

# Die Fleischerei

Internationale Fachzeitschrift für Fleischverarbeiter in Handwerk und Industrie  
International magazine for meat processors in trade and industry

**MEDIA-INFORMATIONEN 2012**

**MEDIA-RATE 2012**

NR. 44 · GÜLTIG AB 1. 1. 2012  
NO. 44 · VALID FROM JAN. 1<sup>ST</sup> 2012

**WERBEN IM INTERNET:**  
[www.fleischerei.de](http://www.fleischerei.de)

**Neu:**  
**Leseranalyse**  
ab Seite 12



## 1 Auflage:

Druckauflage:

6.500 Exemplare

Tatsächlich verbreitete Auflage

im Jahresdurchschnitt (lt. Schema 2, Ziffer 17)

6.122 Exemplare

## 2 Zeitschriftenformat:

DIN A4

210 x 297 mm beschnitten

217 x 307 mm unbeschnitten

3 mm Seitenbeschnitt

jeweils 5 mm Kopf- und Fußbeschnitt

4 mm Fräsrand im Bund

## Satzspiegel:

184 mm breit, 265 mm hoch

4 Spalten je 43 mm

## 3 Druck- und Bindeverfahren, Druckunterlagen:

Bogenoffset, Papier Innenteil: 90 g/m<sup>2</sup>, Bilderdruck matt, Umschlag: 150 g/m<sup>2</sup>, Bilderdruck glänzend, Klebebindung, DIN ISO 12647-2, Farbreihenfolge Schwarz/Cyan, Magenta/Yellow. Bitte senden Sie uns Ihre Druckunterlagen in digitaler Form (siehe „Digitale Druckunterlagen“).

## 7 Anzeigenformate und Preise:

Allen Preisen ist der jeweils gültige gesetzliche Mehrwertsteuersatz hinzuzurechnen.

Format	Breite × Höhe im Satzspiegel	s/w €	2-farbig €	3-farbig €	4-farbig €
1/1 Seite	184 × 265 mm	<b>3.150,-</b>	3.700,-	4.250,-	4.800,-
1/2 Seite	90 × 265 mm oder 184 × 130 mm	<b>1.575,-</b>	2.005,-	2.435,-	2.865,-
1/3 Seite	60 × 265 mm oder 184 × 88 mm	<b>1.050,-</b>	1.400,-	1.750,-	2.100,-
1/4 Seite	43 × 265 mm oder 184 × 65 mm oder 90 × 130 mm	<b>790,-</b> <b>790,-</b>	1.110,- 1.110,-	1.430,- 1.430,-	1.750,- 1.750,-
1/8 Seite	90 × 65 mm oder 184 × 30 mm	<b>395,-</b>	555,-	715,-	875,-

## 4 Termine:

Erscheinungsweise:

monatlich (Doppelheft Januar/Februar und Juli/August)

Erscheinungstermine:

siehe Termin- und Themenplan

Anzeigenschluss:

siehe Termin- und Themenplan

Druckunterlagen:

siehe Termin- und Themenplan

## 5 Verlag:

Hausanschrift:

Holzmann Medien GmbH & Co. KG  
Gewerbestraße 2, 86825 Bad Wörishofen

Postanschrift:

Postfach 13 42, 86816 Bad Wörishofen

Internet:

www.holzmann-medien.de, www.fleischerei.de

## 6 Zahlungsbedingungen:

Innerhalb 14 Tagen ab Rechnungsdatum ohne Abzug;

bei Vorauszahlung 2% Skonto.

UStIdent-Nr. DE 129 204 092

## Bankverbindungen:

Sparkasse Memmingen, Kto. 101 709, BLZ 731 500 00

IBAN: DE50 7315 0000 0000 1017 09, BIC: BYLADEM1MUM

Postbank München, Kto. 17 930-807, BLZ 700 100 80

IBAN: DE07 7001 0080 0017 9308 07, BIC: PBNKDEFF

für Zahlungen aus Österreich: BAWAG P.S.K. Wien, Kto. 1 337 198, BLZ 60 000

IBAN: AT27 6000 0000 0133 7198, BIC: OPSKATWW

für Zahlungen aus der Schweiz: Postfinance Zürich, Kto. 80-54743-1

IBAN: CH55 0900 0000 8005 4743 1, BIC: POFICHBEXXX

<b>Titelseite</b>	149,25 × 205 mm + 3 mm Beschnittzugabe rechts				5.985,-
<b>2. Umschlagseite</b>	184 × 265 mm/210 × 297 mm im Anschnitt	<b>3.690,-</b>	4.240,-	4.790,-	5.340,-
<b>3. Umschlagseite</b>	184 × 265 mm/210 × 297 mm im Anschnitt	<b>3.690,-</b>	4.240,-	4.790,-	5.340,-
<b>4. Umschlagseite</b>	184 × 265 mm/210 × 297 mm im Anschnitt	<b>3.690,-</b>	4.240,-	4.790,-	5.340,-
Texteilanzeigen	(43 mm breit)	8,80			
Millimeterpreis 1-spaltig	(43 mm breit)	3,05			
Bezugsquellenanzeigen					
Millimeterpreis 1-spaltig	(50 mm breit)	2,70			
Farbzuschlag Bezugsquellenteil		35,- €/Skalenfarbe			
Chiffre		5,- €			

## 8 Zuschläge: (rabattierbar)

### 8.1 Farbe

Je Normalfarbe (Eurosкала) siehe Preisliste. Sonderfarben, die nicht aus der Euro-sкала erzielt werden können, 30 % Zuschlag auf Farbzuschlag.

### 8.2 Platzierung

Bindende Platzierungsvorschriften: jeweils 10 % vom Grundpreis

### 8.3 Formate

Anzeigen über Bund	10 % vom Grundpreis
Angeschnittene Anzeigen	Bei 1/1 Seiten 245,- €
	Bei 1/2 Seiten 180,- €

## 9 Rubrikanzeigen:

Chiffregebühr	5,- €
Bezugsquellen pro mm (50 mm breit)	2,70 €
	(10 Ausgaben, 10 % Rabatt)

neu: auch in den Sonderheften Die Fleischerei International möglich

## 10 Sonderwerbeformen:

auf Anfrage

## 11 Rabatte: bei Abnahme innerhalb eines Insertionsjahres (Beginn mit dem Erscheinen der ersten Anzeige)

Malstaffel	Mengenstaffel	
3-maliges Erscheinen	5 %	1 Seite 3 %
6-maliges Erscheinen	10 %	3 Seiten 5 %
8-maliges Erscheinen	15 %	5 Seiten 10 %
10-maliges Erscheinen	20 %	6 Seiten 15 %
		10 Seiten 20 %

Kein Rabatt auf 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:

2-seitig (1 Blatt)	3.330,- €
Unbeschnittenes Format:	217 × 307 mm
Beschnittenes Format	210 × 297 mm
Benötigte Liefermenge	6.700 Exemplare
(Rabatt: 1 Blatt = 1/1 Anzeigenseite)	

## 14 Beilagen:

lose eingelegt, maximale Größe DIN A4		
Gewicht der Beilage		
Beilagenpreis je 1.000 Stück	bis 25 g	258,- €
	inkl. Post- und Versandkosten	

## 15 Aufgeklebte Werbemittel:

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

## 16 Lieferanschrift für Positionen 13 bis 15:

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

## Druckunterlagen in digitaler Form:

<u>Dateien:</u>	Dateiauflösung: 300 dpi (CMYK)
<u>Profil:</u>	ISO Coated v2 (ECI)
<u>Dateiformat:</u>	Hochauflösende, druckfähige PDF-Datei, Andruck oder Proof (farbverbindlich)
<u>Medien:</u>	Benutzer und Passwort für den FTP-Zugang bitte telefonisch erfragen. Datenträger: CD-ROM, DVD

Achtung bei Farbanzeigen: Ohne Lieferung eines Proofs kann keine verbindliche Farbwiedergabe gewährleistet werden. Bei unvollständigen oder fehlerhaften Daten/Druckunterlagen kann eine Reklamation nicht anerkannt werden.

Auftragserteilung im Voraus an Holzmann Medien, Anzeigenabteilung FL, Gewerbestraße 2, 86825 Bad Wörishofen, Fax 082 47/3 54-4 193.

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

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

**Bei Fragen oder Übertragungsproblemen rufen Sie bitte an unter 082 47/3 54-1 93.**

# Die Fleischerei

Internationale Fachzeitschrift für Fleischverarbeiter in Handwerk und Industrie

Media-  
Informationen

# 2012

TERMIN- UND THEMEN-  
PLAN 2012



Ausgabe	Termine*	Schwerpunkthemen	Weitere Themen	Messen/Ausstellungen
<b>1-2</b> Januar/ Februar	ET: 3. 2. 2012 AS/DU: 11. 1. 2012	<ul style="list-style-type: none"><li>• Verpackungen und Verpackungsmittel</li><li>• Projektierung und Einrichtungen von industriellen Schlachtstätten</li><li>• Laden- und Thekenbau, Beleuchtungssysteme</li><li>• Kunstdärme und Hüllen</li></ul>	Produkte für das Biosortiment Verkaufsaktion Ernährungsberatung	Internationale Grüne Woche Berlin, 20. 1. bis 29. 1. 2012, Berlin (Deutschland) UPAKOVKA/UPAK ITALIA – Internationale Fachausstellung Maschinen und Ausrüstung für die Herstellung von Packmitteln, Verpackungsmaschinen, Süßwarenmaschinen, Packmittel, Packhilfsmittel, Logistik, 24. 1. bis 27. 1. 2012, Moskau (Russland) Intergastra, 11. 2. bis 15. 2. 2012, Stuttgart (Deutschland) PRODEXPO – Internationale Messe für Nahrungsmittel, Getränke, Lebensmittel und Rohstoffe (UFI), 13. 2. bis 17. 2. 2012, Moskau (Russland) BioFach, 15. 2. bis 18. 2. 2012, Nürnberg (Deutschland) MIA – Internationale Lebensmittelfachmesse, 25. 2. bis 28. 2. 2012, Rimini (Italien)
Sonderheft	ET: 13. 2. 2012 AS/DU: 27. 1. 2012	„Catering“ zur Internorga	– siehe separater Flyer –	
<b>3</b> März	ET: 2. 3. 2012 AS/DU: 7. 2. 2012 <b>Exportheft</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Anuga FoodTec</li><li>• Industrielle Anlagen zum Räuchern und Klimareifen</li><li>• Kühlen und Frosten</li><li>• Mess- und Wägetechnik, Qualitätskontrolle</li><li>• Aufschnittschneidemaschinen und Ladenwaagen</li></ul>	Ostern in der Fleischerei Nachbericht IGW Verkaufsberatung Markttendenzen	USETEC, 5. 3. bis 7. 3. 2012, Köln (Deutschland) FOODEX JAPAN – Ausstellung für die Getränke- und Lebensmittelindustrie (UFI), 6. 3. bis 9. 3. 2012, Chiba (Japan) INTERNORGA, 9. 3. bis 14. 3. 2012, Hamburg (Deutschland) AAHAR – Internationale Fachmesse für Lebensmittel, Lebensmittelverarbeitung, Maschinen und Technologie, 10. 3. bis 14. 3. 2012, Neu Delhi (Indien) MEAT and Dairy Industry, 13. 3. bis 16. 3. 2012, Moskau (Russland) Cfia Rennes – Fachmesse für Lebensmittelverpackung und Lebensmittelindustrie, 13. 3. bis 15. 3. 2012, Rennes (Frankreich) IHM, 14. 3. bis 20. 3. 2012, München (Deutschland) Fleischerforum – Fachmesse für das Fleischerhandwerk, 18. 3. bis 20. 3. 2012, Salzburg (Österreich) Anuga FoodTec – Internationale Fachmesse für Lebensmittel und Getränketechnologie, 27. 3. bis 30. 3. 2012, Köln (Deutschland)
Sonderheft	ET: 15. 3. 2012 AS/DU: 23. 2. 2012	<b>Die Fleischerei international zur Anuga FoodTec 2012</b> – englischsprachig –	– siehe separater Flyer –	

# 4

April

ET: 2. 4. 2012  
AS/DU: 8. 3. 2012

- **Industriemaschinen zum Füllen und Portionieren**
- **Verpackungslösungen für Fleischereien**
- **Arbeits-, Berufs- und Schutzkleidung**
- **Kochkesselanlagen**

Schinken und Spargel  
Nachbericht BioFach  
Verkaufsförderung  
Ernährungsberatung

**Food Expo Ukraine** – Internationale Fachmesse für Lebensmittel und Getränke (UFI), 4. 4. bis 6. 4. 2012, Kiew (Ukraine)  
**InterFood** – Internationale Ausstellung für Lebensmittel und Getränke, 24. 4. bis 26. 4. 2012, St. Petersburg (Russland)  
**Protech** – Internationale Ausstellung für die Lebensmittelverarbeitungs-ausrüstung sowie Prozesstechnologien, 24. 4. bis 26. 4. 2012, St. Petersburg (Russland)

# 5

Mai

ET: 2. 5. 2012  
AS/DU: 5. 4. 2012

**Exportheft**

- **Kuttertechnik für industrielle Fleischverarbeiter**
- **Messer, Spezialmesser für Maschinen, Schleifmaschinen**
- **Abschwarten und Entvieseln**
- **Neue Ideen für den Grillsummer 2012**

Saucen und Senf  
Nachbericht Anuga  
FoodTec  
Branchenporträt  
Baden-Württemberg  
Markttendenzen

**CIBUS** – Internationale Lebensmittelausstellung, 7. 5. bis 10. 5. 2012, Parma (Italien)  
**AgroBalt** – Ausstellung für Landwirtschaft, Lebensmittel und Lebensmittelverarbeitung, 10. 5. bis 12. 5. 2012, Vilnius (Litauen)  
**FOODEXPO Kazakhstan** – Internationale Messe für Lebensmittel und Lebensmittelindustrie der Republik Kasachstan, 16. 5. bis 18. 5. 2012, Almaty (Kasachstan)  
**THAIFEX** – Internationale Fachausstellung für Lebensmittel, Maschinen und Ausrüstungen für die Lebensmittelindustrie, 23. 5. bis 27. 5. 2012, Bangkok (Thailand)  
**EUROCARNE** – Fachmesse für Fleisch und Fleischverarbeitungs-maschinen, 24. 5. bis 27. 5. 2012, Verona (Italien)

# 6

Juni

ET: 1. 6. 2012  
AS/DU: 10. 5. 2012

- **Wolven und Mischen**
- **Reinigung, Desinfektion und Hygiene/Schädlingsbekämpfung**
- **Universalanlagen zum Räuchern, Kochen, Braten und Backen**
- **Kühltransporter und Verkaufsfahrzeuge**
- **Naturdärme**

Feinkost und Antipasti  
Grillsaison 2012  
Verkaufsaktion  
Ernährungsberatung

**Vietnam Foodtech & Packtech**, 5.6. bis 8.6.2012, Hanoi (Vietnam)  
**FISPAL Technologia** – Internationale Messe für die Lebensmittelindustrie, Juni 2012, Sao Paulo (Brasilien)  
**ProPak Asia** – Internationale Ausstellung für Lebensmittelverarbeitung und Verpackung, 13. 6. bis 16. 6. 2012, Bangkok (Thailand)  
**SIAL Brazil** – Internationale Nahrungsmittelmesse, 25. 6. bis 28. 6. 2012, Sao Paulo (Brasilien)

\* ET = Erscheinungstermin  
AS = Anzeigenschluss  
DU = Druckunterlagen

# Die Fleischerei

Internationale Fachzeitschrift für Fleischverarbeiter in Handwerk und Industrie

Media-  
Informationen

# 2012

TERMIN- UND THEMEN-  
PLAN 2012

# T

Ausgabe	Termine*	Schwerpunkthemen	Weitere Themen	Messen/Ausstellungen
<b>7-8</b> Juli/August	<b>ET: 4. 7. 2012</b> <b>AS/DU: 8. 6. 2012</b> <b>Exportheft</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Schneidemaschinen und Gefrierfleischschneider für Industriebetriebe</b></li><li>• <b>Imbiss, Snacks und Convenienceprodukte</b></li><li>• <b>Anlagen für den Heißverzehr</b></li><li>• <b>Herstellung von Scherben- und Brucheis</b></li><li>• <b>Vakuumkammermaschinen</b></li></ul>	Branchenporträt Bayern Kulmbacher Woche 2012 Verkaufsberatung Markttendenzen	<b>ProPak China</b> – International Processing, Packaging and End-Line Printing Exhibition, 18. 7. bis 20. 7. 2012, Shanghai (China, VR)
<b>9</b> September	<b>ET: 3. 9. 2012</b> <b>AS/DU: 9. 8. 2012</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>SÜFFA 2012: Vorbericht I</b></li><li>• <b>Handwerksmaschinen zum Füllen, Portionieren und Clippen</b></li><li>• <b>Lager und Logistik</b></li><li>• <b>Software für Fleischereien</b></li><li>• <b>Konservenherstellung</b></li></ul>	Alles für die Käsetheke InterMeat 2012 Fachpack Branchentrends	<b>hogatec</b> , 2. 9. bis 5. 9. 2012, Essen (Deutschland) <b>RIGAFOOD</b> – Internationale Ausstellung für Lebensmittel, Getränke, Nahrungsmittelverarbeitung und Verpackung, 5. 9 bis 8. 9. 2012, Riga (Lettland) <b>InterMeat</b> – Internationale Fachmesse für Fleisch und Wurst, 23. 9. bis 26. 9. 2012, Düsseldorf (Deutschland) <b>Fachpack</b> , 25. 9. bis 27. 9. 2012, Nürnberg (Deutschland) <b>InProdMash Ukraine</b> – Fachmesse für Lebensmitteltechnik, September 2012, Kiew (Ukraine) <b>AFEX</b> – AsiaFood Expo – International Exposition on Food Processing, Packaging and Handling Machinery, Equipment and Technology, September 2012, Manila (Philippinen) <b>FleiFood</b> – Die Messe für Fleischerhandwerk und Verbraucher, September 2012, Leipzig (Deutschland)
<b>Sonderheft</b>	<b>ET: 28. 9. 2012</b> <b>AS/DU: 5. 9. 2012</b>	<b>SÜFFA 2012</b>	– siehe separater Flyer –	

10  
Oktober

ET: 5. 10. 2012  
AS/DU: 13. 09. 2012

### Exportheft

- SÜFFA 2012: Vorbericht II
- Räuchern mit Flüssigrauch
- Gewürze und Zusatzstoffe
- Starter-, Schimmel- und Schutzkulturen
- Ausstattung von handwerklichen Schlachtstätten
- Kaffeespezialitäten

Verkaufsförderung  
Mobiler Verkauf  
Kundenberatung  
Markttendenzen

SÜFFA – Fachmesse für die Fleischbranche, 21. bis 23. 10. 2012, Stuttgart (Deutschland)  
POLAGRA-FOOD – Internationale Fachmesse für die Lebensmittelindustrie, 8. 10. bis 11. 10. 2012, Posen (Polen)  
SIAL – Internationale Messe für Nahrungsmittel, 21. 10. bis 25. 10. 2012, Paris (Frankreich)  
IPA – Internationale Woche für Lebensmittelverarbeitung und -prozessertechnik, 21. 10. bis 25. 10. 2012, Paris (Frankreich)  
AGROPRODASH – Internationale Ausstellung für die Nahrungsmittelproduktion und -verarbeitung, 10. 10. bis 14. 10. 2012, Moskau (Russland)

11  
November

ET: 2. 11. 2012  
AS/DU: 10. 10. 2012

### Exportheft

- Verpackungstechnik für die Industrie
- Etikettieren und Drucken
- Clipmaschinen für industrielle Fleischverarbeiter
- Schneidemaschinen und Knochen-sägen
- Werbung und Werbemittel für Fachgeschäfte

Teigwaren  
Branchenporträt Schweiz  
Aktionen zu Weihnachten  
Ernährungsberatung

WorldFood/WorldFoodTech/Ingredients Kazachstan – Internationale Fachmesse für Lebensmittel, Getränke, Lebensmittel- und Verpackungstechnik, 30.10. bis 2. 11. 2012, Almaty (Kasachstan)  
Emballage – Internationale Verpackungsmesse, 19. 11. bis 22. 11. 2012, Paris (Frankreich)  
PETERFOOD – Internationale Fachmesse für Lebensmittel und Lebensmitteltechnik, November 2012, St. Petersburg (Russland)  
Process Expo – Food Processing Machinery Expo, November 2012, Chicago (USA)

Sonderheft

ET: 2. 11. 2012  
AS/DU: 10. 10. 2012

**Die Fleischerei international**  
– englischsprachig –

– siehe separater Flyer –

12  
Dezember

ET: 3. 12. 2012  
AS/DU: 8. 11. 2012

- Waschanlagen für Behälter, Schürzen und Stiefel
- Software für industrielle Fleischverarbeiter
- Kuttertechnik für Handwerksbetriebe
- Pökeln und Tumbeln
- Herstellung von Kochpökelfleisch

Silvester im Fachgeschäft  
Kundenberatung  
Markttendenzen

Iraq Agro Food Expo – International Exhibition for Agriculture, Food, Food Processing and Packaging, Dezember 2012, Erbil (Irak)  
Hoga, 13. 1. bis 16. 1. 2013, Nürnberg (Deutschland)  
Internationale Grüne Woche Berlin, 18. 1. bis 27. 1. 2013, Berlin (Deutschland)

\* ET = Erscheinungstermin  
AS = Anzeigenschluss  
DU = Druckunterlagen

### STÄNDIGE REDAKTIONELLE SCHWERPUNKTE:

Aktuelle Branchenentwicklung – Technische Innovationen und Lösungen aus der Maschinen- und Zulieferindustrie – Marketing für Fleischer-Fachgeschäfte – Aktionen zur Verkaufsförderung – Partyservice, Catering und Imbissgeschäft – Rezepte für die Kalte und Heiße Theke – Snacks und Convenienceprodukte – Wissenschaft für den Praktiker – Berichte über Fachmessen – Ernährungsberatung – Nutz- und Kühlfahrzeuge – Lebensmittel- und Fleischhygienerecht – Arbeitsrecht – Steuerrecht  
Englischsprachiger Exportteil für Leser im Ausland

# Die Fleischerei

Internationale Fachzeitschrift für Fleischverarbeiter in Handwerk und Industrie

Media-  
Informationen  
2012

TITELPORTRÄT

1

**1 Kurzcharakteristik:** Die Fleischerei bietet **handwerklichen und industriellen Fleischverarbeitern** sämtliche Fachinformationen, die sie für ihre tägliche Arbeit brauchen – vollständig, fundiert, in übersichtlicher Form, klar strukturiert und stets mit dem nötigen Praxisbezug. Der Nutzen für die Leser bestimmt die redaktionellen Inhalte. Dieser Anspruch gilt für alle Themen, die in den Rubriken Fleischerei-Handwerk, Technik, Branche, Betrieb und Management aufgegriffen werden. Die Fleischerei ist damit unverzichtbares Instrument der Unternehmensführung, das über aktuelle Branchenentwicklungen, Marktchancen mit neuen Geschäftsfeldern, Konsumtrends, rechtliche und wirtschaftliche Rahmenbedingungen sowie über die neuesten Maschinen und technischen Anlagen zur Fleischverarbeitung informiert. Sie unterstützt Betriebsinhaber und Führungskräfte bei Investitions- und Finanzierungsentscheidungen, bei der Optimierung operativer Abläufe und bei der strategischen Ausrichtung des Unternehmens.

**2 Erscheinungsweise:** monatlich (Doppel-Nr. 1–2 und 7–8) zum Monatsanfang

**3 Jahrgang:** 63. Jahrgang 2012

**4 Web-Adresse:** [www.fleischerei.de](http://www.fleischerei.de)

**5 Mitgliedschaften:** –

**6 Organ:** –

**7 Verleger:** Alexander Holzmann

**8 Verlag:** Holzmann Medien GmbH & Co. KG  
Postanschrift: Postfach 1342, 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.holzmann-medien.de](http://www.holzmann-medien.de)  
[www.fleischerei.de](http://www.fleischerei.de)  
E-Mail: [anzfl@holzmann-medien.de](mailto:anzfl@holzmann-medien.de)

**9 Redaktion:** Thomas Röhr (verantwortlich)  
Telefon: (0 82 47) 3 54-1 81  
E-Mail: [thomas.roehr@holzmann-medien.de](mailto:thomas.roehr@holzmann-medien.de)

**10 Anzeigen:**

Christine Keller (verantwortlich)  
Telefon: (0 82 47) 3 54-196  
E-Mail: [christine.keller@holzmann-medien.de](mailto:christine.keller@holzmann-medien.de)

**11 Vertrieb:**

Corinna Zippan (verantwortlich)  
Telefon: (0 82 47) 3 54-2 95  
E-Mail: [corinna.zippan@holzmann-medien.de](mailto:corinna.zippan@holzmann-medien.de)

**12 Bezugspreis:**

Jahresabonnement	Inland	129,00 € (inkl. MwSt. u. Versand)
	Ausland	143,00 € (inkl. MwSt. u. Versand)
Einzelverkaufspreis		13,50 € (inkl. MwSt. zzgl. Versand)

**Industrierausgabe**

Jahresabonnement	Inland	149,00 € (inkl. MwSt. u. Versand)
	Ausland	161,50 € (inkl. MwSt. u. Versand)
Mit Übersetzungsteil (inkl. Porto)		161,50 € (inkl. MwSt. u. Versand)
Einzelverkaufspreis		16,00 € (inkl. MwSt. zzgl. Versand)

**13 ISSN:**

0015-3613

**14 Umfangs-Analyse:**

**Format der Zeitschrift:** 2010 = 10 Ausgaben  
DIN A4  
**Gesamtumfang:** 930 Seiten = 100,0 %  
**Redaktioneller Teil:** 647 Seiten = 69,6 %  
**Anzeigenteil:** 283 Seiten = 30,4 %

davon: Stellen- und Gelegenheitsanzeigen:	2,8 Seiten = 0,99 %
Einhefter/Durchhefter:	82,0 Seiten = 28,98 %
Verlagseigene Anzeigen:	36,5 Seiten = 12,89 %

**Beilagen:**

23 Stück

**15 Inhalts-Analyse Redaktion:**

nicht erhoben



## 16 Auflagen-Kontrolle:

## 17 Auflagen-Analyse:

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

<b>Druckauflage:</b>	6.500		
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):</b>	6.122	davon Ausland	1.229
<b>Verkaufte Auflage:</b>	1.360	davon Ausland	343
– Abonnierte Exemplare:	1.264	davon Ausland	330
– Einzelverkauf:	0		
– Sonstiger Verkauf:	96	davon Ausland	13
<b>Freistücke:</b>	4.762	davon Ausland	886
<b>Rest-, Archiv- und Belegexemplare</b>	378		

## 18 Geografische Verbreitungs-Analyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächl. verbreiteter Auflage %	verbreiteter Auflage Exemplare
<b>Inland</b>	79,92	4.893
<b>Ausland</b>	20,08	1.229
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,00	6.122

## Verbreitung nach Nielsen-Gebieten/Bundesländern:

<b>Nielsen-Gebiet I</b>		
Schleswig-Holstein	2,00 %	98
Hamburg	0,78 %	38
Niedersachsen	6,50 %	318
Bremen	0,29 %	14
<b>Nielsen-Gebiet II</b>		
Nordrhein-Westfalen	13,84 %	677
<b>Nielsen-Gebiet IIIa</b>		
Hessen	8,68 %	425
Rheinland-Pfalz	5,66 %	277
Saarland	1,41 %	69
<b>Nielsen-Gebiet IIIb</b>		
Baden-Württemberg	18,25 %	893
<b>Nielsen-Gebiet IV</b>		
Bayern	25,83 %	1.264
<b>Nielsen-Gebiet V</b>		
Berlin	0,94 %	46
<b>Nielsen-Gebiet VI</b>		
Brandenburg	2,41 %	118
Mecklenburg-Vorpommern	1,12 %	55
Sachsen-Anhalt	3,27 %	160
<b>Nielsen-Gebiet VII</b>		
Sachsen	4,99 %	244
Thüringen	4,03 %	197
<b>Tatsächlich verbreitete Inlands-Auflage</b>	100,00 %	4.893

## Verbreitung der Auslandsauflage:

<b>Europa</b>	53,46 %	657
Liechtenstein/Österreich/Schweiz/Südtirol	14,08 %	173
EU-Länder (ohne D/A)	38,24 %	470
mittel-/osteurop. Länder inkl. GUS	1,06 %	13
sonstige	0,08 %	1
<b>Amerika</b>	26,28 %	323
Nordamerika	17,49 %	215
Mittel- und Südamerika	8,79 %	108
<b>Afrika</b>	1,22 %	15
<b>Asien</b>	13,51 %	166
<b>Australien und Ozeanien</b>	5,53 %	68
<b>Tatsächl. verbreitete Auslands-Aufl.</b>	100,00 %	1.229

## 19 Branchen/Wirtschaftszweige/Unternehmenstypen

Abteilung/ Gruppe/Klasse	Empfängergruppen (lt. Klassifikation der Wirtschaftszweige)	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage			
		insgesamt		Inland	Ausland
		%	Exemplare	Exemplare	Exemplare
	<b>Produzierendes Gewerbe</b>				
15	Ernährungsgewerbe				
1511	Schlachten	16,81	1.029	572	457
1513	Fleischverarbeitung				
	Fleischwarenindustrie	7,87	482	65	417
	Fleischerfachgeschäfte/Metzgereien	51,24	3.137	3.008	129
1587	Würzen- und Soßenherstellung	0,21	13	13	0
16-37	Sonstiges produzierendes Gewerbe	2,79	171	126	45
	<b>Handel</b>				
5132	Fleischgroßhandel	0,70	43	40	3
51563	Fleischereibedarf-Handel	0,80	49	44	5
51	Sonstiger Großhandel	0,21	13	10	3
52	Einzelhandel	0,23	14	14	0
5222	Fleisch-Einzelhandel	6,91	423	422	1
	<b>Sonstige</b>				
55-74	Dienstleistungsgewerbe	1,13	69	64	5
75	Gebietskörperschaften	0,48	29	26	3
80	Erziehung und Unterricht	2,63	161	154	7
852	Veterinärwesen	0,02	1	1	0
91	Interessenvertretungen	2,92	179	165	14
	Sonstige Angaben	1,00	61	59	2
	Keine Angaben	4,05	248	110	138
	<b>Tatsächlich verbreitete Auflage</b>	<b>100,00</b>	<b>6.122</b>	<b>4.893</b>	<b>1.229</b>

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.

## Kurzfassung der Erhebungsmethode (Schema 2)

### 1. Beschaffenheit der Datei:

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

### 2. Untersuchungsmethode:

Verbreitungs-Analyse durch Dateiauswertung – Total-Erhebung

### 3. Tag der Datei-Auswertung: 29. 07. 2011

### 4. Struktur der Empfängerschaft:

a) Gesamtzahl der Empfänger in der Datei:	43.791		
b) Empfängerstruktur nach Vertriebsformen:			
– verkaufte Auflage	1.360		
– ständige Freistücke	412		
– wechselnde Freistücke	4.119		
– Einzelverkauf	0		
– Werbeexemplare	231		
Tatsächlich verbreitete Auflage (IvA)	6.122		
– davon Inland	4.893		
– davon Ausland	1.229		
c) Gesamtzahl der wechselnden Empfänger	42.244		
<b>5. Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):</b>			
Grundgesamtheit (IvA)	6.122	100,0 %	
Davon in der Untersuchung nicht erfasst	288	4,7 %	
– Einzelverkauf	0		
– Werbeexemplare	231		
– über Buchhandel geliefert	57		
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (IvA)	5.834	95,3 %	

### 6. Beschreibung der Erhebung:

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

### 7. Zielperson der Untersuchung: entfällt

### 8. Definition des Lesers: entfällt

### 9. Schwankungsbreite: entfällt

### 10. Durchführung der Untersuchung: Verlag

### 11. Zeitraum der Untersuchung: Juli 2011

## Kurzfassung der Erhebungsmethode (Schema 3-E)

### 1. Beschaffenheit der Datei:

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

### 2. Untersuchungsmethode:

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

### 3. Tag der Datei-Auswertung: 29. 07. 2011

### 4. Struktur der Empfängerschaft:

a) Gesamtzahl der Empfänger in der Datei:	43.791		
b) Empfängerstruktur nach Vertriebsformen:			
– verkaufte Auflage	1.360		
– ständige Freistücke	412		
– wechselnde Freistücke	4.119		
– Einzelverkauf	0		
– Werbeexemplare	231		
Tatsächlich verbreitete Auflage (IvA)	6.122		
– davon Inland	4.893		
– davon Ausland	1.229		
c) Gesamtzahl der wechselnden Empfänger (Wechsel nach jeder Ausgabe)	42.244		
<b>5. Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):</b>			
Grundgesamtheit (IvA)	6.122	100,0 %	
Davon in der Untersuchung nicht erfasst	288	4,7 %	
– Einzelverkauf	0		
– Werbeexemplare	231		
– über Buchhandel geliefert	57		
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (IvA)	5.834	95,3 %	

### 6. Beschreibung der Erhebung:

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

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

Mitteilungen der Empfänger; Messekataloge

Ausschöpfung für das Branchenmerkmal 42.599 97,3 %

Keine Angaben in der Datei 1.192 2,7 %

43.791 100,0 %

### 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

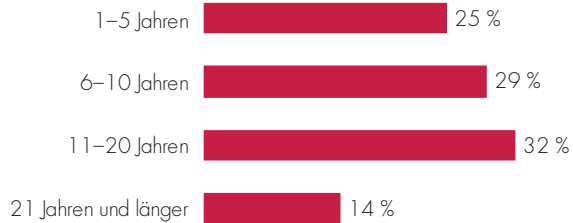
## HOHE AFFINITÄTEN

Die **Die Fleischerei** wird im Durchschnitt seit gut **13 Jahren** gelesen.

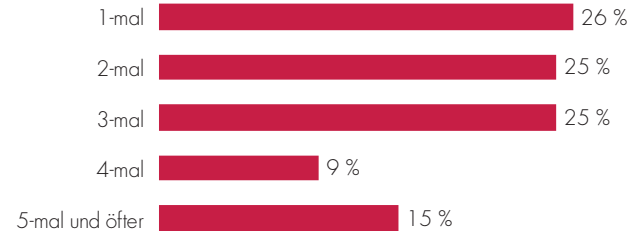
Die Leser von **Die Fleischerei** nehmen das Heft im Durchschnitt **3-mal** zur Hand.

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

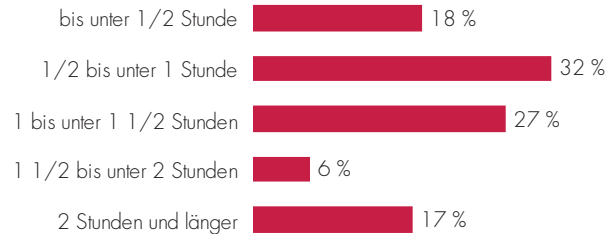
### Lese **Die Fleischerei** seit ...



### Heftkontakt



### Lesedauer

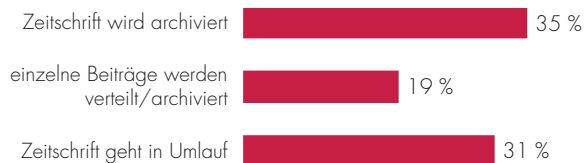


### KOMPETENTE KOMMUNIKATOREN

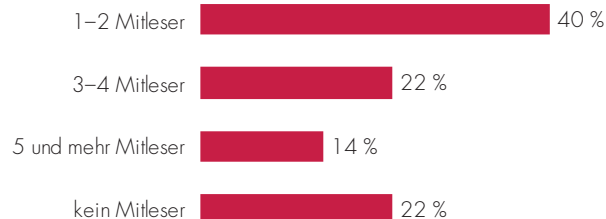
Die **Fleischerei** wird im Durchschnitt noch von weiteren **2,7 Personen** gelesen.

**35 %** archivieren das komplette Heft, bei **31 %** geht es in den Umlauf.

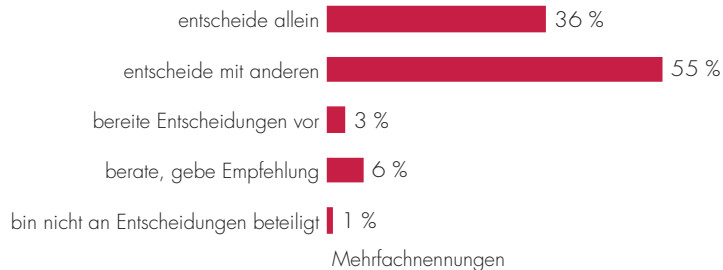
#### Heftverbleib



#### Mitleser



#### Entscheidungskompetenz



Mehrfachnennungen

### HEFTAKZEPTANZ / THEMENINTERESSE / GESCHÄFTSFELDER

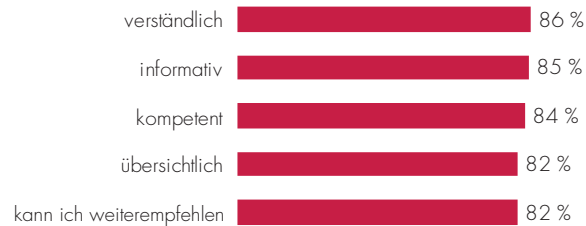
#### Beurteilung der Rubriken\*



#### Themeninteresse\*\*\*



#### Beurteilung redaktioneller Inhalte\*\*



#### Bedeutung von Geschäftsfeldern\*\*\*\*

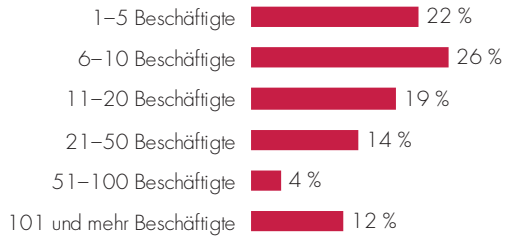


Quelle: Leseranalyse 2011

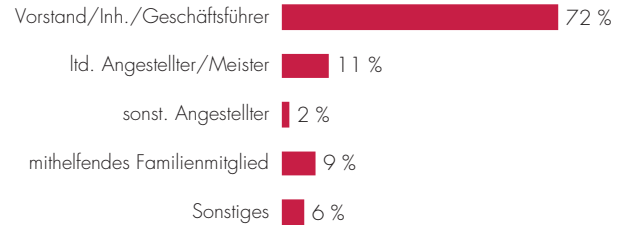
Basis: 175 Abonnenten in Deutschland; \*gefällt sehr gut/gut; \*\*Stufe 1+2 auf 6er-Skala; \*\*\*sehr wichtig/wichtig; \*\*\*\*von großer Bedeutung/von Bedeutung

## BETRIEBLICHE ANGABEN / INVESTITIONEN

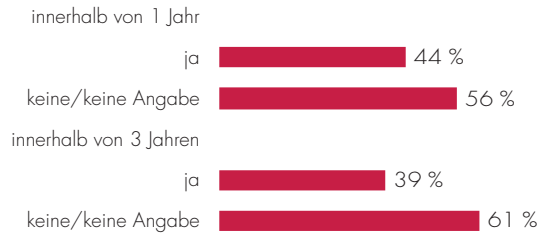
### Betriebsgröße



### Funktion/Position des Befragten



### Investitionsbereitschaft



### Zur Untersuchung:

Telefonische Befragung bei 175 Abonnenten.

Stichprobe analog zur Abonnentendatei nach Berufsgruppen.

Durchführung der Untersuchung:

Dierks Markt- und Medienforschung, Pirmasens  
Feldinstitut: Foerster&Thelen GmbH, Bochum  
Juni 2011.

# Die Fleischerei

Internationale Fachzeitschrift für Fleischverarbeiter in Handwerk und Industrie

Media-  
Informationen

2012

ONLINE-  
WERBUNG



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

**2 Kurzcharakteristik:** Fleischerei.de ist der Webauftritt des Fachmagazins **Die Fleischerei** und hat den Anspruch, das neue **Info-Portal der Fleischbranche zu werden.**

**Fleischverarbeiter in Handwerk und der Industrie** finden neben aktuellen Branchen-Informationen eine Fülle an Praxistipps und Antworten auf die Fragen des täglichen Betriebsalltags: Tipps für den Verkauf, Betriebsoptimierung, Zusatzsortimente, Ernährungsberatung und neue oder ausbaufähige Geschäftsfelder wie Partyservice und Außer-Haus-Markt.

Im **Fleischerei-Einkaufsführer** präsentieren sich Unternehmen mit ihren Produkten und Dienstleistungen. Die integrierte Suche im Einkaufsführer ermöglicht den Usern, sich gezielt Produkt- und Herstellerinformationen zu beschaffen. Dieses Serviceangebot wird ergänzt durch einen Kleinanzeigenmarkt sowie ein umfangreiches Hefearchiv. Informationen rund um die Fleischindustrie werden auch in englischer Sprache veröffentlicht und sprechen internationale User an.

Der Austausch mit Branchenkollegen wird über eine „Frage&Antwort“-Funktion ermöglicht. Neue Features, wie z. B. die Multimediatheke mit Videos und Bildergalerien oder die Rezeptdatenbank für Fleischer runden den informativen Online-Auftritt ab.

**3 Zielgruppe:** Inhaber von Fleischer-Fachgeschäften sowie Geschäftsführer, Führungskräfte und Entscheider in der Fleisch verarbeitenden Industrie und von Zulieferunternehmen.

**4 Verlag:** Holzmann Medien GmbH & Co. KG  
Gewerbestraße 2, 86825 Bad Wörishofen  
Postfach 13 42, 86816 Bad Wörishofen  
Telefon: 0 82 47 / 3 54-01, Fax: 0 82 47 / 3 54-1 70  
Internet: [www.holzmann-medien.de](http://www.holzmann-medien.de), [www.fleischerei.de](http://www.fleischerei.de)  
E-Mail: [anzfl@holzmann-medien.de](mailto:anzfl@holzmann-medien.de)

**5 Ansprechpartner:** Christine Keller (verantwortlich)  
Telefon: 0 82 47 / 3 54-1 96  
E-Mail: [christine.keller@holzmann-medien.de](mailto:christine.keller@holzmann-medien.de)

**6 Zugriffskontrolle:** IWW-Online

**7 Zugriffe:** auf Anfrage



**8 Datenanlieferung:** mindestens 1 Woche vor Schaltbeginn per E-Mail an [anzfl@holzmann-medien.de](mailto:anzfl@holzmann-medien.de)  
GIF-, JPG- oder SWF-Datei, maximale Dateigröße 25 KB  
Die Ziel-URL muss mit der Variablen „clickTag“ versehen sein.

## 10 Werbeformen und Preise:

Allen Preisen ist der jeweils gültige gesetzliche Mehrwertsteuersatz hinzuzurechnen. Bitte erfragen Sie rechtzeitig vor Auftragserteilung die Verfügbarkeiten.

Werbeform	Format (Breite x Höhe)	TKP
Superbanner	728 x 90 Pixel	60,- €
Skyscraper	120 x 600 Pixel	65,- €
Wide Skyscraper	160 x 600 Pixel	65,- €
Expandable Skyscraper	420 x 600 Pixel	70,- €
Wallpaper	728 x 90 Pixel 160 x 600 Pixel	110,- €
ContentAd (Medium Rectangle)	300 x 250 Pixel	75,- €
PopUp / PopUnder	200 x 300 Pixel / 400 x 300 Pixel	80,- €

Weitere Onlinewerbeformen auf Anfrage.

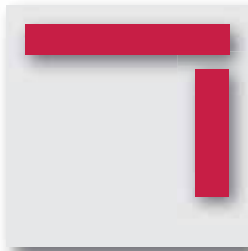
**Sonderwerbeformen:** Eintrag in Datenbank/Marktübersicht:  
Nur in Verbindung mit Bezugsquelleneintrag, bei Einschaltung mit Logo zzgl. 195,- € (Jahr).  
Eintrag im Kleinanzeigenmarkt (maximal 500 Zeichen + 1 Bild/Logo) 27,- € (Monat).

**11 Rabatte:**  
nach Umsatz  
ab 1.000,- € 5 %      ab 3.000,- € 15 %  
ab 2.000,- € 10 %    ab 4.000,- € 20 %

**12 Zahlungsbedingungen:** Innerhalb 14 Tagen ab Rechnungsdatum ohne Abzug.  
USDent-Nr. DE 129 204 092

**Bankverbindungen:** Siehe Seite 2

**Abrechnungsmodus:** Berechnet werden AdImpressions (Werbemittleinblendungen) zum TKP (Tausend-Kontakt-Preis). Beispiel: TKP 40,- € und 10.000 AdImpressions = 400,- €



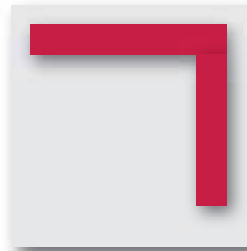
### **Superbanner (728 x 90 Pixel)**

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

### **Skyscraper (120 x 600 Pixel)**

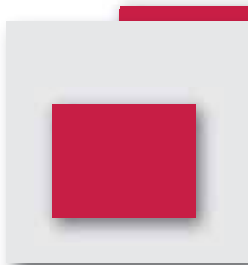
### **Wide Skyscraper (160 x 600 Pixel)**

### **Expandable Skyscraper (max. 420 x 600 Pixel)**



### **Wallpaper**

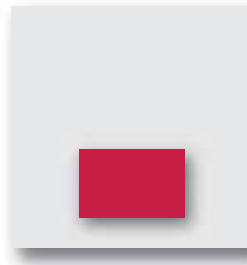
Kombination aus Superbanner und Skyscraper. Wallpaper färben meist den oberen und rechten Seitenrand der Website ein. Ein aufmerksamkeitsstarkes Werbemittel, welches den Wiedererkennungswert stark erhöht.



### **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.



### **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.

## **fleischerei.de Newsletter**

Erscheinungsweise: monatlich (um die Monatsmitte)  
Werbemöglichkeit: Fullsize Banner 150,- €  
(468 x 60 Pixel, nicht animiert, tif- oder jpg-Datei)  
TextBild-Anzeige 150,- €  
(Text 400 Zeichen inklusive Titel und Verlinkung. Bild oder Logo von 100 x 100 bis 150 x 150 Pixel)

**handwerks-  
channel**

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

Informieren sie sich unter [www.handwerks-channel.de](http://www.handwerks-channel.de)

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

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

- aus einem Bild und/oder Text, aus Tonfolgen und/oder Bewegtbildern (z.B. Banner, Skyscraper, Pop-up);
- aus einer sensitiven Fläche, die bei Anklicken die Verbindung 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 Vertragsschluss 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 der 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 Hefnummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig bei Holzmann eingehen, dass dem Auftraggeber nach vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf. Platzierungszusagen und der Ausschluss von Konkurrenzanzeigen sind nur wirksam, wenn Holzmann dies schriftlich bestätigt.

**7.** Textteilanzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche von Holzmann mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

**8.** Holzmann behält sich vor, Anzeigen – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – abzulehnen oder zu sperren, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen, insbesondere gegen Bestimmungen des Strafgesetzbuches oder des Jugendstrafrechts, 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 Musters und dessen Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdenzungen 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 Druckerunterlagen oder anderer Werbemittel ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Bei der Anlieferung von digitalen Druckerunterlagen oder Daten für Onlinewerbemittel ist der Auftraggeber ver-

pflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder den technischen Vorgaben von Holzmann entsprechende Vorlagen für Anzeigen anzuliefern. Die Vorlagen für digitale Druckerunterlagen 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. Vereinbarung 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 Druckerunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Dies gilt nur für den Fall, dass der Auftraggeber die Vorgaben von Holzmann zur Erstellung und Übermittlung von Druckerunterlagen 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 Schadenersatz 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.** Druckerunterlagen/Medien werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Druckerunterlagen/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 Wiederabgabetätigkeit 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 vorhersehbarer Schadens und auf das für die betreffende Anzeige zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung von Holzmann für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet Holzmann darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts beschränkt. Die Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz bleibt unberührt. Alle gegen Holzmann gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf vorsätzlichem Verhalten beruhen.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

**18.** Abweichend von Ziffer 17 dieser AGB berechtigt eine Aufgabeminderung von Titeln, die heftbezogene Auflagenenden veröffentlichen, nur dann zu einer Preisminderung, wenn und soweit sie bei einer Auflage (Garantieaufgabe) von bis zu 500.000 Exemplaren 10 v.H. und bei einer Auflage (Garantieaufgabe) von über 500.000 Exemplaren 5 v.H. überschreitet. Eine Aufgabeminderung 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 Aufgabendurchschnitt der vier Quartale vor dem Insertionsjahr, soweit nicht von Holzmann eine absolute Aufgabenzahl als Garantie in der jeweiligen Preisliste angegeben wurde. Voraussetzung für einen Anspruch auf Preisminderung ist ein rabattfähiger Abschluss auf Basis der Mengentafel und für mindestens drei Ausgaben. Grundlage für die Berechnung der Preisminderung ist der Auftrag pro Unternehmen, soweit nicht bei Auftragserteilung eine Abrechnung nach Marken, die bei Auftragserteilung zu definieren sind, vereinbart wurde. Die mögliche Aufgabeminderung errechnet sich als Saldo der Aufgabenerlöse- und Aufgabenerlösenüberschreitungen 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 Zifferanzeigen wendet Holzmann für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Zifferanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Zifferanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet 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, die von 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 Online Medien erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte ein, insbesondere die jeweils erforderlichen Rechte zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Bearbeitung, zu öffentlichem Zugänglichmachen, Einstellen in einer Datenbank, Entnahme aus einer Datenbank und Bereithalten zum Abruf, und zwar zeitlich, räumlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang.

**24.** Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, illegalem Arbeitskampf, rechtswidriger Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen – sowohl im Betrieb von Holzmann als auch in fremden Betrieben, derer sich Holzmann zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient – hat Holzmann Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Printanzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit 80 Prozent der 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 Recheneraustausch, höherer Gewalt, Streik, aufgrund gesetzlicher Bestimmungen, Störungen aus dem Verantwortungsbereich von Dritten (z.B. anderen Provident), Netzbreitern 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, Bruttwertbeschlüsse und vergleichbar relevante Daten des Auftraggebers auf Produktenebene zur Veröffentlichung an Unternehmen weiterzuleiten, die sich mit der Erhebung und Auswertung solcher Informationen beschäftigen. Diese Daten werden dort aggregiert und in anonymisierter Form in den Markt kommuniziert.

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

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

**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 Fehlen 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, Recheneraustausch bei Dritten (z.B. anderen Provident), 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 Neuauflage 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 Steuerbefreiung 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.

# Die Fleischerei

Internationale Fachzeitschrift für Fleischverarbeiter in Handwerk und Industrie  
International magazine for meat processors in trade and industry



**Anzeigenleitung:  
Advertising manager:**

Christine Keller  
Telefon +49 8247 354-196  
Telefax +49 8247 354-4196  
E-Mail: [christine.keller@holzmann-medien.de](mailto:christine.keller@holzmann-medien.de)



**Anzeigenverwaltung:  
Advertisement administration:**

Andrea Ries  
Telefon +49 8247 354-193  
Telefax +49 8247 354-4193  
E-Mail: [andrea.ries@holzmann-medien.de](mailto:andrea.ries@holzmann-medien.de)



Holzmann Medien GmbH & Co. KG | Die Fleischerei | Postfach 1342 | 86816 Bad Wörishofen | Telefon +49 8247 354-01 | Telefax +49 8247 354-170  
E-Mail: [anzf@holzmann-medien.de](mailto:anzf@holzmann-medien.de) | [www.fleischerei.de](http://www.fleischerei.de) | [www.holzmann-medien.de](http://www.holzmann-medien.de)