wir Ihnen gerne auf Anfrage mit.

Erscheinungsweise: Monatlich, jeweils in der ersten Woche des Monats.

Mögliche Werbeformen:

Fullsize-Banner (468 x 60 Pixel, nicht animiert)

Bild-Text-Anzeige

300,- € pro Newsletter

250,- € pro Newsletter

Text: 400 Zeichen (mit Leerzeichen) inkl. Titel und Link

Bild: Von 100 x 100 bis 150 x 150 Pixel, hoch, Bildauflösung 72 dpi

**handwerks-
channel**

Exklusiver Zugang zur Zielgruppe
Mittelstand Handwerk!
Branchenübergreifend
und mit hoher Reichweite.

Informieren sie sich unter www.handwerks-channel.de

TERMINKALENDER – print + online:

rationell reinigen – TERMINKALENDER ist die Plattform für das Anbieten und Suchen von Seminaren, Workshops, Kongressen und Tagungen für die Branche Gebäudedienste.

Als Veranstalter können Sie Ihre Angebote umfassend präsentieren, sowohl online als auch in den Print-Ausgaben.

Unsere Konditionen:

Print-Eintrag pro Termin und Ausgabe **20 €** + MwSt.

Online-Eintrag pro Termin **20 €** + MwSt.

Print + Online pro Termin und Ausgabe **30 €** + MwSt.

Bei Fragen helfen wir gern.

Bitte senden Sie eine E-Mail an elvira.boeck@holzmann-medien.de oder rufen Sie an unter Telefon +49 8247 354-257.

Eintrag in der Ausrüster- bzw. Dienstleister-Datenbank

Grundeintrag: bestehend aus Firmenadresse und E-Mail, kostenlos

Spezialeintrag: Firmenadresse, E-Mail, Internet-Adresse verlinkt, Firmenprofil, Logo und 15 Suchbegriffe (Produkte, Dienstleistungen) **20,- € pro Monat**

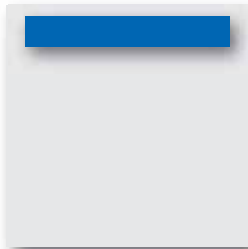
Premieeintrag: Elemente des Spezialeintrags + Adressen Ihrer Niederlassungen/Beteiligungen, **30,- € pro Monat**. Zusätzlich kompl. PDF-Seiten für weitere **10,- €** pro Monat/Seite.



Online-Werbeformate werden nach **AdImpressions** (Werbemittleinblendungen) zum **TKP** (Tausend-Kontakt-Preis) abgerechnet.

Bitte erfragen Sie vor Auftragserteilung die aktuellen Verfügbarkeiten.

Nach Kampagneende erhalten Sie eine Auswertung (Reporting) mit Angabe der AdImpressions und AdClicks Ihrer Kampagne sowie die Rechnung.
Alle Preise zzgl. gesetzl. MwSt.



Leaderboard/Superbanner
(728 x 90 Pixel)

TKP 60,- €

Aufmerksamkeitsstarkes Werbeformat mit vollflächiger Präsenz ganz oben auf der Seite. Einsatz im sofort sichtbaren Bereich mit großem kreativem Gestaltungsspielraum



Skyscraper (120 x 600 Pixel) TKP 65,- €
Wide Skyscraper (160 x 600 Pixel) 65,- €
Expandable Skyscraper (420 x 600 Pixel) 70,- €

Der Skyscraper wird am rechten Bildschirmrand prominent und praxisnah platziert. Diese Werbeform schafft kreative Freiräume und erreicht aufmerksamkeitsstark Ihre Zielgruppe.



ContentAd/Medium Rectangle
(300 x 250 Pixel)

TKP 75,- €

Ihre Werbefläche wird in das redaktionelle Umfeld der Website integriert und ist an drei Seiten von redaktionellem Inhalt (Content) umgeben. Die Content Ad ist vergleichbar mit Inselanzeigen im Printbereich und zieht den Blick des Users auf sich.



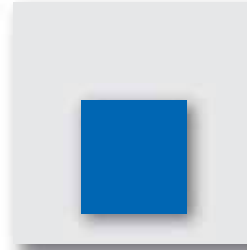
BanderoleAd
(770 x 250 Pixel) TKP 105,- €

Das Werbemittel liegt im direkt sichtbaren Bereich und legt sich wie ein Streifen quer über die Website. Das BanderoleAd ist effektiv und äußerst aufmerksamkeitsstark.



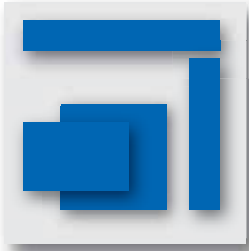
Wallpaper
(728 x 90 + 120 x 60 Pixel) TKP 110,- €

Kombination aus Leaderboard/Superbanner und Skyscraper. Wallpaper färben meist den oberen und rechten Seitenrand der Website ein. Ein aufmerksamkeitstarkes Werbemittel, das den Wiedererkennungswert stark erhöht.



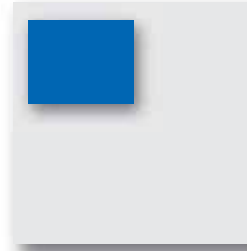
FlashLayer (400 x 400 Pixel) TKP 100,- €

Ein FlashLayer ist ein auf DHTML basierendes animiertes Werbeformat. Es ist großflächig und hat einen unbegrenzten Spielraum bei der Gestaltung. Die Einblendung erfolgt bei Aufruf der Website direkt über dem Content.



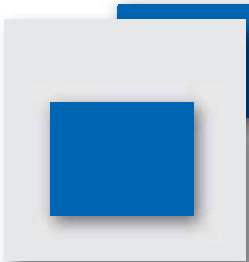
TandemAd
TripleAd TKP 105,- €
TKP 110,- €

Wie werden etablierte Online-Werbeformen noch erfolgreicher? Ganz einfach: Man kombiniert sie. Leaderboard und ContentAd bzw. Skyscraper und ContentAd oder FlashLayer schaffen so ein auffälliges Highlight auf der Website für effektvolle Branding-Kampagnen und gesteigerten Response.



VideoAd **Preise auf Anfrage**
(156 x 120 Pixel – Format des Teaser-Bildes)

Das innovative Werbemittel! Nach Aufruf des Videos wird ein interaktiver Werbespot eingespielt ohne heruntergeladen werden zu müssen. Einblendung als Grafik, Animation oder Video vor (Preroll), hinter (Postroll) oder im Hauptfilm (Overlay). Jede Platzierung kann mit einem Link zur Website des Werbetreibenden ausgestattet werden.



PopUp (200 x 300 Pixel) TKP 80,- €
PopUnder (400 x 300 Pixel)

Die Werbebotschaft erscheint plötzlich in einem separaten Fenster über bzw. unter dem Content. Erst beim Schließen des Fensters ist das PopUp/PopUnder nicht mehr sichtbar. Durch die attraktive Positionierung steht die Werbemessage im Mittelpunkt und erweckt hohe Aufmerksamkeit beim User.

Format/Position

Preroll/Postroll: Bilder (gif, jpg, png), Animationen (swf), Videos (flv)
Overlay: Die Animation wird während des Films am unteren Bildschirmrand eingeblendet (swf).

Weitere Online-Formate auf Anfrage.

Auf den Bannerplätzen können mehrere Banner rollieren.

Bitte erfragen Sie rechtzeitig vor Auftragserteilung die Verfügbarkeiten.

rationell reinigen-Messeplaner zur ISSA/INTERCLEAN, Amsterdam



Handliches Format: DIN A 5 hoch

- 27.000 Exemplare Auflage
- Erscheint im DIN A 5-Format als Beilage der April-Ausgabe von **rationell reinigen** und wird auf der Messe verteilt.
- Wir nennen Sie als Aussteller kostenlos im Ausstellerverzeichnis.
- Senden Sie Ihre Produktinformation zu Ihren Exponaten für die redaktionelle Messevorschau (kostenlos).
- Buchen Sie Ihr Firmenlogo im jeweiligen Hallenplan für 250 €.
- Laden Sie mit einer Anzeige zum Besuch Ihres Messestandes ein!

Werbemöglichkeiten

rationell reinigen-Messeplaner zur ISSA/INTERCLEAN, Anzeigenschluss: 20.03.2012

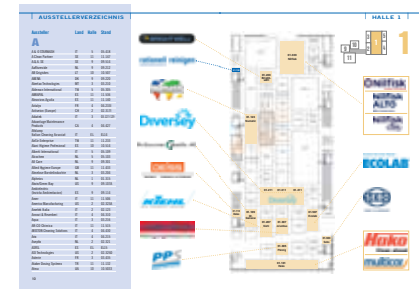
Format Preis 4c

- Titelseite, Umschlagseiten auf Anfrage
- 1/1 Seite 148 mm breit, 210 mm hoch
+ 6 mm Kopfbeschnitt, 3 mm Beschnitt an allen weiteren Seiten 2.900,- €
- 1/2 Seite, quer 130 mm breit, 92 mm hoch 1.500,- €
- 1/2 Seite, hoch 62,5 mm breit, 189 mm hoch 1.500,- €
- 1/4 Seite 62,5 mm breit, 92 mm hoch 800,- €
- 1/8 Seite 62,5 mm breit, 45 mm hoch 410,- €
- Logo im Hallenplan 250,- €



Texte zur Produktvorschau senden Sie bitte bis **14.03.2012** direkt an die Redaktion: markus.targiel@holzmann-medien.de.

Buchen Sie Ihre **Anzeige für den Messeplaner** und Ihr **Firmenlogo** bis **19.03.2012**.



Zukunftsforum **Gebäudedienste 2012**

Praxiskongress für Unternehmer in der Gebäudereinigungsbranche

Der Praxiskongress wird vom Bundesinnungsverband des Gebäudereiniger-Handwerks und dem Fachmagazin **rationell reinigen - Gebäudedienste** veranstaltet und findet am 19. und 20. September 2012 in Bonn statt.

**Die Sponsoren-Pakete für das
Zukunftsforum Gebäudedienste
stellen wir Ihnen gerne ab
Dezember 2011 vor.**

veranstaltet von:



GWD GmbH
Ideeller Träger:
Bundesinnungsverband
des Gebäudereiniger-Handwerks

rationell reinigen
GEBÄUEDIEDENSTE

Das Medium der Branche

Für die Schaltung von Anzeigen und sonstigen Werbemitteln in den Print- und Onlinemedien der Holzmann Medien GmbH & Co. KG („Holzmann“), Gewerbestraße 2, 86825 Bad Wörthofen, gelten ausschließlich die nachstehenden allgemeinen Geschäftsbedingungen („AGB“).

1. „Auftrag“ im Sinne dieser AGB ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel (gemeinsam „Anzeigen“) von Werbungstreibenden oder sonstigen Inserenten („Auftraggeber“) in einer Druckschrift („Druckschrift“) und/oder in Onlinemedien zum Zweck der Verbreitung. Ein Werbemittel in Onlinemedien kann beispielsweise aus einem oder mehreren der folgenden Elemente bestehen:

- aus einem Bild und/oder Text, aus Tonfolgen und/oder Bewegtbildern (z.B. Banner, Skyscraper, Pop-up);
 - aus einer sensitiven Fläche, die bei Anklücken die Verbindung mit einer vom Auftraggeber genannten Onlineadresse zu weiteren Daten herstellt, die im Bereich des Auftraggebers und/oder Dritten liegen (z.B. Link).
- 2.** Aufträge können persönlich, telefonisch, schriftlich, per E-Mail, Telexfax oder per Internet aufgegeben werden. Holzmann haftet nicht für Übermittlungsfehler. Vorbehaltlich entgegenstehender individueller Vereinbarungen kommt der Vertrag erst nach schriftlicher Bestätigung durch Holzmann zustande. Auftragsbestätigungen über EDV (z.B. per E-Mail) sind auch ohne Unterschrift rechtsverbindlich. Nach Anzeigenschluss bzw. bei Onlinemedien fünf Werktage vor Aufschaltung sind Stornierungen, Änderungen von Größen, Formaten und Wechsel von Farben nicht mehr möglich.
- 3.** „Abschluss“ ist ein Auftrag, bei dem Rabatte gemäß der jeweiligen Preisliste gewährt werden und bei dem die einzelnen Veröffentlichungen der Anzeigen auf Abruf des Auftraggebers erfolgen. Die in der Preisliste vorgesehenen Rabatte werden nicht gewährt für Auftraggeber, deren Geschäftszweck unter anderem darin besteht, für verschiedene Werbungtreibende Anzeigenaufträge zu erteilen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen. 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 eines Jahres nach Vertragschluss abgerufen und veröffentlicht wird.
- 4.** Werden einzelne oder mehrere Abrufe eines Abschlusses aus Umständen nicht erfüllt, ist Holzmann nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass Holzmann zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich von Holzmann beruht. Der Auftraggeber hat, sofern nichts anderes vereinbart ist, rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Holzmann innerhalb eines Jahres entsprechenden Nachlass. Der Abruf weiterer Anzeigen über die im Auftrag genannte Menge hinaus steht unter dem Vorbehalt vorhandener Kapazität.
- 5.** Bei der Errechnung der Abnahmemengen von gedruckten Anzeigen werden Text-Millimeterzeilen ggf. dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
- 6.** Aufträge für Anzeigen, die nur in bestimmten Heftnummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig bei Holzmann eingehen, dass dem Auftraggeber nach vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf. Platzierungszusagen und der Ausschluss von Konkurrenzanzeigen sind nur wirksam, wenn Holzmann dies schriftlich bestätigt.
- 7.** Textteilanzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche von Holzmann mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
- 8.** Holzmann behält sich vor, Anzeigen – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – abzulehnen oder zu sperren, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen, insbesondere gegen Bestimmungen des Strafgesetzbuches oder des Jugendschutzrechts, verstößt oder vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder deren Veröffentlichung für Holzmann wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder wenn Anzeigen Werbung Dritter oder für Dritte enthalten oder deren Inhalt gegen die Interessen der herausgebenden Verbände und Organisationen verstößt. Insbesondere kann Holzmann eine bereits veröffentlichte Anzeige zurückziehen und/oder sperren, wenn der Auftraggeber nachträglich Änderungen der Inhalte der Anzeige selbst vornimmt oder die Daten nachträglich verändert werden, auf die durch einen Link verwiesen wird und hierdurch die Voraussetzungen des Absatzes 1 erfüllt werden. Beilagenaufträge sind für Holzmann erst nach Vorlage eines Modells und dessen Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdenzigen enthalten, werden nicht angenommen. Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbundwerbung), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annahmehinweisung von Holzmann. Diese berechtigt Holzmann zur Erhebung eines Verbundauflages. Die Ablehnung einer Anzeige oder eines anderen Werbemittels wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
- 9.** Für die rechtzeitige Lieferung und die einwandfreie Beschaffenheit geeigneter Druckunterlagen oder anderer Werbemittel ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Bei der Anlieferung von digitalen Druckunterlagen oder Daten für Onlinewerbemittel ist der Auftraggeber ver-

pflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder den technischen Vorgaben von Holzmann entsprechende Vorlagen für Anzeigen anzuliefern. Die Vorlagen für digitale Druckunterlagen müssen Holzmann bis zum jeweiligen Anzeigenschluss, die Vorlagen für Onlinewerbemittel spätestens fünf Werktage vor Schaltungsbeginn vorliegen. Kosten von Holzmann für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretenden Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen. Vereinbart ist die für den belegten Titel nach Maßgabe der Angaben in der Preisliste sowie in der Auftragsbestätigung übliche Beschaffenheit der Anzeigen im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Dies gilt nur für den Fall, dass der Auftraggeber die Vorgaben von Holzmann zur Erstellung und Übermittlung von Druckunterlagen einhält. Der Auftraggeber hat vor einer digitalen Übertragung von Daten dafür Sorge zu tragen, dass diese frei von Computerviren sind. Entdeckt Holzmann auf einer ihm übermittelten Datei Computerviren, wird diese Datei gelöscht, ohne dass der Auftraggeber hieraus Ansprüche geltend machen könnte. Holzmann behält sich vor, den Auftraggeber auf Schadensersatz in Anspruch zu nehmen, wenn durch solche, durch den Auftraggeber infiltrierte Computerviren Holzmann Schäden entstanden sind. Sind etwaige Mängel bei den Werbungsunterlagen nicht offenkundig, so hat der Auftraggeber bei ungenügender Veröffentlichung keine Ansprüche. Das Gleiche gilt bei Fehlern in wiederholten Werbeschaltungen, wenn der Auftraggeber nicht rechtzeitig vor Veröffentlichung der nächstfolgenden Werbeschaltung auf den Fehler hinweist.

10. Druckunterlagen/Medien werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Druckunterlagen/Medien werden nicht länger als ein Jahr nach letzter Einschaltung von Holzmann aufbewahrt.

11. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder unvollständigem Abdruck der Anzeige oder bei ungenügender Wiedergabequalität des Werbemittels Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung des anderen Werbemittels, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige oder des anderen Werbemittels beeinträchtigt wurde. Holzmann hat das Recht, eine Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung zu verweigern, wenn diese einen Aufwand erfordert, der unter Beachtung des Inhalts des Schuldverhältnisses und der Gebote von Treu und Glauben in einem groben Missverhältnis zu dem Leistungsinteresse des Auftraggebers steht oder diese für Holzmann nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich wäre. Lässt Holzmann eine ihm für die Ersatzanzeige oder die Veröffentlichung des anderen Werbemittels gesetzte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige/Ersatzveröffentlichung erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrags. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels ist die Rückgängigmachung des Auftrags ausgeschlossen. Reklamationen müssen innerhalb von vier Wochen nach Eingang der Rechnung geltend gemacht werden. Bei nicht offensichtlichen Mängeln müssen Reklamationen binnen eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn geltend gemacht werden. Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen. Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Lieferung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung von Holzmann für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Im Kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet Holzmann darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts beschränkt. Die Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz bleibt unberührt. Alle gegen Holzmann gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf vorsätzlichem Verhalten beruhen.

12. Probebezüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probebezüge. Holzmann berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm bis zum Anzeigenschluss oder innerhalb der bei der Übergabe des Probebezuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

13. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

14. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen Frist zu bezahlen, sofern nicht im Einzelfall schriftlich eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

15. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden bankübliche Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Holzmann 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 Holzmann berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages zum Anzeigenschlusstermin und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

16. Holzmann liefert auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrags werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung von Holzmann über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

17. Aus einer Auflagenminderung kann – vorbehaltlich der Regelung der Ziffer 18 dieser AGB – nach Maßgabe des Satzes 2 bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit dem ersten

Anzeige beginnenden Insertionsjahres die Garantieauflage unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigender Mangel, wenn und soweit sie

- bei einer Garantieauflage bis zu 50.000 Exemplaren mindestens 20 v.H.,
- bei einer Garantieauflage bis zu 100.000 Exemplaren mindestens 15 v.H.,
- bei einer Garantieauflage bis zu 500.000 Exemplaren mindestens 10 v.H.,
- bei einer Garantieauflage über 500.000 Exemplaren mindestens 5 v.H. beträgt.

Eine Auflagenminderung aus Gründen der Ziffer 24 bleibt unberücksichtigt. Als Garantieauflage gilt die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder, wenn eine Auflage nicht genannt ist, die durchschnittlich verkaufte Auflage des vorausgegangenen Kalenderjahres. Darüber hinaus sind bei Abschluss Preisierungsansprüche ausgeschlossen, wenn Holzmann dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.

18. Abweichend von Ziffer 17 dieser AGB berechtigt eine Auflagenminderung von Titeln, die heftbezogene Auflagendaten veröffentlichen, nur dann zu einer Preisminderung, wenn und soweit sie bei einer Auflage (Garantieauflage) von bis zu 500.000 Exemplaren 10 v.H. und bei einer Auflage (Garantieauflage) von über 500.000 Exemplaren 5 v.H. überschreitet. Eine Auflagenminderung aus Gründen der Ziffer 24 bleibt unberücksichtigt. Die der Garantie zugrunde liegende Auflage ist die gesamte verkaufte Auflage im Sinne der Definition der IVW. Sie errechnet sich für das Insertionsjahr aus dem Auflogendurchschnitt der vier Quartale vor dem Insertionsjahr, soweit nicht von Holzmann eine absolute Auflogenzahl als Garantie in der jeweiligen Preisliste angegeben wurde. Voraussetzung für einen Anspruch auf Preisminderung ist ein rabattfähiger Abschluss auf Basis der Mengenstaffel und für mindestens drei Ausgaben. Grundlage für die Berechnung der Preisminderung ist der Auftrag pro Unternehmen, soweit nicht bei Auftragserteilung eine Abrechnung nach Marken, die bei Auftragserteilung zu definieren sind, vereinbart wurde. Die mögliche Auflagenminderung errechnet sich als Saldo der Auflagenüber- und Auftragsüberschreitungen der belegten Ausgaben innerhalb des Insertionsjahres. Die Rückvergütung erfolgt am Kampagnenende auf Basis des Kundennettos unter Berücksichtigung der bereits gewährten Agenturvergütung als Naturalgutschrift oder, wenn dies nicht mehr möglich ist, als Entgelt. Ein Anspruch auf Rückvergütung besteht nur, wenn die Rückvergütungssumme mindestens 2.500,00 Euro beträgt.

19. Bei Ziffernangeboten wendet Holzmann für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Ziffernangeboten werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Ziffernangeboten werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet Holzmann zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Holzmann kann einnahmevertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A4 (Gewicht 500 g) überschreiten, sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann jedoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.

20. Die Werbungsmitler und Werbeagenturen („Agenturen“) sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste von Holzmann zu halten. Mittelvergütung wird nur an nachgewiesene Agenturen vergütet. Holzmann behält sich die Rückforderung geleisteter Mittelvergütung an nicht nachgewiesene Agenturen vor. Die gewährte Mittelvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden. Aufträge durch Agenturen werden in deren Namen und auf deren Rechnung erteilt. Soweit Agenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag im Zweifel mit der Agentur zustande. Soll ein Werbungtreibender Auftraggeber werden, muss dies gesondert unter namentlicher Nennung des Werbungtreibenden vereinbart werden. Holzmann ist berechtigt, von der Agentur einen Mandatsnachweis zu verlangen.

21. Preisänderungen für erteilte Aufträge sind gegenüber Unternehmern wirksam, wenn sie von Holzmann mindestens einen Monat vor Veröffentlichung der Anzeige angekündigt werden. Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden. Für Anzeigen auf Sonderseiten, in Sonderbeilagen und Kollektivten kann Holzmann von der Preisliste abweichende Preise festsetzen.

22. Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung beansprucht, ist der schriftliche Nachweis des Konzernstatus des Werbungtreibenden erforderlich. Konzernverbundene Unternehmen im Sinne dieser Bestimmung sind Unternehmen, zwischen denen eine kapitalmäßige Beteiligung von mindestens 50 Prozent besteht. Der Konzernstatus ist bei Kapitalgesellschaften durch Bestätigung eines Wirtschaftsprüfers oder durch Vorlage des letzten Geschäftsberichtes, bei Personengesellschaften durch Vorlage eines Handelsregisterauszuges nachzuweisen. Der Nachweis muss spätestens bis zum Abschluss des Insertionsjahres erbracht werden. Ein späterer Nachweis kann nicht rückwirkend anerkannt werden. Konzernrabatte bedürfen in jedem Fall der ausdrücklichen, schriftlichen Bestätigung durch Holzmann. Konzernrabatte werden nur für die Dauer der Konzernzugehörigkeit gewährt. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzuzeigen; mit der Beendigung der Konzernzugehörigkeit endet auch die Konzernrabattierung.

23. Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung der Anzeige erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit und die Übermittlung der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen sowie der zugelieferten Werbemittel. Er stellt Holzmann im Rahmen des Auftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen

der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner wird Holzmann von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, Holzmann nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen. Der Auftraggeber räumt Holzmann die für die zweckgemäße Nutzung der Anzeigen in den jeweiligen Print- und Onlinemedien erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungs- und sonstigen Rechte ein, insbesondere die jeweils erforderlichen Rechte zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Bearbeitung, zu öffentlichem Zugänglichmachen, Einstellen in einer Datenbank, Entnahme aus einer Datenbank und Bereithalten zum Abruf, und zwar zeitlich, räumlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang.

24. Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, illegalem Arbeitskampf, rechtswidriger Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen – sowohl im Betrieb von Holzmann als auch in fremden Betrieben, derer sich Holzmann zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient – hat Holzmann Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Printanzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit 80 Prozent der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften oder auf andere Weise zugesicherten Auflage von Holzmann ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Auslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte verkaufte oder zugesicherte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht. Ist die Durchführung eines Auftrags in Onlinemedien aus Gründen, die Holzmann nicht zu vertreten hat, nicht oder nur teilweise zu bewerkstelligen, so wird diese nach Möglichkeit nachgeholt. Solche Gründe sind insbesondere bei Rechnerausfall, höherer Gewalt, Streik, aufgrund gesetzlicher Bestimmungen, Störungen aus dem Verantwortungsbereich von Dritten (z.B. anderen Providern), Netzbetreibern oder Leistungsanbietern oder aus vergleichbaren Gründen gegeben. Bei Nachholung in angemessener und zumutbarer Zeit nach Beseitigung der Störung bleibt der Vergütungsanspruch des Anbieters bestehen.

25. Jeder Auftrag wird unter Berücksichtigung der geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen abgewickelt. Holzmann ist berechtigt, Bruttoverbeurteilungen und vergleichbar relevante Daten des Auftraggebers auf Produktebene zur Veröffentlichung an Unternehmen weiterzuleiten, die sich mit der Erhebung und Auswertung solcher Informationen beschäftigen. Diese Daten werden dort aggregiert und in anonymisierter Form in den Markt kommuniziert.

26. Digital übermittelte Druckvorlagen für Farbanzeigen können nur mit einem auf Papier gelieferten Farbproof mit Medienkoll zuverlässig verarbeitet werden. Ohne Farbproof können Farbabweichungen entstehen. Diese begründen keinen Preisierungsanspruch.

27. Unerwünschte Druckresultate, die sich auf eine Abweichung des Auftraggebers von den technischen Angaben zur Erstellung und Übermittlung von Druckunterlagen zurückführen lassen, begründen keinen Preisierungsanspruch.

28. Für Aufträge, die in den Onlinemedien veröffentlicht werden, gewährleistet Holzmann eine dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe des Werbemittels. Dem Auftraggeber ist jedoch bekannt, dass es im elektronischen Bereich nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, ein von Fehlern vollkommen freies Programm zu erstellen. Die Gewährleistung gilt nicht für unwesentliche Fehler. Ein Fehler in der Darstellung liegt nicht vor, wenn er hervorgerufen wird durch Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungssoftware und/oder Hardware, Störung der Kommunikationsnetze anderer Betreiber, Rechnerausfall bei Dritten (z. B. anderen Providern), unvollständige und/oder nicht aktualisierte Angebote auf sog. Proxys, Ausfall des Ad-Servers, der nicht länger als 24 Stunden (fortlaufend) innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der vertraglich vereinbarten Schaltung andauert. Bei einem Ausfall des Ad-Servers über einen erheblichen Zeitraum (mehr als zehn Prozent) im Rahmen einer zeitgebundenen Festbuchung entfällt die Zahlungspflicht des Auftraggebers für den Zeitraum des Ausfalls. Bei Crossmediabuchungen entfällt die Zahlungspflicht in anteiliger Höhe zum überschreitenden Betrag einer reinen Printanzeige. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen.

29. Holzmann kann für die Auslieferung von Onlinewerbemitteln einen eigenen Ad-Server einsetzen. Für die Abrechnung gemäß Preisliste sind die von dem durch die Holzmann eingesetzten Ad-Server gezählten Ad-Impressions maßgeblich. Holzmann hält die Zahl der Zugriffe auf Onlinewerbemittel für 60 Werktage ab Rechnungsstellung für den Auftraggeber zum Abruf bereit.

30. Bei Neuaufnahme einer Geschäftsverbindung und Aufträgen aus dem Ausland behält sich Holzmann vor, Vorauszahlung zum Anzeigenstarttermin zu verlangen. Bei Aufträgen aus dem Ausland erfolgt die Rechnungsstellung ohne Mehrwertsteuerberechnung unter der Voraussetzung, dass Steuerbefreiung besteht und vom Auftraggeber schriftlich nachgewiesen wird. Holzmann behält sich die Berechnung der Mehrwertsteuer in der gesetzlich geschuldeten Höhe für den Fall vor, dass die Finanzverwaltung die Steuerpflicht bestätigt. Holzmann behält sich das Recht vor, fehlerhafte Auftragsrechnungen innerhalb von sechs Monaten nach Rechnungsstellung zu korrigieren.

31. Erfüllungsort ist der Sitz von Holzmann Medien. Es gilt deutsches Recht. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz von Holzmann Medien. Soweit Ansprüche von Holzmann nicht im Mohnerverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nichtkaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nichtkaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz von Holzmann Medien vereinbart.



Anzeigenleitung/-verkauf:
Gerti Strobel
Tel. +49 8247 354-163
gerti.strobel
@holzmann-medien.de



Anzeigenverkauf
Silvia Berwanger
Tel. +49 8247 354-264
silvia.berwanger
@holzmann-medien.de



Anzeigenverwaltung:
Elvira Böck
Tel. +49 8247 354-257
elvira.boeck
@holzmann-medien.de



Redaktion
Markus Targiel
Tel. +49 8247 354-262
markus.targiel
@holzmann-medien.de



Redaktion
Heike Holland
Tel. +49 8247 354-248
heike.holland
@holzmann-medien.de



Chefredaktion
Peter Hartmann
Tel. +49 8247 354-164
peter.hartmann
@holzmann-medien.de