





## 1 Auflage:

Druckauflage: 8.200 Exemplare  
Tatsächlich verbreitete Auflage  
im Jahresdurchschnitt (lt. AMF-Schema 2, Ziffer 17) 7.924 Exemplare

## 2 Zeitschriftenformat:

DIN A4  
210 x 297 mm beschnitten  
216 x 307 mm unbeschnitten  
jeweils 3 mm Seitenbeschnitt  
jeweils 5 mm Kopf- und Fußbeschnitt  
(siehe auch Informationsblatt „Formate“)

## Satzspiegel:

185 mm breit, 266 mm hoch  
4 Spalten je 43 mm  
3 Spalten je 58,5 mm  
(Seitenaufbau siehe Informationsblatt „Formate“)

## 3 Druck- und Bindeverfahren, Druckunterlagen:

Bogenoffset, Papier Innenteil: 100 g/m<sup>2</sup>, Bilderdruck, Umschlag: 150 g/m<sup>2</sup>, 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.boden-wand-decke.de](http://www.boden-wand-decke.de).

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

## 4 Termine:

Erscheinungsweise: monatlich (Doppelheft Juni/Juli)  
Erscheinungstermine: siehe Termin- und Themenplan  
Anzeigenschluss: siehe Termin- und Themenplan  
Druckunterlagen: siehe Termin- und Themenplan

## 5 Verlag:

Hans Holzmann Verlag GmbH & Co KG  
Hausanschrift: Gewerbestraße 2, D-86825 Bad Wörishofen  
Postanschrift: Postfach 13 42 und 13 43, D-86816 Bad Wörishofen  
Internet: [www.holzmannverlag.de](http://www.holzmannverlag.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: DE50 7315 0000 0000 1017 09, BIC: BYLADEM11MIM  
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: OPSKATWW  
für Zahlungen aus der Schweiz: Postfinance, Konto-Nr. 80-54743-1  
IBAN: CH55 0900 0000 8005 4743 1, BIC: POFICHBEXX

Format	Breite × Höhe	s/w €	2-farbig €	3-farbig €	4-farbig €	je Sonderfarbe €
1/1 Seite	185 × 266 mm	2.350,-	2.980,-	3.610,-	4.240,-	940,-
2/3 Seite	185 × 176 mm oder 122 × 266 mm	1.595,-	2.025,-	2.455,-	2.885,-	638,-
1/2 Seite	185 × 131 mm oder 90 × 266 mm	1.235,-	1.555,-	1.875,-	2.195,-	494,-
1/3 Seite	185 × 86 mm oder 58,5 × 266 mm	845,-	1.065,-	1.285,-	1.505,-	470,-
1/4 Seite	185 × 63 mm oder 90 × 131 mm oder 43 × 266 mm	640,-	845,-	1.050,-	1.255,-	470,-
1/8 Seite	185 × 29 mm oder 90 × 63 mm oder 43 × 131 mm	310,-	515,-			
1/16 Seite	90 × 29 mm	170,-				

<b>Titelseite</b>	194 × 203 mm				4.785,-
<b>2. Umschlagseite</b>	185 × 266 mm	<b>2.625,-</b>	3.255,-	3.885,-	4.515,-
<b>4. Umschlagseite</b>	185 × 266 mm	<b>2.625,-</b>	3.255,-	3.885,-	4.515,-

Millimeterpreis 1-spaltig

2,70

## 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, mindestens aber 470,- € je Farbe.

### 8.2 Platzierung

Bindende Platzierungsvorschriften (ab 1/2 Seite): jeweils 10 % vom Grundpreis

### 8.3 Formate

Anzeigen über Bund	10 % vom Grundpreis
Angeschnittene Anzeigen	10 % vom Grundpreis

## 9 Rubrikanzeigen:

Stellenangebote

siehe Preisliste 44/G

Stellengesuche

siehe Preisliste 44/G

An-/Verkäufe

siehe Preisliste 44/G

Chiffregebühr

5,- € (Inland) 10,- € (Ausland)

Bezugsquellen

pro mm (58,5 mm breit) 1,65 €

mind. 20 mm hoch

(6 oder 11 Ausgaben, nicht rabattierbar)

## 10 Sonderwerbformen:

Fort-/Sonderdrucke

auf Anfrage

Direktmarketing

auf Anfrage

Corporate-Publishing

auf Anfrage

Sponsoring

auf Anfrage

## 11 Rabatte: bei Abnahme innerhalb eines Insertionsjahres

(Beginn mit dem Erscheinen der ersten Anzeige)

### Malstaffel

3-maliges Erscheinen	5 %
6-maliges Erscheinen	10 %
11-maliges Erscheinen	15 %
22-maliges Erscheinen	20 %

### Mengenstaffel

1 Seite	5 %
3 Seiten	10 %
6 Seiten	15 %
11 Seiten	20 %

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

## 12 Kombinationen:

Bei gleichzeitiger Belegung mehrerer Titel des Holzmann Verlags (siehe Rückseite der Media-Mappe) innerhalb eines Monats gewähren wir zusätzlich zum Mengenrabatt einen Kombi-Rabatt von 5 % vom Grundpreis.

## 13 Einhefter:

2-seitig (1 Blatt)	3.295,- €
4-seitig (2 Blatt), gefalzt	5.240,- €

6-seitig (3 Blatt), gefalzt

6.980,- €

8-seitig (4 Blatt), gefalzt

8.360,- €

Benötigte Liefermenge 8.250 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

bis 15 g 190,- €

Gesamtpreis

bis 25 g 240,- €

je nach Auflage

bis 35 g 270,- €

je nach Auflage

Benötigte Liefermenge Inland 6.750 Stück, Österreich 1.450 Stück

Preise zzgl. Postgebühr

## 15 Aufgeklebte Werbemittel:

Kosten für die maschinelle Verarbeitung (Klebekosten)

Postkarten pro Tausend

190,- €

Beikleber bis 25 g pro Tausend

240,- €

Benötigte Liefermenge Inland 6.750 Stück

Österreich 1.450 Stück

Preise zzgl. Postgebühr

## 16 Lieferanschrift für Positionen 13 bis 15:

Holzmann Druck, Kennwort bwd Nr. ...,  
Gewerbestraße 2, 86825 Bad Wörishofen

## Druckunterlagen in digitaler Form:

### Dateien:

Dateiauflösung: 300 dpi

### Dateiformat:

Hochauflösende, druckfähige PDF-Datei, Andruck oder Proof (farbverbindlich)

### Medien:

FTP: Hostname: ftpdata.holzmannverlag.de

User und Passwort: bwdanz

Datenträger: CD-Rom, Diskette, Zip, E-Mail

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 den Holzmann Verlag, Anzeigenabteilung bwd, Gewerbestraße 2, 86825 Bad Wörishofen, Fax 0 82 47/3 54-42 67.

**Ausführliche Informationen zu Druckunterlagen in digitaler Form erhalten Sie im Internet unter [www.boden-wand-decke.de](http://www.boden-wand-decke.de)**

**Bei weiteren Fragen oder Übertragungsproblemen rufen Sie bitte an unter 08247/354-267**  
Druckunterlagen/Medien werden nicht länger als 1 Jahr nach letzter Einschaltung vom Verlag aufbewahrt.



Anzeigenrubriken	Formate	Breite × Höhe in mm	Preis print + online
Stellenangebote, Vertretungen (Angebote/Gesuche):	1/1 Seite	185 × 255	520,- €
	1/2 Seite	185 × 125	280,- €
	1/4 Seite	90 × 125	155,- €
Stellengesuche:	1/2 Seite	185 × 125	155,- €
	1/4 Seite	90 × 125	95,- €
	1/8 Seite	90 × 60	75,- €
Ankäufe, Verkäufe, Geschäftsverbindungen und dergleichen:	1/1 Seite	185 × 255	520,- €
	1/2 Seite	185 × 125	280,- €
	1/4 Seite	90 × 125	155,- €
Chiffregebühr Inland			5,- €
Chiffregebühr Ausland			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)

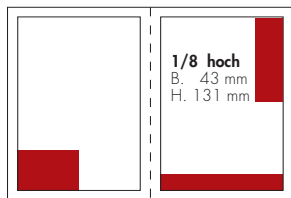
Medien: FTP:  
Hostname: ftpdata.holzmannverlag.de  
User und Passwort: bwdanz  
Datenträger: CD-Rom, Diskette, Zip, E-Mail

Bei techn. **Übertragungsproblemen** wenden Sie sich bitte an Frau Holzwarth (Tel. 0 82 47/3 54-2 67)

Achtung bei Farbanzeigen: Ohne Lieferung eines Proofs kann keine verbindliche Farbwiedergabe gewährleistet werden. Reklamationen aufgrund nicht korrekter Daten/Unterlagen können vom Verlag nicht anerkannt werden.

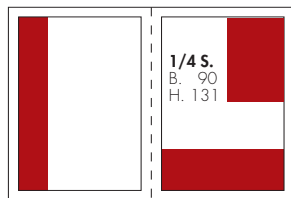
Auftragserteilung mit Anzeigenkopie im Voraus an den Holzmann Verlag, Anzeigenabteilung 'boden wand decke', Gewerbestraße 2, 86825 Bad Wörishofen, Fax 0 82 47/3 54-42 67.

Ausführliche Informationen zu Druckunterlagen in digitaler Form erhalten Sie im Internet unter [www.boden-wand-decke.de](http://www.boden-wand-decke.de)  
Druckunterlagen/Medien werden nicht länger als 1 Jahr nach letzter Einschaltung vom Verlag aufbewahrt.



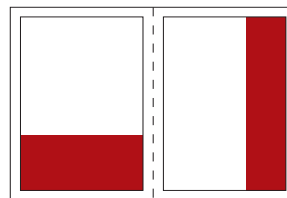
**1/8 Seite**  
Breite 90 mm  
Höhe 63 mm

**1/8 Seite quer**  
Breite 185 mm  
Höhe 29 mm



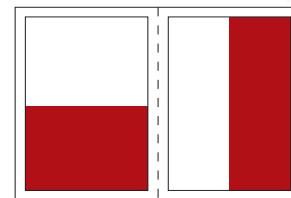
**1/4 Seite hoch**  
Breite 43 mm  
Höhe 266 mm

**1/4 Seite quer**  
Breite 185 mm  
Höhe 63 mm



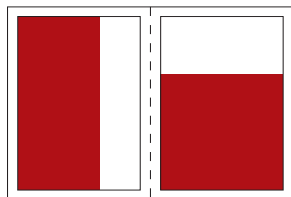
**1/3 Seite quer**  
Breite 185 mm  
Höhe 86 mm

**1/3 Seite hoch**  
Breite 58,5 mm  
Höhe 266 mm



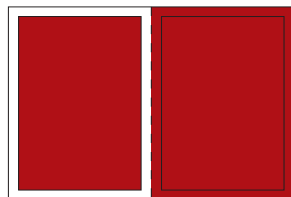
**1/2 Seite quer**  
Breite 185 mm  
Höhe 131 mm

**1/2 Seite hoch**  
Breite 90 mm  
Höhe 266 mm



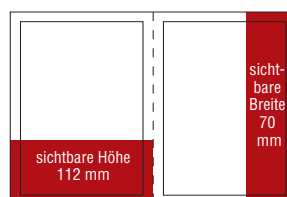
**2/3 Seite hoch**  
Breite 122 mm  
Höhe 266 mm

**2/3 Seite quer**  
Breite 185 mm  
Höhe 176 mm



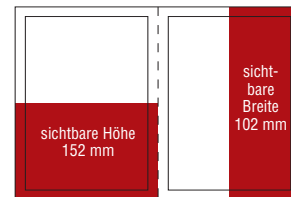
**1/1 Seite  
im Satzspiegel**  
Breite 185 mm  
Höhe 266 mm

**1/1 Seite  
mit Anschnitt**  
Breite 216 mm  
Höhe 307 mm



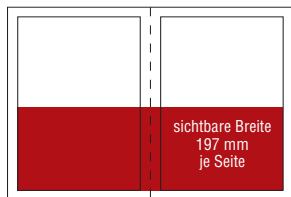
**1/3 Seite quer  
mit Anschnitt**  
Breite 216 mm  
Höhe 117 mm

**1/3 Seite hoch  
mit Anschnitt**  
Breite 73 mm  
Höhe 307 mm

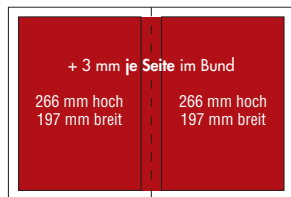


**1/2 Seite quer  
mit Anschnitt**  
Breite 216 mm  
Höhe 157 mm

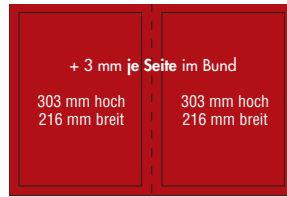
**1/2 Seite hoch  
mit Anschnitt**  
Breite 105 mm  
Höhe 307 mm



**2x 1/2 Seiten über Bund**  
je 131 mm hoch, 197 mm breit  
+ 3 mm Beschnitt (Fräsrand) im Bund



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



**2/1 Seiten mit Anschnitt je Seite**  
je 307 mm Höhe,  
216 mm Breite.

**Beschnittzugaben sind bei den angegebenen Anschnitt-Formaten bereits eingerechnet:**

jeweils 5 mm Kopf- und Fußbeschnitt, an den Außenseiten je 3 mm.

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.



Die Fachzeitschrift berichtet über die Welt der Bodenbeläge und beschreibt die neuesten Entwicklungen in der Fußbodentechnik. Ständige Rubriken sind: Branche, Technik Parkett, Technik Belag, Technik Estrich, Innung, Produkt, Österreichisches Bodenlegerforum, Objekt, Service Steuer/Recht/Finanzen und Personalien

Heft	ET = Erscheinungstermin AS = Anzeigenschluss/ Druckunterlagen RS = Redaktionsschluss	Themen	Messen/Ausstellungen
<b>1</b> Januar	ET: 22. 12. 2009 AS: 04. 12. 2009 RS: 27. 11. 2009	<b>Vorberichtsausgabe zu den Januar-Messen Heimtextil und DOMOTEX</b>  Jahresrückblick 2009	Neuheiten: Textile und elastische Beläge, Parkett, Kork, Laminat, Estriche, Verlegewerkstoffe, Werkzeuge und Zubehör  DEUBAU – Int. Baufachmesse, Essen, 12. bis 16. 1. 2010 Heimtextil – Int. Fachmesse für Heim- und Haus-textilien, Frankfurt, 13. bis 16. 1. 2010 DOMOTEX – Weltmesse für Teppiche und Bodenbeläge, Hannover, 16. bis 19. 1. 2010 Swissbau – Schweizer Baufachmesse, Basel, 26. bis 30. 1. 2010 Parkettmesse Austria, Wien, 23. 1. 2010 CASA (TexBo) – Int. Fachmesse für kreatives Wohnen, Einrichten & Lifestyle, Salzburg, 27. 1. bis 30. 1. 2010
<b>2</b> Februar	ET: 05. 02. 2010 AS: 22. 01. 2010 RS: 18. 12. 2009	Hauptmessebericht: Prognose 2010	Heimtextil DOMOTEX  Neuheiten: Textile und elastische Beläge, Parkett, Kork, Laminat, Estriche, Verlegewerkstoffe, Werkzeuge und Zubehör  MADE expo – Milano Architetture Design Edilizia, Mailand, 3. bis 6. 2. 2010 ZOW – Zuliefermesse Ost-Westfalen, Bad Salzuflen, 8. bis 11. 2. 2010 bautec – Int. Fachmesse für Bauen und Gebäudetechnik, Berlin, 16. bis 20. 2. 2010 Internationale Eisenwarenmesse, Köln, 28. 2. bis 3. 3. 2010

# 3

März

**ET: 05. 03. 2010**

**AS: 12. 02. 2010**

**RS: 01. 02. 2010**

Vorstellung der  
Messeneuheiten:

Produkte, Kollektionen und Programme  
aus den Bereichen textile und elasti-  
sche Beläge, Parkett, Laminat, Kork,  
Werkzeuge, Maschinen, Zubehör

**I.H.M.** – Int. Handwerksmesse, München,  
3. bis 7. 3. 2010

**Farbe** – Ausbau & Fassade – Int. Fachmesse für  
Farbe, Gestaltung, Bautenschutz,  
München, 24. bis 27. 3. 2010

**HOLZ-HANDWERK** – Europ. Fachmesse für  
Maschinentechnologie und Fertigungsbedarf,  
Nürnberg, 24. bis 27. 3. 2010

---

# 4

April

**ET: 01. 04. 2010**

**AS: 12. 03. 2010**

**RS: 26. 02. 2010**

Messebericht:  
Dielen im Innen- und  
Außenbereich:

CASA (TexBo)  
Länger, breiter, schöner

**bauma** – 29. Int. Fachmesse für Baumaschinen, Bau-  
stoffmaschinen, Bergbaumaschinen, Baufahrzeuge  
und Baugeräte, München, 19. bis 25. 4. 2010

Klebstoffe für die  
Fußbodentechnik:

Anwenderfreundlich und  
zukunftsicher

**EUROPARKET** – 6. Internationale Fachausstellung  
für Parkett, Laminat, Korkböden und Zubehör,  
Kortrijk, 25. bis 27. 4. 2010

---

# 5

Mai

**ET: 03. 05. 2010**

**AS: 12. 04. 2010**

**RS: 26. 03. 2010**

Farbe, Farbe, Farbe:  
Bodenbeläge  
reinigen, pflegen,  
instand halten:

Bodenbeläge für Kreative  
Sauber und sicher

# 6/7

Juni/Juli

**ET: 02. 06. 2010**

**AS: 07. 05. 2010**

**RS: 30. 04. 2010**

Sanieren, Moderni-  
sieren, Renovieren:

Estriche, Trockenbaukonstruktionen,  
Oberbodenbeläge



Die Fachzeitschrift berichtet über die Welt der Bodenbeläge und beschreibt die neuesten Entwicklungen in der Fußbodentechnik. Ständige Rubriken sind: Branche, Technik Parkett, Technik Belag, Technik Estrich, Innung, Produkt, Österreichisches Bodenlegerforum, Objekt, Service Steuer/Recht/Finanzen und Personalien

Heft	ET = Erscheinungstermin AS = Anzeigenschluss/ Druckunterlagen RS = Redaktionsschluss	Themen	Messen/Ausstellungen
<b>8</b> August	ET: 30. 07. 2010 AS: 09. 07. 2010 RS: 28. 06. 2010	Top-Referenzen: Abgepasste Teppiche:	Bodenbeläge im Objekt Eine Galerie der Schönsten
<b>9</b> September	ET: 03. 09. 2010 AS: 13. 08. 2010 RS: 26. 07. 2010	Laminat: Sockelleisten, Profile, Treppenkanten- systeme:	COMFORTEX – Fachmesse für Raumgestaltung, Leipzig, 11. bis 13. 9. 2010 Ordertage Inneneinrichtung – Fachmesse, Dortmund, Termin noch nicht bekannt
<b>10</b> Oktober	ET: 01. 10. 2010 AS: 10. 09. 2010 RS: 30. 08. 2010	Holzfußböden: Health & Care:	Orgatec – Office & Object, Köln, 26. bis 30. 10. 2010 Oberflächenbehandlungen für spezielle Anforderungen Produkte und Lösungen für den Wachstumsmarkt Gesundheit

**11**  
November

ET: 02. 11. 2010  
AS: 08. 10. 2010  
RS: 27. 09. 2010

Nachhaltigkeit: Bodengestaltung im Einklang mit der Natur  
Flächenheizung: Produkte und Lösungen für einen systemgerechten Fußbodenaufbau

roomy 2010 – 5. Int. Zukunftsforum Interior Decoration, Berlin, 12. bis 13. 11. 2010

**12**  
Dezember

ET: 30. 11. 2010  
AS: 05. 11. 2010  
RS: 29. 10. 2010

Designbeläge: Unbegrenzt Gestalten  
Handel im Wandel: Strukturen, Trends, Marktveränderungen

**1**  
Januar 2011

ET: 22. 12. 2010  
AS: 03. 12. 2010  
RS: 26. 11. 2010

**Vorberichtsausgabe zu den Januar-Messen Heimtextil, DOMOTEX und BAU**  
Jahresrückblick 2010  
Neuheiten: Textile und elastische Beläge, Parkett, Kork, Laminat, Estriche, Verlegewerkstoffe, Werkzeuge und Zubehör

Heimtextil – Int. Fachmesse für Heim- und Haustextilien, Frankfurt, 12. bis 15. 1. 2011  
DOMOTEX – Weltmesse für Teppiche und Bodenbeläge, Hannover, 15. bis 18. 1. 2011  
BAU – Architektur, Materialien, Systeme, München, 17. bis 22. 1. 2011  
Casa – Termin noch nicht bekannt



**1 Kurzcharakteristik:** 'boden wand decke' ist die Fachzeitschrift für das bodenlegende Handwerk, den angeschlossenen Facheinzel- und -großhandel sowie die Bodenbelag-industrie. Als Generalist bietet 'boden wand decke' alle wichtigen Informationen für die gesamte Branche aus einer Hand.

'boden wand decke' gibt Monat für Monat einen umfassenden Überblick über die Welt der Bodenbeläge (textile und elastische Bodenbeläge, Parkett, Kork, Laminat, Estriche und Industrieböden). 'boden wand decke' beschreibt die neuesten Entwicklungen in der Fußbodentechnik.

In regelmäßigen Fachbeiträgen vermittelt 'boden wand decke' dem Boden-, Parkett- und Estrichleger, dem Raumausstatter und Maler Gewerke übergreifend praxiserprobte Arbeitshilfen von der Werkstoffkunde über Arbeitstechniken bis hin zu betriebswirtschaftlichen Ratschlägen und Tipps. Nachrichten, Berichte, Analysen und Kommentare geben in jeder Ausgabe von 'boden wand decke' wichtige Orientierungshilfen und machen so die vielfältig strukturierte Branche transparent.

Zusätzliche Fach- und Sonderteile helfen dem Anwender, sich schnell und präzise einen fundierten Überblick über das aktuelle Marktgeschehen in bestimmten Segmenten zu verschaffen. Regelmäßige Interviews und Expertendiskussionen zu Brennpunkthemen machen 'boden wand decke' zu einem Meinungsforum der Branche.

- 2 Erscheinungsweise:** monatlich (Doppel-Nr. 6-7) zum Monatsanfang
- 3 Jahrgang:** 56. Jahrgang 2010
- 4 Web-Adresse:** [www.boden-wand-decke.de](http://www.boden-wand-decke.de)
- 5 Mitgliedschaften:** -
- 6 Organ:** Offizielles Organ der Bundesinnung der Bodenleger Österreichs
- 7 Herausgeber:** Alexander Holzmann
- 8 Verlag:** Hans Holzmann Verlag GmbH & Co KG  
Postanschrift: Postfach 13 42 und 13 43, 86816 Bad Wörishofen  
Hausanschrift: Gewerbestraße 2, 86825 Bad Wörishofen  
Telefon: (0 82 47) 3 54-01  
Telefax: (0 82 47) 3 54-1 70  
Internet: [www.holzmannverlag.de](http://www.holzmannverlag.de)  
[www.boden-wand-decke.de](http://www.boden-wand-decke.de)  
E-Mail: [anzbwd@holzmannverlag.de](mailto:anzbwd@holzmannverlag.de)

- 9 Redaktion:**  
Chefredakteur: Stefan Heinze (verantwortlich i. S. des Presserechts)  
E-Mail: [stefan.heinze@holzmannverlag.de](mailto:stefan.heinze@holzmannverlag.de)
- 10 Anzeigen:**  
Michaela Sammer (verantwortlich)  
Telefon: (0 82 47) 3 54-2 19  
E-Mail: [michaela.sammer@holzmannverlag.de](mailto:michaela.sammer@holzmannverlag.de)
- 11 Vertrieb:**  
Franz Gaum (verantwortlich)  
Telefon: (0 82 47) 3 54-1 40  
E-Mail: [franz.gaum@holzmannverlag.de](mailto:franz.gaum@holzmannverlag.de)
- 12 Bezugspreis:**
- |                     |         |       |                               |
|---------------------|---------|-------|-------------------------------|
| Jahresabonnement    | Inland  | 124,- | € (inkl. MwSt. u. Versand)    |
|                     | Ausland | 148,- | € (inkl. MwSt. u. Versand)    |
| Einzelverkaufspreis |         | 13,-  | € (inkl. MwSt. zzgl. Versand) |
- 13 ISSN:** 0006-5463
- 14 Umfangs-Analyse:**  
**Format der Zeitschrift:** 2008 = 11 Ausgaben  
DIN A4  
**Gesamtumfang:** 1.110 Seiten = 100,0 %  
**Redaktioneller Teil:** 868 Seiten = 78,2 %  
**Anzeigenteil:** 242 Seiten = 21,8 %
- 
- |   |                    |
|---|--------------------|
| davon: Stellen- und Gelegenheitsanzeigen: | 33 Seiten = 13,6 % |
| Einhefter/Durchhefter:                    | 14 Seiten = 5,8 %  |
| Verlagseigene Anzeigen:                   | 33 Seiten = 13,6 % |
- 
- Beilagen:** 23 Stück
- 15 Inhalts-Analyse Redaktion:** nicht erhoben

## 16 Auflagen-Kontrolle:



## 17 Auflagen-Analyse:

Exemplare pro Ausgabe im Durchschnitt für die Zeit vom  
1. Juli 2008 bis 30. Juni 2009 davon Ausland

<b>Druckauflage:</b>	8.200		
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):</b>	7.924		1.769
<b>Verkaufte Auflage:</b>	3.931		1.651
– Abonnierte Exemplare:	3.385		1.484
		davon	
		1.178 Mitgliederstücke	1.168
		13 Mehrfachstücke	
– Sonstiger Verkauf:	546		167
– Einzelverkauf:	0		
<b>Freistücke:</b>	3.993	davon	118
		122 ausgelegt	8
		2 Ausgestellen	0
<b>Rest-, Archiv- und Belegexemplare</b>	276		

## 18 Geografische Verbreitungs-Analyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächl. verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
<b>Inland</b>	77,68	6.155
<b>Ausland</b>	22,32	1.769
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,00	7.924

## Verbreitung nach Nielsen-Gebieten/Bundesländern:

<b>Nielsen-Gebiet I</b>		
Schleswig-Holstein	1,81	111
Hamburg	1,33	82
Niedersachsen	5,99	368
Bremen	0,84	52
<b>Nielsen-Gebiet II</b>		
Nordrhein-Westfalen	17,21	1.059
<b>Nielsen-Gebiet IIIa</b>		
Hessen	9,81	604
Rheinland-Pfalz	3,57	220
Saarland	0,93	57
<b>Nielsen-Gebiet IIIb</b>		
Baden-Württemberg	15,84	975
<b>Nielsen-Gebiet IV</b>		
Bayern	24,96	1.538
<b>Nielsen-Gebiet V</b>		
Berlin	1,67	103
<b>Nielsen-Gebiet VI</b>		
Brandenburg	1,58	97
Mecklenburg-Vorpommern	0,75	46
Sachsen-Anhalt	3,32	204
<b>Nielsen-Gebiet VII</b>		
Sachsen	6,71	413
Thüringen	3,68	226
<b>Tatsächl. verbreitete Inlands-Aufl.</b>	100,00	6.155

## Verbreitung der Auslandsauflage:

<b>Europa</b>	99,83 %		1.766
<b>deutschsprachige Länder</b>			
davon Österreich	88,41 %		1.564
davon Schweiz	79,54 %		1.407
davon Liechtenstein	8,82 %		156
	0,05 %		1
EU-Länder (ohne D/A)	8,82 %		156
EU-Länder (sonstige Länder)	2,15 %		38
Rest-Skandinavien	0,11 %		2
Mittel-/osteurop. Staaten	0,34 %		6
<b>außereuropäische Länder</b>	0,17 %		3
<b>Tatsächl. verbreitete Auslands-Aufl.</b>	100,00 %		1.769

# Kurzfassung der Erhebungsmethode zur Verbreitungs-Analyse (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. Inlands- und Auslandsempfängern sortiert werden.

## 2. Untersuchungsmethode:

Verbreitungs-Analyse durch Dateiauswertung – Total-Erhebung

## 3. Tag der Datei-Auswertung: 24. 07. 2009

## 4. Struktur der Empfängerschaft:

a) Gesamtzahl der Empfänger in der Datei:	76.558	
b) Empfängerstruktur nach Vertriebsformen:		
– verkaufte Auflage	3.931	
– ständige Freistücke	431	
– wechselnde Freistücke	3.373	
– Einzelverkauf	0	
– Werbeexemplare	189	
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	7.924	
– davon Inland	6.155	
– davon Ausland	1.769	

## 5. Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA)	7.924	100,0 %
Davon in der Untersuchung nicht erfasst	198	2,5 %
– Einzelverkauf	0	
– Werbeexemplare	189	
– über Buchhandel geliefert	9	
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA)	7.726	97,5 %

## 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 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 2009



## 19 Branchen/Wirtschaftszweige/Unternehmenstypen

Abteilung/ Gruppe/ Klasse	Empfängergruppe lt. Klassifikation der Wirtschaftszweige	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage			
		insgesamt		Inland	Ausland
		%	Exemplare	Exemplare	Exemplare
	<b>Produzierendes Gewerbe</b>				
17	Textilgewerbe	0,20	15	10	5
20	Holzgewerbe inkl. Schreiner	2,30	182	155	27
24/25	Chemische Industrie	1,20	95	80	15
-	sonstiges Produzierendes Gewerbe	0,50	40	36	4
	<b>Baugewerbe</b>				
45345	Bodenleger und Raumausstatter				
	hier: Rollläden-/Jalousienbau	0,30	21	18	3
45431/34	Parkett- und Bodenleger	51,00	4.041	2.752	1.289
45432	Fliesen- und Plattenleger	0,20	16	5	11
45433	Estrichleger	13,60	1.080	1.001	79
45436	Raumausstatter	12,60	1.001	875	126
45441	Maler	2,40	194	191	3
45	sonstiges Bau- und Ausbaugewerbe	0,10	11	5	6
	<b>Handel</b>				
51412	Großhandel mit Heimtextilien	0,20	13	8	5
51476	Großhandel mit Bodenbelägen	3,00	240	201	39
51533	Großhandel mit Holz	2,40	192	161	31
5153	sonstiger Baustoffhandel	0,20	14	7	7
51	sonstiger Großhandel	0,20	14	8	6
52445	Einzelhandel mit Heimtextilien	1,40	109	97	12
52481	Einzelhandel mit Bodenbelägen	4,20	334	310	24
52	sonstiger Einzelhandel	0,10	8	4	4
	<b>Sonstige Empfängergruppen</b>				
55-74/93	Dienstleistungsgewerbe	0,30	21	17	4
80	Erziehung und Unterricht	0,80	65	50	15
91	Interessenvertretungen	2,50	197	150	47
75/85/90	Öffentliche Verwaltung/Einrichtungen	0,20	13	10	3
	keine Angaben	0,10	8	4	4
	<b>Tatsächlich verbreitete Auflage</b>	<b>100,0</b>	<b>7.924</b>	<b>6.155</b>	<b>1.769</b>

20 **Größe der Wirtschaftseinheit**  
 21.1 **Tätigkeitsmerkmal: Aufgabenbereich**  
 21.2 **Tätigkeitsmerkmal: Position im Betrieb**

Die Merkmale wurden nicht erhoben, weil die Beurteilung dieser Fachzeitschrift als Werbeträger hiervon nicht abhängig ist.

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, weil die Beurteilung dieser Fachzeitschrift als Werbeträger hiervon nicht abhängig ist.

# Kurzfassung der Erhebungsmethode

## 1. Beschaffenheit der Datei:

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

## 2. Untersuchungsmethode:

Empfänger-Struktur-Analyse durch Dateiauswertung – Totalerhebung.

## 3. Tag der Datei-Auswertung: 24. 07. 2009

## 4. Struktur der Empfängerschaft:

a) Gesamtzahl der Empfänger in der Datei:		76.558	
b) Empfängerstruktur nach Vertriebsformen:			
– verkaufte Auflage		3.931	
– ständige Freistücke		431	
– wechselnde Freistücke		3.373	
– Einzelverkauf		0	
– Werbeexemplare		189	
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)		7.924	
– davon Inland	6.155		
– davon Ausland	1.769		
c) Gesamtzahl der wechselnden Empfänger (Wechsel nach jeder Ausgabe)		72.460	

## 5. Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA)		7.924	100,0 %
Davon in der Untersuchung nicht erfasst		198	2,5 %
– Einzelverkauf	0		
– Werbeexemplare über Buchhandel geliefert	189		
	9		
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA)		7.726	97,5 %

## 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 Fernsprechbücher; Mitteilungen der Empfänger; Messekataloge  
Ausschöpfung für das

Branchenmerkmal	74.906	97,8 %
Keine Angaben in der Datei	1.652	2,2 %
	76.558	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 2009

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



# bodenkompakt

Innovative Unternehmen stellen sich vor

## Kurzcharakteristik:

**bodenkompakt** stellt in ausführlicher redaktioneller Form Hersteller, Händler, Dienstleister sowie weitere Unternehmen aus der Fußbodenbranche vor. Übersichtlich gegliedert ist **bodenkompakt** das Nachschlagewerk für die Fußbodenbranche. 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.

- **Empfänger:**
  - 5.500 Bodenleger
  - 3.500 Parkettleger
  - 1.000 Handel (Bodenbelag- und Holzhandel)
  - 1.000 Raumausstatter
    - 140 Hammer-Märkte
    - 100 TTL Tapeten-Tepichbodenland
  - 500 Exemplare Messeauslage (Domotex, Casa, Farbe)
  - 260 Exemplare Belege/Archiv
- **Auflage:** 12.000 Exemplare

- **Termine:** Redaktionsschluss: 2. Juli 2010  
Erscheinungstermin: 17. September 2010

## Preise:

- 1 Seite Unternehmensporträt 1.800,- €
- 2 Seiten Unternehmensporträt 3.600,- €
- 1 Seite Unternehmensporträt +  
1 Seite Anzeige oder Bild 3.600,- €
- 3 Seiten Unternehmensporträt +  
1 Seite Anzeige oder Bild 6.900,- €
- 4 Seiten Unternehmensporträt 6.900,- €

Die Preise verstehen sich zzgl. MwSt.  
Die Farben werden nach DIN ISO 12647-2 gedruckt.



**1 Web-Adresse (URL):** <http://www.boden-wand-decke.de>

**2 Kurzcharakteristik:** bwd report: aktuelle Nachrichten und nützliche Informationen aus der Fußbodenbranche. Wir berichten über Personen, Unternehmen, Märkte, Trends und Veranstaltungen.



**3 Zielgruppe:** Meinungsführer, Entscheider und Fachkräfte aus der Fußbodenbranche

**4 Verlag:** Hans Holzmann Verlag GmbH & Co KG  
Postfach 13 42 und 13 43, D-86816 Bad Wörishofen  
Gewerbestraße 2, D-86825 Bad Wörishofen  
Telefon: 0 82 47/3 54-01, Fax: 0 82 47/3 54-1 70  
Internet: <http://www.holzmannverlag.de>  
E-Mail: [anzbwd@holzmannverlag.de](mailto:anzbwd@holzmannverlag.de)

**5 Ansprechpartner:** Michaela Sammer  
Telefon: 0 82 47/3 54-2 19, Fax: 0 82 47/3 54-42 19  
E-Mail: [michaela.sammer@holzmannverlag.de](mailto:michaela.sammer@holzmannverlag.de)  
Angela Holzwarth  
Telefon: 0 82 47/3 54-2 67, Fax: 0 82 47/3 54-42 67  
E-Mail: [angela.holzwarth@holzmannverlag.de](mailto:angela.holzwarth@holzmannverlag.de)

**6 Zugriffskontrolle:** –

**7 Zugriffe:** auf Anfrage

**8 Datenanlieferung:** mindestens 1 Woche vor Schaltbeginn per E-Mail an: [angela.holzwarth@holzmannverlag.de](mailto:angela.holzwarth@holzmannverlag.de)  
Bild im GIF- oder JPG-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:** Allen Preisen ist der jeweils gültige gesetzliche Mehrwertsteuersatz hinzuzurechnen.

Werbeform	Platzierung	Format (Breite x Höhe)	Preis pro Monat
Fullsize-Banner	Homepage/Alle Rubriken	468 x 60 Pixel	200,- €
Halfsize-Banner	Homepage/Alle Rubriken	234 x 60 Pixel	150,- €
Pop-Up	Homepage/Startseite	250 x 250 Pixel	250,- €
Contend-Ad	Homepage/Startseite	300 x 250 Pixel	250,- €
Sky-Scraper	Homepage/Alle Rubriken	120 x 600 Pixel	250,- €
Wallpaper	Homepage/Alle Rubriken	auf Anfrage	400,- €
Produktvideo	Homepage/Startseite	auf Anfrage	200,- €
Verlinktes Firmenlogo	Logoboard	70 x 20 Pixel	100,- €

**Sonderwerbformen:** Bezugsquelleneintrag Spezial und Premium (nur bei gleichzeitiger Buchung der Print-Ausgabe möglich, Laufzeit mindestens 6 Monate)

**Spezialeintrag** bestehend aus Firmenadresse, E-Mail und Internet-Adresse (verlinkt), Mehrkosten **10,- Euro/Monat**

**Premiueintrag** bestehend aus Firmenadresse, E-Mail, Internet-Adresse (verlinkt), Firmenprofil, Firmenlogo und Angabe von max. 15 Produkten, Mehrkosten **30,- Euro/Monat**

**Newsletter bwd report:**

Textanzeige 150,- €/Newsletter  
 Bild-Text-Anzeige 250,- €/Newsletter  
 Banner 250,- €/Newsletter

**11 Rabatte:** Keine Rabatte

**12 Zahlungsbedingungen:** nach Erscheinen, innerhalb von 14 Tagen ab Rechnungsdatum ohne Abzug;  
 USt-Ident-Nr. DE 129 204 092

**Bankverbindungen:** Sparkasse Memmingen, Kto. 101 709, BLZ 731 500 00  
 IBAN: DE 50 7315 0000 0000 1017 09  
 BIC: BYLADEM1MLM  
 Postbank München, Kto. 17 930-807, BLZ 700 100 80  
 IBAN: DE07 7001 0080 0017 9308 07  
 BIC: PBNKDEFF  
 für Zahlungen aus Österreich:  
 BAWAG P.S.K., Kto. 1 337 198, BLZ 60 000  
 IBAN: AT27 6000 0000 0133 7198  
 BIC: OPSKATWW  
 für Zahlungen aus der Schweiz:  
 Postfinance, Kto. 80-54 743-1  
 IBAN: CH55 0900 0000 8005 4743 1  
 BIC: POFICHBEXX

Für die Schaltung von Anzeigen und sonstigen Werbemitteln in den Print- und Onlinemedien der Hans Holzmann Verlag GmbH & Co KG („Verlag“), Gewerbestraße 2, 86825 Bad Wörishofen, 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 Anklicken die Verbindung mittels 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. Der Verlag haftet nicht für Übermittlungsfehler. Vorbehaltlich entgegenstehender individueller Vereinbarungen kommt der Vertrag erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag zustande. Auftragsbestätigungen über EDV (z.B. per E-Mail) sind auch ohne Unterschrift rechtsverbindlich. Nach Anzeigenschluss bzw. bei Onlinemedien 5 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 1 Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb 1 Jahres nach Vertragsschluss abgerufen und veröffentlicht wird.

**4.** Werden einzelne oder mehrere Abrufe eines Abschlusses aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht. Der Auftraggeber hat, sofern nichts anderes vereinbart ist, rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb 1 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 Hefnummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag 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 der Verlag dies schriftlich bestätigt.

**7.** Textteil-Anzeigen 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 vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

**8.** Der Verlag 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 den Verlag 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 der Verlag 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 den Verlag erst nach Vorlage eines Musters 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 (Verbandwerbung), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annahmehinreichende des Verlages. Diese berechtigt den Verlag 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 Online-Werbemittel ist der Auftraggeber verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder den technischen Vorgaben des Verlages entsprechende Vorlagen für Anzeigen anzuliefern. Die Vorlagen für digitale Druckunterlagen müssen dem Verlag bis zum jeweiligen Anzeigenschluss, die Vorlagen für Online-Werbemittel spätestens fünf Werktage vor Schaltungsbeginn vorliegen. Kosten des Verlages 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 des Verlages 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 der Verlag auf einer ihm übermittelten Datei Computerviren, wird diese Datei gelöscht, ohne dass der Auftraggeber hieraus Ansprüche geltend machen könnte. Der Verlag behält sich vor, den Auftraggeber auf Schadensersatz in Anspruch zu nehmen, wenn durch solche, durch den Auftraggeber infizierte Computerviren, dem Verlag 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 hingewiesen hat.

**10.** Druckunterlagen/Medien werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgeschickt. Druckunterlagen/Medien werden nicht länger als 1 Jahr nach letzter Einschaltung vom Verlag aufbewahrt.

**11.** Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unerleserlichem, unrichtigem oder unvollständigem Abdruck der Anzeige oder bei ungenügender Wiederabgabqualität 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. Der Verlag 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 den Verlag nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich wäre. Lässt der Verlag 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 des Verlages für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen; in den üblichen 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 den Verlag 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. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm bis zum Anzeigenschluss oder innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges 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. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages zum Anzeigenschlusstermin und von dem Ausgleich offenkundiger Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

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

**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 Preiserminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die Garantieauflage unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preiserminderung 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 Abschlüssen Preiserminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber vor 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 Preiserminderung, 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 vom Verlag eine absolute Auflagenzahl als Garantie in der jeweiligen Preisliste angegeben wurde. Voraussetzung für einen Anspruch auf Preiserminderung ist ein rabattfähiger Abschluss auf Basis der Mengenstaffel und für mindestens drei Ausgaben. Grundlage für die Berechnung der Preiserminderung 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 Auflagenunterschreitungen der belegten Ausgaben innerhalb des Insertionsjahres. Die Rückvergütung erfolgt am Kampagnenende auf Basis des Kundennettos 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 Zifferanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Zifferanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Zifferanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Dem Verlag 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 Werbungsmitler und Werbeagenturen („Agenturen“) sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Mittlervergütung wird nur an nachgewiesene Agenturen vergütet. Der Verlag 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. Der Verlag ist berechtigt, von der Agentur einen Mandatsnachweis zu verlangen.

**21.** Preisänderungen für erteilte Anzeigenaufträge sind gegenüber Unternehmern wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens 1 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 der Verlag 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 den Verlag. 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 zugelegten Werbemittel. Er stellt den Verlag im Rahmen des Auftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner wird der Verlag von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Verlag nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen. Der Auftraggeber räumt dem Verlag die für die zweckgemäße Nutzung der Anzeigen in den jeweiligen Print- und Onlineversionen 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 des Verlages als auch in fremden Betrieben, deren sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient – hat der Verlag 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 vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte verkaufte oder zugesicherte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht. Ist die Durchführung eines Auftrages in Online-Medien aus Gründen, die der Verlag nicht zu vertreten hat, nicht oder nur teilweise zu bewerkstelligen, so wird diese nach Möglichkeit nachgeholt. Solche Gründe sind insbesondere bei Rechneerausfall, 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. Der Verlag ist berechtigt, Bruttoverweinsätze 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 Preiserminderungsanspruch.

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

**28.** Für Aufträge, die in den Onlinemedien veröffentlicht werden, gewährleistet der Verlag 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- oder Hardware, Störung der Kommunikationsnetze anderer Betreiber, Rechneerausfall 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 Ausführung andauert. Bei einem Ausfall des Ad-Servers über einen erheblichen Zeitraum (mehr als 10 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 überschießenden Betrag einer reinen Printanzeige. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen.

**29.** Der Verlag hält die Zahl der Zugriffe auf Online-Werbemittel innerhalb von 10 Werktagen nach Ausführung des Auftrags für den Auftraggeber zum Abruf bereit.

**30.** Bei Neuauflage einer Geschäftsverbindung und Aufträgen aus dem Ausland behält sich der Verlag 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. Der Verlag behält sich die Berechnung der Mehrwertsteuer in der gesetzlich geschuldeten Höhe für den Fall vor, dass die Finanzverwaltung die Steuerpflicht bejaht. Der Verlag behält sich das Recht vor, fehlerhafte Auftragsrechnungen innerhalb von 6 Monaten nach Rechnungsstellung zu korrigieren.

**31.** Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Es gilt deutsches Recht. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages 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 Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

# boden wand decke

**Anzeigenleitung:**

Michaela Sammer

Telefon +49 (0) 82 47/3 54-2 19

E-Mail: michaela.sammer@holzmannverlag.de

**Objekt-Assistenz:**

Angela Holzwarth

Telefon +49 (0) 82 47/3 54-2 67

E-Mail: angela.holzwarth@holzmannverlag.de