

DAS FACHMAGAZIN FÜR HANDEL UND HANDWERK



1. Heftcharakteristik

Der baustoffPARTNER informiert monatlich als eines der führenden Fachmagazine für Handel und Handwerk unabhängig und auf den Punkt über Trends, Neuheiten und Entwicklungen aus der Baubranche und dem Baustoff-Fachhandel. Das »Branchenwissen für heute und morgen« bereiten wir zielgruppengerecht auf und berichten verbandsunabhängig unter anderem über folgende Themen:

Innenbereich

Innenausbau, Bodenbeläge & Aufbau, Fenster (Aufbau & Verarbeitung), Türen (Design & Technik), Bad (Ausstattung & Technik), Werkzeuge, Arbeitsschutz & Arbeitssicherheit

Außenbereich

Außenanlagen (Gestaltung & Technik), Mauerwerk & Beton, Fassade (Systeme & Produkte), Dach (Aufbau, Dämmung, Deckung), Industrie- & Gewerbebau, Werkzeuge

Wir berichten zudem kompakt und kompetent über alle relevanten Messen der Baustoffbranche sowie über strukturelle oder personelle Veränderungen in Unternehmen und Verbänden. Schwerpunkte wie das monatlich wechselnde »Top-Thema« und Unternehmensporträts runden die Berichterstattung ab. Mit unseren Sonderthemen beleuchten wir besondere Aspekte der Branche und legen den redaktionellen Fokus auf relevante Themen.

Pro Jahr erscheint der baustoffPARTNER elf Mal in Deutschland und dem deutschsprachigen Ausland, zum Jahreswechsel als Gesamt-Doppelausgabe (Dezember/Januar).

- | | |
|-----------------------------|---|
| 2. Mitgliedschaften | – |
| 3. Organ | – |
| 4. Herausgeber | Markus Holl, Joachim Plath |
| 5. Verlagsleiter | Tobias Haslach |
| 6. Redaktion | Jan Rieken, Damir Mioc |
| 7. Anzeigenleiter | Norman Zenzinger |
| 8. Objektleitung | Stephan Berchtold |
| 9. Anzeigen | Christian Geiger, Markus Maier, Elmar Romanesen |
| 10. Jahrgang/Jahr | 20. Jahrgang, 2019 |
| Erscheinungsweise | monatlich (11 Ausgaben inkl. 1 Doppelausgabe Dez./Jan.) |
| 11. Verlag | SBM Verlag GmbH |
| 12. Anschrift | Hermann-von-Barth-Str. 2, D-87435 Kempten |
| 13. Telefon | +49 (0) 831 / 5 22 04-0 |
| Telefax | +49 (0) 831 / 5 22 04-50 |
| 14. Internet | www.baustoff-partner.de |
| E-Mail | baustoffpartner@sbm-verlag.de |
| 15. Redaktionsthemen | siehe Themenplan auf Seite 10 + 11 |
| 16. Jahresabonnement | Inland 11 Ausgaben: 55,– € inkl. MwSt. & Versand Ausland 11 Ausgaben: 69,– € inkl. Versand |
| Teilabonnement | Inland 6 Ausgaben: 27,50 € inkl. MwSt. & Versand Ausland 6 Ausgaben: 34,50 € inkl. Versand Einzelverkaufspreis 5,– € ISSN: 1439-5606 |

17. Umfangsanalyse

2017/2018 = 11 Ausgaben
(Juli 2017 – Juni 2018)

| | | | |
|---------------------------------|-----------------------------------|--------|-----------|
| Zeitschriftenformat | DIN A4, 210 mm breit, 297 mm hoch | | |
| Gesamtumfang | 1.138 | Seiten | = 100,0 % |
| Redaktioneller Teil | 823 | Seiten | = 72,3 % |
| Anzeigenteil gesamt | 315 | Seiten | = 27,7 % |
| davon Branchenspezialist | 70 | Seiten | = 22,3 % |
| Beilagen | 8 | Stück | |
| Einhefter | 1 | Stück | |

Inhaltsanalyse des

redaktionellen Teils 2017/2018 823 Seiten = 100,0 %

| | | | | |
|---------------------------|-----|--------|---|--------|
| Bodenbeläge + Aufbau | 64 | Seiten | = | 7,8 % |
| Türen + Fenster | 125 | Seiten | = | 15,2 % |
| Werkzeuge + Arbeitsschutz | 107 | Seiten | = | 13,0 % |
| Mauerwerk + Beton | 60 | Seiten | = | 7,3 % |
| Bad, Sanitär + Fließen | 22 | Seiten | = | 2,7 % |
| Fassade | 51 | Seiten | = | 6,2 % |
| Dach | 90 | Seiten | = | 10,9 % |
| Industrie- und Gewerbebau | 31 | Seiten | = | 3,8 % |
| Innenausbau | 48 | Seiten | = | 5,8 % |
| Außenanlagen | 31 | Seiten | = | 3,8 % |
| Messen | 42 | Seiten | = | 5,1 % |
| Namen + Neuigkeiten | 32 | Seiten | = | 3,9 % |
| Aktuelles | 26 | Seiten | = | 3,1 % |
| Sonstiges* | 94 | Seiten | = | 11,4 % |

*) Sonstiges beinhaltet: Editorial, Inhaltsverzeichnis, Impressum, Redaktionsverzeichnis, Vorschau, Eigenwerbung, Im Blickpunkt

18. Auflagen-Kontrolle

IVW angeschlossen



19. Auflagen-Analyse

Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt
(1. Juli 2017 bis 30. Juni 2018 an AMF Schema angelehnt)

| | |
|---------------------------------------|-------|
| Druckauflage | 9.458 |
| Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA) | 9.241 |
| davon Ausland | 238 |
| Verkaufte Auflage | 435 |
| davon Ausland | 4 |
| davon Mitgliederstücke | – |
| - Abonnierte Exemplare | 435 |
| - Sonstiger Verkauf | – |
| - Einzelverkauf | – |

Freistücke 8.806

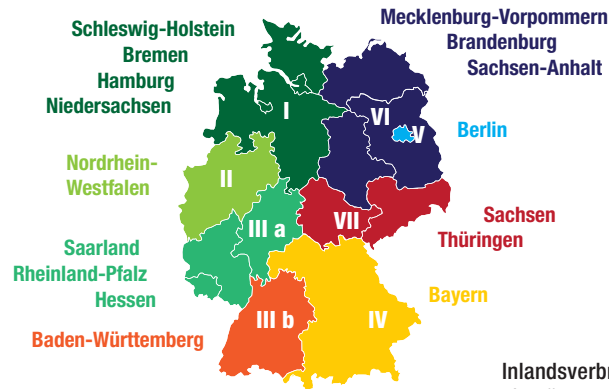
Rest-, Archiv- und Belegexemplare 217

20. Geografische Verbreitungs-Analyse

| | | |
|---------------------------------------|---------------|-----------------|
| Wirtschaftsraum | Anteil an tvA | |
| Inland | 97,4 % | 9.003 Exemplare |
| Ausland | 2,6 % | 238 Exemplare |
| Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA) | 100,0 % | 9.241 Exemplare |

**Aufgliederung
tatsächlich verbreitete Auflage
nach Nielsen-Gebieten**

| | | | |
|--|---------|-------|-------|
| Nielsen-Gebiet I | 13,9 % | 1.251 | Expl. |
| Schleswig-Holstein, Hamburg, Bremen, Niedersachsen | | | |
| Nielsen-Gebiet II | 20,9 % | 1.882 | Expl. |
| Nordrhein-Westfalen | | | |
| Nielsen-Gebiet III a | 13,6 % | 1.224 | Expl. |
| Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland | | | |
| Nielsen-Gebiet III b | 20,3 % | 1.828 | Expl. |
| Baden-Württemberg | | | |
| Nielsen-Gebiet IV | 25,8 % | 2.323 | Expl. |
| Bayern | | | |
| Nielsen-Gebiet V | 1,9 % | 171 | Expl. |
| Berlin | | | |
| Nielsen-Gebiet VI | 2,1 % | 189 | Expl. |
| Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg, Sachsen-Anhalt | | | |
| Nielsen-Gebiet VII | 1,5 % | 135 | Expl. |
| Thüringen, Sachsen | | | |
| tvA Inland | 100,0 % | 9.003 | Expl. |
| Ausland | 100,0 % | 238 | Expl. |



Inlandsverbreitung nach Postleitzonen
Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage

| Postleitzone | % | Exemplare |
|--------------|-------|-----------|
| PLZ 0 | 3,2 | 288 |
| PLZ 1 | 4,1 | 369 |
| PLZ 2 | 3,5 | 316 |
| PLZ 3 | 14,5 | 1.305 |
| PLZ 4 | 12,8 | 1.152 |
| PLZ 5 | 12,4 | 1.116 |
| PLZ 6 | 7,2 | 649 |
| PLZ 7 | 16,2 | 1.458 |
| PLZ 8 | 16,9 | 1.522 |
| PLZ 9 | 9,2 | 828 |
| tvA Inland | 100,0 | 9.003 |
| Ausland | 100,0 | 238 |

Kurzfassung der Erhebungsmethode Auflagen- und Verbreitungsanalyse

1. Beschaffenheit der Datei

In der Empfängerdatei sind die Anschriften aller Empfänger elektronisch erfasst. Die Datei ist nach Inlands- und Auslands-Empfängern gegliedert. Die Anschriften der Inlands-Empfänger sind nach Postleitzahlen, die der Auslands-Empfänger nach Ländern sortiert.

2. Untersuchungsform

Verbreitungs-Analyse durch Dateiauswertung – Total-Erhebung

3. Tag der Auflistung

10. Juli 2018

4. Struktur der Empfängerschaft bei Erhebungsbeginn

a) Gesamtzahl der Empfänger in der Datei 56.554

b) Struktur einer Ausgabe nach Vertriebsformen

| | |
|--|-------|
| Zahl der Empfänger in der Datei verkaufte Auflage | 435 |
| Zahl der Empfänger in der Datei ständige Freistücke | 1.395 |
| Zahl der Empfänger wechselnde Freistücke einer Ausgabe | 7.411 |

| | |
|----------------|-----|
| Einzelverkauf | – |
| Werbeexemplare | 323 |

| | |
|--|--------------|
| Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA) | 9.241 |
| davon Ausland | 238 |

c) Gesamtzahl der Empfänger wechselnde Freistücke

5. Grundgesamtheit (untersuchter Anteil)

| | | | |
|---|--------------|---|---------------|
| Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA) | 9.241 | = | 100,0 % |
| Nicht erfasst in der Erhebung | | | |
| Einzelverkauf, Werbeexemplare | 323 | = | 3,5 % |
| Erhebung repräsentiert die Grundgesamtheit (tvA) | 8.918 | = | 96,5 % |

6. Beschreibung der Erhebung

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 projiziert.

7. Zielperson der Untersuchung

entfällt

8. Definition des Lesers

entfällt

9. Schwankungsbreite

entfällt

10. Durchführung der Untersuchung

Verlag

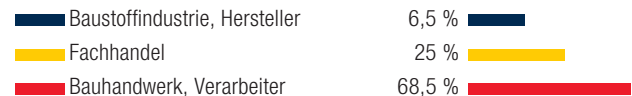
11. Zeitraum der Untersuchung

Juli 2018

12. Branchen / Wirtschaftszweige / Fachrichtungen / Berufsgruppen

| Abteilung / Gruppe / Klasse | Empfängergruppen/ Bezeichnung. lt. Systematik der Wirtschaftszweige des Stat. Bundesamtes | | Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage |
|--|---|--------|--|
| 16/20/22/23/25/26/28 | Baustoffindustrie, Hersteller | 6,5 % | 808 |
| 46/47 | Großhandel, Einzelhandel | 25,0 % | 2.999 |
| 41/43 | Bauhandwerk, Verarbeiter | 68,5 % | 7.729 |
| tatsächlich verbreitete Auflage (Jahresdurchschnitt) | | 100 % | 9.241 Expl. |

Empfängergruppen (wechseln monatlich)



Kurzfassung der Erhebungsmethode Empfänger-Struktur-Analyse

1. Beschaffenheit der Datei

In der Empfängerdatei sind die Anschriften aller Empfänger auf EDV erfasst. Die Datei ist nach Inlands- und Auslands-Empfängern gegliedert. Die Anschriften der Inlands-Empfänger sind nach Postleitzahlen, die der Auslands-Empfänger nach Ländern sortiert.

2. Untersuchungsmethode

Empfänger-Struktur-Analyse durch mündliche Erhebung in Stichproben.

3. Tag der Dateiauswertung

17. Juli 2018

4. Struktur der Empfängerschaft bei Erhebungsbeginn

| | |
|--|--------|
| a) Gesamtzahl der Empfänger in der Datei | 56.554 |
| b) Struktur einer Ausgabe nach Vertriebsformen | |
| Empfänger in der Datei verkaufte Auflage | 435 |
| Empfänger in der Datei ständige Freistücke | 1.395 |
| Zahl der Empfänger wechselnde Freistücke einer Ausgabe | 7.411 |

| | |
|---------------------------------------|-------|
| Einzelverkauf | – |
| Werbeexemplare | 323 |
| <hr/> | |
| Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA) | 9.241 |
| davon Ausland | 238 |

c) Gesamtzahl der Empfänger

wechselnde Freistücke / Wechsel dreimal im Jahr 52.821

5. Grundgesamtheit (untersuchter Anteil)

| | | | |
|--|-------|---|---------|
| Grundgesamtheit (tvA Inland) | 9.241 | = | 100,0 % |
| Davon in der Untersuchung nicht erfasst: | | | |
| Einzelverkauf, Werbeexemplare | 323 | = | 3,5 % |
| <hr/> | | | |
| Die Untersuchung repräsentiert: Empfänger der Grundgesamtheit (tvA Inland) | 8.918 | = | 96,5 % |

6. Beschreibung der Stichproben-Erhebung

| | | | |
|--|-------------|---|---------|
| Einfache Random-Auswahl, beginnend mit Zufallszahl | | | |
| jede zehnte Adresse | 1.000 Fälle | = | 100,0 % |
| Adressenbezogene Ausfälle: | | | |
| Telefonnummer nicht existent | 26 Fälle | = | 2,6 % |
| Empfänger verstorben bzw. Firma erloschen | 29 Fälle | = | 2,9 % |
| Brutto-Stichprobe | 945 Fälle | = | 100,0 % |

Ausfälle:

| | | | |
|------------------------------------|-----------|---|---------|
| Zielperson nicht angetroffen | 121 Fälle | = | 12,80 % |
| Zielperson in Urlaub/krank | 27 Fälle | = | 2,86 % |
| Zielperson verweigert Beantwortung | 76 Fälle | = | 8,04 % |

Auswertbare Fälle (Ausschöpfung) 721 Fälle = 76,30 %

7. Zielperson der Untersuchung

Befragt wurde der persönliche Adressat oder, wo er nicht gegeben war, der Erstleser im Betrieb.

8. Definition des Lesers

Leser ist mit der Zielperson identisch.

9. Durchführung der Untersuchung

Verlag unter Mitarbeit von freiberuflichen Mitarbeitern

10. Zeitraum der Untersuchung

Juni – Juli 2018

Diese Untersuchung entspricht in der Durchführung und Berichterstattung den wissenschaftlichen Mindestvoraussetzungen des Rahmenschemas für Werbeträger-Analysen.

- 1. Zeitschriftenformat** DIN A4
210 mm breit, 297 mm hoch
(Magazinformat)
- 2. Satzspiegel** 185 mm breit x 265 mm hoch
Spaltenzahl 4 Spalten, Spaltenbreite 42,5 mm
Anzeigenspalten
- | | | |
|-----------|---|----------|
| 1-spaltig | = | 42,5 mm |
| 2-spaltig | = | 90,0 mm |
| 3-spaltig | = | 137,5 mm |
| 4-spaltig | = | 185,0 mm |
- 3. Druck- und Bindeverfahren, Druckunterlagen**
Rollenoffsetdruck, Klebebindung, reproduktionsfähige Vorlagen,
gedruckt in Euroskala. Vorlagen (PDF) per E-Mail an:
baustoffpartner@sbm-verlag.de
- 4. Termine**
- | | |
|---------------------------|---|
| Erscheinungsweise | monatlich, 11 Ausgaben (inkl. einer Doppelausgabe Dez./Jan.) |
| Redaktionsschlussstermine | } siehe Redaktions-Themenplan 2019 |
| Anzeigenschlussstermine | |
| Erscheinungstermine | |

- 5. Verlag** SBM Verlag GmbH
Anschrift Hermann-von-Barth-Straße 2, D-87435 Kempten
Telefon +49 (0) 8 31 / 5 22 04-0
Telefax +49 (0) 8 31 / 5 22 04-50
Internet www.baustoff-partner.de
E-Mail baustoffpartner@sbm-verlag.de
- 6. Zahlungsbedingungen**
Rein netto nach Rechnungserhalt ohne Abzug.
Bei Zahlung per Bankeinzug oder Vorauszahlung 2 % Skonto.
- | | |
|----------------|---|
| USt.-Ident-Nr. | DE 198 152 137 |
| Bankverbindung | HypoVereinsbank Kempten BLZ 733 200 73 Kto.-Nr. 66 90 419 872 |
| IBAN | DE75 7332 0073 6690 4198 72 |
| SWIFT (BIC) | HYVEDEMM428 |
| Steuernummer | 127/137/20036 |

7. Anzeigenformate und Preise: Alle Preise in € zzgl. jeweils gültigem gesetzlichen Mehrwertsteuersatz.

* randabfallende Größen zzgl. 10 % Aufschlag auf angegebene Preise

| Format | Spaltenzahl | Breite x Höhe (mm) | randabfallende Größen * zzgl. 3 mm Beschnittzugabe | s/w 2,80 € | 2c/3c/4c 3,40 € |
|-------------------------|-------------|--------------------|---|---------------|--------------------|
| 1/8 Seite | 1-spaltig | 42,5 x 130 hoch | 55 x 146 hoch | 364,- | 442,- |
| | 2-spaltig | 90 x 65 quer | 102,5 x 81 quer | | |
| | 4-spaltig | 185 x 32 quer | 210 x 48 quer | | |
| 1/4 Seite | 1-spaltig | 42,5 x 265 hoch | 55 x 297 hoch | 742,- | 901,- |
| | 2-spaltig | 90 x 130 hoch | 102,5 x 146 hoch | | |
| | 4-spaltig | 185 x 65 quer | 210 x 81 quer | | |
| 1/3 Seite | 1,5-spaltig | 60 x 265 hoch | 72 x 297 hoch | 1.008,- | 1.224,- |
| | 4-spaltig | 185 x 90 quer | 210 x 106 quer | | |
| 1/2 Seite | 2-spaltig | 90 x 265 hoch | 102,5 x 297 hoch | 1.484,- | 1.802,- |
| | 4-spaltig | 185 x 132 quer | 210 x 146 quer | | |
| 2/3 Seite Juniorpage | 3-spaltig | 137,5 x 235 hoch | 150 x 251 hoch | 1.974,- | 2.397,- |
| | 4-spaltig | 185 x 175 quer | 210 x 191 quer | | |
| 3/4 Seite | 3-spaltig | 137,5 x 265 hoch | 150 x 297 hoch | 2.226,- | 2.703,- |
| | 4-spaltig | 185 x 200 hoch | 210 x 216 hoch | | |
| 1/1 Seite | 4-spaltig | 185 x 265 | 210 x 297 | 2.968,- | 3.604,- |
| 2/1 Seite | 8-spaltig | 2 x 185 x 265 | 2 x 210 x 297 | 5.936,- | 7.208,- |

8. Vorzugsplatzierungen

- Titelseite, 4-farbig, (203 mm breit x 188 mm hoch, zzgl. 3 mm Beschnitt)
 - + Titelstory bis zu maximal 2 Seiten 5.990,- €
- 2. Umschlagseite, 4-farbig 4.250,- €
- 3. Umschlagseite, 4-farbig 4.250,- €
- 4. Umschlagseite / Rückseite, 4-farbig 4.990,- €
- 2. Titelseite / Seite 3, 4-farbig 3.990,- €
- rechte Seite neben dem Editorial, 4-farbig 3.990,- €

9. Farbzuschläge

nach Euroskala im Preis enthalten (rabattfähig).
Sonderfarben wie HKS/Pantone auf Anfrage

10. Formatzuschläge

Anzeigen über Bund oder angeschnittene Seiten:
plus 10 % vom Anzeigenwert (Beschnittzugabe 3 mm pro Seite).
Bindende Platzvorschriften plus 10 % vom Anzeigenwert (nicht unter 1/4 Seite).

11. Stellen- und Gelegenheits-, Kleinanzeigen

Stellenmarkt
pro mm und Spalte 2,80 € (sw) 3,40 € (2c/3c/4c)

12. Rabatte

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

| Malstaffel | | Mengenstaffel: | |
|-------------|------|----------------|------|
| 3 Anzeigen | 5 % | 2 Seiten | 5 % |
| 6 Anzeigen | 10 % | 4 Seiten | 10 % |
| 9 Anzeigen | 15 % | 6 Seiten | 15 % |
| 11 Anzeigen | 20 % | 8 Seiten | 20 % |

13. Einhefter bis 170 g/m²

- 1 Blatt /2-seitig 3.100,- €
 - 2 Blätter /4-seitig 4.900,- €
 - 3 Blätter /6-seitig 6.400,- €
- Rabatte siehe »Merkblatt für Einhefter« – Seite 14.
Mehrlättrige Einhefter müssen entsprechend gefalzt, aber unbeschnitten angeliefert werden. Preis auf Anfrage.

14. Beilagen

- Lose eingelegt, maximale Größe 200 mm x 290 mm
 - Preis pro Tsd. bis 25 g 220,- €
 - Alle weiteren 5 g pro Tsd. 15,- €
- zuzüglich des jeweils gültigen Postentgelts (nicht rabattierbar).
Teilbelegung ab 5.000 Exemplare möglich mit 10 % Preisauflschlag.

15. Aufgeklebte Postkarten

- Preis pro Tausend 259,- €
- zuzüglich des jeweils gültigen Postentgelts (nicht rabattierbar),
Preis gilt nicht für Warenproben.

16. Versandanschrift

Ernst Kaufmann GmbH & Co. KG, Druckhaus
c/o **baustoffPARTNER** Ausgabe ___ / ___
Raiffeisenstraße 29, 77933 Lahr
Lieferung frei Haus

 Außenausgabe

 Innenausgabe

 Themengesamtausgabe

Termine

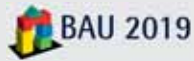
Top-Thema & Sonderthemen

Weitere Themen

Messe-Termine

RS 30.01.
 AS 04.02.
 ET 23.02.

Der große Rückblick



Themengesamtausgabe
 › Innen & Außen

11. – 14.01. Domotex, Hannover
 14. – 19.01. BAU, München



02
 FEB

RS 27.02.
 AS 04.03.
 ET 23.03.

Top-Thema: **Außenanlagen –
 Gestaltung & Technik**

› **Das Dach** – Aufbau, Dämmung, Deckung
 › **Fassade** – Systeme & Produkte
 › **Mauerwerk & Beton**
 › **Industrie- & Gewerbebau**
 › **Werkzeuge**

11. – 15.03. ISH, Frankfurt
 20. – 23.03. FAF, Köln



03
 MÄR

RS 27.03.
 AS 01.04.
 ET 20.04.

Top-Thema: **Das Fenster –
 Aufbau & Verarbeitung**

Sonderthema: **Das Bad** – Ausstattung & Technik

› **Die Tür** – Design & Technik
 › **Bodenbeläge & Aufbau**
 › **Innenausbau**
 › **Werkzeuge**

08. – 14.04. bauma, München



04
 APR

RS 24.04.
 AS 29.04.
 ET 18.05.

Top-Thema: **Der Rohbau –
 Vom Keller bis zum Dach**

› **Das Dach** – Aufbau, Dämmung, Deckung
 › **Fassade** – Systeme & Produkte
 › **Mauerwerk & Beton**
 › **Industrie- & Gewerbebau**
 › **Außenanlagen** – Gestaltung & Technik
 › **Arbeitsschutz**

27. – 31.05. Ligna, Hannover



05
 MAI

06
JUN

RS 22.05.
AS 27.05.
ET 15.06.

Top-Thema:

**Die Tür –
Design & Technik**

Sonderteil:

**branchen
SPEZIALISTEN**

- › Bodenbeläge & Aufbau
- › Das Bad – Ausstattung & Technik
- › Das Fenster – Aufbau & Verarbeitung
- › Arbeitsschutz
- › Innenausbau

07
JUL

RS 26.06.
AS 01.07.
ET 20.07.

Top-Thema:

Werkzeuge

Sonderteil:

**branchen
SPEZIALISTEN**

- › Außenanlagen – Gestaltung & Technik
- › Fassade – Systeme & Produkte
- › Mauerwerk & Beton
- › Industrie- & Gewerbebau
- › Das Dach – Aufbau, Dämmung, Deckung

08
AUG

RS 24.07.
AS 29.07.
ET 17.08.

Top-Thema:

Bodenbeläge & Aufbau

- › Die Tür – Design & Technik
- › Das Fenster – Aufbau & Verarbeitung
- › Innenausbau
- › Werkzeuge
- › Das Bad – Ausstattung & Technik

09
SEP

RS 28.08.
AS 02.09.
ET 21.09.

Top-Thema:

**Fassade –
Systeme & Produkte**

Sonderthema:

Arbeitsschutz/Arbeitssicherheit

- › Das Dach – Aufbau, Dämmung, Deckung
- › Industrie- & Gewerbebau
- › Werkzeuge
- › Mauerwerk & Beton
- › Außenanlagen – Gestaltung & Technik

11. – 15.09.
Sept. 2019
Sept. 2019

NordBau, Neumünster
baupressekompakt, Fulda
Cersaie, Bologna



10
OKT

RS 25.09.
AS 30.09.
ET 19.10.

**Jubiläumsausgabe
20 Jahre baustoffPARTNER**

Themengesamtausgabe

- › Innen & Außen



11
NOV

RS 23.10.
AS 28.10.
ET 16.11.

Top-Thema:

**Das Dach –
Ausbau, Dämmung, Deckung**

- › Industrie- & Gewerbebau
- › Arbeitsschutz
- › Mauerwerk & Beton
- › Außenanlagen – Gestaltung & Technik
- › Fassade – Systeme & Produkte

Nov. 2019
05. – 08.11.

Eurobaustoff Forum, Köln
A+A, Düsseldorf



12
DEZ
01
JAN

RS 27.11.
AS 02.12.
ET 21.12.

**– Doppelausgabe –
als Wendehaft**

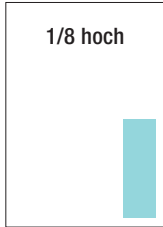
Themengesamtausgabe

- › Innen & Außen

Januar 2020
28. – 31.01.

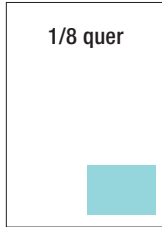
Domotex, Hannover
Dach+Holz, Stuttgart





1/8 hoch

B x H: 42,5 x 130 mm



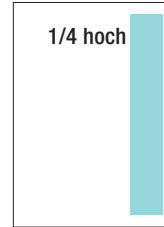
1/8 quer

B x H: 90 x 65 mm



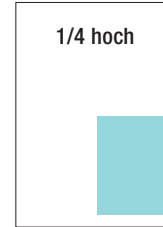
1/8 quer

B x H: 185 x 32 mm



1/4 hoch

B x H: 42,5 x 265 mm



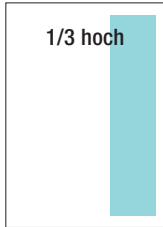
1/4 hoch

B x H: 90 x 130 mm



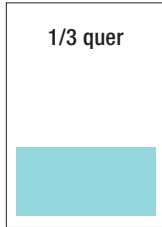
1/4 quer

B x H: 185 x 65 mm



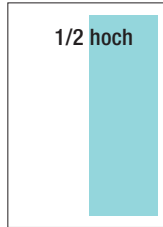
1/3 hoch

B x H: 60 x 265 mm



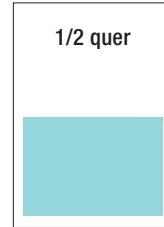
1/3 quer

B x H: 185 x 90 mm



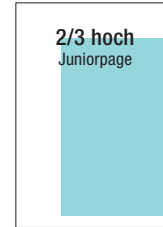
1/2 hoch

B x H: 90 x 265 mm



1/2 quer

B x H: 185 x 130 mm



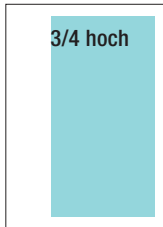
2/3 hoch
Juniorpage

B x H: 137,5 x 235 mm



2/3 quer

B x H: 185 x 175 mm



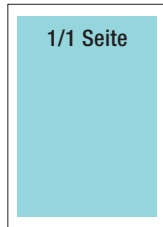
3/4 hoch

B x H: 137,5 x 265 mm



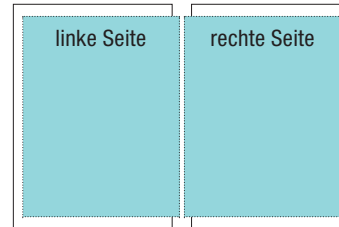
3/4 hoch

B x H: 185 x 200 mm



1/1 Seite

B x H: 185 x 265 mm

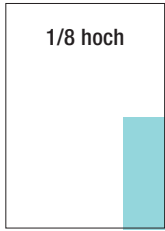


linke Seite

rechte Seite

2/1 Seite: B x H: 198 x 265 mm je Seite

Beschnitt in der
Mitte 3 mm, bei
überlaufendem
Motiv 5 mm
Überlappung
je Seite.



1/8 hoch

B x H: 55 x 146 mm



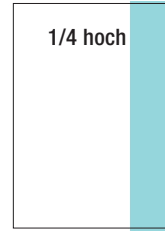
1/8 quer

B x H: 102,5 x 81 mm



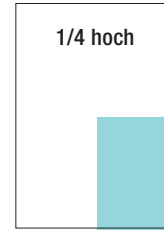
1/8 quer

B x H: 210 x 48 mm



1/4 hoch

B x H: 55 x 297 mm



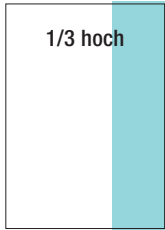
1/4 hoch

B x H: 102,5 x 146 mm



1/4 quer

B x H: 210 x 81 mm



1/3 hoch

B x H: 72 x 297 mm



1/3 quer

B x H: 210 x 106 mm



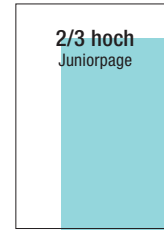
1/2 hoch

B x H: 102,5 x 297 mm



1/2 quer

B x H: 210 x 146 mm



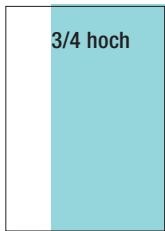
2/3 hoch
Juniorpage

B x H: 150 x 251 mm



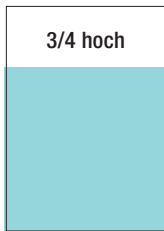
2/3 quer

B x H: 210 x 191 mm



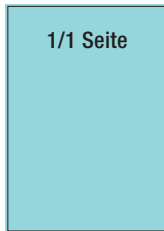
3/4 hoch

B x H: 150 x 297 mm



3/4 hoch

B x H: 210 x 216 mm



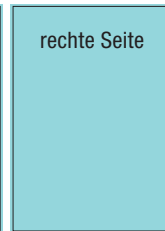
1/1 Seite

B x H: 210 x 297 mm



linke Seite

2/1 Seite: B x H: 2 x 210 x 297 mm



rechte Seite

Beschnitt in der
Mitte 3 mm, bei
überlaufendem
Motiv 5 mm
Überlappung
je Seite.

13. Einhefter – Muster

Bedingung für die Auftragsannahme und -bestätigung durch den Verlag ist die Vorlage eines verbindlichen Musters. Einhefter dürfen nur für das Verkaufsprogramm eines Werbungtreibenden werben. Sie müssen so gestaltet sein, dass sie mit dem Textteil der Zeitschrift nicht verwechselt werden können. Die Vorderseite des Einhefters ist zu kennzeichnen.

Benötigte Auflage

auf Anfrage, da erhöhte Auflage bei Messeausgaben

Anliefertermin

Bis 10 Tage vor Erscheinungstermin

Einhefterpreise

| Umfang | Bruttopreise nach Papiergewicht | |
|-----------|---------------------------------|-------------------------|
| | bis 170 g/m ² | ab 170 g/m ² |
| 2-seitig: | 3.100,- € | 3.900,- € |
| 4-seitig: | 4.900,- € | 6.200,- € |
| 6-seitig: | 6.400,- € | 8.100,- € |

Rabatte

Bei Abnahme innerhalb eines Insertionsjahres:

- 2 x = 10 %
- 4 x = 15 %
- 6 x = 20 %
- 11 x = 25 %

Formate

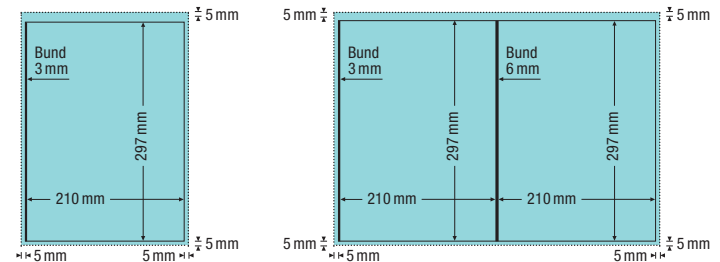
- 1 Blatt (= 2 Seiten) unbeschnitten 216 mm breit x 306 mm hoch
 - 2 Blatt (= 4 Seiten) unbeschnitten 432 mm breit x 306 mm hoch
 - 3 Blatt (= 6 Seiten) unbeschnitten 614 mm breit x 306 mm hoch
- Mehrblättrige Einhefter müssen entsprechend gefalzt, aber unbeschnitten angeliefert werden.

Technische Angaben

Die Preise gelten für alle Einhefter, die ohne zusätzlichen Zeitaufwand (maschinell) verarbeitet werden können.

- a) 2-seitige Einhefter (1 Blatt) ohne aufgeklebte oder anhängende Antwortkarte oder Warenmuster.
- b) 2-seitige Einhefter (1 Blatt) mit aufgeklebter oder anhängender Antwortkarte oder Warenmuster (siehe Punkt 15).
- c) 4- oder mehrseitige Einhefter (2 oder mehr Blatt) ohne aufgeklebte oder anhängende Antwortkarte oder Warenmuster.
- d) 4- oder mehrseitige Einhefter (2 oder mehr Blatt) mit aufgeklebter oder anhängender Antwortkarte oder Warenmuster.
Bei 2 Blatt und mehr muss der Einhefter zum Bund, also in Einsteckrichtung, geschlossen sein.

Beschnittschema Einhefter in mm



14. Beilagen – Muster

Bedingung für die Auftragsannahme und -bestätigung durch den Verlag ist die Vorlage eines verbindlichen Musters. Bei zweiseitigen Beilagen ist die Vorderseite der Beilage zu kennzeichnen.

Beilagenhinweis

Ein Beilagenhinweis kann kostenfrei mit aufgenommen werden.

Benötigte Auflage

Auf Anfrage, da bei Messeausgaben erhöhte Auflage
Die Belegung der Auslandsauflage ist nach Postbestimmungen nicht möglich.
Teilbelegung ist möglich.

Anliefertermin

Bis 10 Tage vor Erscheinungstermin.

Beilagenpreise

| Gewicht der Beilage | Preise je 1.000 Exemplare |
|---------------------|---------------------------|
| bis 25 g | 220,- € |
| bis 30 g | 235,- € |
| bis 35 g | 250,- € |
| bis 40 g | 265,- € |
| bis 45 g | 280,- € |
| bis 50 g | 295,- € |

Alle weiteren 5 g: 15,- €
zuzüglich des jeweils gültigen Postentgelts (nicht rabattierfähig)

Format

Maximal 200 mm breit x 290 mm hoch

Technische Angaben

Die Preise gelten für alle Beilagen, die ohne zusätzlichen Zeitaufwand (maschinell) verarbeitet werden können.

- Beilage (1 Blatt) ohne aufgeklebte oder anhängende Antwortkarte oder Warenmuster.
- 2-seitige Beilage (1 Blatt) mit aufgeklebter oder anhängender Antwortkarte oder Warenmuster (siehe Punkt 15).
- 4- oder mehrseitige Beilage (2 oder mehr Blatt) ohne aufgeklebte oder anhängende Antwortkarte oder Warenmuster.
- 4- oder mehrseitige Beilage (2 oder mehr Blatt) mit aufgeklebter oder anhängender Antwortkarte oder Warenmuster.

Bei 2 Blatt und mehr muss die Beilage zum Bund, also in Einsteckrichtung, geschlossen sein (Lasche geschlossen, Höchstgewicht 20 g).

Mindestformat: 60 x 90 mm / Höchstformat: 200 x 290 mm.

Andere Ausführungen nur nach Rücksprache mit dem Verlag.

15. Aufgeklebte Postkarten

Beikleber werden auf eine Basisanzeige so aufgeklebt, dass diese mühelos abgelöst werden können. Für die Verarbeitung kommen in Frage: Postkarten, Briefumschläge mit und ohne Inhalt.

Aufgeklebte Warenmuster

Warenmuster und elektronische Datenträger werden als Beilagen berechnet. Preise und Klebekosten auf Anfrage, mit Vorlage eines verbindlichen Musters.

16. Versandanschrift

Ernst Kaufmann GmbH & Co. KG, Druckhaus
c/o **baustoffPARTNER** Ausgabe ___ / ___
Raiffeisenstraße 29, 77933 Lahr

Lieferung frei Haus

1. Druckunterlagen

Anzeigendateien sind per E-Mail oder Datenträger (CD/DVD) zu übermitteln. Bitte geben Sie dabei immer auch den Titel des Magazins („baustoffPARTNER“) und die entsprechende Ausgabe an.

Bitte übermitteln Sie uns Anzeigendaten als PDF in der von uns empfohlenen Norm PDF/X4. Alle verwendeten Schriften sind dabei einzubetten und ggfls. in Pfade zu wandeln. Bei den angelieferten Daten gehen wir davon aus, dass im Vorfeld per Preflight die PDF-Datei auf eine korrekte Druckausgabe geprüft wurde. Der Druck erfolgt in CMYK (nach ISO 12647, Teil 2).

In Anzeigendaten verwendete Sonderfarben sind nach Absprache kostenpflichtig möglich. PDF-Daten abweichend der Norm X4 oder/und mit nicht abgesprochenen Sonderfarben werden möglicherweise vor dem Druck konvertiert. Verwendetes Druckprofi I: ISO Coated v2 300 (ECI).

Alternativ ist auf Anfrage auch die Anlieferung sog. offener Daten für die Programme QuarkXPress, Adobe InDesign, Adobe Illustrator und Adobe Photoshop möglich, hier können Kosten entstehen. Bilder und Logos sollten hier in den Formaten EPS (Vektor), TIFF oder PDF abgespeichert sein, die Bildauflösung jeweils mindestens 300 dpi betragen. In EPS und PDF hier verwendete Schriften sind ebenfalls einzubetten und ggfls. in Pfade zu wandeln. Aus urheberrechtlichen und lizenzrechtlichen Gründen ist eine Übermittlung der Originalschriften nicht möglich.

2. Farbanzeigen/Belege/Proofs

Von jeder zu belichtenden Seite wird ein Farbdruck oder je Farbe ein s/w-Andruck benötigt mit jeweiliger Angabe der Farbe (EURO-Skala, Pantone, HKS); Farbdrucke vom Farbkopierer sind nicht druckverbindlich. Für farbverbindliche Anzeigen nach Medienstandard Druck sind Digitalproofs erforderlich (Ugra/FOGRA-Medienkeil).

3. Gewährleistungen

Belichtet und gedruckt werden können nur die übermittelten bzw. bei Abweichung von der empfohlenen Norm die konvertierten Daten. Für Abweichungen in Texten, Abbildungen und insbesondere Farben übernimmt der Verlag keine Haftung.

1. »Anzeigenauftrag« im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungstreibenden 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 Ziffer 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 weiteren Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höhere Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
5. Bei der Errechnung der Abnahmemenge werden Text-Millimeter-Zeilen 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 Anzeigenabschluss 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 Modells 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 Verlegers, 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 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 Fehler, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.
12. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
13. 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.
14. 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.

15. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Auftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
16. Kosten für die Anfertigung von Druckunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführung hat der Auftraggeber zu tragen.
17. 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 % beträgt. Darüber hinaus sind bei den 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.
18. Bei Zifferanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Zifferanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Zifferanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Der Verlag behält sich im Interesse und zum Schutz des Auftraggebers das Recht vor, die eingehenden Angebote zur Ausschaltung von Missbrauch des Zifferdienstes zu Prüfzwecken zu öffnen. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet. Dem Verlag kann einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A4 (Gewicht 500 g) überschreiten sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann dennoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.
19. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der

Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, 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 der Sitz des Verlages vereinbart.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages:

1. Abstellungen von Anzeigen-, Beiliefer- und Beilagenaufträgen müssen bis zum Anzeigenschluss erfolgen. Der Verlag kann die entstandenen Satz- bzw. Produktionskosten dem Auftraggeber in Rechnung stellen.
2. Der Verlag leistet keine Gewähr bei Verlust einzelner Beilagen auf dem Postweg.
3. Können Mängel an den Druckunterlagen nicht sofort erkannt werden, sondern stellen sich erst beim Druck heraus, so hat der Auftraggeber bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche.
4. Bei 4c-Anzeigen ist ein verbindlicher Farbdruck zu liefern.
5. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens einer Seite an den Text angrenzen.
6. Platzierungsbestätigungen – außer bei fest bestätigten Vorzugspätzen – gelten nur unter Vorbehalt und können aus technischen Gründen geändert werden. In solchen Fällen kann der Verlag nicht haftbar gemacht werden.
7. 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 abgetretene Forderung 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.
8. Werbeagenturen und Werbungsmittlern ist es untersagt, die vom Verlag gewährten Mittlergebühren ganz oder teilweise an ihre Auftraggeber weiterzugeben.
9. Der Verlag speichert die im Verkehr mit den Geschäftspartnern relevanten Daten zwecks Verarbeitung im automatisierten Verfahren.
10. Bei Änderungen der Anzeigenpreise treten die neuen Bedingungen auch bei laufenden Aufträgen sofort in Kraft, wenn nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen wurde.
11. 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, der diesen aus der Ausführung des Auftrages, auch wenn er storniert sein sollte, gegen den Verlag erwächst. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden, es sei denn, die Anzeige verstößt in grober Weise erkennbar gegen wettbewerbsrechtliche Bestimmungen. Erscheinen stornierte Anzeigen, so stehen auch dem Auftraggeber daraus keinerlei Ansprüche gegen den Verlag zu.

Kurzcharakteristik

baustoffPARTNER ONLINE ist die neue digitale Plattform des baustoffPARTNERS, seit Jahren eines der führenden Fachmagazine, welches monatlich über Handel und Handwerk unabhängig und auf den Punkt über Trends, Neuheiten und Entwicklungen aus der Baubranche und den Baustoff-Fachhandel informiert.

Innovativ und hochprofessionell – das ist der Anspruch, den das neue Online-Portal von baustoffPARTNER ONLINE hat. Und damit Anregungen und Wünsche von Lesern und Kunden des baustoffPARTNERS erfüllt, im digitalen Zeitalter tagesaktuell umfassend informiert zu werden. Zusätzlich zur monatlich erscheinenden Print-Publikation bietet baustoffPARTNER ONLINE ergänzende sowie unterschiedliche Kommunikationsformen. So stärkt und multipliziert baustoffPARTNER ONLINE als Internet-Branchenportal die Online-Werbeform im Marketing-Mix mit den bereits vorhandenen Aktionen der Unternehmen.

Die inhaltlichen Schwerpunkte von baustoffPARTNER ONLINE liegen in der Vorstellung sowie in den Objektberichten von neuen und innovativen Trends, Neuheiten und Entwicklungen aus der Baubranche, den Baustoff-Fachhandel und in der ausführliche Berichterstattung über alle wichtigen Messen sowie in den Rubriken »Im Blickpunkt« und »Namen und Neuheiten« sowie »Aktuelles«.



Web-Adresse

baustoff-partner.de

Herausgeber / Verlag

SBM Online GmbH
Hermann-von-Barth-Str. 2
87435 Kempten

Kompetenz

Umfassende Berichterstattung, Top-Aktualität und Schnelligkeit in der Informationspräsentation zeichnen baustoff-partner.de aus:

- Tagesaktuelle Nachrichten und Neuigkeiten über das Bauhandwerk und den Baufachhandel
- Objekt- und Anwenderberichte
- Umfangreiche Auflistung von Herstellern
- Bildergalerien, Reportagen, Interviews von Messen und Veranstaltungen
- Newsletter (über 4.000 Abonnenten)
Monatlich erscheinender Newsletter mit Nachrichten, Reportagen und Neuigkeiten
- Facebook – der direkte Austausch mit Usern und Fans

Dateiformate Banner: jpg, gif, png

Zielgruppe

- Dachbau
- Fassadenbau
- Fensterbau
- Galabau
- Industrie- & Gewerbebau
- Innenausbau
- Trockenbau
- Türenbau
- Baufachhandel
- Architekten und Planer

Liefertermin

Senden Sie Ihre Daten spätestens fünf Tage vor Kampagnenstart.

Lieferadresse

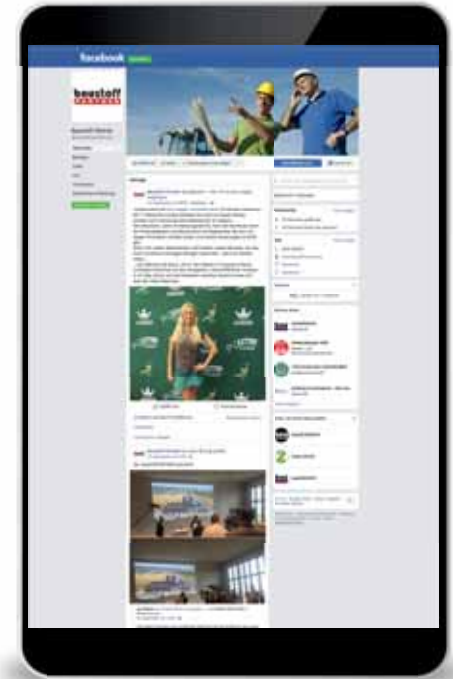
Mauro Di Renzo
mdr@sbm-verlag.de

Zugriffe

3.787 Besuche/Visits

5.891 Page Impressions

Monatlicher Durchschnittswert Jan – Aug 2018,
Quelle: Google-Analytics



Startseite

Advertorial

bezahlter redaktioneller Beitrag

- Platzierung: Top-News
(für Kunden ohne Partner-Paket)
- Preis/Woche: je 350,00 €

Video-Box

Platzierung: Imagefilm/ Produktfilm etc.
(innerhalb aktueller Meldungen)

- Preis/Monat: 475,00 €

Mobile Version

Mobil-Content Ad

- Größe: 300 x 200 px
- Platzierung: Anzeige in der Mobil-Version
- Preis/Jahr: je 499,00 €



Skyscraper

- Größe: 160 x 600 px
- Platzierung: rechte Seitenleiste,
- Preis/Monat: 475,00 €

Half-Skyscraper

- Größe: 160 x 300 px
- Platzierung: rechte Seitenleiste,
- Preis/Monat: 315,00 €

Rectangle

in Aktuelle Meldungen, Blickpunkt, Namen/Neuigkeiten, Messen/Seminare/Termine

- Größe: 288 x 350 px
- Preis/Monat: je 330,00 €

Superbanner

- Größe: 964 x 200 px
- Platzierung: Über den Themenseiten, unter aktuelle Meldungen
- Preis/Monat: 620,00 €

Skyscraper

- Größe: 160 x 600 px
- Platzierung: rechte Seitenleiste, bei Aufruf der Meldungen/News
- Preis/Monat: 380,00 €

Half-Skyscraper

- Größe: 160 x 300 px
- Platzierung: rechte Seitenleiste, bei Aufruf der Meldungen/News
- Preis/Monat: 235,00 €

Wide-Content Ad

- Größe: 600 x 200 px
- Platzierung: Bei Aufruf jeder Meldung/News innerhalb des Textes, rotiert mit vier weiteren Unternehmen
- Preis/Monat: 620,00 €



Skyscraper

- Größe: 160 x 600 px
- Platzierung: rechte Seitenleiste, rotierend auf einer von sieben Themenseiten
- Preis/Monat: 285,00 €

Half-Skyscraper

- Größe: 160 x 300 px
- Platzierung: rechte Seitenleiste, rotierend auf einer von sieben Themenseiten
- Preis/Monat: 199,00 €

| Startseite | Größe in Pixel | Platzierung | Preise/Monat | Buchungsmöglichkeit pro Monat | Belegung pro Stück |
|--|----------------|--|-----------------|-------------------------------|--------------------|
| Superbanner | 964 x 200 | Über den Themenseiten, unter aktuelle Meldungen | 620,00 € | 3 Stück | 1 x |
| Skyscraper | 160 x 600 | rechte Seitenleiste | 475,00 € | 5 Stück | 1 x |
| Half-Skyscraper | 160 x 300 | rechts Seitenleiste | 315,00 € | 6 Stück | 1 x |
| Video-Box bei aktuelle Meldungen | | Imagefilm/Produktfilm etc. (innerhalb aktuellen Meldungen) | 475,00 € | 1 Stück | 1 x |
| Rectangle in Aktuelle Meldungen | 288 x 350 | | 330,00 € | 2 Stück | 2 x |
| Rectangle im Blickpunkt | 288 x 350 | | 330,00 € | 1 Stück | 2 x |
| Rectangle in Namen / Neuigkeiten | 288 x 350 | | 330,00 € | 1 Stück | 2 x |
| Rectangle in Messen / Seminare / Termine | 288 x 350 | | 330,00 € | 1 Stück | 2 x |
| Advertorial = bezahlter redaktioneller Beitrag | | Top-News (für Kunden ohne Partner-Paket) | 350,00 € | 7 x / 7 Tage | |
| Mobil-Content Ad | 300 x 200 | Anzeige in der Mobil-Version | 499,00 € / Jahr | 3 Stück | 3 x |

| Newsline | Größe in Pixel | Platzierung | Preise/Monat | Buchungsmöglichkeit pro Monat | Belegung pro Stück |
|-----------------|----------------|---|--------------|-------------------------------|--------------------|
| Wide Content Ad | 600 x 200 | Bei Aufruf jeder Meldung/News innerhalb des Textes, rotiert mit vier weiteren Unternehmen | 620,00 € | 1 Stück | 5 x |
| Skyscraper | 160 x 600 | rechte Seitenleiste, bei Aufruf der Meldungen/News | 380,00 € | 3 Stück | 1 x |
| Half-Skyscraper | 160 x 300 | rechte Seitenleiste, bei Aufruf der Meldungen/News | 235,00 € | 4 Stück | 1 x |

| Themenseite | Größe in Pixel | Platzierung | Preise/Monat | Buchungsmöglichkeit pro Monat | Belegung pro Stück |
|-----------------|----------------|--|--------------|-------------------------------|--------------------|
| Skyscraper | 160 x 600 | rechte Seitenleiste, (rotierend auf einer von sieben Themenseiten) | 285,00 € | 2 x | 1 x |
| Half-Skyscraper | 160 x 300 | rechte Seitenleiste, (rotierend auf einer von sieben Themenseiten) | 199,00 € | 2 x | 1 x |

Ihr Kontakt zu uns

Objektleiter



Stephan Berchtold

+49 (0) 8 31 / 5 22 04-42
berchtold@sbm-verlag.de

Chefredakteur



Jan Rieken

+49 (0) 8 31 / 5 22 04-25
rieken@sbm-verlag.de

Redakteur



Damir Mioc

+49 (0) 8 31 / 5 22 04-15
mioc@sbm-verlag.de

Mediaberater



Christian Geiger

+49 (0) 8 31 / 5 22 04-27
geiger@sbm-verlag.de

Mediaberater



Markus Maier

+49 (0) 8 31 / 5 22 04-37
maier@sbm-verlag.de

Mediaberater



Elmar Romanesen

+49 (0) 8 31 / 5 22 04-16
romanesen@sbm-verlag.de

Layout / Redaktions-Vorstufe

Alexandra Kastl

+49 (0) 8 31 / 5 22 04-23
kastl@sbm-verlag.de

Jessica Joos

+49 (0) 8 31 / 5 22 04-21
joos@sbm-verlag.de

Simone Frank

+49 (0) 8 31 / 5 22 04-38
frank@sbm-verlag.de

Geschäftsleitung

Markus Holl

+49 (0) 8 31 / 5 22 04-40
holl@sbm-verlag.de

Joachim Plath

+49 (0) 8 31 / 5 22 04-41
plath@sbm-verlag.de

Verlagsleiter

Tobias Haslach

+49 (0) 8 31 / 5 22 04-39
haslach@sbm-verlag.de

Anzeigenleiter

Norman Zenzinger

+49 (0) 8 31 / 5 22 04-33
zenzinger@sbm-verlag.de

Buchhaltung / Vertriebsassistentz

Susanne Traub

+49 (0) 8 31 / 5 22 04-30
traub@sbm-verlag.de

Claudia Maguire

+49 (0) 8 31 / 5 22 04-29
maguire@sbm-verlag.de

SBM Verlag GmbH

Hermann-von-Barth-Str. 2
87435 Kempten

☎ +49 (0) 831 / 522 04-0

✉ baustoffpartner@sbm-verlag.de

🌐 www.sbm-verlag.de