



MEDIAINFORMATIONEN 2010



Bauingenieur 2010

Der **Bauingenieur** ist einer der führenden Werbeträger in der Zielgruppe planende Bauingenieure in Deutschland. Der **Bauingenieur** ist offizielles Organ des Fachbereichs Bautechnik im VDI und damit die einzige Fachzeitschrift, die rd. 7.000 personalisierte VDI-Ingenieure – eine Zielgruppe mit einer großen Produktentscheidungskompetenz – in ihrer Leserschaft hat. Das moderne Erscheinungsbild und die seit Jahren anerkannte hohe redaktionelle Qualität machen den **Bauingenieur** zu einem aufmerksamkeitsstarken Werbeträger.

Der **Bauingenieur** bietet den werbungstreibenden Unternehmen auch in 2010 die richtige Plattform, um kostengünstig Produktentscheider zu erreichen.



Das redaktionelle Konzept

Der **Bauingenieur** wird von wichtigen Entscheidungsträgern und Meinungsbildnern bei der Planung und Ausführung von Bauprojekten gelesen. Objektreportagen, Aufsätze zu Bauausführungen und -planungen unterstreichen die praxisbezogene Ausrichtung dieser Fachzeitschrift. Alle Hauptaufsätze sind „peer-reviewed“ und erfüllen höchste inhaltliche Ansprüche. Zukunftsorientierte Entwicklungen sind ein weiterer thematischer Schwerpunkt der Zeitschrift. Marktübersichten, Trendberichte sowie Mitteilungen des Fachbereichs Bautechnik vervollständigen den hohen Anspruch dieser Publikation. Das Themenspektrum reicht vom Konstruktiven Ingenieurbau bis zur Geotechnik und zum Baubetrieb. Autoren aus dem In- und Ausland berichten über Bauprojekte und Bausanierungen.

Die Organschaft

Der **Bauingenieur** ist Organ des Fachbereichs Bautechnik im VDI. Mit rd. 7.000 Ingenieuren ist der Fachbereich Bautechnik ein Kompetenzzentrum für alle Bauingenieure. Der Transfer von Technikwissen ist eine primäre Zielsetzung. So bietet der Fachbereich Bautechnik mit seinen Ingenieuren aktuelle technische Informationen, fachlichen Erfahrungsaustausch und Zugang zu neuesten Erkenntnissen aus Unternehmen, Wissenschaft, Forschung und Verwaltung. Wichtige Mitteilungen veröffentlicht der Fachbereich Bautechnik im **Bauingenieur**.

Bauingenieur

Die richtungweisende Zeitschrift im Bauingenieurwesen

Media-
Informationen

2010

1

Titelporträt



1 Kurzcharakteristik

Fachzeitschrift für das gesamte Bauingenieurwesen. **Bauingenieur** bringt Aufsätze über Theorie und Praxis der Ingenieurkonstruktionen, interessante Bauausführungen und Bausanierungen des In- und Auslandes, Maschinen, Geräte und deren Einsatz auf der Baustelle, Baustofffragen und Bauinformatik, Berichte und Reportagen über bemerkenswerte Bauausführungen und Bauprodukte.

2 Erscheinungsweise:

monatlich,
Doppelheft 7/8 im Juli/August

3 Jahrgang:

85. Jahrgang 2010

4 Web-Adresse (URL):

www.bauingenieur.de

5 Mitgliedschaft:

–

6 Organ:

Der Fachbereich Bautechnik im VDI veröffentlicht im Bauingenieur ihre offiziellen Mitteilungen

7 Herausgeber:

Prof. Dr.-Ing. Dr.-Ing. E. h. K. Zilch (Sprecher)
Prof. Dr.-Ing. G. Girmscheid
Prof. Dr.-Ing. R. Katzenbach
Prof. Dr.-Ing. H. Pasternak
Prof. Dr.-Ing. P. Wriggers

8 Verlag:

Springer-VDI-Verlag GmbH & Co. KG
Postanschrift:
Hausanschrift:
Telefon:
Telefax:

Postfach 10 10 22, 40001 Düsseldorf
VDI-Platz 1, 40468 Düsseldorf
(02 11) 61 03-0
(02 11) 61 03-3 00

9 Redaktion:

Dipl.-Ing. Dietmar Haucke (extern)
Telefon: (02 61) 3 40 66
E-Mail: pr-haucke@online.de
Sabine Veidl (Redaktionsassistentin)
Telefon: (02 11) 61 03-4 84
E-Mail: veidl@technikwissen.de

10 Anzeigen:

Verlagsbüro Sven Pachinger
Wertherstr. 17, 33615 Bielefeld
Telefon: (05 21) 97 79 98-80
Telefax: (05 21) 97 79 98-90
E-Mail: sven.pachinger@verlagsbuero-pachinger.de

11 Vertrieb:

Gabriele Liehr
Telefon: (02 11) 61 03-1 40
E-Mail: leserservice@technikwissen.de

12 Bezugspreis:

Jahresabonnement (Inland)	inkl. Versandk. u. MwSt.	€ 363,00
Jahresabonnement (Ausland)	inkl. Versandk. u. MwSt.	€ 383,00
Einzelverkaufspreis		€ 37,00

13 ISSN:

0005-6650

14 Umfangs-Analyse 2008 = 11 Ausgaben

Format der Zeitschrift:

DIN A4

Gesamtumfang:

972 Seiten = 100,0 %

Redaktioneller Teil:

855 Seiten = 87,9 %

Anzeigenteil:

117 Seiten = 12,0 %

davon

Stellen- und

Gelegenheitsanzeigen:

40 Seiten = 34,2 %

Einhefter/Durchhefter:

7 Seiten = 5,9 %

Verlagseigene Seiten:

12 Seiten = 10,3 %

Beilagen:

7 Stück

} vom
Anz.-
Umfang

15 Inhalts-Analyse Redaktion: „—“



Springer-VDI-Verlag GmbH & Co. KG · Postfach 10 10 22 · 40001 Düsseldorf · Telefon (02 11) 61 03-380 · Telefax (02 11) 61 03-300 · E-Mail: anzeigenabwicklung@technikwissen.de

16 Auflagenkontrolle:



17 Auflagen-Analyse:

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

Druckauflage:	5.000
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):	4.840 davon Ausland: 401
Verkaufte Auflage:	1.526 davon Ausland: 322
– Abonnierte Exemplare:	1.315 davon Mitgliederstücke: 35
– sonstiger Verkauf:	211
– Einzelverkauf:	–
Freistücke:	3.314
Rest-, Archiv- und Belegexemplare:	160

18 Geografische Verbreitungs-Analyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	91,7	4.439
Ausland	8,3	401
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	4.840

Kurzfassung der Erhebungsmethode zur Verbreitungsanalyse (AMF-Schema 2, Ziffer 18)

1. Untersuchungsmethode:

Verbreitungsanalyse 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. Die Datei ist nach Inlands- und Auslands-Empfängern gegliedert. Die Anschriften der Inlands-Empfänger sind nach PLZ, die der Auslands-Empfänger nach Ländern sortiert.

2.2 Gesamtzahl Empfänger in der Datei: 9.289

2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger: 7.042

2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

– Verkaufte Auflage	1.563
davon: abonnierte Exemplare	1.349
Einzelverkauf	–
sonstiger Verkauf	214
– Freistücke	3.276
davon: ständige Freistücke	187
wechselnde Freistücke	2.709
Werbeexemplare	380
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	4.839
→ davon Inland	4.480
→ davon Ausland	359

3 Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA)	4.839 = 100,0%
Davon in der Untersuchung nicht erfasst:	594 = 12,3%
→ Einzelverkauf	–
→ sonstiger Verkauf	214
→ Werbeexemplare	380
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA)	4.245 = 87,7%

3.2 Tag der Datei-Auswertung: 21. Juli 2009

3.3 Beschreibung der Datenbasis:

Die Auswertung basiert auf der Gesamtdatei. Die ermittelten Anteile für die Verbreitung in der Bundesrepublik Deutschland und im Ausland 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: Springer-VDI-Verlag



Springer-VDHVerlag GmbH & Co. KG · Postfach 10 10 22 · 40001 Düsseldorf · Telefon (02 11) 61 03-3 80 · Telefax (02 11) 61 03-3 00 · E-Mail: anzeigenabwicklung@technikwissen.de

19 Branchen / Wirtschaftszweige / Unternehmenstypen

Ableitung/ Gruppe/ Klasse	Empfängergruppen Bezeichnung (lt. Klassifikation der Wirtschaftszweige)	%	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage – Circa-Werte (Hochrechnung auf Stichprobenbasis)
45	Baugewerbe	6	266
74.20	Bauingenieurbüro / Architekturbüro	75	3.329
—	Baustoffe	3	133
75.13	Wirtschaftsförderung, -ordnung u. -aufsicht	7	311
73/73.1/73.10.2	Wissenschaft / Forschung / Unterricht	7	311
	Sonstiges	2	89
Tatsächlich verbreitete Auflage		100	4.439

20 Größe der Wirtschaftseinheit

Auflage	Anteil an tatsächlich verbreitet	
	%	Circa-Werte (Hochrechnung auf Stichprobenbasis)
1 – 9 Beschäftigte	38	1.687
10 – 19 Beschäftigte	21	932
20 – 49 Beschäftigte	11	488
50 – 99 Beschäftigte	9	400
100 – 199 Beschäftigte	7	311
200 – 499 Beschäftigte	7	311
500 und mehr Beschäftigte	5	222
keine Angaben	2	89
Tatsächlich verbreitete Auflage	100	4.439

21.2 Tätigkeitsmerkmal: Position im Betrieb

Auflage	Anteil an tatsächlich verbreitet	
	%	Circa-Werte (Hochrechnung auf Stichprobenbasis)
Inhaber(in) Vorstand	61	2.708
Bereichsdirektor / Abt.-Direktor(in)	2	89
Abteilungsleiter(in)	14	621
Beamate	2	89
Wissenschaftl. Mitarbeiter(in)	2	89
Bauleiter(in)	1	44
Technische(r) Angestellte(r)	13	577
Sonstiges	3	133
keine Angaben	2	89
Tatsächlich verbreitete Auflage	100	4.439

21.1 Tätigkeitsmerkmal: Aufgabenbereich

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage Circa-Werte (Hochrechnung auf Stichprobenbasis)	
	%	
Stahlbetonbau	73	3.240
Industriebau	58	2.575
Stahlbau	49	2.175
Wohnungsbau	42	1.864
Brückenbau	44	1.953
Straßenbau	16	710
Erdbau	16	710
Wasserbau	15	666
Tunnelbau	14	621
Umweltechnik	13	577
Andere	27	1.199
keine Angaben	2	89

Mehrfachnennungen (100% = 4.439 Leser)

22 Bildung / Ausbildung: Berufliche Ausbildung

Universität	71	3.152
Fachhochschule	18	799
Andere	1	44
keine Angaben	10	444
Tatsächlich verbreitete Auflage	100	4.439

23 Alter

Dieses Merkmal wurde nicht untersucht, weil der Nutzungswert des „Bauingenieur“ als Werbeträger nicht davon abhängig ist.

Termin- und Themenplan 2010

				Sondereile • Sonderausgaben	Fachteile • Ergänzende Themen	Schalen • Rüsten • Betonieren • Verdichten	Befestigungs- systeme	Baustoffe Bausysteme Konstruktionen	Schutz Instandsetzung	Bauinformatik	
				Studien, Planungen/ Berechnungen Projekte Baumaßnahmen Bauüberwachungen und -dokumentationen zu:	Abdichtung Bauchemie Dämmung Erdbebeningenieur- wesen Grundbau Mauerwerk Windtechnologie	Betoneinbau Betonverdichtung Rüst- u. Tragkonstruktionen Schalungssysteme Sonderschalungen	Anker Ankerschienen Bolzen Dübel Lagerkonstruktionen	BSH-Träger Konstruktiver Holzbau Mauerwerk Spannbetonbau Stahlbau Stahlbetonbau Stahlverbundbau	Bauchemie Bauteilertüchtigung Bauteilverstärkung Bauwerksuntersuchung Mess- und Analysegeräte Zerstörungsfreie Materialprüfungsgeräte	Bausoftware CAD-Systeme Datenübertragung Datenspeicherung	
Ausgabe	Anzeigenschluss	Erscheinungstag	Messe / Veranstaltung								
1	14.12.2008	7.1.	DEUBAU Essen, 12. – 16.01. Immo+Bau+Energie- spar-Tage Ulm, 16. – 17.01.	Messeausgabe: DEUBAU und Vorschau zur bautec							
2	15.1.	5.2.	bautec Berlin, 16. – 20.02. 54. Betontage Ulm, 09. – 11.02.	unterirdische Verkehrsinfrastruktur	Grundbau Geotextilien Geotechnik	Tunnelschalungen	Befestigungssysteme Befestigungstechniken	Hochleistungs- und Spezialbetone	Spritzbeton Injektionsverfahren Beschichtungen Brandschutz	Ständige Rubrik	
3	18.2.	10.3.	20. Dresdner Brückenbausym- posium 15. + 16.03. 14. Münchener Massivbauseminar (voraussichtl. Ende März)	Sportstätten Stadien Multifunktionsgebäude Kliniken/Rehakliniken	Fachteil Erdbebeningenieur- wesen und Baudynamik (D-A-CH)	Bewehrungssysteme Bewehrungsstähle Bewehrungsanschlüsse Abstandshalter	Konstruktiver Glasbau Fassadenbefestigungen Unterkonstruktionen	Schwingungsisolierung Schwingungsdämpfung Bauwerksgründungen	Bauwerksdiagnose Messgeräte und -systeme		
4	19.3.	15.4.	bauma 2010 München, 19. – 25.04. Betontag Wien, 22. + 23.04.	Schalen Rüsten Bewehren	Fachteil der Windtechnologischen Gesellschaft (WiG)	Bewehrungstechniken Bewehrungsanschlüsse	Befestigungssysteme Verbindungssysteme Verbindungstechniken	Zusatzmittel Fertigteile Elementiertes Bauen Fugenprofile Mauerwerksysteme Ergänzungsprodukte	Beschichtungen Bauwerksertüchtigung		
5	20.4.	12.5.	FIB Conference 2010 Washington, 29.05. – 02.06.	Messeausgabe: bauma							
6	21.5.	11.6.		Sonderausgabe Softwarelösungen							
7/8	14.7.	11.8.		Finite Elementprogramme • ProduktBemessungssoftware • CAD-Programme • Projektmanagementsoftware • Messtechnik • Datenarchivierung							
9	20.8.	10.9.		Parken Warten/Pflegen Produzieren, Lagern Verteilen, Aufbereiten	Bauchemie Abdichtung Dämmung	Produkte & Projekte	Weißer Wanne Schwarze Wanne Abdichtungssysteme	Spritzbeton Injektionsverfahren Beschichtungssysteme Brandschutz			
10	22.9.	13.10.		Sonderausgabe: Energiegewinnung (Kohle • Kernenergie • Wasser • Sonne • Wind), Energieverteilung/-speicherung Umwelt- und Naturschutz • Hochwasser • Hangsicherung • Lärm							
11	20.10.	10.11.		Verkehrswegebau: Straßen Brücken Tunnel/U-Bahn Wasserwege Häfen Gleisanlagen	Fachteil Erdbebeningenieur- wesen und Baudynamik (D-A-CH)	Produkte & Projekte	Befestigungstechniken Befestigungssysteme Lärmschutz	Verbundkonstruktionen Faserverbundbaustoffe Bauwerksgründungen Schwingungsisolierung Schwingungsdämpfung Spezialtiefbau Geotextilien	Injektionstechniken Rissverpressungen		
12	19.11.	7.12.		Brückenbau Stahlbau Holzbau	Fachteil der Windtechnologischen Gesellschaft (WiG)	Produkte & Projekte	Fahrbahnübergänge Brückenlager Brückenausrüstung	Vorspannsysteme Baustähle Walzprofile Bleche Holzkonstruktionen Holzwerkstoffe	Bauwerksdiagnose Prüf- und Messsysteme Korrosionsschutz Holzschutz		
12	19.11.	7.12.		Innovatives Bauen mit Beton	Ziegel Kalksandstein Leicht- und Porenbeton Mauerwerksverbindungen und -anschlüsse	Schalen Rüsten Bewehren	Bewehrungsanschlüsse Vorspannsysteme Befestigungen von Fertigelementen	Fertigelemente Stahlfaserbeton Textilfaserbeton Glasfaserbeton Kunststofffaserbeton	Fugensysteme		
				Sonderausgabe Bauen im Bestand							
				Renovierung • Modernisierung • Gebäude-/Tragwerksertüchtigung • Abdichtung • Beschichtung • Bauchemie • Korrosionsschutz • Brandschutz Injektionstechnik • Spritzbeton • Bauteilverstärkung • Bauwerksdiagnose • Bauwerksprüfung • Messsysteme							

Bauingenieur

Die richtungweisende Zeitschrift im Bauingenieurwesen

Media-
Informationen

2010

Inserentenverzeichnis

Springer-VDI-Verlag GmbH & Co. KG · Postfach 10 10 22 · 40001 Düsseldorf · Telefon (02 11) 61 03-380 · Telefax (02 11) 61 03-300 · E-Mail: anzeigenabwicklung@technikwissen.de

Alpine Mayreder Bau GmbH, Wals
Ancotech GmbH, Spezialbewehrungen, Köln
Areva NP GmbH, Erlangen
ASTA Development GmbH, Karlsruhe
Autodesk GmbH, München
B.T. Innovation, Magdeburg
Bamtec Bewehrungstechnologie, Ingenieurbüro,
Kempten
Bauakademie Biberbach, Biberbach
BauCAD Kempter GmbH, Wald
bauingenieur24, Informationsdienst, Gelnhausen
Bau-Software-Haus Veit Christoph GbR, Fellbach
Berleburger Schaumstoffwerk GmbH, Bad
Berleburg
Betomax Kunststoff- u. Metallwarenfabrik GmbH &
Co KG, Neuss
Betonmarketing Deutschland GmbH, Erkrath
Beuth Verlag, Berlin
Bilfinger Berger AG, Mannheim
BOCAD Software GmbH, Bochum
BPA-GmbH, Gäufelden
BSW GmbH, Bad Berleburg
CEMEX Deutschland AG, Ratingen
Cobix Technologies GmbH, Darmstadt
Contec, Porta Westfalica

CSI Computer-Service im Ingenieurbüro GmbH,
Dortmund
Datac AG, Passau
DC-Software, Doster & Christmann GmbH,
München
deltacom projektmanagement GmbH, Norderstedt
Deutsche Doka Schalungstechnik GmbH,
Maisach
Deutsche Foamglas GmbH, Haan
Deutsche Kahneisen Gesellschaft mbH, Berlin
DICAD Systeme GmbH, Köln
DIV Deutscher Ingenieur Verlag, Bonn
Donges StellTec GmbH, Darmstadt
Dyckerhoff AG, Wiesbaden
ECE Projektmanagement GmbH & Co. KG,
Hamburg
Echo Betonfertigteile, Frechen
E.O.N. AG, Düsseldorf
Erico GmbH, Schwanenmühle
Fachhochschule Biberach, Biberach
Fachhochschule Darmstadt, Darmstadt
Fischerwerke Artur Fischer GmbH & Co. KG,
Waldachtal
FMV Medien AG, Erfurt
Fraunhofer Informationszentrum Raum und Bau IRB,
Stuttgart

Ludwig Freytag GmbH & Co. KG, Bauunter-
nehmen, Oldenburg
Friedrich & Lochner GmbH, Stuttgart
GE Infrastructure Sensing, Pforzheim
Geotechnik Bodenuntersuchungsapparate,
Hannover
Geotechnik H. H. Mennerich, Hannover
Getzner Werkstoffe GmbH, Bürs
Goldbeck Bau GmbH, Bielefeld
GRAITEC GmbH, Karlsruhe
GrowGroup GmbH, München
Halfen-Deha Vertriebsgesellschaft mbH,
Langenfeld
HNC Datentechnik GmbH, Rheinberg
Baubedarf Horstmann GmbH, H-Bau Technik,
Klettgau
Huesker Synthetic GmbH & Co., Gescher
Ingenieur-Software Dlubal GmbH, Tiefenbach
Institut für Stahlbetonbewehrung e. V., Düsseldorf
Friedrich Ischebeck GmbH, Ennepetal
Jordahl Deutsche Kahneisen Gesellschaft mbH,
Berlin
JEC Awards Composites, Paris
Keller Holding GmbH, Offenbach
Kempter GmbH, BauCaD, Wald

Bauingenieur

Die richtungweisende Zeitschrift im Bauingenieurwesen

Media-
Informationen

2010

Inserentenverzeichnis

Springer-VDI-Verlag GmbH & Co. KG · Postfach 10 10 22 · 40001 Düsseldorf · Telefon (02 11) 61 03-380 · Telefax (02 11) 61 03-300 · E-Mail: anzeigenabwicklung@technikwissen.de

KIWI Software Vertrieb GmbH, Dreieich
Köster Bauchemie AG, Aurich
Lafarge Zement GmbH, Oberursel
Lamilux Heinrich Strunz GmbH, Rehau
Heinrich LAMPARTER Stahlbau GmbH, Kaufungen
Laumer Bautechnik GmbH, Massing
Leonhardt, Andrä & Partner Beratende Ingenieur
VBI, GmbH, Stuttgart
Lindapter GmbH, Verbindungs- u. Klemmsysteme,
Essen
LLH Software GmbH, Hasbergen
Friedhelm Loh Stiftung & Co. KG, Haiger
Ludwig Freytag GmbH & Co., Bauunternehmung,
Oldenburg
Messe Frankfurt GmbH, Frankfurt
Messe Friedrichshafen GmbH, Friedrichshafen
Messe München GmbH, München
MKT Metall-Kunststoff-Technik GmbH & Co. KG,
Weilerbach
NAUE GmbH & Co. KG, Espelkamp
Nelson Bolzenschweiß-Technik GmbH & Co. KG,
Gevelsberg
Nemetschek AG, München
Neuhäuser GmbH & Co, Lünen
NOE-Schaltechnik Georg Meyer-Keller GmbH &
Co. KG, Süssen

ORCA Software GmbH, Rosenheim
Owczarzak Stracke GbR, Essen
Paschal-Werk G. Maier GmbH Steinach
Peikko Deutschland, Waldeck
Peiner Träger GmbH, Peine
PERI GmbH, Weißenhorn
Pfeifer Holding GmbH & Co. KG, Memmingen
Philipp GmbH, Aschaffenburg
RIB Software AG, Stuttgart
Salzgitter Stahlhandel GmbH, Düsseldorf
Schaeffler KG, Steinhagen
Schlagmann Baustoffwerke GmbH & Co. KG,
Zeilarn
Schöck Bauteile GmbH, Baden-Baden
Schweißtechn. Lehr-/Versuchsanst. SLV Duisburg
GmbH, Duisburg
Seppeler Holding und Verwaltungs GmbH & Co.
KG, Rietberg
SIAG Schaaf Industrie AG, Dernbach
Sofistik AG, Nürnberg
Stadtverwaltung Gladbeck, Gladbeck
Stahl+Verbundbau Ges. für industrielles Bauen
mbH, Dreieich
Paul Stephan GmbH & Co. KG Holzleimbau-
Ingenieurbüro, Gaildorf
SWIXSS Brandschutzsysteme GmbH, Riedstadt

TAE Wuppertal e.V., Altdorf
Technische Akademie Esslingen, Ostfildern
Technische Universität Graz, Graz
Technische Universität Darmstadt, Darmstadt
Technische Universität Kaiserslautern,
Kaiserslautern
Technische Universität München, München
Tensor International GmbH, Bonn
ThyssenKrupp Stahl AG, Duisburg
U.C.M. Heidelberg GmbH, Heidelberg
Unipor Ziegelsysteme, München
untermStrich Software GmbH, Bruck an der Mur
Universität Stuttgart, Stuttgart
Universität Weimar, Weimar
URETEK Deutschland GmbH, Düsseldorf
V&M DEUTSCHLAND GmbH, Düsseldorf
VDI-Verlag GmbH, Düsseldorf
Wayss & Freytag Ingenieurbau AG, Frankfurt
Wienerberger Ziegelindustrie GmbH & Co. KG,
Hannover
Wolters Kluwer Deutschland, Neuwied
Zeman & Co. GmbH, Wien
Ziegel Zentrum Süd e.V., München

Bauingenieur

Die richtungweisende Zeitschrift im Bauingenieurwesen

Media-
Informationen

2010

Anzeigen-Preisliste
Nr. 44

Gültig ab 1. Januar 2010



- 1 Auflage:** Druckauflage: 5.000 Exemplare
Tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt (lt. AMF-Schema 2, Ziffer 17): 4.840 Exemplare
- 2 Zeitschriftenformat:** DIN A4 (210 mm breit, 297 mm hoch)
Satzspiegel: 185 mm breit, 270 mm hoch, 4 Spalten zu je 45 mm
- 3 Druck- und Bindeverfahren, Druckunterlagen:**
Digitale Daten bevorzugt, möglichst EPS-Dateien (siehe Seite „Informationen zur digitalen Anzeigenübermittlung“)
- 4 Termine:**
Erscheinungsweise: monatlich, Doppelheft 7/8 im Juli/August
Erscheinungstermin: s. Termin- und Themenplan
Anzeigenschluss: s. Termin- und Themenplan
- 5 Verlag:** Springer-VDI-Verlag GmbH & Co. KG
Hausanschrift: VDI-Platz 1, 40468 Düsseldorf
Postanschrift: Postfach 10 10 22, 40001 Düsseldorf
Internet: www.bauingenieur.de
- Anzeigen:** Verlagsbüro Sven Pachinger
Wertherstr. 17, 33615 Bielefeld
Telefon: (05 21) 97 79 98-80
Telefax: (05 21) 97 79 98-90
E-Mail: sven.pachinger@verlagsbuero-pachinger.de
- 6 Zahlungsbedingungen:**
14 Tage nach Rechnungsdatum netto, bei Vorauszahlung oder Bankab-
buchung 2 % Skonto. Auf Postgebühren bei Beilagen wird kein Skonto
gewährt. USt-Ident.-Nr.: DE 812109115
- Bankverbindung:**
Commerzbank AG (BLZ 300 800 00)
Konto-Nr. 02 121 724 00

7 Anzeigenformate und Preise:

Format	Breite x Höhe in mm *			Grundpreis s/w	2-farbig	3-farbig	4-farbig
1/1 Seite	185 x 270			€ 2.640,00	€ 3.025,00	€ 3.410,00	€ 3.795,00
2/3 Seite	185 x 174	122 x 270		€ 1.760,00	€ 2.145,00	€ 2.530,00	€ 2.915,00
1/2 Seite	185 x 130	90 x 270		€ 1.320,00	€ 1.705,00	€ 2.090,00	€ 2.475,00
Junior page	130 x 185			€ 1.320,00	€ 1.705,00	€ 2.090,00	€ 2.475,00
1/3 Seite	185 x 87	58 x 270		€ 880,00	€ 1.265,00	€ 1.650,00	€ 2.035,00
1/4 Seite	185 x 63	90 x 130	45 x 270	€ 660,00	€ 1.045,00	€ 1.430,00	€ 1.815,00
1/8 Seite	185 x 30	90 x 63	45 x 130	€ 330,00	€ 715,00	€ 1.100,00	€ 1.485,00

* siehe Seite „Standard-Formate für Anzeigen“; Sonderformate auf Anfrage

8 Zuschläge:

(nicht rabattfähig)

Farbzuschläge:

je Farbe, unabhängig vom Format
Primärfarben nach Eurokala
Sonderfarben

€ 385,00
€ 435,00

Vorzugsplatzierungen:

(werden nur ganzseitig vergeben)

II., IV. Umschlagseite, 1. rechte Seite

€ 100,00

III. Umschlagseite

€ 50,00

Seite vor Text, Einschaltstellen im Textteil

€ 100,00

Seite nach Text

€ 100,00

Titelseite (200 x 175 mm, 4farbig, rechts angeschnitten)

€ 2.640,00

Formatzuschläge:

Für angeschnittene Anzeigen
und für Bunddurchdruck

Beschnittzugabe: 3 mm an allen Heftaußenkanten

€ 100,00

9 Rubrikanzeigen:

Stellengesuche pro mm (45 mm breit)

€ 1,50

Chiffregebühr

€ 7,00

Stellenangebote pro mm (45 mm breit)

€ 2,90

An-/Verkäufe pro mm (45 mm breit)

€ 2,90

Chiffregebühr

€ 6,00

10 Sonderwerbformen:

auf Anfrage

11 Rabatte: bei Abnahme innerhalb eines Jahres

Malstaffel

3 Anzeigen

3 %

6 Anzeigen

5 %

9 Anzeigen

10 %

12 Anzeigen

15 %

Mengenstaffel

3 Seiten

5 %

6 Seiten

10 %

9 Seiten

15 %

12 Seiten

20 %

12 Kombinationen: Bei Anzeigenaufträgen für mehrere Fachzeitschriften des Verlages wird ein Kombinationsrabatt gewährt.

13 Einhefter:

Umfang

Berechnungsbasis

Preis

	1 Blatt	1 Seite	€ 2.640,00
auf DIN A 4 gefalzt	2 Blatt	2 Seiten	€ 5.280,00
	3 Blatt	2,5 Seiten	€ 6.600,00
auf DIN A 4 gefalzt	4 Blatt	3 Seiten	€ 7.920,00

Format für 1 Blatt unbeschnitten 216 mm breit x 304 mm hoch. Rabattierung nach der Mengenstaffel, auch in Kombination mit Anzeigen.

Erforderliche Auflage: 5.100 Exemplare

14 Beilagen:

Nur Inlandsauflage. Format bis zu 200 x 290 mm, max. 4 Seiten
Umfang. Gewicht bis 25 g: € 250,00 o./oo. Preise inkl. Postentgelte.

Preise für Beilagen mit höherem Gewicht und Umfang auf Anfrage.

Beilagen nicht rabattierbar.

Erforderliche Auflage: 5.000 Exemplare

15 Aufgeklebte Werbemittel:

Aufkleben von Postkarten € 42,00 o./oo zzgl. Postgebühren.

Aufkleben von Gegenständen (z. B. Muster/Proben, CD-ROM/DVD) auf
Anfrage.

Aufkleben von Druckerzeugnissen oder Gegenständen zusätzlich

€ 52,00 o./oo Klebekosten.

Aufgeklebte Werbemittel nur in Verbindung mit einer Trägeranzeige.

16 Lieferanschrift für Positionen 13 bis 15:

Kliemo AG, Hütte 53, B-4700 Eupen, Belgien

(Bitte Zeitschrift und Ausgabe vermerken)

Alle o.g. Preise verstehen sich zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer

Die Werbeformen im Überblick:

www.bauingenieur.de bietet Ihnen aufmerksamkeitsstarke Online-Werbemöglichkeiten und eine homogene Zielgruppe ohne Streuverluste. Ihre Werbung erreicht so immer eine hohe Aufmerksamkeit und Wirkung.

Banner

Banner (statisch oder animiert) gelten als Klassiker unter den Werbeformen und haben sich als Standard etabliert. Sie eignen sich ideal, um Marken und Produkte im richtigen Themenumfeld zu platzieren und schnell Reichweite aufzubauen.

– Full-Size-Banner

werden auf der Homepage oberhalb der News platziert. Sie können einen bestimmten Zeitraum buchen.

– Half-Size-Banner

werden rechts neben der Redaktion platziert. Sie werden auf der Startseite und allen Unterseiten angezeigt (automatische Vollbelegung) und können rotieren.

Button

Buttons zeigen ein Firmen-Logo oder einen Produktnamen. Sie werden auf der Startseite und allen Unterseiten angezeigt (automatische Vollbelegung). Da sie nicht rotieren, sondern permanent auf der Seite angezeigt werden, erzielen sie eine besonders hohe Werbewirkung.

Skyscraper

Der Skyscraper bildet als hochformatige Werbefläche den rechten Seitenrand der Website, außerhalb des Content-Frames. Das große Format und die Alleinstellung garantieren eine hohe Aufmerksamkeit.

www.bauingenieur.de



Erfolgreich durch Cross-Media

Die Kombination von Print- und Online-Werbung verstärkt Synergien und erleichtert maßgeblich die erfolgreiche Umsetzung einer zielgerichteten Marketingstrategie. www.bauingenieur.de ist dabei ein wichtiger Baustein.

Vorteile

- Vielfältige Kontaktchancen, hohe Reichweite
- Erschließung zusätzlicher Kundengruppen
- Direkter Kundenkontakt durch Verlinkung

Bauingenieur

Die richtungweisende Zeitschrift im Bauingenieurwesen

Media-
Informationen

2010

Informationen
zur digitalen
Anzeigenübermittlung

Springer-VDI-Verlag, Anzeigenabwicklung, VDI-Platz 1 · 40468 Düsseldorf · Telefon (02 11) 61 03-3 80 · Telefax (02 11) 61 03-3 00 · E-Mail: anzeigenabwicklung@technikwissen.de

Bitte senden Sie uns Ihre Anzeigen digital per ISDN, per E-Mail oder auf CD-ROM.

Datenformat

- **EPS-Dateien** (bevorzugt):
Schriften eingebunden oder Text in Pfade gewandelt; alle eingebundenen Bilder im gewünschten Farbmodus (nur 4c, sw oder Sonderfarbigkeit) und **ohne** jegliche Komprimierung
- **PDF-Dateien** (alternativ):
nur High-end-PDFs in ausreichender Bildauflösung (mindestens 300 dpi bei Farb- und Graustufenbildern, mind. 600 dpi bei Bitmap-Bildern). Schriften müssen komplett eingebunden sein.
- **offene Dateiformate** (nur wenn keine EPS- oder PDF-Dateien erstellt werden können): QuarkXPress, InDesign, PageMaker, Freehand, Illustrator, CorelDraw, Photoshop

Bitte beachten Sie:

- Daten immer im CMYK-Modus liefern, nie im RGB-Modus!
- Bitte schicken Sie uns nur Compositdateien (nicht-separierte Dateien).
- Bei angeschnittenen Anzeigen mindestens 3 mm Beschnitt an allen Hefaußenkanten berücksichtigen.

Übermittlung der Daten

- **per ISDN:**
für Leonardo und X-connect: (02 11) 5 28 51 -41 oder -44
für EuroFileTransfer: (02 11) 5 28 51 -42 oder -45
- **per E-Mail:**
anzeigenabwicklung@technikwissen.de
- **auf CD-ROM:**
nach Möglichkeit im PC- oder Hybrid-Format, nicht im Macintosh-Format

Damit wir Ihre Anzeigen richtig zuordnen und prüfen können:

- **Senden Sie bitte unbedingt ein Farbproof per Post**, weil nur so ein genauer Vergleich der Daten mit dem gewünschten Ergebnis möglich ist.
- Bei der Übermittlung per ISDN oder E-Mail: Die Dateien und Verzeichnisse müssen eindeutige Auftragsbezeichnungen haben, d.h. den Namen der Zeitschrift und Ihren Firmennamen enthalten. Bitte verwenden Sie nach Möglichkeit Dateinamen ohne Sonderzeichen, Leerzeichen und Umlaute.

Bauingenieur

Die richtungweisende Zeitschrift im Bauingenieurwesen

Media-
Informationen



2010

Online-Werbung

1 Web-Adresse (URL):

www.bauingenieur.de

2 Kurzcharakteristik:

In Ergänzung zur Printausgabe bietet www.bauingenieur.de täglich aktuelle Meldungen für das gesamte Bauingenieurwesen, Veranstaltungshinweise, einen Stellenmarkt und eine umfangreiche Linksammlung. Darüber hinaus stehen „reviewte“ Fachaufsätze zum kostenpflichtigen Download bereit. Abgerundet wird das Angebot durch den Bautechnik-Markt, eines der größten Verzeichnisse für die Bauindustrie.

3 Zielgruppe:

Bauingenieure, Architekten, Entscheidungsträger und Meinungsbildner bei der Planung und Ausführung von Bauprojekten

4 Verlag:

Springer-VDI-Verlag GmbH & Co. KG
VDI-Platz 1
40468 Düsseldorf
Telefon: (02 11) 61 03-0
Telefax: (02 11) 61 03-414
E-Mail: info@technikwissen.de
Internet: www.technikwissen.de

5 Ansprechpartner:

Disposition: Susanne Storb
Telefon: (02 11) 61 03-3 80
Telefax: (02 11) 61 03-3 00
E-Mail: storb@technikwissen.de

6 Zugriffskontrolle:

Google Analytics

7 Zugriffe:

Visits: 2.994
Page Impressions: 8.927
(Basis: Juni 2009)

8 Datenanlieferung:

Mindestens 1 Woche vor Schaltbeginn per E-Mail an storb@technikwissen.de

Dateiformate:

JPG oder GIF, maximale Dateigröße 15 KB

9 Externer AdServer-Einsatz: -

10 Werbeformen und Preise:

Werbeform	Platzierung	Format (B x H)	Preis je Monat
Full-Size-Banner	News	468 x 60 Pixel	€ 670,-
Half-Size-Banner	alle Rubriken	234 x 60 Pixel	€ 460,-
Button	alle Rubriken	120 x 50 Pixel	€ 880,-
Skyscraper	alle Rubriken	120 x 600 Pixel	€ 1.120,- (Mindestbuchung 4 Wochen)

11 Rabatte:

Malstaffel	Mengenstaffel	Rabatt
6 Monate	2 Banner	5 %
9 Monate	3 Banner	10 %
12 Monate	4 Banner	15 %

12 Zahlungsbedingungen:

14 Tage nach Rechnungsdatum netto, bei Vorauszahlung oder Bankabbuchung 2 % Skonto. Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

Bankverbindung:

Commerzbank AG: BLZ 300 800 00
Konto-Nr.: 02 121 724 00

Bauingenieur

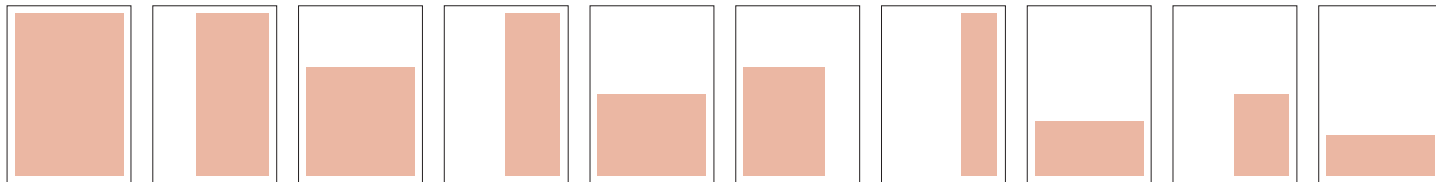
Die richtungweisende Zeitschrift im Bauingenieurwesen

Media-
Informationen

2010

Standard-Formate
für Anzeigen

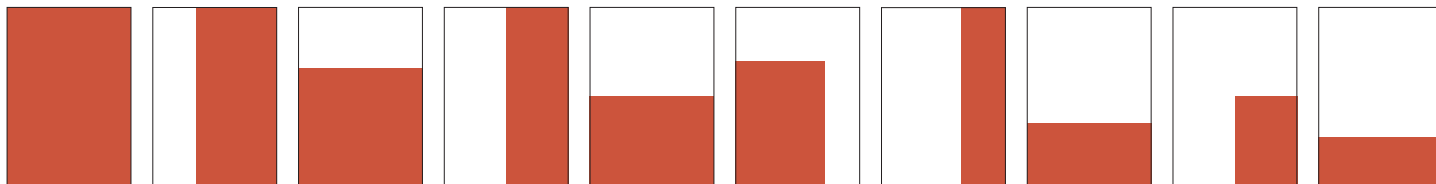
im Satzspiegel



1/1 Seite 185 mm breit 270 mm hoch	2/3 hoch 122 mm breit 270 mm hoch	2/3 quer 185 mm breit 174 mm hoch	1/2 hoch 90 mm breit 270 mm hoch	1/2 quer 185 mm breit 130 mm hoch	Junior Page 130 mm breit 185 mm hoch	1/3 hoch 58 mm breit 270 mm hoch	1/3 quer 185 mm breit 87 mm hoch	1/4 hoch 90 mm breit 130 mm hoch	1/4 quer 185 mm breit 63 mm hoch
---	--	--	---	--	---	---	---	---	---

im Anschnitt

alle Formate zzgl. 3 mm Beschnitt an allen Heftaußenkanten



1/1 Seite 210 mm breit 297 mm hoch	2/3 hoch 132 mm breit 297 mm hoch	2/3 quer 210 mm breit 192 mm hoch	1/2 hoch 100 mm breit 297 mm hoch	1/2 quer 210 mm breit 144 mm hoch	Junior Page 140 mm breit 202 mm hoch	1/3 hoch 72 mm breit 297 mm hoch	1/3 quer 210 mm breit 102 mm hoch	1/4 hoch 102 mm breit 142 mm hoch	1/4 quer 210 mm breit 79 mm hoch
---	--	--	--	--	---	---	--	--	---

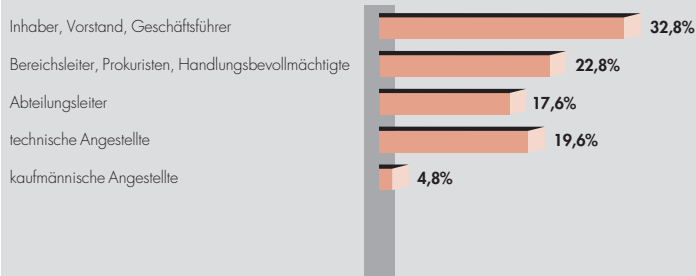
Sonder-Formate/Sonder-Werbeformen

Teilen Sie uns Ihre Wünsche zu Sonder-Formaten und Sonder-Werbeformen mit.

Wir unterbreiten Ihnen gerne ein Angebot.

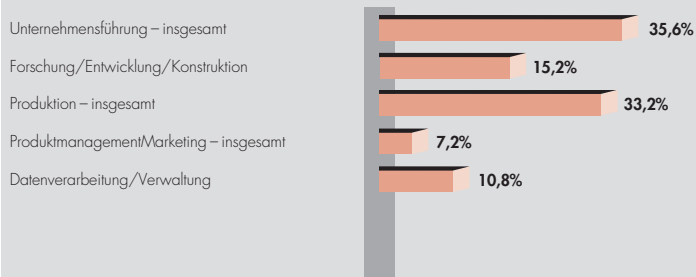
Eine hochkarätige Leserschaft in der Zielgruppe über 7.000 Bauingenieure des Fachbereichs Bautechnik im VDI

Welche Stellung nehmen die Mitglieder des Fachbereichs Bautechnik in den jeweiligen Betrieben ein?

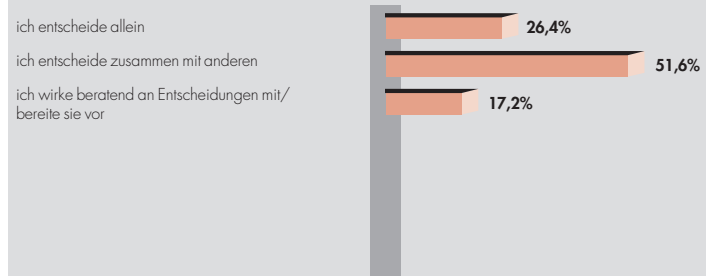


Fazit:
73,2% der befragten VDI-Mitglieder sind in leitenden Funktionen tätig.

Mit welchem Aufgabenbereich befassen sich die Mitglieder des Fachbereichs Bautechnik?

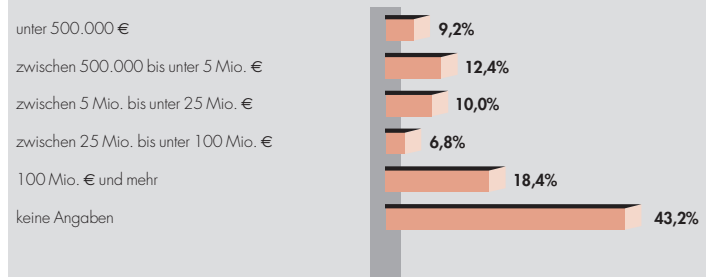


Wenn es um Investitions- und Einkaufsentwicklungen geht – in welchem Maße sind daran die Mitglieder des Fachbereichs Bautechnik beteiligt?



Fazit:
95,2% der befragten VDI-Mitglieder sind an Investitions- und Einkaufsentscheidungen beteiligt.

Wie hoch beläuft sich der jährliche Umsatz in den Unternehmen, in welchen die Mitglieder des Fachbereichs Bautechnik tätig sind?



Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen

Ziffer 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. Für die Abwicklung eines Anzeigenauftrages sind ausschließlich diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen maßgeblich. Abweichende Bedingungen des Auftraggebers finden auch dann keine Anwendung, wenn der Verlag im Einzelfall nicht widerspricht.

Ziffer 2 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 Anzeigen abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.

Ziffer 3 Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.

Ziffer 4 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 höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.

Ziffer 5 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.

Ziffer 6 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 eindeutig als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

Ziffer 7 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 deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsfleuten, Annahmestellen oder Vertretern abgegeben 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.

Ziffer 8 Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen, ist der Auftraggeber verantwortlich. 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.

Ziffer 9 Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages.

Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Aufgabenteilung – ausgeschlossen; Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seiner gesetzlichen Vertreter und Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt.

Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts beschränkt.

Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

Ziffer 10 Probeabzüge 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 Probeabzugs gesetzten Frist mitgeteilt werden.

Ziffer 11 Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

Ziffer 12 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.

Ziffer 13 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 Rechnungen abhängig zu machen.

Ziffer 14 Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausmitte, 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.

Ziffer 15 Kosten für die Anfertigung bestellter Lithos, Filme und Vorlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

Ziffer 16 Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preiserminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres dies 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 Preiserminderung berechtigender Mangel, wenn sie bei einer Auflage bis zu 50 000 Exemplare 20 v. H., bei einer Auflage bis zu 100 000 Exemplare 15 v. H., bei einer Auflage bis zu 500 000 Exemplare 10 v. H., bei einer Auflage über 500 000 Exemplare 5 v. H., beträgt. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preiserminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, daß dieser vor Erscheinen der Anzeigen vom Vertrag zurücktreten konnte.

Ziffer 17 Bei Chiffreanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Chiffreanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet.

Ziffer 18 Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.

Ziffer 19 Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Gerichtsstand ist der Sitz der Verlage. 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 Vertragsabschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes gelegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

- a) Anzeigenaufträge durch eine Agentur werden in deren Namen und auf deren Rechnung angenommen. Die Werbungsmitler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungstreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlervergütung (15 % auf Kundennetto = Bruttolarifpreis abzüglich kundenorientierter Rabatte) darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.
- b) Die allgemeinen und zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages gelten sinngemäß auch für Aufträge über Fremdbeilagen, Beikleber, Beihelfer oder technische Sonderausführungen. Jeder Auftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich.
Die Haftung des Verlages ist auf den Nettopreis für das Beilagen, Beikleber oder Beihelfen beschränkt.
Ansprüche auf Schadensersatz wegen Verlust, Fehlleistung oder Verzögerung in der Zusendung von Zuschriften auf Chiffreanzeigen sind ausgeschlossen.
- d) Falls eine Druckschrift ihr Erscheinen einstellt oder unterbricht, ohne dass dies vom Verlag zu vertreten ist, kann der Auftraggeber für Aufwendung an Text, Grafik, Herstellung von Druckunterlagen usw., die dadurch gegenstandslos werden, keinerlei irgendwies geartete Forderung stellen.
Im übrigen gilt Ziffer 9 der Allgemeinen Geschäftsbedingungen.
- e) Höhere Gewalt, Betriebsstörungen usw. binden den Verlag von den eingegangenen Verpflichtungen.
- f) Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen. Dem Auftraggeber obliegt es, den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen, die diesen aus der Ausführung des Auftrages, auch wenn er storniert sein sollte, gegen den Verlag erwachsen. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Erscheinen stornierte Anzeigen, so stehen auch dem Auftraggeber daraus keinerlei Ansprüche gegen den Verlag zu.
- g) Eine Änderung der Anzeigenpreisliste gilt ab Inkrafttreten auch für laufende Aufträge.
- h) Bei Konkursen und Zwangsvergleichen der Auftraggeber entfällt jeglicher Nachlass.
- i) Wenn für konzernangehörige Firmen die gemeinsame Rabattierung beansprucht wird, ist die schriftliche Bestätigung einer Kapitalbeteiligung von mindestens 50 % erforderlich.
- j) Die Übersendung von mehr als zwei Farbvorlagen, die nicht termingerechte Lieferung der Druckunterlagen und der Wunsch nach einer von der Vorlage abweichenden Druckwiedergabe können Auswirkungen auf Platzierung und Druckqualität verursachen und schließen spätere Reklamationen aus. Der Verlag muß sich die Berechnung entstehender Mehrkosten vorbehalten.
- k) Der Verlag ist berechtigt, die bezüglich der Geschäftsbeziehung oder im Zusammenhang mit dieser erhaltenden Daten über den Geschäftspartner, gleich ob diese vom Geschäftspartner selbst oder von Dritten stammen, im Sinne des Bundesdatenschutzgesetzes zu verarbeiten.

Zielgruppen-Kompetenz

Produktion · Konstruktion · Bau · Energie · Logistik · Umwelt

