



MEDIA-INFORMATIONEN 2010

- Gesamtauflage 84.000 Exemplare
- Supplement mit jährlich 2 Ausgaben





Sie erreichen mit dem Supplement BRANDSCHUTZ Ihre Zielgruppen in Architektur- und Planungsbüros, Bauplanungsabteilungen in Industrie und Behörden, Ingenieurbüros der technischen Gebäudeausrüstung, Handwerksbetrieben, Wohnungs- und Gebäudeverwaltungen, Bauträger und Bauverwaltungen sowie Bau-/Gebäudemanagementabteilungen in Industrieunternehmen und Kommunen.

DAS SUPPLEMENT BRANDSCHUTZ WIRD FOLGENDEN TRÄGERTITELN BEIGELEGT:



Bauwelt



1 Kurzcharakteristik

BRANDSCHUTZ in öffentlichen und privatwirtschaftlichen Gebäuden erscheint 2x jährlich in einer Gesamtauflage von jeweils 84.000 Exemplaren. Als Supplement der Fachzeitschriften DBZ Deutsche Bauzeitschrift, Bauwelt, TAB Technik am Bau, FACILITY MANAGEMENT, Bauhandwerk und BundesBauBlatt erreicht das Heft Architektur- und Planungsbüros, Bauplanungsabteilungen in Industrie und Behörden, Ingenieurbüros der technischen Gebäudeausrüstung, Handwerksbetriebe, Bau-/Gebäudemangementabteilungen in Industrieunternehmen und Kommunen sowie Wohnungs- und Gebäudeverwaltungen, Bauträger, Baubehörden und Bauverwaltungen. Auf die vielseitigen Tätigkeitsfelder der Leser abgestimmt, werden die Fachbeiträge dementsprechend aufbereitet und exklusiv im Supplement BRANDSCHUTZ veröffentlicht. Die Fachbeiträge gliedern sich auf in

- baulicher Brandschutz
- gebäudetechnischer Brandschutz und
- Baurecht + Brandschutz

2 Erscheinungsweise: 2x jährlich

3 Jahrgang/Jahr: 15. Jahrgang 2010

4 Web-Adresse (URL): www.bauverlag-media.de

5 Mitgliedschaften: -

6 Organ: -

7 Herausgeber: -

8 Verlag: Bauverlag BV GmbH
 Postanschrift: Postfach 120, 33311 Gütersloh
 Hausanschrift: Avenwedder Straße 55, 33311 Gütersloh
 Telefon: +49 (0)5241/80-22 32
 Telefax: +49 (0)5241/80-622 32
 Internet: www.bauverlag-media.de
 E-Mail: brandschutz@bauverlag.de

9 Chefredakteur:

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

10 Anzeigen:

Herbert Walhorn (verantwortlich)
 Telefon: +49 (0) 52 41/80-22 32 + 80-5308
 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:

Einzel-Verkaufspreis (ohne Porto) € 20,00

13 ISSN:

-

14 Umfangs-Analyse:

Format der Zeitschrift:	2008 = 2 Ausgaben	2008 = 2 Ausgaben
Gesamtumfang:	132 Seiten = 100,0%	200 mm breit; 280 mm hoch
Redaktioneller Teil:	101 Seiten = 76,5%	
Anzeigenteil:	31 Seiten = 23,5%	
<hr/>		
davon: Stellen- und Gelegenheitsanzeigen:	- Seiten = -	
Verlagseigene Anzeigen:	2 Seiten = 6,5%	
Beilagen:	0 Stück	

15 Inhaltsanalyse des redaktionellen Teils 2008

	101 Seiten = 100,0%
Baulicher Brandschutz	34 Seiten = 33,6%
Gebäudetechnischer Brandschutz	29 Seiten = 28,7%
Baurecht + Brandschutz	12 Seiten = 11,8%
Aktuelles	14 Seiten = 13,8%
Produktneuheiten	12 Seiten = 11,8%

16 Auflagenkontrolle:	*Trägertitel IVW-gemeldet	
17 Auflagen-Analyse:	Exemplare pro Ausgabe im Durchschnitt für den Zeitraum vom 1. Juli 2008 bis 30. Juni 2009	
Druckauflage:	84.000	
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):	83.810	davon Ausland: –
Verkaufte Auflage:	44.370*	davon Ausland: –
– Abonnierte Exemplare:	43.115*	
– Sonstiger Verkauf:	960*	
– Einzelverkauf:	295*	
Freistücke:	39.440	
Rest-, Archiv- und Belegexemplare:	190	

18 Geographische Verbreitungs-Analyse

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	100,0	83.810
Ausland	–	–
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	83.810

18.1 Verbreitung nach Nielsen-Gebieten/Bundesländern:

Vertrieb	Anteil an tatsächlich verbreiteter Inlands-Auflage	
	%	Exemplare
Nielsen-Gebiet I		
Schleswig-Holstein	3,1	2.598
Hamburg	3,2	2.682
Niedersachsen	8,1	6.789
Bremen	1,4	1.173
Nielsen-Gebiet II		
Nordrhein-Westfalen	21,9	18.354
Nielsen-Gebiet IIIa		
Hessen	9,1	7.627
Rheinland-Pfalz	4,5	3.771
Saarland	1,4	1.173
Nielsen-Gebiet IIIb		
Baden-Württemberg	13,6	11.398
Nielsen-Gebiet IV		
Bayern	14,0	11.733
Nielsen-Gebiet V		
Berlin	6,5	5.448
Nielsen-Gebiet VI		
Mecklenburg-Vorpommern	1,7	1.425
Brandenburg	2,3	1.928
Sachsen-Anhalt	2,3	1.928
Nielsen-Gebiet VII		
Thüringen	2,4	2.011
Sachsen	4,5	3.772
Tatsächlich verbreitete Inlands-Auflage	100,0	83.810

Kurzfassung der Erhebungsmethode

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: 83.955

2.3 Gesamtzahl der wechselnden Empfänger: 45.189
(Wechsel nach jeder Ausgabe)

2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

– Verkaufte Auflage		33.619
davon: abonnierte Exemplare	31.695	
Einzelverkauf	247	
sonstiger Verkauf	1.677	
– Freistücke		50.071
davon: ständige Freistücke	4.722	
wechselnde Freistücke	44.924	
Werbeexemplare	425	
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)		83.690
→ davon Inland	83.690	
→ davon Ausland	–	

3. Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA)	83.690	= 100,0%
Davon in der Untersuchung nicht erfasst:	2.349	= 3,2%
→ Einzelverkauf	247	
→ sonstiger Verkauf	1.677	
→ Werbeexemplare	425	
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA)	81.341	= 96,8%

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

18 Branchen/Wirtschaftszweige/Fachrichtungen/Berufsgruppen

Empfängerstruktur	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Architektur- und Planungsbüros, Bauplanungsabteilungen in Industrie und Behörden	46,8	39.224
Ingenieure in den Bereichen Heizung, Klima, Lüftung, Elektro, Sanitär und Ingenieurbüros im Hochbau	11,5	9.638
Handwerksbetriebe, wie z.B. Bautischlereien, Schreinereien, Zimmereien, Installationsbetriebe der technischen Gebäudeausrüstung	16,4	13.745
Wohnungs-, Grundstücksverwaltungen, Bauträger	16,5	13.828
Bau-/ Gebäudemanagementabteilungen in Industrieunternehmen und Kommunen	8,8	7.375
	100,0	83.810

Ausgabe	Termine	Fachthemen (Stand Sept. 2009)
1/2010	<p>Erscheinungstermin 23.03.2010</p> <p>Anzeigenschluss 05.03.2010</p> <p>Druckunterlagenschluss 05.03.2010</p>	<p>Brandschutz im Bestand - Anforderungen des Denkmalschutzes Glas im Innenausbau - Unsichtbarer Brandschutz Sichere Türen für Kindergärten und Schulen Entrauchung - Sicherheit für Treppenträume und Aufzugsschächte Notbeleuchtung</p>
2/2010	<p>Erscheinungstermin 24.08.2010</p> <p>Anzeigenschluss 06.08.2010</p> <p>Druckunterlagenschluss 06.08.2010</p>	<p>Prämienreduzierung durch Brandschutzmaßnahmen Feuerschutzvorhänge - Ein Ersatz für T30-Abschlüsse? Sicherer Stahlbrandschutz Speziallöschanlage im Klinikum Rauchmeldetechnik im großen Maßstab</p>

- 1 Auflage:**
Druckauflage: 84.000 Exemplare
Tatsächlich verbreitete Auflage im
Jahresdurchschnitt (lt. AMF-Schema 2, Ziffer 17): 83.810 Exemplare
- 2 Zeitschriftenformat:**
beschnitten 200 mm breit, 280 mm hoch
unbeschnitten 206 mm breit, 286 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: 2x jährlich (März und August)
Erscheinungstermin: Heft 1 23.03. Heft 2 24.08.
Anzeigenschluss: Heft 1 05.03. Heft 2 06.08.

- 5 Verlag:**
Hausanschrift: Bauverlag BV GmbH
Postanschrift: Avenwedder Straße 55, 33311 Gütersloh
Internet: www.bauverlag-media.de
Anzeigenabteilung: Herbert Walhorn
Telefon: +49 (0) 52 41/80-22 32 + 80-53 08
Telefax: +49 (0) 52 41/80-622 32
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



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 €
1/1 Seite	4-spaltig	186 x 270	6.905,00	7.865,00	8.830,00	9.795,00
3/4 Seite	4-spaltig	186 x 198 quer 135 x 270 hoch	5.175,00	6.140,00	7.105,00	8.070,00
2/3 Seite	4-spaltig 4-spaltig	186 x 174 quer 120 x 270 hoch	4.605,00	5.570,00	6.535,00	7.500,00
1/2 Seite	4-spaltig 3-spaltig 2-spaltig	186 x 130 quer 130 x 186 hoch 90 x 270 hoch	3.455,00	4.420,00	5.385,00	6.350,00
1/3 Seite	4-spaltig 1-spaltig	186 x 87 quer 56 x 270 hoch	2.300,00	3.260,00	4.225,00	5.190,00
1/4 Seite	4-spaltig 2-spaltig 1-spaltig	186 x 63 quer 90 x 130 hoch 45 x 270 hoch	1.750,00	2.715,00	3.680,00	4.645,00
1/8 Seite	4-spaltig 2-spaltig	186 x 30 quer 90 x 63 hoch	905,00	1.870,00	2.835,00	3.800,00

8 Zuschläge: (rabattierbar)**8.1 Farbe**

je Sonderfarbe	€	1.435,00
----------------	---	----------

8.2 Platzierung

2. und 3. Umschlagseite	€	690,00
-------------------------	---	--------

4. Umschlagseite	€	1.385,00
------------------	---	----------

Bindende Platzierungsvorschriften:vom s/w-Grundpreis 20%

8.3 Formate

Anzeigen über Satzspiegel,

angeschnittene Anzeigen:	1/1 Seite	€	1.035,00
--------------------------	-----------	---	----------

	1/2 Seite und kleiner	€	520,00
--	-----------------------	---	--------

9 Rubrikanzeigen: (nicht rabattierbar)

Stellenangebote	auf Anfrage
-----------------	-------------

Stellengesuche	auf Anfrage
----------------	-------------

An-/Verkauf	auf Anfrage
-------------	-------------

Chiffregebühr	€	5,65
---------------	---	------

Diese Preise sind nicht rabattfähig.

10 Sonderwerbformen:

Sonderdrucke und Sonderwerbformen auf Anfrage.

Bitte fordern Sie die Broschüre Sonderwerbformen an.

11 Rabatte: Siehe Punkt 12 und „Kombinations-Vorteile“**12 Kombinationen:**

BRANDSCHUTZ in öffentlichen und privatwirtschaftlichen Gebäuden kann mit Titeln der Bauverlag BV GmbH kombiniert werden, so dass Sie erhebliche Rabatte erzielen können (siehe hierzu auch „Kombinations-Vorteile“).

13 Einhefter:

2-seitig	€	6.905,00
----------	---	----------

4-seitig	€	11.735,00
----------	---	-----------

Benötigte Liefermenge: 84.300 Exemplare

(Rabatt: 1 Blatt = 1/1 Anzeigenseite)

Bei Abweichungen vom Heftformat können Postgebühren anfallen.

Einhefter bitte im unbeschnittenen Format von 206 mm Breite und

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

14 Beilagen:*

lose eingelegt, maximale Größe 195 x 275 mm

Gewicht der Beilage	Beilagenpreise je 1.000 Stück
---------------------	-------------------------------

bis 25 g und 2 mm Stärke	€ 270,00
--------------------------	----------

Benötigte Liefermenge	84.300 Exemplare
-----------------------	------------------

Bei Teilbelegung: Selektionskosten € 90,00 pro Selektion

15 Aufgeklebte Werbemittel:

Postkarten	pro Tausend	€ 52,00
------------	-------------	---------

Prospekte/Warenmuster	auf Anfrage nach Vorlage eines Musters
-----------------------	--

Benötigte Liefermenge	84.300
-----------------------	--------

Technische Kosten sind nicht provisionsberechtigt und rabattierbar.

16 Lieferanschrift für Positionen 13 bis 15:

L.N. Schaffrath DruckMedien

Marktweg 42-50,

47608 Geldern

Herr Bruno Langer

Tel.: 0 28 31/3 96-1 34, Fax: -3 96-2 38/3 04

ISDN: 0 28 31/3 96-3 13, -3 14, -3 31, -3 32

Liefervermerk: Für „BRANDSCHUTZ“ Ausgabe ...

* Höhere Gewichte und Stärken auf Anfrage

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

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

Marktweg 42-50,
47608 Geldern
Ansprechpartner:
Herr Langer

e-mail:
Datenübertragung

Tel.: 028 31/3 96-134
Fax: 028 31/3 96-238/3 04
langer@schaffrath.de
ISDN: 028 31/3 96-3 13, -3 14, -3 31, -3 32

Satzspiegel-Format

Format
Breite x Höhe
in mm



1/1 Seite
186 x 270



2/3 hoch
120 x 270



2/3 quer
186 x 174



1/2 hoch
90 x 270



1/2 quer
186 x 130



1/2 Junior Page
130 x 186



1/3 hoch
56 x 270



1/3 quer
186 x 87



1/4 hoch
45 x 270



1/4 quer
186 x 63



1/4 2-sp.
90 x 130

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



1/1 Seite
206 x 286



2/3 hoch
125 x 286



2/3 quer
206 x 197



1/2 hoch
98 x 286



1/2 quer
206 x 140



1/2 Junior Page
131 x 187



1/3 hoch
73 x 286



1/3 quer
206 x 110



1/4 Seite
58 x 286



1/4 Seite
206 x 86



1/4 2-sp.
98 x 140

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 Anzeigenaufträge 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.

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 Ersatzanzeige 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 Zifferdienstes 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.

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

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

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

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

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

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

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

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 offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

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

SHK Profi

REGENERATIVE ENERGIEN

elektro profi

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 Mengengruppe für Seitenabschlüsse

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

B Kombinations-Preise

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

DBZ Deutsche Bauzeitschrift und Bauwelt als Bauverlag BV Architektur-Kombination

FACILITY MANAGEMENT und BundesBauBlatt als Bauverlag BV Immobilien-Kombi

Baumarkt + Bauwirtschaft und tis Tiefbau Ingenieurbau Straßenbau als Bauverlag BV Bauunternehmer-Kombination

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

Motivwechsel möglich; Kennziffern können ausgetauscht werden

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

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

Verlagsvertretungen:

1+2

Nord:
Oliver Kugel, Ralf Kirchgessner
Bauverlag BV GmbH
Geschäftsstelle Gütersloh
Avenwedder Straße 55
33311 Gütersloh
Telefon (05241) 80-7957, 80-2362
Telefax (05241) 80-67925, 80-9514
E-Mail: oliver.kugel@bauverlag.de
ralf.kirchgessner@bauverlag.de

3+4

West:
Hans-Joachim Heil, Holger Olawsky
Bauverlag BV GmbH
Geschäftsstelle Düsseldorf
Schadowstraße 78
40212 Düsseldorf
Telefon (0211) 179396-0
Telefax (0211) 179396-25
E-Mail: hans-joachim.heil@bauverlag.de
holger.olawsky@bauverlag.de

5

Mitte:
Oliver Junne
Herderstraße 4
61350 Bad Homburg v. d. Höhe
Telefon (06172) 302015
Telefax (06172) 302015
E-Mail: oliver.junne@t-online.de

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 3397
Telefax 0033-1-43 55 6183
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



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