

MEDIA-INFORMATIONEN 2010

Meistverkaufte gewerkeübergreifende Fachzeitschrift
für Ausbau und Sanierung

www.bauverlag.de

www.bauhandwerk.de



Bauhandwerk ist die auflagenstärkste Fachzeitschrift für die gewerkeübergreifende Bauausführung in Neubau und Sanierung. Sie erscheint ab 2010 in einem **neuen Layout** und in einer **neuen Heftstruktur** in einer erhöhten Druckauflage von **24.000 Exemplaren** und richtet sich an Inhaber von Handwerksbetrieben, Handwerksmeister und Techniker, die gewerkeübergreifend im Ausbau und in der Sanierung tätig sind. Inhaltlich beschäftigt sich Bauhandwerk vor allem mit

- Trocken- und Akustikbau, Brandschutz, Deckensysteme
- Putz, Stuck, Estrich
- WDVS und Farben
- Dämmung
- Bautenschutz und Abdichtung

Ergänzt wird dieser Themenmix um Fahrzeug- und Werkzeugtests, Befestigungstechnik, Unternehmensführung, Unternehmensporträts und der „Baustelle des Monats“. Weiterführende Informationen und aktuelle News finden Sie auf der Website **www.bauhandwerk.de**

DIE AUFLAGENSTÄRKSTE FACHZEITSCHRIFT FÜR DIE GEWERKEÜBERGREIFENDE BAUAUSFÜHRUNG

Ergänzend zu Bauhandwerk erscheint die Fachzeitschrift **Dach+Holz**, ein Special der Bauhandwerk, die sich an Dachdecker und Zimmerer wendet. **Dach+Holz** berichtet viermal jährlich in Objektreportagen, Fachbeiträgen und Produktneuheiten über aktuelle Trends im Holzbau und Dachausbau und -neubau. Für **Dach+Holz** gibt es eigenständige Media Informationen, die wir Ihnen auf Wunsch gerne zusenden.



1 Kurzcharakteristik

Bauhandwerk ist das ausführungsorientierte Fachmagazin für Inhaber von Handwerksbetrieben, Handwerksmeister und Techniker, die gewerkeübergreifend im Ausbau und in der Sanierung tätig sind. Jede Ausgabe stellt mit der Baustelle des Monats ein herausragendes Gebäude prozessorientiert vor. In den Themenrubriken Trockenbau, Putz+Stuck, WDVS+Farbe, Dämmung, Bautenschutz, Kleben+Dichten und Befestigungstechnik wird mit aktuellen Meldungen, Bauberichten, Ausführung + Montage, Praxistipps und Produkten das gesamte Arbeitsspektrum der auf diesen Gebieten tätigen Gewerke aufgezeigt. Ergänzt werden diese Rubriken durch Sonderteile wie Fenster+Türen, Fußbodentechnik, Sanieren+Restaurieren. Hierdurch wird vor allem der Blick für die richtige Verarbeitung der Produkte und Bauteile geschärft, was Nachbesserungen und Folgekosten für den Betriebsinhaber vermeidet. Das Fachwissen für Handwerksmeister und Techniker öffnet aber auch den Blick über den Horizont des eigenen Gewerks hinaus: So können nicht nur Kenntnisse im Umgang mit Produkten und Bauteilen aus fremden Gewerken erworben werden, sondern die eigene Arbeit auch besser in den Bauablauf eingebettet werden. Das spart nicht nur Zeit, sondern vor allem auch Kosten. Zudem wird ein mit breitem Leistungsspektrum aufgestellter Handwerksbetrieb auch künftig konkurrenzfähig bleiben.

2 Erscheinungsweise: 10 Ausgaben

3 Jahrgang/Jahr: 32. Jahrgang 2010

4 Web-Adresse (URL): www.bauhandwerk.de

5 Mitgliedschaften: –

6 Organ: –

7 Herausgeber: –

8 Verlag: Bauverlag BV GmbH
Postanschrift: Postfach 120, 33311 Gütersloh
Hausanschrift: Avenwedder Straße 55, 33311 Gütersloh
Telefon: +49 (0) 52 41/80-79 38
Telefax: +49 (0) 52 41/80-6 79 38
Internet: www.bauverlag.de
E-Mail: bauhandwerk@bauverlag.de

9 Redaktion: Dipl.-Ing. Roland Herr (Chefredakteur)
E-Mail: roland.herr@bauverlag.de
Dipl.-Ing. Thomas Wieckhorst
E-Mail: thomas.wieckhorst@bauverlag.de

10 Anzeigen: Axel Gase-Jochens (verantwortlich)
Christine Schulten
Telefon:+49 (0) 52 41/80-79 38
E-Mail: axel.gase-jochens@bauverlag.de

11 Vertrieb: Marco Rieso (verantwortlich)
Telefon:+49 (0) 52 41/80-4 58 34
E-Mail: marco.rieso@bauverlag.de

12 Bezugspreis: Jahresabonnement Inland € 106,20
Jahresabonnement Ausland € 110,40
Einzelverkaufspreis € 14,50

13 ISSN: 0173-5365

14 Umfangs-Analyse: 2008 = 10 Ausgaben
Format der Zeitschrift: DIN A4; 210 mm breit, 297 mm hoch
Gesamtumfang: 756 Seiten = 100,0%
Redaktioneller Teil: 614 Seiten = 81,2%
Anzeigenteil: 142 Seiten = 18,8%

davon: Stellen- und Gelegenheitsanzeigen: 0 Seiten = 0,0%
Einhefter/Durchhefter: 20 Seiten = 14,1%
Verlagsseigene Anzeigen: 24 Seiten = 16,9%

Beilagen: 12 Stück

15 Inhalts-Analyse Redaktion: 2008 = 614 Seiten
Fachthemen u. Objekt 394 Seiten
– Holzbau 58 Seiten = 9,4%
– Trockenbau 91 Seiten = 14,8%
– Putz, WDVS u. Mauerwerk 78 Seiten = 12,7%
– Sanierung 83 Seiten = 13,5%
– weitere Themen Bautechnik 79 Seiten = 12,8%
– Marktübersicht Profiwerkzeuge 5 Seiten = 0,7%
Rubriken 102 Seiten
– Nutzfahrzeuge 7 Seiten = 1,1%
– Rechtsfragen 14 Seiten = 2,3%
– EDV und Internet im Handwerk 17 Seiten = 2,8%
– Literatur 9 Seiten = 1,5%
– Unternehmensführung 12 Seiten = 2,0%
– Neue Produkte 45 Seiten = 7,3%
Blickpunkte, Leserbriefe, aktuelle Brancheninfos, Verbände 78 Seiten = 12,7%
Titel, Editorial, Inhalt, Vorschau, Impressum 40 Seiten = 6,4%



Bauverlag BV GmbH, Avenwedder Str. 55, 33311 Gütersloh, Telefon: +49 (0) 52 41/80-79 38, Fax: +49 (0) 52 41/80-6 79 38



ab 01.01.2010:
neue Druckauflage
24.000

16 Auflagenkontrolle:

17 Auflagen-Analyse:

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

Druckauflage:	16.133
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):	15.814 davon Ausland: 78
Verkaufte Auflage:	3.561 davon Ausland: 58
– Abonnierte Exemplare:	2.318 davon Mitgliederstücke: –
– Sonstiger Verkauf:	1.242
– Einzelverkauf:	1
Freistücke:	12.253
Rest-, Archiv- und Belegexemplare:	319

18 Geographische Verbreitungs-Analyse

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	99,5	15.736
Ausland	0,5	78
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	15.814

18.1 Verbreitung nach Nielsen-Gebieten/Bundesländern:

Vertrieb	Anteil an tatsächlich verbreiteter Inlands-Auflage	
	%	Exemplare
Nielsen-Gebiet I		
Schleswig-Holstein	3,9	623
Hamburg	1,0	159
Niedersachsen	8,7	1.381
Bremen	0,5	81
Nielsen-Gebiet II		
Nordrhein-Westfalen	20,4	3.210
Nielsen-Gebiet IIIa		
Hessen	10,9	1.714
Rheinland-Pfalz	6,1	971
Saarland	0,8	132
Nielsen-Gebiet IIIb		
Baden-Württemberg	13,9	2.179
Nielsen-Gebiet IV		
Bayern	17,8	2.822
Nielsen-Gebiet V		
Berlin	1,7	271
Nielsen-Gebiet VI		
Mecklenburg-Vorpommern	1,8	291
Brandenburg	2,4	387
Sachsen-Anhalt	2,4	379
Nielsen-Gebiet VII		
Thüringen	2,0	309
Sachsen	5,7	905
Tatsächlich verbreitete Inlands-Auflage	100,0	15.814

Kurzfassung der Erhebungsmethode siehe unten.

Kurzfassung der Erhebungsmethode zur Verbreitungs-Analyse (AMF-Schema 2, Ziffer 18)

1. Untersuchungsmethode:

Verbreitungs-Analyse durch Dateiauswertung – Total-Erhebung

2. Beschreibung der Empfängerschaft zum Zeitpunkt der Datenerhebung

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.

2.2 Gesamtzahl Empfänger in der Datei: 63.391

2.3 Gesamtzahl der wechselnden Empfänger: 59.414
(Wechsel nach jeder sechsten Ausgabe)

2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

- Verkaufte Auflage		3.540
davon: abonnierte Exemplare	2.294	
Einzelverkauf	-	
sonstiger Verkauf	1.246	
- Freistücke		12.317
davon: ständige Freistücke	437	
wechselnde Freistücke	11.377	
Werbeexemplare	503	
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)		15.857
→ davon Inland	15.788	
→ davon Ausland	69	

3. Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA)	15.857 = 100,0%
Davon in der Untersuchung nicht erfasst:	1.749 = 11%
→ Einzelverkauf	-
→ sonstiger Verkauf	1.246
→ Werbeexemplare	503
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA)	14.108 = 89%

3.2 Tag der Dateiauswertung: 27. Juli 2009

3.3 Beschreibung der Datenbasis:

Die Auswertung basiert auf der Gesamtdatei. Die ermittelten Anteile für die Verbreitungsgebiete wurden auf die tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt gemäß AMF-Ziffer 17 projiziert.

3.4 Zielperson der Untersuchung: entfällt

3.5 Definition des Lesers: entfällt

3.6 Zeitraum der Untersuchung: Juli 2009

3.7 Durchführung der Untersuchung: Verlag

Ab 1. Januar 2010 erhöht sich die Druckauflage auf 24.000 Exemplare. Die Hefte werden an Inhaber von Handwerksbetrieben, Handwerksmeister und Techniker verbreitet, die folgende Tätigkeiten ausführen:

- Abdichtungsarbeiten
- Außen- und Innendämmung
- Bautenschutz
- Bauwerkserhaltung
- Befestigungstechnik
- Brandschutz
- Deckensystembau
- Estricharbeiten
- Fenster- und Türenbau
- Fußbodentechnik
- Kleben und Dichten
- Putz- und Stuckarbeiten
- Schalldämmung
- Trocken- und Akustikbau
- WDVS und Farben

Bauverlag BV GmbH, Avenwedder Str. 55, 33311 Gütersloh, Telefon: +49 (0) 52 41/80-79 38, Fax: +49 (0) 52 41/80-6 79 38

4.1 Media-Profil

Seitenkontaktchance	Anteil der ermittelten Leser in %
alles oder fast alles gelesen	52,4
etwa drei Viertel gelesen	15,2
etwa die Hälfte gelesen	16,4
etwa ein Viertel gelesen	11,6
nur wenig gelesen	3,2
(fast) keine gelesen	1,2
	100

Seitenkontaktchance = 75,3%

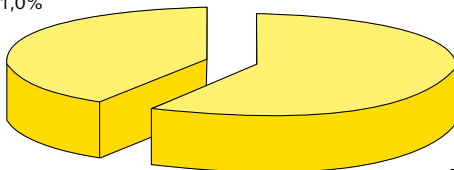
Archivierungsverhalten	Anteil der ermittelten Leser in %
Zeitschrift wird komplett archiviert	43,2
einzelne Beiträge werden archiviert	42,4
einzelne Beiträge werden fotografiert und verteilt	22,8
Zeitschrift geht in Umlauf	39,2
Zeitschrift wird weggeworfen	12,4
Mehrfachnennungen	

Leser-Blatt-Bindung = 85,6%

Berufliche Ausbildung	Anteil der ermittelten Leser in %
Meisterschule	48,8
Fachhochschule	20,2
Lehre	10,4
Universität/TU	9,2
Technikerschule	8,4
Sonstiges	2,8
	100

Struktur des Bauvolumens

Neubau 41,0%



Sanierung 59,0%

Bezugsgröße: 14.478 Leser

Quelle: Leser-Struktur-Analyse, Januar 2005

Stellung im Betrieb

Stellung im Betrieb	Anteil der ermittelten Leser in %
Inhaber/Geschäftsführer	79,2
Bauleiter	5,6
Polier	2,0
kaufmännischer Angestellter	7,2
technischer Angestellter	2,8
Geselle	0,4
Sonstiges	2,8
	100



Bauverlag BV GmbH, Avenwedder Str. 55, 33311 Gütersloh, Telefon: +49 (0) 52 41/80-79 38, Fax: +49 (0) 52 41/80-6 79 38

In jeder Ausgabe werden zwei Objektbeispiele ausfuhrungsbezogen vorgestellt. Probleme der täglichen Praxis und Lösungen von konstruktiven und handwerksbezogenen Ausführungsdetails stehen im Vordergrund. Beschrieben werden Baustoffe, Bauteile und Systeme wie:

Anstrichsysteme/Bautenschutzmittel/Beschläge/Befestigungsmaterial/Dämmstoffe/Dichtstoffe/Dach-, Wand-, Decken- und Fassadenverkleidung/Fenster, Türen,Tore/Trockenbaustoffe/Holzbausysteme/Holzwerkstoffe/Putze und Mörtel/Verglasung/Wandbaustoffe. Ebenso werden die gewerkeübergreifenden Arbeitsabläufe und deren Koordination erläutert.

Die Darstellung erfolgt mit maßstabsgerechten Konstruktions- und Ausführungsdetails, begleitet durch Fotos und ausführliche Baubeschreibungen, so dass für den Verarbeiter und Handwerker sowie für den Bauleiter eine Arbeitsunterlage für die tägliche Praxis zur Verfügung steht.

Heft	Heftschwerpunkte und Sonderteile				Specials	Messen
1-2/2010 AS: 14.01.2010 DU: 15.01.2010 ET: 03.02.2010	Deckensysteme Trocken- Akustikbau Stahlzargen im Trockenbau	Außendämmung Passivhausdämmung mit Hochleistungswerkstoffen Innendämmung	Kleben und Dichten Bauanschlussfugen Folienanschluss	Bautenschutz Injektionsmittelanwendung gegen aufsteigende Feuchtigkeit Gebäudeaußenabdichtung	Werkzeugtest EDV Serie: Untergrundprüfung	DEUBAU , Essen 12.-16.01.10, DOMOTEX , Hannover 16.-19.01.10, DACH+HOLZ , Köln 24.-27.02.10, CeBIT , Hannover 02.-06.03.10, IHM , München 03.-09.03.10
3/2010 AS: 11.02.2010 DU: 12.02.2010 ET: 03.03.2010	Brandschutz Trocken- und Akustikbau Blechanschlussprofile	Fassadensanierung Fassadendämmsysteme Fassadenfarben	Putztechnische Rissanierung Effekt-Fassade mit Siliciumcarbide Untergründe für Putzsysteme Putzmörtel	Sonderteil Fenster+Türen Sanierung historischer Fenster Sanierung mit Glas Fensterfugenabdichtung	Nutzfahrzeuge Serie: Untergrundprüfung	festerbau/frontale , Nürnberg, 24.-27.03.10 Holzhandwerk , Nürnberg, 24.27.03.10 FARBE , München 24.-27.03.10

AS = Anzeigenschluss
 DU = Druckunterlagenschluss
 ET = Erscheinungstermin

Die Redaktion behält sich aus Gründen der Aktualität Themenänderungen vor. Termine und Themen „Dach+Holz“ finden Sie in den dortigen Media-Informationen.

Heft	Heftschwerpunkte und Sonderteile				Specials	Messen
4/2010 AS: 16.03.2010 DU: 17.03.2010 ET: 07.04.2010	Gipsprodukte Trockenschüttungen Trockenbau ohne Oberputz	Harte WDV-Systeme WDV-Systeme im Licht der EnEV 2009 verlaufende Wischtechnik	Stucksanierung Schäden vermeiden durch richtigen Unterputz Estrich	Bautenschutz Thermisch-konfektive Vortrocknung für Injektionsmittelabdichtungen	Werkzeugtest EDV Serie: Untergrundprüfung	HANNOVER MESSE, Hannover, 19.-23.04.10
5/2010 AS: 15.04.2010 DU: 16.04.2010 ET: 05.05.2010	Trockenbau Blechanschlussprofile im Trockenbau Deckensysteme	Energetische Sanierung Sommerlicher Hitzeschutz mit Holzfaserdämmung	Befestigungstechnik Befestigungsmittel in Porenbetonmauerwerk	Sonderteil: Fußbodentechnik	Nutzfahrzeuge Serie: Untergrundprüfung	
6/2010 AS: 11.05.2010 DU: 12.05.2010 ET: 02.06.2010	Trockenschüttungen Decken in Feuchträumen Gipsbauplatten	Algen und Pilze auf WDV-Systemen Putz- und Mörtelsysteme Farbige Gestaltung von Fassaden Verlaufftechnik mit Dekorlasurfarben	Applikation eines Marmorino-Putzes Sanierputz Reinkalk und Lehmputze Estrich	Abdichtung Bautenschutz Nachträgliche Mauerwerksabdichtung Balkonsanierung	Werkzeugtest EDV Serie: Untergrundprüfung	

AS = Anzeigenschluss
 DU = Druckunterlagenschluss
 ET = Erscheinungstermin

Die Redaktion behält sich aus Gründen der Aktualität Themenänderungen vor. Termine und Themen „**Dach+Holz**“ finden Sie in den dortigen Media-Informationen.

Heft	Heftschwerpunkte und Sonderteile				Specials	Messen
7-8/2010 AS: 15.07.2010 DU: 16.07.2010 ET: 04.08.2010	Akustikbau Brandschutz Trockenbau Zargen und Anschlüsse im Massiv- und Trockenbau Trennwandsysteme	Wärmebrücken beim Dachgeschossausbau Innendämmung Außendämmung	Farben Silikatfarben und Silikatputze Sanierung von Mauerwerksfugen	Kleben und Dichten Richtiges Kleben und Dichten am Dach Luftdicht-Dämmsystem	Nutzfahrzeuge Berufsbekleidung Serie: Untergrundprüfung	
9/2010 AS: 16.08.2010 DU: 17.08.2010 ET: 03.09.2010	Brandschutz Deckensysteme Trocken- und Akustikbau Trennwand für Klinkflur	Standsicherheit und Windlasten beim WDVS Grundkurs WDV-Systeme Sanierung Alt-WDVS Spachtel Struktur-Technik Sockelanschluss beim Passivhaus	Kellersanierung Fassadenreinigung Grundmauerschutz und Abdichtung	Sonderteil: Schulsanierung	Werkzeugtest EDV Serie: Untergrundprüfung	IAA Nutzfahrzeuge, Hannover, 23.-30.09.10
10/2010 AS: 15.09.2010 DU: 16.09.2010 ET: 05.10.2010	Akustikbau Zargen im Trockenbau	Innendämmung mit System Energetische Modernisierung im Dachgeschossausbau	Putz und Stuck Sanierung von salz- und feuchtebelastetem Mauerwerk Fassadeninstandsetzung	Befestigungstechnik	Nutzfahrzeugtest Serie: Untergrundprüfung	

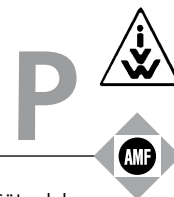
AS = Anzeigenschluss
 DU = Druckunterlagenschluss
 ET = Erscheinungstermin

Die Redaktion behält sich aus Gründen der Aktualität Themenänderungen vor.
 Termine und Themen „Dach+Holz“ finden Sie in den dortigen Media-Informationen.

Heft	Heftschwerpunkte und Sonderteile				Specials	Messen
11/2010 AS: 14.10.2010 DU: 15.10.2010 ET: 04.11.2010	Deckensysteme Trockenbau für Sportstätten	Dünnschichtige WDV-Systeme Natürliche unbedenkliche Werkstoffe Antikmarmortechnik	Bauwerkserhaltung Mauerwerksverfestigung Fassadenschutz	Sonderteil: Sanieren + Restaurieren Historische Putz- und Gestaltungstechniken Sanierung historischer Haustüren in der Denkmalpflege	Werkzeugtest Serie: Untergrundprüfung	denkmal, Leipzig 18.-20.11.10
12/2010 AS: 15.11.2010 DU: 16.11.2010 ET: 03.12.2010	Wirksamer Sockelschutz bei WDV-Systemen Fassadenbeschichtungen - Rissüberbrückend in Putzstrukturen Mehrfarbenglätttechnik	Putz- und Stucktechnik Putzmörtel Fachwerksanierung (Putzoberflächen)	Innendämmung Außendämmung	Sonderteil: BAU 2011	Nutzfahrzeugtest	BAU, München 17.-22.01. 2011

AS = Anzeigenschluss
 DU = Druckunterlagenschluss
 ET = Erscheinungstermin

Die Redaktion behält sich aus Gründen der Aktualität Themenänderungen vor. Termine und Themen „Dach+Holz“ finden Sie in den dortigen Media-Informationen.



Gültig ab 01.10. 2009

- 1 Auflage:**
Druckauflage: 16.133 Exemplare
Tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt (lt. AMF-Schema 2, Ziffer 17): 15.814 Exemplare
- 2 Zeitschriftenformat:**
beschnitten 210 mm breit, 297 mm hoch DIN A4
unbeschnitten 216 x 303 mm
Beschnitt 3 mm allseitig
Satzspiegel:
176 mm breit, 252 mm hoch
4 Spalten, je 41 mm
- 3 Druck- und Bindeverfahren, Druckunterlagen:**
Offsetdruck, Klebebindung, digitale Daten (siehe hierzu auch „Richtlinie zur Übernahme digitaler Daten“). Die Anfertigung von Anzeigenvorlagen wird nach Aufwand in Rechnung gestellt
- 4 Termine:**
Erscheinungsweise: 10 Ausgaben
Erscheinungstermin: siehe Termin- und Themenplan
Anzeigenschluss: siehe Termin- und Themenplan

- 5 Verlag:**
Hausanschrift: Bauerlag BV GmbH
Postanschrift: Avenwedder Straße 55, 33311 Gütersloh
Internet: Postfach 120, 33311 Gütersloh
www.bauverlag.de
Anzeigenabteilung: Axel Gase-Jochens
Telefon: +49 (0) 52 41/80-79 38
Telefax: +49 (0) 52 41/80-6 79 38
E-mail: axel.gase-jochens@bauverlag.de

- 6 Zahlungsbedingungen:**
Rechnungsnetto innerhalb von 30 Tagen nach Rechnungsdatum, USt-Ident-Nr. DE 813382417
- Bankverbindung:**
Bauerlag BV GmbH, Gütersloh
Deutsche Bank Berlin (BLZ 100 700 00) Konto-Nr. 06 94 653
IBAN-Code: DE 45 100 700 00 0069465300
SWIFT-Code: DEUTDEBB

ALLE ZUSCHLÄGE
Farbe
Platzierung
Anschnitt
WERDEN RABATTIERT!

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

Format	Spaltenzahl	Breite x Höhe mm	Grundpreis s/w €	2farbig €	3farbig €	4farbig €
2/1 Seite	8-spaltig	203 x 270 je Seite	9.300,00	10.500,00	11.700,00	12.900,00
1/1 Seite	4-spaltig	186 x 270	4.670,00	5.360,00	6.050,00	6.740,00
3/4 Seite	4-spaltig	186 x 198 quer 135 x 270 hoch	3.500,00	4.150,00	4.800,00	5.450,00
2/3 Seite	4-spaltig 2-spaltig	186 x 174 quer 120 x 270 hoch	3.080,00	3.720,00	4.360,00	5.000,00
1/2 Seite	4-spaltig Junior Page 2-spaltig	186 x 130 quer 130 x 186 90 x 270	2.340,00	2.820,00	3.300,00	3.780,00
1/3 Seite	4-spaltig 1-spaltig	186 x 87 quer 56 x 270 hoch	1.560,00	2.030,00	2.500,00	2.970,00
1/4 Seite	4-spaltig 2-spaltig 1-spaltig	186 x 63 quer 90 x 130 hoch 41 x 270 hoch	1.200,00	1.660,00	2.120,00	2.580,00
1/8 Seite	4-spaltig 2-spaltig	186 x 30 quer 90 x 64 hoch	600,00	1.040,00	1.480,00	1.920,00

Millimeter-Preis 1-spaltig bei Abweichung von obigen Formaten: € 5,00

8 Zuschläge: (rabattierbar)

8.1 Farbe

je Sonderfarbe € 900,00

8.2 Platzierung

2. Umschlagseite € 490,00

3. Umschlagseite € 240,00

4. Umschlagseite € 530,00

Bindende Platzierungsvorschriften: 20%

8.3 Formate

Anzeigen über Bund: ohne Zuschlag

Anzeigen über Satzspiegel,

Angeschnittene Anzeigen: 2/1 Seite € 1.290,00

1/1 Seite € 670,00

1/2 Seite oder kleiner € 380,00

9 Rubrikanzeigen: (nicht rabattierbar)

Stellenangebote Millimeterpreis 1spaltig 41 mm breit € 3,50

Stellengesuche Millimeterpreis 1spaltig 41 mm breit € 2,30

An-/Verkauf Millimeterpreis 1spaltig 41 mm breit € 4,00

Chiffregebühr € 6,00

10 Sonderwerbformen:

Sonderdrucke und Sonderwerbformen auf Anfrage.

„Bitte fordern Sie die Broschüre Sonderwerbformen an.“

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

Malstaffel

3 maliges Erscheinen 3%

6 maliges Erscheinen 5%

12 maliges Erscheinen 10%

18 maliges Erscheinen 15%

24 maliges Erscheinen 20%

Alle Zuschläge werden rabattiert

Mengenstaffel

3 Seiten 5%

6 Seiten 10%

12 Seiten 15%

18 Seiten 20%

24 Seiten 25%

12 Kombinationen

Werbung Print und Online auf Anfrage.

Weitere Entscheider am Bau erreichen Sie mit den Fachzeitschriften DBZ · Bauwelt · TAB · SHK Profi · FACILITY MANAGEMENT · BundesBauBlatt · elektro profi · metallbau · Baumarkt + Bauwirtschaft · tis - Tiefbau · Ingenieurbau · Straßenbau. Diese Titel können beliebig mit Bauhandwerk kombiniert und damit erhebliche Rabatte erzielt werden (siehe hierzu auch „Kombinations-Vorteile“).

13 Einhefter:*

2seitig € 4.800,00

4seitig € 8.950,00

Benötigte Liefermenge: 24.300 Exemplare

Rabatt: 1 Blatt = 1/1 Anzeigenseite

Einhefter bitte im unbeschnittenen Format von 216 mm Breite und

303 mm Höhe (vier- und mehrseitig: gefalzt) anliefern.

Bis 170 g/qm Papiergewicht, darüber hinaus auf Anfrage.

14 Beilagen:*

lose eingelegt, maximale Größe 205 x 290 mm

Gewicht der Einlage Beilagenpreis % Gesamtpreis

bis 25 g und 2 mm Stärke € 260,00

Benötigte Liefermenge 24.300 Exemplare

Teilbeilagen ab 1.000 Exemplaren möglich

Teilbelegung: Selektionskosten € 90,00

15 Aufgeklebte Werbemittel:

Postkarten pro Tausend € 67,00

Prospekte/Warenmuster auf Anfrage nach Vorlage eines Musters

Benötigte Liefermenge 24.300 Exemplare

Preise inkl. Postentgelte

Technische Kosten sind nicht provisionsberechtigt und werden

nicht rabattiert.

16 Lieferanschrift für Positionen 13 bis 15:

DruckMedien L.N. Schaffrath












Marktweg 42 – 50

47608 Geldern












Liefervermerk: Für „Bauhandwerk“, Ausgabe ...

* Höhere Gewichte und Stärken auf Anfrage

Satzspiegel-Format

											
Format	1/1 Seite	2/3 hoch	2/3 quer	1/2 hoch	1/2 JP	1/2 quer	1/3 hoch	1/3 quer	1/4 hoch	1/4 quer	1/4 2sp.
Breite x Höhe in mm	186 x 270	120 x 270	186 x 174	90 x 270	130 x 186	186 x 130	56 x 270	186 x 87	41 x 270	186 x 63	90 x 130

Anschnitt-Format (Heftformat inkl. Beschnitt)

											
Format	1/1 Seite	2/3 hoch	2/3 quer	1/2 hoch	1/2 JP	1/2 quer	1/3 hoch	1/3 quer	1/4 hoch	1/4 quer	1/4 2sp.
Breite x Höhe in mm	216 x 303	135 x 303	216 x 195	106 x 303	150 x 205	216 x 147	75 x 303	216 x 105	57 x 303	216 x 82	105 x 145

1. Gewährleistung

Die für uns tätigen Druckereien können nur das belichten, was auf Ihren gelieferten Datenträgern vorhanden ist. Für Abweichungen in Texten, Abbildungen und Farben können wir keine Haftung übernehmen.

2. Systeme und Programme

Bitte schicken Sie uns die Anzeigen-Daten als PDF mit eingebetteten Schriften, CMYK-Farbraum beziehungsweise Sonderfarbe und 300 dpi Auflösung. Alternativ können Sie uns auch eine EPS-Datei mit in Pfade konvertierten Schriften und 300 dpi Auflösung beziehungsweise eine TIFF-Datei im CMYK-Farbraum mit 600 dpi Auflösung schicken.

Bitte beachten Sie, dass bei offenen Dateien je nach Aufwand der Bearbeitung Kosten auftreten können.

3. Sicherheitskopien, Dokumentenbezeichnung, Kontrollausdrucke

Alle Dateien, die an uns gesendet werden, müssen Kopien sein, die Originale sollten zur Sicherheit bis zum jeweiligen Erscheinen des Heftes bei Ihnen gespeichert bleiben. Die Dokumente und Verzeichnisse müssen eine eindeutige Auftrags- und Seitenbezeichnung haben. Vermeiden Sie in Ihren Dateinamen nach Möglichkeit Sonderzeichen, Leerzeichen und Umlaute. Stellen Sie sicher, daß Sie alle verwendeten Elemente mitliefern. Dies gilt insbesondere für Bilder und Schriften, die in EPS-Grafiken eingebunden sind.

Legen Sie jeder Datenanlieferung einen 1:1-Laserausdruck zur Stand und Textkontrolle bei.

4. Schriften und Farben

Verwenden Sie nach Möglichkeit nur PostScript-Schriften aus der Adobe- oder Linotype-Library. Sollten Sie andere oder von Ihnen modifizierte Schriften verwenden, teilen Sie uns dies bitte mit. Aus lizenzrechtlichen Gründen dürfen Sie uns keine Schriften anliefern. Ist die verwendete Schrift nicht bei uns verfügbar, müssen Sie den betreffenden Textteil mit einem Grafikprogramm in Zeichenwege umwandeln und als Grafik in Ihr Dokument integrieren. Halten Sie in solchen Fällen bitte Rücksprache mit uns.

Achten Sie darauf, dass die Farbenpalette auf jeden Fall Cyan, Magenta, Gelb und Schwarz enthält. Farben die keine eigene Druckform erfordern, müssen als Vierfarbauszüge markiert sein. Wir benötigen von jeder Seite, die belichtet werden soll, einen Farbausdruck.

5. Datenträger

Wir können folgende Datenträger akzeptieren:
CD-Rom, ZIP-Disketten.

Bei Übertragungen per ISDN wenden Sie sich bitte direkt an unsere Druckerei.

Geben Sie bitte die Übertragung telefonisch unter folgender Nummer bekannt:

Druckerei Schaffrath: Bruno Langer,

Tel.: 0 28 31/396-134

ISDN: 0 28 31/39 63-13/-14/-31/-32



1 Web-Adresse (URL): www.bauhandwerk.de

2 Kurzcharakteristik:

Bauhandwerk.de ist die Online-Informationsplattform für Inhaber und Führungskräfte von Handwerksbetrieben, die gewerbeübergreifend innen und außen in der Sanierung und im Neubau tätig sind. Bauhandwerk.de ergänzt die Fachzeitschrift Bauhandwerk um aktuelle Nachrichten, Produktmeldungen und Hintergrundberichte zu den Themen Mauerwerk, Trocken- und Innenausbau, Brandschutz, Putz- und Stuck, Dämmung, WDVS und Farben, Bautenschutz, Holzbau und Dach.

3 Zielgruppe:

Führungskräfte und Inhaber von Handwerksbetrieben.

4 Verlag:

Bauverlag BV GmbH
Anschrift: Postfach 120, 33311 Gütersloh
Avenwedder Straße 55, 33311 Gütersloh
Telefon: +49 (0) 52 41/80-79 38
Fax: +49 (0) 52 41/80-6 79 38
Internet: www.bauverlag.de
E-Mail: axel.gase-jochens@bauverlag.de

5 Ansprechpartner:

Crossmedia-Print+Online
Axel Gase-Jochens
Telefon: (0 52 41) 80 - 79 38
Fax: (0 52 41) 80 - 6 79 38
E-Mail: axel.gase-jochens@bauverlag.de

6 Zugriffskontrolle: –

7 Zugriffe:

aktuelle Zugriffszahlen auf Anfrage

8 Datenanlieferung:

mindestens 5 Werktage vor Schaltbeginn per E-Mail an axel.gase-jochens@bauverlag.de
Dateiformate GIF oder JPEG.

9 Externer Ad-Einsatz:

auf Kundenwunsch möglich

11 Rabatte:

3 Monate: 5 %
6 Monate: 10 %
12 Monate: 15 %

12 Zahlungsbedingungen:

Rechnungsnetto innerhalb von 30 Tagen nach Rechnungsdatum,
USt-Ident-Nr. DE 813382417

Bankverbindung:

Bauverlag BV GmbH, Gütersloh
Deutsche Bank Berlin (BLZ 100 700 00) Konto-Nr. 06 94 653
IBAN-Code: DE 45 100 700 00 0069465300
SWIFT-Code: DEUTDEBB

10 Werbeformen und Preise (Banner rotierend):

Werbeformen	Format (B x H)	Kosten pro Monat
Super-Banner	830 x 60 Pixel	650,00 €
Full-Size-Banner	468 x 60 Pixel	490,00 €
Skyscraper	120 x 600 Pixel	790,00 €

Sonderwerbeformen auf Anfrage! Allen Preisen ist der jeweils gültige gesetzliche Mehrwertsteuersatz hinzuzurechnen!

Werbeformen

The diagram illustrates three advertising banner formats overlaid on a website layout. The website layout includes a blue header with navigation links (HOME, SERVICE, ANBIETER, SERVICE, PREISLISTE, KONTAKT, WIRTSCHAFT) and a main content area with several articles. The banners are:

- Super-Banner (830 x 60 Pixel):** A wide, short banner at the top of the page.
- Full-Size-Banner (468 x 60 Pixel):** A medium-width, short banner placed below the header.
- Skyscraper (120 x 600 Pixel):** A narrow, tall banner positioned vertically on the right side of the page.

Bitte beachten Sie unsere Hinweise zu Datenformaten und Programmierung.

Bauverlag BV GmbH, Avenwedder Str. 55, 33311 Gütersloh, Telefon: +49 (0) 52 41/80-79 38, Fax: +49 (0) 52 41/80-6 79 38

Bitte kündigen Sie Datenübertragungen grundsätzlich vor Übertragungen an und senden Sie bitte dieses Formular vollständig ausgefüllt (per Fax) an unsere Drucker.

Ihr Ansprechpartner ist

Bruno Langer
Telefon +49 (0) 28 31/3 96-1 34
Fax +49 (0) 28 31/3 96-2 38/3 04
E-Mail schaffrath@schaffrath.de

Absender: Firma

Ansprechpartner

Telefon

Fax

E-Mail

Betrifft: Zeitschrift/Ausgabe

Anzeige/Motiv

Format

Farbigkeit

Sonderfarben (HKS/Pantone)

Zusätzliche Unterlagen/Vorlagen

Verwendete Schriften

Bauhandwerk

angeschnitten

nicht angeschnitten

(Bitte alle Schriften mitliefern, dazu gehören auch Schriften, die sich in EPS-Dateien befinden)

Die Daten dieser Anzeige werden elektronisch übermittelt per

- Leonardo +49(0)2831/396-313 / -314 / -331 / -332
- Fritz +49(0)2831/396-313 / -314 / -331 / -332
- Datenträger (Art und Anzahl) _____

Bitte Ordner/Datei folgendermaßen
benennen: Zeitschrift_Ausgabe_Anzeige _____

erstellt am _____

Programm	Version
<input type="checkbox"/> QuarkXPress	_____
<input type="checkbox"/> InDesign	_____
<input type="checkbox"/> Freehand	_____
<input type="checkbox"/> Photoshop	_____
<input type="checkbox"/> Acrobat	_____
<input type="checkbox"/> Illustrator	_____

- MAC
 - PC (DOS/Windows)
- Datenmenge** _____ MB
- Datenträger** ZIP-Diskette
CD-Rom

- Bilddaten**
- MAC
 - DOS

Ipi/Rasterweite 120/48 133/54 150/60 175/70 200/80

- Druckverbindliches Proof wird zugesandt am _____
- Anzeige soll ohne Proof gedruckt werden (Gewährleistung ausgeschlossen).

Datum

Unterschrift

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften

Die nachstehenden Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften gelten für alle diesbezüglichen Verträge zwischen Bauerlag BV GmbH, vertreten durch den Geschäftsführer, Herr Karl-Heinz Müller, Avenwedder Straße 55, 33311 Gütersloh (nachfolgend auch Verlag genannt) und unseren Vertragspartnern (Auftraggeber). Wir behalten uns vor, die AGB in einem unseren Vertragspartnern zumutbaren Umfang zu ändern. Für laufende Schuldverhältnisse erlangen die geänderten Geschäftsbedingungen Gültigkeit, wenn und soweit der Kunde ihn nicht binnen 14 Tagen nach entsprechender Anzeige von uns in Textform widerspricht.

Einkaufsbedingungen unserer Vertragspartner verpflichten uns nur, wenn sie von uns ausdrücklich schriftlich anerkannt werden. Wenn wir ohne ausdrücklichen Widerspruch unsere Leistungen ganz oder teilweise erbringen, gilt das nicht als Anerkenntnis. Sich widersprechende Allgemeine Vertragsbedingungen sind unwirksam, unabhängig vom Zeitpunkt ihrer vertraglichen Einbeziehung. Im Zweifel gilt das Gesetz.

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung oder die Veröffentlichung der Anzeige in elektronischen Medien, insbesondere dem Internet.

2. Unsere Auftragsbestätigung und die jeweils gültige Preisliste sind für jeden Auftrag maßgebend. Preisänderungen für erteilte Auftragsaufträge sind gegenüber Unternehmen wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens einen Monat vor Veröffentlichung der Anzeige oder des anderen Werbemittels 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.

3. Ein „Abschluss“ ist ein Vertrag über die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen unter Beachtung der dem Werbungtreibenden gemäß Preisliste zu gewährenden Rabatte, wobei die jeweiligen Veröffentlichungen auf Abruf des Auftraggebers erfolgen. Rabatte werden nicht gewährt, wenn die mehreren Anzeigen von einem Unternehmen für verschiedenen Werbungtreibende beauftragt werden.

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

5. Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. 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 der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.

6. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 5 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen, soweit noch ein entsprechender Anzeigenraum in dem vom Verlag gestalteten Print-/elektronischen Medium zur Verfügung.

7. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höhere Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.

8. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.

9. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.

10. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

11. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstanden wurde oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren 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. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

12. 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 der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen sowie der zugelieferten Werbemittel. Er stellt den Verlag im Rahmen des Anzeigenauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner wird der Verlag von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Verlag nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen. Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Print- und Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentliche Zugänglichmachung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen.

13. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Veröffentlichungsunterlagen (Druckunterlagen bzw. in einer internettauglichen Sprache programmierte Werbematerialien) oder Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Bei der Anlieferung von digitalen Druckunterlagen ist der Auftraggeber verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder den technischen Vorgaben des Verlages entsprechende Vorlagen für Anzeigen rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel

übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Erfolgt die Veröffentlichung in elektronischen Medien, gewährleistet der Verlag lediglich die Veröffentlichung der Werbung auf dem vereinbarten Platz zur vereinbarten Zeit. Die vorstehenden Gewährleistungen gelten nur für den Fall, dass der Auftraggeber die Vorgaben des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von Druck- bzw. elektronischen Unterlagen einhält.

14. Gewährleistungsrechte des Auftraggebers setzen im Geschäftsverkehr voraus, dass der Auftraggeber dem Verlag Mängel unverzüglich, spätestens jedoch eine Woche nach Erscheinen, schriftlich mitteilt; verborgene Mängel müssen dem Verlag unverzüglich nach Entdeckung schriftlich mitgeteilt werden. Gewährleistungspflichtige Mängel wird der Verlag durch für den Auftraggeber kostenlose Ersatzanlässe beseitigen. Verweigert der Verlag die Erfüllung des Vertrages ernsthaft und endgültig oder schlägt die Ersatzlieferung fehl, ist sie dem Auftraggeber unzumutbar oder hat sie der Verlag nach wegen unverhältnismäßiger Kosten dafür verweigert, so kann der Auftraggeber nach seiner Wahl entsprechend den gesetzlichen Regelungen vom Vertrag zurücktreten, den Kaufpreis mindern oder Schadensersatz (bzw. ggf. Ersatz seiner Aufwendungen) verlangen. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels ist die Rückgängigmachung des Auftrags ausgeschlossen. Die Verjährungsfrist für den Gewährleistungsanspruch beträgt 12 Monate seit dem Zeitpunkt der Veröffentlichung.

15. Der Verlag haftet nach den gesetzlichen Regeln unbegrenzt auf Schadensersatz, soweit nicht die nachfolgenden Sätze etwas anderes vorsehen. Bei der Verletzung wesentlicher Vertragspflichten haftet der Verlag auch für leichte Fahrlässigkeit, der Höhe nach begrenzt auf den vertragstypischen vorhersehbaren Schaden. Im Übrigen haftet der Verlag nicht für leichte Fahrlässigkeit. Bei grober Fahrlässigkeit beschränkt sich die Haftung im kaufmännischen Verkehr auf den Ersatz des typischen vorhersehbaren Schadens, es sei denn, der Schaden wurde durch gesetzliche Vertreter oder leitende Angestellte des Verlages verursacht. Dies gilt für alle Schadensersatzansprüche, gleich aus welchem Rechtsgrund, insbesondere auch für die Haftung wegen unerlaubter Handlung. Vorstehende Haftungsbeschränkungen gelten nicht bei schuldhafter Verletzung von Leib, Leben, Gesundheit. Der Auftraggeber ist verpflichtet, angemessene Maßnahmen zur Schadensabwehr und -minimierung zu treffen.

16. Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Der Verlag behält sich im Interesse und zum Schutz des Auftraggebers das Recht vor, die eingehenden Angebote zur Ausschaltung von Missbrauch des Zifferndienstes zu Prüfzwecken zu öffnen. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.

17. Probeabzüge für in gedruckten Medien erscheinende Anzeigen werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

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

19. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

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

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

22. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

23. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder – wenn eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigter Mangel, wenn sie bei einer Auflage bis zu 50 000 Exemplaren 20 v. H., bei einer Auflage bis zu 100 000 Exemplaren 15 v. H., bei einer Auflage bis zu 500 000 Exemplaren 10 v. H., bei einer Auflage über 500 000 Exemplaren 5 v. H. beträgt. Eine Auflagenminderung aus Gründen der Ziff. 25 bleibt unberücksichtigt. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.

24. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgegeben. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.

25. Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, illegalem Arbeitskampf, rechtswidriger Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen – sowohl im Betrieb des Verlages als auch in fremden Betrieben, derer sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient – hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit 80% der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften oder auf andere Weise zugesicherten Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte verkaufte oder zugesicherte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht.

26. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Gerichtsstand ist der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

Kombinations-Vorteile

A Kombinations-Rabatte

Die Titel der Bauverlag BV GmbH, Gütersloh, können miteinander kombiniert werden. Das betrifft folgende Medien:

Bauwelt

DBZ Deutsche Bauzeitschrift

LICHT + RAUM – ein Sonderheft der DBZ

TAB Technik am Bau

SHK Profi

FACILITY MANAGEMENT

BundesBauBlatt

elektro profi

Bauhandwerk

metallbau

Baumarkt + Bauwirtschaft

tis Tiefbau Ingenieurbau Straßenbau

Tunnel

Bauverlag Einkaufsführer Bau

BRANDSCHUTZ in öffentlichen und privatwirtschaftlichen Gebäuden

COMPUTER SPEZIAL

Voraussetzungen: Mindestens vier Anzeigen in zwei oder mehreren Titeln; Mindestformat 1/4 Seite; Auftragsabnahme innerhalb 12 Monaten.

Die Malstaffel

ab 4 Anzeigen.....	3% Rabatt
ab 6 Anzeigen.....	5% Rabatt
ab 12 Anzeigen	10% Rabatt
ab 18 Anzeigen	15% Rabatt
ab 24 Anzeigen	20% Rabatt
ab 48 Anzeigen	25% Rabatt

Die Mengengruppe für Seitenabschlüsse

ab 4 Seiten.....	5% Rabatt
ab 6 Seiten.....	10% Rabatt
ab 12 Seiten	15% Rabatt
ab 18 Seiten	20% Rabatt
ab 24 Seiten	25% Rabatt

B Kombinations-Preise

Für verschiedene Zielgruppen gibt es günstige **Kombinationstarife**, die in den einzelnen **Media-Mappen** der Fachzeitschriften enthalten sind. Diese Kombitarife beinhalten beachtliche Preisvorteile. Folgende Kombinationen sind derzeit möglich:

DBZ Deutsche Bauzeitschrift und **Bauwelt** als

Bauverlag BV Architektur-Kombination

FACILITY MANAGEMENT und **BundesBauBlatt** als

Bauverlag BV Immobilien-Kombi

Baumarkt + Bauwirtschaft und **tis Tiefbau Ingenieurbau Straßenbau** als Bauverlag BV

Bauunternehmer-Kombination

Voraussetzungen: Einheitliches Format; gleiche Farbigkeit; derselbe Erscheinungsmonat bzw. nächsterreichbare Ausgaben

Motivwechsel möglich; Kennziffern können ausgetauscht werden

Für die Rabattierung der oben genannten Kombinationen gelten die Mal- und Mengengruppen der jeweiligen Preisliste. Die gemeinsame Einschaltung zählt als eine Anzeige. Sie kann in einen bestehenden Abschluss einbezogen werden.

Achtung: Die links aufgeführten Rabattstaffeln setzen die Staffeln in den jeweiligen Preislisten außer Kraft.

Verlagsvertretungen:

1+2

Nord:
Oliver Kugel, Ralf Kirchgessner
Bauverlag BV GmbH
Geschäftsstelle Gütersloh
Avenwedder Straße 55
33311 Gütersloh
Telefon (052 41) 80-7957, 80-2362
Telefax (052 41) 80-679 25, 80-95 14
E-Mail: oliver.kugel@bauverlag.de
ralf.kirchgessner@bauverlag.de

3+4

West:
Hans-Joachim Heil, Holger Olawsky
Bauverlag BV GmbH
Geschäftsstelle Düsseldorf
Schadowstraße 78
40212 Düsseldorf
Telefon (02 11) 179396-0
Telefax (02 11) 179396-25
E-Mail: hans-joachim.heil@bauverlag.de
holger.olawsky@bauverlag.de

5

Mitte:
Oliver Junne
Herderstraße 4
61350 Bad Homburg v. d. Höhe
Telefon (061 72) 30 20 15
Telefax (061 72) 30 20 15
E-Mail: oliver.junne@t-online.de

Auslandsvertretungen:

Frankreich:
International Media Press & Marketing
Marc Jouanny
16, rue Saint Ambroise
F-75011 Paris
Telefon 0033-1-43553397
Telefax 0033-1-43556183
Handy: + 33-6 08 97 50 57
E-mail marc-jouanny@wanadoo.fr

Russia and CIS:
Event Marketing Ltd.
Dipl.-Eng. Max Shmatov
Leningradsky Prospekt 47
Moscow 125167 Russia
Telefon: 007-495-780 97 47
E-mail: shmatov@event-marketing.ru

Italien:
CoMedia srl
Vittorio C. Garofalo
Piazza Matteotti, 17/5
16043 Chiavari
Telefon 0039-0185-3238 60
E-mail: vittorio@comediasrl.it

USA / Canada:
D.A. Fox Advertising Sales, Inc.
Detlef Fox
One Penn Plaza
250 West 34th Street, # 3600
New York, 10119
Telefon 001/2128963881
E-mail detleffox@comcast.net

Japan:
ABC Enterprises Inc.
Fukide Heights 103
4-1-11 Toranomon
Minato-ku, Tokyo 105
Telefon 0081-3-5404-73 51

USA / Canada + Mexico
Dicomm Media
Paul Schnabel
333 West 39th Street. Suite 602
New York, NY 10018 USA
Toll Free: 001/800-613-5205
E-mail: pschnabel@dicommintl.com
(resp. for AT, BFT, ZI, ZKG)

6+7

Südwest + Schweiz
Frank Maier
Bauverlag BV GmbH
Geschäftsstelle Stuttgart
Humboldtstraße 30/32
70771 Leinfelden-Echterdingen
Telefon (0711) 51 88 34 20
E-Mail: frank.maier@bauverlag.de

8

Süd + Österreich:
Bernd Fenske
Bauverlag BV GmbH
Geschäftsstelle München
Aschauer Straße 30
81549 München
Telefon +49 89/ 20 30 43 -2389 + -2390
Telefax +49 89/ 20 30 43 -2142
E-Mail: bernd.fenske@bauverlag.de

9

Ost:
Oliver Kugel, Ralf Kirchgessner
Bauverlag BV GmbH
Geschäftsstelle Gütersloh
Avenwedder Straße 55
33311 Gütersloh
Telefon (052 41) 80-7957
Telefax (052 41) 80-679 25, 80-679 57
E-Mail: oliver.kugel@bauverlag.de
ralf.kirchgessner@bauverlag.de





Bauverlag BV GmbH | Avenwedder Str. 55 | Postfach 120 | 33311 Gütersloh | Tel.: 052 41 / 80-79 38
