

Media-
Informationen

2024

www.industriebau-online.de



Zeitschriften und
Spezialmedien GmbH

industriebAU

Architektur und Technik

Ihre Ansprechpartner

Anzeigen

Ulla Schaller
Mediaberaterin
Tel. 08233/381-201
ulla.schaller@forum-zeitschriften.de

Anzeigendisposition

Birgit Graef
Tel. 08233/381-247
birgit.graef@forum-zeitschriften.de

Redaktion

Robert Altmannshofer, M.A.
Chefredakteur
Tel. 08233/381-129
robert.altmannshofer@forum-zeitschriften.de

Karin Kronthaler
Stellv. Chefredakteurin
Tel. 08233/381-536
karin.kronthaler@forum-zeitschriften.de

Kirsten Posautz
Tel. 08233/381-518
kirsten.posautz@forum-zeitschriften.de

Marie Graichen
Tel. 08233/381-497
marie.graichen@forum-zeitschriften.de

Online/Technik

Martina Schneemayer, Dipl.-Wirtschaftsinform.
Tel. 08233/381-545
martina.schneemayer@forum-zeitschriften.de

Events

Martin Gräber
Tel. 08233/381-120
martin.graeber@forum-zeitschriften.de

Vertrieb/Leserservice

Andrea Siegmann-Kowsky
Tel. 08233/381-361
andrea.siegmann@forum-zeitschriften.de

FORUM Zeitschriften und Spezialmedien GmbH
Mandichostraße 18, 86504 Merching
Telefon: 08233/381-201
Telefax: 08233/381-212
www.industriebau-online.de

Inhaltsverzeichnis

3.....	AMF 1: Redaktion/Verlag, Umfangs- und Inhalts-Analyse
4-5	AMF P: Anzeigenpreisliste
6-7	AMF P: Anzeigenformate
8-9	AMF T: Termin- und Themenplan
10-11	Firmenverzeichnis Basiseintrag + Premium, Print + Digital
12.....	industrieBAU -Sonderheft Digitalisierung
13.....	Event: Fachveranstaltungen
14.....	Kompendien von industrieBAU
15.....	Zutritt-Kompodium
16.....	Jahrbuch Smart Building
17.....	Trinkwasser-Kompodium
18.....	Kompodium Energiemanagement-Software
19.....	Kompodium Klimatechnik

20.....	Digital: Banner
21.....	Digital: Content Marketing
22.....	Digital: E-Mail-Newsletter
23.....	Digital: Stand-Alone-Newsletter
24.....	Digital: Whitepaper
25.....	Merkblatt „Elektronisch übermittelte Druckunterlagen“
26.....	AMF 2: Auflagen- und Verbreitungsanalyse
27.....	AMF 3-E: Empfänger-Struktur-Analyse
28.....	AMF 3-E: Kurzfassung der Erhebungsmethode
29-30	Allgemeine Geschäftsbedingungen für die Vermarktung von Medialeistungen (print)
31-33	Allgemeine Geschäftsbedingungen für die Vermarktung von Medialeistungen (digital)
34-35	Allgemeine Geschäftsbedingungen für die Vermarktung von Medialeistungen (Veranstaltungen/Events)



FORUM Zeitschriften und Spezialmedien GmbH, Mandichostraße 18, 86504 Merching, Tel. 082 33/381-201

- 1 Kurzcharakteristik:** Die Fachzeitschrift **industrieBAU** richtet sich an Investoren und Bauherren sowie Architekten und Planer in Industrie, Handel und Gewerbe. Sie informiert über professionelles Planen und Bauen für Industrie, Handel und Gewerbe, wegweisende Neubauprojekte und vorbildliche Bestandsmaßnahmen sowie über aktuelle Trends und Entwicklungen in der Industrie-architektur. Dazu berichtet **industrieBAU** fundiert über technische, konstruktive und organisatorische Anforderungen an moderne Arbeitsumgebungen und stellt Produkte und Lösungen für konkrete Projekte vom Entwurf bis zum Betrieb vor. Erfolgreiche Strategien für das nachhaltige Bauen und Betreiben von industriellen und gewerblichen Immobilien runden das inhaltliche Profil ab. Als Publikationsorgan der Arbeitsgemeinschaft Industriebau e.V. (AGI), München, arbeitet die Redaktion eng mit den AGI-Mitgliedern zusammen. Dadurch fließt das fachspezifische Know-how aus den Bauabteilungen der Großindustrie, den Architektur- und Planungsbüros mit Schwerpunkt Industrie- und Gewerbebau sowie den Unternehmen der Baustoffindustrie direkt in die inhaltliche Gestaltung von **industrieBAU** ein.
- 2 Mitgliedschaften:** AGI
- 3 Organ:** Arbeitsgemeinschaft Industriebau e.V. (AGI)
- 4 Herausgeber:** -
- 5 Redaktion:** Robert Altmannshofer, Chefredakteur
Karin Kronthaler, Stellv. Chefredakteurin
Kirsten Posautz, Redakteurin
Marie Graichen, Redakteurin
- 6 Anzeigen:** Ulla Schaller, Mediaberaterin
- 7 Jahrgang:** 70. Jahrgang
Erscheinungsweise: zweimonatlich
- 8 Verlag:** FORUM Zeitschriften und Spezialmedien GmbH
- 9 Postanschrift:** Postfach 1340, 86408 Mering
Hausanschrift: Mandichostraße 18, 86504 Merching
- 10 Telefon:** 0 82 33/381-201

11 Internet: www.industriebau-online.de
E-Mail: ulla.schaller@forum-zeitschriften.de

12 Termin- und Themenplan: siehe AMF-Schema T

13 Bezugspreis:
Jahresabonnement Inland **121,96 €** + 11,40 € Versand (zzgl. MwSt.)
Einzelverkaufspreis **25,-** (inkl. MwSt.)

ISSN-Nr.: 0935-2023

14 Umfangs-Analyse: 2022 = 6 Ausgaben

Format der Zeitschrift:	DIN A4
Gesamtumfang:	416 Seiten = 100,0 %
Redaktioneller Teil:	354,7 Seiten = 85,3 %
Anzeigenteil:	61,3 Seiten = 14,7 %

Beilagen	7 Stück
davon:	
Eigenbeilagen	4 Stück = 57,1 %
Kundenbeilagen	3 Stück = 42,9 %

15 Inhalts-Analyse des redaktionellen Teils: 2022 = 354,7 Seiten

Industriebau und Architektur	155,5 Seiten = 43,8 %
Bausysteme/Baustoffe	85,0 Seiten = 24,0 %
Gebäudetechnik	58,4 Seiten = 17,0 %
Arbeitsgemeinschaft Industriebau	27,8 Seiten = 7,8 %
Sonstiges (Titel, Editorial, Inhalt, Impressum)	27,0 Seiten = 7,6 %



FORUM Zeitschriften und Spezialmedien GmbH, Mandichostraße 18, 86504 Merching, Tel. 082 33/381-201

1 Zeitschriftenformat: B = 210 mm, H = 297 mm, DIN A4

2 Satzspiegel: B = 190 mm x H = 264 mm
Spaltenanzahl: 4 Spalten, Spaltenbreite 44 mm

3 Druck- u. Bindevverfahren, Druckunterlagen:
Offsetdruck, Klebebindung, Druckunterlagen bitte ausschließlich digital.
Hierfür gelten unsere gesonderten Richtlinien (siehe Merkblatt „Elektronisch übermittelte Druckunterlagen“, S. 25).

4 Termine:
Erscheinungsweise: 6 x jährlich
Erscheinungstermin: siehe Termin- und Themenplan
Anzeigenschluss: siehe Termin- und Themenplan

5 Verlag: FORUM Zeitschriften und Spezialmedien GmbH
Mandichostraße 18, 86504 Merching
Hausanschrift: Postfach 1340, 86408 Mering
Postanschrift: www.industriebau-online.de
Internet: Telefon: 08233/381-201
Anzeigenabteilung: E-Mail: ulla.schaller@forum-zeitschriften.de

6 Zahlungsbedingungen:
Bei Bankeinzug 2 % Skonto.
Innerhalb von 10 Tagen nach Rechnungsdatum netto.
Ust.-Ident Nr. DE 262996914

Bankverbindung: Stadtparkasse Augsburg, (BLZ 720 500 00), Kto. 2 587 921
IBAN: DE8872050000002587921, BIC: AUGSDE77XXX

7 Anzeigenformate und Preise: (alle im Tarif genannten Preise in € zuzüglich der gültigen Mehrwertsteuer)

Format	1c/4c Euroscala	1spaltig (AS*) mm	2spaltig (AS*) mm	3spaltig (AS*) mm	4spaltig (AS*) mm
1/1 Seite	3.990,-				190 x 264 (210 x 297*)
Junior Page	3.050,-			140 x 190 (148 x 202*)	
3/4 Seite	3.390,-			140 x 264 (148 x 297*)	
1/2 Seite	2.830,-		92 x 264 (100 x 297*)		190 x 132 (210 x 148*)
1/3 Seite	2.040,-	60 x 264 (68 x 297*)	92 x 164 (100 x 176*)		190 x 88 (210 x 95*)
1/4 Seite	1.610,-	44 x 264 (52 x 297*)	92 x 132 (100 x 148*)		190 x 65 (210 x 78*)
1/8 Seite	845,-	44 x 132	92 x 65		
2/1 Seite über Bund	7.560,-				392 x 264 (420 x 297*)
2 x Junior Page Bund	5.950,-				280 x 190 (296 x 202*)
2 x 1/2 Seite über Bund	5.420,-				392 x 132 (420 x 148*)
Titelklappe	4.980,-	115 x 297*			
Titelklappe Innenseite	2.960,-	115 x 297*			
Millimeter-Preis 1spaltig, 4c	10,-				

*Format für angeschnittene Anzeigen zzgl. 3 mm Beschnitt. Diese Preise gelten auch für Anzeigen in den Sonderteilen der Zeitschrift.

8 Vorzugsplatzierungen:

4. Umschlagseite	210 x 297 mm*	4.900,-
3. Umschlagseite	210 x 297 mm*	4.200,-
2. Umschlagseite	210 x 297 mm*	4.590,-
Bindende Platzierungsvorschriften:	20 % vom Grundpreis	

9 Farbzuschläge:

Je Sonderfarbe (HKS, Pantone, etc.) **1.275,-**

10 Formatzuschläge:

Inselanzeigen (allseitig vom Text umgeben) 50 % vom Grundpreis

11 Firmenverzeichnis, Sonder- und Zusatzformate in 4c:

An-/Verkäufe pro mm	(1sp., 44 mm breit)	3,80
Chiffregebühr		10,00
Firmenverzeichnis (siehe Seite 10)	Spalte	4,20/mm

Online-Werbeformen (siehe Seite 16-24)

IVW: Der Internetauftritt von industrieBAU ist seit Oktober 2011 IVW-geprüft.

Aktuelle Zahlen erhalten Sie gerne auf Anfrage.

Sonderwerbeformen

auf Anfrage

12 Rabatte:

Bei Abnahme innerhalb eines Insertionsjahres (Beginn mit Erscheinen der ersten Anzeige).

Malstaffel:

3maliges Erscheinen	5 %
6maliges Erscheinen	8 %

Mengenstaffel

2 Seiten	6 %
3 Seiten	8 %
6 Seiten	10 %

Alle Farb- und Platzierungszuschläge werden rabattiert.

Beilagen und technische Zusatzkosten werden nicht rabattiert.

13 Einkleber: (nicht rabattierbar)

2seitig	3.250,-
4seitig	5.450,-
6seitig	7.200,-
8seitig	8.050,-

Benötigte Liefermenge: 3.200 Exemplare

14 Beilagen: (nicht rabattierbar)

lose eingelegt, max. Größe 205 x 290 mm, Muster unbedingt erforderlich
bis 25 g Einzelgewicht
bis 50 g Einzelgewicht

je Tausend **290,-**
je Tausend **350,-**

Preise zzgl. des jeweils gültigen Postentgeltes

15 Aufgeklebte Postkarten, Warenmuster o. ä.: (nicht rabattierbar)

bei maschineller Verarbeitung

je Tausend **110,-**

Zuzüglich des jeweils gültigen Postentgeltes.

Preis gilt nicht für Warenmuster. Zur Ermittlung der tatsächlichen Kosten ist die Zusendung eines Musters bzw. Standmusters erforderlich.

Benötigte Liefermenge:

3.200 Exemplare

16 Versandanschrift: (für Pos. 13-15)

frei an

Silber Druck oHG
Otto-Hahn-Straße 25
34253 Lohfelden

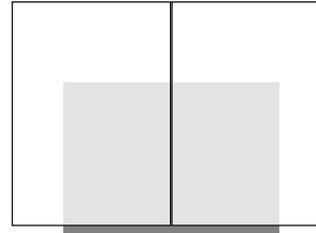
Liefervermerk: Für **industrieBAU** Ausgabe (Nr.)



2/1 Seiten über Bund
392 mm breit x 264 mm hoch
420 mm breit x 297 mm hoch*
Preis: 7.560,- Euro



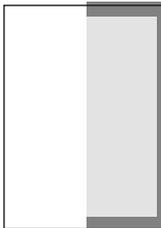
1/1 Seite
190 mm breit x 264 mm hoch
210 mm breit x 297 mm hoch*
Preis: 3.990,- Euro



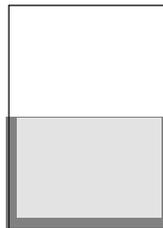
2x Junior Page über Bund
280 mm breit x 190 mm hoch
296 mm breit x 202 mm hoch*
Preis: 5.950,- Euro



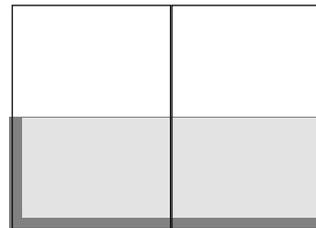
Titelklappe
115 mm breit x 297 mm hoch*
Preis: 4.980,- Euro



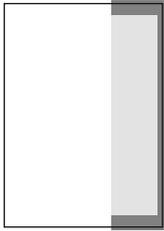
1/2 Seite 2spaltig
92 mm breit x 264 mm hoch
100 mm breit x 297 mm hoch*
Preis: 2.830,- Euro



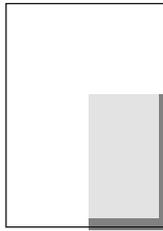
1/2 Seite 4spaltig
190 mm breit x 132 mm hoch
210 mm breit x 148 mm hoch*
Preis: 2.830,- Euro



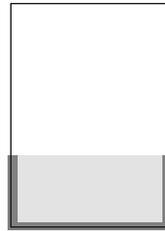
2x 1/2 Seiten über Bund
392 mm breit x 132 mm hoch
420 mm breit x 148 mm hoch*
Preis: 5.420,- Euro



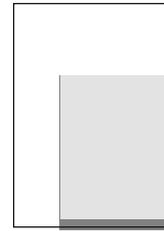
1/3 Seite 1spaltig
60 mm breit x 264 mm hoch
68 mm breit x 297 mm hoch*
Preis: 2.040,- Euro



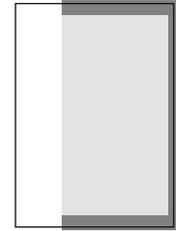
1/3 Seite 2spaltig
92 mm breit x 164 mm hoch
100 mm breit x 176 mm hoch*
Preis: 2.040,- Euro



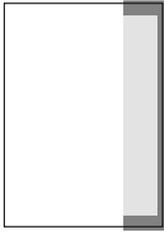
1/3 Seite 4spaltig
190 mm breit x 88 mm hoch
210 mm breit x 95 mm hoch*
Preis: 2.040,- Euro



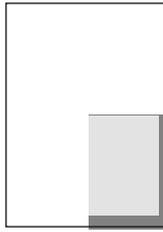
Junior Page
140 mm breit x 190 mm hoch
148 mm breit x 202 mm hoch*
Preis: 3.050,- Euro



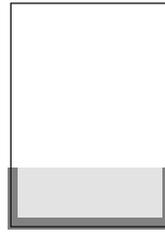
3/4 Seite 3spaltig
140 mm breit x 264 mm hoch
148 mm breit x 297 mm hoch*
Preis: 3.390,- Euro



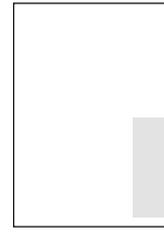
1/4 Seite 1spaltig
44 mm breit x 264 mm hoch
52 mm breit x 297 mm hoch*
Preis: 1.610,- Euro



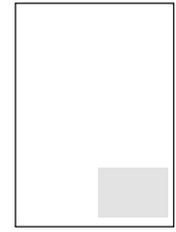
1/4 Seite 2spaltig
92 mm breit x 132 mm hoch
100 mm breit x 148 mm hoch*
Preis: 1.610,- Euro



1/4 Seite 4spaltig
190 mm breit x 65 mm hoch
210 mm breit x 78 mm hoch*
Preis: 1.610,- Euro



1/8 Seite 1spaltig
44 mm breit x 132 mm hoch
Preis: 845,- Euro



1/8 Seite 2spaltig
92 mm breit x 65 mm hoch
Preis: 845,- Euro

Formate für Anzeigen im Satzspiegel

*Formate für angeschnittene Anzeigen zzgl. 3 mm Beschnitt

Anschnittgefährdete Elemente mindestens
8 mm vom Beschnitt nach innen legen.



Ausgabe	Termine	Thema	Messen/Ausstellungen
1 Februar/März ET: 01.02.24 RS: 02.01.24	Anzeigenschluss:	Titel: Logistik & Distribution Bauen mit Holz und hybride Konstruktionen Dämmung Flachdachabdichtung Industrietore und Türen Fassadensysteme	19.02.-22.02.2024 R+T, Stuttgart
	08.01.24		20.02.-22.02.2024 E-World energy & water, Essen
	Druckunterlagen:		20.02.-22.02.2024 digitalBAU, Köln
	15.01.24		03.03.-08.03.2024 Light + Building, Frankfurt
			05.03.-08.03.2024 Dach + Holz, Stuttgart
		19.03.-22.03.2024 SHK, Essen	
		19.03.-22.03.2024 FENSTERBAU FRONTALE, Nürnberg	
2 April/Mai ET: 05.04.24 RS: 04.03.24	Anzeigenschluss:	Titel: Industriebau im urbanen Kontext Industrieböden RWA-Systeme Heizung/Lüftung/Klima im Büro- und Verwaltungsbau Lichtlösungen am Arbeitsplatz Trinkwasserhygiene und Sanitärinstallation	22.04.-26.04.2024 HANNOVER MESSE, Hannover
	11.03.24		22.04.-23.04.2024 Bundesfachtagung Betreiberverantwortung, Fulda
	Druckunterlagen:		23.04.-26.04.2024 IFH/Intherm, Nürnberg
	18.03.24		23.04.-26.04.2024 FAF Farbe, Ausbau und Fassade, Köln
3 Juni/Juli ET: 06.06.24 RS: 06.05.24	Anzeigenschluss:	Titel: Bauen im Bestand Bauen mit Systemen/Systemgebäude Dachbegrünung Baulicher Brandschutz Ladeinfrastruktur für Elektromobilität Technische Dämmung und Isolierung	17.06.-18.06.2024 CAFM-Messe, Fulda
	13.05.24		19.06.-21.06.2024 The Smarter E Europe, München: Intersolar, EMPower, Power2Drive und electrical energy storage
	Druckunterlagen:		23.06.-24.06.2024 IEX, Nürnberg
	21.05.24		26.06.-27.06.2024 FeuerTRUTZ, Nürnberg
			26.06.-27.06.2024 SicherheitsExpo, München

Ausgabe	Termine	Thema	Messen/Ausstellungen
Sonderheft + E-Book ET: 25.07.24	Anzeigenschluss: 24.06.24 Druckunterlagen: 01.07.24	Digitalisierung im Industriebau BIM, CAD, AVA, Visualisierung, Dokumentation, Plattformen, Projektmanagement, KI, VR, ... Case Studies, Referenzberichte, Anwendungsbeispiele	
4 August/September ET: 08.08.24 RS: 08.07.24	Anzeigenschluss: 15.07.24 Druckunterlagen: 22.07.24	Titel: Bauen für Forschung und Entwicklung Dachentwässerung und Regenwassermanagement Sicherheitstechnik Bauen mit Glas Technischer Brandschutz Regenerative Energieerzeugung und Energiespeicher	11.09.-14.09.2024 GaLaBau, Nürnberg 17.09.-20.09.2024 Security, Essen
5 Oktober/November ET: 04.10.24 RS: 02.09.24	Anzeigenschluss: 09.09.24 Druckunterlagen: 16.09.24	Titel: Produktionsgebäude Modulares Bauen Hallenheizung Höhenzugang und Absturzsicherung Lichtlösungen für die Industrie Arbeitsplatzgestaltung im Büro	07.10.-09.10.2024 Expo Real, München 08.10.-10.10.2024 Chillventa, Nürnberg 22.10.-25.10.2024 Orgatec, Köln
6 Dezember/Januar ET: 05.12.24 RS: 04.11.24	Anzeigenschluss: 11.11.24 Druckunterlagen: 18.11.24	Titel: Energieeffiziente Industriegebäude Industriedächer Tageslichtsysteme und RWA Bodensysteme und Bodenbeläge Schalung und Gerüstbau Perimetersicherung und Zutrittssteuerung	13.01.-18.01.2025 BAU, München 14.01.-16.01.2025 Perimeter Protection, Nürnberg

ET: Erscheinungstermin, RS: Redaktionsschluss

Änderungen vorbehalten

Feste Rubriken in **industrieBAU**

AGI

Produkte

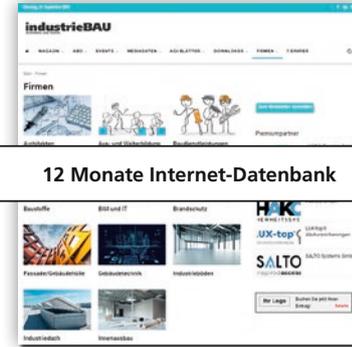
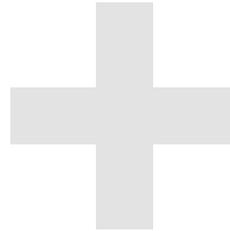
Materialien

Veranstaltungen

Forschung und Lehre



6 Print-Ausgaben



12 Monate Internet-Datenbank

1 Firmenverzeichnis

Print + Internet + Link – nur Jahresschaltung (nicht rabattierbar)
Werbeeinträge 4c, jeweils 1spaltig

je Ausgabe und Rubrik inkl. Eintrag im Internet mit Link

4,20/mm

2 Technische Angaben

Der Eintrag ist farbig. Somit ist auch der Wiedererkennungswert mit der CI der Firma gegeben.
Spaltenbreite 44 mm.
Druckunterlagen: druckfähiges PDF mit 300 dpi, generell 4c nach Euroskala angelegt.
Logo im JPG-Format für eine einheitliche Darstellung im Internet mitliefern.

3 Belegungszeitraum

6 Print-Ausgaben und parallel 1 Jahr im Internet. Einstieg ist jederzeit möglich.
Inhaltliche Änderungen können unterjährig vorgenommen werden.

4 Premium-Eintrag online – zusätzlich gebucht

Erweitern Sie Ihren Basiseintrag für einen Aufschlag von nur **410,-** im Jahr zu einem Premium-Eintrag. Dieser beinhaltet zusätzlich:

- ein detailliertes Profil Ihrer Firma (bis zu 3.500 Zeichen)
- Logo plus vier Produkt- oder Projektbilder und Link zu Ihrem Image-/Produktvideo
- eine komplette Verschlagwortung Ihres Eintrags nach Ihren Wünschen
- die Möglichkeit zur Hinterlegung von pdf-Dokumenten zum direkten Download

Wichtig: Nach Ablauf der Vereinbarung müssen Sie nicht kündigen. Sie werden schriftlich angefragt, ob Sie Ihre Präsenz im Firmenverzeichnis verlängern möchten.

5 Rechnungsstellung

Die Einträge sind nicht rabatt- bzw. provisionsfähig.
Die Einträge werden für die gesamte Buchungsdauer (6 Ausgaben) im Voraus – mit Erscheinen der ersten belegten Ausgabe – in Rechnung gestellt.

Industriedach

- Absturzsicherung
- Dachabdichtung
- Dachbegrünung
- Dachdämmung
- Dachentwässerung
- Dachoberlichter/Tageslicht
- Dach-Photovoltaik
- Dachwartung

Fassade/Gebäudehülle

- Fassadenbaustoffe
- Fassadendämmung
- Fassadensysteme
- Fenster
- Gebäudehülle
- Industrietore
- Türen

Industrieböden

- Beschichtungen
- Dämmung
- Hallenböden
- Sanierung

Innenausbau

- Arbeitsplatzgestaltung
- Bodenbeläge
- Bodensysteme

- Decken
- Türen
- Wände

Technische Gebäudeausrüstung

- Aufzüge/Fördertechnik
- Beleuchtung
- BHKW/Kraft-Wärme-Kopplung
- Elektrotechnik
- Gebäudeautomation/-leittechnik
- Hallenbeleuchtung
- Hallenheizung
- Heizung/Lüftung/Klima
- Küchentechnik/Kantinen
- Sanitär
- Sicherheitstechnik
- Tageslicht und Sonnenschutz

Brandschutz

- Brandmeldetechnik
- Brandschutztüren
- Brandschutzwände
- Feuerlöschanlagen
- Fluchtwegsicherung
- Rauch-Wärme-Abzugsanlagen

Außenraum

- Außenmöblierung
- Außenraumgestaltung
- Entwässerung
- Perimetersicherung

Baudienstleistungen

- Bauunternehmer
- Fachplaner
- Generalunternehmer
- Gerüstbau
- Innenarchitekten
- Modulares Bauen/Bauen mit Systemen
- Sachverständige

Aus- und Weiterbildung

- Private Bildungsträger
- Universitäten und Fachhochschulen

IT im Bauwesen

- AVA
- CAD
- CAFM
- Projektmanagement-Plattformen



Neu: **industrieBAU-Sonderheft Digitalisierung**

Sie möchten Ihre IT-Produkte und Lösungen für die Digitalisierung im Industrie- und Gewerbebau anschaulich und in einem attraktiven Umfang einer hochqualifizierten Zielgruppe vorstellen? Unser **industrieBAU-Sonderheft** bietet Ihnen hierzu die Gelegenheit!

Mit einem 1-, 2- oder sogar 4-seitigen Advertorial können Sie beispielsweise anhand Ihrer Referenzen fundiert und plakativ zeigen, welchen Nutzen Ihre Produkte und Lösungen für Architekten, Planer, Projektmanager und Bauherren bieten.

Das **industrieBAU-Sonderheft Digitalisierung** erscheint wie die Zeitschrift in einer Auflage von 3.100 Exemplaren. Sie erreichen damit alle Abonnenten von industrieBAU sowie die hoch qualifizierten Leser in den Bauabteilungen großer Industrieunternehmen durch unsere Kooperation mit der Arbeitsgemeinschaft Industriebau e.V. (AGI). Zudem adressieren wir gezielt Architekturbüros mit Schwerpunkt im Industrie- und Gewerbebau.

Positionieren Sie sich mit Case Studies, Referenzberichten oder Anwendungsbeispielen in Ihrem Advertorial in den folgenden Themengebieten:

CAD, BIM, Visualisierung, AVA, Dokumentation, Plattformen, Projektmanagement, KI, VR

Preise:

1-seitiges Advertorial	2.600,-
2-seitiges Advertorial	4.200,-
4-seitiges Advertorial	7.300,-

Pro Druckseite max. 2.500 Zeichen (inkl. Leerzeichen) und zwei bis drei Bilder.

Darüber hinaus gelten unsere **Formatanzeigenpreise** von 1/4-Seite bis 1/1-Seite (siehe Seite 4).

Anzeigenschluss:	24.06.2024
Druckunterlagenchluss:	01.07.2024
Erscheinungstermin:	25.07.2024



Fachveranstaltungen von **industrieBAU** – Präsenz und digital

Wissensvermittlung für die Teilnehmer und Networking stehen bei den Fachveranstaltungen von **industrieBAU** voll im Fokus.

Für Industriepartner bieten wir je nach Veranstaltung attraktive Beteiligungsmodelle.

Von den großzügig dimensionierten Kommunikationspausen mit hochwertigem Catering über Break-out-Sessions, Workshops und Besichtigungen schaffen wir vielfältige Anlässe und Gelegenheiten für die direkte Kommunikation mit den Teilnehmern.

Ihr Vorteil: Der direkte Draht zum Kunden

Als Industriepartner knüpfen Sie auf unseren Fachveranstaltungen den direkten Kontakt zu Ihrer Zielgruppe!

Durchgeführte Veranstaltungen 2023:

- Online-Seminar „Industrieboden“
- CAFM-MESSE UND KONGRESS, Fulda (Präsenz)
- Bundesfachtagung Betreiberverantwortung, Fulda (Präsenz)
- Tagung Nachhaltigkeit im FM, Berlin (Präsenz)
- Online-Lehrgänge CAFM

Veranstaltungsvorschau 2024:

- Bundesfachtagung Betreiberverantwortung (Präsenz)
 - CAFM-Messe (Präsenz)
 - Online-Lehrgang BIM Management
 - Online-Lehrgang Industrieboden
- + weitere Präsenzveranstaltungen und Online-Seminare
(in Kooperation mit der Fachzeitschrift Der Facility Manager)

Konditionen, Termine und Details auf Anfrage



Kompendien von **industrieBAU**, **Der Facility Manager** und **hotelbau**

Unsere Kompendien behandeln technische Themen allgemeinverständlich und umfassend. Eine Anbieter- bzw. Produktübersicht (gegen Teilnahmegebühr) komplettiert die zielgruppengerechten Fachinformationen. Sie liefert mit den technisch relevanten und investitionsentscheidenden Zahlen, Daten und Fakten praxisgerechte Orientierung für den Leser. Industriepartner profitieren von dem zielgruppengerecht und fachlich hochwertig gestalteten Redaktionsumfeld und der neutral aufbereiteten Darstellung ihres Unternehmens bzw. ihrer Produkte im Übersichtsteil. Alternativ bieten 1-seitige oder 2-seitige Advertorials Raum zur Präsentation von Produkten und Lösungen.

Empfänger der Kompendien sind die Abonnenten von **industrieBAU**, **Der Facility Manager** und **hotelbau** und damit die Kernzielgruppe unserer Titel. In einer Auflage von 5.000 Exemplaren richten sich die Kompendien an Bauherren, Architekten und Fachplaner im industriellen Bereich (**industrieBAU**), Immobilienbetreiber (Der Facility Manager) sowie Hotel-Investoren und -Betreiber (hotelbau). Sie erhalten die Kompendien gemeinsam mit dem jeweiligen Heft. Zudem stehen die Kompendien kostenfrei als Download auf Webseiten unserer Zeitschriften zur Verfügung.

Eine crossmediale Berichterstattung zum Kompendium in der jeweiligen Fachzeitschrift, in den E-Mail-Newslettern und auf den Webseiten garantiert maximale Aufmerksamkeit in den Zielgruppen.

Empfängerstruktur:

Titel	Abonnenten IWW Q2/2023
industrieBAU	640
Der Facility Manager	2.344
hotelbau	1.262

Teilnahmegebühr Tabellen-Eintrag im Übersichtsteil (1-seitige bzw. 2-seitige themenspezifische Tabelle)

1-seitiges bzw. 2-seitiges Advertorial

Anzeigen (Formate siehe Seite 6-7, Vorzugsplatzierung auf Anfrage)

	auf Anfrage
	auf Anfrage
1/1 Seite	3.740,-
1/2 Seite	2.450,-
1/3 Seite	2.150,-
1/4 Seite	1.790,-



Das Zutritt-Kompodium

Die Digitalisierung macht auch vor verschlossenen Türen nicht Halt. Moderne Zutrittslösungen haben die Kombination aus mechanischem Schloss und Schlüssel längst abgelöst, denn sie können weit mehr als nur eine Tür öffnen oder verriegeln. Mit digitalen Zutrittssystemen lassen sich beispielsweise viele Zutrittspunkte auf einmal verwalten, sodass Mitarbeiter- oder Besucherströme geregelt durch das Gebäude geleitet werden.

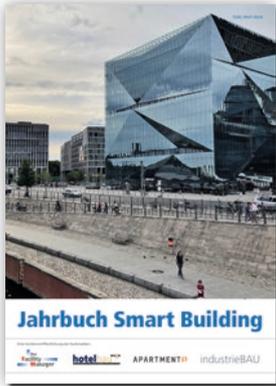
Dabei hängt die passende Zutrittslösung immer von den individuellen Anforderungen an das Sicherheitskonzept ab. Die Bandbreite an Technologien auf dem Markt ist groß. Das **Zutritt-Kompodium 2024** klärt über die verschiedenen Komponenten, Funktionsweisen und Anwendungsmöglichkeiten auf. Es verschafft den Lesern einen Überblick zum Thema Zutrittsmanagement und unterstützt so Investoren und Gebäudebetreiber bei der Auswahl eines geeigneten Systems.

Teilnahme mit fragebogenbasiertem Tabelleneintrag
Formatanzeigen optional zubuchbar (siehe Seite 14)

Verbreitung mit:

Titel	Ausgabe	Erscheinungstag
industrieBAU	2/2024	05.04.2024
Der Facility Manager	3/2024	29.02.2024
hotelbau	2/2024	07.03.2024

Redaktionsschluss: 24.01.2024
Anzeigenschluss: 01.02.2024
Druckunterlagenschluss: 08.02.2024



Neu: Jahrbuch Smart Building

Smart Buildings, also Gebäude, die mit digitalen Technologien intelligent gesteuert und von den Nutzern individueller genutzt werden können, werden zunehmend interessant für Bauherren wie auch Immobilienbetreiber und ihr Facility Management. Die Gründe hierfür sind vielfältig: Sie reichen von hoher Energieeffizienz über bessere Rahmenbedingungen für die Gesundheit der Nutzer bis hin zur Nachhaltigkeit der Gebäude und ihrer besseren Vermietbarkeit oder dem leichteren Verkauf. Hinzu kommt eine effizientere, flexiblere und zugleich transparentere Verwaltung von Flächen, Arbeitsplätzen und Ressourcen.

Da Smart Buildings noch relativ jung sind, steht einem hohen Informationsbedarf eine geringe Informationsdichte gegenüber.

Das **Jahrbuch Smart Building** stellt somit ein deutschsprachiges Informations-Medium für Bauherren und Betreiber bereit, um sich mit dem Themenfeld der intelligenten Gebäudetechnologie und -steuerung zu befassen.

Technologielieferanten, Produkthersteller und Dienstleistungsanbieter aus dem Smart Building-Umfeld haben die Möglichkeit, ihre Lösungen in Form von **ein- oder zweiseitigen Advertorials** detailliert zu präsentieren.

Alternativ können **Formatanzeigen** gebucht werden (siehe Seite 14).

Verbreitung mit:

Titel	Ausgabe	Erscheinungstag
industrieBAU	4/2024	06.06.2024
Der Facility Manager	5/2024	25.04.2024
hotelbau	3/2024	03.05.2024

Redaktionsschluss: 21.03.2024

Anzeigenschluss: 28.03.2024

Druckunterlagenschluss: 04.04.2024



Das Trinkwasser-Kompedium

In unserem **Trinkwasser-Kompedium** vertiefen wir ein im Rahmen der Betreiberverantwortung sehr wichtiges Thema: die Trinkwasser-Hygiene.

Die hohen Anforderungen der Trinkwasserverordnung treffen in der Praxis des Immobilienbetriebs immer öfter auf veränderte Nutzungsbedingungen in Gebäuden, die aus den Folgen der Coronapandemie resultieren. Reduzierte Belegungen oder gar Flächenleerstand führen zu Stagnationszeiten in Trinkwasser-Installationen mit dem entsprechenden Risiko der Verkeimung. Allen voran sind hier Legionellen eine Gefahr für Nutzer ebenso wie für Betreiber von Gebäuden, die dann in der Haftung stehen.

Das **Trinkwasser-Kompedium** mit dem Untertitel „Technologien für den sicheren Betrieb von Trinkwasser-Installationen“ informiert deshalb fundiert über Risiken und Lösungsmöglichkeiten zur Wahrung der Trinkwasser-Hygiene.

ProduktHersteller und Dienstleistungsanbieter haben die Möglichkeit, ihre Lösungen in Form von **ein- oder zweiseitigen Advertorials** detailliert zu präsentieren.

Alternativ können **Formatanzeigen** gebucht werden (siehe Seite 14).

Verbreitung mit:

Titel	Ausgabe	Erscheinungstag
industrieBAU	5/2024	04.10.2024
Der Facility Manager	10/2024	27.09.2024
hotelbau	6/2024	07.11.2024

Redaktionsschluss: 14.08.2024

Anzeigenschluss: 29.08.2024

Druckunterlagenschluss: 05.09.2024



Kompedium Energiemanagement-Software

Energiemanagement-Systeme gewinnen im Facility Management rasant an Bedeutung. Energie professionell managen bedeutet, sich über die Energieströme im Unternehmen klar zu werden. Darauf setzt dann ein kontinuierlicher Verbesserungsprozess auf, der den Energieverbrauch systematisch minimieren hilft. Deshalb erfordert das Energiemanagement sowohl beim Einstieg als auch in der dauerhaften Praxis fundiertes Wissen und geeignete Werkzeuge.

Unser **Kompedium Energiemanagement-Software** informiert Investoren, Bauherren und Betreiber über geeignete Herangehensweisen an die vielfältigen Aufgaben und die verfügbaren Technologien zu ihrer Bewältigung.

Die Anbieterübersicht bietet in zweiseitigen Datenblättern detaillierte Informationen zu den wesentlichen Merkmalen verschiedener am Markt verfügbarer Energiemanagement-Softwareprodukte. Die Datenblätter vereinfachen den Rechercheaufwand und liefern handfeste Zahlen und Fakten für die Meinungsbildung. Damit unterstützt das EMS-Kompedium maßgeblich die Entscheidungsprozesse bei der Suche nach einem professionellen Werkzeug für das Energiemanagement.

Teilnahme mit fragebogenbasiertem Tabelleneintrag
Formatanzeigen optional zubuchbar (siehe Seite 14)

Verbreitung mit:

Titel	Ausgabe	Erscheinungstag
industriebAU	Individueller Versand	31.10.2024
Der Facility Manager	11/2024	31.10.2024
hotelbau	Individueller Versand	31.10.2024

Redaktionsschluss: 23.09.2024
Anzeigenschluss: 01.10.2024
Druckunterlagenschluss: 09.10.2024



Kompodium Klimatechnik (Wasser-Kühlsätze, VRF, Wärmepumpen)

Das Sonderheft mit dem Untertitel „Energieeffizient Kühlen und Heizen“ klärt Investoren Bauherren und professionelle Gebäudebetreiber über die Technik und Systemvorteile von Wasser-Kühlsätze, VRF-Geräten und Wärmepumpen auf.

Das Kompodium arbeitet dazu die Besonderheiten und Anwendungsfelder der verschiedenen Anlagen zielgruppen-gerecht heraus. Ebenso wird vertieft auf Aspekte der Energieeffizienz und der Klimaverträglichkeit der eingesetzten Kältemittel eingegangen.

Die Anbieterübersichten zu Kaltwassersätzen, VRF-Geräten und Wärmepumpen liefern in zweiseitigen Datenblättern detaillierte Informationen zu am Markt verfügbaren Aggregaten und damit verbundenen Dienstleistungen.

Damit unterstützt das **Kompodium Klimatechnik** maßgeblich die Entscheidungsprozesse bei den Zielgruppen.

Teilnahme mit fragebogenbasiertem Tabelleneintrag
Formatanzeigen optional zubuchbar (siehe Seite 14)

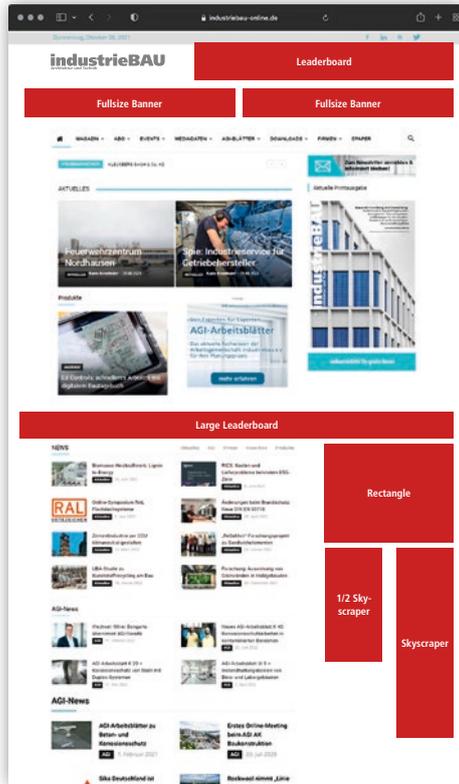
Verbreitung mit:

Titel	Ausgabe	Erscheinungstag
industrieBAU	6/2024	05.12.2024
Der Facility Manager	12/2024	28.11.2024
hotelbau	1/2025	10.01.2025

Redaktionsschluss: 24.10.2024

Anzeigenschluss: 31.10.2024

Druckunterlagenschluss: 07.11.2024



1. Banner auf www.industriebau-online.de

Dateiformate: jpg, gif, animated gif, png (animiert möglich, max. 120 KB)
4 Wochen pauschal, dauerhaft und exklusiv ohne Rotation

Leaderboard 728 x 90 px	890,-
Fullsize Banner 468 x 60 px	380,-
Large Leaderboard 970 x 90 px	1.220,-
Rectangle 300 x 250 px	540,-
Skyscraper 120 x 600 px	840,-
½ Skyscraper 120 x 300 px	430,-
Sticky WideSky 160 x 600 px	1.780,-
½ Sticky WideSky 160 x 300 px	950,-

Zugriffszahlen: (01.10.2022 - 30.09.2023)

Seitenaufufe (Pi)/ Jahr	Durchschnitt (Pi)/ Monat	Durchschnittliche Sitzungen/Monat	Durchschnitt Ereignisse/Monat	Interaktionsrate
75.229	6.269	3.083	16.245	71,05 %

**2. Online-Eintrag im Firmenverzeichnis in Verbindung mit Print
(siehe Seite 10/11)**



Start > Anzeige > Ed Controls: schnelleres Arbeiten mit digitalem Bautagebuch

Anzeige Produkt

Ed Controls: schnelleres Arbeiten mit digitalem Bautagebuch

Von Karin Koppeltaler • 01.04.2023



Bild: Ed Controls

Mit dieser benutzerfreundlichen Baustellen-App haben alle Beteiligten immer und überall die wichtigsten Informationen übersichtlich auf Knopfdruck. Auf allen Geräten, online und offline. Das ideale digitale Tool, das die Arbeit vereinfacht und Rechtssicherheit schafft. Arbeiten mit Ed Controls heißt:

Qualitätsversprechen einhalten

- Den Überblick über alle Projektänderungen behalten und reibungslose Übergaben gewährleisten.
- Projektdaten schlauer, einfacher und übersichtlicher verwalten.

Chaos verhindern

- Immer ganz genau wissen woran das Team gerade arbeitet.
- Eine klare Zuteilung der Aufgaben hält alle Beteiligten auf Kurs und vermindert Stress im Alltag.

3. Content Marketing auf www.industriebau-online.de

a. Firmen- und Produktnews

Überschrift mit max. 60 Zeichen

1 Bild

(696 px breit, Höhe max. 400 px, max. 150 KB, Dateiformate: jpg, png, Einbindung eines YouTube-Videos möglich)

Text mit max. 1.000 Zeichen

URL

erscheint auf der Homepage, **Laufzeit 1 Jahr**

660,-

b. Advertorial (Microsite)

Überschrift mit max. 60 Zeichen

3 Bilder/Grafiken

(696 px breit, Höhe max. 400 px, max. 150 KB, Dateiformate: jpg, png, Einbindung eines YouTube-Videos möglich)

Text mit max. 4.000 Zeichen

Videos möglich

URL

erscheint auf der Homepage, **Laufzeit 1 Jahr**

1.215,-

Bei allen Online-Content-Formaten bieten wir die redaktionelle Überarbeitung an. Ihr Vorteil: Sie erhalten Unique Content. **Aufpreis + 50%**

Ihre Ansprechpartnerin

Ulla Schaller

Mediaberaterin

Tel. 08233/381-201

ulla.schaller@forum-zeitschriften



4. Werben im E-Mail-Newsletter von industrieBAU

Kurzcharakteristik: Der **industriebAU**-Newsletter ist der aktuelle Nachrichtendienst der Zeitschrift **industriebAU** für Bauherren, Architekten und Planer. Der E-Mail-Newsletter informiert praxisbezogen und mit hohem Nutzwert über neue Normen, Richtlinien und Arbeitshilfen sowie über aktuelle Veranstaltungen und Projekte.

Empfängerstruktur: Rund 2.400 Professionals aus den Bauabteilungen von Industrieunternehmen (Mitgliedsfirmen der Arbeitsgemeinschaft Industriebau e. V.), Architektur- und Planungsbüros.

Öffnungsrate: Durchschnittlich 18,5 %

Klickrate: Durchschnittlich 3,72 %

Format: Newsletter im HTML-Format

Erscheinung: Monatlich in der ersten Woche des Monats.

a. Exklusiv-Banner im E-Mail-Newsletter von industrieBAU

Format: Top-Banner 600 x 100 px (max. 50 KB) mit Link + 600 x 600 px für Mobil

Preis:

860,- pro Ausgabe

b. Text-/Bild-Anzeigen im E-Mail-Newsletter von industrieBAU

Umfang: 400 Zeichen (inkl. Leerzeichen, inkl. Link) + 1 Bild

(300 px breit, Höhe max. 300 px, max. 50 KB, Dateiformate: jpg, png) + Link

Preis:

450,- pro Ausgabe

Ausgabe	Erscheinungstag	Text-Abgabe
01/2024	10.01.2024	03.01.2024
02/2024	07.02.2024	31.01.2024
03/2024	06.03.2024	27.02.2024
04/2024	03.04.2024	27.03.2024
05/2024	02.05.2024	25.04.2024
06/2024	05.06.2024	30.05.2024
07/2024	03.07.2024	26.06.2024
08/2024	07.08.2024	31.07.2024
09/2024	04.09.2024	28.08.2024
10/2024	02.10.2024	25.09.2024
11/2024	06.11.2024	30.10.2024
12/2024	04.12.2024	27.11.2024



5. Stand-Alone-Newsletter

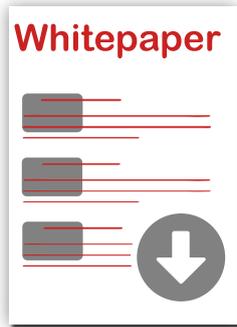
Der Stand-Alone-Newsletter von **industrieBAU** informiert rund 3.100 Professionals aus den Bauabteilungen von Industrieunternehmen (Mitgliedsfirmen der Arbeitsgemeinschaft IndustrieBau e.V.), Architektur- und Planungsbüros exklusiv mit Ihrer Werbebotschaft.

Umfang: Betreff-Zeile, 800 bis max. 1.000 Zeichen Text, 1 bis 2 Bilder (jeweils 600 px breit, Höhe max. 400 px, max. 50 KB/Bild, Dateiformate: jpg, png),
1 bis max. 2 Verlinkungen vorzugsweise als Button (dafür Buttontext erforderlich
z.B. „Hier informieren“, „Jetzt Energie sparen“, o. ä.), Link

Preis:

1.960,-

Maßgeblich für den Erfolg dieses Online-Tools ist eine hohe Klick- und Download-Rate, die Sie mit attraktiven und für den Nutzer hochwertigen Informationen (Downloads von Arbeitshilfen, Zeichnungen, Datenblättern, Anforderung von Materialproben, Anwenderbeispiele und Bilder) erzielen.



6. Whitepaper zur Lead-Generierung

Whitepaper vermitteln komplexe Inhalte auf verständliche, werbefreie Weise und überzeugen Kunden durch Kompetenz.

Sie werden als Kommunikations- und Werbeinstrument eingesetzt, um über zielgruppengenaue Kampagnen die Generierung hochwertiger Kundenkontakte zu erreichen (Lead-Generierung).

Wir bringen Ihr Whitepaper punktgenau und ohne Streuverlust in die Zielgruppe der industriellen Bauherren sowie der für sie tätigen Architekten und Fachplaner.

Ihre Vorteile: Präzise Zielgruppen-Ansprache + hoch qualifizierte Leads

- Mit unserem etablierten Fachmedium **industrieBAU** erreichen wir die für Sie relevante Zielgruppe crossmedial auf mehreren Kanälen.
- Durch den Download gegen Registrierung und Werbefreigabe bezeugen die Leser ihr explizites Interesse an Ihrem Thema.
- Der Download erfolgt über die Landingpage auf Ihrer Homepage. So erhalten Sie die generierten Leads direkt.

Ihr crossmediales Paket mit drei Bausteinen

- Redaktioneller Hinweis auf das Whitepaper in einer Print-Ausgabe von **industrieBAU**
- Meldung im E-Mail-Newsletter von **industrieBAU** zum Whitepaper
- Meldung zum Whitepaper auf der Webseite **www.industriebau-online.de** (ein Jahr online)

Hierzu benötigen wir von Ihnen 800 bis max. 1.000 Zeichen Text (inkl. Leerzeichen) und ein Bild im Querformat mit 300 dpi sowie einen Pretty-Link (wenn direkt auf Ihre Landingpage verlinkt wird).

Paketpreis:

3.100,-



FORUM Zeitschriften und Spezialmedien GmbH, Mandichostraße 18, 86504 Merching, Tel. 082 33/381-201

Übernahme digitaler Anzeigen:

Um digitale Anzeigen/Druckunterlagen über ISDN/DSL annehmen und problemlos weiterverarbeiten zu können, müssen bestimmte Bedingungen erfüllt sein:

1 Systeme/Programme:

ISDN/DSL-Anschlüsse

FTP (Zugangsdaten auf Anfrage)

E-Mail: engel@engel-wachs.de

Rückfragen unter Telefonnummer 0821/2 46 47-0

Datenformate für elektronische Anzeigen:

Druckprofil: ISO Coated v2

Acrobat PDF (PDF-Dateien bitte ohne Kennwort speichern)

Adobe InDesign

Illustrator

- Schmuckfarben (z. B. HKS, Pantone) sowie RGB und indizierte Farben bitte in Prozessfarben CMYK (Euroscala) anlegen.
- Bilder im Dokument sollten möglichst 1:1 platziert werden und mit 300 dpi/Strichbilder mit 1200 dpi aufgelöst sein. Strichstärken nicht unter 0,25 pt.
- Bildformate: eps, Tiff, jpeg

Andere Systeme/Programme auf Anfrage.

2 Datenträger

CD-ROMs, DVD-ROMs

Zusammen mit dem Datenträger werden alle Informationen über Zeitschrift/Titel, Absender/Firma, Betriebssystem, verwendete Programmversionen, Dateinamen und Farben benötigt. Dateien dürfen nicht als geschlossene PostScript-Files abgespeichert sein.

3 Schriften

Alle in der Anzeige verwendeten Schriften müssen aufgeführt werden oder in Zeichenwege umgewandelt werden. Im Zweifelsfall Schriften bitte beifügen.

4 Grafiken/Bilddaten

Sind in der Anzeige Grafiken oder Scans platziert, müssen diese als Originaldatei unbedingt beigelegt sein. Bild- und Grafikdaten sollten immer im CMYK-Modus geliefert werden. In PDF-Dateien dürfen keine RGB-Dateien verwendet werden und alle Schriften müssen eingebunden sein. Fragen zu den Distiller-Settings beantworten wir gerne unter Telefon 0821/2 46 47-0 oder senden Ihnen die Settings via E-Mail.

5 Farbanzeigen/Belege/Proofs:

Von jeder Anzeige wird ein Farbdruck oder je Farbe ein sw-Ausdruck benötigt mit jeweiliger Angabe der Farbe (Euroscala, HKS, Pantone). Bei Sonderfarben bitte Angaben in Prozessfarben mitliefern. Farbdrucke vom Farbkopierer sind nicht verbindlich, von digitalen Proofsystemen nur bedingt.

6 Preise:

Für die Bearbeitung digitaler Anzeigen gelten unsere gesonderten Preise. Produktionsprobleme aufgrund von unvollständigen oder fehlerhaften Dateien, falschen Einstellungen oder unvollständigen Angaben werden berechnet. Das gilt gleichermaßen für zusätzliche Satz- oder Lithoarbeiten sowie für die Erstellung fehlender Proofs.

Farbverbindlicher Digitalproof nach ISOcoated (DIN)

25,-

Stundensatz für die Bearbeitung übermittelter Daten

64,-

7 Gewährleistungen

Für Abweichungen in Texten, Abbildungen und insbesondere Farben anhand eines fehlenden Ausdrucks oder farbverbindlichen Proofs übernimmt der Verlag keine Haftung.



FORUM Zeitschriften und Spezialmedien GmbH, Mandichostraße 18, 86504 Merching, Tel. 082 33/381-201

16 Auflagenkontrolle:



17 Auflagenanalyse:

Exemplare pro Ausgabe
im Jahresdurchschnitt
(01.07.2022 bis 30.06.2023)

Druckauflage:	3.100		
Tatsächlich verbreitete Auflage	2.937	davon Ausland:	54
verkaufte Auflage:	657	davon Ausland:	53
■ Abonnierte Exemplare:	656	davon Mitgliederstücke:	119
■ Sonstiger Verkauf:	1		
Freistücke:	2.280		
Rest-, Archiv- und Belegexemplare:	163		

18 Geographische Verbreitungs-Analyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	98,16	2.883
Ausland	1,84	54
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,00	2.937



FORUM Zeitschriften und Spezialmedien GmbH, Mandichostraße 18, 86504 Merching, Tel. 082 33/381-201

19 Branchen/Wirtschaftszweige/Fachrichtungen/Berufsgruppen

Abteilung/Gruppe/Klasse	Empfängergruppen (lt. Klassifikation der Wirtschaftszweige)	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
		%	Exemplare
	Architekten	44,7	1.312
	Bauingenieure/Fachplaner	26,2	769
	Industrielle Bauherren	15,3	451
	Standort- und Immobilienbetreiber	13,8	405
	Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	2.937

20-24 Die Merkmale wurden nicht erhoben, weil die Beurteilung dieser Fachzeitschrift als Werbeträger hiervon nicht abhängig ist.



FORUM Zeitschriften und Spezialmedien GmbH, Mandichostraße 18, 86504 Merching, Tel. 082 33/381-201

1. Beschaffenheit der Datei:

In der Empfängerdatei sind die Anschriften aller Empfänger erfasst. Aufgrund der vorhandenen postalischen Angaben kann die Datei nach Postleitzahlen bzw. Inlands- und Auslands-Empfängern sortiert werden. Ergänzend sind in der Datei erfasst: Branchenzugehörigkeit.

2. Untersuchungsmethode:

Verbreitungs-Analyse durch Dateiauswertung – Totalerhebung

3. Tag der Datei-Auswertung: 01.07.2023

4. Struktur der Empfängerschaft:

a) Gesamtzahl der Empfänger in der Datei:	17.622
b) Struktur der Empfängerschaft einer aktuellen, durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:	
■ verkaufte Auflage	657
■ ständige Freistücke	55
■ wechselnde Freistücke	2.067
■ Werbexemplare	158
<hr/>	
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):	2.937
■ davon Inland	2.883
■ davon Ausland	54
c) Gesamtzahl der wechselnden Empfänger (Wechsel nach jeder Ausgabe)	12.402

5. Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA):	2.937	= 100,00 %
davon in der Untersuchung nicht erfasst:	158	5,35 %
■ Einzelverkauf	0	0 %
■ Werbexemplare	158	
Die Untersuchung repräsentiert:		

Empfänger	2.779	= 94,62 % der Grundgesamtheit (tvA)
-----------	-------	--

6. Beschreibung der Erhebung:

Die Auswertung der Daten erfolgte nach Branchenzugehörigkeit.
Die Qualifizierung der Adressen erfolgte durch den Verlag.

7. Zielperson der Untersuchung:

entfällt

8. Definition des Lesers:

entfällt

9. Schwankungsbreite:

entfällt

10. Durchführung der Untersuchung:

Verlag

11. Zeitraum der Untersuchung:

Juli 2023

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



1 „Anzeigenauftrag“ im Sinne 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.

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

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

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.

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

6 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.

7 Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

8 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 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.

9 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.

10 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. Schadenersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen. Schadenersatzansprüche 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 Verlages, seines gesetzlichen Vertreters und seines 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 die 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.

11 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 Probeabzuges gesetzlichen Frist mitgeteilt werden.

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

13 Die Stornierung eines Auftrages ist bis zum Anzeigenschluss kostenfrei. Bereits entstandene Kosten (Satzkosten, Portogebühren etc.) werden gesondert in Rechnung gestellt. Bei Stornierung eines Auftrages nach dem Anzeigenschlusstermin bzw. nicht rechtzeitigem Einreichen von Druckunterlagen, wird eine Stornogebühr in Höhe von 100% des für die entsprechende Ausgabe beauftragten Auftragsvolumens in Rechnung gestellt. Die Stornierung eines Auftrages muss bis zum jeweiligen Anzeigenschlusstermin dem Verlag in Textform vorliegen.

14 Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlungen leistet, wird die Rechnung sofort nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, ab Rechnungsdatum anlaufenden 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.

15 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.

16 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.

17 Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

18 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 %
bei einer Auflage bis zu 100.000 Exemplaren	15 %
bei einer Auflage bis zu 500.000 Exemplaren	10 %
bei einer Auflage über 500.000 Exemplaren	5 %

beträgt. 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. Eine Auflagenminderung aus Gründen der Ziffer 24 dieser AGB bleibt unberücksichtigt.

19 Beianzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Anzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Anzeigen 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 Dienstes zu Prüfzwecken zu öffnen. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.

20 Erfüllungsort ist Augsburg. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand Augsburg. 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, auch bei Nicht-Kaufleuten, 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 Augsburg vereinbart.

21 Alle gegenwärtigen und künftigen Forderungen der Agentur gegenüber ihrem Auftraggeber, betreffend die Insertion und eventuelle Zusatzkosten, sind an den Verlag abgetreten. Die Agentur ist ermächtigt, die abgetretenen Forderungen so lange einzuziehen, wie sie der vertragsgemäßen Zahlungspflicht dem Verlag gegenüber nachkommt. Der Verlag ist grundsätzlich berechtigt, die Abtretung offenzulegen und die Forderung selbst einzuziehen.

22 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 vom Anspruch 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.

23 Eingesandtes Bildmaterial muss frei von Rechten Dritter sein.

24 Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, illegalem Arbeitskampf, rechtswidriger Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung, Pandemien (wie z. B. durch SARS-CoV-2) und dergleichen – sowohl im Betrieb von Forum Zeitschriften und Spezialmedien GmbH als auch in fremden Betrieben, derer sich Forum Zeitschriften und Spezialmedien GmbH zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient, hat Forum Zeitschriften und Spezialmedien GmbH Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Printanzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit 80 Prozent der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verbreiteten oder auf andere Weise zugesicherten Auflage von Forum Zeitschriften und Spezialmedien GmbH ausgeliefert worden ist.



1. Werbeauftrag

1.1 „Werbeauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Schaltung eines Werbemittels oder mehrerer Werbemittel in Informations- und Kommunikationsdiensten, insbesondere dem Internet, zum Zwecke der Verbreitung.

1.2 Für den Werbeauftrag gelten ausschließlich die Allgemeinen Geschäftsbedingungen sowie die Preisliste des Anbieters, die einen wesentlichen Vertragsbestandteil bildet. Die Gültigkeit etwaiger Allgemeiner Geschäftsbedingungen des Auftraggebers oder sonstiger Inserenten ist, soweit sie mit diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen nicht übereinstimmen, ausdrücklich ausgeschlossen. Bei Aufträgen für Werbeschaltungen, die sich auf Online-Medien und andere Medien beziehen, gelten die jeweiligen Allgemeinen Geschäftsbedingungen für das betreffende Medium entsprechend.

2. Werbemittel

2.1 Ein Werbemittel im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen kann zum Beispiel aus einem oder mehreren der genannten Elemente bestehen: – aus einem Bild und/oder Text, aus Tonfolgen und/oder Bewegtbildern (u.a. Banner) – aus einer sensitiven Fläche, die bei Anklicken die Verbindung mittels einer vom Auftraggeber genannten Online-Adresse zu weiteren Daten herstellt, die im Bereich des Auftraggebers liegen (z.B. Link).

2.2 Werbemittel, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als solche erkennbar sind, werden als Werbung deutlich kenntlich gemacht.

3. Vertragsschluss

3.1 Vorbehaltlich entgegenstehender individueller Vereinbarungen kommt der Vertrag grundsätzlich durch schriftliche oder durch E-Mail erfolgende Bestätigung des Auftrags zustande. Auch bei mündlichen oder fernmündlichen Bestätigungen liegen die Allgemeinen Geschäftsbedingungen zugrunde

3.2 Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag im Zweifel mit der Werbeagentur zustande, vorbehaltlich anderer schriftlicher Vereinbarungen. Soll ein Werbungtreibender Auftraggeber werden, muss er von der Werbeagentur namentlich benannt werden. Die Anbieter sind berechtigt, von den Werbeagenturen einen Mandatsnachweis zu verlangen.

3.3 Werbung für Waren oder Leistungen von mehr als einem Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten innerhalb eines Werbeauftritts (z.B. Banner-, Pop-up-Werbung,...) bedürfen einer zusätzlichen schriftlichen oder durch E-Mail geschlossenen Vereinbarung.

4. Abwicklungsfrist

Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht des Auftraggebers zum Abruf einzelner Werbemittel eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Vertragsabschluss abzuwickeln.

5. Auftragserweiterung

Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 4 genannten Frist unter dem Vorbehalt vorhandener Kapazität auch über die im Auftrag genannte Menge hinaus weitere Werbemittel abzurufen.

6. Nachlasserstattung

6.1 Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Anbieter nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschiedsbetrag zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Anbieter zu erstatten.

6.2 Der Auftraggeber hat, wenn nichts anderes vereinbart, rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Werbemitteln innerhalb eines Jahres entsprechenden Nachlass, wenn er zu Beginn der Frist einen Vertrag abgeschlossen hat, der aufgrund der Preisliste zu einem Nachlass von vornherein berechtigt. Der Anspruch auf den Nachlass erlischt, wenn er nicht innerhalb von drei Monaten nach Ablauf der Jahresfrist geltend gemacht wird.

7. Datenanlieferung

7.1 Der Auftraggeber ist verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder technischen Vorgaben der Anbieter entsprechende Werbemittel rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern.

7.2 Die Pflicht des Anbieters zur Aufbewahrung des Werbemittels endet drei Monate nach seiner letztmaligen Verbreitung.

7.3 Kosten des Anbieters für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderung des Werbemittels hat der Auftraggeber zu tragen.

8. Chiffrewerbung

8.1 Für den Fall, dass Chiffrewerbung geschaltet werden kann, werden die Eingänge vier Wochen aufbewahrt oder gespeichert. Zuschriften, die in dieser Zeit nicht abgeholt oder abgerufen wurden, werden vernichtet bzw. gelöscht.

8.2 Briefe, die das zulässige Format DIN A4 (Gewicht 50g) überschreiten, sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen werden nicht entgegengenommen. Eingehende E-Mails werden nur bis zu einer Datenmenge von 300 Kilobyte pro E-Mail weitergeleitet.

9. Ablehnungsbefugnis

9.1 Der Anbieter behält sich vor, Werbeaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – abzulehnen bzw. zu sperren, wenn – deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder – deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder – deren Veröffentlichung für den Anbieter wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist.

9.2 Insbesondere kann der Anbieter ein bereits veröffentlichtes Werbemittel zurückziehen, wenn der Auftraggeber nachträglich Änderungen der Inhalte des Werbemittels selbst vornimmt oder die Daten nachträglich verändert werden, auf die durch ein Link verwiesen wird und hierdurch die Voraussetzungen des Absatzes 1 erfüllt werden.

10. Gewährleistung des Auftraggebers

10.1 Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber stellt den Anbieter im Rahmen des Werbeauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner wird der Anbieter von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Anbieter nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen.

10.2 Der Auftraggeber überträgt dem Anbieter sämtliche für die Nutzung der Werbung in Online-Medien aller Art, einschließlich Internet erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrages notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen und berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie aller bekannten Formen der Online-Medien.

10.3 Die Gewährleistungspflichten des Auftraggebers bezüglich gebuchter Online-Werbung bestimmt sich nach dem gebuchten Zeitraum. Der Auftraggeber hat während der gesamten Laufzeit des Vertrages die Webseiten bzw. Dokumente, auf die von der Online-Werbung verlinkt werden soll, aufrecht zu erhalten.

10.4 Der Verlag ist nicht verpflichtet, die zur Verfügung gestellten Werbemittel bzw. Inhalte auf deren Richtigkeit, Aktualität, Vollständigkeit, Seriosität, Qualität und/oder Freiheit von Fehlern zu überprüfen und übernimmt dafür weder ausdrücklich noch konkludent die Gewähr oder die Haftung.

11. Gewährleistung des Anbieters

11.1 Der Anbieter gewährleistet im Rahmen der vorhersehbaren Anforderungen eine dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe des Werbemittels. Als Leistungsnachweis gelten ausschließlich die über den Ad-Server des Anbieters erhobenen Daten. Dem Auftraggeber ist jedoch bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, ein von Fehlern vollkommen freies Programm zu erstellen. Die Gewährleistung gilt nicht für unwesentliche Fehler. Ein unwesentlicher Fehler in der Darstellung der Werbemittel liegt insbesondere vor, wenn er hervorgerufen wird – durch die Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungssoft- und/ oder Hardware (z. B. Browser) oder – durch Störung der Kommunikationsnetze anderer Betreiber oder – durch Rechnerausfall aufgrund Systemversagens – durch unvollständige und/oder nicht aktualisierte Angebote auf sogenannten Proxies (Zwischenspeichern) oder – durch einen Ausfall des Ad-Servers, der nicht länger als 24 Stunden (fortlaufend oder adiert) innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der vertraglich vereinbarten Schaltung andauert. Bei einem Ausfall des Ad-Servers über einen erheblichen Zeitraum (mehr als 10 Prozent der gebuchten Zeit) im Rahmen einer zeitgebundenen Festbuchung entfällt die Zahlungspflicht des Auftraggebers für den Zeitraum des Ausfalls. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen.

11.2 Bei ungenügender Wiedergabequalität des Werbemittels hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzwerbung, jedoch nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Bei Fehlschlägen oder Unzumutbarkeit der Ersatzwerbung, hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages.

11.3 Sind etwaige Mängel bei den Werbungsunterlagen nicht offenkundig, so hat der Auftraggeber bei ungenügender Veröffentlichung keine Ansprüche. Das gleiche gilt bei Fehlern in wiederholten Werbeschaltungen, wenn der Auftraggeber nicht vor Veröffentlichung der nächstfolgenden Werbeschaltung auf den Fehler hinweist.

11.4 Von der Gewährleistung ausgenommen sind Störungen, die aus Mängeln oder Unterbrechung des Rechners des Auftraggebers sowie der Kommunikationswege vom Auftraggeber zu den Servern des Anbieters entstehen.

11.5 Soweit die Werbemittel nicht auf einem Server des Verlags liegen, sondern durch den Server eines Dritten ausgeliefert werden (sog. Redirect-Verfahren) und der Auftraggeber insoweit, dem Verlag das Werbemittel über Mitteilung der URL des Werbemittels auf dem Server des Auftraggebers bzw. des Dritten bereitstellt, übernimmt der Verlag keine Gewährleistung und keine Haftung für die Auslieferung der Daten über das Internet sowie auch nicht bzgl. der sich daraus ergebenden weiteren Risiken, wie z. B. fehlerfreie Auslieferung und Beschaffenheit des Werbemittels und die Datensicherheit.

12. Leistungsstörungen

Fällt die Durchführung eines Auftrages aus Gründen aus, die der Anbieter nicht zu vertreten hat (etwa softwarebedingt oder aus anderen technischen Gründen), insbesondere wegen Rechnerausfalls, höherer Gewalt, Streiks, aufgrund gesetzlicher Bestimmungen, Störungen aus dem Verantwortungsbereich von Dritten (z. B. anderen Providern), Netzbetreibern oder Leistungsanbietern oder aus vergleichbaren Gründen, so wird die Durchführung des Auftrages nach Möglichkeit nachgeholt. Bei Nachholung in angemessener und zumutbarer Zeit nach Beseitigung der Störung bleibt der Vergütungsanspruch des Anbieters bestehen.

13. Haftung

13.1 Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsschluss und unerlaubter Handlung bestehen nur bei Vorsatz und grober Fahrlässigkeit des Anbieters, seines Vertreters oder Erfüllungsgehilfen. Dies gilt nicht für die Haftung für zugesicherte Eigenschaften und für die Verletzung wesentlicher Vertragspflichten; im letzten Fall ist die Haftung auf den vorhersehbaren Schaden beschränkt. Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind bei leichter Fahrlässigkeit beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens.

13.2 Bei grober Fahrlässigkeit des einfachen Erfüllungsgehilfen ist die Haftung gegenüber Unternehmern dem Umfang nach auf den vorhersehbaren Schaden beschränkt. Dies gilt nicht für die Verletzung wesentlicher Vertragspflichten.

14. Preisliste

14.1 Es gilt die im Zeitpunkt der Auftragserteilung im Internet veröffentlichte Preisliste. Gegenüber Unternehmen bleibt eine Änderung vorbehalten. Für vom Anbieter bestätigte Aufträge sind Preisänderungen allerdings nur wirksam, wenn sie vom Anbieter mindestens einen Monat vor Veröffentlichung des Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden.

14.2 Nachlässe bestimmen sich nach der jeweils gültigen Preisliste. Werbeagenturen und sonstige Werbemittler sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preislisten des jeweiligen Anbieters zu halten.

15. Zahlungsverzug

15.1 Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen und Einziehungskosten berechnet. Der Anbieter kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Zahlung zurückstellen und für die restliche Schaltung Vorauszahlung verlangen.

15.2 Objektiv begründete Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers berechtigen den Anbieter, auch während der Laufzeit des Vertrages, das Erscheinen weiterer Werbemittel ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

16. Stornierung

Die Stornierung eines Digital-Auftrages ist bis 10 Tage vor dem gebuchten Veröffentlichungstermin kostenfrei. Bereits entstandene Kosten (Redaktionelle Leistungen, Satzkosten etc.) werden gesondert in Rechnung gestellt. Bei Stornierung nach der 10-Tages-Frist bzw. nicht rechtzeitigem Einreichen der Werbemittel wird eine Stornogebühr in Höhe von 100 % des für den Erscheinungstermin beauftragten Auftragsvolumens in Rechnung gestellt. Die Stornierungen von Werbeaufträgen müssen gegenüber dem Verlag in Textform erfolgen.

17. Informationspflichten des Anbieters

Soweit nichts anderes vereinbart ist, obliegt es dem Anbieter, innerhalb von zehn Werktagen nach Ausführung des Auftrags folgende Informationen für den Auftraggeber zum Abruf bereitzuhalten: – die Zahl der Zugriffe auf das Werbemittel – die Ausfallzeit des Ad-Servers, soweit sie eine zusammenhängende Stunde überschreitet.

18. Datenschutz

Der Werbeauftrag wird unter Berücksichtigung der geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen abgewickelt.

19. Erfüllungsort

Erfüllungsort ist der Sitz des Anbieters. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichem Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Anbieters. Soweit Ansprüche des Anbieters nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Es gilt deutsches Recht. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nichtkaufleuten, 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 Anbieters vereinbart, wenn der Vertrag schriftlich geschlossen wurde.



1. Geltungsbereich

Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen (im Folgenden „AGB“) gelten für alle Verträge zwischen der Forum Zeitschriften und Spezialmedien GmbH (im Folgenden „Veranstalter“) und Ausstellern, Partnern und Sponsoren (im Folgenden „Partner“) der Veranstaltungen des Verlagsbereiches Bau- und Immobilienzeitschriften (im Folgenden: „Veranstaltung“).

2. Veranstalter

Veranstalter der Veranstaltung ist die Forum Zeitschriften und Spezialmedien GmbH, Mandichostr. 18, 86504 Merching

3. Zustandekommen von Verträgen

3.1 Die Übersendung von Informationsmaterial und Ausstellerunterlagen stellt ein unverbindliches Angebot dar, sich als Partner an der Veranstaltung zu beteiligen. Ein Vertrag kommt erst zustande, wenn beiderseitig (ggf. elektronisch) eine nachweisbare Zustimmung vorliegt.

3.2 Sofern nur ein einseitig durch den Partner unterzeichneter Vertrag oder Auftrag vorliegt, kommt ein Vertrag spätestens dann zustande, wenn der Veranstalter dem Partner die Partnerschaft anderweitig bestätigt, die Leistungserbringung beginnt oder eine Rechnung übersendet.

4. Durchführung der Veranstaltung; Änderungen; Abbruch

4.1 Das geplante Datum, der geplante Ort der Veranstaltung ergeben sich aus dem Angebot/Vertrag.

4.2 Der Veranstalter ist zudem berechtigt, das Veranstaltungsdatum zu ändern und/oder die Veranstaltung in gleichwertige Räumlichkeiten in einer anderen Stadt bzw. Gemeinde zu verlegen („Verlegung“) oder die Veranstaltung vollständig abzusagen („Absage“), wenn berechtigte Gründe (wirtschaftlicher, organisatorischer oder sonstiger Natur) hierfür vorliegen. Dies gilt insbesondere auch dann, wenn eine Durchführung der Veranstaltung aufgrund von behördlichen oder gesetzlichen Einschränkungen (z.B. im Zusammenhang mit der Covid-19-Pandemie oder einem vergleichbaren Ereignis) am geplanten Tag oder am geplanten Ort nicht oder nicht in der geplanten Form möglich ist. Der Veranstalter wird den Partner über Verlegung oder Absage frühestmöglich informieren

4.3 Sofern der Partner im Falle einer Verlegung am neuen Veranstaltungsdatum oder am neuen Veranstaltungsort nicht an der Veranstaltung teilnehmen möchte, ist er zum Rücktritt vom Vertrag berechtigt. Dieser ist innerhalb von einer Woche nach der Anzeige der Verlegung gegenüber dem Veranstalter in Textform zu erklären. Tritt der Partner nicht vom Vertrag zurück, besteht der Vertrag

für das veränderte Datum bzw. den veränderten Veranstaltungsort fort. Im Falle einer Absage der Veranstaltung werden dem Partner bereits geleistete Zahlungen erstattet. Erfolgt die Absage aufgrund von Umständen, die nicht durch den Veranstalter zu vertreten sind, so bleibt der Partner insoweit zur (Teil-)Zahlung verpflichtet, als Leistungen durch den Veranstalter bereits erbracht wurden (z. B. Anzeigen schon veröffentlicht wurden).

4.4 Die Veranstaltungsdauer, das Veranstaltungsprogramm, der Veranstaltungsablauf und die Veranstaltungszeiten sind (sofern und soweit schon feststehend) in den Unterlagen zur Veranstaltung sowie auf der Website des Veranstalters einzusehen und können zudem jederzeit beim Veranstalter angefragt werden. Der Veranstalter ist jederzeit berechtigt, diesbezügliche Änderungen vorzunehmen.

4.5 Der Veranstalter ist berechtigt, bei Vorliegen von höherer Gewalt oder aus anderen, von ihm nicht zu vertretenden Gründen die Veranstaltung vorzeitig abzubrechen oder bestimmte Veranstaltungs-/Ausstellungsbereiche vorübergehend oder auch dauerhaft zu räumen.

4.6 Im Falle einer Änderung gemäß Ziffer 4.3, einer Verlegung oder Absage oder im Falle eines (Teil-)Abbruchs gemäß Ziffer 4.2 besteht seitens des Partners kein Anspruch auf Ersatz bereits getätigter Aufwendungen oder auf Ersatz eines sonstigen Schadens, der aus einer solchen Änderung, Verlegung, Absage oder einem (Teil-)Abbruch resultiert, es sei denn, ein solcher Schaden beruht auf Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit des Veranstalters.

4.7 Die Hausordnung und sonstige Vorgaben der Veranstaltungslocation sind durch den Partner zu beachten.

5. Leistungsumfang

5.1 Die wechselseitig zu erbringenden Leistungen ergeben sich aus dem zwischen den Parteien abgeschlossenen Vertrag.

5.2 Soweit im Vertrag nicht anders vereinbart, wird die durch den Partner an den Veranstalter zu zahlende Vergütung unmittelbar nach Erhalt einer Rechnung im Voraus zur Zahlung fällig. Vereinbarte Preise verstehen sich, sofern nicht anders angegeben, zuzüglich der gesetzlichen Umsatzsteuer.

5.3 Sofern die Leistungen des Veranstalters auch das Schalten von Anzeigen des Partners in den Print- und/oder Online-Medien der Forum Zeitschriften und Spezialmedien GmbH oder verbundener Unternehmen umfasst, gelten für diese Leistungen ergänzend zu diesen AGB die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Forum Zeitschriften und Spezialmedien GmbH für Anzeigen in der Printausgabe bzw. die AGB für Online-Werbung.

5.4 Sofern die Leistungen des Veranstalters auch die Logopräsenz des Partners in Veranstaltungsunterlagen und/oder sonstigen Publikationen umfasst, wird der Partner dem Veranstalter das Logo in geeigneter Auflösung auf Anforderung zur Verfügung stellen. Der Partner räumt dem Veranstalter hiermit das Recht ein, das übersendete Logo entsprechend zur Vertragserfüllung zu nutzen. Die genaue Platzierung des Logos obliegt dem Veranstalter, sofern der Vertrag keine abweichende Vereinbarung enthält.

5.5 Sofern der Leistungsumfang auch die Präsenz des Partners mit einem Stand am Ort der Veranstaltung umfasst, gelten hierfür die Regelungen der Ziffern 7 bis 9.

6. Stornierung durch den Partner

6.1 Der Partner kann bis 12 Wochen vor der Veranstaltung den vorliegenden Vertrag stornieren. Im Falle einer Stornierung fällt eine Stornierungsgebühr in Höhe von 30% der vereinbarten Vergütung an. Sofern der Partner bereits Zahlungen geleistet hatte, wird der über die Stornierungsgebühr hinausgehende Betrag erstattet. Im Falle einer Stornierung des Partners weniger als 12 Wochen vor der Veranstaltung ist der volle Gesamtbetrag zu entrichten. Dem Partner steht der Nachweis frei, dass dem Veranstalter kein oder ein geringerer Schaden entstanden ist.

6.2 Die vorstehende Regelung gemäß Ziffer 6.1 gilt nicht, wenn zwischen den Parteien im Vertrag eine anderweitige Abrede getroffen wurde.

7. Standzuteilung; Auf- und Abbaueiten

7.1 Die Standzuteilung erfolgt unter Berücksichtigung der Nachfrage, der zur Verfügung stehenden Ausstellungsfläche, der technischen Anforderungen und der konzeptionellen Belange durch den Veranstalter. Platzierungswünsche des Partners werden nach Möglichkeit berücksichtigt.

7.2 Der Veranstalter ist berechtigt, die Standabmessung und/oder die Standplatzierung kurzfristig zu ändern, sofern dringende Gründe dies erforderlich machen. Die Lage, Größe und die Besetzung der angrenzenden Stände können sich zudem jederzeit ändern. Aus entsprechenden Veränderungen ergeben sich keine Ansprüche des Partners. Insbesondere besteht in einem solchen Fall kein Anspruch auf Zuteilung eines anderen Standes und kein Recht auf Rücktritt oder Kündigung des Vertrages.

7.3 Ein Tausch des zugeteilten Standes mit einem anderen Aussteller sowie eine teilweise oder vollständige Überlassung des Standes an Dritte sind ohne entsprechende Vereinbarung mit dem Veranstalter nicht gestattet.

7.4 Für die Standausstattung bzw. Standräumung (sowie, falls vereinbart, den Standauf- und abbau) stehen dem Partner festgelegte Zeiten vor Beginn bzw. nach Schluss der Veranstaltung zur Verfügung. Die Zeiten werden dem Partner kommuniziert. Sofern nicht anders vereinbart, ist der Abbau unmittelbar nach Veranstaltungsende vorzunehmen. Der Veranstalter behält sich eine kurzfristige Änderung der Auf- und Abbaueiten aus berechtigten Gründen vor.

8. Standnutzung; Standsicherheit

8.1 Sofern nicht ausdrücklich anders vereinbart, ist die Standfläche durch den Partner mit eigenem Mobiliar/Ausstellungsstand auszustatten und mit eigenen Materialien und Exponaten zu bestücken. Dem Partner wird am Stand ein regulärer 220 V Stromanschluss bereitgestellt. Weitere Zusatzleistungen sind vom Veranstalter nur geschuldet, sofern dies ausdrücklich zwischen den Parteien vereinbart wurde.

8.2 Werbung aller Art ist nur innerhalb des vom Partner gemieteten Standes und ausschließlich für das eigene Unternehmen des Partners und für die von ihm angebotenen Waren und Dienstleistungen erlaubt, sofern nicht ausdrücklich anders vereinbart. Der Veranstalter kann im Auftrag des Partners anderweitige Werbeaktionen durchführen. In diesem Fall bedarf es einer gesonderten Vereinbarung.

8.3 Die gemietete Standfläche wird vom Veranstalter gekennzeichnet oder in sonstiger Weise mitgeteilt. Ein Überschreiten der Standgrenzen ist im Interesse der anderen Aussteller, der Sicherheit und der Gewährleistung der Verkehrswege nicht möglich. Pfeiler und andere, vergleichbare Einschränkungen der Nutzbarkeit gehören ggf. zur gemieteten Fläche und führen nicht zu Ansprüchen des Partners, insbesondere begründen sie kein Recht zur Minderung oder Kündigung.

8.5 Bringen am Stand vorhandene Einrichtungen, Anlagen, Produkte oder Ausstellungsgegenstände des Partners besondere Gefährdungen oder Risiken mit sich (z. B. Beschädigungen durch die Einflüsse von Temperatur, Feuchtigkeit, Stromschwankungen etc.), so hat der Partner selbst für die erforderlichen Schutzmaßnahmen zu sorgen. Der Veranstalter ist spätestens vier Wochen vor Veranstaltungsbeginn hierüber zu informieren.

8.6 Sämtliche Feuermelder, Hydranten, Notausgänge, Rettungswege, Feuerlöscher, elektrische Verteiler, Schalttafeln sowie Telefon- und Netzwerkteile müssen frei zugänglich bleiben. Der Veranstalter behält sich das Recht vor, Abänderungen offensichtlich unzureichender Standaufbauten oder die Entfernung solcher Stände, die sich als ungeeignet, belästigend oder gefährdend erweisen, zu verlangen.

8.7 Feuer, offenes Licht und Rauchen ist in allen Bereichen der Veranstaltung verboten

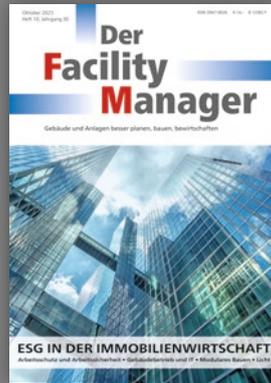
8.8 Der Aussteller sorgt dafür, dass die Kabel und Elektrogeräte zu eigenen Nutzung am Stand für die Belastung zugelassen und geeignet sind und nur Geräte mit entsprechenden Prüfsiegeln verwendet werden. Kabel müssen so verlegt werden, dass keine Stolper- oder Verletzungsgefahr besteht.

8.9 Die Standplätze sind nach der Veranstaltung in einwandfreiem, besenreinem Zustand zu hinterlassen. Sofern absprachegemäß ein eigener Stand errichtet wurde, ist dieser vollständig zu entfernen.

Zielgruppen-Kompetenz der FORUM Zeitschriften und Spezialmedien GmbH:



www.industriebau-online.de



www.facility-manager.de



www.hotelbau.de

APARTMENT 

Die Community für temporäres Wohnen

www.apartment-community.de

CAFM_NEWS 

www.cafm-news.de



Zeitschriften und
Spezialmedien GmbH

FORUM Zeitschriften und Spezialmedien GmbH
Mandichostraße 18, 86504 Merching
Telefon: 08233/381-201
Mobil: 0173/3840458

www.industriebau-online.de