

seit 01.01.2009:  
**Die DBZ** ist Organ des  
**BDB** Bund Deutscher Baumeister,  
Architekten und Ingenieure e. V.  
**Druckauflage: 33.000**

## MEDIA-INFORMATIONEN 2010

DBZ-Sonderheft LICHT+RAUM

Supplement DER ENTWURF – Das Magazin für Junge Architekten

DBZ-Sonderheft „Middle East“

Anzeigen-Copytest/Blickaufzeichnungstest/Pretest im Februar 2010

Crossmedia – medienübergreifende Präsenz

**NEU: zweimonatlich ENERGIE Special**

[www.dbz.de](http://www.dbz.de)



Die **DBZ Deutsche Bauzeitschrift** ist eine Fachzeitschrift für Architekten und planende Hochbauingenieure und orientiert sich redaktionell an den Aufgaben und dem Tätigkeitsspektrum des Architektenalltags mit deutlicher Praxisorientierung. „Praxis, Nutzen und Orientierung“ – für diese Attribute steht die DBZ mit ihren redaktionellen Inhalten.

### Architektur

Zu einem Thema, gebäudetypologisch oder materialspezifisch ausgerichtet, werden anspruchsvolle, aktuelle Architekturprojekte ausführlich und in die Tiefe gehend vorgestellt und besprochen. Dabei werden besonders die architektonische Intention, die städtebauliche Einbindung, die Funktionalität, die baukonstruktiven Besonderheiten, die Wirtschaftlichkeit und die energetischen Aspekte herausgearbeitet und mittels präziser Beschreibungen, Zeichnungen, konstruktiver Details und Fotos dargestellt.

### Produkte

Parallel zum Hefthema gibt es in dieser Rubrik ein weiteres **Schwerpunktthema**. Damit sind über das Jahr 24 Themen abgedeckt, eine Bandbreite, die Architekten und Planern eine gezielte Produktrecherche ermöglicht; unabdingbare Voraussetzung, um up to date zu sein. Die Rubrik „**Produkte in Anwendung**“ stellt praxisorientierte Anwendungs- und Einsatzmöglichkeit kompetent dar.

---

## DAS STARKE DUO – DBZ DEUTSCHE BAUZEITSCHRIFT UND BAUWELT

---

### Bautechnik

Ergänzend zu dem Themenschwerpunkt ist der Bereich Bautechnik ausgerichtet. Mittels umfangreicher Fachbeiträge werden neue Entwicklungen, Baustoffe, Bauteile und Bausysteme und ihre praxisorientierten Anwendungs- und Einsatzmöglichkeiten kompetent ausgearbeitet.

### ENERGIE Special

Aktuelle Informationen, Projektberichte und Produktvorstellungen zum Thema **energieeffizientes Bauen, energetische Sanierung und Nachhaltigkeit**. Die Rubrik erscheint zweimonatlich.

Arbeitsgemeinschaft  
Leseranalyse



Mitglied der Arbeitsgemeinschaft  
Leseranalyse  
Architekten und planende  
Bauingenieure (agla a + b)  
[www.agla-ab.de](http://www.agla-ab.de)

Architekten und  
planende Bauingenieure



**1 Kurzcharakteristik**

Seit ihrer Gründung im Jahre 1953 hat sich die DBZ Deutsche Bauzeitschrift zu einer der meistbeachteten und unabhängigen Architekturfachzeitschriften entwickelt. Mit den beiden Schwerpunktbereichen ARCHITEKTUR, Bautechnik und Produkte wird sie jeden Monat dem Wunsch von Architekten und Bauingenieuren nach praxisnaher Unterstützung bei der Lösung der täglichen Arbeitsaufgaben gerecht. Ein umfassendes Themenspektrum deckt dabei alle relevanten Segmente der Hochbauplanung ab.

Die DBZ Deutsche Bauzeitschrift ist der Arbeitsgemeinschaft Leseranalyse Architekten und planende Bauingenieure (agla a + b) angeschlossen.

- 2 Erscheinungsweise:** monatlich, jeweils erster Werktag des Monats
- 3 Jahrgang/Jahr:** 58. Jahrgang 2010
- 4 Web-Adresse (URL):** [www.dbz.de](http://www.dbz.de)
- 5 Mitgliedschaften:** agla a + b
- 6 Organ:** unabhängig
- 7 Herausgeber:** -
- 8 Verlag:** Bauverlag BV GmbH  
Postanschrift: Postfach 120, 33311 Gütersloh  
Hausanschrift: Avenwedder Straße 55, 33311 Gütersloh  
Telefon: +49 (0) 52 41/80-23 22  
Telefax: +49 (0) 52 41/80-6 23 22  
Internet: [www.bauverlag-media.de](http://www.bauverlag-media.de)  
E-Mail: [dbz@bauverlag.de](mailto:dbz@bauverlag.de)
- 9 Redaktion:**  
Chefredakteur: Dipl.-Ing. Burkhard Fröhlich  
Prog.leitung Architektur: Dipl.-Des. Sonja Schulenburg  
Aktuell, Online: Benedikt Kraft  
Bautechnik, Produkte: Dipl.-Ing. Burkhard Fröhlich  
LICHT + RAUM: Dipl.-Ing. Beate Bellmann  
Telefon Redaktion: +49 (0) 52 41/80-21 11

- 10 Anzeigen:** Andreas Kirchgessner (verantwortlich)  
Telefon: +49 (0) 52 41/80-23 22  
E-Mail: [andreas.kirchgessner@bauverlag.de](mailto:andreas.kirchgessner@bauverlag.de)
- 11 Vertrieb:** Rainer Homeyer-Wenner  
Telefon: +49 (0) 52 41/80-2173  
E-Mail: [rainer.homeyer-wenner@bauverlag.de](mailto:rainer.homeyer-wenner@bauverlag.de)
- 12 Bezugspreis:**

Jahresabonnement Inland	€ 165,00
Jahresabonnement Ausland	€ 172,20
Einzelverkaufspreis	€ 18,00
- 13 ISSN:** 0947-9430
- 14 Umfangs-Analyse:**

	2008= 12 Ausgaben
<b>Format der Zeitschrift:</b>	225 mm breit; 297 mm hoch
<b>Gesamtumfang:</b>	1.466 Seiten = 100,0%
<b>Redaktioneller Teil:</b>	1.217 Seiten = 83,0%
<b>Anzeigenteil:</b>	249 Seiten = 17,0%
<hr/>	
davon: Stellen- und Gelegenheitsanzeigen:	13 Seiten = 5,0%
Einhefter/Durchhefter:	20 Seiten = 8,0%
Verlagseigene Anzeigen:	27 Seiten = 10,8%
<hr/>	
<b>Beilagen:</b>	11 Stück
davon: Teilbeilagen:	6 Stück
- 15 Inhaltsanalyse des redaktionellen Teils**

Inhalt, Vorschau, Impressum, Titel	2008 = 1.217 Seiten
Aktuell (Aktuelles, Wirtschaft)	60 Seiten = 4,93%
Architekturdokumentation	162 Seiten = 13,31%
Standpunkte zum Heftthema	466 Seiten = 38,29%
Bautechnik (einschl. Recht+Büro)	72 Seiten = 5,92%
Produkte Bautechnik / Innenarchitektur	144 Seiten = 11,80%
Innenarchitektur	158 Seiten = 13,01%
Energie spezial	88 Seiten = 7,23%
	67 Seiten = 5,51%
	<hr/>
	1.217 Seiten = 100,0%



Bauverlag BV GmbH, Avenwedder Str. 55, 33311 Gütersloh, Telefon: +49 (0) 52 41/80-23 22, Fax: +49 (0) 52 41/80-6 23 22



**16 Auflagenkontrolle:**

**17 Auflagen-Analyse:**

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

<b>Druckauflage:</b>	28.741		
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):</b>	27.586	davon Ausland:	1.105
Verkaufte Auflage:	20.108	davon Ausland:	900
– Abonnierte Exemplare:	19.961	davon Mitgliederstücke:	8.609
– Sonstiger Verkauf:	45		
– Einzelverkauf:	102		
Freistücke:	7.477		
Rest-, Archiv- und Belegexemplare:	1.155		

**18 Geographische Verbreitungs-Analyse**

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	95,8	26.481
Ausland	4,2	1.105
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)</b>	<b>100,0</b>	<b>27.586</b>

**18.1 Verbreitung nach Nielsen-Gebieten/Bundesländern:**

Vertrieb	Anteil an tatsächl. verbreiteter Inlands-Auflage	
	%	Exemplare
<b>Nielsen-Gebiet I</b>		
Schleswig-Holstein	2,3	609
Hamburg	6,3	1.669
Niedersachsen	4,5	1.192
Bremen	1,8	477
<b>Nielsen-Gebiet II</b>		
Nordrhein-Westfalen	27,2	7.203
<b>Nielsen-Gebiet IIIa</b>		
Hessen	9,4	2.488
Rheinland-Pfalz	6,2	1.642
Saarland	2,9	768
<b>Nielsen-Gebiet IIIb</b>		
Baden-Württemberg	12,2	3.231
<b>Nielsen-Gebiet IV</b>		
Bayern	10,1	2.674
<b>Nielsen-Gebiet V</b>		
Berlin	3,1	821
<b>Nielsen-Gebiet VI</b>		
Mecklenburg-Vorpommern	1,6	424
Brandenburg	1,7	450
Sachsen-Anhalt	3,1	821
<b>Nielsen-Gebiet VII</b>		
Thüringen	2,9	768
Sachsen	4,7	1.244
<b>Tatsächlich verbreitete Inlands-Auflage</b>	<b>100,0</b>	<b>26.481</b>

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: 30.416

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

### 2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

– Verkaufte Auflage		27.843
davon: abonnierte Exemplare	27.091	
Einzelverkauf	713	
sonstiger Verkauf	39	
– Freistücke		1.831
davon: ständige Freistücke	1.134	
wechselnde Freistücke	–	
Werbeexemplare	697	
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)		29.674
→ davon Inland	28.640	
→ davon Ausland	1.034	

## 3. Beschreibung der Untersuchung:

### 3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA)	27.091 = 100,0%
Davon in der Untersuchung nicht erfasst:	1.449 = 5,4%
→ Einzelverkauf	713
→ sonstiger Verkauf	39
→ Werbeexemplare	697
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA)	25.642 = 94,6%

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: 27. Juli 2009

3.7 Durchführung der Untersuchung: Verlag

---

Seit dem 1.1.2009 ist die **DBZ Deutsche Bauzeitschrift** Organ des **BDB Bund Deutscher Baumeister, Architekten und Ingenieure e.V.**

Die Mitglieder des größten Berufsverbands von Architekten und Ingenieuren des Bauwesens in Deutschland bekommen ab Januar 2009 die DBZ Deutsche Bauzeitschrift als neue monatliche Verbandszeitschrift. Die Auflage erhöht sich dadurch ab 2009 auf 33.000 Exemplare. Somit baut die DBZ ihre Position als Fachzeitschrift mit einer der stärksten Reichweiten im Segment der Architekturfachtitel weiter aus. In Media-Kombination mit der Bauwelt legt die Reichweite nochmals deutlich zu.

Der Kooperationsvertrag zwischen Bauverlag und dem BDB wurde am 26.09.2008 in Berlin unterzeichnet. Dazu der Präsident des BDB, Hans Georg Wagner, Präsident PStS a.D.: „Das Präsidium ist davon überzeugt mit dieser Fachzeitschrift eine gute Wahl getroffen zu haben, die den Wünschen und Interessen unserer Mitglieder entspricht.“

#### **Das bedeutet für Ihre Mediaplanung 2010:**

- Auflage 33.000 Exemplare!
  - Ausweitung der redaktionellen Themen
  - Hohe Reichweiten, besonders in der Kombination mit der BAUWELT
-



Bauverlag BV GmbH, Avenwedder Str. 55, 33311 Gütersloh, Telefon: +49 (0) 52 41/80-23 22, Fax: +49 (0) 52 41/80-6 23 22

### 1. Gewährleistung

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

### 2. Systeme und Programme

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

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

### 3. Sicherheitskopien, Dokumentenbezeichnung, Kontrollausdrucke

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

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

### 4. Schriften und Farben

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

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

### 5. Datenträger

Wir können folgende Datenträger akzeptieren:  
CD-Rom, DVD

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

**Geben Sie bitte die Übertragung telefonisch unter folgender Nummer bekannt:**

#### MAC

Leonardo +49 (0) 2831 - 396 313  
(ISDN) +49 (0) 2831 - 396 314  
+49 (0) 2831 - 396 318  
+49 (0) 2831 - 396 331  
+49 (0) 2831 - 396 332  
+49 (0) 2831 - 396 336

#### PC

Fritz-Card +49 (0) 2831 - 396316  
Benutzer: gast  
Kennwort: gast  
E-Mail: langer@schaffrath.de  
schaffrath@schaffrath.de  
Zugangsdaten auf Anfrage  
(Tel.: +49 (0) 2831 - 396 333)



- 1 Auflage:**  
Druckauflage: 33.000 Exemplare  
Tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt (lt. AMF-Schema 2, Ziffer 17): 27.586 Exemplare
- 2 Zeitschriftenformat:**  
beschnitten 225 mm breit, 297 mm hoch  
unbeschnitten 231 mm breit, 303 mm hoch  
**Satzspiegel:**  
200 mm breit, 280 mm hoch  
4 Spalten, je 45 mm
- 3 Druck- und Bindeverfahren, Druckunterlagen:**  
Offsetdruck, Klebebindung, digitale Daten (siehe hierzu auch „Richtlinien zur Übernahme digitaler Daten“). Die Anfertigung von Anzeigenvorlagen wird nach Aufwand in Rechnung gestellt.
- 4 Termine:**  
Erscheinungsweise: monatlich, 12 Ausgaben  
Erscheinungstermin: jeweils erster Werktag des Monats  
Anzeigenschluss: siehe Erscheinungsplan

- 5 Verlag:** Bauverlag BV GmbH  
Hausanschrift: Avenwedder Straße 55, 33311 Gütersloh  
Postanschrift: Postfach 120, 33311 Gütersloh  
Internet: www.bauverlag-media.de  
Anzeigenabteilung: Andreas Kirchgessner  
Telefon: +49 (0) 52 41/80-23 22  
Fax: +49 (0) 52 41/80-623 22  
E-Mail: andreas.kirchgessner@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

ALLE ZUSCHLÄGE  
Farbe  
Platzierung  
Anschnitt  
WERDEN RABATTIERT

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

Format	Spaltenzahl	Breite x Höhe mm	Grundpreis s/w €	2farbig €	3farbig €	4farbig €
2/1 Seite	8-spaltig über Bund	432 x 280	13.480,00	16.300,00	18.730,00	21.170,00
1/1 Seite	4-spaltig	200 x 280	6.890,00	8.290,00	9.580,00	10.580,00
3/4 Seite	4-spaltig	200 x 196	5.190,00	6.530,00	7.870,00	9.210,00
2/3 Seite	4-spaltig	200 x 170	4.610,00	5.960,00	7.290,00	8.620,00
1/2 Seite	4-spaltig 2-spaltig	200 x 135 quer 94 x 280 hoch	3.460,00	4.440,00	5.410,00	6.320,00
1/3 Seite	4-spaltig 1-spaltig	200 x 85 quer 60 x 280 hoch	2.310,00	3.280,00	4.260,00	5.230,00
1/4 Seite	4-spaltig 2-spaltig 1-spaltig	200 x 63 quer 93 x 135 hoch 45 x 280 hoch	1.730,00	2.700,00	3.670,00	4.650,00
1/8 Seite	4-spaltig 2-spaltig 1-spaltig	200 x 29 quer 94 x 63 hoch 45 x 135 hoch	860,00	1.830,00	2.500,00	3.160,00

Millimeter-Preis 1-spaltig für Empfehlungsanzeigen bei Abweichung von obigen Formaten: € 6,90



## 8 Zuschläge: (rabattierbar)

### 8.1 Farbe

Normalfarbe nach Euro-Skala:

Rot HKS 12, Blau HKS 47, Gelb HKS 3;

je Sonderfarbe

€ 1.630,00

### 8.2 Platzierung

2. und 3. Umschlagseite/Premium-Platzierung

€ 660,00

4. Umschlagseite

€ 1.310,00

**Bindende Platzierungsvorschriften:**

€ 1.310,00

### 8.3 Formate

Anzeigen über Bund:

ohne Zuschlag

Anzeigen über Satzspiegel,

Angeschnittene Anzeigen:

2/1 Seite

€ 2.060,00

1/1 Seite

€ 1.010,00

1/2 Seite und kleiner

€ 520,00

Druckunterlagenformate für

Angeschnittene Anzeigen:

2/1 Seite

bei Druck über Bund, **mit** Anschnitt, 2 Filme à 231 x 303 mm

bei Druck über Bund, **ohne** Anschnitt, 2 Filme à 216 x 280 mm

1/1 Seite 231 x 303 mm

1/2 Seite quer 231 x 147 mm

1/2 Seite hoch 110 x 303 mm

## 9 Rubrikanzeigen: (nicht rabattierbar)

Stellenangebote

Millimeterpreis 1spaltig 47 mm breit

€ 4,90

Stellengesuche

Millimeterpreis 1spaltig 47 mm breit

€ 1,95

An-/Verkauf

Millimeterpreis 1spaltig 47 mm breit

€ 4,90

Chiffregebühr incl. Offertenporto

€ 49,00

## 10 Sonderdrucke:

Sonderdrucke und Sonderwerbeformen auf Anfrage.

## 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%

Alle Zuschläge werden rabattiert

## 12 Kombinationen:

Weitere Entscheider am Bau erreichen Sie mit den Fachzeitschriften Bauwelt · TAB · FACILITY MANAGEMENT · BundesBauBlatt · elektro profi · metallbau · Baumarkt + Bauwirtschaft · tis Tiefbau Ingenieurbau Straßenbau + Tunnel. Die Titel können beliebig mit der DBZ kombiniert und damit erhebliche Rabatte erzielt werden (siehe gesonderte Karte).

## 13 Einhefter:

2seitig

€ 6.900,00

4seitig

€ 13.210,00

6seitig

€ 19.230,00

8seitig

€ 24.210,00

Rabatt: 1 Blatt = 1/1 Anzeigenseite

Einhefter bitte im unbeschnittenen Format von 231 mm Breite und 303 mm Höhe (vier- und mehrseitig: gefalzt) anliefern.

Zahl der Einhefter: 33.300

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

## 14 Beilagen:\*

lose eingelegt, maximale Größe 220 x 290 mm

Gewicht der Einlage

Beilagenpreis je 1.000 Stück

Gesamtpreis

bis 25 g und 2 mm Stärke

€ 260,00

€ 8.580,00

Zahl der Beilagen: 33.300

Teilbelegung: Selektionskosten

€ 90,00

\* Höhere Gewichte und Stärken auf Anfrage.

Beilagen werden nicht rabattiert!

## 15 Aufgeklebte Werbemittel:

Postkarten

pro Tausend

€ 71,00

Prospekte/Warenmuster:

auf Anfrage nach Vorlage eines Musters

Benötigte Liefermenge

33.300 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 „DBZ“, Ausgabe ...

# DBZ + Bauwelt - Architektur-Kombinationen

Deutsche BauZeitschrift

## Das werbestarke Duo

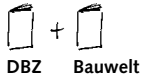
Die breite Abdeckung einer qualifizierten Zielgruppe ist entscheidend. Mit der Belegung der **DBZ** und der **Bauwelt** sprechen Sie die Produktentscheider unter den Architekten und Bauingenieuren direkt an. Durch unsere Architektur-Kombinationen optimieren Sie gleichzeitig Ihre Mediaplanung.

Nur 5% Überschneidung in der gemeinsamen Abonentenschaft von **DBZ** und **Bauwelt** und herausragende Nutzungsdaten werden Sie überzeugen.

### Ihr Vorteil:

Architektur-Kombi **2** und **3** beinhalten den Rabatt von 50% bzw. 45% für die **Bauwelt-Block Belegung!**

### Architektur-Kombi



**1** = DBZ-Einzelschaltung  
kombiniert  
mit **Bauwelt-Einzelschaltung**  
⇒ Insgesamt 2 Anzeigenschaltungen



### Sonderrabatt 20 %

Voraussetzung: Einheitliches Format.  
Belegung innerhalb eines Monats  
Hinweis: In der Mengen-/Mal-/Kombinations-  
staffel gilt die **Architekturkombi 1**  
als eine Seite/Schaltung.

## Architektur-Kombi



**2** = DBZ-Einzelschaltung  
kombiniert  
mit **Bauwelt-4er Block**  
(Bauwelt 4er Block = Monate mit 4 Bauwelt-  
Ausgaben)

⇒ Insgesamt 5 Anzeigenschaltungen

### Sonderrabatt 5%

Voraussetzung: Einheitliches Format.  
Erscheinungstermine innerhalb eines  
Rabattjahres

Hinweis: In der Mengen-/Mal-/Kombinations-  
staffel gilt die **Architekturkombi 2**  
als zwei Seiten/Schaltungen.

## Architektur-Kombi



**3** = DBZ-Einzelschaltung  
kombiniert  
mit **Bauwelt-3er Block**  
(Bauwelt 3er Block = Monate mit 3 Bauwelt-  
Ausgaben)

⇒ Insgesamt 4 Anzeigenschaltungen

### Sonderrabatt 5%

Voraussetzung: Einheitliches Format.  
Erscheinungstermine innerhalb eines  
Rabattjahres

Hinweis: In der Mengen-/Mal-/Kombinations-  
staffel gilt die **Architekturkombi 3**  
als zwei Seiten/Schaltungen.

## Beispiel: 1/1-Seite 4c

	DBZ*	+	Bauwelt*	=	Regulärer Preis	Kombirabatt	Ihr Kombipreis
Kombi <b>1</b> *	€ 10.580,00	+	€ 7.490,00	=	€ 18.070,00	20 %	€ 14.456,00
Kombi <b>2</b> *	€ 10.580,00	+	€ 14.980,00	=	€ 25.560,00	5 %	€ 24.282,00
Kombi <b>3</b> *	€ 10.580,00	+	€ 12.358,50	=	€ 22.938,50	5 %	€ 21.791,58

Eventuelle Platzierungszuschläge und Anschnittzuschläge werden ebenfalls mit den entsprechenden Rabattsätzen rabattiert.

\* Gemäß Preisliste 2010

## Satzspiegel-Format

Bauerlag BV GmbH, Avenwedder Str. 55, 33311 Gütersloh, Telefon: +49 (0) 52 41/80-23 22, Fax: +49 (0) 52 41/80-6 23 22

Format	2/1 Seite, 8sp.	1/1 Seite, 4sp.	3/4 Seite, 4sp.	2/3 Seite, 4sp.	1/2 Seite, 4sp.	1/2 Seite, 2sp.	1/3 Seite, 4sp.	Juniorpage
Breite x Höhe in mm	432 x 280*	200 x 280	200 x 196	200 x 170	200 x 135	94 x 280	200 x 85	130 x 200
	*über Bund							

Format	1/3 Seite	1/4 Seite, 4sp.	1/4 Seite, 2sp.	1/4 Seite, 1sp.	1/8 Seite, 4sp.	1/8 Seite, 2sp.	1/8 Seite, 1sp.
Breite x Höhe in mm	60 x 280	200 x 63	93 x 135	45 x 280	200 x 29	94 x 63	45 x 135

**Anschnitt-Format** (Heftformat inkl. 3 mm Beschnitt)

Format	2/1 Seite, 8sp.	1/1 Seite, 4sp.	3/4 Seite, 4sp.	2/3 Seite, 4sp.	1/2 Seite, 4sp.	1/2 Seite, 2sp.	1/3 Seite, 4sp.	Juniorpage
Breite x Höhe in mm	462 x 303	231 x 303	231 x 208	231 x 182	231 x 147	110 x 303	231 x 97	143 x 223

Format	1/3 Seite	1/4 Seite, 4sp.	1/4 Seite, 2sp.	1/4 Seite, 1sp.	1/8 Seite, 1sp.	1/8 Seite, 4sp.	1/8 Seite, 2sp.
Breite x Höhe in mm	76 x 303	231 x 75	109 x 147	61 x 303	57 x 147	231 x 41	106 x 79



Bauerlag BV GmbH, Avenwedder Str. 55, 33311 Gütersloh, Telefon: +49 (0) 52 41/80-23 22, Fax: +49 (0) 52 41/80-6 23 22

<b>Heft*</b>	<b>Heftthema</b>	<b>Energie Special</b>	<b>Themen/Produkte</b>	<b>Messen/ Ausstellungen</b>
<b>1 Januar</b> ET: 4. Januar 2010 AS + DU: 15. Dezember 2009	<b>Industriebau</b>	<b>Energieeffizienz im Bestand</b>	<b>Metalle</b> Fassade, Innenausbau, Beschichtungen, Interior, Leichtbau mit Stahl und Glas	<b>DEUBAU</b> , Essen 12.01. – 16.01.10 <b>Swissbau, CH-Basel</b> 12.01. – 16.01.10
<b>Sonderheft 1</b> ET: 4. Januar 2010 AS + DU: 15. Dezember 2009	<b>Licht + Raum</b> Themenspektrum: – Shops – Hotels – Restaurants – Bars – Büro – Tageslicht – Außenbeleuchtung – Event – Wellness: Sauna, Schwimmbäder, Spa – Showrooms – Messebau – Arztpraxen – Krankenhäuser – Freizeit – Bildung: Schulen, Hochschulen, Kindergärten – Museen – Galerien		<b>Lichtmanagement</b>	<b>DOMOTEX</b> , Hannover 16.01. – 19.01.10 <b>imm cologne</b> , Köln 19.01. – 24.01.10
<b>2 Februar</b> ET: 2. Februar 2010 AS + DU: 15. Januar 2010	<b>Beton</b>		<b>Fenster/Türen/Tore</b> Beschläge, Sicherheit, Brandschutz, Sonnenschutz, Rolläden	<b>MADE expo</b> , Mailand 03.02. – 06.02.10 <b>Ulmer Betontage</b> 09.02. – 11.02.10 <b>bautec/BUILD IT</b> , Berlin 16.02. – 20.02.10 <b>DACH+HOLZ</b> , Köln 24.02. – 27.02.10
<b>3 März</b> ET: 2. März 2010 AS + DU: 12. Februar 2010	<b>Schulbauten</b>	<b>Energie- und Komfort- konzepte</b>	<b>Dach/Wand/Fassade</b> Ziegel/Flachdach, Solar/Photovoltaik, Mauerwerk, Innenausbau, Elementbau, Trennwände, Farben/Beschichtungen, Brandschutz, Sonnenschutz, Trockenbau, Akustikbau	<b>FARBE-Ausbau + Fassade</b> , München 24.03. – 27.03.10 <b>fensterbau/frontale</b> , Nürnberg 24.03. – 27.03.10
<b>4 April</b> ET: 01. April 2010 AS + DU: 15. März 2010	<b>Einkaufswelten</b>		<b>Tageslicht/Kunstlicht</b> Innenbeleuchtung, Außenbeleuch- tung, LED, Energieeffizienz, Lichtkon- zepte, Lichtsteuerung, Kunstlicht	<b>Light+Building</b> , Frankfurt 11.04. – 16.04.10

<b>Sonderheft 2</b> ET: 1. April 2010 AS + DU: 15. März 2010	<b>Licht + Raum</b> Themenspektrum: – Shops – Hotels – Restaurants – Bars – Büro – Tageslicht – Außenbeleuchtung – Event – Wellness: Sauna, Schwimmbäder, Spa – Showrooms – Messebau – Arztpraxen – Krankenhäuser – Freizeit – Bildung: Schulen, Hochschulen, Kindergärten – Museen – Galerien		<b>Licht</b> (dekorativ, technisch, Innen, Außen, Systeme, Steuerungen)	<b>Light+Building</b> , Frankfurt 11.04. – 16.04.10
<b>Supplement</b> ET: 01. April 2010 AS + DU: 22. März 2010	<b>DER ENTWURF – Das Magazin für junge Architekten</b> für Studenten, Absolventen, Young Professionals siehe Seite 9			
<b>5 Mai</b> ET: 03. Mai 2010 AS + DU: 15. April 2010	<b>Wohnbauten</b>	<b>Solares Bauen</b>	<b>Solar/Photovoltaik/Energie</b> Nachhaltigkeit, Systeme, Verschattungssysteme, Klimatisierung	
<b>6 Juni</b> ET: 02. Juni 2010 AS + DU: 14. Mai 2010	<b>Bauen im Bestand</b>		<b>Interieur</b> Küchen, Büroausstattung, Wohnraum, Shops, Showrooms/Messebau, SPA, Lichtkonzepte	<b>Intersolar</b> , München 09.06. – 11.06.10 <b>Consense</b> , Stuttgart 22.06. – 23.06.10
<b>Sonderheft 3</b> ET: 01. Juli 2010 AS + DU: 15. Juni 2010	<b>Licht + Raum</b> Themenspektrum: – Shops – Hotels – Restaurants – Bars – Büro – Tageslicht – Außenbeleuchtung – Event – Wellness: Sauna, Schwimmbäder, Spa – Showrooms – Messebau – Arztpraxen – Krankenhäuser – Freizeit – Bildung: Schulen, Hochschulen, Kindergärten – Museen – Galerien		<b>Fußböden</b> (Holz und Holzwerkstoffe, Stein, Teppich) <b>Tische</b> (Couch-, Ess-, Schreib-, Konferenztische) <b>Küche</b>	<b>Intersolar</b> , München 09.06. – 11.06.10 <b>Consense</b> , Stuttgart 22.06. – 23.06.10
<b>7 Juli</b> ET: 01. Juli 2010 AS + DU: 15. Juni 2010	<b>Plusenergiehäuser</b>	<b>Energie- und Gebäudetechnik</b>	<b>Holz</b> Konstruktiver Holzbau, Farbe/Be- schichtungen, Innenausbau, Brandschutz, Dach, Möbel, Treppen, WDVS, Trockenbau	
<b>8 August</b> ET: 03. August 2010 AS + DU: 16. Juli 2010	<b>Brücken</b>		<b>Gebäudeautomation</b> Steuerungssysteme, Schalter, Sicherheitssysteme, Klimatisierung	
<b>9 September</b> ET: 01. September 2010 AS + DU: 16. August 2010	<b>Energie-Fassaden</b>	<b>Energie- und Klimadesign</b>	<b>Brandschutz/Schallschutz</b> Innenausbau, Fassade, Wandbeläge/Be- schichtungen, Isolierung, Fenster/Türen, Rolläden	<b>GaLaBau</b> , Nürnberg 15.09. – 18.09.10 <b>glasstec</b> , Düsseldorf 28.09. – 01.10.10 <b>CERSAIE</b> , Bologna 28.09. – 01.10.10



Bauerlag BV GmbH, Avenwedder Str. 55, 33311 Gütersloh, Telefon: +49 (0) 52 41/80-23 22, Fax: +49 (0) 52 41/80-6 23 22

<p><b>Sonderheft 4</b> ET: 01. Oktober 2010 AS + DU: 15. September 2010</p>	<p><b>Licht + Raum</b> Themenspektrum: – Shops – Hotels – Restaurants – Bars – Büro – Tageslicht – Außenbeleuchtung – Event – Wellness: Sauna, Schwimmbäder, Spa – Showrooms – Messebau – Arztpraxen – Krankenhäuser – Freizeit – Bildung: Schulen, Hochschulen, Kindergärten – Museen – Galerien</p>		<p><b>Polstermöbel</b> <b>Büromöbel</b> (Konferenzmöbel, Drehstühle und -Sessel, Bürotische, Empfangstheken, Trennwände)</p>	<p><b>EXPO REAL</b>, München 04.10. – 06.10.10 <b>Orgatec</b>, Köln 26.10.–30.10.10 <b>SAIE</b>, Bologna Oktober 2010</p>
<p><b>10 Oktober</b> ET: 01. Oktober 2010 AS + DU: 15. September 2010</p>	<p><b>Verwaltungsbauten</b></p>		<p><b>Software/Hardware/Organisation</b> CAD/Visualisierung, Peripherie, Projektmanagement, Facility-/Büro Management, Controlling, AVA</p>	<p><b>EXPO REAL</b>, München 04.10. – 06.10.10 <b>Orgatec</b>, Köln 26.10.–30.10.10 <b>SAIE</b>, Bologna Oktober 2010</p>
<p><b>Sonderausgabe</b> Oktober 2010</p>	<p><b>DBZ Middle East</b></p>		<p>Infos unter Telefon 05241/80-2650 Frau Petra Groll</p>	<p><b>BIG5 Show</b>, Dubai November 2010</p>
<p><b>11 November</b> ET: 02. November 2010 AS + DU: 14. Oktober 2010</p>	<p><b>Glas</b></p>	<p><b>Energieeffizienz und Nutzerkomfort</b></p>	<p><b>Glas</b> Fassade, Fenster/Türen, Brandschutz, Sonnenschutz, Beschichtungen, Treppen, Innenausbau, Leichtbau mit Stahl und Glas, Vordächer, Wintergärten</p>	<p><b>THE BIG 5 SHOW</b>, Dubai November 2010</p>
<p><b>Supplement</b> ET: 02. November 2010 AS + DU: 19. Oktober 2010</p>	<p><b>DER ENTWURF – Das Magazin für junge Architekten</b> für Studenten, Absolventen, Young Professionals siehe Seite 9</p>			
<p><b>12 Dezember</b> ET: 01. Dezember 2010 AS + DU: 15. November 2010</p>	<p><b>Ingenieurbauten</b></p>		<p><b>Sanitär/Heizung/Klima</b> Klimageräte/-decken, Armaturen, Sanitärobjekte, Accessoires, SPA, Barrierefrei, Lüftung, Heizsysteme</p>	
<p><b>1 Januar</b> ET: 3. Januar 2011 AS + DU: 17. Dezember 2010</p>	<p><b>Green Building</b></p>	<p><b>Energieeffizienz der Gebäudehülle</b></p>	<p><b>BAU</b> Neuheiten und Innovationen im Vorfeld der Messe</p>	<p><b>BAU</b>, München 17.01.–22.01.11</p>

\*ET = Erscheinungsdatum AS + DU = Anzeigen- und Druckunterlagenschluss



## Sonderhefte LICHT + RAUM

**Zielgruppe:** Architekten, Innenarchitekten, Lichtplaner, Facility Manager,  
Licht- und Möbelstudios, Fachhandel, Wirtschaft, Industrie, Verbände.

**Themenspektrum:**

Shops – Hotels – Restaurants – Bars – Büro – Tageslicht – Außenbeleuchtung – Event –  
Wellness: Sauna, Schwimmbäder, Spa – Showrooms – Messebau – Arztpraxen – Krankenhäuser –  
Freizeit – Bildung: Schulen, Hochschulen, Kindergärten – Museen – Galerien

<b>Erscheinungstermine:</b>	04.01.2010	01.04.2010	01.07.2010	01.10.2010
<b>Anzeigenschluss:</b>	15.12.2009	16.03.2010	15.06.2010	15.09.2010



**Auflage/Verbreitung:** 18.000 Exemplare/21.000 Exemplare

**Licht Architektur Technik wird LICHT + RAUM:**

Die Redaktion stellt anhand von besonderen Beispielen und Projekten die Möglichkeit dar, Räume zu gestalten. Die gestalterischen Faktoren, die dabei besonders behandelt werden sind: Licht, Materialität und Design, Raum gestaltender Innenausbau und qualifizierte Raumausstattung. Aspekte, die in einem Beispiel besonders hervortreten, werden vertiefend und projektbezogen behandelt. Die Themenfelder in denen wir uns mit LICHT + RAUM bewegen: Shops, Hotels, Restaurants, Bars, Büro, Event, Wellness, Showrooms, Messebau, Gesundheitswesen, Freizeit, Bildung, Museen, Galerien.

### Supplement „DER ENTWURF“

Erscheinungstermine:	02.11.09	01.04.2010	02.11.2010	
Anzeigenschluss:	19.10.09	22.03.2010	19.10.2010	
Heftformat:	200 x 280mm			
Anzeigenpreise/Formate:	<b>Im Satzspiegel</b>		<b>Im Anschnitt (incl. 3 mm Beschnitt)</b>	
	1/1 Seite	186 x 270	1/1 Seite	203 x 286
	1/2 Seite hoch	90 x 270	1/2 Seite hoch	98 x 286
	1/2 Seite quer	186 x 130	1/2 Seite quer	203 x 138
				Anzeigenpreis
				6.400,00 €
				3.800,00 €
Erscheinungsweise:	2 x im Jahr (April/November)			
Auflage/Verbreitung:	20.000 Exemplare			
	2.500 Exemplare an Studenten mit DBZ-Abo			
	14.000 Exemplare an ca. 70 Universitäten und Fachhochschulen – Verbreitung durch 300 Professoren, Dekane, Dozenten und Fachschaftsprecher in den Fakultäten			
	2.500 Exemplare über die Architektenkammern an Architektur-Studenten, Absolventen und Young Professionals			
	1.000 Exemplare auf architekturrelevanten Veranstaltungen, Workshops und Fachmessen (z. B. BAU, light + building, ISH)			



### DER ENTWURF UND DIE ZEICHENHILFE

Erscheinungstermin:	14.09.10		
Anzeigenschluß:	27.08.10		
Anzeigenpreise:	1/1 Seite 4c	2.780,00 €	1/2 Seite 4c
	8.000 Exemplare		1.650,00 €



## Wie Sie die Entscheider von morgen schon heute für sich gewinnen!

### DER ENTWURF in aller Kürze:

„DER ENTWURF – Das Magazin für junge Architekten“ ist der Titel des neuen Mediums mit aktuellen Tipps für das Studium und den Einstieg in das Berufsbild Architekt. Das unter Architekturstudenten sehr bekannte Heft „DER ENTWURF“ (ehemals erschienen im Stadt Wandel Verlag) ist mit dem Supplement „Junge Architekten“ vom Bauverlag eine spannende Symbiose eingegangen. Als Supplement der DBZ erreicht das neue Medium nun zwei mal jährlich die gesamte Zielgruppe der nachwachsende Architekten-Generation: Studenten vom ersten Semester bis zum Diplom, Absolventen und Young Professionals, die ihre ersten Meriten bereits erworben haben – und zum Entscheider über Produkte und Systeme herangereift sind.

## Termine:

### COMPUTER SPEZIAL 1/2010

Erscheinungstermin: 23.02.2010

Anzeigenschlusstermin: 09.02.2010

ACS 2010, Messe Frankfurt, 11.–16.04.2010

### COMPUTER SPEZIAL 2/2010

Erscheinungstermin: 20.09.2010

Anzeigenschlusstermin: 06.09.2010

BAU 2011, Messe München, 12.–17.01.2011

**Auflage:** 50.000 Exemplare

## Themen:

CAD/Visualisierung, Projektmanagement, AVA, Vergabe, Unternehmensorganisation, Personalmanagement, Controlling, Kostenermittlung

## Verbreitung:

als Supplement für Architekten, Ingenieure, Bauunternehmen in folgenden Fachzeitschriften der Bauverlag BV GmbH:



Architekten



Architekten



TGA-Fachplaner



Handwerker



Bauunternehmen



Bauunternehmen

## Kontakt:

Christiane Klose, Tel.: 052 41/80-27 16, [christiane.klose@bauverlag.de](mailto:christiane.klose@bauverlag.de)

**bau | | verlag**  
Wir geben Ideen Raum



**Online-Werbung**

**1 Web-Adresse (URL):** www.dbz.de

**2 Kurzcharakteristik:**

Seit ihrer Gründung im Jahre 1953 hat sich die DBZ Deutsche Bauzeitschrift zu einer der meistbeachteten und unabhängigen Architekturfachzeitschriften entwickelt. Mit den beiden Schwerpunktbereichen ARCHITEKTUR, Bautechnik und Produkte wird sie jeden Monat dem Wunsch von Architekten und Bauingenieuren nach praxisnaher Unterstützung bei der Lösung der täglichen Arbeitsaufgaben gerecht. Ein umfassendes Themenspektrum deckt dabei alle relevanten Segmente der Hochbauplanung ab.

Die DBZ Deutsche Bauzeitschrift ist der Arbeitsgemeinschaft Leseranalyse Architekten und planende Bauingenieure (agla a + b) angeschlossen.

**3 Zielgruppe:**

Architekten und planende Bauingenieure

**4 Verlag:**

**Bauverlag BV GmbH**  
 Hausanschrift: Avenwedder Straße 55, 33311 Gütersloh  
 Postanschrift: Postfach 120, 33311 Gütersloh  
 Internet: www.bauverlag-media.de

**5 Ansprechpartner:**

Print+Online: Andreas Kirchgessner  
 Telefon: (052 41) 80 - 23 22  
 Fax: (052 41) 80 - 6 23 22  
 E-Mail: andreas.kirchgessner@bauverlag.de

**6 Zugriffskontrolle:**

IVW-Prüfung ist angemeldet

**7 Zugriffe:**

aktuelle Zugriffszahlen auf Anfrage

**8 Datenanlieferung:**

mindestens 5 Werktage vor Schaltbeginn per E-Mail an andreas.kirchgessner@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:**

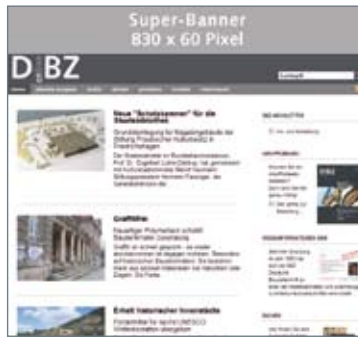
Werbeformen	Format (B x H)	Kosten
Super-Banner	830 x 60 Pixel	850,00 € pro Monat
Full-Size-Banner	468 x 60 Pixel	590,00 € pro Monat
Skyscraper	120 x 600 Pixel	1.150,00 € pro Monat
Content Ad	200 x 300 Pixel	1.260,00 € pro Monat
Newsletter-Banner	468 x 60 Pixel	1.210,00 € pro Monat
Newsletter-Skyscraper	120 x 600 Pixel	1.690,00 € pro Monat

Weitere Formate (z. B. Wallpaper, Tandem Ad, Videos, etc.) auf Anfrage! Allen Preisen ist der jeweils gültige gesetzliche Mehrwertsteuersatz hinzuzurechnen!

# Werbeformen – Banner



Full-Size-Banner



Super-Banner



Content-Ad



Skyscraper

Bitte beachten Sie unsere Hinweise zu Datenformaten und Programmierung. Banner und Skyscraper sind rollierend! **Andere Formate auf Anfrage.**

# Werbeformen – Banner im Newsletter

**Erscheinungsweise:**  
2-wöchentlich

**Abonnenten:**  
15.800 Architekten  
(Stand: Oktober 2009)



Full-Size-Banner oder Skyscraper

# Notizen

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften

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

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

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

2. Unsere Auftragsbestätigung und die jeweils gültige Preisliste sind für jeden Auftrag maßgebend. Preisänderungen für erteilte Auftragsaufträge sind gegenüber Unternehmen wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens einen Monat vor Veröffentlichung der Anzeige oder des anderen Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden.

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

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

5. Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.

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

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

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

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

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

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

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

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



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

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

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

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

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

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

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

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

21. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Auftrags 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.

# Kombinations-Vorteile

## A Kombinations-Rabatte

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

### Bauwelt

**DBZ Deutsche Bauzeitschrift**

**LICHT + RAUM – ein Sonderheft der DBZ**

**TAB – Technik am Bau**

**FACILITY MANAGEMENT**

**BundesBauBlatt**

**elektro profi**

**Bauhandwerk**

**metallbau**

**Baumarkt + Bauwirtschaft**

**tis – Tiefbau Ingenieurbau Straßenbau**

**Tunnel**

**Bauverlag Einkaufsführer Bau**

**BRANDSCHUTZ (Supplement)**

**COMPUTER SPEZIAL (Supplement)**

**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

**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 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.**

## 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  
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



