

BAUEN + INSTALLIEREN ■

MEDIAINFO 2012+2013

BAUEN + INSTALLIEREN

Zielgruppen:

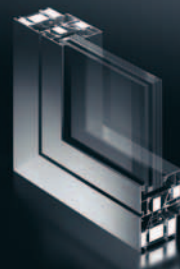
ARCHITEKTEN, PLANUNGSBÜROS, WOHNUNGSBAUGESELLSCHAFTEN, BAUTRÄGER, GENERALUNTERNEHMER, USW.



ELEKTRO



SHKL



BAU

NEHMEN SIE JETZT EIN KOSTENLOSES DIGITAL ABO

www.BAUEN-INSTALLIEREN.com

MAGAZINE FOR ARCHITECTS AND MANUFACTURERS !

www.BAUEN-INSTALLIEREN.com

BAUEN + INSTALLIEREN ■ SECTORS

BUILDING + CONSTRUCTION

AIRCONDITIONING

BATHROOMS

HEATING

VENTILATION

ELECTRICAL

SOLAR

BAUEN + INSTALLIEREN ■ CONSTRUCTION PROCESS

QUOTATION

DRAFT

CALCULATION

CONTRACT

PRODUCTS

BUILDING

INSTALLATION

ASSEMBLY

FINISH

FURNISHING

ACCEPTANCE

MAINTENANCE

PRODUCTS FOR THE BUILDING INDUSTRY

PRODUCTS FOR THE INSTALLATION INDUSTRY

PRODUCTS FOR THE ELECTROTECHNICAL INDUSTRY

PRODUCTS FOR OFFICE FURNISHING

BAUEN + INSTALLIEREN ■ THE MAGAZINE

MAGAZINE FOR THE TOTAL BUILDING + INSTALLATION INDUSTRY

HIGH QUALITY BACKGROUND EDITORIALS

VERY CLEAR AND ORGANIZED DESIGN

STRONG FORMULA

CATCHY COVERS

EASY TO READ

LUXURIOUS APPEARANCE

UP TO DATE

BAUEN + INSTALLIEREN ■ WHY ADVERTISE ?

CIRCULATION OF THE MAGAZINE ?
TO THE DECISIONMAKERS

AD PRICES ?
VERY COMPETITIVE

EDITORIAL SUPPORT ?
WE WOULD GLADLY ASSIST YOU

ADVERTISEMENTS IN CONJUNCTION WITH EDITORIALS ?
EVEN MORE EFFECTIVE, GOOD THINKING

SENDING MAILSHOTS EXACTLY TO YOUR TARGETGROUPS ?
EASY AND VERY AFFORDABLE

ADVERTISE IN GERMANY ?
BAUEN + INSTALLIEREN

ADVERTISE IN THE NETHERLANDS ?
BOUWEN + INSTALLIEREN

PACKAGE DEALS GERMANY + THE NETHERLANDS ?
BEST POSSIBLE SYNERGY

BAUEN + INSTALLIEREN ■ TARGETGROUPS

CLIENTS + FINANCERS

Airports, Colleges and Universities, Government Building Agency, Head Offices of Banks, Insurance Companies and Pension Funds, Hospitals, Hotels, Housing Associations, Investment Companies, Municipalities, Nursing Homes, Project Developers, Property Management, Provincial Authorities, Public Works and Water Management, Retirement Homes, State Authorities, Store Chains, Supervised Living Facilities, Temporary Employment Agencies and Recruitment Agencies, Vacation Bungalow Rental Agencies, Association of Owners, etc.

PLANNING + CONSULTING

Architects, Interior Architects, Building and Construction Consulting Companies, Electrical Consulting Companies, Engineering Offices, HVAC Consulting Companies, Lighting Consulting Companies, Refrigeration Consulting Companies, Security Consulting Companies, Solar Energy Consulting Companies, Facility Managers, Project Interior Designers, etc.

DISTRIBUTION

Wholesalers for the Building Industry, Bathrooms, Heating, Ventilation, Air-conditioning, Refrigeration, Wood, Solar Energy Sector and Electro-technical Sector, Retailers Bathroom, Retailers Lighting, DIY Centres, Building Material Dealers, etc.

WORKERS

Assembly Companies, Bricklaying Companies, Building Contractors, Carpenter Companies, Ceiling Companies, Concrete Joint Companies, DIY Companies, Dry Wall Companies, Floor Companies, Glaziers, Installers Electrical, Installers HVAC, Security, Data- and Telecommunication Sector, Finishing Companies, Insulation Companies, Painters, Parquet Fitters, Paving Companies, Plasterers, Plumbers, Roofers, Security Companies, Shop Builders, Steel Construction Companies, Tilers, Wall Companies, Wall Papering Businesses, Window Frame Builders and Shutter Builders, etc.

MANUFACTURERS

Manufacturers, Suppliers, Importers, etc.

BAUEN + INSTALLIEREN ■ THEMES

Access Control, Acoustics, Adhesives and Tapes, Air Conditioning, Application Software, Awnings, Bathrooms, Blinds, Boilers, Bricks, Building and Construction, Building Automation, Building Elements, Cable, Cable Tray, Cable Trunks, Carpet, Carports, Ceilings, Cement, Cladding, Coatings, Concrete, Construction Chemicals, Construction Machinery, Courses, Data- Network- and Telecommunication, Domed Roof Lights, Door Entry Systems, Door Fittings and Window Fittings, Doors Exterior, Doors Industrial, Doors Interior, Dormer Windows, Electric Floor Heating, Electrical Switches, Emergency Lighting, Facades, Fencing and Gates, Fire Protection, Fixing Materials, Floors, Foundation Techniques, Garages, Glazing, Guttering, Gypsum, Heat Pumps, Heating, Home Automation, Hydraulic Platforms and Scissor Lifts, Installation materials for the Building Sector, Installation materials for the Heating Sector, Installation materials for the Ventilation Sector, Installation materials for the Air-conditioning Sector, Installation materials for the Sanitary Sector, Installation materials for the Solar Energy Sector, Installation materials for the Electro-technical Sector, Insulation Materials, In-Vehicle Equipment Storage Solutions, Kitchens, Kitchen Equipment, Lighting (Interior), Lighting (Outdoor), Lighting (Industrial), Lightning Protection, Lime, Lime Plaster, Measurement and Control, Modular Construction, Mortar, Mounting Boards and Distribution Systems, Natural Stone, Office and Project Interiors, Paints, Panel Vans, Passenger Elevators, Personal Safety and Protection Clothing Equipment, Pipes and Tubes (Aluminium, Concrete, Copper, Metal, PVC, Synthetic), Plaster, Plasterboard, Prefab Homes, Radiators, Refrigeration, Rental Companies, Roofing Materials, Roofs, Roof Tiles, Saunas, Scaffolding, Sealants, Security Products, Sewer Systems, Shutters, Solar Panels, Staircases, Street Furniture, Sun Rooms, Surface Treatment, Swimming Pools, Temporary Employment Agencies, Tiles, Tools, Training Institutes, Varnishes, Ventilation Systems, Verandas, Walls, Water Treatment, Whirlpools, Window Frames, Window Sills, Windows, Wood, etc.

We naturally also pay much attention to:

Architecture, Design, Project Reviews in the field of Building and Construction Technology, HVAC Installation, Electrical Installation, Trade Fairs, Standards and Regulations, etc.

BAUEN + INSTALLIEREN ■ CIRCULATION IN GERMANY

Geographic Distribution

Constant Changing Free Copies. Percentages are rounded, based on the normal Address Directory. Permanent updating and circulation on Fairs cause fluctuations and deviations.

CIRCULATION DIVIDED INTO STATE REGIONS IN %

STATE REGION	IN %
BADEN-WÜRTTEMBERG	13,5
BAYERN	16,5
BERLIN	3,0
BRANDENBURG	3,5
HESSEN	7,0
MECKLENBURG-VORPOMMERN	3,0
NORDRHEIN-WESTFALEN	19,5
NIEDERSACHSEN / BREMEN	9,5
RHEINLAND-PFALZ	5,0
SACHSEN-ANHALT	3,5
SACHSEN	7,0
SAARLAND	1,0
SCHLESWIG-HOLSTEIN / HAMBURG	5,0
THÜRINGEN	3,0

DIVIDED INTO ZIP CODE AREAS IN %

ZIP CODE	IN %
ZIP CODE AREA 0	2,5
ZIP CODE AREA 1	4,1
ZIP CODE AREA 2	7,7
ZIP CODE AREA 3	9,4
ZIP CODE AREA 4	13,0
ZIP CODE AREA 5	12,0
ZIP CODE AREA 6	12,9
ZIP CODE AREA 7	19,5
ZIP CODE AREA 8	10,9
ZIP CODE AREA 9	8,0



CALENDAR

2012

2013

FEBRUARY

PUBLICATION DATE

February 21

February 21

DEADLINE ADVERTISING
DEADLINE EDITORIAL

January 12
December 23

January 11
December 20

MARCH

PUBLICATION DATE

March 22

March 22

DEADLINE ADVERTISING
DEADLINE EDITORIAL

February 13
January 30

February 13
January 30

APRIL

PUBLICATION DATE

April 23

April 23

DEADLINE ADVERTISING
DEADLINE EDITORIAL

March 14
February 29

March 14
February 27

MAY

PUBLICATION DATE

May 22

May 23

DEADLINE ADVERTISING
DEADLINE EDITORIAL

April 13
March 30

April 12
March 29

JUNE

PUBLICATION DATE

June 21

June 21

DEADLINE ADVERTISING
DEADLINE EDITORIAL

May 14
April 27

May 15
April 29

SEPTEMBER

PUBLICATION DATE

September 21

September 20

DEADLINE ADVERTISING
DEADLINE EDITORIAL

August 13
July 13

August 14
July 15

OCTOBER

PUBLICATION DATE

October 23

October 21

DEADLINE ADVERTISING
DEADLINE EDITORIAL

September 13
August 30

September 13
August 26

NOVEMBER

PUBLICATION DATE

November 22

November 22

DEADLINE ADVERTISING
DEADLINE EDITORIAL

October 15
September 28

October 15
September 30

If new and/or revised advertising material is not received before the deadline advertising of a publication month, then in each case during the period of the advertising contract, the last placed advertisement will be placed again unless agreed otherwise in writing on the advertising contract.

Delivery Terms and Conditions for Loose Inserts

Minimum Size : 105 x 148 mm (width x height)

Maximum Size : 200 x 270 mm (width x height)

Number of Loose Inserts to be supplied by you

Always at least 5% more than the printed edition, with regard to possible waste.

Models/Examples of Loose Inserts

One month before the publication date you will be required to send PUBLIMEDIA ADVERTISING approximately 10 models/examples of the Loose Insert to be used for approval. These copies can be sent to:

PUBLIMEDIA ADVERTISING
Attending Sales Support Department
Brüsseler Strasse 20
48455 Bad Bentheim-Gildehaus
Germany

Folding

Unless specified otherwise Loose Inserts should be supplied folded.

Packaging and Transport

- Preferably use Europallets
- Pallets should be supplied properly wrapped in pallet wrap or shrink-wrap foil
- The Loose Inserts should be contained within the pallet dimensions
- The pallet wrapping should prevent any shifting or sliding of the Loose Inserts
- The Loose Inserts should be wrapped in such a way that no humidity from the outside can enter
- The Loose Inserts should not be warped or curved
- The Loose Inserts should not stick or cling
- The Loose Inserts should be properly processable during production
- When possible apply strong intermediate sheets between the various layers
- When necessary use corner supports
- Each pallet should have a packing slip

This packing slip should clearly state:

1. The title of the magazine concerned in which the Loose Inserts will be placed
2. The publication month concerned of the magazine in which the Loose Inserts will be placed
3. Your company stamp
4. The title of the Loose Insert
5. The number of copies per pallet
6. The total number of Loose Inserts
7. The total number of pallets
8. The address details of the sender and recipient
9. A blank space for any remarks

When the above is not complied with PUBLIMEDIA ADVERTISING or the printing/finishing company acting on behalf of PUBLIMEDIA ADVERTISING, PUBLIMEDIA ADVERTISING reserves the right to refuse the delivery.

In order to avoid warped, curved, sticking or from a production point of view not properly processable Loose Inserts, the packaging requirements and/or suggestions are summarised as follows:

Bundling

- Prevent the use of string to avoid warping
- Do not use elastic bands, strapping, paper binding, etc.
- All Loose Inserts of a bundle should be stacked in the same direction
- Bundles should be properly separated, on all four sides as well as above and below
- When stacking is not possible, we advise the use of boxes or pallet boxes

Delivery method of Loose Inserts

Perfectly packaged and freight and carriage paid to be delivered to:

Delivery address of the processing company:

De Brink Direct Mail b.v.
Attending Mr. R. in 't Veld
De Marssteden 42
7547 TC Enschede
Netherlands

General

Each request for information or questions on specifications or deliveries should be exclusively directed to PUBLIMEDIA ADVERTISING and not to the processing company concerned.

When a delivery does not comply with the above mentioned terms and conditions or is delivered at least 2 weeks prior to the delivery date determined by PUBLIMEDIA ADVERTISING, PUBLIMEDIA ADVERTISING reserves the right to refuse the delivery.

In the case of a premature delivery of at least 2 weeks before the delivery date determined by PUBLIMEDIA ADVERTISING, PUBLIMEDIA ADVERTISING will be entitled to charge the instructing party storage and administration costs at 3,5% of the net order value without prior notification.

PUBLIMEDIA ADVERTISING can not accept any responsibility for the content and the implications of agreements entered into with third parties in relation to the transaction unless PUBLIMEDIA ADVERTISING has given her explicit written approval of such.

ADDITIONAL Editorial Support

To support your ad placements in BAUEN+INSTALLIEREN even more powerfull, we offer you the possibility to order a **Double Page Text Ad**.

This Double Page Text Ad can be an ideal marketing tool for you to present your company or to publicise interesting technical case stories, product innovations, project reviews or product introductions.

The Double Page Text Ad can be ordered only by entering a new advertising contract.

Conditions:	2/1 Page Text Ad
Maximum number of words :	750
Maximum number of images :	3

Journalistic process:

Telephone interview with one of our Journalists - included.
Images must be supplied timely in digital format by the client, preferably supply images of the interviewee(s), products, applications, etc.

Timely and correct delivery:

For a problem-free and prompt completion and in order to keep to a possibly agreed publication month of the planned text advertisement with the editorial staff, it is important that the text advertisement presented to you, checked and corrected by you and the final text released by you, including all digital images as well as that PUBLIMEDIA ADVERTISING receives the copyright agreement form of PUBLIMEDIA ADVERTISING, regarding this text advertisement, which has to be signed by an entitled person, provided with your company stamp, is received by PUBLIMEDIA ADVERTISING at the latest 14 days before the closing date for copy of the publication month scheduled. If, for any reason, we do not receive the copyright agreement form of PUBLIMEDIA ADVERTISING in the aforementioned manner we will not post your text advertisement. The offer to post your text advertisement in the publication month scheduled will thereby expire.

Closing Dates:

At the latest 14 days before the closing date for copy (look at the Calendar)

P R I C E S

Please contact our Advertising Department !

Only possible in combination with advertisements.

GUIDELINES for the supply of digital advertisements

Certified PDF

Advertisement material need to be supplied as Certified PDF with PDF Profile MagazinAds. More information about Certified PDF can be found on the website www.certifiedpdf.net.

The advertisement page must be submitted as a single page PDF-file (one page per file). For a spread, submit one document.

Preferred data format: PDF with embedded fonts (unseparated).

Open file format

If Certified PDF is not possible you can supply your digital file in Adobe InDesign, QuarkXpress, Adobe Illustrator (transfer the fonts into lettercontours) and Adobe Photoshop.

Images

Images must be supplied in TIFF or EPS standard formats with a resolution of at least 300 dpi. Files in a lower resolution are not suitable for use as graphical material in publications. The scan resolution for full-colour and gray-scale graphics is 300 dpi, for black/white (bitmap) 600 dpi and for detailed drawings and sketches (linework) 1.600 dpi. Graphics should not be scaled more than 15% and should not be rotated. Do not use RGB colours (not suitable for graphical publications) and PMS colours should not be mixed with both coated and uncoated. Check that all dropout, overprint and trapping settings are correct, bleed is minimal 5 mm.

All colours in CMYK and not RGB.

Fonts

Use Type 1 fonts only. When supplying open files always include all used screen- and printerfonts (and their variants). Do not use styles like „bold“ or „italic“ in the program but always select the correct font from the font-menu (e.g. Times Bold or Times Italic). Text in illustrations/logos must be transferred into lettercontours.

Proofs

Please supply a laserprint of 100% with your Certified PDF, including crop-centering and registering marks.

Supply how?

E-mail: mac@publimedia.de

In this e-mail, please clearly mark for which publication and for which publication month, the advertisement is meant.

When supplying files via e-mail, please fax an example of the advertisement to the Advertising + Production Department and clearly mark for which publication and which publication month the advertisement is meant. The Fax number is: +49 (0) 5924-29977-40.

CD/DVD:

PUBLIMEDIA ADVERTISING
Attn. Advertising + Production Department
Brüsseler Strasse 20
48455 Bad Bentheim-Gildehaus
Germany

More information

If you do not comply to the above mentioned specifications we are compelled to charge technical costs. Our department can also take care of the Layout of your advertisement. For more information please contact the Advertising + Production Department. Tel. +49 (0) 5924-29977-0.

PUBLISHER

PUBLIMEDIA ADVERTISING

Brüsseler Strasse 20
48455 Bad Bentheim-Gildehaus
Germany

Telephone +49 (0) 5924- 29977-0
Fax +49 (0) 5924- 29977-40
E-mail info@publimedia.de

Year of publication

5th year of publication 2012

Publication frequency

8x per year

Subscriptions

Subscription for 2 years (16 issues) : € 79,-
Subscription for 1 year (8 issues) : € 60,-
(excluding costs of postage, shipping and handling)

Payment terms

To be paid immediately upon receipt of the invoice, net in cash. In the event of payment arrears or delay interest of at least 8% above the usual bank interest for overdraft facilities as well as collection costs are charged. For new clients the publisher reserves the right to require cash prepayment until the closing date for advertisements. Postal charges and shipping and handling costs are not eligible for any reduction.

Prices

We expressly reserve the right to pass on any intermediate price and/or exchange rate changes to the client. All prices are excluding VAT and postal charges, unless explicitly stated otherwise. PUBLIMEDIA ADVERTISING is entitled to pass on any amendment in the VAT rate to its clients.

For special pages and sections, for advertisements in special supplements, special formats, partial orders not included in this pricelist, combined orders, one-year or multiple-year orders and combination orders with other titles as well as orders for supplements the publisher is able to determine different prices.

This is also applicable for advertisements placed on special pages – with regard to anniversaries, openings, expositions, refurbishments or other occasions; for as far as in such publications editorials from the advertisement department are included, the proportionate payment to be paid by the individual client for such will be included in the price; it should be noted that advertisements which are not recognisable as such due to their editorial format will be marked by the editors with „advertisement“, „text advertisement“, „product advertisement“ or „project advertisement“.

Our prices are net, whereby any possible discounts to be given by advertising agencies are not included. When the client insists that the (financial) completion should take place through an advertising agency, we will charge an additional fee of at least 20% over the tariffs stated in the pricelist. For orders received directly from an advertising agency we will charge an additional fee of at least 20% over the tariffs stated in the pricelist to the advertising agency. For these orders received directly from an advertising agency, which are not simultaneously provided by the client or on behalf of the client, we reserve the right to refuse such orders, unless the client takes on the full joint and several liability, and therefore financial liability, for the obligations resulting from this order.

GENERAL

Our liability is limited – for as far as this is legally permitted – to the individual amount invoiced by PUBLIMEDIA ADVERTISING to the client and as appropriate up to the maximum amount to be paid by our professional liability insurance in such a case, all in accordance with the policy terms and conditions of the insurance company. To all our estimates, offers, products, services provided, agreements concluded as well as supplementary agreements, including any agreements mentioned in these, are applicable our general and supplementary payment and delivery terms and conditions, the declarations of consent and approval, the copyright agreement forms, the imprint, in particular the notifications in such about manuscripts, copyright and applicable media details, pricelists, copyright conditions, as well as the current and applicable contents page and/or colophon pages. Errors and omissions excepted. Typographical errors and misprint reserved.

Bankdetails

VOLKSBANK Gronau-Ahaus eG

Bank Account Number : 205 651 800 – (BLZ 401 640 24)
IBAN : DE43 4016 4024 0205 6518 00
SWIFT/BIC : GENODEM1GRN

Chamber of Commerce : 201342 HRA - Osnabrück

TECHNICAL DETAILS

Trim Size

225 mm x 297 mm (width x height)

Type Area

185 mm x 265 mm (width x height)

Bleed Size

235 mm x 307 mm (width x height)

Cut protection

For sections of an advertisement which should not be cut, a distance of at least 10 mm from the format limit of the magazine should be observed.

Multiple page advertisements

For advertisements to be printed across the binding you should provide two separate pages. Please note the overlap between the pages.

Printing material

Only digital material provided by you in the correct manner can be processed !
All in accordance with the instructions from PUBLIMEDIA ADVERTISING.

Colours

Standard colours in accordance with EuroSkala/Europe Scale Colors.

For special colours or colour tint, which can not be achieved by combined printing of the colours from the used EuroSkala/Europe Scale Colors, a special agreement is needed. Details on request. The publisher reserves the right to achieve special PMS colours by combining the EuroSkala/Europe Scale Colors due to technical reasons.

Binding

Perfect binding (Lumbeck).

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN DER PUBLIMEDIA ADVERTISING'

§ 1 Allgemeines

Diese Bedingungen sowie die jeweils gültige Preisliste von PubliMedia gelten, auch wenn im Einzelfalle nicht darauf Bezug genommen wird, für alle, von PubliMedia gemachten Angebote, geleisteten Dienste, geschlossenen Verträge und die Nachträge einschließlich der darin genannten Vertragsbestandteile unter Ausschluss aller, von Kunden gestellten und/oder hinterlegten Bedingungen. Abänderungen der vorliegenden Bedingungen sind schriftlich festzulegen und gelten ausschließlich für die Verträge, auf die sie sich ausdrücklich beziehen. Diese Bedingungen finden auch auf die bereits früher abgeschlossenen Verträge von PubliMedia Anwendung. Mit der Erstellung des Anzeigenauftrages erkennt der Auftraggeber die nachstehenden Geschäftsbedingungen sowie die jeweils gültige Preisliste von PubliMedia an. Für die schriftlichen Anzeigen, Erklärungen und Rechnungen genügt ein Computerbrief, auch wenn er nicht handschriftlich durch den Verfasser unterzeichnet wurde.

Bei Änderungen der Anzeigenpreisliste oder der Geschäftsbedingungen treten die neuen Bedingungen auch für laufende Aufträge – sofern keine anderslautende schriftliche Vereinbarung getroffen wurde – mit dem Einführungsdatum des neuen Tarifs sofort in Kraft.

§ 2 Anzeigen/ Beilagen/ Einhefter

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungstreibenden oder sonstigen Inserenten in Druckschriften von PubliMedia oder in elektronischen oder digitalen Medien oder der Vertrag über die Befügung von Beilagen oder Einheftern zu solchen Druckschriften zum Zweck der Verbreitung. Der erteilte Anzeigenauftrag ist erst nach schriftlicher Bestätigung durch PubliMedia rechtsverbindlich. Der Auftraggeber ist damit einverstanden, dass die von ihm stammenden Texte ergänzend zu der Veröffentlichung in Druckschriften ebenfalls in elektronischen Medien verbreitet werden. PubliMedia speichert die im Verkehr mit den Geschäftspartnern relevanten Daten zwecks Verarbeitung in automatisierten Verfahren.

2. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens einer viertel Seite sowohl an den Text als auch an andere Anzeigen angrenzen können. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

3. Der Auftraggeber hat gemäß den Anweisungen der PubliMedia für eine rechtzeitige Anlieferung des Anzeigematerials zu sorgen. Ist eine Anzeige auf der Basis von einer Füllfarbe, bzw. mehreren Farben, und/oder Vierfarbdruck aufgenommen worden, ist das entsprechende Anzeigematerial farbengereinigt aus den Verfahrensfarben Gelb, Magenta, Cyan und Schwarz der Europaskala aufgebaut und zusammen mit einem verbindlichen Farbmaster mit Kontrollstreifen anzuliefern. Sonderfarben oder Farbtonen, die durch den Zusammendruck von Farben der verwendeten Eurokala nicht erreicht werden können (z.B. Gold, Silber), bedürfen einer gesonderten schriftlichen Vereinbarung mit PubliMedia; diesbezüglich gelten gesonderte Preise gemäß jeweils aktueller Preisliste von PubliMedia. Geringfügige Abweichungen vom Originalfarbton bleiben vorbehalten. PubliMedia kann eventuelle Schadensersatzansprüche nicht behandeln, wenn das Anzeigematerial nicht den Richtlinien entsprechend angeliefert wurde. Falls nach dem Urteil von PubliMedia das Anzeigematerial überhaupt nicht, nicht rechtzeitig, unbrauchbar, unvollständig und/oder beschädigt angeliefert wurde, entfällt für den Auftraggeber das Recht auf Veröffentlichung in der Zeitschrift, unbeschadet der Verpflichtung des Auftraggebers zur Erfüllung seiner finanziellen Verpflichtungen gegenüber der PubliMedia. Der Auftraggeber erteilt PubliMedia die Erlaubnis, in einer derartigen Situation nach freiem Ermessen der PubliMedia eine oder mehrere „alte“, bereits im PubliMedia-Besitz befindliche Anzeige(n) des Auftraggebers, zu veröffentlichen; dies gilt auch dann, wenn der Text, die Abbildung(en) und/oder die diesbezüglichen Themen in der betreffenden „alten“ Anzeigen größtenteils und/oder völlig von der/den ursprünglich geplanten Anzeige(n) abweichen, ohne dass hieraus Schadensersatzansprüche des Auftraggebers resultieren.

4. Bei Druckvorlagen, die zusätzliche Herstellungskosten, insbesondere Satz-, Film- und Lithokosten, verursachen, werden diese in Rechnung gestellt. Kosten für die Anfertigung bestellter Bilder, Druckunterlagen, Druckstöcke, Filme, Lithos, Daten und Zeichnungen hat der Auftraggeber zu tragen. Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen und Beilagenmaterialien nicht sofort erkennbar, sondern werden dieselben erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Auftraggeber bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche. Das gleiche gilt bei Fehlern in wiederholt erscheinenden Anzeigen, wenn der Auftraggeber nicht vor Drucklegung der nächstfolgenden Anzeige auf den Fehler hinweist.

5. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die PubliMedia nicht zu vertreten hat, so ist der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, gleichwohl verpflichtet, den vollen Anzeigenpreis zu bezahlen. Die entsprechende Restrechnung, die ggf. zunächst auch nur für einen Teilbetrag erstellt werden kann, ist unabhängig davon, ob die gesamte Abnahmezeit bereits abgelaufen ist, zur Zahlung fällig. Kommt der Auftraggeber mit der Anlieferung des Anzeigematerials in Verzug, ist die gesamte Auftragssumme eines beauftragten Anzeigenabonnements sofort fällig und vom Auftraggeber zu erbringen. Die Abtretung der Ansprüche aus dem Anzeigenvertrag durch den Auftraggeber ist nicht zulässig.

6. PubliMedia behält sich nach freiem Ermessen vor, Anzeigenaufträge anzunehmen oder abzulehnen. Insbesondere behält sich PubliMedia vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlich, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen von PubliMedia 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. Bei einer Terminfestlegung behält sich PubliMedia die Möglichkeit einer Verschiebung um eine oder mehrere Ausgaben vor. Ferner behält sich PubliMedia nach freiem Ermessen vor, im Rahmen der Beauftragung von Textanzeigen und Produktinfo-Anzeigen eine geringere als die im Anzeigenauftrag angegebene maximale An-Zahl von Anzeigen zu veröffentlichen. Ansprüche auf Nachlass bzw. Rabattierung des Anzeigenpreises bzw. sonstige Ansprüche des Auftraggebers entstehen hierdurch nicht.

7. Für die Aufnahme von Anzeigen an bestimmten Plätzen oder in bestimmten Nummern sowie für den Ausschluss von Wettbewerbsanzeigen oder eine Alleinbelegung wird keine Gewähr übernommen. Enthalten Anzeigenaufträge trotzdem Platzvorschriften, so gilt der Anzeigenauftrag an sich unter allen Umständen als verbindlich erteilt, auch wenn den Vorschriften nicht entsprochen werden kann. Für angemessene Platzvorschriften werden die tariflichen Sätze berechnet.

8. Fest erteilte Aufträge können nicht abbestellt werden, auch nicht, wenn die innere Einteilung, die Ausstattung, der Umfang der Titel oder die Besitzverhältnisse der Zeitschrift geändert werden oder wenn einzelne Anzeigenvorlagen von PubliMedia abgelehnt worden sind. Für Anzeigen mit Sonderplatzierungen (auch Umschlagseiten und Sonderformate) besteht kein Rücktrittsrecht. Werden innerhalb eines Jahres weitere Anzeigen als vereinbart abgenommen, so ist PubliMedia berechtigt, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem tatsächlichen Abnahme aufgrund der Preisliste entsprechenden Nachlass nach zu berechnen.

9. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch und im Rahmen von Vierfarb-Anzeigen geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Sendet der Auftraggeber den ihm rechtzeitig übermittelten Probeabzug nicht fristgemäß zurück, so gilt die Genehmigung zum Abdruck als erteilt. PubliMedia berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihr innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzugs gesetzten Frist mitgeteilt werden. Dies gilt nur für Anzeigen, die PubliMedia erstellt hat. Kosten für die vom Auftraggeber gewünschten oder von ihm zu vertretenden Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen. Änderungen sind vom Auftraggeber schriftlich mit genauer Angabe des Textes oder Bildmaterials etc. und der Ausgabe spätestens drei Wochen vor Anzeigenschlusstermin, bei Beilagenaufträgen spätestens sechs Wochen vor Streutermin, zu übermitteln. Die bereits entstandenen Herstellungs- oder Vorbereitungsarbeiten gehen zu Lasten des Auftraggebers.

10. „Beilagen“ sind der Zeitschrift lose beigefügte Drucksachen und Prospekte; „Einhefter“ sind fest in die Zeitschrift eingehaftete Drucksachen oder Prospekte. Beilagen und Einhefter müssen den Postbestimmungen entsprechend so gestaltet sein, dass sie nicht mit dem Redaktionsteil verwechselt werden können. Vor Auftragsannahme ist die Vorlage eines verbindlichen Musters erforderlich. Die Platzierung ist abhängig von den technischen Möglichkeiten. Die Einhefter sind unbeschnitten anzuliefern, mehrblättrige Einhefter müssen gefalzt angeliefert werden; die Vorderseite muss gekennzeichnet sein. Auch bei bestätigten Terminen für Beilagen und Einhefter ist der Auftrag erst endgültig angenommen, wenn der Verlag wenigstens 14 Tage vor Belegung ein Muster der Beilage/des Einhefters prüfen konnte. Beilagen und Einhefter dürfen nur für das Verkaufsprogramm des Auftraggebers werden. Wenn Beilagen für zwei oder mehr Firmen werben oder Fremdanzeigen enthalten, behält sich der Verlag die Ablehnung oder Höherberechnung des Auftrages vor. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Eine Alleinbelegung sowie Konkurrenzausschluss kann nicht eingeräumt werden. Die Beilagen müssen in der Art und Ausführung so beschaffen sein, dass eine zusätzliche Aufbereitung und Bearbeitung entfällt. Erschwernisse und zusätzliche Falz- und Klebarbeiten werden gesondert berechnet. Bei evtl. auftretenden Verarbeitungsschwierigkeiten hat die Fertigstellung der Auflage Vorrang gegenüber der Belegung. Beilagen/Einhefter, die auf einem anderen Werkstoff als Papier gedruckt sind, können nur nach vorher vom Verlag einzuholender Zustimmung der Post (gegen Vorlage eines verbindlichen Musters) angenommen werden. Es kann nur die Gesamtauflage belegt werden. Die ein-zu-ehfenden bzw. beizulegenden Drucksachen/Prospekte müssen einwandfrei verpackt bis spätestens 10 Werktage vor Erscheinungstermin der Belegten Ausgabe Frachtfrei geliefert werden. Beilagen und technische Zusatzkosten werden nicht rabattiert.

11. Besonderheiten bei Postkarten/Warenproben:
Die Haftung gegenüber dem Käufer/Empfänger der Zeitschrift für eventuelle Verschmutzungen oder Beschädigungen, die durch ausgelagerte Warenproben verursacht werden, liegt beim Auftraggeber. PubliMedia behält sich vor, Aufträge für Warenproben, die nicht problemlos mit dem Altpapier zu entsorgen sind, abzulehnen. Gegebenenfalls müssen Kosten für eine getrennte Entsorgung vom Auftraggeber übernommen werden. Die Preise können sich erhöhen, wenn die Beschaffenheit der Aufkleber die Verarbeitung erschwert und Mehrkosten verursacht werden.

Aufgeklebte Postkarten (Mindestpapiergewicht 150 g/m²) und Warenmuster auf Einheftern oder ganzseitigen Anzeigen müssen zusätzlich als Beilagen berechnet werden. Warenmuster und aufgeklebte Postkarten können nur nach vorher vom Verlag einzuholender Zustimmung der Post (gegen Vorlage eines verbindlichen Musters) angenommen werden. Bitte beachten Sie die postalischen Vorschriften bei der Gestaltung von Postkarten. Es kann nur die Gesamtauflage belegt werden. Aufkleber werden nach den technischen Möglichkeiten platziert. Aufkleber sind nur in Verbindung mit Anzeigen möglich. Bei Prospekten und Warenproben ist die Annahme eines Auftrages abhängig von der erfolgreichen Durchführung eines Probeauftrags. Dafür müssen vom Auftraggeber dem Verlag ca. 1.000 Original-Muster PubliMedia vorgelegt werden. In jedem Fall ist 6 Wochen vor Erscheinungsdatum die Vorlage von 10 Mustern mit gewünschter Standvorgabe erforderlich. Sie müssen so beschaffen sein, dass sie Verarbeitung und Versand einer Auflage nicht beeinträchtigen oder gefährden. Die ordnungsgemäße Durchführung des Auftrages ist nur gewährleistet, wenn die für die Produktion gelieferten Aufkleber in Beschaffenheit und Verpackung den nach dem Probeauftrag getroffenen Vereinbarungen entsprechen.

12. Für vom Auftraggeber bereitgestelltes Material (Beilagen, Einhefter, etc.) übernimmt PubliMedia keine Gewähr für die Richtigkeit oder als geliefert bezeichneten Mengen oder Qualitäten. Die Anlieferung von Beilagen und Prospekten muss grundsätzlich mit Lieferscheinen erfolgen, wobei die Angaben auf dem Lieferschein und auf der Palettenfahne identisch sein sollten. Die Veröffentlichung eines kostenlosen redaktionellen Beilagenhinweises liegt im Ermessen von PubliMedia.

13. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet zwei Monate nach Ablauf des Auftrages. Überschüssige Beilagen werden am Erscheinungstag vernichtet.

§ 3 Haftung von PubliMedia

1. PubliMedia wendet bei Entgegennahme und Prüfung der Anzeigentexte die geschäftsmäßige Sorgfalt an, haftet jedoch nicht, wenn sie von den Auftraggebern irreführend oder getauscht wird. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert PubliMedia Ersatz an. Für Fehler aus digitaler, elektronischer, telephonischer oder Telefax-Übermittlung oder sonstigen Irrtümern sowie bei fernmündlich veranlassenden Änderungen oder sonstigen vom Auftraggeber veranlassenen Korrekturen übernimmt PubliMedia keine Haftung. PubliMedia haftet ferner nicht für die Richtigkeit von Übersetzungen. Bei Reizeichnungen, Aufsichtsvorlagen, Dias, Datenraster oder sonstigen Materialien werden die Reproduktionskosten in Rechnung gestellt. Ohne druckverbindlichen (Digital-) Proof spätestens zum DU-Termin kann PubliMedia für die Richtigkeit der Texte, Abbildungen und speziell Farben bei elektronisch übermittelten Anzeigen bzw. Vorlagen (ISDN, E-Mail, Datenraster wie ZIP, CD-ROM, DVD usw.) keine Haftung übernehmen. Angaben zum digitalen Datenversand (Mediaden-Formularblatt) müssen PubliMedia vor Versand der Datei ausgefüllt vorliegen. Insofern wird auf die zusätzlichen Geschäftsbedingungen von PubliMedia für die Übernahme digitaler Anzeigen/ Druckunterlagen für Anzeigen Bezug genommen.

Soweit der Auftraggeber die Druckunterlagen nicht zur Verfügung stellt, übernimmt er die Kosten für die Beschaffung. Die Kontrolle über fristgemäßen Abruf des Auftrages ist Sache des Auftraggebers. Die Aufbewahrung, Be- und Verarbeitung der PubliMedia zur Verfügung gestellten Materialien erfolgt auf Rechnung und Risiko des Auftraggebers. Der Auftraggeber haftet für Auftragsüberschreitungen, die durch den ihn veranlasst werden, insbesondere für Maschinenstillstand.

2. Fehlende oder fehlerhaft gedruckte Kontrollangaben ergeben keinen Anspruch für den Auftraggeber. Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen. Für Fehler jeder Art aus telefonischer Übermittlung haftet PubliMedia nur bei Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit. Eine Haftung von PubliMedia für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Werden Anzeigentexte vom Auftraggeber digital übermittelt, so ist die Haftung von PubliMedia für unleserliche, unrichtige oder unvollständige Wiedergaben der betreffenden Anzeigen ausgeschlossen. Bei Aufträgen für Beilagen, Aufkleber, Einhefter, Sonderdrucke/Print-Promotion und Warenproben sind Schadensersatzansprüche gegen den Verlag wegen Nichtveröffentlichung und in sonstiger Weise nicht vertragsgerecht erfolgter Veröffentlichungen (z.B. Doppelbelegung, Zusammenhaken mehrerer Beilagen, Herausfallen von Beilagen bei der Zustellung, Verschmutzung durch den Einlegevorgang etc.) ausgeschlossen.

3. Wird der Auftraggeber aufgrund einer von ihm wegen eines wettbewerbswidrigen Verhaltens abgesetzten Unterlassungserklärung oder Verurteilung auf Zahlung in Anspruch genommen, haftet PubliMedia nur insoweit für Abgabe, als sie den die Zahlung auslösenden Wettbewerbsverstoß bei der Bearbeitung einer in Auftrag gegebenen wettbewerbsrechtlich einwandfreien Anzeige vorsätzlich oder grob fahrlässig begangen hat. Gibt der Auftraggeber keinen Hinweis auf einen Fehler in einer veröffentlichten Anzeige und erscheint eine wiederholte oder im Wesentlichen gleiche Folgeanzeige wettbewerbswidrig, ist eine Haftung von PubliMedia ausgeschlossen.

4. Soweit sich aus diesen Bestimmungen nichts anderes ergibt, ist eine weitergehende Haftung von PubliMedia – gleich aus welchen Rechtsgründen – ausgeschlossen. PubliMedia haftet nicht für entgangenen Gewinn oder sonstige Vermögensschäden des Auftraggebers und nicht für Folgeschäden. Der Ausschluss gilt insbesondere auch für Ansprüche wegen Verschuldens bei Vertragsabschluss, Verletzung von Nebenpflichten und Produzentenhaftung gem. § 823 BGB.

Im Fall einer Unmöglichkeit der Leistung oder Verzugs beschränkt sich die Haftung von PubliMedia für mögliche Schadensersatzansprüche auf maximal 10% des Auftragswertes. Weitergehende Ansprüche des Kunden wegen Unmöglichkeit der Lieferung und Verzuges sind ausgeschlossen.

5. Der Haftungsausschluss/die Haftungsbegrenzung gem. Abs. 4 gilt nicht, wenn die Schadensursache auf Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit durch einen Mitarbeiter oder Erfüllungsgehilfen von PubliMedia beruht; im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet PubliMedia darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen. Der Haftungsausschluss gilt ferner nicht für Ansprüche nach dem Produkthaftungsgesetz, wegen der schuldhaften Verletzung wesentlicher Vertragspflichten sowie für Ansprüche wegen Schäden aus der Verletzung von des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit. Der Schadensersatzanspruch für die Verletzung wesentlicher Vertragspflichten ist jedoch auf den vertragstypischen, vorhersehbaren Schaden begrenzt.

6. Die Regelungen gem. Abs. 4 erstrecken sich auf Schadensersatz neben der Leistung und auf Schadensersatz statt der Leistung, gleich aus welchem Rechtsgrund. Soweit eine Haftung ausgeschlossen oder begrenzt ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung der Angestellten, Arbeitnehmer, Mitarbeiter, Vertreter und Erfüllungsgehilfen von PubliMedia. Die Haftung von PubliMedia ist ferner, abgesehen von den Fällen der Beschränkung der Haftungshöhe auf die Auftragssumme, in den gesetzlich zulässigen Fällen auf die Leistungen der Betriebshaftpflichtversicherung von PubliMedia beschränkt.

7. PubliMedia beachtet die übliche Sorgfalt in Bezug auf Filme, Lithos, Arbeitszeichnungen, Layouts, Dias, Fotos, CD-ROMs, Farbproofs und andere, ihr vom Auftraggeber zur Verfügung gestellte Materialien, und zwar für den Zeitraum von zwei Monaten nach der Zurverfügungstellung. Nach dieser zweimonatigen Periode haftet PubliMedia nicht mehr für das betreffende Material, dessen Rücksendung nicht verlangt wurde. PubliMedia trägt für dieses Material auch keine Verantwortung mehr. PubliMedia hat das Recht, nach Ablauf dieser Periode die obengenannten Materialien zu vernichten, auch wenn PubliMedia innerhalb der Periode von den von dem Auftraggeber zur Verfügung gestellten (auch digitalen) Materialien keinen Gebrauch gemacht hat, ohne dass dies zur Nichterfüllung, oder zu einem Anspruch auf Schadensersatz seitens des Auftraggebers wegen irgendwelcher Schäden PubliMedia gegenüber führen kann.

§ 4 Gewährleistung

1. Der Auftraggeber hat im Falle des unleserlichen oder unvollständigen oder sonst wie fehlerhaften Drucks der eingereichten Anzeige(n) Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, jedoch nur insoweit, als der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde.

Reklamationen hinsichtlich der von PubliMedia gelieferten Waren und/oder von ihr geleistete Dienste, sind innerhalb einer angemessenen Frist, jedoch spätestens innerhalb von 7 Tagen seit Erscheinungsdatum schriftlich bei PubliMedia geltend zu machen. Falls diese Frist nicht eingehalten wird, entfallen alle Ansprüche des Auftraggebers und der Auftrag gilt als fehlerfrei durchgeführt. Bei mündlichen Vereinbarungen trägt ausschließlich der Auftraggeber das Risiko von Irrtümern.

2. Für den Druckausfall im Ausdruck kann bei Anlieferung von Druckbelegen keine Gewährleistung übernommen werden. Farbabweichungen in den einzelnen Druckrunden sind verfahrensbedingt und rechtfertigen keine Ersatzansprüche. Geringfügige Passerdifferenzen können auftreten. Bei Split-Anzeigen mit Zusatzfarben kann die Wechselform nur in der Schwarzform verarbeitet werden. PubliMedia behält sich vor, aufgrund technischer Erfordernisse Schmuckfarben aus der Vierfarbskala aufzubauen. Werden bei Formaten mit Bunderdruck die Farben auf beiden Heftseiten unterschiedlich genutzt, so erfolgt die Berechnung für jede Heftseite getrennt zu den für die Teilformate geltenden Tarifpreisen.

§ 5 Zahlungen

1. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, spätestens vierzehn Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist fällig sieben Tage nach Rechnungserhalt netto Kasse, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt, sofern ältere Rechnungen desselben Auftraggebers nicht überfällig sind. PubliMedia hat das Recht, eine Vorauszahlung auf die jeweiligen Rechnungsbeträge zu verlangen.

2. Bei Anzeigen aus dem Ausland erfolgt die Rechnungstellung durch PubliMedia ohne Mehrwertsteuerberechnung unter der Voraussetzung, dass die Steuerbefreiung besteht und anerkannt wird. PubliMedia behält sich die Nachberechnung der Mehrwertsteuer in der gesetzlich geschuldeten Höhe für den Fall vor, dass die Finanzverwaltung die Steuerpflicht der Anzeige, Beilage oder des Einhefters bejaht.

3. Voraussetzung für eine mögliche Provisionszahlung an Werbungsmitler ist, dass der Auftrag unmittelbar vom Werbungsmitler erteilt wird und Text bzw. Druckunterlagen auch von ihm geliefert werden. Die Werbungsmitler und Werbungsagenten sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungsstrebenden an die Preisliste von PubliMedia zu halten. Die von PubliMedia gewährte Vermittlervergütung darf an den jeweiligen Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden. Soweit Anzeigenaufträge über Werbeagenturen vermittelt werden, und PubliMedia hierfür eine Vermittlungsprovision zahlt, begründet eine solche Zahlung keinen Rechtsanspruch. Ein Anspruch der Werbe agentur auf Zahlung einer Provision oder einer bestimmten Provisionshöhe besteht daher auch nach mehrmaliger Provisionszahlung durch PubliMedia nicht.

4. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in Höhe von 8 % über dem Basiszins nach § 1 des Diskontsatzüberleitungs-gesetzes, sowie mindestens EUR 50,00 Bearbeitungsgebühr pro Mahnung, sowie die Einziehungskosten berechnet. Ist die Gesamtzahlung des Auftrages in Raten vereinbart, sind die noch ausstehenden Raten sofort fällig, wenn der Auftraggeber mit der Zahlung einer Rate in Verzug ist. Gleiches gilt bei Verzug des Auftraggebers mit der vertragsgemäßen Anlieferung des Anzeigematerials gem. § 1 Abs. 2. Der Verzug mit einer Zahlung führt zu einer sofortigen Einforderung auf dem Rechtsweg aller Beträge, die der Auftraggeber wegen eventueller anderer Rechnungen oder Aufträge noch schuldet und zwar, auch dann, wenn in Bezug auf diese anderen Aufträge Ratenzahlung vereinbart worden ist. Der Verzug mit einer Zahlung oder mit der Anlieferung des auftragsgemäßen Anzeigematerials führt ferner zu der sofortigen Fälligkeit aller Zahlungen, die PubliMedia aus einem laufenden Auftrag zukünftig zustehen. PubliMedia kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Wird eine entsprechende Vorauszahlung bzw. die Zahlung der gesamten Auftragsumme trotz Auforderung durch PubliMedia nicht erbracht, ist PubliMedia nicht mehr verpflichtet, den erteilten Auftrag zu erfüllen, behält jedoch den Anspruch auf Zahlung der gesamten Auftragsumme. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist PubliMedia berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich ver-

einbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen. Bei Konkurs wird der Gesamtbetrag für noch abzuhende Anzeigen sofort fällig. Der bewilligte Nachlass fällt bei Konkurs, Zwangsvergleich oder im Falle einer Klage weg. Alle PubliMedia durch den Verzug oder sonstige Nichterfüllung von Verpflichtungen des Auftraggebers entstehenden Kosten und Gebühren, sowohl gerichtliche als auch außergerichtliche, unter denen auch solche zu verstehen sind, die im Falle eines Gerichtsverfahrens nicht zu Lasten des Auftraggebers gehen (z.B. Kosten eines Inkasso-Unternehmens, anwaltliche Beratungskosten, Kosten der Informationsbeschaffung wie Creditreform, Schufa, Postanfragen, Bank-, Handelsregister- und Grundbuchauskünfte, Halterauskünfte etc., Zeitaufwand von PubliMedia) sowie Kosten der Zwangsvollstreckung werden dem Auftraggeber in Rechnung gestellt. Eine Einbreitung seitens PubliMedia erfolgt, wenn der Auftraggeber nach zweimaliger Mahnung keine Zahlungen erbracht hat; in diesem Fall entstehen Mindesteinbreitungskosten in Höhe von 15 % der Auftragssumme.

- PubliMedia liefert mit der Rechnung für gestaltete Anzeigen auf Wunsch einen Anzeigenbeleg; bei Wiederholungsanzeigen nur von der ersten Anzeige. 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 Aufnahmebestätigung von PubliMedia über die Veröffentlichung der Anzeige.
- Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen, Druckstöcke, Filme, Lithos, Matern, Zeichnungen, sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
- Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisermäßigung 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 verbreitete Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisermäßigung berechtigender 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. Die eventuelle Rückvergütung erfolgt am Kampagnenende auf Basis des Kundennettos unter Berücksichtigung der bereits gewährten Agenturvergütung als Naturalgutschrift oder – wenn dies nicht mehr möglich ist – als Entgelt. Ein Anspruch auf Rückvergütung besteht nur, wenn die Rückvergütungssumme mindestens EUR 5.000,- beträgt. Weitergehende Ansprüche sind ausgeschlossen.

- Bei Bezahlung mittels Einzugsermächtigung haben Zahlungen durch Vorauszahlung bei Auftragserteilung mittels eines Einzugs-ermächtigungsscheins zu Gunsten der PubliMedia zu erfolgen. Der Kunde ermächtigt PubliMedia hierdurch, die diesbezüglichen Beträge, die er der PubliMedia schuldet, von seinem Bank- oder Postcheckkonto einzuziehen. Die Kosten, die die Banken bzw. die Postbank für ihre Dienste in Rechnung stellen, werden direkt weitergegeben und direkt vom entsprechenden Bank- oder Postcheckkonto abgebucht. Postgebühren und Handlingkosten sind nicht rabattfähig.
- Auf Wunsch des Kunden kann PubliMedia sich bereit erklären, den Gesamtpreis zzgl. der jeweils gültigen MwSt. des Abonnements / der von Kunden beauftragten Anzeigenschaltungen in gleich hohen Raten verteilt über die Laufzeit des Abonnements / Anzeigenschaltungen, deren Fälligkeit dann gekoppelt an die jeweiligen Erscheinungsdaten, zu stunden. Falls PubliMedia die dazu bereit erklärt und der Kunde kommt mit zwei aufeinanderfolgenden Raten mehr als 1 Woche in Verzug, entfällt die Stundungsabrede und der Gesamtpreis zzgl. der jeweils gültigen MwSt. wird dann mit sofortiger Wirkung fällig.

§ 6 Angebote/ Aufträge

1. Alle Angebote von PubliMedia sind unverbindlich, sofern nicht schriftlich etwas anderes vereinbart wurde. Aufträge sind erst bindend für PubliMedia, nachdem sie schriftlich bestätigt worden sind. Das gilt insbesondere für Individualvereinbarungen, die mit Vertretern und anderen Vermittlern getroffen werden; erfolgt keine Bestätigung durch PubliMedia, gelten für den entsprechenden Auftrag die Allgemeinen Geschäftsbedingungen von PubliMedia. Alle für PubliMedia bestimmten Anzeigen und Erklärungen sind schriftlich abzugeben.

2. Wird PubliMedia ein Auftrag durch einen Stellvertreter des Auftraggebers erteilt, der zu einer derartigen Beauftragung nicht befugt war, und genehmigt der Auftraggeber den fraglichen Vertrag nicht im Nachhinein, so wird der vollmachtslose Stellvertreter persönlich zum Vertragspartner von PubliMedia und gilt als Auftraggeber im Sinne dieser AGB. Er ist insbesondere verpflichtet, die Zahlungspflichten des Auftraggebers aus dem Auftrag persönlich zu erfüllen.

3. Wenn innerhalb von 30 Tagen auf ein Angebot kein Auftrag erteilt wird, ist auf Aufforderung von PubliMedia das Angebot mit allen dazugehörigen Zeichnungen, Entwürfen und Berechnungen innerhalb von 14 Tagen nach Aufforderung, frankiert an PubliMedia zurückzusenden.

4. Die Kündigung des / der Rücktritt vom erteilen und von PubliMedia bestätigten Auftrages vor Beginn der ersten Anzeigenschaltung ist ausgeschlossen. Eine zwischenzeitliche Kündigung vom erteilen und von PubliMedia bestätigten Auftrages ist nicht möglich.

§ 7 Zeichnungen, Entwürfe und Berechnungen

Die PubliMedia ist berechtigt, eine Vergütung für die von ihr auf Wunsch des Auftraggebers erbrachten Gestaltungen, Gestaltungsvorschläge, Änderungen, digitaler Aufbereitung und Erstellung zu verlangen, die sich nach der hierfür jeweils gültigen Preisliste von PubliMedia richtet.

§ 8 Freistellung

1. Durch die Erteilung eines Auftrages zur Veröffentlichung einer von einem Auftraggeber bzw. im Namen eines Auftraggebers zur Verfügung gestellten Anzeige erklärt der Auftraggeber, dass durch Veröffentlichung der Anzeige keine Urheber- oder sonstigen Rechte Dritter verletzt werden. Gleichzeitig stellt er PubliMedia von allen urheber-, persönlichkeits-, wettbewerbs- oder sonstigen schutzrechtlichen Ansprüchen Dritter, die aus oder im Zusammenhang mit der Veröffentlichung der Anzeige, der Beilage oder des Einhefters, entstehen, frei. PubliMedia behält sich zudem vor, bei einem Verstoß gegen die vorliegende Erklärung entsprechende Schadensersatzansprüche geltend zu machen.

2. Falls es sich bei redaktionellen Äußerungen um einen Beitrag, eine Textanzeige und/oder eine Produktinformation, eine Presseinformation oder Produktanzeige handelt, den PubliMedia von einem Auftraggeber erhalten hat, ob er Kunde ist oder nicht, erklärt dieser sich mit dem Inhalt, der Art, dem Sinn und der Richtigkeit des genannten Beitrages, der Textanzeige und/oder der Produktinformation, Presseinformation oder Produktanzeige einverstanden. Für Inhalt, Art, Sinn und Richtigkeit haftet der Auftraggeber. Weiter erklärt und garantiert der Auftraggeber mit Übergabe des entsprechenden Materials, dass keine Fehler, falschen Behauptungen, Aussagen, Unvollständigkeiten etc. gemacht wurden, und dass von ihm eventuell dazu gelieferte (digitale) Fotos, technische Zeichnungen etc. für diesen Beitrag, die Textanzeige und/oder die Produktinformation, Presseinformation oder Produktanzeige inhaltlich richtig und frei von Rechten Dritter sind bzw. die erforderlichen Genehmigungen dem Auftraggeber vorliegen. Aus layouttechnischen Gründen behält sich PubliMedia vor, während der Produktion marginale Änderungen an der Textlänge, nicht jedoch am Inhalt vorzunehmen, die nicht noch einmal gesondert mit dem Auftraggeber abgesprochen werden. PubliMedia behält sich ferner vor, hinsichtlich des zur Veröffentlichung übergebenen Materials nach Rücksprache mit dem Auftraggeber Kürzungen oder Änderungen vorzunehmen, sofern Anhaltspunkte für einen Wettbewerbsverstoß oder sonstige mögliche Verletzungen von Rechten Dritter vorliegen.

3. Falls Dritte gegen PubliMedia mit Erfolgsaussichten ein gerichtliches Verfahren anstrengen oder dies andern, und zwar in Bezug auf Anzeigen und/oder Werbetexte, die im Auftrag eines Auftraggebers von PubliMedia veröffentlicht wurden, ist PubliMedia berechtigt, vom Vertrag mit dem Auftraggeber zurückzutreten. In einem solchen Fall haftet PubliMedia nicht für einen eventuellen, dem Auftraggeber entstandenen Schaden, der direkt oder indirekt im Zusammenhang mit der Beendigung des Vertragsverhältnisses steht.

§ 9 Änderungen

Alle Angaben und/oder Erwähnungen in Bezug auf Auflagen und Auflagenumfang, Format, Veröffentlichungsfrequenz, Erscheinungsdatum, Lieferfristen, Druckverfahren, Umfang und Art des Adressenbestandes, Papierart, Zahl der Abonnements, bzw. Auflagen, Gewichte, Umfang je Ausgabe etc. sind unverbindlich. Abweichungen und/oder Änderungen, welcher Art auch immer, werden von PubliMedia ausdrücklich vorbehalten, und können weder zu Nichterfüllung noch zu irgendeinem Anspruch auf Schadensersatz führen. PubliMedia kann insbesondere zu jeder Zeit eine alternative Verbreitung des Werbematerials und/oder Ausgaben anordnen, sofern dies dem Auftraggeber zumutbar ist.

§ 10 Abtretung

Der Kunde erkennt hierdurch ausdrücklich das Recht von PubliMedia an- und insoweit erforderlich überträgt er hiermit dieses Recht auf PubliMedia -, ihre Rechte auf Grund dieses Vertrages nach freier Wahl Dritten zu übertragen.

§ 11 Höhere Gewalt

Durch höhere Gewalt, bei Arbeitskampf, Streik, Ausspernung, Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieknappung, Betriebsstörungen begründete zeitweilige Unterbrechung der Anzeigenveröffentlichung und dergleichen - sowohl im Betrieb des Verlages als auch im fremden Betrieben, deren sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient - entbindet nicht vom Vertrag. In solchen Fällen verlängert sich die vereinbarte Abnahmezeit entsprechend. Die Forderung von Schadensersatz bleibt ausgeschlossen. Der Verlag hat Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit 80% der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte verkaufte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht. Alle weiteren Ansprüche auf Erfüllung oder Schadensersatz sind ausgeschlossen.

In Fällen von Nicht- oder nicht rechtzeitiger Lieferung an PubliMedia durch deren Zulieferanten, Nicht-, bzw. nicht rechtzeitige Durchführung der von PubliMedia an Dritte im Auftrag gegebenen Arbeiten, Ein- und Ausfuhrverboten, Maßnahmen deutscher und/oder ausländischer Behörden, die die Durchführung dieses Vertrags beschwerlichen, und/oder kostspieliger machen, als beim Vertragsabschluss vorhersehbar war, hat PubliMedia das Recht, alte Anzeigenverträge sofort teilweise oder ganz zu annullieren, oder deren Umsetzung zeitweilig zu verschieben. Falls PubliMedia dieses Recht in Anspruch nehmen möchte, so reicht hierzu eine schriftliche Mitteilung an den Auftraggeber aus.

§ 12 Adressenänderung

Der Kunde ist verpflichtet, PubliMedia Änderungen der Adresse oder Eintragung spätestens am Ablauf von 10 Arbeitstagen anzuzeigen.

§ 13 Sonstige Bestimmungen

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.

Erklärungen, die per Einschreiben an die letzte PubliMedia bekannt gegebene Adresse des Auftraggebers gesendet werden, gelten diesem als zugegangen. Sollten einzelne Bestimmungen dieser Geschäftsbedingungen ganz oder teilweise unwirksam sein oder werden, so wird dadurch die Rechtswirksamkeit der übrigen Bestimmungen nicht berührt.

Sofern sich aus der Auftragsbestätigung nichts anderes ergibt, ist der Geschäftssitz von PubliMedia Erfüllungsort.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen für die Übernahme von digitaler Anzeigen/Druckunterlagen für Anzeigen:

Um digitale Anzeigen/Druckunterlagen annehmen und problemlos weiterverarbeiten zu können, müssen bestimmte Bedingungen beachtet werden:

- OFFENE-DATEI
- PDF-DATEI

Kriterien für sowohl OFFENE DATEIEN als auch PDF-DATEIEN:

Anzeigen-Format	Anzeigen müssen im Originalformat 1:1 angelegt werden
Farb-Anzeigen	nur aus Cyan, Magenta, Gelb, Schwarz (Prozessfarben) mischen
Schwarz/weiß-Anzeigen	nur in schwarz/weiß bzw. Graustufen anlegen
System	Apple Macintosh (Andere Systeme können nicht verwendet werden)
Datenträger	CD-ROM / DVD
Bildatenformate	4c-Bilder : sollten im EPS-Format abgesichert sein Bilder im EPS- oder TIFF-Format sollten nicht JPEG-komprimiert sein
Bildauffösung	- Bei Texten (Strichsachen) mindestens 600 dpi - Bei Grafiken, Graustufenbildern, Rasterbildern mindestens 300 dpi/ 120 lpc (lines per cm)
Farbmodus	Alle Farbwerte im CMYK-Farbraum Farbbilder : CMYK s/w-bilder : Graustufen Strichbilder : Bitmap
Schriften	In den Programmdateien und beigefügten Schrift-Importen dürfen keine modifizierten Schriften benutzt werden. Alle verwendeten Schriften und Schriftschnitte, auch in EPS-Files enthaltene, müssen im Auftrag einzeln aufgeführt sein. Nur PostScript-Schriften aus der Adobe- oder Linotype-Library verwenden.
Grafiken und Scans	Scans dürfen nicht in RGB angelegt sein. RGB-Farben in Vektorgrafiken führen zu einem einfarbigem, schwarzen Farbauszug. Zulässige Dateiformate sind EPS- und TIFF-Dateien.
Farbanzeigen, Belege, Proofs	Legen Sie jeder Datenanlieferung ein Digitalproof zur Stand- und Textkontrolle bei, damit die Richtigkeit der belichteten Filme geprüft werden kann. Der Proof darf nur von den mitgelieferten Daten hergestellt sein. Farbandrucke vom Farbkopierer sind nicht druckverbindlich. Bei Farbbelegungen die aufgrund verschiedener Proofarten entstanden sind, kann der Verlag keine Garantie und Haftung übernehmen.
Datenversand	Zusammen mit den Daten werden alle Informationen über Zeitschrift/Ausgabe-Nr., Absender/Firma, Betriebssystem, verwendeten Programmversionen, Datei-Namen, Farben, Umfang und Formatgröße (Papierformat) des Objektes benötigt. Dateien dürfen nicht in geschlossenen Post-Script-Files abgesichert sein. Bitte füllen Sie hierzu das Formular zum digitalen Datenausschuss aus und faxen die Seite an die Anzeigenabteilung. Auf dem Postweg versendete Daten schicken Sie bitte ebenso an die Anzeigenabteilung.
Preise	Aufgrund der Unterschiedlichkeit in der Aufbereitung des angelieferten Datenmaterials können wir Ihnen keine verbindlichen Preise nennen. Standardpreise für reibungslose Belichtung auf Anfrage. Richtig belichtete Filme sind von perfekt angelegerten Dokumenten/ Dateien abhängig. Fehlbildungen aufgrund unvollständiger, fehlerhafter Dateien, falscher Einstellungen oder unvollständiger Angaben müssen zusätzlich berechnet werden. Das gilt gleichermaßen für zusätzliche Inserat-, Satz- oder Litharbeiten sowie für die Erstellung fehlender Proofs. Technische Zusatzkosten werden nicht rabattiert. Bitte achten Sie auf die Vollständigkeit Ihrer Daten, da wir bei eventuellen Abweichungen bei Text, Bild und Farbe keine Haftung übernehmen können.
Gewährleistungen	

Zusätzliche spezielle Kriterien nur für OFFENE-DATEIEN:

Allgemeines	Stellen Sie sicher, dass Sie alle verwendeten Schriften, Logos, Abbildungen und Grafiken als Datei mitliefern, sofern sie nicht als Dokument eingebettet sind.
Software	Quark-Express bis Version 7.0 (Layoutprogramm) Adobe InDesign bis Version 5.0 (Layoutprogramm) Adobe Photoshop bis Version 10.0.1 (Bildbearbeitungsprogramm) Adobe Illustrator bis Version 13.0.0 (Grafikprogramm) Andere Systeme/Programme können nicht verwendet werden.
Grafiken und Scans	Sind in der Anzeige Grafiken oder Scans platziert, müssen diese Importe unbedingt in der Datei beigefügt sein. Die Grafik- oder Bilddateien im Originalprogramm sind zusätzlich separat auf Datenträger zu speichern. EPS-Dateien mit Bildschirmvoransicht, in Kurven umgewandelte oder vollständig eingebundene Schrift.

Zusätzliche spezielle Kriterien nur für PDF-DATEIEN:

Dateiformate	PDF-Dateien. Erstellung von PDF-Daten: Acrobat Distiller 7.0 mit hoch auflösender Einstellung
	Falls Acrobat 4.0 verwendet wird, ist ein Standardsetting „Print Optimized“ einzusetzen. Wenn dieses benutzt wird, sind alle Einstellungen richtig für das Abdrucken zum Film oder Platte.

Zusätzlich bei Erstellung zu beachten

- PDF-Datei soll eine Bildauflösung von mindestens 2400 dpi haben unter Acrobat Distiller 7.0 „Optimized“ soll auf „JA“ stehen
- Alle Fonts sollen eingebettet sein, inclusive subsets unter 100%
- Komprimierung von Farben und Graustufen müssen mindestens 300 dpi sein, für monochrome bitmaps soll dies 1200 dpi sein
- Alle Bilder müssen in CMYK angelegt sein, bevor sie zu einer PDF-Datei gewandelt werden
- In den settings soll die Option „Bilder umwandeln zu RGB“ auf „NEIN“ stehen
- Alle Sonderfarben die benutzt werden, sollen umgewandelt werden zu CMYK
- Bei angeschnittenen Anzeigen sollen rundum mindestens 3mm Überführung angelegt sein

§ 1

Unerwünschte Druckresultate, die sich auf eine Abweichung des Kunden von den Empfehlungen des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von Druckunterlagen zurückführen lassen (siehe „Merkmale Digitale Druckunterlagen“ in dieser Preisliste und unsere aktuell gültigen Richtlinien für die Auftragsabwicklung bei Anlieferung von Druckunterlagen als digitalisierte Daten), führen zu keinem Preiserminderungsanspruch.

§ 2

Der Kunde hat digital übermittelte Druckunterlagen frei von sogenannten Computerviren, Würmern und sonstigen Schadensquellen zu liefern. Er ist insbesondere verpflichtet, zu diesem Zweck handelsübliche Schutzprogramme einzusetzen, die jeweils dem neuesten Stand der Technik zu entsprechen haben. Entdeckt der Verlag auf einer übermittelten Datei Schadensquellen der vorbeschriebenen Art, wird der Verlag von dieser Datei keinen Gebrauch mehr machen und diese, soweit zur Schadensvermeidung bzw. -begrenzung (insbesondere zur Vermeidung des Übergreifens der Schadensquelle auf die EDV-Anlage des Verlages) erforderlich, löschen, ohne dass der Kunde in diesem Zusammenhang Schadensersatzansprüche geltend machen kann. Wir werden hierfür einen Administrationsaufwand von pauschal EUR 250,- an der Kunde berechnen.

Der Verlag behält sich vor, den Kunden auf Schadensersatz in Anspruch zu nehmen, wenn durch solche durch den Kunden infizierte Schadensquellen dem Verlag Schäden entstanden sind.

§ 3

Digital übermittelte Druckunterlagen für Farbanzeigen können nur mit einem auf Papier gelieferten Farb-Proof zuverlässig verarbeitet werden. Ohne Farb-Proof sind Farbbelegungen unvermeidbar, die keinen Preiserminderungsanspruch auslösen können.

¹ Im folgenden „PubliMedia“ genannt

FACTS & FIGURES

TITLE	BAUEN + INSTALLIEREN
PUBLISHER	PUBLIMEDIA ADVERTISING
PRINTED IN	FULL COLOUR
PRINTING METHOD	OFFSET PRINTING
TYPE AREA	185 x 265 MM (WIDTH x HEIGHT)
TRIM SIZE	225 x 297 MM (WIDTH x HEIGHT)
BLEED SIZE	235 x 307 MM (WIDTH x HEIGHT)
PAPER INTERIOR	90 G WOODFREE SATIN COATED
PAPER COVER	200 G WOODFREE SATIN COATED
FINISH	COVER ONE-SIDED LAMINATED
TYPE OF BINDING	PERFECT BOUND (LUMBECK)
FREQUENCY	8 TIMES A YEAR

BAUEN + INSTALLIEREN ■



MAGAZINE FOR:

ARCHITECTS, CONSULTING COMPANIES, PROJECT DEVELOPERS, HOUSING ASSOCIATIONS, WHOLESALERS, DRY WALL COMPANIES, FACILITY MANAGERS, PROJECT INTERIOR DESIGNERS, BUILDING CONTRACTORS, INSTALLERS, MANUFACTURERS, SUPPLIERS, etc...