

www.sicht-sonnenschutz.com



1 Auflage:

Druckauflage: 9.000 Exemplare*

Tatsächlich verbreitete Auflage
im Jahresdurchschnitt, Ziffer 17 8.728 Exemplare

* Rückblick von Q3/10 bis Q2/11, seit 1.1.2011 beträgt die Druckauflage
10.000 Exemplare

2 Zeitschriftenformat:

DIN A4
210 x 297 mm beschnitten
216 x 306 mm unbeschnitten
jeweils 3 mm Seiten- und Fußbeschnitt
6 mm Kopfbeschnitt
(siehe auch Informationsblatt „Formate“)

Satzspiegel:

172 mm breit, 245 mm hoch
4 Spalten je 39 mm
3 Spalten je 54 mm
(Seitenaufbau siehe Informationsblatt „Formate“)

3 Druck- und Bindeverfahren, Druckunterlagen:

Bogenoffset, Papier Innenteil: 100 g/m², Bilderdruck, Umschlag: 200 g/m², Bilderdruck, Klebebindung, Druck nach DIN ISO 12647-2, Farbriihenfolge Schwarz/Blau/Rot/Gelb. Bitte senden Sie uns Ihre Druckunterlagen in digitaler Form. Informationen dazu unten rechts auf dieser Seite und ausführlich unter www.sicht-sonnenschutz.com.

7 Anzeigenformate und Preise: Allen Preisen ist der jeweils gültige gesetzliche Mehrwertsteuersatz hinzuzurechnen..

4 Termine:

Erscheinungsweise: monatlich (Doppelhefte Juli/August und November/Dezember)
Erscheinungstermine: siehe Termin- und Themenplan
Anzeigenschluss: siehe Termin- und Themenplan
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.sicht-sonnenschutz.com

6 Zahlungsbedingungen:

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

Bankverbindungen:

Sparkasse Memmingen (BLZ 731 500 00), Konto-Nr. 101 709
IBAN: DE50 7315 0000 0000 1017 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 P.S.K. (BLZ 60 000), Konto-Nr. 1 337 198
IBAN: AT27 6000 0000 0133 7198, BIC: OPSKATWWW
für Zahlungen aus der Schweiz: Postfinance, Konto-Nr. 80-54743-1
IBAN: CH55 0900 0000 8005 4743 1, BIC: POFICHBEXXX

Format	Breite × Höhe Satzspiegel	Breite × Höhe Anschnitt*	s/w	2-farbig	3-farbig	4-farbig
2/1 Seite	380 × 245 mm	420 × 297 mm	3.990,- €	4.890,- €	5.790,- €	6.690,- €
1/1 Seite	172 × 245 mm	210 × 297 mm	2.080,- €	2.580,- €	3.080,- €	3.580,- €
1/2 Seite	83 × 245 mm oder 172 × 127 mm	104 × 297 mm oder 210 × 148 mm	1.050,- €	1.300,- €	1.550,- €	1.800,- €
1/3 Seite	54 × 245 mm oder 172 × 88 mm	74 × 297 mm oder 210 × 108 mm	700,- €	870,- €	1.040,- €	1.210,- €
1/4 Seite	83 × 127 mm oder 172 × 66 mm oder 39 × 245 mm	104 × 148 mm oder 210 × 86 mm oder 60 × 297 mm	530,- €	660,- €	790,- €	920,- €
1/8 Seite	83 × 66 mm oder 172 × 33 mm oder 39 × 127 mm	104 × 86 mm oder 210 × 53 mm oder 60 × 148 mm	270,- €	335,- €	400,- €	465,- €

Titelseite + 1/3 Seite 4c quer als Titelseitenerklärung im Innenteil	210 × 174 mm 210 × 108 mm	3.940,- €
2. Umschlagseite 4. Umschlagseite	210 × 297 mm 210 × 297 mm	3.820,- € 3.820,- €

* Den Anschnittformaten sind jeweils noch 3 mm Beschnittzugabe an den Seiten und am Fuß sowie 6 mm am Kopf hinzuzurechnen.

- 8 Zuschläge:** (nicht rabattierbar)
- 8.1 Farbe
Je Normalfarbe (DIN ISO 12647:2) siehe Preisliste.
Sonderfarben, die nicht aus DIN ISO 12647:2 erzielt werden können,
40 % Zuschlag vom Grundpreis.
- 8.2 Platzierung
Bindende Platzierungsvorschriften 10 % vom Grundpreis
- 8.3 Formate
Anzeigen über Bund 10 % vom Grundpreis
- 9 Rubrikanzeigen:**
- Stellenangebote siehe Preisliste 10/G
Stellengesuche siehe Preisliste 10/G
Sonstige Rubrikanzeigen siehe Preisliste 10/G
Chiffregebühr 10,- €
Branchenfürer (Laufzeit 1 Jahr) 40 × 80 mm, 4-farbig 600,- €
80 × 80 mm, 4-farbig 1.100,- €
- 10 Sonderwerbformen:**
- Fort-/Sonderdrucke auf Anfrage
Corporate-Publishing auf Anfrage
- 11 Rabatte:** bei Abnahme innerhalb eines Insertionsjahres
(Beginn mit dem Erscheinen der ersten Anzeige)
- | Malstaffel | Mengenstaffel | |
|----------------------------|---------------|------|
| 3-maliges Erscheinen 5 % | 1 Seite | 5 % |
| 6-maliges Erscheinen 10 % | 3 Seiten | 10 % |
| 8-maliges Erscheinen 15 % | 6 Seiten | 15 % |
| 10-maliges Erscheinen 20 % | 10 Seiten | 20 % |
- Kein Rabatt auf Platzierungszuschläge, Titelseiten, Beilagen, Postkarten, Beikleber und technische Zusatzkosten, Branchenfürer-Eintragungen, Stellen- und Gelegenheitsanzeigen.
- 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:**
- | | |
|-----------------------------|-----------|
| 2-seitig (1 Blatt) | 2.100,- € |
| 4-seitig (2 Blatt), gefalzt | 2.950,- € |
- 6-seitig (3 Blatt), gefalzt 3.540,- €
8-seitig (4 Blatt), gefalzt 4.140,- €
Benötigte Liefermenge 10.100 Exemplare (Rabatt: 1 Blatt = 1/1 Anzeigenseite)
- 14 Beilagen:**
lose eingelegt, maximale Größe 205 mm x 294 mm
Gewicht der Beilage Beilagenpreis je 1.000 Stück Gesamtpreis
bis 30 g 170,- € je nach Auflage
bis 40 g 195,- € je nach Auflage
bis 50 g 220,- € je nach Auflage
jede weitere 10 g 10,- €
Benötigte Liefermenge 10.100 Exemplare
- 15 Aufgeklebte Werbemittel:**
Kosten für die maschinelle Verarbeitung (Klebekosten)
Postkarten pro Tausend 195,- €
Beikleber bis 25 g pro Tausend 245,- €
Benötigte Liefermenge 10.100 Exemplare
- 16 Lieferanschrift für Positionen 13 bis 15:**
Industrie-Buchbinderei Kassel, sicht+sonnenschutz Nr. ...,
c/o Herrn Timo Träbing, Falderbaumstraße 9 C, 34123 Kassel-Waldau

Druckunterlagen in digitaler Form:

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

Bei techn. **Übertragungsproblemen** wenden Sie sich bitte an
Frau Stahl (Tel. +49 8247 354-232)

Achtung bei Farbanzeigen: Ohne Lieferung eines Proofs 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
sicht+sonnenschutz, Gewerbestraße 2, 86825 Bad Wörishofen, Fax +49 8247 254-4232.

Ausführliche Informationen zu Druckunterlagen in digitaler Form erhalten Sie im Internet unter www.sicht-sonnenschutz.com

Bei weiteren Fragen oder Übertragungsproblemen rufen Sie bitte an unter +49 8247 254-232
Druckunterlagen/Medien werden nicht länger als 1 Jahr nach letzter Einschaltung vom Verlag aufbewahrt.

Format	Breite x Höhe in mm	Stellenangebote/ sonst. Rubrikanzeigen print + online	Stellengesuche print + online
1/1 Seite	172 x 245	1.470,- €	980,- €
1/2 Seite	172 x 127 83 x 245	762,- €	508,- €
1/4 Seite	172 x 66 83 x 127	396,- €	264,- €
1/8 Seite	83 x 66	198,- €	132,- €
Millimeterpreis	83 mm breit 172 mm breit	3,00 € 6,00 €	2,00 € 4,00 €
Chiffregebühr	10,- €		

Die jeweils gültige Mehrwertsteuer wird zusätzlich berechnet.

Druckunterlagen in digitaler Form:

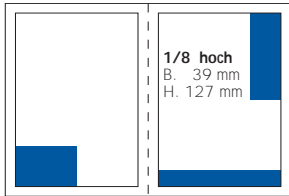
- Dateien: Dateiauflösung: 300 dpi
Dateiformat: Hochauflösende, druckfähige PDF-Datei, Andruck oder Proof (farbverbindlich) mit Medienkeil
Medien: Benutzer und Passwort für den FTP-Zugang bitte telefonisch erfragen.
 Datenträger: CD-ROM, DVD

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 sicht+sonnenschutz Gewerbestraße 2, 86825 Bad Wörishofen, Fax +49 8247 354-4232.

Ausführliche Informationen zu Druckunterlagen in digitaler Form erhalten Sie im Internet unter www.sicht-sonnenschutz.com

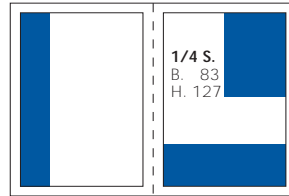
Bei weiteren Fragen oder Übertragungsproblemen rufen Sie bitte an unter +49 8247 354-232

Satzspiegel:



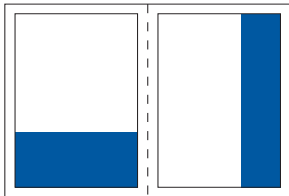
1/8 Seite
Breite 83 mm
Höhe 66 mm

1/8 Seite quer
Breite 172 mm
Höhe 33 mm



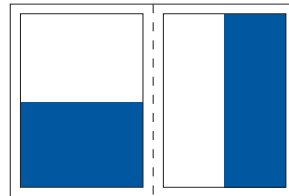
1/4 Seite hoch
Breite 39 mm
Höhe 245 mm

1/4 Seite quer
Breite 172 mm
Höhe 66 mm



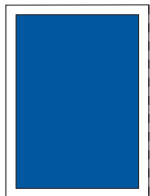
1/3 Seite quer
Breite 172 mm
Höhe 88 mm

1/3 Seite hoch
Breite 54 mm
Höhe 245 mm

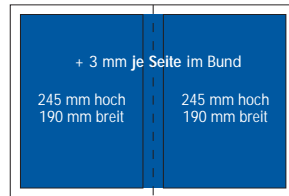


1/2 Seite quer
Breite 172 mm
Höhe 127 mm

1/2 Seite hoch
Breite 83 mm
Höhe 245 mm

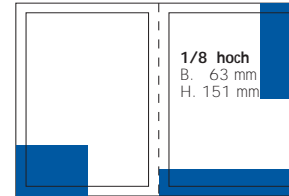


1/1 Seite
Breite 172 mm
Höhe 245 mm



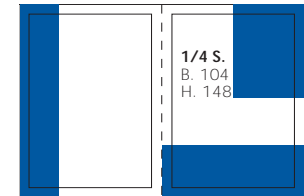
2/1 Seiten im Satzspiegel über Bund
je 245 mm hoch, 190 mm breit
+ 3 mm Beschnitt (Fräsrand) im Bund

Anschnitt:



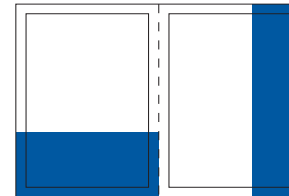
1/8 Seite
Breite 104 mm
Höhe 86 mm

1/8 Seite quer
Breite 210 mm
Höhe 53 mm



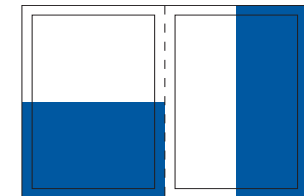
1/4 Seite hoch
Breite 60 mm
Höhe 297 mm

1/4 Seite quer
Breite 210 mm
Höhe 86 mm



1/3 Seite quer
Breite 210 mm
Höhe 108 mm

1/3 Seite hoch
Breite 74 mm
Höhe 297 mm



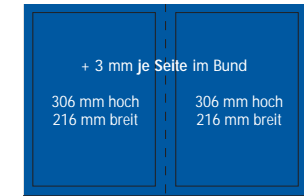
1/2 Seite quer
Breite 210 mm
Höhe 148 mm

1/2 Seite hoch
Breite 104 mm
Höhe 297 mm



1/1 Seite
Breite 210 mm
Höhe 297 mm

Folgende Beschnitt-zugaben sind bei den angegebenen Anschnitt-Formaten noch hinzuzurechnen: Kopfbeschnitt 6 mm, Seiten- und Fußbeschnitt je 3 mm. Bitte halten Sie bei angeschnittenen Anzeigen mindestens 5 mm Abstand von Texten/Bildern zum Hefrand.



2/1 Seiten mit Anschnitt je Seite
je 306 mm hoch, 216 mm breit,
+ 3 mm Beschnitt (Fräsrand) im Bund.

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.

Laufend berichten wir über: Sonnenschutztechnik, textilen Sonnenschutz, Tageslichttechnik, außen und innen liegenden Sonnenschutz, Markisentechnik, Rollladentechnik, Antriebs-, Funk- und Steuerungstechnik, Klapp- und Schiebeläden, Insektenschutz, Tortechnik, Funktionsgläser, Energieeffizientes Bauen, Produkte und Bücher.

Heft	ET = Erscheinungstermin AS = Anzeigenschluss/ Druckunterlagen RS = Redaktionsschluss	Themen	Messen/Ausstellungen
------	---	--------	----------------------

1
Januar
ET: 04.01.2012
AS: 09.12.2011
RS: 02.12.2011

Titelthema: Textiler Sonnenschutz

Infrarotreflexion in den Raum hinein, diverse Ausrüstungspakete zur Erhöhung der Widerstandsfähigkeit und natürlich die ganze Bandbreite an modischen Trends bei Dessin, Stofflichkeit, Gestaltung – das bewegt die Textiler vor dem Saisonstart in Frankfurt. sicht+sonnenschutz stellt die wichtigsten Themen zur Messe vor.

Messeheft: Heimtextil

Rubrik Produkte: Textiler Sonnenschutz, Markisen, Markisenstoffe

DEUBAU

Essen, 10. bis 14.01.2012

Heimtextil

Frankfurt, 11. bis 14.01.2012

heimtextil

2
Februar
ET: 21.02.2012
AS: 27.01.2012
RS: 20.01.2012

Titelthema: Energiesparen mit Sonnenschutz

Intelligente Steuerungslösungen, die sommerlichen Wärmeschutz gewährleisten und winters hohe Solarenergieerträge ermöglichen, tragen signifikant dazu bei, dass sich Kosten für Heizung, Licht und Air Condition einsparen lassen. Wir informieren über das Angebot und geben Tipps für Ausschreibungen und Privatkundengeschäft.

Messeheft: R+T

Messenachlese Heimtextil

Rubrik Produkte: Rollläden, Rollladenkästen, Raffstores, Sichtschutz

bautec

Berlin, 21. bis 25.02.2012

Bauen & Energie

A-Wien, 16. bis 19.02.2012

R+T

Stuttgart, 28.02. bis 03.03.2012



3

März

ET: 16.03.2012

AS: 24.02.2012

RS: 17.02.2012

Titelthema: Sonnenschutzfolien

Das Leistungsportfolio in der Produktgruppe reicht von Sicherheit/ Einbruchschutz über Blend- bis hin zu Sonnenschutz. Der Schwerpunkt in unserem Spezial liegt diesmal auf der mängelfreien Montage und gelungenen Umsetzungen im Objekt.

Rubrik Produkte: Plissees, innenliegender Sonnenschutz, Sonnenschutzgläser

IHM,

München, 14. bis 20.03.2012

R+T Asia,

CN-Shanghai, 27. bis 29.03.2012

CEP CLEAN ENERGY & PASSIVHOUSE

Stuttgart, 29. bis 31.03.2012

4

April

ET: 13.04.2012

AS: 23.03.2012

RS: 16.03.2012

Titelthema: Antriebs-, Steuerungs- und Funktechnik

Mehrwert verkaufen und die eigene Kompetenz zur Geltung bringen. Wir sagen, wie R+S-Fachbetriebe vom Trend profitieren und was in Zukunft noch alles automatisch geht.

Messenachlese: R+T

Rubrik Produkte: Außenliegender Sonnenschutz, Sonnenschutztechnik, PV in der Fassade

Light + Building

Frankfurt/Main, 15. bis 20.04.2012

Energy/HANNOVER MESSE

Hannover, 23. bis 27.04.2012

**5**

Mai

ET: 18.05.2012

AS: 27.04.2012

RS: 20.04.2012

Titelthema: Markisen

Acryl oder Polyester, modisches Accessoire oder funktionaler Schattenspende: Die Bandbreite der Markisenhersteller ist riesig; sich+sonnenschutz beleuchtet die Umsatzsituation und benennt Möglichkeiten für eine bessere Präsentation im Fachhandel.

Rubrik Produkte: Markisenstoffe, textiler Sonnenschutz, innenliegende Sonnenschutzsysteme

Intersolar

München, 13. bis 15.06.2012

6

Juni

ET: 15.06.2012

AS: 25.05.2012

RS: 18.05.2012

Titelthema: Verschattung 2.0 – Intelligente Lösungen für die Zukunft

Lenkbare Lamellensysteme und intelligente Sonnenschutzlösungen für den Scheibenzwischenraum, dazu die Anlagenkontrolle via App oder als integriertes Haustechnikfeature: Die Redaktion prüft Marktpotenziale und sagt, was auf Rolladenbau und Raumausstattung zukommen könnte.

Rubrik Produkte: Gebäudeleittechnik, Smart Metering, Tore

Heft	ET = Erscheinungstermin AS = Anzeigenschluss/ Druckunterlagen RS = Redaktionsschluss	Themen	Messen/Ausstellungen
7/8 Juli/August	ET: 20.07.2012 AS: 29.06.2012 RS: 22.06.2012	Titelthema: Tore Je nach Einsatzbereich sind die Anforderungen in der gewerblichen und privaten Anwendung natürlich grundsätzlich andere. sicht+sonnenschutz-Leser bekommen einen Überblick über Anschluss- und Steuerungsdetails und Beispiele dafür, wie die Umsetzung nicht aussehen sollte. Rubrik Produkte: Sonnensegel, Großschirme, Terrassendächer	
9 September	ET: 14.09.2012 AS: 24.08.2012 RS: 17.08.2012	Titelthema: Rollläden sicht+sonnenschutz begleitet den Produktionsprozess vom einzelnen Stab zum fertigen Panzer und spricht mit Fachbetrieben über ihre Vorstellungen mit Blick auf Einbau und Gewährleistung. Rubrik Produkte: Klapp- und Schiebeläden, technische Textilien, Wiga-Beschattung	BAUEN & MODERNISIEREN CH-Zürich, 30.8. bis 2.9.2012 CADEAUX/COMFORTEX Leipzig, 15. bis 17.09.2012 Heimtextil Russia RUS-Moskau, 21. bis 23.09.2012 R+T Russia RUS-Moskau, 26. bis 28.09.2012
10 Oktober	ET: 19.10.2012 AS: 28.09.2012 RS: 21.09.2012	Titelthema: Insektenschutz Vom dicken Brummer bis zur nervtötenden Minifliege sollen funktionierende Systeme Insekten abhalten und dennoch Transparenz und Transluzenz sicherstellen. Wir vergleichen Kombisysteme, separate Fliegengitter und reine Meterware und benennen die Vorteile. Rubrik Produkte: Lamellentechnik, Jalousien, Folien	

11/12

November/
Dezember

ET: 16.11.2012

AS: 26.10.2012

RS: 19.10.2012

Titelthema: Raffstores

Im großen sicht+sonnenschutz-Leitfaden für die Montage erfahren unsere Leser, wo Fallstricke lauern – aber auch wo Zusatzeinnahmen winken. Dazu vergleichen wir verschiedene Ausführungen.

Jubiläumsheft: 10 Jahre sicht+sonnenschutz

Rubrik Produkte: Flächenvorhänge, Rollläden, Markisen

EQUIP'BAIE

F-Paris, 13. bis 16.11.2012

1

Januar 2013

ET: 11.01.2013

AS: 14.12.2012

RS: 07.12.2012

Titelthema: Schauraum-Konzepte

Zum richtigen Verkaufen gehören Atmosphäre und die passende Gestaltung des Showrooms. Wir sagen, welche Konsumententypen es für Sonnenschutzprodukte gibt und wie es um die Unterstützung aus der herstellenden Industrie bestellt ist.

Messeheft: Heimtextil und BAU

Rubrik Produkte: Tore, Funksysteme, Markisoletten

Heimtextil

Frankfurt/Main, Januar 2013

BAU

München, 14. bis 19.01.2013

heimtextil



BAU 2013

1 Kurzcharakteristik: 'sicht+sonnenschutz' ist die Zeitschrift für alle Hersteller, Händler und Verarbeiter von innen- und außen liegenden Beschattungsanlagen, insbesondere von Roll-, Klapp-, Schiebeläden, Raffstores, Lichtlenkjalousien, Markisen, Plissees und Flächenvorhängen. Dazu kommen Features wie intelligente Funktechnik, integrierte Insektenschutzvorrichtungen und energetisch optimierte Rollladenkästen, die für den Kunden Mehrwert bedeuten, aber erklärungsbedürftig sind.

Dabei versteht sich 'sicht+sonnenschutz' als Fachorgan des verarbeitenden Handwerks bis hin zur Montage, aber auch als Informationsmedium für angeschlossene Berufsgruppen wie (Fach)Planer, Architekten und Sachverständige. Das Heft bildet das Branchengeschehen ab und stellt aktuelle Entwicklungen auf Herstellerseite ebenso dar wie insbesondere technische Neuheiten. Deshalb haben Fragestellungen der Tageslichtplanung bzw. fassadenintegrierten Photovoltaik und innovative Produkte wie Sonnenschutzgläser einen festen Platz innerhalb des Themenspektrums. 'sicht+sonnenschutz' bedient sich aller Stilformen einer modernen Fachzeitschrift und bietet als Meinungsplattform Orientierung und Nutzwert. Als Special-Interest-Titel für die Kernzielgruppe R+S-Handwerker, Raumausstatter, Rollladenbauer und Sonnenschutztechniker berichtet 'sicht+sonnenschutz' aus der Branche für die Branche, setzt Themen, hinterfragt und diskutiert aktuelle Entwicklungen.

2 Erscheinungsweise: monatlich (Doppel-Nr. 7/8 und 11/12) zur Monatsmitte

3 Jahrgang: 10. Jahrgang 2012

4 Web-Adresse: www.sicht-sonnenschutz.com

5 Mitgliedschaften: –

6 Organ: –

7 Herausgeber: Alexander Holzmann

8 Verlag: Holzmann Medien GmbH & Co. KG
Postfach 13 42 und 13 43, 86816 Bad Wörishofen
Hausanschrift: Gewerbestraße 2, 86825 Bad Wörishofen
Telefon: +49 8247 354-01
Telefax: +49 8247 354-170
Internet: www.holzmann-medien.de
www.sicht-sonnenschutz.com
E-Mail: anzsiso@holzmann-medien.de

9 Redaktion:

Reinhold Kober (verantwortlich i. S. des Presserechts)
Telefon: +49 8247 354-231
E-Mail: reinhold.kober@holzmann-medien.de

Kerstin Pätzold
Telefon: +49 8247 354-230
E-Mail: kerstin.paetzold@holzmann-medien.de

10 Anzeigen:

Thomas Pohl (verantwortlich)
Telefon: +49 8247 354-185
E-Mail: thomas.pohl@holzmann-medien.de

Isabella Stahl (Objektsistenz)
Telefon: +49 8247 354-232
E-Mail: isabella.stahl@holzmann-medien.de

11 Vertrieb:

Corinna Zippan (verantwortlich)
Telefon: +49 8247 354-295
E-Mail: corinna.zippan@holzmann-medien.de

12 Bezugspreis:

Jahresabonnement	Inland	99,- €	(inkl. MwSt. u. Versand)
	Ausland	111,- €	(inkl. MwSt. u. Versand)
Einzelverkaufspreis		11,50 €	(inkl. MwSt. zzgl. Versand)

13 ISSN:

1867-4607

14 Umfangs-Analyse:

2010 = 11 Ausgaben

Format der Zeitschrift:	DIN A4
Gesamtumfang:	668 Seiten = 100,0 %
Redaktioneller Teil:	546 Seiten = 81,7 %
Anzeigenteil:	122 Seiten = 18,3 %
davon: Stellen- und Gelegenheitsanzeigen:	— Seiten = 0,0 %
Einhefter/Durchhefter:	8 Seiten = 6,6 %
Verlagseigene Anzeigen:	17 Seiten = 13,9 %

Beilagen:

3 Stück

15 Inhalts-Analyse Redaktion:

nicht erhoben



16 Auflagen-Kontrolle:



17 Auflagen-Analyse:

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

davon Ausland

Druckauflage:	9.000*		
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):	8.728		550
Verkaufte Auflage:	239		64
– Abonnierte Exemplare:	196		64
		davon	
		0 Mitgliederstücke	0
		0 Mehrfachstücke	
– Sonstiger Verkauf:	43		0
– Einzelverkauf:	0		
Freistücke:	8.489	davon	486
		43 ausgelegt	0
		1 Auslegestellen	0
Rest-, Archiv- und Belegexemplare	272		

18 Geografische Verbreitungs-Analyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächl. verbreiteter Auflage %	Exemplare
Inland	93,70	8.178
Ausland	6,30	550
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,00	8.728

* seit 1.1.2011 beträgt die Druckauflage 10.000 Exemplare.

Verbreitung nach Nielsen-Gebieten/Bundesländern:

Nielsen-Gebiet I		
Schleswig-Holstein	2,75	225
Hamburg	1,79	147
Niedersachsen	9,32	762
Bremen	0,72	59
Nielsen-Gebiet II		
Nordrhein-Westfalen	20,14	1.647
Nielsen-Gebiet IIIa		
Hessen	6,57	537
Rheinland-Pfalz	5,10	417
Saarland	1,08	88
Nielsen-Gebiet IIIb		
Baden-Württemberg	17,88	1.462
Nielsen-Gebiet IV		
Bayern	20,11	1.645
Nielsen-Gebiet V		
Berlin	2,95	241
Nielsen-Gebiet VI		
Brandenburg	3,00	246
Mecklenburg-Vorpommern	2,05	167
Sachsen-Anhalt	1,92	157
Nielsen-Gebiet VII		
Sachsen	2,02	165
Thüringen	2,60	213
Tatsächl. verbreitete Inlands-Aufl.	100,00	8.178

Verbreitung der Auslandsauflage:

Europa	98,52 %	542
deutschsprachige Länder	77,25 %	425
davon Österreich	41,45 %	228
davon Schweiz	35,43 %	195
davon Liechtenstein	0,37 %	2
EU-Länder (ohne D/A)	15,23 %	84
EU-Länder (sonstige Länder)	3,83 %	21
Rest-Skandinavien	0,18 %	1
Mittel-/osteurop. Staaten	1,90 %	10
Sonstige europäische Länder	0,13 %	1
außereuropäische Länder	1,48 %	8
Tatsächl. verbreitete Auslands-Aufl.	100,00 %	550

19 Branchen/Wirtschaftszweige/Unternehmenstypen

Abteilung/ Gruppe/ Klasse	Empfängergruppe lt. Klassifikation der Wirtschaftszweige	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage			
		insgesamt		Inland	Ausland
		%	Exemplare	Exemplare	Exemplare
45345 45436 281/28521	Verarbeiter				
	Rollläden- und Sonnenschutzmechaniker	23,96	2.091	1.939	152
	Raumausstatter	23,01	2.008	1.855	153
	Metallbauer/Torbauer	19,00	1.658	1.544	114
5113/5153/51533/51534/5154	Handel				
	Bauelemente-/Baustoff-/Beschlaghandel/Fensterbau	10,00	873	873	0
7420/74201/74202/74205 45 40 26/27/28	Bau (planend)				
	Architektur- und Planungsbüros	13,00	1.135	1.074	61
	Licht- und Fassadenplaner	3,99	348	338	10
	Gebäude- und Energieberater	1,57	137	137	0
	Herstellerindustrie	1,99	174	154	20
	Baugewerbe (übergreifend)	2,44	213	188	25
75/80/91/9251	Sonstige Empfängergruppen				
	Verbände-/Innungen/Schulen/Bibliotheken	0,19	17	17	0
	Abonnenten (ohne Branchendefinition)	0,85	74	59	15
	Tatsächlich verbreitete Auflage	100,0	8.728	8.178	550

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

22.1 **Bildung/Ausbildung: Schulabschluss** }
 22.2 **Bildung/Ausbildung: Berufliche Ausbildung** }
 23 **Alter** } Zu diesem Merkmal stehen für die
 Dateianalyse keine Daten zur Verfügung

Die Merkmale wurden nicht erhoben.
 Darstellung der durchschnittlich geplanten Auflage 2012.

Kurzfassung der Erhebungsmethode (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: 17. 08. 2011

4. Struktur der Empfängerschaft:

a) Gesamtzahl der Empfänger in der Datei:		22.620	
b) Empfängerstruktur nach Vertriebsformen:			
– verkaufte Auflage		239	
– ständige Freistücke		2.785	
– wechselnde Freistücke		5.587	
– Einzelverkauf		0	
– Werbeexemplare		117	
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)		8.728	
– davon Inland	8.178		
– davon Ausland	550		

5. Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA)	8.728	100,0 %
Davon in der Untersuchung nicht erfasst	130	1,5 %
– Einzelverkauf	0	
– Werbeexemplare	117	
– über Buchhandel geliefert	13	
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA)	8.598	98,5 %

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 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 (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: 17. 08. 2011

4. Struktur der Empfängerschaft:

a) Gesamtzahl der Empfänger in der Datei:		22.620	
b) Empfängerstruktur nach Vertriebsformen:			
– verkaufte Auflage		239	
– ständige Freistücke		2.785	
– wechselnde Freistücke		5.587	
– Einzelverkauf		0	
– Werbeexemplare		117	
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)		8.728	
– davon Inland	8.178		
– davon Ausland	550		
c) Gesamtzahl der wechselnden Empfänger (Wechsel nach jeder Ausgabe)		19.606	

5. Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA)	8.728	100,0 %
Davon in der Untersuchung nicht erfasst	130	1,5 %
– Einzelverkauf	0	
– Werbeexemplare	117	
– über Buchhandel geliefert	13	
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA)	8.598	98,5 %

6. Beschreibung der Erhebung:

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

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

Mitteilungen der Empfänger; Messekataloge

Ausschöpfung für das Branchenmerkmal 22.546 99,7 %

Keine Angaben in der Datei 74 0,3 %

22.620 100,0 %

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

Betriebliche Angaben

Entscheidungskompetenz

76% unserer befragten Leserschaft sind Inhaber, Vorstand oder in der Geschäftsführung.

Hervorragende Seitenkontakchance

60% der Interviewten nehmen sich 1 Stunde und länger Zeit um sicht+sonnenschutz zu lesen.

30% der Befragten nehmen jede Ausgabe 2-mal und 25% mindestens 5-mal zur Hand.

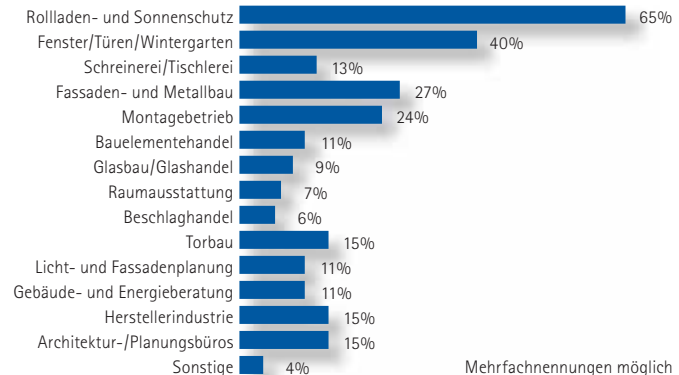
60% der Interviewten archivieren ganze Hefte oder einzelne Beiträge daraus.

Mitleser/innen

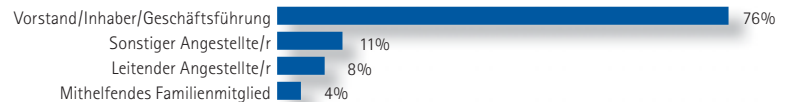
über 40% der Ausgaben werden durch den Erstleser in Umlauf gegeben. Im Durchschnitt wird jede Ausgabe von 3,2 Personen gelesen.

60% der Interviewten haben alle Ausgaben eines Jahrgangs gelesen.

Zu welcher Berufsgruppe gehört Ihr Unternehmen?

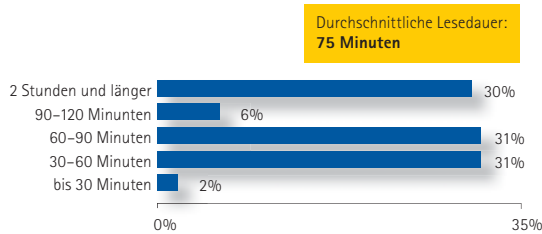


Welche Position haben Sie im Betrieb?

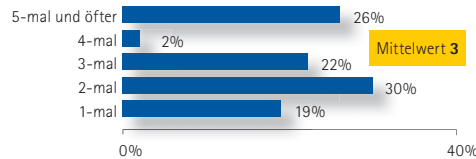


Kompetente Kommunikatoren und hohe Leseraffinität

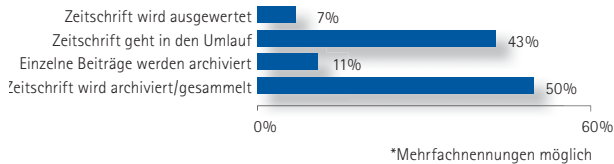
Lesedauer



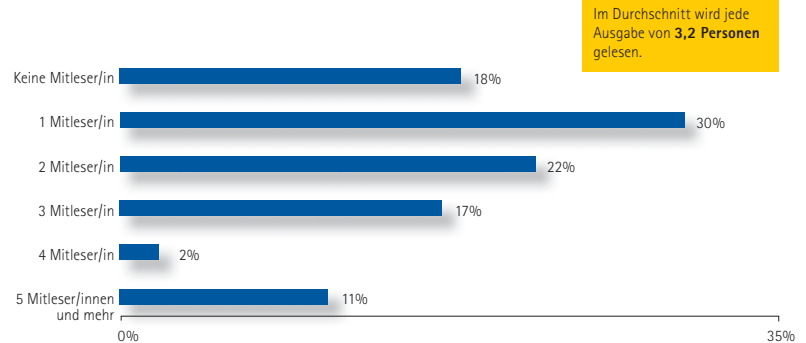
Leseverhalten*



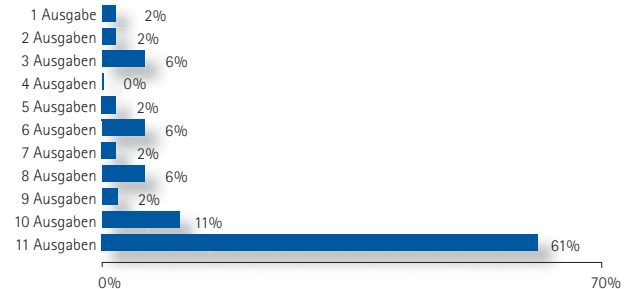
Heftverbleib



Mitleser

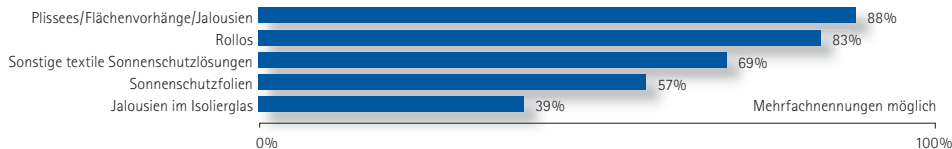


Gelesene Ausgaben

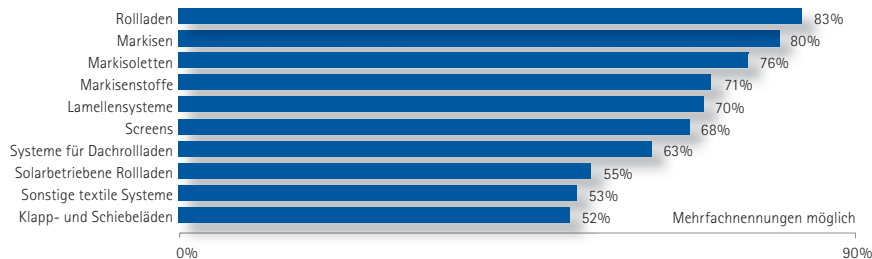


Produkteinsatz/-verarbeitung Leserschaft

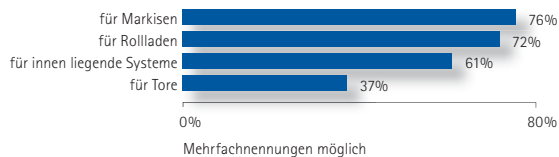
I. Innen liegende Sonnenschutzsysteme



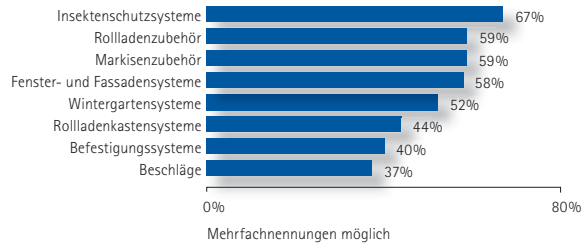
II. Außen liegende Sonnenschutzsysteme



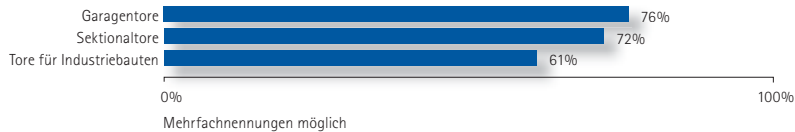
III. Antriebs-, Steuerungs- und Funksysteme



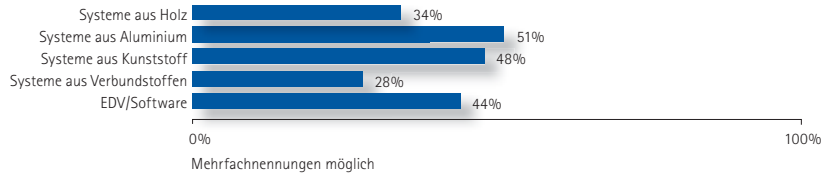
IV. Bauelemente- und Zubehör



V. Tore



VI. Fenster- und Rollladensysteme, EDV/Software



beschattungkompakt / glaskompakt



■ Termine für Ausgabe 2012:

Buchungsschluss: 08.08.2012

Erscheinungstermin: 21.09.2012

Frühbucheraktion bis

29.2.2012:

10 % Rabatt!

Kurzcharakteristik:

Als Wendeguide mit einjähriger Nutzungsdauer konzipiert stellt **glaskompakt/beschattungkompakt** in ausführlicher redaktioneller Form Hersteller, Händler, Dienstleister sowie weitere Unternehmen aus der Branche vor. Übersichtlich gegliedert ist **glaskompakt/beschattungkompakt** das Nachschlagewerk für die Branche. Die Unternehmen haben die Möglichkeit, die Entwicklung ihres Hauses ausführlich zu beschreiben und den Lesern ihre Unternehmensziele, Produkte und Dienstleistungen zu präsentieren. Den Inhalt der Seiten einschließlich Bildauswahl kann jedes Unternehmen selbst bestimmen. Jedes Unternehmen kann sich unter einer Rubrik listen lassen und wird innerhalb der Rubrik alphabetisch aufgeführt.

■ Empfänger:	8.000 Glas-, Fenster-, Fassaden- und Metallbauer
	5.000 Rolladen- und Jalousienbauer, Sonnenschutzmechatroniker und Raumausstatter
	3.000 Architekten
	1.500 Exemplare Messeauslage (BAU, glasstec)
	500 Exemplare Belege/Archiv
■ Auflage:	18.000 Exemplare

■ **Online:** Ein ePaper wird für 1 Jahr online auf den beiden Websites www.gff-magazin.de und www.sicht-sonnenschutz.com veröffentlicht.

■ Preise:		
	1 Seite Unternehmensporträt	2.000,- €
	2 Seiten Unternehmensporträt	4.000,- €
	1 Seite Unternehmensporträt + 1 Seite Anzeige oder Bild	4.000,- €
	3 Seiten Unternehmensporträt + 1 Seite Anzeige oder Bild	6.500,- €
	4 Seiten Unternehmensporträt	6.500,- €

Die Preise verstehen sich zzgl. MwSt.

Die Farben werden nach DIN ISO 12647-2 gedruckt.

Kombinationsmöglichkeiten zur Belegung beider Teile auf Anfrage.

- 1 Web-Adresse (URL):** <http://www.sicht-sonnenschutz.com>
- 2 Kurzcharakteristik:** Umfangreiches Internetangebot für die Sonnenschutzbranche. Tägliche Nachrichten, Themen der aktuellen Ausgabe, Heftarchiv, Branchenticker, Stellenmarkt.
- 3 Zielgruppe:** Meinungsführer, Entscheider und Fachkräfte aus der Sonnenschutzbranche.
- 4 Verlag:** Holzmann Medien GmbH & Co KG
Postfach 13 42 und 13 43, D-86816 Bad Wörishofen
Gewerbestraße 2, D-86825 Bad Wörishofen
Telefon: +49 8247 354-01, Fax: +49 8247 354-170
Internet: www.sicht-sonnenschutz.com
E-Mail: anzsiso@holzmann-medien.de
- 5 Ansprechpartner:** Thomas Pohl (verantwortlich)
Telefon: +49 8247 354-185,
Fax: +49 8247 354-4185
E-Mail: thomas.pohl@holzmann-medien.de

Isabella Stahl (Objektkassistentz)
Telefon: +49 8247 354-232,
Fax: +49 8247 354-4232
E-Mail: isabella.stahl@holzmann-medien.de
- 6 Zugriffskontrolle:** –
- 7 Zugriffe:** auf Anfrage
- 8 Datenanlieferung:** mindestens 1 Woche vor Schaltbeginn per E-Mail an: isabella.stahl@holzmann-medien.de
Bild im GIF- oder JPEG-Format, maximale Dateigröße 20 KB (Flash-Datei maximale Dateigröße 30 KB)
Die Ziel-URL muß mit der Variablen „clickTag“ versehen werden.
- 9 Externer AdServer-Einsatz:** –
- 10 Werbeformen und Preise:** Auf Anfrage
- 11 Rabatte:** Keine Rabatte
- 12 Zahlungsbedingungen:** nach Erscheinen, innerhalb von 14 Tagen ab Rechnungsdatum ohne Abzug.
USHident-Nr.: DE 129 204 092
- Bankverbindungen:** Sparkasse Memmingen (BLZ 731 500 00),
Konto-Nr. 101 709
IBAN: DE50 7315 0000 0000 1017 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 P.S.K. (BLZ 60 000), Konto-Nr. 1 337 198
IBAN: AT27 6000 0000 0133 7198,
BIC: OPSKATWWW
für Zahlungen aus der Schweiz:
Postfinance, Konto-Nr. 80-54743-1
IBAN: CH55 0900 0000 8005 4743 1,
BIC: POFICHBEXX

Der **starke** Doppelpack für Ihre Werbebotschaft!



**Erreichen Sie
die Fach- und
Führungskräfte
in Ihrer Branche!**

Profitieren Sie von **5 % Preisvorteil** bei einer
Kombibuchung unserer beiden Fachmagazine!



Weitere Informationen erhalten Sie
bei Ihren Ansprechpartnern:

Anzeigenleitung
Thomas Pohl +49 8247 354-185
thomas.pohl@holzmann-medien.de

Objektassistenz
Isabella Stahl +49 8247 354-232
isabella.stahl@holzmann-medien.de

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 Werbungstrebenden 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 Anklicken 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, Telefax 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 Vertragsabschluss abgerufen und veröffentlicht wird.

4. Werden einzelne oder mehrere Abrufe eines Abschlusses aus Umständen nicht erfüllt, die 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 Anzeigen 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 noch 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. Textilanzeigen 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 Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbundwerbung), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annahmeerklärung von Holzmann. Diese berechtigt Holzmann zur Erhebung eines Verbundaufschlages. 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 infizierte 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 zurückgeschickt. 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, oder 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 Erfüllungshelfen. 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 Erfüllungshelfern; 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. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgeschickten Probeabzüge. Holzmann berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm bis zum Anzeigenschluss oder innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

13. Sind keine besonderen Grobvorchriften 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 Anzeigenauftrages werden Anzeigenschlussbelege, 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 Aufgabeminderung 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 der ersten

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

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

Eine Auflagenminderung aus Gründen der Ziffer 24 bleibt unberücksichtigt. Als Garantieaufgabe 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 Preisermäßigungsansprüche 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 Auflagenangaben veröffentlichen, nur dann zu einer Preisermäßigung, wenn und soweit sie bei einer Auflage (Garantieaufgabe) von bis zu 500.000 Exemplaren 10 v.H. und bei einer Auflage (Garantieaufgabe) 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 Auflagendurchschnitt der vier Quartale vor dem Insertionsjahr, soweit nicht von Holzmann eine absolute Auflagenzahl als Garantie in der jeweiligen Preisliste angegeben wurde. Voraussetzung für einen Anspruch auf Preisermäßigung ist ein rabattfähiger Abschluss auf Basis der Mengentafel und für mindestens drei Ausgaben. Grundlage für die Berechnung der Preisermäßigung 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 Kundennetzes unter Berücksichtigung der bereits gewährten Agenturvergütung als Naturalgutsschrift 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 Ziffernanzeigen wendet Holzmann für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen werden dem Auftraggeber zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Holzmann kann einzelvertraglich 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 Werbemittler und Werbeagenturen („Agenturen“) sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste von Holzmann zu halten. Mittlervergütung wird nur an nachgewiesene Agenturen vergütet. Holzmann behält sich die Rückforderung geleisteter Mittlervergütung an nicht nachgewiesene Agenturen vor. Die gewährte Mittlervergütung 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 Anzeigenaufträge 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 Kollektiven kann Holzmann von der Preisliste abweichende Preise festsetzen.

22. Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung beantragt, 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 Rechtsverfolgung 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 Online Medien erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- 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 Recherausfall, 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, Bruttowerbesätze 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 Medienkeil zuverlässig verarbeitet werden. Ohne Farbproof können Farbabweichungen entstehen. Diese begründen keinen Preisermäßigungsanspruch.

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

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 Darstellungssoft- und/oder Hardware, Störung der Kommunikationsnetze anderer Betreiber, Rechenausfall bei Dritten (z.B. anderen Providern), unvollständige und/oder nicht aktualisierte Angebote auf sog. Proxy, 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 hält die Zahl der Zugriffe auf Onlinewerbemittel innerhalb von zehn Werktagen nach Ausführung des Auftrags für den Auftraggeber zum Abruf bereit.

30. Bei Neuaufnahme einer Geschäftsverbindung und Aufträgen aus dem Ausland behält sich Holzmann vor, Vorauszahlung zum Anzeigenschlussstermin 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 bejaht. 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 Mahnverfahren 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 Klagenerhebung 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:
Thomas Pohl
Tel. +49 8247 354-185
thomas.pohl
@holzmann-medien.de



Objektassistentz:
Isabella Stahl
Tel. +49 8247 354-232
isabella.stahl
@holzmann-medien.de



Redaktion:
Kerstin Pätzold
Tel. +49 8247 354-230
kerstin.paetzold
@holzmann-medien.de



Chefredaktion:
Reinhold Kober
Tel. +49 8247 354-231
reinhold.kober
@holzmann-medien.de