



Leser-Struktur-Analyse
(TNS Emnid)

MEDIA-INFORMATIONEN 2010

www.shk-profi.com
www.bauverlag.de





Der SHK Profi informiert kurz, knapp, informativ, leicht zugänglich.
Im Focus-Stil lebendig, erfrischend und mit konkreten, praxisnahem, umsetzbaren Fachwissen.

SHK PROFIST DAS MAGAZIN FÜR DAS SHK-HANDWERK

Der SHK Profi informiert mit hohem Bildanteil, mit Infokästen, mit Internetadressen zu den Nachrichten, Praxis-Tipps, „kurz erklärt“ und vieles mehr.

Hinter dem SHK Profi stehen die Fachleute von der TAB Technik am Bau, der führenden Fachzeitschrift für die Ingenieure der Heizungs-, Klima-, Lüftungs- und Sanitärtechnik.

Im SHK Profi erfolgt eine handwerksgerechte Darstellung von Arbeitsabläufen zur Fehlervermeidung innerhalb der Ausführung.

Im SHK Profi steht bei der inhaltlichen Berichterstattung die Praxisorientierung im Vordergrund.

1 Kurzcharakteristik

Der „SHK Profi“ bietet als Fachmagazin nicht nur Informationen aus den „klassischen“ Segmenten Sanitär-, Heizungs- und Klima-/Lüftungstechnik, sondern greift auch aktuelle Entwicklungstendenzen in der Gebäudetechnik auf. So berichtet der „SHK Profi“ über die Themen Energieeffizienz und regenerative Energien, behandelt aber auch wirtschaftliche Themen wie z. B. die Betriebsführung im Handwerksbetrieb. Die Darstellung ist ganz und gar auf die Leser abgestimmt und bietet eine rasche, mit Praxistipps angereicherte Informationsmöglichkeit.

2 Erscheinungsweise: 8 x im Jahr 2010
(s. Themenplan)

3 Jahrgang/Jahr: 5. Jahrgang 2010

4 Web-Adresse (URL): www.shk-profi.com

5 Mitgliedschaften: –

6 Organ: –

7 Herausgeber: –

8 Verlag: **Bauverlag BV GmbH**
Postanschrift: Postfach 120, 33311 Gütersloh
Hausanschrift: Avenwedder Straße 55, 33311 Gütersloh
Telefon: +49 (0) 52 41/80-22 32
Telefax: +49 (0) 52 41/80-6 22 32
Internet: www.bauverlag-media.de
E-Mail: shk-profi@bauverlag.de

9 Redaktion:
Chefredakteur:

Dipl.-Chem. Christoph Brauneis
Telefon: +49 (0) 52 41/80-79 58
E-Mail: christoph.brauneis@bauverlag.de
stellv. Chefredakteur: **Dipl.-Ing. (FH) Marcus Lauster**
Telefon: +49 (0) 52 41/80-77 95
E-Mail: marcus.lauster@bauverlag.de

10 Anzeigen:

Herbert Walhorn (verantwortlich)
Telefon: +49 (0) 52 41/80-22 32
E-Mail: herbert.walhorn@bauverlag.de

11 Vertrieb:

Gaby Pardey
Telefon: +49 (0) 52 41/80-21 67
E-Mail: gaby.pardey@bauverlag.de

12 Bezugspreis:

Jahresabonnement Inland € 69,60
Jahresabonnement Ausland € 72,60
Einzelverkaufspreis € 9,50

13 ISSN: 1861-8596

14 Umfangs-Analyse:

Format der Zeitschrift: DIN A4; 210 mm breit, 297 mm hoch
Gesamtumfang: 776 Seiten = 100,0%
Redaktioneller Teil: 627 Seiten = 80,8%
Anzeigenteil: 149 Seiten = 19,2%

davon: Stellen- und Gelegenheitsanzeigen: 1,59 Seiten = 1,1%
Einhefter/Durchhefter: 0 Seiten = 0,0%
Verlageigene Anzeigen: 14,76 Seiten = 9,9%
Beilagen: 7 Stück

15 Inhaltsanalyse des redaktionellen Teils:

	2008	=	627 Seiten
Aktuelles	117 Seiten	=	18,7%
Messen	18 Seiten	=	2,9%
Ausbildung	8 Seiten	=	1,3%
Produkte	109 Seiten	=	17,4%
Technik	262 Seiten	=	41,8%
– Sanitär	62 Seiten		
– Heizung	82 Seiten		
– Installation	51 Seiten		
– Wasser/Abwasser	22 Seiten		
– Klima/Kälte/Lüftung	10 Seiten		
– MSR	19 Seiten		
– Brandschutz	2 Seiten		
– Solartechnik/Regenerative Energien	10 Seiten		
– Werkzeuge	2 Seiten		
– Sicherheit	2 Seiten		
Betrieb	50 Seiten	=	7,9%
– Unternehmen/Marketing	24 Seiten		
– Fuhrpark	7 Seiten		
– EDV	6 Seiten		
– Recht	5 Seiten		
– Allgemein	8 Seiten		
Branche	60 Seiten	=	9,5%
– Recht/Versicherung	9 Seiten		
– Porträt/Interview	7 Seiten		
– Allgemein	44 Seiten		
Praxistipp Sicherheit	3 Seiten	=	0,5%

Gesamt **627 Seiten** **=** **100%**



16 Auflagenkontrolle:

17 Auflagen-Analyse:

Exemplare pro Ausgabe
im Jahresdurchschnitt
(1. Juli 2008 bis 30. Juni 2009)

Druckauflage: 30.158

Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA): 29.792 davon Ausland: 42

Verkaufte Auflage: 600 davon Ausland: 5
 – Abonnierte Exemplare: 600
 – Sonstiger Verkauf: —
 – Einzelverkauf: —

Freistücke: 29.192 davon Ausland: 37

Rest-, Archiv- und Belegexemplare: 366

18 Geographische Verbreitungs-Analyse

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	99,9	29.750
Ausland	0,1	42
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	29.792

18.1 Verbreitung nach Nielsen-Gebieten/Bundesländern:

Vertrieb	Anteil an tatsächlich verbreiteter Inlands-Auflage	
	%	Exemplare
Nielsen-Gebiet I		
Schleswig-Holstein	4,0	1.190
Hamburg	1,6	476
Niedersachsen	10,2	3.034
Bremen	0,6	178
Nielsen-Gebiet II		
Nordrhein-Westfalen	18,9	5.623
Nielsen-Gebiet IIIa		
Hessen	8,7	2.588
Rheinland-Pfalz	5,1	1.517
Saarland	1,0	298
Nielsen-Gebiet IIIb		
Baden-Württemberg	12,9	3.838
Nielsen-Gebiet IV		
Bayern	17,4	5.177
Nielsen-Gebiet V		
Berlin	3,0	892
Nielsen-Gebiet VI		
Mecklenburg-Vorpommern	2,6	774
Brandenburg	3,8	1.130
Sachsen-Anhalt	2,5	744
Nielsen-Gebiet VII		
Thüringen	3,6	1.071
Sachsen	4,1	1.220
Tatsächlich verbreitete Inlands-Auflage	100,0	29.750

Kurzfassung der Erhebungsmethode zur Verbreitungs-Analyse

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: 52.105

2.3 Gesamtzahl der wechselnden Empfänger: 50.502
(Wechsel nach jeder zweiten Ausgabe)

2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

- Verkaufte Auflage		565
davon: abonnierte Exemplare	564	
Einzelverkauf	1	
sonstiger Verkauf	-	
- Freistücke		28.958
davon: ständige Freistücke	561	
wechselnde Freistücke	27.920	
Werbeexemplare	477	
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	29.523	
→ davon Inland	29.476	
→ davon Ausland	47	

3. Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA)	29.523 = 100,0%
Davon in der Untersuchung nicht erfasst:	478 = 1,6%
→ Einzelverkauf	1
→ sonstiger Verkauf	-
→ Werbeexemplare	477
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA)	29.045 = 98,4%

3.2 Tag der Dateiauswertung: 08. Juli 2009

3.3 Beschreibung der Datenbasis:

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

3.4 Zielperson der Untersuchung: entfällt

3.5 Definition des Lesers: entfällt

3.6 Zeitraum der Untersuchung: Juli 2009

3.7 Durchführung der Untersuchung: Verlag

Bauverlag BV GmbH, Avenwedder Str. 55, 33311 Gütersloh, Telefon: +49 (0) 52 41/80-22 32, Fax: +49 (0) 52 41/80-6 22 32

19 Branchen/Wirtschaftszweige/Unternehmenstypen

Nummer der Grundsystematik	Empfängergruppen (lt. Klassifikation der Wirtschaftszweige)	Anteil der ermittelten Leser (WLK) Projektion (ca.)	
		%	
45.33	Installation von Heizungs-, Lüftungs-, Klima- und gesundheitstechnischen Anlagen oder Klempnereien, Gas- und Wasserinstallation	78	23.238
51.14.8	Fachplanung in SHK-Betrieb	5	1.490
74.20.5	Fachplanungs-/Fachingenieurbüro	4	1.192
51.54	Großhandel	4	1.192
45.21.2	SHK-Abteilungen in Hochbau-, Industriebetrieben und Stadtwerken	6	1.787
	Sonstiges	3	893
		100	29.792
	Rundungsdifferenz		0
	Tatsächlich verbreitete Auflage		29.792

20 Größe der Wirtschaftseinheit nach Beschäftigten

1 – 9 Beschäftigte	74	22.046
10 – 19 Beschäftigte	13	3.873
20 – 49 Beschäftigte	8	2.383
50 und mehr	4	1.192
Keine Angabe	1	298
	100	29.792
		0
		29.792

21.1 Tätigkeitsmerkmal: Aufgabenbereich

Sanitärinstallation, Wasserinstallation	75	22.344
Solartechnik	74	22.046
Heizungsinstallation	73	21.748
Gasinstallation	70	20.854
Vorwandinstallation	68	20.259
Regenerative Energiesysteme	58	17.279
Rohrleitungsbau	51	15.194
Lüftungsanlagenbau	41	12.215
Bauklempnerei, Spenglerei	33	9.831
Brandschutz	30	8.938
Schwimmbad- und Saunatechnik	27	8.044
Klimaanlagenbau	24	7.150
Elektrotechnik, Elektroinstallation	21	6.256
Gebäude-Leittechnik	17	5.065
Mehrfachnennungen (100% = 29.792 Leser)		

21.2 Tätigkeitsmerkmal: Position im Betrieb

	Anteil der ermittelten Leser (WLK) Projektion (ca.)	
	%	
Inhaber, Mitinhaber, Geschäftsführer	81	24.132
Bereichsleiter, Abteilungs- bzw. Gruppenleiter, Projektleiter	8	2.383
Meister	4	1.192
Geselle, Sachbearbeitung, Fachkraft	6	1.787
Sonstiges	1	298
	100	29.792
		0
		29.792

22.2 Bildung/Ausbildung: Berufliche Ausbildung

Meister	56	16.684
Technischer Hochschulabschluss	16	4.767
Techniker	8	2.383
Technische Ausbildung / Lehre	7	2.085
Kaufmännischer Hochschulabschluss	7	2.085
Kaufmännische Ausbildung	5	1.490
Sonstiges	1	298
	100	29.792
		0
		29.792

23 Alter

bis 29 Jahre	4	1.192
30–39 Jahre	26	7.746
40–49 Jahre	36	10.725
50–59 Jahre	24	7.150
60 Jahre und älter	10	2.979
	100	29.792
		0
		29.792

Kurzfassung der Erhebungsmethode zur Leser-Struktur-Analyse

1. Untersuchungsmethode:

Leser-Struktur-Analyse durch mündliche (telefonische) Erhebung – Stichproben-Erhebung

2. Beschreibung der Empfängerschaft zum Zeitpunkt der Datenerhebung

2.1 Beschaffenheit der Datei:

In der Empfängerdatei sind die Anschriften aller Empfänger aufgeführt. Aufgrund der postalischen Angaben kann die Datei nach Postleitzahlen sortiert werden.

2.2 Gesamtzahl der Empfänger in der Datei: 55.080

2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger: 50.884
(Wechsel nach jeder 2. Ausgabe)

2.4 Struktur der Empfängerschaft einer aktuellen durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

– Verkaufte Auflage		756
davon Abonnenten	731	
– davon sonstiger Verkauf	24	
– davon EV-Verkauf	1	
Freistücke		28.907
– davon ständige Freistücke	654	
– davon wechselnde Freistücke	28.253	
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)		29.663
– davon Bundesrepublik Deutschland		29.588
– davon Ausland		75

3. Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA)	29.663 = 100,0%
Davon in der Untersuchung nicht erfasst:	
Empfänger Ausland	75 = 0,25%
Sonstiger Verkauf	24 = 0,08%
EV-Verkauf	1 = 0,00%
Ständige Freistücke	654 = 2,20%
Nicht-systematischer Wechslerband	2.811 = 9,48%
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA)	<hr/> 26.098 = 87,98%

3.2 Tag der Stichprobenziehung: 01. März 2007

3.3 Beschreibung der Stichprobenerhebung:

Einfache Random-Auswahl per Schrittziffer aus der Datei der Empfänger

Ausgangs-Stichprobe:	414 Fälle = 100,0%
Adressbezogene Ausfälle:	60 Fälle = 14,5%
Außerhalb der Zielgruppe:	17 Fälle = 4,1%
Kein Empfänger ermittelbar:	24 Fälle = 5,8%
Adresse/Telefonnummer falsch/nicht ermittelbar:	19 Fälle = 4,6%

Brutto-Stichprobe	354 = 100,0%
Ausfälle	104 Fälle = 29,4%

Zielperson nicht erreicht:	49 Fälle = 13,8%
Zielperson verweist, krank	13 Fälle = 3,7%
Beantwortung der Befragung verweigert	37 Fälle = 10,5%
Abbruch im Interview	5 Fälle = 1,4%

Netto-Stichprobe (auswertbare Fälle):	250 Fälle = 70,6%
---------------------------------------	-------------------

3.4 Zielperson der Untersuchung: Befragt wurde der hauptsächliche Leser

3.5 Definition des Lesers: Hauptsächlicher Leser

3.6 Befragungszeitraum:

Die Durchführung der telefonischen Befragung erfolgte in der Zeit vom 6. März bis zum 17. April 2007

3.7 Durchführung der Untersuchung:

TNS Emnid, Institut für Markt- und Meinungsforschung, Bielefeld

Proportionalgewichtung der disproportionalen Stichprobenanlage

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

Ausgabe	Termine	Themen (Stand September 2009)	Produkt-Specials	weitere regel- mäßige Themen	Messen / Veranstaltungen
1 Januar/ Februar	ET: 03.02.2010 AS: 15.01.2010	Sanitärtechnik: Hightech im Bad - Sound und Licht Sanitärtechnik: Farbige Materialien erobern das Bad Heizungstechnik: Sparsames Heizen mit Scheitholz Steuerung und optimale Brennstoffausnutzung Heizungstechnik: Kirchenheizung über Wandflächen Installationstechnik: Altbausanierung mit Hebeanlagen Solarstechnik: Optimierung von Solaranlagen durch Wasserenthärtung	Sanitärtechnik und Badausstattung	Sanitärtechnik Badezimmer WC-Anlagen Installationstechnik Regenwasser- nutzung Vorwandinstallation Wasserhygiene Heizungstechnik Brennwerttechnik Wärmepumpen Ein- und Mehr- kesselanlagen	12. – 16.01.2010 DEUBAU , Essen 09. – 11.02.2010 E-world energy & water , Essen 16. – 20.02.2010 bautech , Berlin 16. – 20.02.2010 Build IT , Berlin 25. – 26.02.2010 GeoTHERM, - expo & congress , Offenburg
2 März	ET: 02.03.2010 AS: 09.02.2010	Sanitärtechnik: Bodenebene Duschen – Planung und Ausführung Sanitärtechnik: Duschabläufe – Material und Formenvielfalt Heizungstechnik: Biomasseverbrennung – Der Schornstein gehört dazu Heizungstechnik: Wasserführende Feuerstätten als Teil des Heizungssystems Installationstechnik: Rohre sicher abschotten Lüftungstechnik: Passivhaus mit Wärmerückgewinnung Solarstechnik: Pufferspeicher für Solaranlagen Marketing: Leitfadens Heizungsverkauf	SHK Essen		02. – 06.03.2010 CeBIT , Hannover 03. – 09.03.2010 INTERNATIONALE HANDWERKSMESSE , München 10. – 13.03.2010 SHK , Essen 23. – 27.03.2010 Mostra Convegno , Mailand 23. – 27.03.2010 EXPO BAGNO , Mailand
3 April	ET: 01.04.2010 AS: 12.03.2010	Sanitärtechnik: Badsanierung in großen Stückzahlen Sanitärtechnik: Fertigduschen für Keller- und Hobbyräume Heizungstechnik: Zeitsparende Installation kompletter Heizzentralen mit Brennwerttechnik Heizungstechnik: Einsatz bivalenter Systeme Installationstechnik: Pumpensteuerung für Heiz- und Kühlkreisläufe Klimastechnik: Klimadecken in einer Sparkasse Solarstechnik: Nutzung der Fassade für Solarthermische Anlagen	IFH/INTHERM		11. – 16.04.2010 Light + Building , Frankfurt 14. – 17.04.2010 IFH/INTHERM , Nürnberg 19. – 23.04.2010 HANNOVER MESSE 19. – 23.04.2010 Energy/HANNOVER MESSE
	ET: 21.04.2010 AS: 30.03.2010	Supplement REGENERATIVE ENERGIEN 1/2010 Gesamtauflage: 40.000 Exemplare			

Ausgabe	Termine	Themen (Stand September 2009)	Produkt-Specials	weitere regel- mäßige Themen	Messen / Veranstaltungen
4 Mai/Juni	ET: 27.05.2010	<u>MesseNachbericht SHK Essen und IHF/Intherm</u> Sanitärtechnik: Küchenarmaturen mit Zusatznutzen Sanitärtechnik: Durchdachte WC-Befestigung Heizungstechnik: Wärmepumpen - Luft und Erde als Energiequellen Heizungstechnik: Heizungswasserenthärtung Installationstechnik: Steckverbindungstechnik Lüftungstechnik: Lüftungstechnik im Bad Wassertechnik: Trinkwarmwasserzirkulation Solartechnik: Solartechnik zur Heizungsunterstützung Betrieb: Werkzeuge kaufen oder mieten?	Intersolar / Solartechnik	Lüftungstechnik Wohnungslüftung	28. – 29.05.2010 Int. Passivhaustagung 2010 , Dresden
	AS: 06.05.2010				09. – 11.06.2010 Intersolar , München 17. – 18.06.2010 DENEX® Fachmesse und Kongress für Dezentrale Energiesysteme & Energieeffizientes Bauen und Sanieren , Wiesbaden 22. – 23.06.2010 Consense Int. Kongress und Fachausstellung für nachhaltiges Bauen , Stuttgart
5 Juli/August	ET: 12.07.2010	<u>MesseNachbericht Intersolar</u> Sanitärtechnik: Duschwannenvielfalt - Ein Überblick Sanitärtechnik: Schmackhaftes Wasser aus der Armatur Heizungstechnik: Reversible Wärmepumpen Heizungstechnik: Dunkel- und Hellstrahler im Industriebau Installationstechnik: Fäkalienhebeanlage Wassertechnik: Vermeidung von Stagnationen	Lüftungstechnik	Energietechnik Erneuerbare Energien Energiepass Solartechnik	
	AS: 22.06.2010				
Kostenloser Anzeigen-Copytest in SHK Profi 5/2010					
6 September	ET: 01.09.2010	Sanitärtechnik: Individuelle Wellnessgestaltung Sanitärtechnik: Dusch-WC und Bidets Heizungstechnik: Zeitgemäße Wärmezeugung mit Scheitholz Heizungstechnik: Designheizkörper Installationstechnik: Brandschutztechnisch sichere Leitungsführung Wassertechnik: Rückstauschutz	IAA Hannover	Betrieb Fördermittel Kooperationen Marketing Mitarbeiter EDV	13. – 17.09.2010 IFAT – Internationale Fachmesse für Wasser, Abwasser, Abfall und Recycling , München
	AS: 12.08.2010				23. – 30.09.2010 IAA Nutzfahrzeuge , Hannover
	ET: 01.10. AS: 14.09.	Supplement REGENERATIVE ENERGIEN 2/2010 Gesamtauflage: 40.000 Exemplare			
7 Oktober/ November	ET: 01.10.2010	Sanitärtechnik: Dampfduschen im Eigenheim Sanitärtechnik: Lösungen für kleine Gästebäder Heizungstechnik: Wartung leicht gemacht - Brennwerttechnik im Detail Heizungstechnik: Wärmepumpen für Altbau Installationstechnik: Schlammfilter für störungsfreien Betrieb Lüftungstechnik: Energetische Sanierung - die Lüftungstechnik darf nicht fehlen Wassertechnik: Dezentrale Heißwassererzeugung Betrieb: Glanzleistung Baustelle - So punkten Sie beim Kunden	Heizungstechnik	Branche Fuhrpark Kleidung Normen Recht Werkzeuge	05. – 08.10.2010 SECURITY , Essen
	AS: 13.09.2010				06. – 09.10.2010 belektro , Berlin 07. – 10.10.2010 RENEXPO® Intern. Fachmesse für Regenerative Energien & Energieeffizientes Bauen und Sanieren , Augsburg 13. – 15.10.2010 CHILLVENTA , Nürnberg 13. – 16.10.2010 interbad , Stuttgart 17. – 19.11.2010 GET Nord , Hamburg
8 Dezember	ET: 06.12.2010	<u>MesseNachbericht IAA Nutzfahrzeuge</u> Sanitärtechnik: Neue Sanitärtechnik für Verwaltungsneubau Sanitärtechnik: Materialwahl im öffentlichen Sanitärraum Heizungstechnik: Regenerative Energieträger - Festbrennstoffe Installationstechnik: Sichere Befestigungstechnik für Rohrleitungen Wassertechnik: Hygienische Trinkwassererwärmung Regenerative Energien: Luft-Wasser-Wärmepumpen	Installations- technik		17. – 22.01.2011 BAU , München
	AS: 16.11.2010			19. – 21.01.2011 ELTEC , Nürnberg 25. – 27.01.2011 enertec , Leipzig	



ET: Erscheinungstermin AS: Anzeigenschluss

Die Redaktion behält sich aus Gründen der Aktualität Themenänderungen vor.

1 Web-Adresse (URL): www.shk-profi.com

2 Kurzcharakteristik:

Immer mehr SHK-Handwerker nutzen das Internet für ihre tägliche Arbeit. shk-profi.com ergänzt die Kernkompetenz der Printausgabe und bietet dem Leser eine zusätzliche interaktive Komponente mit hohem Nutzwert. Wie in der Printausgabe stehen beim Onlineauftritt des SHK Profis praktische Informationen für die tägliche Arbeit des SHK-Handwerkers im Vordergrund. Diese erhält er kompetent, fokussiert, praxisorientiert und handwerkergerecht. Gemeinsam mit dem SHK Profi bildet shk-profi.com eine zielgruppenaffine Plattform, die Werbungtreibenden crossmediale Synergien für Ihre Werbekampagne bietet.

3 Zielgruppe:

Installateure und Inhaber in Installationsbetrieben des SHK Handwerks (Klempnereien, Gas und Wasserinstallation, Sanitärinstallation, Heizung, Lüftung-, Klimainstallation sowie Kälte- und Klimaanlageinstallation), Handel.

4 Verlag:

Hausanschrift:
Postanschrift:
Internet:

Bauverlag BV GmbH

Avenwedder Straße 55, 33311 Gütersloh
Postfach 120, 33311 Gütersloh
www.bauverlag-media.de

5 Ansprechpartner:

Telefon:
Fax:
E-Mail:

Print+Online

Herbert Walhorn
(052 41) 80 - 22 32
(052 41) 80 - 6 22 32
herbert.walhorn@bauverlag.de

6 Zugriffskontrolle:

–

7 Zugriffe:

aktuelle Zugriffszahlen auf Anfrage

8 Datenanlieferung:

mindestens 5 Werktage vor Schaltbeginn per E-Mail an herbert.walhorn@bauverlag.de
Dateiformate GIF oder JPEG.

9 Externer Ad-Einsatz:

auf Kundenwunsch möglich

11 Rabatte:

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

12 Zahlungsbedingungen:

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

Bankverbindung:

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

10 Werbeformen und Preise (Banner rotierend):

Werbeformen	Format (B x H)	Kosten pro Monat
Super-Banner	830 x 60 Pixel	580,00 €
Full-Size-Banner	468 x 60 Pixel	530,00 €
Skyscraper	120 x 600 Pixel	620,00 €

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

Werbeformen

Super-Banner
830 x 60 Pixel



Full-Size-Banner
468 x 60 Pixel





Skyscraper
120 x 600 Pixel

Bitte beachten Sie unsere Hinweise zu Datenformaten und Programmierung.

1 Auflage:
Druckauflage: 30.000 Exemplare

2 Zeitschriftenformat:
beschnitten 210 mm breit, 297 mm hoch, DIN A 4
unbeschnitten 216 mm breit, 303 mm hoch
Satzspiegel:
186 mm breit, 270 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: 8 x jährlich
Erscheinungstermin: siehe Termin- und Themenplan
Anzeigenschluss: siehe Termin- und Themenplan

5 Verlag:
Herausgeber: Bauverlag BV GmbH
Hausanschrift: Avenwedder Straße 55, 33311 Gütersloh
Postanschrift: Postfach 120, 33311 Gütersloh
Internet: www.bauverlag-media.de
Anzeigenabteilung: Herbert Walhorn
Telefon: +49 (0) 52 41/80-22 32
Fax: +49 (0) 52 41/80-679 17
E-Mail: herbert.walhorn@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

BLOCKPREIS
BEACHTEN!
SHK Profi

7 Anzeigenformate und Preise:

Allen Preisen ist der jeweils gültige gesetzliche Mehrwertsteuersatz hinzuzurechnen.

Format	Spaltenzahl	Breite x Höhe mm	Grundpreis s/w €	2farbig €	3farbig €	4farbig €
2/1 Seite	8-spaltig	203 x 270 je Seite	7.255,00	7.985,00	8.715,00	9.445,00
1/1 Seite	4-spaltig	186 x 270	3.630,00	3.995,00	4.360,00	4.725,00
3/4 Seite	4-spaltig	186 x 198	2.720,00	3.085,00	3.450,00	3.815,00
	3-spaltig	135 x 270				
2/3 Seite	4-spaltig	186 x 174 quer	2.420,00	2.785,00	3.150,00	3.515,00
	3-spaltig	120 x 270 hoch				
1/2 Seite	4-spaltig	186 x 130 quer	1.820,00	2.185,00	2.550,00	2.915,00
	3-spaltig	130 x 186				
	2-spaltig	90 x 270 hoch				
1/3 Seite	4-spaltig	186 x 87 quer	1.210,00	1.575,00	1.940,00	2.305,00
	1-spaltig	56 x 270 hoch				
1/4 Seite	4-spaltig	186 x 63 quer	910,00	1.275,00	1.640,00	2.005,00
	2-spaltig	90 x 130 hoch				
	1-spaltig	45 x 270 hoch				
1/8 Seite	4-spaltig	186 x 30 quer	455,00	820,00	1.185,00	1.550,00
	2-spaltig	90 x 63 hoch				

Millimeter-Preis 1-spaltig für Empfehlungsanzeigen bei Abweichung von obigen Formaten: € 3,60

8 Zuschläge: (rabattierbar)

8.1 Farbe		
je Sonderfarbe	€	730,00
8.2 Platzierung		
2. und 3. Umschlagseite	€	405,00
4. Umschlagseite	€	800,00
Weitere bindende Platzierungsvorschriften: vom s/w-Grundpreis 20%		
8.3 Formate		
Anzeigen über Satzspiegel,		
angeschnittene Anzeigen:	2/1 Seite	€ 1.085,00
	1/1 Seite	€ 540,00
	1/2 Seite und kleiner	€ 275,00

9 Rubrikanzeigen: (nicht rabattierbar)

Stellenangebote	pro mm (1spaltig, 45 mm breit)	€	2,10
Stellenangebote farbig	pro mm (1spaltig, 45 mm breit)	€	2,45
Stellengesuche	pro mm (1spaltig, 45 mm breit)	€	1,05
Gelegenheitsanzeige	pro mm (1spaltig, 45 mm breit)	€	3,60
Chiffregebühr		€	9,10

Diese Preise sind nicht rabattfähig.

10 Sonderwerbformen:

Sonderdrucke und Sonderwerbformen auf Anfrage. Bitte fordern Sie die Broschüre Sonderwerbformen an.

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

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

Blockbelegung/Blockrabatte

2er Block	10%
4er Block	15%
6er Block und mehr	20%

Die Belegung erfolgt innerhalb von 12 Monaten bei einheitlichem Format und gleicher Farbigkeit. Der Blockrabatt gilt für alle Zuschläge.

In der Kombination mit anderen Titeln des Verlages oder bei der Rabattierung nach der Mal- bzw. Mengenstaffel gilt **ein Block als eine Schaltung**.

12 Kombinationen:

Werbung Print und Online auf Anfrage.

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

13 Einhefter:*

2-seitig	€	5.980,00
4-seitig	€	6.520,00
6-seitig	€	7.770,00
8-seitig	€	8.840,00

Benötigte Liefermenge: 30.300 Exemplare

Rabatt s. Mengentaffel – 1 Blatt = 1 Anzeigenseite

Einhefter bitte im unbeschnittenen Format von 216 mm Breite und 303 mm Höhe (vier- und mehrseitig; gefalzt) anliefern.

14 Beilagen:*

lose eingelegt, maximale Größe 205 x 290 mm bis 25 g und 2 mm Stärke pro Tsd.

€ 199,00

*Höhere Gewichte und Stärken auf Anfrage

Benötigte Liefermenge: 30.300 Exemplare

Bei Teilbelegung: Selektionskosten pro Selektion

€ 90,00

Beilagen sind nicht rabattierbar.

15 Aufgeklebte Werbemittel:

Postkarten	pro Tausend	€	52,00
Prospekte/Warenmuster	auf Anfrage nach Vorlage eines Musters		
Benötigte Liefermenge	30.300		

Technische Kosten sind nicht provisionsberechtigt und werden nicht rabattiert.

16 Lieferanschrift für Positionen 13 bis 15:

L.N. Schaffrath DruckMedien

Marktweg 42-50,

47608 Geldern

Bruno Langer

Tel.: 02831/396-134, Fax: 02831/396-238

ISDN: 02831/396-313, -314, -331, -332

Liefervermerk: Für „SHK Profi“, Ausgabe ...

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. Farbmodus: CMYK. Bei RGB kommt es zu Farbdifferenzen.

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:

L. N. Schaffrath DruckMedien:

Bruno Langer

Tel.: 028 31/396-134












E-Mail: langer@schaffrath.de

Fax: 028 31/396-238/-304












Datenübertragung per ISDN:

028 31/396-313, -314, -331, -332

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	105 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 zurückgegeben. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.

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

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



Kombinations-Vorteile

A Kombinations-Rabatte

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

Bauwelt
DBZ-Deutsche Bauzeitschrift
Licht Architektur Technik ein Sonderheft der DBZ
TAB Technik am Bau
SHK Profi
elektro profi
REGENERATIVE ENERGIEN
FACILITY MANAGEMENT
Who is Who im FACILITY MANAGEMENT
BundesBauBlatt
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

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 Erscheinungsmotiv 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:

Holger Olawsky
Bauverlag BV GmbH
Geschäftsstelle Düsseldorf
Schadowstraße 78
40212 Düsseldorf
Telefon (0211) 179396-0
Telefax (0211) 179396-25
E-Mail: holger.olawsky@bauverlag.de

Auslandsvertretungen:

Frankreich:

Marc Jouanny
International Media Press & Marketing
16, rue Saint Amoise
75011 Paris
Telefon 0033-1-43553397
Telefax 0033-1-43556183
Handy: +0033-608975057
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@comediarsl.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

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, 80-23 62
Telefax (05241) 80-67925, 80-95 14
E-Mail: oliver.kugel@bauverlag.de
ralf.kirchgessner@bauverlag.de





Bauverlag BV GmbH | Avenwedder Str. 55 | Postfach 120 | 33311 Gütersloh | Tel.: 052 41/80-22 32
