

MEDIA-INFORMATIONEN 2010

Auflagenstärkster Titel im konstruktiven Metallbau

www.metallbau-online.info



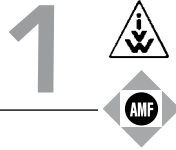
DAS AUFLAGENSTÄRKSTE FACHMAGAZIN FÜR DEN KONSTRUKTIVEN METALLBAU

metallbau ist das auflagenstärkste Fachmagazin für den konstruktiven Metallbau im deutschsprachigen Raum. Es orientiert sich an einem sich ständig wandelnden Markt, der von einer zunehmenden Vernetzung unterschiedlicher Bausysteme geprägt ist. metallbau wendet sich gleichermaßen an den traditionellen Handwerksbetrieb wie an innovative Betriebe und versorgt sie mit dem technischen und betriebswirtschaftlichen Know-how.

Metallbauer setzen die Trends zeitgemäßer Architektur um: Die inhaltliche Konzentration des Fachmagazins auf das Segment des konstruktiven Metallbaus verschafft das nötige Wissen für die Praktiker als Partner von Architekten und Planern.

Die Sachkunde unserer Autoren, die praxisorientierte Berichterstattung der Fachredakteure und die Auswahl der Themen mit Marktübersichten und regelmäßigen Testberichten bringen hohen Nutzen. Die Vielfalt journalistischer Stilmittel erlaubt dem Metallbauer eine problemlose und schnelle Umsetzung der behandelten Sachverhalte in der Praxis.

- Leser-Test-Aktionen
- Marktübersichten
- Werkstatt-Journal: Aktuelle Maschinen und Produkte
- Nutzfahrzeuge
- Messeberichte
- Interviews



1 Kurzcharakteristik

Metallbau-Unternehmer und Entscheider im Metallhandwerk müssen sich in einem breiten Aufgabenspektrum zurechtfinden und präzise, sichere Entscheidungen treffen. Das Fachmagazin metallbau ist das wegweisende Kommunikationsinstrument für den konstruktiven Metallbau. Aktuelle und direkt umsetzbare Praxisinformationen verschaffen dem Leser den notwendigen Wettbewerbsvorteil. Die redaktionellen Inhalte informieren ständig über technische Entwicklungen aus den Bereichen Verfahrens- und Systemtechnik, Betriebsführung und -organisation, Arbeits- und Umweltschutz, Aus- und Weiterbildung. Technisch orientierte Kurzberichte erläutern neue Maschinen, Verfahren und Produkte, die für den Einsatz in Büro oder Werkstatt bestimmt sind. Wesentlicher Bestandteil der redaktionellen Konzeption ist die praxisorientierte Themenaufbereitung: Erfahrungs- und Testberichte aus Metallbaubetrieben bilden einen Schwerpunkt. Ausführliche Marktübersichten geben eine wichtige Entscheidungshilfe bei der Investitionsgüterbeschaffung oder der Auswahl von Zuliefer- oder Serviceunternehmen der Metallbau-Branche.

- 2 Erscheinungsweise:** 11 Ausgaben
- 3 Jahrgang/Jahr:** 21. Jahrgang 2010
- 4 Web-Adresse (URL):** www.metallbau-online.info
- 5 Mitgliedschaften:** –
- 6 Organ:** –
- 7 Herausgeber:** –
- 8 Verlag:** Bauverlag BV GmbH
Postanschrift: Postfach 120, D-33311 Gütersloh
Hausanschrift: Avenwedder Straße 55, D-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: metallbau-ak@bauverlag.de
- 9 Redaktion:** PSE Redaktion, Kirchplatz 8, 82538 Geretsried
Tel.: +49 (0) 81 71/91 18 88
Fax: +49 (0) 81 71/6 09 74
Chefredakteur: Stefan Elgaß
E-Mail: info@pse-redaktion.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 € 103,20
Jahresabonnement Ausland € 114,00
Einzelverkaufspreis € 13,00
- 13 ISSN:** 0947-9430
- 14 Umfangs-Analyse** 2008 = 11 Ausgaben
Format der Zeitschrift DIN A4; 297 mm hoch, 210 mm breit
Gesamtumfang 952 Seiten = 100,0%
Redaktioneller Teil 641 Seiten = 67,3%
Anzeigenteil 311 Seiten = 32,7%
davon: Stellen- und Gelegenheitsanzeigen 3 Seiten = 1,0%
Einhefter/Durchhefter 60 Seiten = 19,3%
Verlageigene Anzeigen 29 Seiten = 9,3%
- Beilagen** 22 Stück
- 15 Inhaltsanalyse des redaktionellen Teils: 2008 = 641 Seiten**
 - 1 Praxisberichte, Qualitätssicherung, Schweißtechnik, Marktübersichten und Konstruktionstechnik 167 Seiten 26,1%
 - 2. Aktuelles aus der Branche und Berichte aus der Wirtschaft 109 Seiten 17,0%
 - 3. Editorial, Kommentare, Meinungsbeiträge, Leserbriefe, Serviceseiten, Titel, Inhalte und Themenvorschauen 52 Seiten 8,1%
 - 4. Werkstatt-Journal, Produktberichte und Neuheiten, Messeberichterstattung (produktbezogen) 72 Seiten 11,2%
 - 5. Stahl- und Aluminiumbau, Edelstahl und Metallkunde, Fassaden- und Glasbau, Wintergarten- und Solartechnik 112 Seiten 17,5%
 - 6. Marketing, Büro- und Finanzwesen, Betriebswirtschaft, Management 47 Seiten 7,3%
 - 7. Buchbesprechungen, Wettbewerbe und Rechtsthemen 5 Seiten 0,8%
 - 8. Verbände, Messen und Kongresse 11 Seiten 1,7%
 - 9. Mitarbeiterführung und -motivation, Aus- und Weiterbildung 28 Seiten 4,4%
 - 10. Computertechnik und EDV-Einsatz im Betrieb 11 Seiten 1,7%
 - 11. Interviews -Betriebsporträts 9 Seiten 1,4%
 - 12. Nutzfahrzeuge 12 Seiten 1,9%
 - 13. Kunstschmiede und Metallgestaltung, Denkmalpflege, Metallkunst, Kunstguss 1 Seite 0,2%
 - 14. metallbau Lesertest 5 Seiten 0,8%



16 Auflagenkontrolle:

17 Auflagen-Analyse:

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

Druckauflage:	25.183		
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):	24.675	davon Ausland:	224
Verkaufte Auflage:	1.493	davon Ausland:	141
– Abonnierte Exemplare:	1.481	davon Mitgliederstücke:	–
– Sonstiger Verkauf:	11		
– Einzelverkauf:	1		
Freistücke:	23.182		
Rest-, Archiv- und Belegexemplare:	509		

18 Geographische Verbreitungs-Analyse

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	99,1	24.451
Ausland	0,9	224
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	24.675

18.1 Verbreitung nach Nielsen-Gebieten/Bundesländern:

Vertrieb	Anteil an tatsächl. verbreiteter Inlands-Auflage	
	%	Exemplare
Nielsen-Gebiet I		
Schleswig-Holstein	1,9	461
Hamburg	0,8	205
Niedersachsen	6,3	1.559
Bremen	0,4	87
Nielsen-Gebiet II		
Nordrhein-Westfalen	20,3	5.013
Nielsen-Gebiet IIIa		
Hessen	8,1	1.995
Rheinland-Pfalz	6,1	1.517
Saarland	1,4	352
Nielsen-Gebiet IIIb		
Baden-Württemberg	18,7	4.621
Nielsen-Gebiet VI		
Bayern	17,5	4.317
Nielsen-Gebiet V		
Berlin	1,4	335
Nielsen-Gebiet VI		
Mecklenburg-Vorpommern	1,6	392
Brandenburg	3,4	847
Sachsen-Anhalt	2,8	692
Nielsen-Gebiet VII		
Thüringen	3,9	967
Sachsen	5,4	1.315
Tatsächlich verbreitete Inlands-Auflage	100,0	24.675

Kurzfassung der Erhebungsmethode siehe unten.

Kurzfassung der Erhebungsmethode zur Verbreitungsanalyse (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: 55.452

2.3 Gesamtzahl der wechselnden Empfänger: 52.650
(Wechsel nach jeder dritten Ausgabe)

2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

– Verkaufte Auflage		1.419
davon: abonnierte Exemplare	1.407	
Einzelverkauf	–	
sonstiger Verkauf	12	
– Freistücke		23.212
davon: ständige Freistücke	1.383	
wechselnde Freistücke	21.287	
Werbeexemplare	532	
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)		24.631
→ davon Inland	24.419	
→ davon Ausland	212	

3. Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA)	24.631 = 100,0%
Davon in der Untersuchung nicht erfasst:	544 = 2,2%
→ Einzelverkauf	–
→ sonstiger Verkauf	12
→ Werbeexemplare	532
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA)	24.087 = 97,8%

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: Bauverlag BV GmbH



19 Branchen/Wirtschaftszweige/Unternehmenstypen

Unterklasse	Empfängergruppen (lt. Klassifikation der Wirtschaftszweige)	Anteil der ermittelten -Leser (WLK)	
		%	Projektion (ca.)
28.1/28.12.0	Metallbau/Bauschlosserei	76	18.753
28.12	Alubau/Leichtmetallbau	24	5.922
25.23/28.11.1	Fenster/Wintergarten/Fassadenbau	21	5.182
25.23.0/28.12	Sonnenschutz	17	4.195
29	Maschinenbau	19	4.688
25.23/28.12.0	Türen/Torbau/Brandschutz	40	9.870
Mehrfachnennungen (100% = 24.675 Leser)		100	24.675

20 Größe der Wirtschaftseinheit

	Anteil der ermittelten Leser (WLK)	
	%	Projektion (ca.)
1 – 4 Beschäftigte	46	11.351
5 – 9 Beschäftigte	21	5.182
10 – 19 Beschäftigte	16	3.948
20 – 49 Beschäftigte	6	1.481
50 – 99 Beschäftigte	4	987
mehr als 100 Beschäftigte	2	494
keine Angabe	5	1.234
	100	24.675

21.2 Tätigkeitsmerkmal: Position im Betrieb

	Anteil der ermittelten Leser (WLK)	
	%	Projektion (ca.)
Inhaber, Mitinhaber, Geschäftsführer	78	19.247
Meister	4	987
Geselle	1	247
Kaufmännischer Angestellter	7	1.727
Sonstige	10	2.467
	100	24.675

22.2 Bildung/Ausbildung: Berufliche Ausbildung

	Anteil der ermittelten Leser (K1)	
	%	Projektion (ca.)
gewerbliche Lehre	60	14.805
kaufmännische Lehre	19	4.688
Meisterprüfung	60	14.805
Techniker	10	2.468
Fachhochschule FH	11	2.714
Technische Hochschule TH	1	247
Universität	6	1.481
Mehrfachnennungen (100% = 24.675 Leser)	100	24.675

23 Alter

	Anteil der ermittelten Leser (K1)	
	%	Projektion (ca.)
bis 29 Jahre	2	493
30 – 39 Jahre	32	7.896
40 – 49 Jahre	26	6.415
50 – 59 Jahre	28	6.909
60 Jahre und älter	11	2.714
keine Angabe	1	248
	100	24.675

24 Gemeindegrößenklassen

Das Merkmal wurde nicht erhoben, weil die Beurteilung dieser Fachzeitschrift als Werbeträger hiervon nicht abhängig ist.

Kurzfassung der Erhebungsmethode siehe unten.

Kurzfassung der Erhebungsmethode zur Leser-Struktur-Analyse (AMF-Schema 3-L)

1 Untersuchungsmethode:

Leser-Struktur-Analyse durch telefonische Erhebung – Stichproben-Erhebung.

2 Beschreibung der Empfängerschaft zum Zeitpunkt der Datenerhebung:

2.1 Beschaffenheit der Datei:

In der Empfängerdatei sind die Anschriften der Empfänger aufgeführt.

2.2 Gesamtzahl Empfänger in der Datei: 59.447

2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger: 56.090

(Wechsel nach jeder zweiten Ausgabe)

2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

– Verkaufte Auflage		2.234	
davon: abonnierte Exemplare	2.234		
Einzelverkauf	–		
sonstiger Verkauf	–		
– Freistücke		24.924	
davon: ständige Freistücke	1.123		
wechselnde Freistücke	23.801		
Werbeexemplare	–		
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)		27.190	
→ davon Bundesrepublik Deutschland	26.920		
→ davon Ausland	270		

3 Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA)	27.190 =	100,0%
Davon in der Untersuchung nicht erfasst:	1.385 =	7%
→ Einzelverkauf	32	
→ Empfänger Ausland	270	
→ sonstiger Verkauf	–	
→ Werbeexemplare	–	
→ Dienstleistungsbetriebe, wissenschaftliche Institute	–	
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA):	26.883 =	98,9%

3.2 Tag der Stichprobenziehung:

08. Juni 1999

3.3 Beschreibung der Stichprobe:

Einfache Random-Auswahl, beginnend bei Abonnenten mit der Zufallszahl 12, jede 14. Adresse. Controlled Circulation beginnend mit der Zufallszahl 6, jede 8. Adresse. Wechselversand beginnend mit der Zufallszahl 111, jede 165. Adresse.

Ausgangs-Stichprobe:		460 Fälle =	100,0%
Adressenbezogene Ausfälle:		62 Fälle =	13,5%
→ falsche Telefonnummer:	25 Fälle =	3,4%	

Brutto-Stichprobe:		398 Fälle =	100,0%
Ausfälle:		105 Fälle =	26,9%
→ Zielperson nicht erreicht	45 Fälle =	11,3%	
→ Zielperson verweist, krank	13 Fälle =	3,3%	
→ Beantwortung der Befragung			
→ verweigert	60 Fälle =	15,1%	

Netto-Stichproben (auswertbare Fälle): 280 Fälle = 70,4%

3.4 Zielperson der Untersuchung:

Befragt wurde der hauptsächlichste Leser in der Institution

3.5 Definition des Lesers:

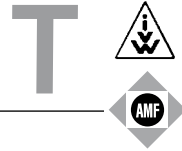
Leser einer bestimmten Ausgabe

3.6 Zeitraum der Untersuchung:

Die Durchführung der telefonischen Erfragung erfolgte in der Zeit vom 10. Juni bis 13. Juli 1999

3.7 Durchführung der Untersuchung:

TNS Emnid, Institut für Markt-, Media-, und Meinungsforschung, Bielefeld



Das Fachmagazin **metallbau** berichtet aktuell und praxisbezogen über den konstruktiven Metallbau.
Ständige Themen sind: **Bauschlosserarbeiten, Fenster- und Fassadenbau, Konstruktionstechnik, Aluminium-, Eisen-, Metall-, Stahl- und Glasverarbeitung, Maschinen- und Produktneuheiten**

Ausgabe	Technik & Praxis	Porträts / Verfahren / Produkte / Maschinen	Specials Marktübersichten Leser-Praxis-Tests	Management	Messen & Ausstellungen
1/2010 AS: 16.12.09 DU: 17.12.09 ET: 08.01.10	<ul style="list-style-type: none"> • Wintergarten: Wintergartenfertigung • Lüftungssysteme • Treppen: Geländer und Treppen • Glas: Isolierglas 	<ul style="list-style-type: none"> • Bearbeitungsmaschinen: Sägen und Trenntechnik • Befestigungstechnik: Dübeln, Schrauben und Montieren • Randabdichtung 	<ul style="list-style-type: none"> • Aus- und Weiterbildung 1. Halbjahr 2010, Messekalender 	<ul style="list-style-type: none"> • Berufsbekleidung 	
2/2010 AS: 12.01.10 DU: 13.01.10 ET: 01.02.10	<ul style="list-style-type: none"> • Konstruktives Bauen mit Stahl • Vordächer: Vordachsysteme • isolierte Stahl-Profile 	<ul style="list-style-type: none"> • Türen und Tore: Brand- und Rauchschutztüren • Montage-Werkzeuge • Torantriebe 	SPEZIAL: <ul style="list-style-type: none"> • Sonnenschutztechnik und Photovoltaik • Pollenschutz / Insektenschutz • Rollladen • Leser-Praxistest-Ankündigung 	<ul style="list-style-type: none"> • Konjunkturumfrage im Metallbau, • EDV/Software 	METAV, 23.–27.02. Düsseldorf EISENWARENMESSE 28.02. – 03.03., Köln
3/2010 AS: 10.02.10 DU: 11.02.10 ET: 03.03.10	<ul style="list-style-type: none"> • Blechbearbeitung: Kanten und Biegen • Treppen: Treppenbau • Edelstahlbearbeitung 	<ul style="list-style-type: none"> • Metallbau-Praxisporträt • Schweißen: Schweißrauchabsaugungen • Beschläge: Beschlagtechnik für Fensterbauer 	<ul style="list-style-type: none"> • Objektbericht: Glas und Metall im Gewerbebau • Neuheiten der Aussteller der fensterbau/frontale 2010 in Nürnberg 	<ul style="list-style-type: none"> • Nutzfahrzeuge: Ökonomie und Ökologie bei Nutzfahrzeugen • Versicherungsschäden 	I.H.M. 03.03. – 09.03., München fensterbau/frontale 24.-27.03., Nürnberg
Sonderausgabe zur fensterbau/frontale: metallbauMESSE Werbemöglichkeiten auf Anfrage					

Ausgabe	Technik & Praxis	Porträts / Verfahren / Produkte / Maschinen	Specials Marktübersichten Leser-Praxis-Tests	Management	Messen & Ausstellungen
4/2010 AS: 11.03.10 DU: 12.03.10 ET: 06.04.10	<ul style="list-style-type: none"> • Fassaden: Fassadenbau, Bauwerksabdichtung 	<ul style="list-style-type: none"> • Sägen: Sägetechnik • Baustellentechnik • Profil: Profilbearbeitungszentren automatische Lüftungssysteme 	<ul style="list-style-type: none"> • Praxistest-Auswertung 	<ul style="list-style-type: none"> • Mitarbeiterschulung für die Auftragsakquise Innungsarbeit und Verbände 	Light&building 11. - 16.04. Frankfurt HANNOVER MESSE 19. - 23.04. Hannover
5/2010 AS: 14.04.10 DU: 15.04.10 ET: 05.05.10	<ul style="list-style-type: none"> • Glas: Glasbau und Konstruktionstechnik • Facility Management • Treppen: Geländerbefestigungen 	<ul style="list-style-type: none"> • Wintergarten: Montagesysteme, vorgefertigte Wintergärten • Türen und Tore: Türantriebe • RWA-Anlagen: Rauch- und Brandschutz 	SPEZIAL <ul style="list-style-type: none"> • Sonnenschutztechnik und Photovoltaik • Pollenschutz/Insektenschutz • Rollladen • Leser-Praxistest • Marktübersicht: EDV 	<ul style="list-style-type: none"> • Handel und Montage von Bauelementen 	
6/2010 AS: 11.05.10 DU: 12.05.10 ET: 04.06.10	<ul style="list-style-type: none"> • Schweißtechnik • Biegemaschinen • Brandschutz: Brandschutz in Bürogebäuden • Photovoltaik 	<ul style="list-style-type: none"> • Brandschutz: Brandschutz bei Stahlträgern • Wintergarten: Software für den Wintergartenbau • Türen und Tore: Montagetipps für Garagentore, Türanlagen in Rettungswegen 	<ul style="list-style-type: none"> • Nutzfahrzeuge: Neuheiten der Nutzfahrzeughersteller • Finanzierung • Produkttest-Ankündigung 	<ul style="list-style-type: none"> • Im Streitfall: Hilfe und Unterstützung bei Sachverständigen 	

Mai 2010: Copytest – Testen Sie die Werbewirksamkeit Ihrer Anzeige (Teilnahmebedingungen bitte erfragen)



Ausgabe	Technik & Praxis	Porträts / Verfahren / Produkte / Maschinen	Specials Marktübersichten Leser-Praxis-Tests	Management	Messen & Ausstellungen
7/8/2010 AS: 28.06.10 DU: 29.06.10 ET: 19.07.10	<ul style="list-style-type: none"> • Bauen mit Glas: Planung, Konstruktion und Montage • Fenster und Türen: Fenster- und Türsysteme 	<ul style="list-style-type: none"> • Fassaden: Aluminium-Holz-Fassaden • Gitterroste: Metallgewebe und Lochbleche • Metallbau-Praxisporträt 	<ul style="list-style-type: none"> • Sicht- und Sonnenschutz: Sonnenschutz und Rollladentechnik Aus- und Weiterbildung 2. Halbjahr 2010 	<ul style="list-style-type: none"> • Elektrowerkzeuge • Berufsbekleidung 	
9/2010 AS: 12.08.10 DU: 13.08.10 ET: 02.09.10	<ul style="list-style-type: none"> • Edelstahl: Edelstahlelemente • Treppen: Konstruktion und Kalkulation • Feuerverzinken 	<ul style="list-style-type: none"> • Balkone: Vorsatzbalkone • Profilsysteme: wärmedämmende Fensterprofilsysteme • Sicherheitssysteme • Gitterzäune 	<ul style="list-style-type: none"> • Nutzfahrzeuge: Nutzfahrzeuge im Praxiseinsatz • Stahl-Objektbericht: Stahlbau für die Wohnungsanierung. 	<ul style="list-style-type: none"> • EDV/Software: EDV in Büro und Verwaltung 	ALUMINIUM , Essen 14. – 16.09. IAA Nutzfahrzeuge , Hannover 23. – 30.09. glasstec , Düsseldorf 28.09. – 01.10. AMB , Stuttgart 28.09. – 02.10.
10/2010 AS: 14.09.10 DU: 15.09.10 ET: 01.10.10	<ul style="list-style-type: none"> • Profil-Bearbeitung: Spanende Fertigung, Profilmontagezentren für Aluminium und Stahl • Kleben mit System 	<ul style="list-style-type: none"> • Robotereinsatz im Handwerk • Profilsysteme: Profile für die Metallwerkstatt • Akku-Werkzeuge 	<ul style="list-style-type: none"> • Schweißen: Marktübersicht Schweißtechnik • Treppen: Treppenkonstruktion vom Dienstleister 	<ul style="list-style-type: none"> • Aufbau und Planung von Internet-Seiten • Berufsbekleidung 	EuroBLECH , Hannover 26.10. – 30.10.

Ausgabe	Technik & Praxis	Porträts / Verfahren / Produkte / Maschinen	Specials Produkte / Maschinen Leser-Praxis-Tests	Management	Messen & Ausstellungen
11/2010 AS: 13.10.10 DU: 14.10.10 ET: 04.11.10	<ul style="list-style-type: none"> • RWA-Anlagen: Feuer-, Rauch- und Wärmeschutz • Edelstahl: Verarbeitung von Edelstahl • Glasbau 	<ul style="list-style-type: none"> • Glas: Glaswände im Innenbereich • Schweißen: Bolzenschweißen • Treppen: Geländer- und Handläufe 	<ul style="list-style-type: none"> • Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Sonderteil: Werkstatt-Journal, Leser-Praxistest 	<ul style="list-style-type: none"> • Werbung mit Fahrzeugen Mitarbeitersuche: Stellenmärkte im Internet 	
12/2010 AS: 11.11.10 DU: 12.11.10 ET: 01.12.10	<ul style="list-style-type: none"> • Stahl: Bearbeitung von Stahlprofilen • Bearbeitungsmaschinen: Einsatz von Bandsägeanlagen • Schweißtechnik • Vordächer: individuell gestaltete Vordächer 	<ul style="list-style-type: none"> • Langgut- und Lageranlagen • Fenster und Türen: Fenster und Haustüren aus Kunststoff • Dicht- und Klebstoffe 	<ul style="list-style-type: none"> • Nutzfahrzeuge: Ausstattung bei Nutzfahrzeugen, Technik für den Betrieb 	<ul style="list-style-type: none"> • Gespräche mit der Bank: Kreditwesen, Bilanz und Abschreibung 	

AS = Anzeigenschluss
 DU = Druckunterlagenschluss
 ET = Erscheinungstermin

Die Redaktion behält sich aus Gründen der Aktualität Themenänderungen vor.



- 1 Auflage:**
Druckauflage: 25.183 Exemplare
Tatsächlich verbreitete Auflage im
Jahresdurchschnitt (lt. AMF-Schema 2, Ziffer 17): 24.675 Exemplare
- 2 Zeitschriftenformat:**
beschnitten 210 mm breit, 297 mm hoch, DIN A4
unbeschnitten 216 mm breit, 303 mm hoch
Beschnitt 3 mm allseitig
Satzspiegel: 185 mm breit, 268 mm hoch,
4 Spalten, Spaltenbreite 43 mm
- 3 Druck- und Bindeverfahren, Druckvorlagen:**
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: 11 Ausgaben
Erscheinungstermin: siehe Termin- und Themenplan
Anzeigenschluss: siehe Termin- und Themenplan

- 5 Verlag:** Bauerlag BV GmbH
Hausanschrift: Avenwedder Straße 55, D-33311 Gütersloh
Postanschrift: Postfach 120, 33311 Gütersloh
Internet: www.bauverlag.de
Anzeigenleitung: 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



7 Anzeigenformate und Preise:

Allen Preisen ist (in der Bundesrepublik Deutschland) der jeweils gültige gesetzliche Mehrwertsteuersatz hinzuzurechnen.

Format	Spaltenzahl	Breite x Höhe mm	Grundpreis s/w in €	2farbig in €	3farbig in €	4farbig in €
2/1 Seite	8-spaltig	203 x 268	9.820,00	10.195,00	10.570,00	10.945,00
1/1Seite	4-spaltig	185 x 268	4.905,00	5.195,00	5.485,00	5.775,00
3/4 Seite	4-spaltig	185 x 200	3.760,00	4.005,00	4.250,00	4.495,00
2/3 Seite	4-spaltig	185 x 174	3.340,00	3.520,00	3.700,00	3.880,00
1/2 Seite	4-spaltig	185 x 132 quer	2.475,00	2.640,00	2.805,00	2.970,00
Junior Page	3-spaltig	132 x 185				
1/2 Seite	2-spaltig	90 x 268				
1/3 Seite	4-spaltig	185 x 87 quer	1.645,00	1.770,00	1.895,00	2.020,00
	1-spaltig	57 x 268 hoch				
1/4 Seite	4-spaltig	185 x 64 quer	1.235,00	1.340,00	1.445,00	1.550,00
	2-spaltig	90 x 132 hoch				
	1-spaltig	43 x 268 hoch				
1/8 Seite	4-spaltig	185 x 30 quer	635,00	685,00	735,00	785,00
	2-spaltig	90 x 64 hoch				
	1-spaltig	43 x 132 hoch				
1/16 Seite	2-spaltig	90 x 30 quer	335,00		-	-
	1-spaltig	43 x 64 hoch				

8 Zuschläge: (rabattierbar)

8.1 Farbe

je Sonderfarbe € 905,00

8.2 Platzierung

2. Umschlagseite € 325,00

3. Umschlagseite € 165,00

4. Umschlagseite € 485,00

rechts neben Editorial € 325,00

Bindende Platzierungsvorschriften: 20%

8.3 Formate

Anzeigen über Bund: ohne Zuschlag

Anzeigen über Satzspiegel, 1/1 Seite € 575,00

Angeschnittene Anzeigen: 1/2 Seite oder kleiner € 290,00

9 Rubrikanzeigen: (nicht rabattierbar)

Stellenangebote Millimeterpreis 1spaltig 43 mm breit € 2,80

Stellengesuche Millimeterpreis 1spaltig 43 mm breit € 1,60

Stellenanzeigen im Textteil Zuschlag 20%

An-/Verkauf Millimeterpreis 1spaltig 43 mm breit € 3,90

Chiffregebühr € 6,00

10 Sonderdrucke:

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%

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 · Bauhandwerk · Baumarkt + Bauwirtschaft · tis Tiefbau

Ingenieurbau Straßenbau. Diese Titel können beliebig mit metallbau kombiniert

und damit erhebliche Rabatte erzielt werden (siehe hierzu auch „Kombinations-
Vorteile“).

13 Einhefter*:

2seitig € 5.410,00

4seitig € 7.970,00

Benötigte Liefermenge: 25.300 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.

Bei Abweichungen vom Heftformat können Postgebühren anfallen.

14 Beilagen*:

lose eingelegt, maximale Größe 205 x 290 mm

Gewicht der Einlage Beilagenpreis % Gesamtpreis

bis 25 g und 2 mm Stärke € 235,00 € 5.875,00

Benötigte Liefermenge 25.300 Exemplare

Preise inkl. Postengelte

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 25.300 Exemplare

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 „metallbau“, Ausgabe ...

* Höhere Gewichte und Stärken auf Anfrage

Marktplatz (Anzeigenteil)

Format	Spaltenzahl	Breite x Höhe mm	s/w €	2farbig €	3farbig €	4farbig €
2/1 Seite	8-spaltig	203 x 268	7.420,00	7.720,00	8.020,00	8.320,00
1/1 Seite	4-spaltig	176 x 254	3.725,00	3.925,00	4.125,00	4.325,00
3/4 Seite	4-spaltig	176 x 192	2.955,00	3.155,00	3.355,00	3.555,00
2/3 Seite	4-spaltig	176 x 166	2.540,00	2.690,00	2.840,00	2.990,00
1/2 Seite	4-spaltig	176 x 130 quer	1.865,00	1.995,00	2.125,00	2.255,00
	2-spaltig	86 x 254 hoch				
1/3 Seite	4-spaltig	176 x 82 quer	1.250,00	1.355,00	1.460,00	1.565,00
	1-spaltig	55 x 254 hoch				
1/4 Seite	4-spaltig	176 x 60 quer	945,00	1.035,00	1.125,00	1.215,00
	2-spaltig	86 x 130 hoch				
	1-spaltig	40 x 254 hoch				
1/8 Seite	4-spaltig	176 x 28 quer	480,00	535,00	590,00	645,00
	2-spaltig	86 x 60 hoch				
	1-spaltig	40 x 130 hoch				
1/16 Seite	2-spaltig	86 x 28 quer	250,00	285,00	320,00	355,00
	1-spaltig	40 x 60 hoch				
1/32 Seite	1-spaltig	40 x 30 hoch	145,00	160,00	175,00	190,00

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

Malstaffel		Mengenstaffel	
3 maliges Erscheinen	3%	3 Seiten	5%
6 maliges Erscheinen	5%	6 Seiten	10%
12 maliges Erscheinen	10%	12 Seiten	15%
18 maliges Erscheinen	15%	18 Seiten	20%
24 maliges Erscheinen	20%	24 Seiten	25%

Der Fachmarkt

– Mindestabnahme: 3 Anzeigen	
– Preisstapel: (sw-Preise)	
– Bei 3xiger Erscheinung	je € 185
– Bei 6xiger Erscheinung	je € 175
– Bei 9xiger Erscheinung	je € 165
– Bei 11xiger Erscheinung	je € 145
– Farbzuschlag (2c, 3c oder 4c)	je € 80

Format: 88 x 47 mm

Der EDV-Fachmarkt

– Mindestabnahme: 3 Anzeigen	
– Preisstapel: (sw, 2c, 3c, 4c)	
– Bei 3xiger Erscheinung	je € 405
– Bei 6xiger Erscheinung	je € 375
– Bei 9xiger Erscheinung	je € 345
– Bei 11xiger Erscheinung	je € 305

Format: 86 x 60 mm

Satzspiegel-Format

Format	1/1 Seite	2/3 hoch	2/3 quer	1/2 hoch	1/2 quer	Junio Page	1/3 hoch	1/3 quer	1/4 hoch	1/4 quer	1/4 2-sp.
Breite x Höhe in mm	185 x 268	118 x 268	185 x 174	90 x 268	185 x 132	132 x 185	57 x 268	185 x 87	43 x 268	185 x 64	90 x 132

Anschnitt-Format: Heftformat incl. Beschnitt (3 mm)

Format	1/1 Seite	2/3 hoch	2/3 quer	1/2 hoch	1/2 quer	Junio Page	1/3 hoch	1/3 quer	1/4 hoch	1/4 quer	1/4 2-sp.
Breite x Höhe in mm	216 x 303	135 x 303	216 x 190	108 x 303	216 x 150	150 x 213	75 x 303	216 x 103	61 x 303	216 x 80	108 x 148

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. Datenaustausch

MAC	PC
Leonardo +49 (0) 28 31 - 39 63 13	Fritz-Card +49 (0) 28 31 - 39 63 16
(ISDN) +49 (0) 28 31 - 39 63 14	Benutzer: gast
+49 (0) 28 31 - 39 63 18	Kennwort: gast
+49 (0) 28 31 - 39 63 31	E-mail: Ins@schaffrath.de
+49 (0) 28 31 - 39 63 32	schaffrath@schaffrath.de
+49 (0) 28 31 - 39 63 36	FTP: Zugangsdaten auf Anfrage
	Fon: +49 (0) 28 31 - 39 63 33

Datenträger

CD-Rom, ZIP-Disketten

Datenübertragung

Informationen zur Datenübertragung finden Sie auf unserer Homepage unserer Druckerei: <http://www.schaffrath.de> oder fordern Sie ein Daten-Beiblatt in unserer Anzeigenverwaltung an. Bitte achten Sie darauf, daß jede ISDN-Übertragung der entsprechenden Zeitschrift zuzuordnen ist.



1 Web-Adresse (URL): www.metallbau-online.info

2 Kurzcharakteristik:

Metallbau-online.info ist die Online-Informationsplattform für Metallbau-Unternehmer und Entscheider im Metallhandwerk mit Schwerpunkt Konstruktion/Bau. Sie ergänzt die Fachzeitschrift metallbau um aktuelle Nachrichten, Produktmeldungen und Hintergrundberichte.

3 Zielgruppe:

Metallbau-Unternehmer und Entscheider im Metallhandwerk mit Schwerpunkt Konstruktion/Bau

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 41/80-679 38
Internet: www.bauverlag.de
Email: axel.gase-jochens@bauverlag.de

5 Ansprechpartner:

Crossmedia-Print + Online
Axel Gase-Jochens
Telefon: (052 41) 80-79 38
Fax: (052 41) 80-679 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!

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 der 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 beanstandet 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 Ersatzanfrage 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 zurückgesandt. 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.

Kombinationsvorteile

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 (05241) 80-7957, 80-2362
Telefax (05241) 80-67925, 80-9514
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 (0211) 179396-0
Telefax (0211) 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 (06172) 302015
Telefax (06172) 302015
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: +33-608975057
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 0039-0185-323860
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 0081-3-5404-7351

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 (05241) 80-7957
Telefax (05241) 80-67925, 80-67957
E-Mail: oliver.kugel@bauverlag.de
ralf.kirchgessner@bauverlag.de



