

baumarkt bauwirtschaft

MEDIA-INFORMATIONEN 2010

www.baumarkt-online.info



baumarkt + bauwirtschaft befasst sich als Fachzeitschrift mit allen praktischen und auch betriebswirtschaftlichen Themen:

- Baumanagement und Unternehmensführung
- Baumaschinen, Baufahrzeuge, Baugeräte und Bauwerkzeuge
- Baurecht und Bauwirtschaft
- Baustoffe/Bauchemie und Bauverfahrenstechnik
- Kurzrubriken

Zielgruppe: Technische und kaufmännische Führungskräfte in Hochbauunternehmen sowie Hoch- und Tiefbauunternehmen und Verkäufer, Berater und Außendienstmitarbeiter im Baumaschinen- sowie Baustofffachhandel.

Druckauflage: NEU 18.000

DAS MODERNE FACHMAGAZIN FÜR ERFOLGREICHES BAUEN

Zusammen mit der Fachzeitschrift tis – Tiefbau Ingenieurbau Straßenbau und dem Sonderteil tis GalaBau – bietet baumarkt + bauwirtschaft als Bauunternehmer-Kombination eine ideale Zielgruppenabdeckung im **Hochbau, Tiefbau, Straßenbau und GalaBau** (Inland).





1 Kurzcharakteristik

Der Themenmix des neuen baumarkt + bauwirtschaft lässt sich sehr gut an den Hauptrubriken ablesen, die Sie auch im Inhaltsverzeichnis wiederfinden:

Aktuelles – Management – Recht – Wirtschaft – Maschinen – Nutzfahrzeuge – Geräte – Baustoffe – Bautechnik – Baustofffachhandel – Baumaschinenhandel – Produkte.

Als Novum in der Welt der Fachzeitschriften für Bauunternehmer widmet sich baumarkt + bauwirtschaft in Inhalt und Verbreitung zusätzlich den Themenbereichen Baustofffachhandel und Baumaschinenhandel. Wir legen die redaktionelle Lupe hierbei auf die Schnittstellen zwischen Bauunternehmen und Handelsunternehmen, seien es Baustellen-logistische Problemlösungen, Servicepakete rund um die Baumaschine oder die intensive Beratung, die durch den Handel geleistet werden kann.

Nicht zu kurz, aber in kürzerer und komprimierter Form kommt der aus dem „alten“ Baumarkt + Bauwirtschaft bekannte Themenmix daher. Das neue Heft ist noch lesefreundlicher gestaltet und aufgebaut und bietet mehr und deutlichere Angebote, in den einen oder anderen Text „einzusteigen“ und schnell und sicher die Themen zu finden, die den Lesern gerade unter den Nägeln brennen.

Um die Fülle der interessanten Themen angemessen und übersichtlich darstellen zu können, wechseln sich die Schwerpunktausgaben „Baustoffe“ und „Baumaschinen“ ab.

2 Erscheinungsweise: 10 Ausgaben

3 Jahrgang/Jahr: 109. Jahrgang 2010

4 Web-Adresse (URL): www.baumarkt-online.info

5 Mitgliedschaften: AG LA BAU

6 Organ: Hauptverband der Deutschen Bauindustrie

7 Herausgeber: –

8 Verlag: Bauverlag BV GmbH
 Postanschrift: Postfach 120, 33311 Gütersloh
 Hausanschrift: Avenwedder Straße 55, 33311 Gütersloh
 Telefon: +49 (0) 52 41/80-21 79
 Telefax: +49 (0) 52 41/80-6 21 79
 Internet: www.bauverlag-media.de
 E-Mail: baumarkt@bauverlag.de

9 Redaktion:

Chefredakteur: Dipl.-Ing. Roland Herr
 E-Mail: roland.herr@bauverlag.de

Fachredakteur: Volker Horschig
 E-Mail: volker.horschig@bauverlag.de

10 Anzeigen:

Christian Reinke (verantwortlich)
 Maria Schröder, Rita Srowig
 Telefon: +49 (0) 52 41/80-21 79
 E-Mail: christian.reinke@bauverlag.de

11 Vertrieb:

Rainer Homeyer-Wenner (verantwortlich)
 Telefon: +49 (0) 52 41/80-21 73
 E-Mail: rainer.homeyer-wenner@bauverlag.de

12 Bezugspreis:

Jahresabonnement Inland	€	192,60
Jahresabonnement Ausland	€	213,00
Studenten	€	135,60
Einzelverkaufspreis	€	22,00

13 ISSN:

0341-2717

14 Umfangs-Analyse:

Format der Zeitschrift:	DIN A4; 210 mm breit, 297 mm hoch
Gesamtumfang:	838 Seiten = 100,0%
Redaktioneller Teil:	701 Seiten = 83,7%
Anzeigenteil:	137 Seiten = 16,3%
Beilagen:	4 Stück

15 Inhalts-Analyse Redaktion

2008 = 10 Ausgaben	
Baumanagement u. Unternehmensführung	92 Seiten = 13,1%
Baumaschinen, Baufahrzeuge, Baugeräte	185 Seiten = 26,4%
Baurecht	65 Seiten = 9,3%
Baustoffe/Bauchemie	125 Seiten = 17,8%
Bauverfahrenstechnik	91 Seiten = 13,0%
Bauwerkzeuge	30 Seiten = 4,3%
Bauwirtschaft	88 Seiten = 12,5%
Kurzrubriken	25 Seiten = 3,6%
Gesamt	701 Seiten = 100,0%



Bauverlag BV GmbH, Avenwedder Str. 55, 33311 Gütersloh, Telefon: +49 (0) 52 41/80-21 79, Fax: +49 (0) 52 41/80-6 21 79



16 Auflagenkontrolle:

17 Auflagen-Analyse:

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

Druckauflage:	17.634		
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):	17.380	davon Ausland:	106
Verkaufte Auflage:	3.398	davon Ausland:	56
– Abonnierte Exemplare:	823	davon Mitgliederstücke:	–
– Sonstiger Verkauf:	2.574		
– Einzelverkauf:	1		
Freistücke:	13.982		
Rest-, Archiv- und Belegexemplare:	254		

18 Geographische Verbreitungs-Analyse

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	99,4	17.274
Ausland	0,6	106
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	17.380

18.1 Verbreitung nach Nielsen-Gebieten

Vertrieb	Anteil an tatsächlich verbreiteter Inlands-Auflage	
	%	Exemplare
Nielsen-Gebiet I Schleswig-Holstein, Hamburg, Niedersachsen/Bremen	9,3	1.606
Nielsen-Gebiet II Nordrhein-Westfalen	23,8	4.112
Nielsen-Gebiet IIIa Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland	14,4	2.487
Nielsen-Gebiet IIIb Baden-Württemberg	16,7	2.885
Nielsen-Gebiet IV Bayern	18,6	3.213
Nielsen-Gebiet V Berlin	8,8	1.520
Nielsen-Gebiet VI Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg, Sachsen-Anhalt	3,6	622
Nielsen-Gebiet VII Thüringen, Sachsen	4,8	829
Tatsächlich verbreitete Inlands-Auflage	100,0	17.274

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: 38.329

2.3 Gesamtzahl der wechselnden Empfänger: 34.059
(Wechsel nach jeder dritten Ausgabe)

2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

– Verkaufte Auflage		3.247
davon: abonnierte Exemplare	682	
Einzelverkauf	–	
sonstiger Verkauf	2.563	
– Freistücke		14.458
davon: ständige Freistücke	1.023	
wechselnde Freistücke	13.012	
Werbeexemplare	423	
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)		17.705
→ davon Inland	17.628	
→ davon Ausland	77	

3. Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA)	17.705 = 100,0%
Davon in der Untersuchung nicht erfasst:	2.988 = 16,9%
→ Einzelverkauf	–
→ sonstiger Verkauf	2.563
→ Werbeexemplare	423
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA)	14.717 = 83,1%

3.2 Tag der Dateiauswertung: 28. August 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: August 2009

3.7 Durchführung der Untersuchung: Bauverlag BV GmbH

19 Branchen/Wirtschaftszweige/Fachrichtungen/Berufsgruppen

Abteilung/- Gruppe/ Klasse	Empfängergruppe (lt. Klassifikation der Wirtschaftszweige)	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
		%	Exemplare
300.1	Hoch- und Tiefbau	20	3.378
300.4	Hochbau	76	12.118
300.79	Tiefbau	1	148
	Summe Bauunternehmen		15.644
	Baustofffachhandel	1	780
	Herstellung von Transportbeton	1	125
	Baumaschinenhandel/Vermietung	1	725
Sonstige			
tvA Inland insgesamt		100	17.274
Ausland			106
tatsächlich verbreitete Auflage insgesamt			17.380

Kurzfassung der Erhebungsmethode siehe unten

20 Größe der Wirtschaftseinheit

nach Beschäftigten	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
1 – 9 Beschäftigte	15	2.591
10 – 19 Beschäftigte	35	6.046
20 – 49 Beschäftigte	25	4.319
50 – 99 Beschäftigte	8	1.382
100 u.m. Beschäftigte	3	518
Keine Angabe	14	2.418
tvA Inland insgesamt	100	17.274
Ausland		106
tatsächlich verbreitete Auflage insgesamt		17.380

21 Tätigkeitsmerkmal: Stellung im Betrieb

empfängerbezogen nicht erhoben, da Personenmerkmal

22 Bildung/Ausbildung

empfängerbezogen nicht erhoben, da Personenmerkmal

23 Alter

empfängerbezogen nicht erhoben, da Personenmerkmal

24 Gemeindegrößenklasse

Nicht erhoben, weil die Bedeutung der Fachzeitschrift als Werbeträger von diesen Merkmalen nicht abhängig ist.

Kurzfassung der Erhebungsmethode zur Empfänger-Struktur-Analyse (AMF-Schema 3-E)

1 Untersuchungsmethode:

Empfänger-Struktur-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. In- und Auslandsempfängern sortiert werden. Ergänzend sind in der Datei erfasst: Branchenzugehörigkeit, Betriebsgrößenklassen.

2.2 Gesamtzahl Empfänger in der Datei: 38.329

2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger: 34.059
(Wechsel nach jeder dritten Ausgabe)

2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

– Verkaufte Auflage		3.247	
davon: abonnierte Exemplare	682		
Einzelverkauf	–		
sonstiger Verkauf	2.563		
– Freistücke		14.458	
davon: ständige Freistücke	1.023		
wechselnde Freistücke	13.012		
Werbeexemplare	423		
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)		17.705	
→ davon Inland	17.628		
→ davon Ausland	77		

3 Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA)	17.705 = 100,0%
Davon in der Untersuchung nicht erfasst:	2.988 = 16,9%
→ Einzelverkauf	2
→ sonstiger Verkauf	2.563
→ Werbeexemplare	423
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA):	14.717 = 83,1%

3.2 Tag der Datei-Auswertung: 28. August 2009

3.3 Beschreibung der Datenbasis:

Für die Zuordnung von Branchen- und Betriebsgrößenklassen-Merkmalen zu den Empfängeradressen wurden verwendet:

- Qualifizierung der Adressen durch den Verlag bzw. durch ein Institut.
- Adressbücher und Fernsprehbücher, die dem VDAV – Verband Deutscher Auskunfts- und Verzeichnismedien angeschlossen sind.
- Schriftliche Mitteilungen der Empfänger.
- Messekataloge

Ausschöpfung für das Branchenmerkmal	37.294 Fälle = 97,3%
keine Angaben in der Datei	1.035 Fälle = 2,7%
	<hr/>
	38.329 Fälle = 100,0%

Ausschöpfung für das Betriebsgrößenklassen-Merkmal	32.771 Fälle = 85,5%
keine Angabe in der Datei	5.558 Fälle = 14,5%
	<hr/>
	38.329 Fälle = 100,0%

3.4 Zielperson der Untersuchung:

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

3.5 Definition des Lesers: entfällt

3.6 Zeitraum der Untersuchung: August 2009

3.7 Durchführung der Untersuchung: Bauverlag BV GmbH

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

Heft*	Heftschwerpunkt				Sonderthemen		Messen/ Veranstaltungen	
1-2 Januar/ Februar ET: 26.01.2010 AS: 11.01.2010	Wärmedämmung WDVS, EPS, Mineralwolle, Dämmputze	Mauerwerksbau Großformate, Mauersysteme, Schallschutz, Wärmeschutz	EnEV Bauen mit Groß- formaten Gewerbepbau	Schallschutz Betontechnik Anwendungen, Betonsorten, Zusatzmittel	Baustofffachhandel Logistik, Angebote, Arbeitsvorberei- tung, Beratung		Deubau, Essen 12.-16.01. bautec, Berlin 16.-20.02.	
	Schalung und Gerüste Systemschalung, Kletterschalung, Sichtbeton, Gerüstbau	Bauchemie Abdichtung, Be- schichtung, Mauer- werkssanierung	Praxistipp Bauverfahren Bauen mit Porenbeton	Bauprodukte Bauelemente, Be- festigungstechnik, Hilfsstoffe	Bauen im Bestand Modernisierung und Sanierung, Umnutzung		Allgäuer Baufach- kongress, Oberst- dorf 20.-22.01.	
3 März ET: 23.02.2010 AS: 05.02.2010	bauma-Vorberichte				Baumaschinen Erdbewegung, Anbaugeräte, Zubehör, Antriebstechnik	Nutzfahrzeuge Schwere und leichte LKW, Transporter, Dienstfahrzeuge	Baumaschinenhandel Service, Vermietung, Finanzierung, Schulung	
	Praxistipp Baumaschine Schmierstoffe	Heben + Fördern Krane, Teleskope, Aufzüge, Hebe- zeuge, Maurer- hilfen	Abbruch Baustoffrecycling, Abbruchwerkzeuge	Fuhrpark und Maschinentechnik im Betrieb	PPP Bauen im Aus- land	Finanzieren Versichern Leasen		

4 April ET: 27.03.2010 AS: 04.03.2010	bauma-Vorberichte		Baumaschinen Erdbewegung, Anbaugeräte, Zubehör, Antriebstechnik	Nutzfahrzeuge Schwere und leichte LKW, Transporter, Dienstfahrzeuge	Baumaschinenhandel Service, Vermietung, Finanzierung, Schulung	bauma, München, 19.-25.04.
	Praxistipp Baumaschine	Lasertechnik + Vermessung	Service, Wartung und Reparatur Fahrschulung	Betontechnik Aufbereitung, För- derung, Transport, Verdichtung	Finanzieren Versichern Leasen	
5 Mai ET: 30.04.2010 AS: 08.04.2010	Schalung und Gerüste Systemschalung, Kletterschalung, Sichtbeton, Gerüstbau	Mauerwerksbau Großformate, Mauersysteme, Schallschutz, Wär- meschutz	Keller im WU-Beton Elementbauweise	Betontechnik Anwendungen, Betonarten, Zusatzmittel	Baustofffachhandel Logistik, Angebote, Arbeitsvorbereitung, Beratung	
	Wärmedämmung WDVS, EPS, Mineralwolle, Dämmputze	Bauchemie Abdichtung, Beschichtung, Mauerwerks- sanierung	Bauprodukte Baelemente, Be- festigungstechnik, Hilfsstoffe	Ziegelsysteme Porenbeton	Bauen im Bestand Modernisierung, Sanierung, Umnutzung	
6 Juni ET: 28.05.2010 AS: 06.05.2010	Transporter Turmdrehkrane Heben + Fördern	Minibagger Logistik und Fuhrpark	Baumaschinen Erdbewegung, Anbaugeräte, Zubehör, Antriebstechnik	Abbruch Baustoffrecycling, Abbruchwerk- zeuge	Baumaschinenhandel Service, Vermietung, Finanzierung, Schulung	Tag der deutschen Bauindustrie, Berlin
	bauma-Nachberichte		Nutzfahrzeuge Schwere und leichte LKW, Trans- porter, Dienstfahr- zeuge	Praxistipp Baumaschine Service, Wartung und Reparatur	PPP Bauen im Aus- land	Finanzieren Versichern Leasen

ET: Erscheinungstermin
AS: Anzeigenschluss

Die Redaktion behält sich aus Gründen der Aktualität Themenänderungen vor!

Heft*	Heftschwerpunkt				Sonderthemen		Messen/ Veranstaltungen
7/8 Juli/ August ET: 15.07.2010 AS: 25.06.2010	Schalung und Gerüste Systemschalung, Kletterschalung, Sichtbeton, Gerüstbau	Mauerwerksbau Großformate, Mauersysteme, Schallschutz, Wärmeschutz	Bauen für Senioren Kalksandstein	Energiesparendes Bauen Gewerbebau	Baustofffachhandel Logistik, Angebote, Arbeitsvorbereitung, Beratung		
	Wärmedämmung WDVS, EPS, Mineralwolle, Dämmputze	Altengerechtes Bauen	Bauprodukte Bauelemente, Befestigungstechnik, Hilfsstoffe	Betonbautechnik Anwendungen, Betonsorten, Zusatzmittel	Bauen im Bestand Modernisierung, Sanierung, Umnutzung		
9 September ET: 27.08.2010 AS: 05.08.2010	Mobilbagger Heben + Fördern	Leichte LKW Profiwerkzeuge	Baumaschinen Erdbewegung, Anbaugeräte, Zubehör, Antriebstechnik	Nutzfahrzeuge Schwere und leichte LKW, Transporter, Dienstfahrzeuge	Baumaschinenhandel Service, Vermietung, Finanzierung, Schulung		IAA Nutzfahrzeuge, Hannover, 23.-30.09 NordBau, Neumünster, 02.-07.09.
	Raupenbagger Anbaugeräte	Service, Wartung und Reparatur	Praxistipp Baumaschine	Diesel contra Öko-Kraftstoff Schmierstoffe	PPP Bauen im Ausland	Finanzieren Versichern Leasen	

10 Oktober ET: 28.09.2010 AS: 08.09.2010	Schalung und Gerüste Systemschalung, Kletterschalung, Sichtbeton, Gerüstbau	Mauerwerksbau Großformate, Mauersysteme, Schallschutz, Wärmeschutz	Stahlbetonarbeiten Bauwerksabdichtung	Bauprodukte Baulemente, Befestigungstechnik, Hilfsstoffe	Baustofffachhandel Logistik, Angebote, Arbeitsvorbereitung, Beratung		bauenleipzig, 28.-30.10.
	Wärmedämmung WDVS, EPS, Mineralwolle, Dämmputze	Bauchemie Abdichtung, Beschichtung, Mauerwerks-sanierung	Niedrigenergiehäuser Ziegelsysteme	Betontechnik Anwendungen, Betonsorten, Zusatzmittel	Bauen im Bestand Modernisierung, Sanierung, Umnutzung		
11 November ET: 28.10.2010 AS: 07.10.2010	Radlader	Fuhrparkmanagement	Baumaschinen Erdbeugung, Anbaugeräte, Zubehör, Antriebstechnik	Abbruch Baustoffrecycling, Abbruchwerkzeuge	Baumaschinenhandel Service, Vermietung, Finanzierung, Schulung		
	Schwere LKW Betonpumpen und Fahrmischer	Praxistipp Baumaschine	Service, Wartung und Reparatur	Nutzfahrzeuge Schwere und leichte LKW, Transporter, Dienstfahrzeuge	PPP Bauen im Ausland	Finanzieren Versichern Leasen	
12 Dezember ET: 26.11.2010 AS: 05.11.2010	Schalung und Gerüste Systemschalung, Kletterschalung, Sichtbeton, Gerüstbau	Mauerwerksbau Großformate, Mauersysteme, Schallschutz, Wärmeschutz	Putzsysteme Gewerbebau Schornsteine	Betontechnik Anwendungen, Betonsorten, Zusatzmittel	Baustofffachhandel Logistik, Angebote, Arbeitsvorbereitung, Beratung		
	Wärmedämmung WDVS, EPS, Mineralwolle, Dämmputze	Bauprodukte Baulemente, Befestigungstechnik, Hilfsstoffe	Bauen in Weiß Zementestriche	Bauen mit Großformaten	Bauen im Bestand Modernisierung, Sanierung, Umnutzung		

Bauwirtschaft: Internationale Baumärkte; Baupreise; Wirtschaftsbaubau, Wohnungsbau; PPP-Projekte; Arbeitskosten; Hochschulen und Praxis; **Recht:** Vergabe-Praxis, VOB-Praxis, Aktuelle Rechtsfälle; **Baumanagement:** Partnering, Wissensmanagement, Netzwerken, Baulogistik, Arbeitsvorbereitung, Risikomanagement, und viele weitere Themen

ET: Erscheinungstermin AS: Anzeigenschluss

Die Redaktion behält sich aus Gründen der Aktualität Themenänderungen vor!



1 Auflage:
Druckauflage: 17.634 Exemplare
Tatsächlich verbreitete Auflage im
Jahresdurchschnitt (lt. AMF-Schema 2, Ziffer 17): 17.380 Exemplare

2 Zeitschriftenformat:
beschnitten 210 mm breit, 297 mm hoch, DIN A4
unbeschnitten 216 mm breit, 303 mm hoch
Beschnitt 3 mm allseitig

Satzspiegel:

186 mm breit, 270 mm hoch
4 Spalten, je 45 mm

3 Druck- und Bindeverfahren, Druckunterlagen:
Offsetdruck, Klebebindung, digitale Daten (siehe auch hierzu „Richtlinie zur
Übernahme digitaler Daten“). Die Anfertigung von Anzeigenvorlagen wird
nach Aufwand in Rechnung gestellt.

4 Termine:
Erscheinungsweise: 10 Ausgaben pro Jahr
Erscheinungstermin: siehe Themenplan
Anzeigenschluss: siehe Themenplan

5 Verlag:
Herausgeber: Bauverlag BV GmbH
Postanschrift: Avenwedder Straße 55, 33311 Gütersloh
Internet: www.bauverlag-media.de
Anzeigenabteilung: Christian Reinke
Telefon: +49 (0) 52 41/80-21 79
Telefax: +49 (0) 52 41/80-621 79
E-mail: christian.reinke@bauverlag.de

6 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



Lukrative Kombi-Rabatte mit tis und tis GalaBau auf Anfrage!

7 Anzeigenformate und Preise:

Allen Preisen ist der jeweils gültige gesetzliche Mehrwertsteuersatz hinzuzurechnen.

Druckauflage 18.000 Exemplare

Format	Spaltenzahl	Breite x Höhe mm	Grundpreis s/w €	2farbig €	3farbig €	4farbig €
2/1 Seite	8-spaltig	203 x 270 je Seite	8.320,00	9.320,00	10.320,00	11.320,00
1/1 Seite	4-spaltig	186 x 270	4.160,00	4.765,00	5.370,00	5.975,00
3/4 Seite	4-spaltig	186 x 198	3.120,00	3.715,00	4.310,00	4.895,00
2/3 Seite	4-spaltig	186 x 174	2.765,00	3.350,00	3.935,00	4.520,00
1/2 Seite	4-spaltig 2-spaltig	186 x 130 quer 90 x 270 hoch	2.080,00	2.645,00	3.210,00	3.775,00
1/3 Seite	4-spaltig 1-spaltig	186 x 87 quer 56 x 270 hoch	1.385,00	1.885,00	2.385,00	2.885,00
1/4 Seite	4-spaltig 2-spaltig	186 x 63 quer 90 x 130 hoch	995,00	1.445,00	1.895,00	2.345,00
1/8 Seite	4-spaltig 2-spaltig	186 x 30 quer 90 x 63 hoch	545,00	895,00	1.245,00	1.595,00

Millimeter-Preis 1-spaltig für Empfehlungsanzeigen bei Abweichung von obigen Formaten: € 4,30

8 Zuschläge: (rabattierbar)

8.1 Farbe

je Sonderfarbe € 735,00

8.2 Platzierung

4. Umschlagseite € 680,00
3. Umschlagseite € 340,00
2. Umschlagseite € 340,00
großes Foto Titelseite* inkl. Super Banner € 5.495,00

8.3 Formate

Anzeigen über Bund: ohne Zuschlag
Anzeigen über Satzspiegel,
Angeschnittene Anzeigen: 1/1 Seite € 500,00
1/2 Seite und kleiner € 250,00

9 Rubrikanzeigen: (nicht rabattierbar)

Stellenangebote Millimeterpreis 1spaltig 45 mm breit € 2,70
Stellengesuche Millimeterpreis 1spaltig 45 mm breit € 2,70
Bauanzeiger: 90 mm breit x 50 mm hoch: € 280,00
Bauanzeiger: 90 mm breit x 20 mm hoch: € 112,00
Bauanzeiger: 90 mm breit x 105 mm hoch: € 588,00
Bauanzeiger: 185 mm breit x 50 mm hoch: € 560,00
Chiffregebühr € 5,50

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		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%

Alle Zuschläge werden rabattiert

12 Kombinationen:

Werbung, Print und Online auf Anfrage.
Zusammen mit der Fachzeitschrift tis Tiefbau Ingenieurbau Straßenbau bietet baumarkt + bauwirtschaft als Bauunternehmer-Kombination eine ideale Zielgruppenabdeckung an Hochbau, Tiefbau und Straßenbau. Weitere Entscheider am Bau erreichen Sie mit den Fachzeitschriften DBZ · Bauwelt · TAB · FACILITY MANAGEMENT · BundesBauBlatt · metallbau · SHK Profi · Elektro Profi · Bauhandwerk + Tunnel. Diese Titel können beliebig mit baumarkt + bauwirtschaft kombiniert und damit erhebliche Rabatte erzielt werden (siehe gesonderte Karte).

13 Einhefter**:

2seitig € 4.260,00
4seitig € 8.520,00

Benötigte Liefermenge: 18.300 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

bis 15 g € 238,00

bis 25 g und 2 mm Stärke € 278,00

Benötigte Liefermenge 18.300 Exemplare

Teilbeilagen ab 1.000 Exemplaren möglich

Teilbelegung: Selektionskosten € 90,00

15 Aufgeklebte Werbemittel:

Postkarten inklusive
maschinelles Aufkleben pro Tausend € 67,00

Prospekte/Warenmuster: auf Anfrage nach Vorlage eines Musters

Benötigte Liefermenge 18.300 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 „baumarkt+bauwirtschaft“, Ausgabe ...

* Bildauswahl sowie Auswahl der entsprechenden Ausgabe in Abstimmung mit der verantwortlichen Redaktion.
Keine werbliche Aufmachung.

** Höhere Gewichte und Stärken auf Anfrage



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

2. **Kurzcharakteristik:**

Der Themenmix des neuen baumarkt + bauwirtschaft lässt sich sehr gut an den Hauptrubriken ablesen, die Sie auch im Inhaltsverzeichnis wiederfinden werden:

Aktuelles – Management – Recht – Wirtschaft – Maschinen – Nutzfahrzeuge – Geräte – Baustoffe – Bautechnik – Baustofffachhandel – Baumaschinenhandel – Produkte.

Als Novum in der Welt der Fachzeitschriften für Bauunternehmer widmet sich baumarkt + bauwirtschaft in Inhalt und Verbreitung zusätzlich den Themenbereichen Baustofffachhandel und Baumaschinenhandel. Wir legen die redaktionelle Lupe hierbei auf die Schnittstellen zwischen Bauunternehmen und Handelsunternehmen, seien es Baustellen-logistische Problemlösungen, Servicepakete rund um die Baumaschine oder die intensive Beratung, die durch den Handel geleistet werden kann.

Nicht zu kurz, aber in kürzerer und komprimierter Form kommt der aus dem „alten“ baumarkt + bauwirtschaft bekannte Themenmix daher. Das neue Heft ist noch lesefreundlicher gestaltet und aufgebaut und bietet mehr und deutlichere Angebote, in den einen oder anderen Text „einzusteigen“ und schnell und sicher die Themen zu finden, die den Lesern gerade unter den Nägeln brennen.

Um die Fülle der interessanten Themen angemessen und übersichtlich darzustellen können, wechseln sich dann ab Dezember die Schwerpunktausgaben „Baustoffe“ und „Baumaschinen“ ab.

3. **Zielgruppe:**

Technische und kaufmännische Führungskräfte in Hochbauunternehmen sowie Hoch- und Tiefbauunternehmen und Verkäufer, Berater und Außendienstmitarbeiter im Baumaschinen- sowie Baustofffachhandel.

4. **Verlag:**

Hausanschrift:

Postanschrift:

Internet:

Bauverlag BV GmbH

Avenwedder Straße 55, 33311 Gütersloh

Postfach 120, 33311 Gütersloh

www.bauverlag-media.de

5. **Ansprechpartner:**

Print+Online

Christian Reinke

(052 41) 80 - 2179

(052 41) 80 - 621 79

Telefon:

Fax:

E-Mail:

christian.reinke@bauverlag.de

6. **Zugriffskontrolle:**

IVW-Prüfung wird angemeldet

7. **Zugriffe:**

aktuelle Zugriffszahlen auf Anfrage

8. **Datenanlieferung:**

mindestens 5 Werktage vor Schaltbeginn per E-Mail an christian.reinke@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 rollierend):

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 €

Allen Preisen ist der jeweils gültige gesetzliche Mehrwertsteuersatz hinzuzurechnen! Individuelle Werbeformen auf Anfrage möglich.


Werbeformen

Super-Banner
830 x 60 Pixel




Vielseitigkeit wird zum Standard


Full-Size-Banner
468 x 60 Pixel




Vielseitigkeit wird zum Standard




Spezialthema Baugruben für Tunnelbahnhöfe am Bosporus




Die Fliese



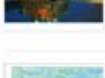
Vielseitigkeit wird zum Standard



Spezialthema Baugruben am Bosporus



Spezialthema Baugruben am Bosporus



Die Fliesen-Liebhaber

Skyscraper
120 x 600 Pixel

Bitte beachten Sie unsere Hinweise zu Datenformaten und Programmierung.

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 akzeptieren folgende Datenträger:
CD-Rom und ZIP-Disketten

Bei Übertragungen per ISDN wenden Sie sich bitte direkt an unsere Druckerei. Kündigen Sie bitte die Übertragung telefonisch oder per Fax an:
DruckMedien L.N. Schaffrath
Telefon: 028 31/39 61 34, ISDN: 028 31/39 62 38/3 04
E-Mail: langer@schaffrath.de

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	45 x 270	186 x 63	90 x 130

Anschnitt-Format (Heftformat inkl. 3 mm Beschnitt an den anzuschneidenden Seiten)

											
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	103 x 303	138 x 194	216 x 147	75 x 303	216 x 105	57 x 303	216 x 82	105 x 145

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 Ersatzanzeigen 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.

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

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 Mengenstaffel 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

baumarkt + bauwirtschaft und **tis Tiefbau Ingenieurbau Straßenbau** als Bauverlag BV Bauunternehmer-Kombination

FACILITY MANAGEMENT und **BundesBauBlatt** als Bauverlag BV Immobilien-Kombi.

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 Mengenstaffeln 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.

Bauverlag – Wir geben Ideen Raum

Als Kunde unseres Verlages bieten wir Ihnen neben dem klassischen Anzeigengeschäft:

- Jahresgespräche
- Bauwelt-Architektursymposien bei bekannten Architekturbüros weltweit
- Architekten-/Planer-Rundgänge anlässlich wichtiger Bau-Fach-Messen
- DBZ+BAUcolleg: Architektur-Symposien an deutschen Hochschulen
- Fachsymposien bei Wohnungsunternehmen
- Delegationstrips für internationale Leser unserer Baustofftitel zu deutschen Zement- und Betonwerken
- Copytests / Blickaufzeichnungstests / Pretests / Crossmedia-Studien
- Marktuntersuchungen mit und für unsere Kunden
- Media-Analysen: Leser-Struktur- und Reichweitenuntersuchungen / Zählservice
- Wettbewerbsauswertungen / -analysen
- Corporate Publishing
- Adressvermietung für Mailings
- Sonderdrucke

Gerne stellen wir für Sie ein individuelles Paket zusammen. Sprechen Sie uns an!

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

6+7

Südwest + Schweiz
Frank Maier
Bauverlag BV GmbH
Geschäftsstelle Stuttgart
Humboldtstraße 30/32
70771 Leinfelden-Echterdingen
Telefon (0711) 51 88 3420
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



Auslandsvertretungen:

Frankreich:
Marc Jouanny
International Media Press & Marketing
16, rue Saint Ambroise
75011 Paris
Telefon 0033-1-43 55 33 97
Telefax 0033-1-43 55 61 83
Handy: +00 33-6 08 97 50 57
E-Mail marc-jouanny@wanadoo.fr

Italien:
Vittorio C. Garofalo
CoMedia srl
Piazza Matteotti, 17/5
16043 Chiavari
Telefon 0039-0185-323860
Handy 0039-335-346932
E-Mail vittorio@comediasrl.it

Japan:
ABC Enterprises Inc.
Fukide Heights 103
4-1-11 Toranomon
Minato-ku, Tokyo 105
Telefon 0081-3-5404-7351
Telefax 0081-3-5404-7352

USA / Canada:
D.A. Fox Advertising Sales, Inc.
5 Penn Plaza, 19th Floor
New York, NY 10001
Telefon 001-212-896-3881
Telefax 001-212-629-3988
E-Mail detleffox@comcast.net

baumarkt bauwirtschaft

Bauverlag BV GmbH | Avenwedder Str. 55 | Postfach 120 | 33311 Gütersloh | Tel.: 052 41/80-21 79
