

RWTextilservice

MEDIA-INFORMATIONEN 2012

MEDIA-RATE 2012

NR. 39 · GÜLTIG AB 1. 1. 2012
NO. 39 · VALID FROM 1/1/2012

Fachorgan der Österreichischen
Bundesinnung und Landesinnungen
der Textilreiniger, Wäscher und
Färber

www.rw-textilservice.de



- 1 Auflage:**
Druckauflage: 5.000 Exemplare
Tatsächlich verbreitete Auflage
im Jahresdurchschnitt (lt. AMF-Schema 2, Ziffer 17): 4.801 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, 260 mm hoch
4 Spalten je 43 mm
3 Spalten je 58 mm
(Seitenaufbau siehe Informationsblatt „Formate“)
- 3 Druck- und Bindeverfahren, Druckunterlagen:**
Bogenoffset, Papier Innenteil: 90 g/m², Bilderdruck, Umschlag: 150 g/m², Bilderdruck, Klebebindung, DIN ISO 12647-2, Farbreihenfolge Schwarz/Blau/ Rot/Gelb.
Bitte senden Sie uns Ihre Druckunterlagen in digitaler Form (siehe Informationsblatt „Digitale Druckunterlagen“).
- 4 Termine:**
Erscheinungsweise: monatlich, 12 Ausgaben
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.rw-textilservice.de
- 6 Zahlungsbedingungen:** nach Erscheinen, innerhalb 14 Tagen ab Rechnungsdatum ohne Abzug; bei Vorauszahlung 2 % Skonto.
UStIdent-Nr. DE 1 29 204 092
- Bankverbindungen:**
Sparkasse Memmingen (BLZ 731 500 00), Konto-Nr. 101 709
IBAN: DE50 7315 0000 0000 1017 09, BIC: BYLADEM1MUM
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: POFICHBEXXX
- 7 Anzeigenformate und Preise:** Allen Preisen ist der jeweils gültige gesetzliche Mehrwertsteuersatz hinzuzurechnen.

| Format | Breite × Höhe in mm | s/w € | 2-farbig € | 3-farbig € | 4-farbig € |
|-----------|--|---------|------------|------------|------------|
| 1/1 Seite | 185 × 260 mm | 2.505,- | 3.060,- | 3.115,- | 4.170,- |
| 3/4 Seite | 137 × 260 mm oder 185 × 192 mm | 2.015,- | 2.445,- | 2.875,- | 3.305,- |
| 2/3 Seite | 122 × 260 mm oder 185 × 166 mm | 1.780,- | 2.160,- | 2.540,- | 2.920,- |
| 1/2 Seite | 90 × 260 mm oder 185 × 128 mm | 1.340,- | 1.625,- | 1.910,- | 2.195,- |
| 1/3 Seite | 59 × 260 mm oder 185 × 83 mm | 915,- | 1.110,- | 1.305,- | 1.500,- |
| 1/4 Seite | 43 × 260 mm oder 185 × 62 mm oder 90 × 128 mm | 690,- | 835,- | 980,- | 1.125,- |
| 1/8 Seite | 43 × 128 mm oder 90 × 62 mm oder 185 × 30 mm | 360,- | 435,- | 510,- | 585,- |

| | | | | | |
|-----------------------------|--------------|----------------|---------|---------|----------------|
| Titelseite + | 190 × 190 mm | | | | 4.250,- |
| Titelseitenerklärung | 185 × 83 mm | | | | |
| im Innenteil | | | | | |
| Juniorpage | 139 × 175 mm | 1.480,- | 1.765,- | 2.050,- | 2.335,- |

Millimeterpreis 1-spaltig (43 mm) **3,00** Farbzuschlag je Farbe 25% vom s/w-Preis

Bezugsquellen-Millimeterpreis 1-spaltig (58 mm) **1,80** **2,30**

(Mindesthöhe 20 mm, Mindestlaufzeit sechs Monate hintereinander, bei einem Jahresauftrag gewähren wir 10 % Rabatt. Ein Bezugsquelleneintrag beinhaltet zusätzlich einen Spezialeintrag in der Ausrüsterdatenbank unter www.rw-textilservice.de für die gebuchte Laufzeit.)

8 Zuschläge: (nicht rabattierbar)

8.1 Farbe

Je Normalfarbe/Euroskala bei

1/1 Seite 555,- € 1/2 Seite 285,- €

3/4 Seite 430,- € 1/3 Seite 195,- €

2/3 Seite 380,- € 1/4 Seite 145,- €

Mindestfarbzuschlag 75,- €.

Sonderfarben oder Farbtöne, die nicht aus der Euroskala erzielt werden können, bedürfen besonderer Vereinbarung, Einzelheiten und Preise auf Anfrage.

8.2 Platzierung

Bindende Platzierungsvorschriften: jeweils 10 % vom Grundpreis

Bindende Platzierungszusagen sind ab 1/2 Seite möglich.

8.3 Formate

Anzeigen über Bund 10 % vom Grundpreis

Angeschnittene Anzeigen 10 % vom Grundpreis

9 Rubrikanzeigen:

Siehe Preisliste Stellen- und Gelegenheitsanzeigen Nr. 39/G

10 Sonderwerbformen:

Fort-/Sonderdrucke auf Anfrage

11 Rabatte: bei Abnahme innerhalb eines Insertionsjahres

(Beginn mit dem Erscheinen der ersten Anzeige)

Malstaffel

2-maliges Erscheinen 5 %

4-maliges Erscheinen 10 %

6-maliges Erscheinen 15 %

9-maliges Erscheinen 20 %

12-maliges Erscheinen 25 %

Mengenstaffel

1 Seite 5 %

3 Seiten 10 %

6 Seiten 15 %

9 Seiten 20 %

12 Seiten 25 %

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

12 Kombinationen:

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

13 Einhefter:

Format DIN A4, unbeschnitten (gefalzt), 307 mm hoch, 216 mm breit,

bis 170 g/m² Papiergewicht je Blatt

2-seitig (1 Blatt) 2.840,- €

4-seitig (2 Blatt), gefalzt 5.250,- €

Benötigte Liefermenge 5.100 Prospekte

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

14 Beilagen:

lose eingelegt, maximale Größe 205 mm x 294 mm

Gewicht der Beilage Beilagenpreis je 1.000 Stück Gesamtpreis

bis 25 g 290,- € 1.450,- €

bis 35 g 375,- € 1.875,- €

bis 50 g 455,- € 2.275,- €

Preise zuzüglich Postgebühr bis 20 g je angef. Tausend 12,- €

bis 30 g je angef. Tausend 17,80 €, nicht rabattfähig.

Benötigte Liefermenge 5.100 Prospekte.

15 Aufgeklebte Werbemittel:

Beilagenpreis entsprechend Ziffer 14 zuzüglich Kosten für die technische Verarbeitung (Klebekosten)

Postkarten manuell pro Tausend 166,- €

Postkarten maschinell pro Tausend 98,- €

Preise zuzüglich Postgebühr, nicht rabattfähig.

Benötigte Liefermenge 5.100 Stück.

16 Lieferanschrift für Positionen 13 bis 15:

Holzmann Druck, Kennwort RWTextilservice, Heft-Nr./12,
Gewerbestraße 2, 86825 Bad Wörishofen

Die Anzeigen erscheinen in der Print-Ausgabe und im Internet unter www.rw-textilservice.de.

| Format | Breite x Höhe in mm | Stellenangebote/ sonst. Rubrikanzeigen print + online | Stellengesuche print + online |
|--------------------------------------|------------------------|---|----------------------------------|
| 1/32 Seite | 90 x 15 | 89,- € | 44,50 € |
| 1/16 Seite | 90 x 30 | 171,- € | 85,50 € |
| 1/8 Seite | 90 x 60 | 341,- € | 170,50 € |
| 1/4 Seite hoch | 90 x 123 | 668,- € | 334,00 € |
| 1/4 Seite quer | 185 x 60 | 668,- € | 334,00 € |
| 1/2 Seite hoch | 90 x 250 | 1.310,- € | 655,00 € |
| 1/2 Seite quer | 185 x 123 | 1.310,- € | 655,00 € |
| 1/1 Seite | 185 x 250 | 2.565,- € | 1.280,00 € |
| Millimeterpreis Mindesthöhe 15 mm | 90 mm breit | 5,90 € | 2,95 € |

Chiffregebühr: 5,50 €, **Farbzuschläge:** je Zusatzfarbe 25 % vom Grundpreis, **Mindestfarbzuschlag 75,- € pro sichtbare Farbe. Alle Preise + MwSt.**

Rabattstafel: (ab 1/16 Seite gemäß Rabattstafel Preisliste 39) – Der Rabatt wird am Ende des Kalenderjahres gutgeschrieben und auf den Gesamtumsatz des Kalenderjahres angerechnet.

Druckunterlagen: Anzeigen werden nach Textvorlage im Verlag gesetzt bzw. können als fertige Druckdatei angeliefert werden. Korrekturabzüge können auf Wunsch erstellt werden.

Druckunterlagen in digitaler Form:

Dateien: Dateiauflösung: 300 dpi
Dateiformat: Hochauflösende, druckfähige PDF-Datei, Andruck oder Proof (farbverbindlich)

Medien: Benutzer und Passwort für den FTP-Zugang bitte telefonisch erfragen.

E-Mail:
angela.holzwarth@holzmann-medien.de
Datenträger: CD-ROM, DVD

Bei techn. **Übertragungsproblemen** wenden Sie sich bitte an Frau Angela Holzwarth (Tel. 0 82 47/3 54-1 62)

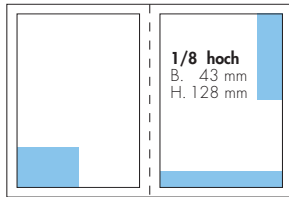
Achtung bei Farbanzeigen: Ohne Lieferung eines Proofs mit Medienkeil kann keine verbindliche Farbwiedergabe gewährleistet werden. Reklamationen aufgrund nicht korrekter Daten/Unterlagen können vom Verlag nicht anerkannt werden.

Auftragserteilung mit Anzeigenkopie im Voraus an Holzmann Medien, Anzeigenabteilung RWTextilservice, Gewerbestraße 2, 86825 Bad Wörishofen, Fax 0 82 47/3 54-41 62.

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

Druckunterlagen/Medien werden nicht länger als 1 Jahr nach letzter Einschaltung vom Verlag aufbewahrt.

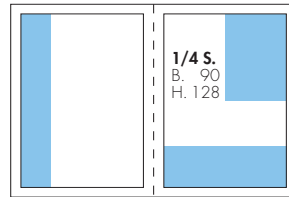
Beschnittzugaben sind bei den angegebenen Anschnitt-Formaten bereits eingerechnet: Kopfbeschnitt 5 mm, Fußbeschnitt 5 mm, an den Außenseiten je 3 mm.



1/8 hoch
B. 43 mm
H. 128 mm

1/8 Seite
Breite 90 mm
Höhe 62 mm

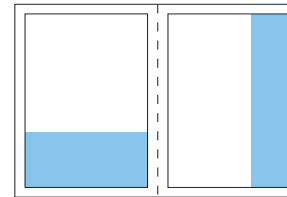
1/8 Seite quer
Breite 185 mm
Höhe 30 mm



1/4 S.
B. 90
H. 128

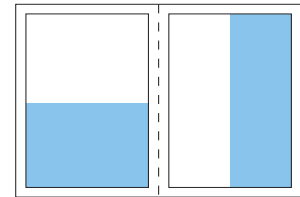
1/4 Seite hoch
Breite 43 mm
Höhe 260 mm

1/4 Seite quer
Breite 185 mm
Höhe 62 mm



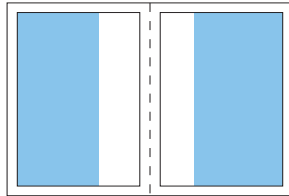
1/3 Seite quer
Breite 185 mm
Höhe 83 mm

1/3 Seite hoch
Breite 59 mm
Höhe 260 mm



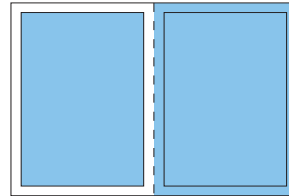
1/2 Seite quer
Breite 185 mm
Höhe 128 mm

1/2 Seite hoch
Breite 90 mm
Höhe 260 mm



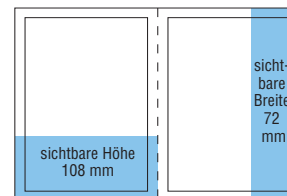
2/3 Seite hoch
Breite 122 mm
Höhe 260 mm

3/4 Seite hoch
Breite 134 mm
Höhe 260 mm



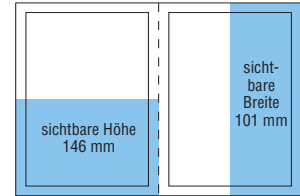
**1/1 Seite
im Satzspiegel**
Breite 185 mm
Höhe 260 mm

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



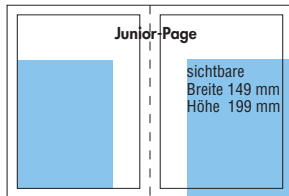
**1/3 Seite quer
mit Anschnitt**
Breite 216 mm
Höhe 113 mm

**1/3 Seite hoch
mit Anschnitt**
Breite 75 mm
Höhe 307 mm



**1/2 Seite quer
mit Anschnitt**
Breite 216 mm
Höhe 151 mm

**1/2 Seite hoch
mit Anschnitt**
Breite 104 mm
Höhe 307 mm

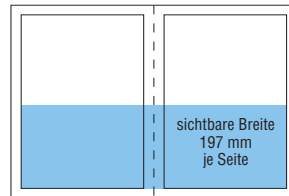


Junior-Page

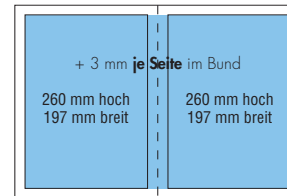
sichtbare
Breite 149 mm
Höhe 199 mm

ohne Anschnitt
Breite 139 mm
Höhe 175 mm

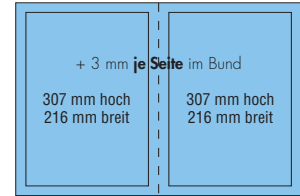
mit Anschnitt
Breite 152 mm
Höhe 204 mm



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



2/1 Seiten im Satzspiegel über Bund
je 260 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.

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.

| Heft | RS = Redaktionsschluss AS = Anzeigenschluss/ Druckunterlagen ET = Erscheinungstermin | Themen | Messen/Ausstellungen |
|---------------------|---|---|---|
| 1 Januar | RS: 02. 12. 2011 AS: 09. 12. 2011 ET: 02. 01. 2012 | Textilreinigung: Bügel- und Finishtechnik Wäscherei: Waschstraßen, Waschmaschinen, Trockner Textilleasing: Flach-, Tisch- und Bettwäsche, Handtuchrollen Vorbericht zur Heimtextil | Heimtextil – Frankfurt/Main, 11. bis 14. 1. 2012 |
| 2 Februar | RS: 09. 01. 2012 AS: 16. 01. 2012 ET: 01. 02. 2012 | Textilreinigung: Nassreinigung Wäscherei: Mangel- und Finishtechnik Textilleasing: Rohstoffe – Membrane, Fasern und Gewebe für leasingfähige Textilien | TV – TecStyle Visions – Stuttgart, 2. bis 4. 2. 2012 |
| 3 März | RS: 06. 02. 2012 AS: 17. 02. 2012 ET: 01. 03. 2012 | Textilreinigung: Wasch- und Reinigungsmaschinen, Trockner Wäscherei: Softwarelösungen für den Betrieb Textilleasing: Textilveredelung – Bestickung, Beschichtungen, Embleme Messebericht zur Heimtextil Spezialteil: Textilhygiene in der Alten- und Krankenpflege | Internorga – Hamburg, 9. bis 14. 3. 2012 IHM – München, 14. bis 20. 3. 2012 Altenpflege – Hannover 27. bis 29. 3. 2012 |
| 4 April | RS: 12. 03. 2012 AS: 19. 03. 2012 ET: 02. 04. 2012 | Textilreinigung: Ökonomie und Ökologie, Lösungsmittelentsorgung Wäscherei: Ökonomie und Ökologie, Wärme- und Abwasser- rückgewinnung, Dampf- und Energieerzeugung Textilleasing: Berufsbekleidung, PSA und Gewebe Messeheft Texcare + Messeplaner | |
| 5 Mai | RS: 12. 04. 2012 AS: 19. 04. 2012 ET: 02. 05. 2012 | Textilreinigung: Detachier- und technisches Zubehör, Kleiderbügel, -bürsten Wäscherei: Sortier- und Transportsysteme, Wäschecontainer Textilleasing: Flachwäsche, Gewebe und OP-Textilien, Inkontinenzunterlagen Messebericht Altenpflege | Texcare International – Frankfurt, 5. bis 9. 5. 2012 IFAT ENTSORGA – München, 7. bis 11. 5. 2012 |

| | | | |
|-----------------------|--|---|--|
| 6 Juni | RS: 14. 05. 2012 AS: 21. 05. 2012 ET: 01. 06. 2012 | Textilreinigung: Transport- und Ausgabesysteme, Verpackungsmaschinen und Zubehör Wäscherei: Waschmittel, Dosiersysteme Textilleasing: Flach-, Tisch- und Bettwäsche Messebericht Texcare I | |
| 7 Juli | RS: 11. 06. 2012 AS: 18. 06. 2012 ET: 02. 07. 2012 | Textilreinigung: Bügel- und Finishtechnik Wäscherei: Waschstraßen, Waschmaschinen, Trockner Textilleasing: Berufsbekleidung und Gewebe Messebericht Texcare II | |
| 8 August | RS: 09. 07. 2012 AS: 16. 07. 2012 ET: 01. 08. 2012 | Textilreinigung: Reinigungs- und Detachiermittel, Imprägnierung Wäscherei: Identifikations- und Kennzeichnungssysteme Textilleasing: Schmutzfangmatten | |
| 9 September | RS: 06. 08. 2012 AS: 13. 08. 2012 ET: 31. 08. 2012 | Textilreinigung: Kassensysteme, Reinigungstickets Wäscherei: Betriebslogistik und Fuhrparkmanagement Textilleasing: Flachwäsche, Gewebe und OP-Textilien, Inkontinenzunterlagen | hogatec – Internationale Fachmesse Hotellerie, Gastronomie, Gemeinschaftsverpflegung, Essen, 2. bis 5. 9. 2012 |
| 10 Oktober | RS: 03. 09. 2012 AS: 10. 09. 2012 ET: 01. 10. 2012 | Textilreinigung: Ökonomie und Ökologie, Lösungsmittelentsorgung Wäscherei: Mangel- und Finishtechnik Textilleasing: Rohstoffe – Membrane, Fasern und Gewebe für leasingfähige Textilien | Rehacare – Düsseldorf, 10. bis 13. 10. 2012 Arbeitsschutz Aktuell – Das Präventionsforum, Augsburg 16. bis 18. 10. 2012 |
| 11 November | RS: 08. 10. 2012 AS: 17. 10. 2012 ET: 05. 11. 2012 | Textilreinigung: Nassreinigung Wäscherei: Ökonomie und Ökologie, Wärme- und Abwasserrückgewinnung, Dampf- und Energieerzeugung Spezialteil: Berufsbekleidung und PSA | Medica – Düsseldorf, 14. bis 17. 11. 2012 |
| 12 Dezember | RS: 07. 11. 2012 AS: 14. 11. 2012 ET: 30. 11. 2012 | Textilreinigung: Wasch- und Reinigungsmaschinen, Trockner Wäscherei: Waschmittel und Dosiersysteme Textilleasing: Flach-, Tisch- und Bettwäsche | |

Änderungen vorbehalten

Außerdem regelmäßig: Betriebsreportagen • Management • Tagungsberichte • Marketing und Kommunikation • Neues aus der Forschung • Betriebsführung • Neues aus der Industrie • Gesetze und Verordnungen • Aktuelle Schadensfälle/Reklamationen

Für weitere Themenvorschläge wenden Sie sich bitte an die Redaktion von „RWTextilservice“, Elena Schönhaar, Telefon 0 82 47/3 54-2 61, Telefax 0 82 47/3 54-42 61, E-Mail: elena.schoenhaar@holzmann-medien.de

- 1 Kurzcharakteristik:** 'RWTextilservice' berichtet jeden Monat über das Neueste aus der Textilpflegebranche. Der Nutzwert für den Leser steht bei der Auswahl der Beiträge im Vordergrund. In praxisorientierten Anwenderberichten und Firmenreportagen erfahren Unternehmer und Führungskräfte aus Textilreinigungen, Wäschereien und Textilleasing-Unternehmen, wie sie Prozesse in ihren Unternehmen optimieren können. Außerdem arbeitet die Redaktion eng mit den Forschungsinstituten und Verbänden der Branche zusammen. Der Maschinen-, Hilfsmittel- und Textilindustrie gibt die Fachzeitschrift die Möglichkeit, über neue Produkte und Verfahrenstechniken zu informieren. 'RWTextilservice' wird mit einer monatlichen Druckauflage von 5.000 Exemplaren hauptsächlich in Deutschland, Österreich und in der Schweiz verbreitet.
- 2 Erscheinungsweise:** monatlich, siehe Terminplan
- 3 Jahrgang:** 111. Jahrgang 2012
- 4 Web-Adresse (URL):** www.rw-textilservice.de
- 5 Mitgliedschaften:** Media-Datenbank der Deutschen Fachpresse
- 6 Organ:** Österreichische Bundesinnung u. Landesinnungen der Textilreiniger, Wäscher und Färber
- 7 Verleger:** Alexander Holzmann
- 8 Verlag:** Holzmann Medien 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.rw-textilservice.de
www.holzmann-medien.de
E-Mail: anzrw@holzmann-medien.de

- 9 Redaktion:** Elena Schönhaar (verantwortlich)
Adresse: siehe Verlag
Telefon 0 82 47/3 54-2 61, Fax 0 82 47/3 54-42 61
E-Mail: elena.schoenhaar@holzmann-medien.de
- 10 Anzeigen:** Angela Holzwarth (verantwortlich)
Adresse: siehe Verlag
Telefon 0 82 47/3 54-1 62, Fax 0 82 47/3 54-41 62
E-Mail: angela.holzwarth@holzmann-medien.de
- 11 Vertrieb:** Corinna Zippan (verantwortlich)
Adresse: siehe Verlag
Telefon: 0 82 47/3 54-2 95, Fax 0 82 47/3 54-42 95
E-Mail: corinna.zippan@holzmann-medien.de
- 12 Bezugspreis 2012:**
- | | | |
|---------------------|---------|------------------------------------|
| Jahresabonnement | Inland | 89,00 € (inkl. MwSt. u. Versand) |
| | Ausland | 103,40 € (inkl. MwSt. u. Versand) |
| Einzelverkaufspreis | | 8,50 € (inkl. MwSt. zzgl. Versand) |
- 13 ISSN:** 0942-9263
- 14 Umfangs-Analyse:** 2010 = 12 Ausgaben
Format der Zeitschrift: DIN A4
Gesamtumfang: 876 Seiten = 100,0 %
Redaktioneller Teil: 649 Seiten = 74,1 %
Anzeigenteil: 227 Seiten = 25,9 %
-
- | | |
|---|--------------------|
| davon: Stellen- und Gelegenheitsanzeigen: | 24 Seiten = 10,6 % |
| Einhefter/Durchhefter: | 24 Seiten = 10,6 % |
| Verlagseigene Anzeigen: | 50 Seiten = 22,0 % |
-
- Beilagen:** 6 Stück
- 15 Inhalts-Analyse Redaktion:** nicht erhoben



16 Auflagen-Kontrolle:



17 Auflagen-Analyse:

Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt
(1. Juli 2010 – 30. Juni 2011)

| | | |
|---|----------------------|---------------|
| Druckauflage: | 5.125 | davon Ausland |
| Tatsächlich verbreitete Auflage (ivA): | 4.801 | 797 |
| Verkaufte Auflage: | 2.955 | 762 |
| – Abonnierte Exemplare: | 2.323 | 742 |
| | davon | |
| | 584 Mitgliederstücke | 574 |
| | 6 Mehrfachstücke | 1 |
| – Sonstiger Verkauf: | 632 | 20 |
| – Einzelverkauf: | 0 | |
| Freistücke: | 1.846 davon | 35 |
| | 126 ausgelegt | 17 |
| | 1 Ausgestellte | 1 |
| Rest-, Archiv- und Belegexemplare | 324 | |

Verbreitung der Auslandsauflage:

| | | | | |
|---|----------|---------|-----|-----|
| Europa | 99,47 % | | 793 | |
| deutschsprachige Länder | 88,07 % | | 702 | |
| Österreich | | 80,46 % | | 641 |
| Schweiz | | 7,48 % | | 60 |
| Liechtenstein | | 0,13 % | | 1 |
| EU-Länder (ohne D/A) | 11,14 % | | 89 | |
| mittel-/osteurop. Länder inkl. GUS | 0,26 % | | 2 | |
| Außereuropäische Länder | 0,53 % | | 4 | |
| Tatsüchl. verbreitete Auslands-Aufl. | 100,00 % | | 797 | |

18 Geografische Verbreitungs-Analyse:

| Wirtschaftsraum | Anteil an tatsächl. verbreiteter Auflage | |
|---------------------------------|--|-----------|
| | % | Exemplare |
| Inland | 83,40 | 4.004 |
| Ausland | 16,60 | 797 |
| Tatsächlich verbreitete Auflage | 100,00 | 4.801 |

Verbreitung nach Nielsen-Gebieten/Bundesländern:

| Nielsen-Gebiet I | | |
|---|--------|-------|
| Schleswig-Holstein | 2,93 | 117 |
| Hamburg | 1,68 | 67 |
| Niedersachsen | 7,72 | 309 |
| Bremen | 0,68 | 27 |
| Nielsen-Gebiet II | | |
| Nordrhein-Westfalen | 17,31 | 693 |
| Nielsen-Gebiet IIIa | | |
| Hessen | 8,93 | 358 |
| Rheinland-Pfalz | 3,51 | 141 |
| Saarland | 0,76 | 30 |
| Nielsen-Gebiet IIIb | | |
| Baden-Württemberg | 16,25 | 651 |
| Nielsen-Gebiet IV | | |
| Bayern | 25,96 | 1.040 |
| Nielsen-Gebiet V | | |
| Berlin | 2,33 | 93 |
| Nielsen-Gebiet VI | | |
| Brandenburg | 1,80 | 72 |
| Mecklenburg-Vorpommern | 0,82 | 33 |
| Sachsen-Anhalt | 2,38 | 95 |
| Nielsen-Gebiet VII | | |
| Sachsen | 4,43 | 177 |
| Thüringen | 2,51 | 101 |
| Tatsüchlich verbreitete Inlandsauflage (ivA) | 100,00 | 4.004 |

19 Branchen/Wirtschaftszweige/Fachrichtungen/Berufsgruppen

| Abteilung/ Gruppe/Klasse | Empfängergruppe lt. Klassifikation der Wirtschaftszweige | Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage | | | |
|------------------------------|--|--|--------------|--------------|------------|
| | | % | Exemplare | Inland | Ausland |
| 93011, 93013, 93015, 7470 | Anbieter von Reinigungsdienstleistungen einschließlich Textil-Leasing Wäschereien, chem. Reinigungen, Mangleien und Bügeleien, Teppichreinigungen, Waschsalons, Gebäudereinigungen | 75,7 | 3.634 | 3.011 | 623 |
| 75, 80, 85, 91 | Öffentliche Einrichtungen Gebietskörperschaften Erziehung und Unterricht (Schulen, Heime) Gesundheits- und Sozialwesen (Kliniken/Krankenhäuser, Alten- und Pflegeheime, Sanatorien), Interessenvertretungen | 7,0 | 336 | 307 | 29 |
| 55, 741-744 7484/9303 | Dienstleistungsgewerbe (außer Reinigung) Gastronomie, Beratung/Planung/Werbung, Sonstiges | 3,1 | 149 | 145 | 4 |
| 50, 51, 52 5272/52742 | Handel, Handelsvertretungen Groß- und Einzelhandel und deren Service-Unternehmen | 2,8 | 134 | 119 | 15 |
| 15-37 | Industrie Produzierendes Gewerbe | 8,4 | 404 | 322 | 82 |
| | Sonstige Empfänger Institute, Versicherungen, Berufsorganisationen, Sachverständige | 1,5 | 72 | 62 | 10 |
| | Ohne Angabe | 1,5 | 72 | 38 | 34 |
| | Tatsächlich verbreitete Auflage | 100,0 | 4.801 | 4.004 | 797 |

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

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

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

Kurzfassung der Erhebungsmethode (AMF-Schema 2)

1. Beschaffenheit der Datei:

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

2. Untersuchungsmethode:

Verbreitungs-Analyse durch Dateiauswertung – Total-Erhebung

3. Tag der Datei-Auswertung: 04. 08. 2011

4. Struktur der Empfängerschaft:

| | | | |
|--|--------|--|--|
| a) Gesamtzahl der Empfänger in der Datei: | 27.189 | | |
| b) Empfängerstruktur nach Vertriebsformen: | | | |
| – verkaufte Auflage | 2.955 | | |
| – ständige Freistücke | 159 | | |
| – wechselnde Freistücke | 1.445 | | |
| – Einzelverkauf | 0 | | |
| – Werbeexemplare | 242 | | |
| Tatsächlich verbreitete Auflage (ivA) | 4.801 | | |
| – davon Inland | 4.004 | | |
| – davon Ausland | 797 | | |

5. Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

| | | |
|--|-------|---------|
| Grundgesamtheit (ivA) | 4.801 | 100,0 % |
| Davon in der Untersuchung nicht erfasst | 318 | 6,6 % |
| – Einzelverkauf | 0 | |
| – Werbeexemplare | 242 | |
| – über Buchhandel geliefert | 76 | |
| Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (ivA) | 4.483 | 93,4 % |

6. Beschreibung der Erhebung:

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

7. Zielperson der Untersuchung: entfällt

8. Definition des Lesers: entfällt

9. Schwankungsbreite: entfällt

10. Durchführung der Untersuchung: Verlag

11. Zeitraum der Untersuchung: Juli 2011

Kurzfassung der Erhebungsmethode (AMF-Schema 3-E)

1. Beschaffenheit der Datei:

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

2. Untersuchungsmethode:

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

3. Tag der Datei-Auswertung: 04. 08. 2011

4. Struktur der Empfängerschaft:

| | | | |
|--|--------|--|--|
| a) Gesamtzahl der Empfänger in der Datei: | 27.189 | | |
| b) Empfängerstruktur nach Vertriebsformen: | | | |
| – verkaufte Auflage | 2.955 | | |
| – ständige Freistücke | 159 | | |
| – wechselnde Freistücke | 1.445 | | |
| – Einzelverkauf | 0 | | |
| – Werbeexemplare | 242 | | |
| Tatsächlich verbreitete Auflage (ivA) | 4.801 | | |
| – davon Inland | 4.004 | | |
| – davon Ausland | 797 | | |
| c) Gesamtzahl der wechselnden Empfänger (Wechsel nach jeder Ausgabe) | 24.751 | | |

5. Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

| | | |
|--|-------|---------|
| Grundgesamtheit (ivA) | 4.801 | 100,0 % |
| Davon in der Untersuchung nicht erfasst | 318 | 6,6 % |
| – Einzelverkauf | 0 | |
| – Werbeexemplare | 242 | |
| – über Buchhandel geliefert | 76 | |
| Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (ivA) | 4.483 | 93,4 % |

6. Beschreibung der Erhebung:

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

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

Mitteilungen der Empfänger; Messekataloge

Ausschöpfung für das Branchenmerkmal 25.869 95,1 %

Keine Angaben in der Datei 1.320 4,9 %

27.189 100,0 %

7. Zielperson der Untersuchung: entfällt

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

8. Definition des Lesers: entfällt

9. Schwankungsbreite: entfällt

10. Durchführung der Untersuchung: Verlag

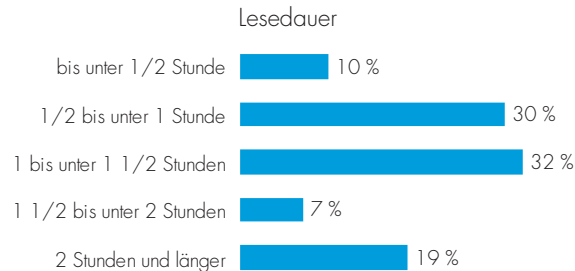
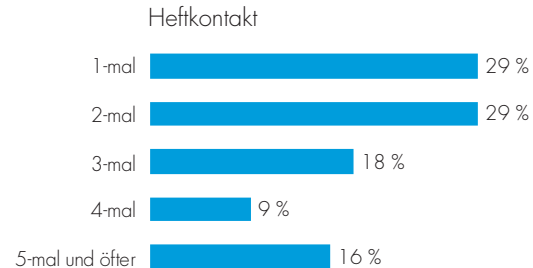
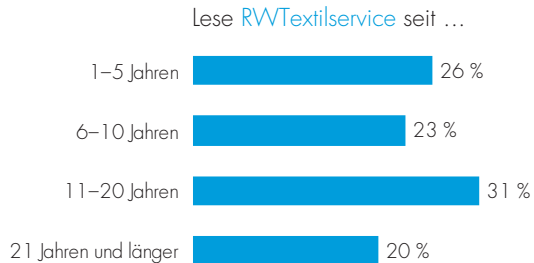
11. Zeitraum der Untersuchung: Juli 2011

HOHE AFFINITÄTEN

RWTextilservice wird im Durchschnitt seit gut **14 Jahren** gelesen.

Die Leser von RWTextilservice nehmen das Heft im Durchschnitt **3-mal** zur Hand.

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

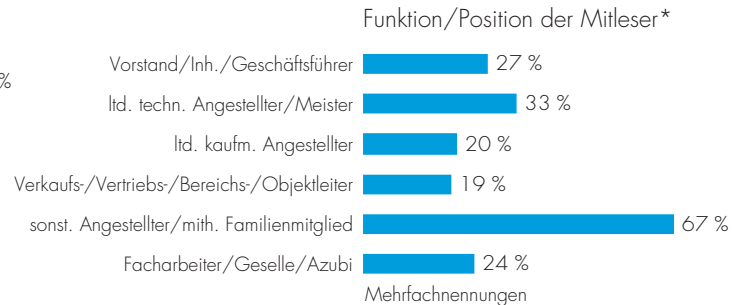
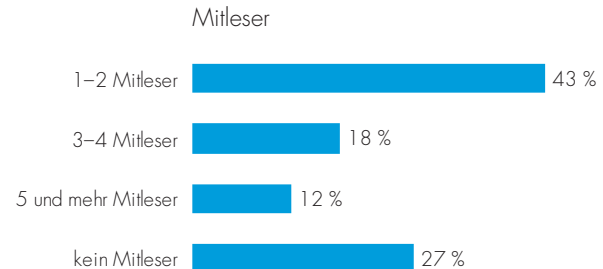
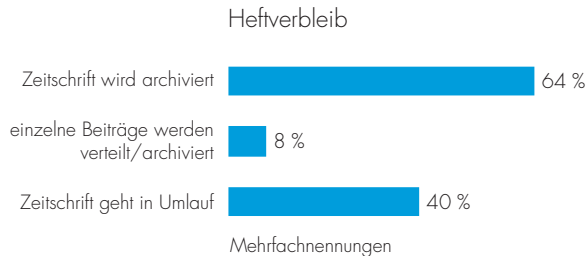


Quelle: Leseranalyse 2010
Basis: 154 Abonnenten in Deutschland

KOMPETENTE KOMMUNIKATOREN

RWTextilservice wird im Durchschnitt noch von weiteren **2,2 Personen** gelesen.

64 % archivieren das komplette Heft, bei 40 % geht es in den Umlauf.

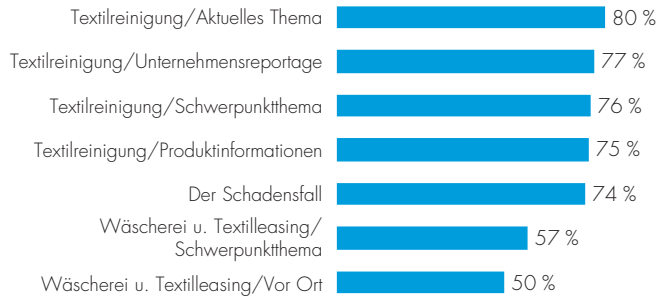


Quelle: Leseranalyse 2010

Basis: 154 Abonnenten in Deutschland; *Neue Basis: Mitleser

HEFTAKZEPTANZ/INFORMATIONSBEDARF

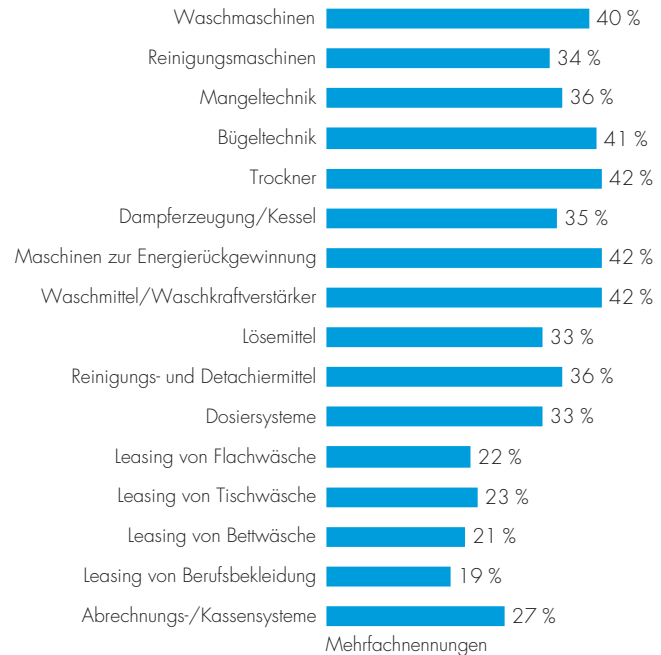
Beurteilung der Rubriken*



Beurteilung redaktioneller Inhalte**



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

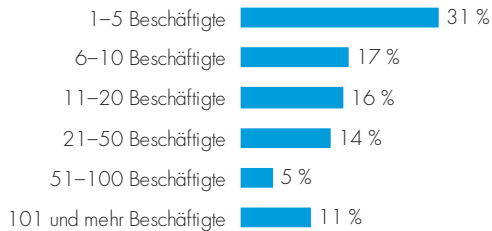


Quelle: Leseranalyse 2010

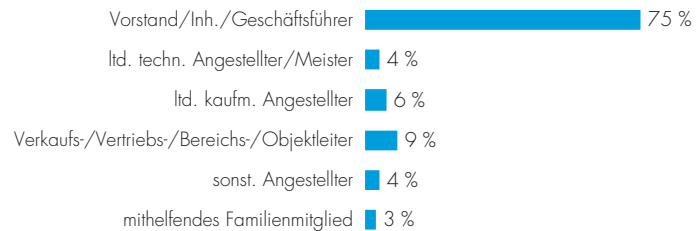
Basis: 154 Abonnenten in Deutschland; *gefällt sehr gut/gut; **Stufe 1 + 2 auf 6er-Skala; ***Anzeigen/Einhefter/Beilagen

BETRIEBLICHE ANGABEN/INFORMATIONSVERHALTEN

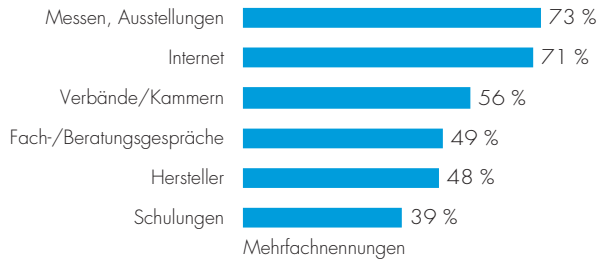
Betriebsgröße



Funktion/Position des Befragten



Sonstige berufliche Informationsquellen



Zur Untersuchung:

Telefonische Befragung bei 154 Abonnenten.

Stichprobe analog zur Abonnentendatei nach Berufsgruppen.

Durchführung der Untersuchung:

Dierks Markt- und Medienforschung, Pirmasens

Feldinstitut: Foerster&Thelen GmbH, Bochum

Juli 2010.

Quelle: Leseranalyse 2010

Basis: 154 Abonnenten in Deutschland

- 1 Web-Adresse (URL):** <http://www.rwtextilservice.de>
- 2 Kurzcharakteristik:** Umfangreiches Internet-Angebot für die Textilpflegebranche: Themen der aktuellen Ausgabe, Themenpakete, Verbandsinformationen, Branchennachrichten, Betriebsführung, Stellen- und Rubrikanzeigen, Ausrüster-Datenbank, Schadensfall-Datenbank, Heftarchiv.
- 3 Zielgruppe:** Textilreinigungen, Wäschereien und Textil-Leasing-Unternehmen
- 4 Verlag:** Holzmann Medien GmbH & Co KG
Gewerbstraße 2, D-86825 Bad Wörishofen
Postfach 13 42 und 13 43, D-86816 Bad Wörishofen
Telefon: 0 82 47/3 54-01, Fax: 0 82 47/3 54-1 70
Internet: www.holzmann-medien.de
www.rw-textilservice.de
E-Mail: anzrw@holzmann-medien.de
- 5 Ansprechpartner:** Angela Holzwarth (verantwortlich)
Telefon: 0 82 47/3 54-1 62, Fax: 0 82 47/3 54-41 62
E-Mail: angela.holzwarth@holzmann-medien.de
-
- 6 Zugriffskontrolle:** nicht erhoben
- 7 Zugriffe:** Visits auf Anfrage
Page Impressions auf Anfrage
-
- 8 Datenanlieferung:** mindestens 1 Woche vor Schaltbeginn per E-Mail an angela.holzwarth@holzmann-medien.de
Dateiformate: GIF, JPEG, HTML, Flash
Die Ziel-URL muß mit der Variablen „clickTag“ versehen werden.
Dateigröße: 15 KB, je nach Werbeform größer möglich (auf Anfrage)
- 9 externer AdServer-Einsatz:** -

10 Werbeformen und Preise: Allen Preisen ist der jeweils gültige gesetzliche Mehrwertsteuersatz hinzuzurechnen.

| Werbeform | Format (Breite x Höhe) | TKP |
|---|---|-------------------------------------|
| Fullsize Banner | 468 x 60 Pixel | 40,- € |
| Halfsize Banner | 234 x 60 Pixel | 30,- € |
| Superbanner / Bigsize | 728 x 90 Pixel | 60,- € |
| BanderoleAd | 770 x 250 Pixel | 105,- € |
| PopUp PopUnder | 200 x 300 Pixel 400 x 300 Pixel | 80,- € |
| ContentAd (Medium Rectangle) | 300 x 250 Pixel | 75,- € |
| FlashLayer | 400 x 400 Pixel | 100,- € |
| Skyscraper Wide Skyscraper Expandable Skyscraper | 120 x 600 Pixel 160 x 600 Pixel 420 x 600 Pixel | 65,- € 65,- € 70,- € |
| TandemAd TripleAd | | 105,- € 110,- € |
| Wallpaper | 728 x 90 Pixel 160 x 600 Pixel | 110,- € |
| VideoAd | Details auf Anfrage | auf Anfrage |
| Logo | 70 x 20 Pixel | 100,- € / Monat |

Detaillierte Informationen zu den Werbeformen finden Sie auf Seite 18/19.
Auf den Bannerplätzen können mehrere Banner rollieren.
Bitte erfragen Sie rechtzeitig vor Auftragserteilung die Verfügbarkeiten.

Newsletter: RWTextilservice aktuell

- Erscheinungsweise:** monatlich, Termine auf Anfrage
Rubriken: Meine Branche, Der aktuelle Schadensfall, Aus der Forschung, Die Redaktion empfiehlt, Betriebsführung, Heftvorschau, Anzeigenmarkt.
- Werbemöglichkeiten:** Fullsize Banner 468 x 60 Pixel (nicht animiert) 200,00 €/Newsletter
Bild-Text-Anzeige 150,00 €/Newsletter
Text: ca. 400 Zeichen inkl. Leerzeichen + Link-Adresse
Bild/Grafik von 100 x 100 bis 150 x 150 Pixel,
Bildauflösung 72 dpi

- Sonderwerbformen:** Eintrag in der Ausrüster-Datenbank
- **Der Grundeintrag,** der aus Firmenadresse und E-Mail besteht, ist kostenlos.
 - **Der Spezialeintrag** mit Internet-Adresse (verlinkt), Firmenprofil, Firmenlogo und Angabe von max. 15 Produkten kostet 20,- € pro Monat.
 - **Der Premiueintrag** enthält außerdem die Adressen Ihrer Niederlassungen und Beteiligungen und kostet 30,- € pro Monat. Zusätzlich können Sie hier komplette PDF-Seiten in die Datenbank für weitere 10,- € je Seite und Monat stellen.

11 Rabatte: keine

12 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: POFICHBEXX

Modalitäten Online-Werbung

Abrechnungsmodus

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

Beispiel: TKP 40,- € und 10.000 AdImpressions = 400,- €

Erfolgskontrolle

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

handwerks-
channel

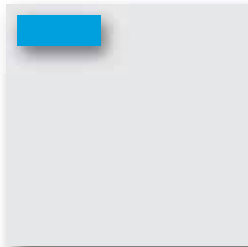
Exklusiver Zugang zur Zielgruppe
Mittelstand Handwerk!
Branchenübergreifend
und mit hoher Reichweite.

Informieren sie sich unter www.handwerks-channel.de



Fullsize Banner (468 x 60 Pixel)

Die etablierte Werbeform im Internet mit flexiblen Einsatzmöglichkeiten.



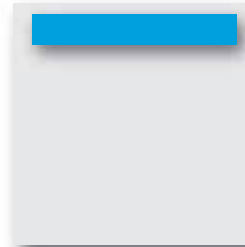
Halfsize Banner (234 x 60 Pixel)

Die kleinere Variante der bewährten Standard-Werbeform



ContentAd/Medium Rectangle (300 x 250 Pixel)

Prominente Platzierung im redaktionellen Umfeld der Website. Durch die zentrale Platzierung ist dieses Werbemittel permanent sichtbar und rückt in das Blickfeld des Users.



Superbanner (728 x 90 Pixel)

Expandable Superbanner (max. 728 x 250 Pixel)

Aufmerksamkeitsstarkes Werbeformat mit vollflächiger Präsenz in der Bannerleiste. Einsatz im sofort sichtbaren Bereich mit großem kreativen Gestaltungsspielraum.

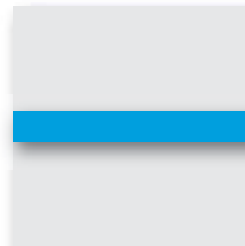


Skyscraper (120 x 600 Pixel)

Wide Skyscraper (160 x 600 Pixel)

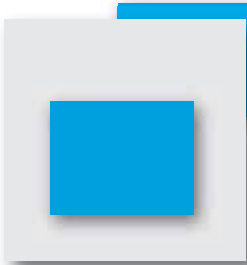
Expandable Skyscraper (max. 420 x 600 Pixel)

Der Skyscraper wird am rechten Bildschirmrand neben dem Content platziert. Diese Werbeform zeichnet sich durch großen kreativen Gestaltungsspielraum und die sehr gute Wahrnehmung durch den User aus.



BanderoleAd (770 x 250 Pixel)

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



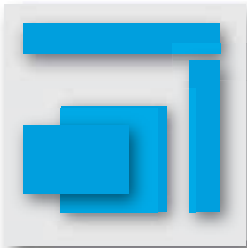
PopUp (200 x 300 Pixel)
PopUnder (400 x 300 Pixel)

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



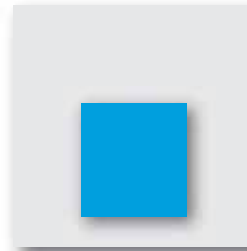
Wallpaper

Kombination aus Superbanner und Skyscraper. Wallpaper färben meist den oberen und rechten Seitenrand der Website ein. Ein aufmerksamkeitsstarkes Werbemittel, welches den Wiedererkennungswert stark erhöht.



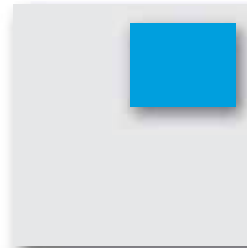
TandemAd/TripleAd

Die Auslieferung von gemeinsam agierenden klassischen Werbemitteln dient einer äußerst starken Wahrnehmung. Kombinationen von einem Flashlayer, Superbanner, Skyscraper oder ContentAd/Medium Rectangle.



FlashLayer (400 x 400 Pixel)

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

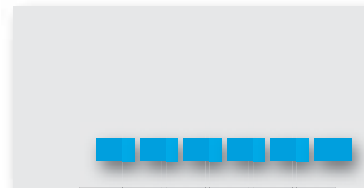


VideoAd

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

Format/Position

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



Logo (70 x 20 Pixel)

Verlinktes Firmenlogo im Logobook.

Für die Schaltung von Anzeigen und sonstigen Werbemitteln in den Print- und Onlinemedien der Holzmann Medien GmbH & Co. KG („Holzmann“), 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 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. Textinlanzeigen 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 verpflichtet, 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 Wiederabgleichtheit 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 Erfüllungshelfers. 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 Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

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

15. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden bankübliche Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Holzmann kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist Holzmann berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages zum Anzeigenschlusstermin und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

16. Holzmann liefert auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des 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 Auflagenminderung kann – vorbehaltlich der Regelung der Ziffer 18 dieser AGB – nach Maßgabe des Satzes 2 bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten

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

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

Eine Auflagenminderung aus Gründen der Ziffer 24 bleibt unberücksichtigt. Als Garantieauflage gilt die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder, wenn eine Auflage nicht genannt ist, die durchschnittlich verkaufte Auflage des vorausgegangenen Kalenderjahres. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisreduzierungsansprüche 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. Abwechslung von Ziffer 17 dieser AGB berechtigt eine Auflagenminderung von Titeln, die heftbezogene Auflagenangaben veröffentlichen, nur dann zu einer Preisminderung, wenn und soweit sie bei einer Auflage (Garantieauflage) von bis zu 500.000 Exemplaren 10 v.H. und bei einer Auflage (Garantieauflage) von über 500.000 Exemplaren 5 v.H. überschreitet. Eine Auflagenminderung aus Gründen der Ziffer 24 bleibt unberücksichtigt. Die der Garantie zugrunde liegende Auflage ist die gesamte verkaufte Auflage im Sinne der Definition der IVW. Sie errechnet sich für das Insertionsjahr aus dem 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 Preisminderung ist ein rabattfähiger Abschluss auf Basis der Mengenstaffel und für mindestens drei Ausgaben. Grundlage für die Berechnung der Preisminderung ist der Auftrag pro Unternehmen, soweit nicht bei Auftragserteilung eine Abrechnung nach Marken, die bei Auftragsunterteilung 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 Naturalgutschrift oder, wenn dies nicht mehr möglich ist, als Entgelt. Ein Anspruch auf Rückvergütung besteht nur, wenn die Rückvergütungssumme mindestens 2.500,00 Euro beträgt.

19. Bei Ziffernangaben wendet Holzmann für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Ziffernangaben werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Ziffernangaben werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet Holzmann zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Holzmann kann 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 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 beansprucht, ist der schriftliche Nachweis des Konzernstatus des Werbungtreibenden erforderlich. Konzernverbundene Unternehmen im Sinne dieser Bestimmung sind Unternehmen, zwischen denen eine kapitalmäßige Beteiligung von mindestens 50 Prozent besteht. Der Konzernstatus ist bei Kapitalgesellschaften durch Bestätigung eines Wirtschaftsprüfers oder durch Vorlage des letzten Geschäftsberichtes, bei Personengesellschaften durch Vorlage eines Handelsregisterauszuges nachzuweisen. Der Nachweis muss spätestens bis zum Abschluss des Insertionsjahres erbracht werden. Ein späterer Nachweis kann nicht rückwirkend anerkannt werden. Konzernrabatte bedürfen in jedem Fall der ausdrücklichen, schriftlichen Bestätigung durch Holzmann. Konzernrabatte werden nur für die Dauer der Konzernzugehörigkeit gewährt. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzuzeigen; mit der Beendigung der Konzernzugehörigkeit endet auch die Konzernrabattierung.

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

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

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

25. Jeder Auftrag wird unter Berücksichtigung der geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen abgewickelt. Holzmann ist berechtigt, Bruttowertbeurteilungen 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 Farproof mit Medienkeil zuverläßig verarbeitet werden. Ohne Farproof können Farbabweichungen entstehen. Diese begründen keinen Preisreduzierungsanspruch.

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

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

1 Circulation:

Print run: 5,000 copies
Total circulation: 4,801 copies
Annual average (AMF 2, No. 17)

2 Magazine format:

DIN A4
210 mm wide x 297 mm high with bleed
216 mm wide x 307 mm high without bleed
3 mm bleed on each side,
5 mm bleed at the top and at the bottom
(see information sheet „formats“)

Type area:

185 mm wide, 260 mm high
4 columns width 43 mm
3 columns width 58 mm
(for page layout, see information sheet “formats“)

3 Printing process:

Offset Euro scale according to DIN ISO 12647-2, colour sequence black/blue/red/yellow.
Please send us your artwork in digital form. Further information on page 24 or at www.rw-textilservice.de.

7 Advertisement formats and prices: Discount only from b/w price

4 Terms:

Frequency of publication: monthly, 12 issues
Publication date: see schedule and topic plan
Deadline for ads: see schedule and topic plan
Printing material: see schedule and topic plan

5 Publishing house:

Holzmann Medien GmbH & Co KG
Postal address: Holzmannstraße 2, D-86825 Bad Wörishofen
PO Box 13 42 und 13 43, D-86816 Bad Wörishofen
www.holzmann-medien.de, www.rw-textilservice.de
Internet:

6 Payment terms:

After publication, within 14 days from invoice date without deduction. 2 % discount for payment in advance.
USt-Ident-Nr. DE 129 204 092

Payment possibilities:

Sparkasse Memmingen (BLZ 731 500 00), Account 101 709
IBAN: DE 50 7315 0000 0000 1017 09, BIC: BYLADEM1MUM
Postbank München (BLZ 700 100 80), Account 17 930-807
IBAN: DE07 7001 0080 0017 9308 07, BIC: PBNKDEFF
For payments from Austria:
BAWAG P.S.K., (BLZ 60 000), Account 1 337 198
IBAN: AT27 6000 0000 0133 7198, BIC: OPSKATWW
For payments from Switzerland: Postfinance, Account 80-54743-1
IBAN: CH55 0900 0000 8005 4743 1, BIC: POFICHBEXX

| Size | width mm × height mm | b/w € | 2-coloured € | 3-coloured € | 4-coloured € |
|----------|------------------------------|---------|--------------|--------------|--------------|
| 1/1 page | 185 × 260 mm | 2,505.– | 3,060.– | 3,115.– | 4,170.– |
| 3/4 page | 137 × 260 mm or 185 × 192 mm | 2,015.– | 2,445.– | 2,875.– | 3,305.– |
| 2/3 page | 122 × 260 mm or 185 × 166 mm | 1,780.– | 2,160.– | 2,540.– | 2,920.– |
| 1/2 page | 90 × 260 mm or 185 × 128 mm | 1,340.– | 1,625.– | 1,910.– | 2,195.– |
| 1/3 page | 59 × 260 mm or 185 × 83 mm | 915.– | 1,110.– | 1,305.– | 1,500.– |
| 1/4 page | 43 × 260 mm or 185 × 62 mm | 690.– | 835.– | 980.– | 1,125.– |
| | or 90 × 128 mm | | | | |
| 1/8 page | 43 × 128 mm or 90 × 62 mm | 360.– | 435.– | 510.– | 585.– |
| | or 185 × 30 mm | | | | |

| | | | | | |
|---|--------------|----------------|---------|---------|----------------|
| Cover page + | 190 x 190 mm | | | | 4,250.- |
| Cover page explanation inside the copy | 185 x 83 mm | | | | |
| Junior-Page | 139 x 175 mm | 1,480.- | 1,765.- | 2,050.- | 2,335.- |

Millimetre price single-column (43 mm) **3.00** colour surcharge 25 % from b/w-price

Millimetre price for trade directory single-column (58 mm) **1.80** **2.30**

(minimum size 20 mm high, minimum appearance term: 6 months, 12 months with 10% discount)

8 Surcharges: (not subject to discount)

8.1 Colour surcharges:

for one colour

1/1 page 555,- € 1/2 page 285,- €

3/4 page 430,- € 1/3 page 195,- €

2/3 page 380,- € 1/4 page 145,- €

Minimum 75,- €.

Special colours or colours which are not possible to obtain through four-colour-printing of the Euro scale-colours must be arranged with the advertisement-department.

8.2 Placement

Binding placement requirements (possible from half-page): 10 % from b/w-price

8.3 Surcharges for formats:

Printing through inside margin 10 % from b/w-price

Bleed, special formats 10 % from b/w-price

9 Classified ads:

see price-list No. 39/G

10 Special advertising possibilities:

on inquiry

11 Discounts: for adverts during one year, beginning with the first ad.

frequency discount rate

2 times 5 %

4 times 10 %

6 times 15 %

9 times 20 %

12 times 25 %

volume discount rate

1 page 5 %

3 pages 10 %

6 pages 15 %

9 pages 20 %

12 pages 25 %

No discount on colour surcharges, surcharges for formats, cover pages, loose inserts, postage, postcards and technical costs.

12 Combination:

If you book further advertisements in other magazines from Holzmann Medien within a month, we give additional to the volume/frequency discount a combination discount of 5 %.

13 Bound inserts:

Format DIN A4, untrimmed, 307 mm high, 216 mm wide until 170 g/m² paper weight each sheet

2 pages (1 sheet) 2,840.- €

4 pages (2 sheet), folded 5,250.- €

delivery: 5,100 copies

(discount: 1 bound insert = 1 page advertisement)

14 Loose inserts:

Maximum format: 205 mm x 294 mm

| | | |
|------------|--------------------|-----------|
| weight | price per thousand | total |
| up to 25 g | 290.- € | 1,450.- € |
| up to 35 g | 375.- € | 1,875.- € |
| up to 50 g | 455.- € | 2,275.- € |

+ postage up to 20 g, price per thousand 12.- €

up to 30 g, price per thousand 17,80 €,

currently valid delivery: 5,100 copies

15 Glued-on advertising material:

Price for loose inserts (No. 14) plus technical costs

Postcards manually glued on: price per thousand 166.- €

Postcards automatically glued on: price per thousand 98.- €

+ postage,

currently valid delivery: 5,100 copies

16 Delivery address for Pos. 13-15:

Holzmann Druck, Code RWTextilservice No./12,
Gewerbestraße 2, 86825 Bad Wörishofen



Advertisements are published in the print-title and at www.rw-textilservice.de

| Size | width x height in mm | Situations vacants/ other classified advertisements print + online | Situations wanted print + online |
|---------------------------------------|-------------------------|--|-------------------------------------|
| 1/32 page | 90 x 15 | 89.- € | 44.50 € |
| 1/16 page | 90 x 30 | 171.- € | 85.50 € |
| 1/8 page | 90 x 60 | 341.- € | 170.50 € |
| 1/4 page high | 90 x 123 | 668.- € | 334.00 € |
| 1/4 page cross | 185 x 60 | 668.- € | 334.00 € |
| 1/2 page high | 90 x 250 | 1,310.- € | 655.00 € |
| 1/2 page cross | 185 x 123 | 1,310.- € | 655.00 € |
| 1/1 page | 185 x 250 | 2,565.- € | 1,280.00 € |
| millimetre price min. height 15 mm | 90 mm wide | 5.90 € | 2.95 € |

Box rate: 5.50 €, colour surcharge for each colour 25 % from basic price, minimum surcharge 75.- € per each visible colour

Discount: From 1/16 page up, see point 11 price list 39. We credit the discount at the end of the year retroactive to the total turnover of the year.

Print documents in digital form:

Files: 300 dpi

File format: high-resolution printable PDF files, test print or proof (colour binding).

Media: FTP-access available on request
Email:

angela.holzwarth@holzmann-medien.de

Data carrier: CD-ROM, disk, Zip, e-mail

In case of transmission problems or further questions please contact
Angela Holzwarth

(Phone: 00 49 (0) 82 47/3 54-1 62)

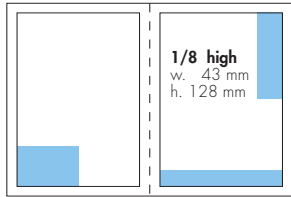
Please note: A binding colour reproduction can only be guaranteed when a proof is supplied. The publisher will not accept responsibility for incorrect data/ records.

Order placing with ad copy in advance to Holzmann Medien,
Advertisement Dept. 'rwt',
Gewerbestraße 2,
86825 Bad Wörishofen,
Fax 00 49 (0) 82 47/3 54-41 62.

For detailed information on print layouts in digital format please see our web site at www.rw-textilservice.de

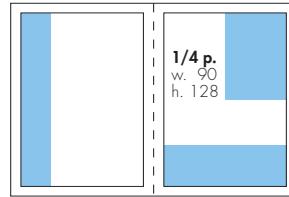
Saving of printing material:
one year

Trim sizes are inclusive of bleed: 5 mm at top and bottom, 3 mm on either side.



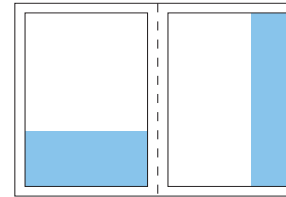
1/8 page
width 90 mm
height 62 mm

1/8 page horiz.
width 185 mm
height 30 mm



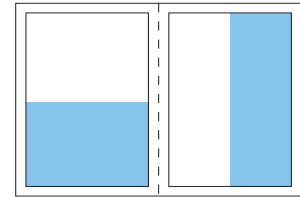
1/4 page high
width 43 mm
height 260 mm

1/4 page horiz.
width 185 mm
height 62 mm



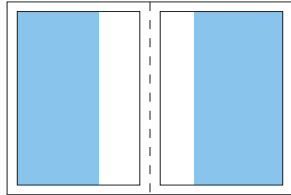
1/3 page horiz.
width 185 mm
height 83 mm

1/3 page high
width 59 mm
height 260 mm



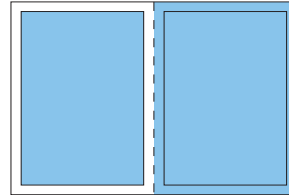
1/2 page horiz.
width 185 mm
height 128 mm

1/2 page high
width 90 mm
height 260 mm



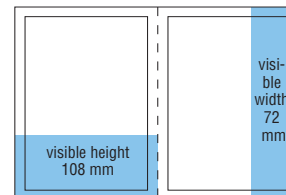
2/3 page high
width 122 mm
height 260 mm

3/4 page high
width 134 mm
height 266 mm



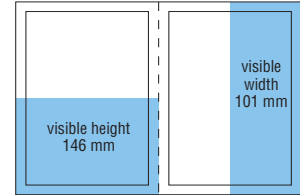
**1/1 page,
type area**
width 185 mm
height 260 mm

**1/1 page
with bleed**
width 216 mm
height 307 mm



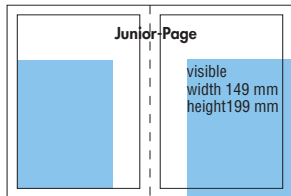
**1/3 page horiz.
with bleed**
width 216 mm
height 113 mm

**1/3 page high
with bleed**
width 75 mm
height 307 mm



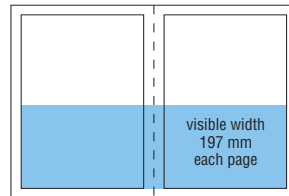
**1/2 page horiz.
with bleed**
width 216 mm
height 151 mm

**1/2 page high
with bleed**
width 104 mm
height 307 mm

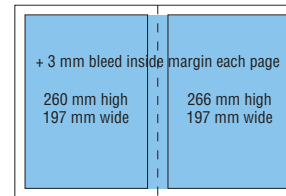


without bleed
width 139 mm
height 175 mm

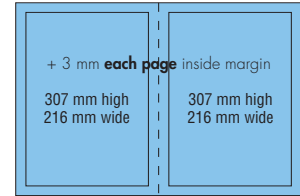
with bleed
width 152 mm
height 204 mm



**2x 1/2 pages printed through
inside margin**
each 200 mm wide, 128 mm high



**2/1 pages type area, printed through
inside margin, each 260 mm high, 197 mm
wide + 3 mm bleed inside margin**



2/1 pages with bleed each page
307 mm height, 216 mm width

Please pay attention: Advertisements which are printed through inside margin should have – additional to the bleed of 3 mm on either side – further 3 mm overlapping at each page if text and pictures go through inside margin.

| Issue | ED = Editorial deadline AD = Advertising deadline/ Printing material PD = Publication date | Topics | Trade Fairs/Events |
|----------------------|---|---|---|
| 1 January | ED: 12/02/2011 AD: 12/09/2011 PD: 01/02/2012 | Drycleaning companies: ironing and finishing Laundry: washing machines, washing installations, dryer Textile leasing: flat, table and bed linen, hand towels Preliminary report Heimtextil | Heimtextil – Frankfurt/Main, 01/11 to 01/14/2012 |
| 2 February | ED: 01/09/2012 AD: 01/16/2012 PD: 02/01/2012 | Drycleaning companies: wet cleaning Laundry: mangle and finishing technology Textile leasing: resources – membranes, fibres and fabrics applicable for textile leasing | TV – TecStyle Visions, Stuttgart, 02/02 to 02/04/2012 |
| 3 March | ED: 02/06/2012 AD: 02/17/2012 PD: 03/01/2012 | Drycleaning companies: washing and drycleaning machines, dryers Laundry: software solutions Textile leasing: textile finishing – embroiding, emblems Review Heimtextil Special pages: Textile hygiene in nursing homes and clinics Preliminary report Altenpflege | Internorga – Hamburg, 03/09 to 03/14/2012 IHM – München, 03/14 to 03/20/2012 Altenpflege – Hannover, 03/27 to 03/29/2012 |
| 4 April | ED: 03/12/2012 AD: 03/19/2012 PD: 04/02/2012 | Drycleaning companies: economy and ecology – waste management of solvents Laundry: economy and ecology, sewage water technology, heat recovery, steam generation, energy technology Textile leasing: workwear, individual protection outfit, fabrics Fair issue and fair planner Texcare International | |
| 5 May | ED: 04/12/2012 AD: 04/19/2012 PD: 05/02/2012 | Drycleaning companies: stain removing and technical equipment, hangers and clothbrushes Laundry: sorting and transportation systems, laundry container Textile leasing: flat linen, fabrics and operation textiles, incontinence mats Review Altenpflege | Texcare International – Frankfurt, 05/05 to 05/09/2012 IFAT ENTSORGA, –München, 05/07 to 05/11/2012 |

| | | | |
|-----------------------|--|---|---|
| 6 June | ED: 05/14/2012 AD: 05/21/2012 PD: 06/01/2012 | Drycleaning companies: transportation and outputting systems, packaging machines and equipment Laundry: washing substances, dosing systems Textile leasing: flat, table and bed linen Review Texcare I | |
| 7 July | ED: 06/11/2012 AD: 06/18/2012 PD: 07/02/2012 | Drycleaning companies: ironing and finishing Laundry: washing machines, washing installations, dryers Textile leasing: workwear and fabrics Review Texcare II | |
| 8 August | ED: 07/09/2012 AD: 07/16/2012 PD: 08/01/2012 | Drycleaning companies: cleanings substances, stain removers, coating Laundry: identification and marking systems Textile leasing: dust control mats | |
| 9 September | ED: 08/06/2012 AD: 08/13/2012 PD: 08/31/2012 | Drycleaning companies: charging and labelling Laundry: logistics and fleet management Textile leasing: flat linen, fabrics and operation textiles, incontinence mats | hogatec – Internationale Fachmesse Hotellerie, Gastronomie, Gemeinschaftsverpflegung – Essen, 09/02 to 09/05/2012 |
| 10 October | ED: 09/03/2012 AD: 09/10/2012 PD: 10/01/2012 | Drycleaning companies: economy and ecology – waste management of solvents Laundry: finishing and mangle technology Textile leasing: resources - membranes, fibres and fabrics applicable for textile leasing | Rehacare – Düsseldorf, 10/10 to 10/13/2012 Arbeitsschutz Aktuell – Das Präventionsforum, Augsburg, 10/16 to 10/18/2012 |
| 11 November | ED: 10/08/2012 AD: 10/17/2012 PD: 11/05/2012 | Drycleaning companies: wet cleaning Laundry: economy and ecology, sewage water technology, heat recovery, steam generation, energy technology Special pages: workwear and individual protection outfit | Medica – Düsseldorf, 11/14 to 11/17/2012 |
| 12 December | ED: 11/07/2012 AD: 11/14/2012 PD: 11/30/2012 | Drycleaning companies: washing- and drycleaning machines, dryers Laundry: washing substances, dosing systems Textile leasing: flat, table and bed linen | |

Subject to change without notice

Regular topics:

Reports in companies • management • reports of meetings • research • tax & law • current industry developments and products • case of damage/complaints.

For further suggestions of subjects please contact our editor Elena Schönhaar, phone 00 49 (0) 82 47/3 54-2 61, fax 00 49 (0) 82 47/3 54-42 61, E-Mail: elena.schoenhaar@holzmann-medien.de.

1 Brief description: 'RWTextilservice' reports monthly about the latest developments in the textile care industry. Readers will find it valuable primarily due to how its themes are selected. Praxis-oriented user reports and feature articles about companies show entrepreneurs and executives in the business of dry cleaning, laundry washing and textile leasing how they can optimize the business processes at their companies. In addition, the editors work closely together with research institutes and trade associations in the industry. Machinery manufacturers, textile care product suppliers and the textile industry provide the trade journal with the chance to inform their readers about new products and process techniques. 'RWTextilservice' has a monthly print run of 5,000 copies, distributed mainly in Germany, Austria and Switzerland.

- 2 Frequency of publication:** monthly
- 3 Volume:** Volume 111 in 2012
- 4 Web-address:** www.rw-textilservice.de
- 5 Membership:** –
- 6 Medium:** RWTextilservice is in close cooperation with the Austrian association of textile cleaning companies
- 7 Publisher:** Alexander Holzmann
- 8 Publishing house:** Holzmann Medien GmbH & Co KG
Postal address: P.O. Box 13 42, D-86816 Bad Wörishofen
Street address: Gewerbestraße 2, D-86825 Bad Wörishofen
Phone: 00 49 (0) 82 47/3 54-01
Fax: 00 49 (0) 82 47/3 54-170
Internet: www.rw-textilservice.de
 www.holzmann-medien.de
 anzrw@holzmann-medien.de
- E-Mail:**
- 9 Editor:** Elena Schönhaar (responsible)
 Address: see Publishing House
 Phone 00 49 (0) 82 47/3 54-2 61,
 Fax 00 49 (0) 82 47/3 54-42 61
 Email: elena.schoenhaar@holzmann-medien.de

- 10 Advertising:** Angela Holzwarth (responsible)
 Address: see Publishing House
 Phone 00 49 (0) 82 47/3 54-1 62,
 Fax 00 49 (0) 82 47/3 54-41 62
 Email: angela.holzwarth@holzmann-medien.de
- 11 Distribution:** Corinna Zippan (responsible)
 Address: see Publishing House
 Phone 00 49 (0) 82 47/3 54-2 95,
 Fax 00 49 (0) 82 47/3 54-42 95
 Email: corinna.zippan@holzmann-medien.de
- 12 Subscription price 2012:**
- | | | |
|---------------------|---------|-----------------------------------|
| Annual subscription | Germany | 89.00 € (incl. VAT* and postage) |
| | Abroad | 103.40 € (incl. VAT* and postage) |
| Single retail price | | 8.50 € (incl. VAT* and postage) |
- 13 ISSN:** 0942-9263
- 14 Volume analysis:** 2010 = 12 copies
- Magazine format:** DIN A4
- Total pages:** 876 pages = 100.0 %
- Editorial section:** 649 pages = 74.1 %
- Advertising section:** 227 pages = 25.9 %
-
- | | |
|----------------------------------|-------------------|
| of them: job and occasional ads: | 24 pages = 10.6 % |
| bound inserts: | 24 pages = 10.6 % |
| own publishing-house ads: | 50 pages = 22.0 % |
-
- Loose inserts:** 6 pieces
- 15 Content analysis:** Not surveyed



16 Circulation control:

17 Circulation analysis:

Average circulation within one year
(July 1st. 2010 – June 30th. 2011)

| | | |
|---|-----------------------|----------------|
| Print run: | 5,125 | of them abroad |
| Total circulation: | 4,801 | 797 |
| Paid circulation: | 2,955 | 762 |
| – Subscriptions: | 2,323 | 742 |
| | of them are | |
| | 584 membership copies | 574 |
| | 6 multiple copies | 1 |
| – other sales: | 632 | 20 |
| – single sales: | 0 | |
| Free copies: | 1,846 of them | 35 |
| | 126 laid out | 17 |
| | 1 lay out location | 1 |
| Rest, archive and voucher copies | 324 | |

Circulation of the foreign press run:

| | | |
|--|----------|-----|
| Europe | 99.47 % | 793 |
| German speaking countries | 88.07 % | 702 |
| Austria | 80.46 % | 641 |
| Switzerland | 7.48 % | 60 |
| Liechtenstein | 0.13 % | 1 |
| European Community-countries (without Germany, Austria) | 11.14 % | 89 |
| Central/Eastern Europe countries including GUS-states | 0.26 % | 2 |
| Non-European countries | 0.53 % | 4 |
| Foreign countries | 100.00 % | 797 |

18 Geographical circulation analysis:

| Economic area | Quota of real circulated press run % | copies |
|--------------------------|---|--------|
| Federal republic | 83.40 | 4,004 |
| Foreign countries | 16.60 | 797 |
| Total circulation | 100.00 | 4,801 |

Structure of home circulation according to "Nielsen" geographical sectors:

| Nielsen I | | |
|-----------------------------------|--------|-------|
| Schleswig-Holstein | 2.93 | 117 |
| Hamburg | 1.68 | 67 |
| Lower Saxony | 7.72 | 309 |
| Bremen | 0.68 | 27 |
| Nielsen II | | |
| North-Rhine/Westphalia | 17.31 | 693 |
| Nielsen IIIa | | |
| Hessen | 8.93 | 358 |
| Rhineland-Palatinate | 3.51 | 141 |
| Saarland | 0.76 | 30 |
| Nielsen IIIb | | |
| Baden-Wuerttemberg | 16.25 | 651 |
| Nielsen IV | | |
| Bavaria | 25.96 | 1,040 |
| Nielsen V | | |
| Berlin | 2.33 | 93 |
| Nielsen VI | | |
| Brandenburg | 1.80 | 72 |
| Mecklenburg-Western Pomerania | 0.82 | 33 |
| Saxony-Anhalt | 2.38 | 95 |
| Nielsen VII | | |
| Saxony | 4.43 | 177 |
| Thuringia | 2.51 | 101 |
| Total domestic circulation | 100.00 | 4,004 |

19 Branches/Industrial sectors/Trades/Professional groups

| Dept. | Group of recipients acc. to classification of trades | Share in print run actually circulated | | | |
|---------------------------|--|--|--------------|--------------|------------|
| | | % | copies | domestic | abroad |
| 93011, 93013, 93015, 7470 | Cleaning service providers including textile leasing Laundries, dry cleaners, commercial mangling and ironing companies, carpet cleaners, laundrettes, building service contractors | 75.7 | 3,634 | 3,011 | 623 |
| 75, 80, 85, 91 | Public institutions Corporations Education and teaching (schools, homes) Health care and social services (clinics/hospitals, old people's and nursing homes, sanatoriums), pressure groups | 7.0 | 336 | 307 | 29 |
| 55, 741-744, 7484/9303 | Other services Catering, consulting/planning/advertising, others | 3.1 | 149 | 145 | 4 |
| 50, 51, 52, 5272/52742 | Commerce, commercial agencies Wholesale and retail trade, consumer durables repair trade | 2.8 | 134 | 119 | 15 |
| 15-37 | Industry Producing sector | 8.4 | 404 | 322 | 82 |
| | Other recipients Institutes, insurance companies, professional organisations, experts | 1.5 | 72 | 62 | 10 |
| | No data supplied | 1.5 | 72 | 38 | 34 |
| | Print run actually circulated | 100.0 | 4,801 | 4,004 | 797 |

20 **Size of commercial unit**
21.1 **Work characteristic: field of activity**
21.2 **Work characteristic: position**

} The features have not been surveyed.

22.1 **Education/training: Graduation**
22.2 **Education/training: job training**
23 **Age**

} The features have not been surveyed.

HIGH DEGREE OF AFFINITY

The average RWTextilservice reader has been reading the journal for more than **14 years**.

The average RWTextilservice reader picks up his magazine **3 times**.

He reads his magazine for over **an hour**.

EFFECTIVE COMMUNICATION

On average, RWTextilservice is read by another **2.2 people**.

64 % of our readers archive the complete magazine, 40 % put it into circulation.

ABOUT THE SURVEY:

154 subscribers randomly selected took part in a telephone survey according to profession groups.

The survey was carried out by:

Dierks Markt- und Medienforschung,

Pirmasens

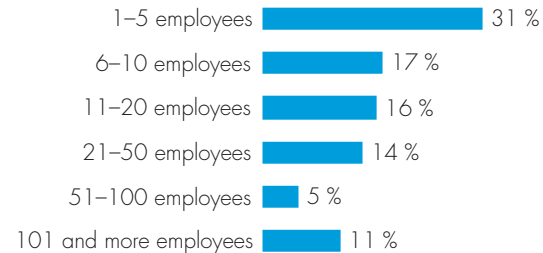
Field institute: Foersters & Thelen,

Bochum

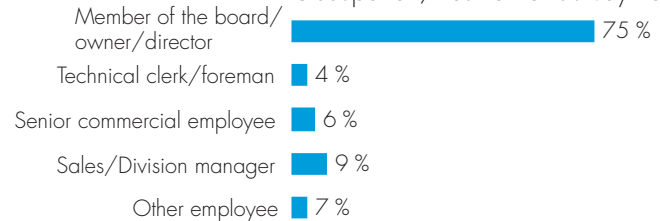
June 2010

COMPANY SPECIFICS

Size of company



Occupation/Position of Survey Participant





- 1 Web-Adress (URL):** <http://www.rw-textilservice.de>
- 2 Brief description:** Extensive internet service for the textile care industry: themes of the current issue, theme packages, trade association news, industry news, management, job openings and section advertisements, service provider and manufacturer database.
- 3 Target group:** Textile cleaning companies, laundries and textile leasing companies.
- 4 Publishing house:** Holzmann Medien GmbH & Co KG
Gewerbstraße 2, D-86825 Bad Wörishofen
Postfach 13 42 und 13 43, D-86816 Bad Wörishofen
phone: 00 49 (0) 82 47/3 54-01, fax: 00 49 (0) 82 47/3 54-1 70
Internet: www.holzmann-medien.de
www.rw-textilservice.de
Email: anzrw@holzmann-medien.de
- 5 Contact person:** Angela Holzwarth (responsible)
phone: 00 49 (0) 82 47/3 54-1 62,
fax: 00 49 (0) 82 47/3 54-41 62
Email: angela.holzwarth@holzmann-medien.de
-
- 6 Access control:** –
-
- 7 Access:** Visits, Pls on request
-
- 8 Data delivery:** at latest 1 week before beginning of publication via email to angela.holzwarth@holzmann-medien.de
File formats: GIF, JPEG, HTML, Flash
(max. 15 KB, Flash file max. 30 KB)
The target URL must have the variable "clickTag"
-
- 9 External AdServer use:** –

10 Advertising formats and prices:

All prices excluding VAT.

| Ad-formats | Size | CPM |
|---------------------------------|--------------------------------------|---------------|
| Fullsize Banner | 468 × 60 pixels | 40.– € |
| Halfsize Banner | 234 × 60 pixels | 30.– € |
| Superbanner / Bigsize | 728 × 90 pixels | 60.– € |
| BanderoleAd | 770 × 250 pixels | 105.– € |
| PopUp PopUnder | 200 × 300 pixels 400 × 300 pixels | 80.– € |
| ContentAd (Medium Rectangle) | 300 × 250 pixels | 75.– € |
| FlashLayer | 400 × 400 pixels | 100.– € |
| Skyscraper | 120 × 600 pixels | 65.– € |
| Wide Skyscraper | 160 × 600 pixels | 65.– € |
| Expandable Skyscraper | 420 × 600 pixels | 70.– € |
| TandemAd | | 105.– € |
| TripleAd | | 110.– € |
| Wallpaper | 728 × 90 pixels 160 × 600 pixels | 110.– € |
| VideoAd | Details on request | on request |
| Logo | 70 × 20 pixels | 100.– €/month |

Multiple banners can roll on the same banner position.
Please ask about availability in good time before placing an order.

Special types of online-advertising:

Entry in the Manufacturer and Service Provider Database

| | |
|----------------------|--|
| Basic entry | consisting of company address and email, free |
| Special entry | consisting of company address, email and Internet address (link), company profile, company logo, and listing of max. 15 products, additional costs 20.00 € per month |
| Premium entry | Special entry plus addresses of your branch offices/holdings, additional costs 30.00 € per month . In addition, we offer complete PDF pages for an extra 10.00 € per month/per page . |

Newsletter RWTextilservice aktuell: publication monthly

| | |
|-----------------|--|
| Image-text ad | 150.00 €/newsletter Text: max. 400 signs (link-address included) Image: 100 x 100 pixels up to 150 x 150 pixels, resolution 72 dpi |
| Fullsize-Banner | 200.00 €/newsletter 468 x 60 pixels, not animated |

11 Discounts No discounts

12 Payment conditions: after publication, within 14 days from the invoice date without deductions;
Tax ID No. DE 129 204 092

Bank information: see page 22

The publication of advertisements and other advertising in print and online media of Holzmann Medien GmbH & Co. KG (hereinafter "Holzmann"), Gewerbestr. 2, 86825 Bad Wörishofen, Germany, shall be governed exclusively by the following general terms and conditions (hereinafter "General Terms and Conditions").

1. As used in these General Terms and Conditions, "Advertising Order" means a contract for publication of one or several advertisements or other advertising (hereinafter collectively "Ads") by advertisers or other parties placing advertisements (hereinafter "Customers") in print media (hereinafter "Print Media") and/or online media for purposes of dissemination. Advertising in online media may, for example, comprise one or several of the following elements:

- images and/or text, sound sequences and/or moving images (e.g., banners, skyscrapers, pop-ups),
- a sensitive area which when clicked establishes a connection to other data within the sphere of the Customer and/or third parties (e.g., link) via an online address designated by the Customer.

2. Advertising Orders may be placed in person, by telephone, in writing, by e-mail, by telefax or online. Holzmann assumes no liability for any transmission errors. Unless agreed otherwise in a specific case, Advertising Orders are subject to written confirmation. Confirmations of Advertising Orders transmitted electronically (e.g., by e-mail) are legally binding whether or not signed. After the submission deadline, or, for online media, five business days prior to publication, cancellations or changes in size, format or color will no longer be accepted.

3. As used in these General Terms and Conditions "Advertising Contract" means an Advertising Order for which a discount has been granted in accordance with the applicable price list and pursuant to which Ads are published upon demand of the Customer. The discounts provided for in the price list are not available to Customers whose business purpose includes the placement of Advertising Orders for different advertisers in order to qualify for a group discount. If the Advertising Contract provides for the right to demand publication of individual Ads, the Advertising Contract shall be fully performed within one year from publication of the first Ad, provided a demand for publication of the first Ad is made and the first Ad is published within one year from the contract date.

4. If one or several demands for the publication of Ads are not fulfilled under an Advertising Contract due to circumstances for which Holzmann is not responsible, the Customer shall, notwithstanding any other legal obligations, pay to Holzmann the difference between the discount received and the discount corresponding to the number of Ads actually run. No payment shall be required if nonperformance is due to force majeure involving risks assumed by Holzmann. Unless otherwise agreed, the Customer shall have a claim for a retro-active discount corresponding to the amount of Ads actually run within a given year. Publication of any additional Ads beyond the volume specified in the Advertising Contract are subject to available capacity.

5. For purposes of calculating the purchase volumes of print Ads, text millimeter lines will be converted into advertisement millimeters according to price, if applicable.

6. Advertising Orders for Ads in print media that are to be published only in certain issues or editions or at certain places must be received by Holzmann in due time allowing Holzmann to notify the Customer prior to the submission deadline if the Advertising Order cannot be executed as requested. Ads carrying a certain heading will be printed in the appropriate section without requiring express agreement. Agreements to place an Ad in a particular section to exclude advertisements of competitors are valid only if confirmed in writing by Holzmann.

7. Text portion advertisements are Ads that border on text on at least three sides and that border on no other advertisements. Ads that due to their design are not identifiable as advertisements will be clearly labeled as such by Holzmann by adding the word "ad".

8. Holzmann reserves the right to reject or block the publication of individual Ads demanded under an Advertising Contract, if the contents of such Ads violate any applicable laws or regulations, including, without limitation, provisions of the German Penal Code or German Act for the Protection of Minors, or draw a complaint from the German Advertising Council, or if publication of such Ads would due to their contents, design, origin or technical form be unduly burdensome for Holzmann, or if such Ads contain advertising by or for third parties, or if the contents of such Ads conflicts with the interests of any publishing associations or organizations.

Holzmann may, in particular, retract and/or block an Ad after publication, if the Customer makes any subsequent changes to the contents of the Ad or if the Customer makes any subsequent changes to linked data and if as a result of such changes the criteria of paragraph 1 are satisfied. Advertising Orders for inserts are not binding for Holzmann until a sample has been submitted and approved. Inserts whose format or design conveys the impression to readers that they are part of the published newspaper or magazine or which include third-party advertisements will not be accepted. Ads that include advertising by or for third parties (joint advertising) are in each case subject to prior written acceptance by Holzmann. Holzmann shall have the right to assess a joint advertising surcharge for such Ads. The Customer will be promptly notified if an Ad or other advertising is rejected.

9. Timely delivery and the flawless condition of a suitable advertising copy or of other advertising is the sole responsibility of the Customer. In the case of digital advertising copies or data for online advertising, the Customer is obligated to deliver suitable advertising

copies for Ads, which shall in particular be in conformity with the format or technical requirements of Holzmann. The Customer is obligated to deliver digital advertising copies until the submission deadline and to deliver data for online advertising not later than five business days prior to publication. All costs incurred by Holzmann for changes requested by the Customer or for which the Customer is responsible shall be paid by the Customer. Holzmann agrees to publish Ads in standard quality as specified for the chosen title in the price list and in the confirmation of the Advertising Order, and as permitted by the advertising copy provided by the Customer. This applies only if the Customer meets the requirements of Holzmann for the creation and transmission of the advertising copy. Prior to any digital transmission of data, the Customer shall ensure that such data are free from computer viruses. If Holzmann discovers any computer viruses in a file transmitted to Holzmann, the file will be deleted and the Customer shall have no claims against Holzmann as a result thereof. Holzmann reserves the right to hold the Customer liable for any damages suffered by Holzmann as a result of the infiltration of computer viruses transmitted by the Customer. In the event that defects of the advertising copy are not apparent, the Customer shall have no claims against Holzmann for inadequate publication of the Ad. The same applies to any errors in advertising repeats, if the Customer fails to provide Holzmann with timely notice of the error prior to the next publication.

10. Advertising copies/media will be returned to the Customer only upon special request. Advertising copies/media will be kept on file by Holzmann no longer than one year from last publication.

11. In the event that a print Ad is illegible, incorrect or incomplete in whole or in part, or if other advertising is published in deficient quality, the Customer shall have a claim for a price reduction or for a fully conforming new Ad or renewed publication of other advertising, however only to the extent that the purpose of the Ad or other advertising is impaired. Holzmann has the right to refuse a new Ad or renewed publication if the associated expense would, in consideration of the terms of the Advertising Contract and the principle of good faith and fair dealing, be grossly disproportionate to the Customer's interest in performance or if a new Ad or renewed publication would be possible only at unreasonable cost to Holzmann. If Holzmann fails to meet a reasonable deadline for a new Ad or renewed publication of other advertising or the new Ad/renewed publication is once again defective, the Customer may demand a price reduction or cancel the Advertising Order. Advertising Orders may not be canceled for minor defects of an Ad or other published advertising. Complaints must be made within four weeks from receipt of the invoice. For hidden defects a complaint must be received within one year from the date the statutory limitation period begins to run. Any claims for damages based upon positive breach of contract, culpa in contrahendo, or tort are excluded — even when Advertising Orders are placed by telephone. Claims for damages based upon impossibility of delivery or delay are limited to compensation for reasonably foreseeable damages and to the amount due and payable for the Ad in question, except in cases involving intentional or grossly negligent actions or omissions by Holzmann or its legal representatives or agents. Any liability of Holzmann for damages resulting from a lack of warranted qualities remain unaffected thereby. In commercial transactions Holzmann further assumes no liability for the gross negligence of its agents; in all other cases liability to merchants for gross negligence is limited to reasonably foreseeable damages up to the amount of the payment due and payable for the Ad in question. Liability under the German Products Liability Act shall remain unaffected thereby. The limitation period for any claims against Holzmann based upon breach of contract is one year from the date the statutory limitation period begins to run, unless such claims are based upon intentional actions or omissions.

12. Proofs will be delivered only if expressly requested. The Customer is responsible for the accuracy of proofs returned to Holzmann. Holzmann will take into consideration any corrections received by the submission deadline or within the time period set at the time the proof was delivered.

13. If no special print size is specified, charges will be calculated on the basis of the actual print size customary for the type of Ad in question.

14. The invoice shall be paid within the time period specified in the price list, unless a different payment period or prepayment is agreed upon in writing in a particular case. Any discounts for prepayment will be granted as specified in the price list.

15. In the event of payment default or deferment, interest at the prevailing rate and collection costs will be charged. In the event of payment default Holzmann may postpone execution of an Advertising Order until payment has been received and demand prepayment for any remaining Ads. If there is reasonable doubt as to the ability of the Customer to make payment, Holzmann shall have the right, even during the term of an Advertising Contract, to make publication of additional Ads conditional upon prepayment of the amount due by the submission deadline and upon settlement of any outstanding invoice amounts irrespective of any originally agreed payment due date.

16. Holzmann will deliver proof of publication of the Ad upon request. Depending upon the type and extent of the Advertising Order, advertising clippings, tear sheets, or entire issues will be delivered. If such proof can no longer be produced, it shall be replaced by a legally binding written statement from Holzmann confirming publication and dissemination of the Ad.

17. Subject to the provisions of Section 18 of these General Terms and Conditions, any reduced circulation may, in accordance with sentence 2, provide grounds for a price reduction in cases where an Advertising Contract involves several Ads, if the overall average circu-

lation in the advertising year beginning with publication of the first Ad falls short of the guaranteed circulation. Reduced circulation constitutes a defect providing grounds for a price reduction only if and to the extent that

- for a guaranteed circulation of up to 50,000 copies, circulation is reduced by at least 20 %,
- for a guaranteed circulation of up to 100,000 copies, circulation is reduced by at least 15 %,
- for a guaranteed circulation of up to 500,000 copies, circulation is reduced by at least 10 % or
- for a guaranteed circulation of more than 500,000 copies, circulation is reduced by 5 %.

A reduction in circulation for any of the reasons set forth in Section 24 shall not be taken into consideration. The guaranteed circulation shall be the average number of copies specified in the price list or elsewhere, or, if no number of copies is specified, the average number of copies sold in the previous calendar year. Moreover, claims for a price reduction under Advertising Contracts are excluded, if Holzmann has provided the Customer with timely notice of reduced circulation allowing the Customer to rescind the contract prior to publication of the Ad.

18. Notwithstanding Section 17 of these General Terms and Conditions, any reduced circulation of titles publishing issue-related circulation data provides grounds for a price reduction only if and to the extent that it exceeds 10 % for a circulation (guaranteed circulation) of up to 500,000 copies or 5 % for a circulation (guaranteed circulation) of more than 500,000 copies. A reduction in circulation for any of the reasons set forth in Section 24 shall not be taken into consideration. The circulation providing the basis for the guarantee is the total number of copies sold as defined by the IVW. It is calculated for each advertising year based upon the average number of copies sold in the four quarters preceding the advertising year, unless Holzmann guarantees an absolute number of copies sold in the applicable price list. Any claim for a price reduction is conditional upon eligibility of the Advertising Contract for a discount on the basis of the graduated discount scale and for at least three issues. The basis for calculating the price reduction is the Advertising Order per Customer, unless the parties agree at the time the Advertising Order is placed that the Customer will be billed on a per-product basis as defined at the time the Advertising Order is placed. Any price reductions are calculated based upon the difference between the number of copies above and below the standard circulation for each contracted issue within a given advertising year. The refund is made at the end of the advertising campaign based on the customer net prices per Ad in the form of a credit for future Ads, taking into account any prior agency refunds, or, if this is no longer possible, in the form of a cash refund. The Customer has a valid refund claim only if the total refund amount claimed is at least 2,500.00 Euro.

19. For box number advertisements Holzmann shall exercise due diligence in storing and forwarding responses. Registered and express mail in reply to box number advertisements will be forwarded by regular mail only. Letters in response to box number advertisements will be stored for four weeks. Any responses not collected within this time period will be destroyed. Holzmann will return valuable documents without having any obligation to do so. Holzmann may by contract be granted the right to open incoming mail for and on behalf of the Customer. Letters exceeding the accepted DIN A4 format (weight 500 g) and packages containing merchandise, books and catalogs, or small parcels will not be forwarded or accepted. In exceptional cases, such items may however be accepted and forwarded, provided the Customer has agreed to pay the fees/costs incurred by Holzmann in connection therewith.

20. Advertising brokers and advertising agencies (hereinafter "Agencies") are obligated to adhere to Holzmann's price list when making offers, entering into contracts, and invoicing advertisers. Brokerage fees are paid only to documented agencies. Holzmann reserves the right to recover any brokerage fees paid to undocumented agencies. Brokerage fees may not be passed on to Customers in whole or in part. Advertising Orders by agencies are placed in their name and for their account. If Advertising Orders are placed by advertising agencies, the Advertising Contract results, if in doubt, as between Holzmann and the agency. If an advertiser is intended to be the Customer under an Advertising Contract, the Advertising Contract must expressly state as much and name the advertiser. Holzmann has the right to demand that the advertising agency furnish proof of authorization to act on behalf of a Customer.

21. Price changes for Advertising Orders placed are valid and binding for the Customer provided that Holzmann announces such changes at least one month prior to publication of the Ad. The Customer has the right to rescind the Advertising Contract if a price change involves a price increase. The right of rescission must be exercised in writing within 14 days from receipt of notice of the price increase. Holzmann may charge prices different from those shown in the price list for Ads published on special pages or in special inserts or collections.

22. Companies seeking a corporate group discount must furnish written proof confirming the corporate affiliation of the advertiser. For purposes of this provision corporate affiliates are companies by or in which an equity interest of at least 50 % is held. For corporations such proof shall take the form of a certification from a chartered accountant or the most recent annual report. For partnerships a commercial register excerpt shall be submitted. Such proof shall be submitted no later than by the end of the advertising year. Any proof submitted after this deadline will not be considered with retroactive effect. Corporate group discounts are in all cases subject to Holzmann's express, written consent. Corporate group discounts are valid only as long as the advertiser is an affiliate of the corporate group. Advertisers shall provide Holzmann with prompt notice if they are no longer affiliated with the corporate group. Corporate group discounts cease to be valid at the time the advertiser ceases to be affiliated with the corporate group.

23. The Customer warrants that it owns all rights necessary for publication of the Ad. The Customer bears sole responsibility for the contents and lawfulness of the Ad, for transmission of the text and images made available for publication, as well as for advertising materials delivered to Holzmann. The Customer shall indemnify and hold harmless Holzmann from and against any and all claims brought by third parties as a result of any violation of applicable law arising in connection with an Advertising Order. In addition, the Customer shall indemnify Holzmann for the costs of any necessary legal defense. The Customer shall support Holzmann in good faith in the defense of any third-party claims by providing information and documentation to Holzmann. The Customer grants to Holzmann all copyrights, neighboring rights and other related rights necessary for the intended use of Ads in the contracted print and online media, including, without limitation, the rights necessary for reproduction, dissemination, transmission, broadcast, editing, making publicly accessible, entry in and removal from databases, and holding available for publication upon demand, for a time period and territory and to the extent necessary for execution of the Advertising Order.

24. In the event of any operational breakdowns, force majeure, unlawful strikes, unlawful seizures, traffic problems, general shortage of raw materials or energy and the like — whether such events affect Holzmann's own operations or those of third-party suppliers with whom Holzmann has contracted to fulfill its contractual obligations — Holzmann shall be entitled to collect full payment for published print Ads, provided that Holzmann's title was sold for an average of 80 % of the circulation sold in the last four quarters or for an average of 80 % of the otherwise guaranteed circulation. If the number of copies sold is less than 80 %, the invoiced amount shall be reduced by the same percentage by which the actual circulation falls short of the guaranteed circulation. If an Advertising Order for publication of an Ad in online media cannot be executed in whole or in part for reasons for which Holzmann is not responsible, the Ad shall be published at a later date if possible. Such reasons include, without limitation, computer malfunctions, force majeure, strikes, legal requirements, disruptions for which third parties (e.g., other providers), other operators or service providers are responsible, or comparable reasons. Provided that the Ad is published at a later date within a reasonable time period and without any undue burden for the Customer after the disruption has been remedied, Holzmann shall have a continued claim for payment.

25. Each Advertising Order will be executed in compliance with applicable data protection laws. Holzmann shall have the right to forward gross advertising sales and comparable relevant data of the Customer at the product level for publication to companies collecting and analyzing such data. There, such data are aggregated and communicated to the market in anonymous form.

26. Digitally transmitted advertising copies for color Ads can be reliably processed only if a hardcopy color proof, including a media wedge, is delivered. Absent a color proof, actual colors may differ. The Customer is not entitled to a price reduction as result of such color differences.

27. The Customer is not entitled to a price reduction as a result of any undesired publication results caused by a failure of the Customer to comply with technical requirements for the creation and transmission of the advertising copy.

28. For Advertising Orders published in online media Holzmann guarantees the best possible reproduction of advertising materials in conformity with customary technical standards. The Customer however acknowledges that given the current state-of-the-art for electronics it is impossible to create a program completely free of errors. The guarantee does not cover minor errors. A reproduction error is not present if it is caused by the use of unsuitable reproduction software and/or hardware, malfunctions of communication networks of third-party operators, computer malfunctions of third parties (e.g., other providers), incomplete and/or outdated offers on so-called proxy servers, failures of Ad servers lasting for no more than (continuous) 24 hours within 30 days from the beginning of the agreed publication period. If the Ad server malfunctions for a substantial time period (more than 10 %) within the agreed publication period, the Customer shall be released from its payment obligations for the time period of malfunction. For cross-media bookings, the Customer's payment obligation will be reduced by the amount by which the cross-media price exceeds the price of a print-only Ad.

29. Holzmann shall hold available for inspection upon demand by the Customer within ten business days from execution of the Advertising Order the number of clicks on online Ads.

30. For new business relationships and Advertising Orders from other countries Holzmann reserves the right to require prepayment by the submission deadline. Invoices for Advertising Orders from other countries will exclude VAT, provided that tax exemption applies and is documented by the Customer. Holzmann reserves the right to invoice VAT in the amount owed under applicable law in the event that tax liability is affirmed by the tax office. Holzmann reserves the right to correct errors in invoices for Advertising Orders within six months from the invoice date.

31. The place of performance is the registered office of Holzmann Medien. German law shall apply. For transactions with merchants, public entities or public special funds, complaints shall be filed in a court of competent jurisdiction at the location of Holzmann Medien's registered office. In the event that claims of Holzmann cannot be enforced in a summary debt collection proceeding, complaints against non-merchants shall be filed in a court of competent jurisdiction at the location of their place of residence. If the residence or place of habitual abode of the Customer, whether or not a merchant, is unknown at the time the complaint is filed or the Customer has relocated its place of residence or place of habitual abode after the Advertising Contract was signed to a geographic area not subject to German law, the complaint shall be filed in a court of competent jurisdiction at the location of Holzmann Medien's registered office.

RWTextilservice



Anzeigenverkauf:
Angela Holzwarth
Tel. +49 8247 354-162
angela.holzwarth
@holzmann-medien.de



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



Leitende Redakteurin:
Elena Schönhaar
Tel. +49 8247 354-261
elena.schoenhaar
@holzmann-medien.de