

# bauhandwerk

DAS PROFIMAGAZIN FÜR AUSBAU, NEUBAU UND SANIERUNG

## MEDIA-INFORMATIONEN 2019

Kommunikationslösungen für die Zielgruppen im Handwerk, die Gewerke übergreifend im Neubau, im Ausbau und in der Sanierung tätig sind





## PRINT

1	Titelporträt	Seite 3
2	Auflagen- und Verbreitungsanalyse	Seite 5
T	Termin- und Themenplan	Seite 6
P	Preise	Seite 9
F	Formate und technische Angaben	Seite 11
3-L	Leser-Struktur-Analyse	Seite 13

## WEBSITE

1	Porträt	Seite 15
N	Nutzungsdaten	Seite 16
P	Preise und Werbeformen	Seite 17
F	Formate und technische Angaben	Seite 18

## NEWSLETTER

1	Porträt	Seite 20
N	Nutzungsdaten	Seite 21
T	Termin- und Themenplan	Seite 22
P	Preise und Werbeformen	Seite 23
F	Formate und technische Angaben	Seite 24

Mehrwert Digital: Online-Advertorial	Seite 26
Mehrwert Digital: Kommunikationspakete	Seite 27
Mehrwert Digital: bauhandwerk YouTube Kanal	Seite 28
Mehrwert Digital: EINKAUFSFÜHRER BAU	Seite 29

## INDIVIDUELL

DICE@bauverlag	Seite 30
Kombinations-Vorteile	Seite 32
Kontakte	Seite 33

## bauhandwerk – Kommunikationslösungen für die Zielgruppe

In welcher Weise Sie auch immer mit den Führungskräften und Inhabern von Handwerksunternehmen, die gewerkeübergreifend im Neubau, im Ausbau und in der Sanierung tätig sind, in Kontakt kommen wollen – ob print, online, digital oder persönlich – bauhandwerk bietet Ihnen in jedem Fall die passende Plattform. Wählen Sie einen Kanal aus dem bauhandwerk-Portfolio oder kombinieren Sie mehrere.

PRINT

WEBSITE

# bauhandwerk

DAS PROFIMAGAZIN FÜR AUSBAU, NEUBAU UND SANIERUNG

NEWSLETTER

INDIVIDUELL

- 1 Titel:** bauhandwerk
- 2 Kurzcharakteristik:** bauhandwerk ist das ausführungorientierte Fachmagazin für Inhaber von Handwerksbetrieben, Handwerksmeister und Techniker, die gewerkeübergreifend im Neubau, im Ausbau und in der Sanierung tätig sind. Jede Ausgabe stellt mit der Baustelle des Monats ein herausragendes Gebäude prozessorientiert vor. In den Themenrubriken Trockenbau+Akustik, Putz+Stuck, WDVS+Dämmung, Farbe+Lack und Bautenschutz wird mit aktuellen Meldungen, Bauberichten, Ausführung + Montage, Praxistipps und Produkten das gesamte Arbeitsspektrum der auf diesen Gebieten tätigen Gewerke aufgezeigt. Ergänzt werden diese Rubriken durch die Themen Werkstatt+Betrieb, Fenster+Türen und Restaurieren+Sanieren. Durch dieses Konzept wird vor allem der Blick für die richtige Verarbeitung der Produkte und Bauteile geschärft, was Nachbesserungen und Folgekosten für den Betriebsinhaber vermeidet. Das Fachwissen für Handwerksmeister und Techniker öffnet aber auch den Blick über den Horizont des eigenen Gewerks hinaus: So können nicht nur Kenntnisse im Umgang mit Produkten und Bauteilen aus fremden Gewerken erworben werden, sondern die eigene Arbeit auch besser in den Bauablauf eingebettet werden. Das spart nicht nur Zeit, sondern vor allem auch Kosten. Zudem wird ein mit breitem Leistungsspektrum aufgestellter Handwerksbetrieb auch künftig konkurrenzfähig bleiben.
- 3 Zielgruppe:** Führungskräfte und Inhaber von Handwerksbetrieben, die gewerke übergreifend im Neubau, im Ausbau und in der Sanierung tätig sind.



<b>4 Erscheinungsweise:</b>	10 Ausgaben
<b>5 Heftformat:</b>	DIN A4 (210 mm breit x 297 mm hoch)
<b>6 Jahrgang:</b>	41. Jahrgang 2019
<b>7 Bezugspreis:</b>	Jahresabonnement Inland € 124,00 Jahresabonnement Ausland € 128,00 Studentenabonnement € 74,00 Einzelverkaufspreis € 18,00
<b>8 Organ:</b>	–
<b>9 Mitgliedschaft/ Teilnahme:</b>	IVW
<b>10 Verlag:</b>	Bauverlag BV GmbH Avenwedder Str. 55 33311 Gütersloh www.bauverlag.de
<b>11 Herausgeber:</b>	–
<b>12 Anzeigen:</b>	Andreas Kirchgessner Head of National Sales Architecture & Craft Telefon: +49 5241 80-2322 Fax: +49 5241 80-6066 E-Mail: andreas.kirchgessner@bauverlag.de
<b>13 Redaktion:</b>	Dipl.-Ing. Thomas Wieckhorst Chefredakteur Telefon: +49 5241 80-1040 Fax: +49 5241 80-9650  Thomas Schwarzmann Redakteur E-Mail: thomas.wieckhorst@bauverlag.de

## 14 Umfangsanalyse: 2017 = 10 Ausgaben

<b>Gesamtumfang:</b>	710 Seiten = 100,0 %
Redaktionsteil	609 Seiten = 85,8 %
Anzeigenteil	101 Seiten = 14,2 %
davon:	
Stellen- und Gelegenheitsanzeigen	0 Seiten = 0,0 %
Einhefter/Durchhefter	6 Seiten = 5,9 %
Verlagseigene Anzeigen	25 Seiten = 24,8 %
Beilagen	16 Stück

## 15 Inhaltsanalyse Redaktionsteil:

	609 Seiten = 100,0 %
Panorama	97 Seiten = 15,9 %
Trockenbau+Akustik	79 Seiten = 13,0 %
WDVS + Dämmung	56 Seiten = 9,2 %
Baustelle des Monats	52 Seiten = 8,6 %
Bautenschutz	43 Seiten = 7,1 %
Putz + Stuck	42 Seiten = 7,0 %
Farbe + Lack	31 Seiten = 5,1 %
Sanieren+Restaurieren	30 Seiten = 5,0 %
Zünftig	28 Seiten = 4,6 %
Fenster + Türen	25 Seiten = 4,1 %
Bauen mit Lehm	19 Seiten = 3,2 %
Estrich + Boden	17 Seiten = 2,7 %
Nutzfahrzeuge	15 Seiten = 2,5 %
Produkte	15 Seiten = 2,5 %
Inhalt	15 Seiten = 2,5 %
Betriebsführung/EDV	11 Seiten = 1,9 %
Weiterbildung/Seminare/Termine	10 Seiten = 1,6 %
Titel	10 Seiten = 1,6 %
Editorial	7 Seiten = 1,1 %
Impressum	4 Seiten = 0,6 %
Werkstatt+Betrieb	3 Seiten = 0,5 %



1 Auflagenkontrolle:



2 Auflagen Analyse:

Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt  
(1. Juli 2017 bis 30. Juni 2018)

Druckauflage:	24.200		
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):	23.331	davon Ausland:	50
Verkaufte Auflage:	1.250	davon Ausland:	36
Abonnierte Exemplare:	1.237	davon Mitgliederstücke:	-
Sonstiger Verkauf:	13		
Einzelverkauf:	0		
Freistücke:	22.082		
Rest-, Archiv- und Belegexemplare:	869		

3 Geografische Verbreitungs-Analyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	99,8	23.281
Ausland	0,2	50
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	23.331

3.1 Verbreitung nach Nielsen-Gebieten/Bundesländern:

Vertrieb	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
<b>Nielsen-Gebiet I</b>		
Schleswig-Holstein	3,4	792
Hamburg	0,9	210
Niedersachsen	11,2	2.607
Bremen	0,4	93
<b>Nielsen-Gebiet II</b>		
Nordrhein-Westfalen	19,5	4.540
<b>Nielsen-Gebiet IIIa</b>		
Hessen	7,0	1.630
Rheinland-Pfalz	6,2	1.443
Saarland	1,1	256
<b>Nielsen-Gebiet IIIb</b>		
Baden-Württemberg	16,5	3.841
<b>Nielsen-Gebiet IV</b>		
Bayern	18,1	4.214
<b>Nielsen-Gebiet V</b>		
Berlin	1,3	303
<b>Nielsen-Gebiet VI</b>		
Mecklenburg-Vorpommern	1,6	372
Brandenburg	3,0	698
Sachsen-Anhalt	2,1	489
<b>Nielsen-Gebiet VII</b>		
Thüringen	2,2	512
Sachsen	5,5	1.280
Tatsächlich verbreitete Inlands-Auflage	100,0	23.281

**Kurzfassung der Erhebungsmethode:**

1. Methode: Verbreitungsanalyse durch Dateiauswertung – Totalerhebung
  2. Grundgesamtheit: tvA 23.691 = 100 %, in der Untersuchung nicht erfasst 182 = 0,8 %
  3. Stichprobe: Totalerhebung
  4. Zielperson der Untersuchung: entfällt
  5. Zeitraum der Untersuchung: 08. September 2018
  6. Durchführung der Untersuchung: Bauverlag BV GmbH
- Die detaillierte Erhebungsmethode kann unter [www.bauhandwerk.de/erhebungsmethode](http://www.bauhandwerk.de/erhebungsmethode) eingesehen werden.

Heft-Nr. Monat	Termine	Heftschwerpunkte				Messen / Veranstaltungen
1-2/2019 Januar- Februar	<b>Erscheinungs- termin:</b> 07.01.2019  <b>Anzeigen- schluss:</b> 13.12.2018	<b>Fenster + Türen</b> Feuer-, Rauch- und Brand- schutztüren, Die neue Produktnorm EN 16034, Einbau eines Raffstore- kastens, Flächenbündiger Einbau von Blockzargen	<b>Trockenbau + Akustik</b> Feuchteresistenter Trockenbau, Organisch geformte Decken, Umnutzung historischer und industrieller Bauten	<b>WDVS + Dämmung</b> Hochleistungsdämmstoff an der Fassade, Mineralwolle, pastöser Putz und Profile, Sanierung von Wohnbauten aus den 1950er Jahren	<b>Werkstatt + Betrieb</b> z.B. Werkzeugtests, Nutzf- fahrzeugtests, Unterneh- mensführung	14.–19.01. <b>BAU,</b> München
3/2019 März	<b>Erscheinungs- termin:</b> 07.03.2019  <b>Anzeigen- schluss:</b> 13.02.2019	<b>Farbe + Lack</b> Silikat-Fassadenfarbe für historische Gebäude, Kreative Innenwände- gestaltung in Blau, Farbige Gestaltung von Fachwerk	<b>Putz + Stuck</b> Mörtel, Putz und Schlämme am Ziegel- mauerwerk, Leichter Dämmputz für Dämm- mauerwerk, Moderne Oberflächenstrukturen mit Putz: Betonoptik und Weidengeflecht	<b>Bautenschutz</b> Instandsetzung von Rippendecken, Normgerechte Neubauabdichtung am Gebäudesockel, Die perfekte Fugensanierung	<b>Werkstatt + Betrieb</b> z.B. Werkzeugtests, Nutzf- fahrzeugtests, Unterneh- mensführung	20.–23.03. <b>FARBE,</b> <b>AUSBAU &amp;</b> <b>FASSADE,</b> Köln
<b>SONDERTEIL: NUTZFAHRZEUGE Spezial</b>						
4/2019 April	<b>Erscheinungs- termin:</b> 01.04.2019  <b>Anzeigen- schluss:</b> 08.03.2019	<b>Trockenbau + Akustik</b> Gewölbte Trockenbau- decken, Sanierung histo- rischer Schwimmbäder, Anschluss eines Oberlichts an die abgehängte Decke	<b>Estrich + Boden</b> Anforderungen an den Trittschallschutz bei Aufstockungen, Verlegung auf kritischen Untergründen, Parkett- kleber für Parkettdielen und Parkettrenovierung	<b>Sanieren + Restaurieren</b> Fugensanierung am Ziegelmauerwerk, Fassaden- und Natursteinsanierung, Gerüste für die Fassadensanierung	<b>Werkstatt + Betrieb</b> z.B. Werkzeugtests, Nutzf- fahrzeugtests, Unterneh- mensführung	
5/2019 Mai	<b>Erscheinungs- termin:</b> 02.05.2019  <b>Anzeigen- schluss:</b> 05.04.2019	<b>Farbe + Lack</b> Illusionsmalerei an der Fasse- de und an Innenwänden Farben für historische Bauten, Kreative Innen- wandgestaltung mit Farbe und Lasur	<b>Putz + Stuck</b> Energetische Sanierung mit Aerogel-Dämmputz, Moderne Oberflächen- strukturen mit Putz: Klinkeroptik, Historische und moderne Techniken der Putzgestaltung	<b>Fenster + Türen</b> Brand-, Rauch- und Schallschutztüren, Türen für Schwimmbäder und andere Feuchträume, Fenster beim Umbau historischer Gebäude	<b>Werkstatt + Betrieb</b> z.B. Werkzeugtests, Nutzf- fahrzeugtests, Unterneh- mensführung	
6/2019 Juni	<b>Erscheinungs- termin:</b> 03.06.2019  <b>Anzeigen- schluss:</b> 09.05.2019	<b>Trockenbau + Akustik</b> Abgehängte Trockenbau- decken, Leichte Wände für die Sanierung historischer Bauten	<b>WDVS + Dämmung</b> Recyclingfähiges WDVS, Innendämmung für die energetische Sanierung, Dämmung beim Umbau historischer Gebäude	<b>Bautenschutz</b> Fußbodensanierung bei Laubenhäusern, Untergrundvorbereitung für Reaktionsharzbe- schichtungen, Neues Estrichwerk für die Praxis der Kellerabdichtung	<b>Estrich + Boden</b> Verkleben alter Holz- dielen beim Sanieren, Reinigung von Kunst- und Natursteinböden, Trockenestrich mit Fußbodenheizung, Gebundene Ausgleich- schüttungen	<b>Werkstatt + Betrieb</b> z.B. Werkzeugtests, Nutzf- fahrzeugtests, Unterneh- mensführung



Heft-Nr. Monat	Termine	Heftschwerpunkte				Messen / Veranstaltungen
7-8/2019 Juli- August	<b>Erscheinungstermin:</b> 29.07.2019  <b>Anzeigenschluss:</b> 05.07.2019	<b>Trockenbau + Akustik</b> Brandschutz im Trockenbau, Neue Grundrisse mit leichten Wandkonstruktionen, Montage von Akustiksegeln	<b>Putz + Stuck</b> Hochleistungsdämmputze für Innen, Moderne Oberflächenstrukturen mit Putz: Holzoptik, Putze für die Sanierung und Renovierung	<b>Fenster + Türen</b> Holzfenster in der Sanierung und Restaurierung Funktionstüren für Brand- und Schallschutz	<b>Werkstatt + Betrieb</b> z.B. Werkzeugtests, Nutzfahrzeugtests, Unternehmensführung	
9/2019 September	<b>Erscheinungstermin:</b> 02.09.2019  <b>Anzeigenschluss:</b> 09.08.2019	<b>WDVS + Dämmung</b> Energetische Sanierung bei der Umnutzung historischer Gebäude, Innendämmung in der Altbausanierung, Mineralische WDV-Systeme	<b>Estrich + Boden</b> Bodenausgleich mit gebundener Schüttung, Rissanierung in Böden und Estrichen mit Epoxidharz, Silikatharz und Risspachtel Trockenestrichelemente aus Gipsfaser und lose Ausgleichschüttung	<b>Sanieren + Restaurieren</b> Restaurierung historischer Bauten, Restauriermörtel und Entsalzungskompressen, Abdichtung und Injektionsverfahren, Gerüstbau bei der Instandsetzung	<b>Werkstatt + Betrieb</b> z.B. Werkzeugtests, Nutzfahrzeugtests, Unternehmensführung	11.–15.09. NordBau, Neumünster
		<b>SONDERTEIL: NUTZFAHRZEUGE Spezial</b>				
10/2019 Oktober	<b>Erscheinungstermin:</b> 02.10.2019  <b>Anzeigenschluss:</b> 10.09.2019	<b>Farbe + Lack</b> Farben für historische Gebäude, Kreative Innenwandgestaltung mit Farbe, Lack für Holzoberflächen	<b>Trockenbau + Akustik</b> Oberflächenqualitäten im Trockenbau, Montage abgehängter Gipsarktondecken, Anschlüsse im Trockenbau	<b>Bautenschutz</b> Neue Vertikalabdichtung und Sanierung alter Abdichtungen, Diagnose von Korrosionsschäden an Betonbauteilen, Sanierung und Abdichtung von Terrassen und Treppen im Außenbereich	<b>Werkstatt + Betrieb</b> z.B. Werkzeugtests, Nutzfahrzeugtests, Unternehmensführung	
11/2019 November	<b>Erscheinungstermin:</b> 04.11.2019  <b>Anzeigenschluss:</b> 10.10.2019	<b>Putz + Stuck</b> Scraffitto und andere hochwertige Putzoberflächen, Moderne Oberflächenstrukturen mit Putz: Natursteinoptik Putze für die Sanierung und Restaurierung	<b>Sanieren + Restaurieren</b> Umnutzung historischer Bauten, Spuren der Handwerker erkennen und bewahren, Moderne Baustoffe in der Restaurierung	<b>WDVS + Dämmung</b> Umnutzung historischer Gebäude, Dämmungen für zweischaliges Mauerwerk, Hochleistungsdämmstoff in der Sanierung	<b>Werkstatt + Betrieb</b> z.B. Werkzeugtests, Nutzfahrzeugtests, Unternehmensführung	05.–08.11. Arbeitsschutz Aktuell, Düsseldorf
12/2019 Dezember	<b>Erscheinungstermin:</b> 02.12.2019  <b>Anzeigenschluss:</b> 08.11.2019	<b>Trockenbau + Akustik</b> Abgehängte Deckendesignelemente, Akustiklösungen für Bürobauten, Decken aus Mineralfaserplatten	<b>Farbe + Lack</b> Kreative Wandgestaltung mit Farbe und Lasur, Mineralische Farben für historische Bauten, Silikat und andere natürliche Bindemittel für Farben	<b>Bautenschutz</b> Reinigung historischer Ziegelfassaden, Instandsetzung von Betonfassaden, Anwendungen und Grenzen von Bitumendickbeschichtungen	<b>Werkstatt + Betrieb</b> z.B. Werkzeugtests, Nutzfahrzeugtests, Unternehmensführung	

Auf einen Blick die wichtigsten redaktionellen Themenschwerpunkte und die entsprechenden Ausgaben in der **bauhandwerk**, in denen wir darüber berichten:

Thema	Ausgaben
Akustik	1-2, 4, 6, 7-8, 10, 12
Bautenschutz	3, 6, 10, 12
Boden	4, 6, 9
Dämmung	1-2, 6, 9, 11
Estrich	4, 6, 9
Farbe	3, 5, 10, 12
Fenster	1-2, 5, 7-8
Lack	3, 5, 10, 12
Putz	3, 5, 7-8, 11
Restaurieren	4, 9, 11
Sanieren	4, 9, 11
Stuck	3, 5, 7-8, 11
Trockenbau	1-2, 4, 6, 7-8, 10, 12
Türen	1-2, 5, 7-8
Werkzeuge	1-2, 3, 4, 5, 6, 7-8, 9, 10, 11, 12
WDVS	1-2, 6, 9, 11

Produktneuheiten werden in jeder Ausgabe veröffentlicht.

Bitte senden Sie Ihre Presstexte inklusive druckfähigem Bildmaterial bis spätestens 4 Wochen vor Erscheinungstermin an: [thomas.wieckhorst@bauverlag.de](mailto:thomas.wieckhorst@bauverlag.de)



## 1 Anzeigenpreise und Formate (Preise in €):

Format	Breite x Höhe mm	s/w	farbig
2/1 Seite 8-spaltig	405 x 271	10.890,00	14.600,00
1/1 Seite 4-spaltig	190 x 271	5.580,00	7.720,00
3/4 Seite quer 4-spaltig	190 x 191	4.210,00	6.210,00
hoch	133 x 271		
2/3 Seite quer 4-spaltig	190 x 178	3.740,00	5.710,00
hoch 2-spaltig	125 x 271		
1/2 Seite quer 4-spaltig	190 x 133	2.870,00	4.360,00
Juniorpage	133 x 178		
hoch 2-spaltig	92 x 271		
1/3 Seite quer 4-spaltig	190 x 87	2.060,00	3.480,00
hoch 1-spaltig	60 x 271		
1/4 Seite quer 4-spaltig	190 x 65	1.640,00	3.010,00
hoch 2-spaltig	93 x 131		
hoch 1-spaltig	44 x 271		
1/8 Seite quer 4-spaltig	190 x 30	900,00	2.240,00
hoch 2-spaltig	92 x 63		
hoch 1-spaltig	28 x 130		

Format	farbig
Advertorial 1/1 Seite	7.720,00
Advertorial 1/2 Seite	4.360,00
Titelstory	16.230,00

Alle Preise zzgl. Mehrwertsteuer. Die allgemeinen Geschäftsbedingungen finden Sie unter: [www.bauverlag.de/downloads/AGBs-bauverlag.pdf](http://www.bauverlag.de/downloads/AGBs-bauverlag.pdf)

## 2 Zuschläge:

<b>Platzierung:</b>	2. Umschlagseite	€ 580,00
	3. Umschlagseite	€ 290,00
	4. Umschlagseite	€ 630,00
	rechte Seite neben Editorial	€ 230,00
	rechte Seite neben Inhalt	€ 290,00
	Bindende Platzierungsvorschriften: vom s/w-Grundpreis	20 % Zuschlag
<b>Farbe:</b>	Zuschlag je Sonderfarbe	€ 1.000,00
<b>Formate:</b>	Anzeigen über Satzspiegel, angeschnittene Anzeigen:	
	2/1 Seite	€ 1.170,00
	1/1 Seite	€ 780,00
	1/2 Seite und kleiner	€ 440,00
	Alle Zuschläge sind rabattierbar.	



## 3 Rabatte:

bei Abnahme innerhalb von 12 Monaten  
(Insertionsjahr, Beginn mit dem Erscheinen der ersten Anzeige)

Malstaffel		Mengenstaffel	
3 maliges Erscheinen	3 %	3 Seiten	5 %
6 maliges Erscheinen	5 %	6 Seiten	10 %
12 maliges Erscheinen	10 %	12 Seiten	15 %
18 maliges Erscheinen	15 %	18 Seiten	20 %
24 maliges Erscheinen	20 %	24 Seiten	25 %

## Crossmedia-Rabatt

Rabatte für Werbung print und online sowie crossmediale Kampagnen auf Anfrage.

## Bauverlag Verlagskombination

Verlagskombination mit allen Titeln des Bauverlags.  
Siehe dazu „Kombinations-Vorteile“ auf Seite 32.

Beilagen und technische Zusatzkosten werden nicht rabattiert.

<b>4 Rubriken:</b>	(nicht rabattierbar)		
Stellenangebote	pro Höhen mm, s/w (1spaltig, 44 mm breit)	€ 2,95	
	pro Höhen mm, <b>farbig</b> (1spaltig, 44 mm breit)	€ 3,25	
Stellengesuche	pro Höhen mm (1spaltig, 44 mm breit)	€ 2,25	
An-/Verkauf	pro Höhen mm (1spaltig, 44 mm breit)	€ 5,50	
Chiffregebühr		€ 6,80	

Ab einem Print-Wert von 580,00 € steht Ihre Stellenanzeige auf [www.bauhandwerk.de](http://www.bauhandwerk.de) kostenfrei online.

<b>5 Sonderwerbformen:</b>	<b>Beihefter</b>	
	2-seitig	€ 5.600,00
	4-seitig	€ 10.360,00
	(weitere auf Anfrage)	

Rabatt laut Mengenstaffel: 1 Blatt = 1 Anzeigenseite  
Einhefter bitte im unbeschnittenen Format von 216 mm Breite und 303 mm Höhe (vier- und mehrseitig; gefalzt) anliefern.

Benötigte Liefermenge: 24.300 Exemplare  
Lieferanschrift: DruckMedien L. N. Schaffrath  
Marktweg 42-50  
47608 Geldern  
Liefervermerk: „Für bauhandwerk Ausgabe ...“

**Beilagen** (nicht rabattierbar)  
lose eingelegt, maximale Größe 205 x 290 mm

Gewicht der Beilage Preis %  
bis 25 g und 2 mm Stärke € 300,00  
(höhere Gewichte und Stärken auf Anfrage.)

Bei Teilbelegung: Selektionskosten pro Selektion € 120,00  
Benötigte Liefermenge: 24.300 Exemplare

Lieferanschrift: DruckMedien L. N. Schaffrath  
Marktweg 42-50  
47608 Geldern  
Liefervermerk: „Für bauhandwerk Ausgabe ...“

**Beikleber** Preis %  
Postkarte € 80,00  
Warenprobe, sonstige Beikleber auf Anfrage

Technische Kosten sind nicht provisionsberechtigt und nicht rabattierbar.

Benötigte Liefermenge: 24.300 Exemplare  
Lieferanschrift: DruckMedien L. N. Schaffrath  
Marktweg 42-50  
47608 Geldern  
Liefervermerk: „Für bauhandwerk Ausgabe ...“

**Informationen zu weiteren Sonderwerbformen erhalten Sie gerne von uns.** Sprechen Sie uns einfach an, gerne realisieren wir Ihre individuellen Kundenwünsche.

**6 Kontakt:**  
Andreas Kirchgessner  
Head of National Sales Architecture & Craft  
Telefon: +49 5241 80-2322  
Fax: +49 5241 80-6066  
E-Mail: [andreas.kirchgessner@bauverlag.de](mailto:andreas.kirchgessner@bauverlag.de)

**7 Zahlungsbedingungen:** Rechnungsnetto innerhalb von 30 Tagen nach Rechnungsdatum, USt-Ident-Nr. DE 813382417

**Bankverbindung:**  
Bauverlag BV GmbH, Gütersloh  
Deutsche Bank Berlin  
IBAN: DE45 1007 0000 0069 4653 00  
BIC: DEUTDE33XXX

- 1 Zeitschriftenformat:** DIN A4 (210 mm breit x 297 mm hoch;  
unbeschnitten: 216 mm breit x 303 mm hoch)
- Satzspiegel:** 190 mm breit x 271 mm hoch  
4 Spalten à 44 mm
- 2 Druck- und Bindeverfahren:** Offsetdruck (Bogen), Klebebindung
- 3 Datenübermittlung:** Wir akzeptieren folgende Datenträger: CD-ROM, DVD  
Übertragung per FTP: auf Anfrage  
per E-Mail (bis 10MB): [order.management@bauverlag.de](mailto:order.management@bauverlag.de)  
  
Bei größeren Datenmengen wenden Sie sich bitte an:  
Natika Kadi, Telefon: +49 5241 80-2175
- 4 Datenformate:** Bitte schicken Sie uns die Anzeigen-Daten als PDF mit eingebetteten Schriften, CMYK-Farbraum beziehungsweise Sonderfarbe und 300 dpi Auflösung. Alternativ können Sie uns auch eine EPS-Datei mit in Pfade konvertierten Schriften und 300 dpi Auflösung beziehungsweise eine TIFF-Datei im CMYK-Farbraum mit 600 dpi Auflösung schicken. Bitte beachten Sie, dass bei offenen Dateien je nach Aufwand der Bearbeitung Kosten auftreten können. Verwenden Sie nach Möglichkeit nur PostScript-Schriften aus der Adobe oder Linotype-Library. Sollten Sie andere oder von Ihnen modifizierte Schriften verwenden, teilen Sie uns dies bitte mit. Aus lizenzrechtlichen Gründen dürfen Sie uns keine Schriften anliefern. Ist die verwendete Schrift nicht bei uns verfügbar, müssen Sie den betreffenden Textteil mit einem Grafikprogramm in Zeichenwege umwandeln und als Grafik in Ihr Dokument integrieren. Halten Sie in solchen Fällen bitte Rücksprache mit uns.
- 5 Farben:** Achten Sie darauf, dass die Farbenpalette auf jeden Fall Cyan, Magenta, Gelb und Schwarz enthält. Farben, die keine eigene Druckform erfordern, müssen als Vierfarbauszüge markiert sein. Farbmodus: CMYK. Bei RGB kommt es zu Farbdifferenzen.
- 6 Proof:** Für alle farbverbindlichen Anzeigen sind Digitalproofs (mit Ugra/FOGRA Medienkein V 2.0) erforderlich. Das Farbprofil ist iso coated v2 300%. Werden keine Proofs geliefert, übernimmt der Verlag grundsätzlich keine Haftung bei Farbverschiebung/-schwankungen innerhalb des Druckbilds.
- 7 Datenarchivierung:** Alle Dateien, die an uns gesendet werden, müssen Kopien sein, die Originale sollten zur Sicherheit bis zum jeweiligen Erscheinen des Heftes bei Ihnen gespeichert bleiben. Die Dokumente und Verzeichnisse müssen eine eindeutige Auftrags- und Seitenbezeichnung haben. Vermeiden Sie in Ihren Dateinamen nach Möglichkeit Sonderzeichen, Leerzeichen und Umlaute. Stellen Sie sicher, dass Sie alle verwendeten Elemente mitliefern. Dies gilt insbesondere für Bilder und Schriften, die in EPS-Grafiken eingebunden sind. Daten werden archiviert, unveränderte Wiederholungen sind deshalb in der Regel möglich. Eine Datengarantie wird jedoch nicht übernommen.
- 8 Gewährleistung:** Die für uns tätigen Druckereien können nur das belichten, was auf Ihren gelieferten Datenträgern vorhanden ist. Für Abweichungen in Texten, Abbildungen und Farben können wir keine Haftung übernehmen.
- 9 Kontakt:** Natika Kadi  
Telefon: +49 5241 80-2175  
E-Mail: [order.management@bauverlag.de](mailto:order.management@bauverlag.de)

## Satzspiegel-Format

Format	1/1 Seite	2/3 hoch	2/3 quer	1/2 hoch	1/2 JP	1/2 quer	1/3 hoch	1/3 quer	1/4 hoch	1/4 quer	1/4 2sp.
Breite x Höhe in mm	190 x 271	125 x 271	190 x 178	92 x 271	133 x 178	190 x 133	60 x 271	190 x 87	44 x 271	190 x 65	93 x 131

## Anschnitt-Format (Heftformat zzgl. 3 mm Beschnitt an allen Seiten)

Format	1/1 Seite	2/3 hoch	2/3 quer	1/2 hoch	1/2 JP	1/2 quer	1/3 hoch	1/3 quer	1/4 hoch	1/4 quer	1/4 2sp.
Breite x Höhe in mm	210 x 297	132 x 297	210 x 190	100 x 297	140 x 190	210 x 144	68 x 297	210 x 99	51 x 297	210 x 75	100 x 145

NEUE ANZEIGENFORMATE  
Anschnitt  
Satzspiegel  
NEUE ANZEIGENFORMATE

## 1.1 Branchen/Wirtschaftszweige/Unternehmenstypen:

Empfängergruppen	Anteil der ermittelten Leser	
	%	Projektion (ca.)
Handwerksbetrieb	88,8	20.674
Architekturbüro	3,2	745
Bauträgergesellschaft	2,0	466
Planungsabteilung in Unternehmen	0,8	186
Baugewerbe	1,2	279
Sonstige	4,0	931
	<b>100,0</b>	<b>23.281</b>

## 1.2 Größe der Wirtschaftseinheit:

nach Beschäftigten	Anteil der ermittelten Leser	
	%	Projektion (ca.)
bis 4 Mitarbeiter	53,2	12.385
5 bis 9 Mitarbeiter	28,4	6.612
10 bis 19 Mitarbeiter	10,0	2.328
20 bis 49 Mitarbeiter	3,2	745
50 bis 99 Mitarbeiter	0,8	186
100 und mehr Mitarbeiter	1,2	279
keine Angabe	3,2	745
	<b>100,0</b>	<b>23.281</b>

## 1.3 Hauptsächliches Gewerk:

	Anteil der ermittelten Leser	
	%	Projektion (ca.)
Maler und Lackierer	24,0	5.587
Bautischler/-schreiner	23,2	5.401
Bauunternehmer (Maurer, Fuger-, Roh-, Betonbauer)	17,6	4.097
Stuckateur	8,4	1.956
Trocken- und Akustikbauer	4,0	931
Fußbodenbau	3,6	838
Möbeltischler	2,8	652
Zimmerer	1,2	279
Dachdecker	1,2	279
Sonstiges Gewerk	2,0	466
keine Angabe	0,8	186
Kein Handwerksbetrieb	11,2	2.607
	<b>100,0</b>	<b>23.281</b>

## 1.4 Weitere Gewerke:

	Anteil der ermittelten Leser	
	%	Projektion (ca.)
Trocken- und Akustikbauer	31,6	7.357
Maler und Lackierer	26,4	6.146
Fußbodenbau	22,0	5.122
Bautischler/-schreiner	20,0	4.656
Stuckateur	19,6	4.563
Bauunternehmer (Maurer, Fuger-, Roh-, Betonbauer)	16,8	3.911
Holz- und Bautenschützer, Bauabdichtung	13,6	3.166
Estrichleger	11,6	2.701
Zimmerer	7,2	1.676
Dachdecker	3,6	838
Sonstiges Gewerk	9,6	2.235
keine Angabe	18,0	4.191
Kein Handwerksbetrieb	11,2	2.607

Mehrfachnennungen (100,0 % = 23.281)

## 1.5 Ausgeführte Baumaßnahmen:

	Anteil der ermittelten Leser	
	%	Projektion (ca.)
Schall- und Wärmedämmung	50,8	11.827
Trockenbauarbeiten	44,4	10.337
Putzarbeiten	41,2	9.592
Abdichtungsarbeiten	41,2	9.592
Anbringen von WDVS	38,4	8.940
Malerarbeiten Fassade	36,0	8.381
Aufbau von Arbeitsgerüsten	35,6	8.288
Malerarbeiten Innen	33,6	7.822
Innenausbauten Holz	31,6	7.357
Fenster- und Türeineinbau	28,8	6.705
Fenster- und Türenbau	22,8	5.308
Fugarbeiten	21,2	4.936
Fachwerksanierungsarbeiten	20,8	4.842
Parkettlegearbeiten	19,2	4.470
Stuckarbeiten	18,4	4.284
Akustikbauarbeiten	15,2	3.539
Estrichlegearbeiten	14,0	3.259
Fliesenlegearbeiten	12,0	2.794
Dachdeckungs- und Dachdichtungsarbeiten	6,8	1.583
Mauer- und Betonarbeiten	4,0	931
Erd-, Abbrucharbeiten	1,6	372

**Mehrfachnennungen (100,0 % = 23.281)**

### Kurzfassung der Erhebungsmethode:

1. Methode: Leser-Struktur-Analyse durch telefonische Erhebung - Stichproben-Erhebung
2. Grundgesamtheit: Grundgesamtheit (tvA): 23.945 = 100%. In der Untersuchung nicht erfasst: 3.088 = 12,9%
3. Stichprobe: 250 Netto-Interviews, 70,4% Ausschöpfung, Randomauswahl
4. Zielperson der Untersuchung: befragt wurde der hauptsächliche Leser im WLK
5. Zeitraum der Untersuchung: 14.12.2011 bis 06.02.2012
6. Durchführung der Untersuchung: TNS Emnid Medien- und Sozialforschung GmbH, Bielefeld

## 2.1 Tätigkeitsmerkmal: Stellung im Betrieb

	Anteil der ermittelten Leser	
	%	Projektion (ca.)
Inhaber, Geschäftsführer	86,0	20.022
Polier, Bauleiter, Meister	5,2	1.211
Geselle	0,4	93
kaufmännischer Angestellter	3,2	745
technischer Angestellter	3,6	838
Sonstige	1,6	372
	<b>100,0</b>	<b>23.281</b>

## 2.2 Entscheidungskompetenz:

	Anteil der ermittelten Leser	
	%	Projektion (ca.)
entscheidet allein	78,4	18.252
entscheidet mit anderen	29,6	6.891
gibt Anregungen und berät	61,2	14.248
spricht Empfehlungen aus	50,4	11.734
ist nicht an Entscheidungen beteiligt	2,8	652
trifft auf den Arbeitsbereich nicht zu	1,2	279

**Mehrfachnennungen (100,0 % = 23.281)**

## 3.1 Nutzung: Seitenkontaktchance:

	Anteil der ermittelten Leser	
	%	Projektion (ca.)
alle oder fast alle Seiten	48,4	11.268
etwa drei Viertel	13,2	3.073
etwa die Hälfte	21,6	5.029
etwa ein Viertel	10,8	2.514
nur wenige, mehr zufällig	5,6	1.304
fast keine oder keine	0,4	93
<b>Seitenkontaktchance</b>	<b>72,4</b>	

**Mehrfachnennungen (100,0 % = 23.281)**

Die detaillierte Erhebungsmethode kann unter [www.bauhandwerk.de/erhebungsmethode](http://www.bauhandwerk.de/erhebungsmethode) eingesehen werden

- 1 Website:** [www.bauhandwerk.de](http://www.bauhandwerk.de)
- 2 Kurzcharakteristik:** [www.bauhandwerk.de](http://www.bauhandwerk.de) ist die Online-Informationsplattform für Inhaber und Führungskräfte von Handwerksbetrieben, die gewerkeübergreifend im Neubau, im Ausbau und in der Sanierung tätig sind. [www.bauhandwerk.de](http://www.bauhandwerk.de) ergänzt die Fachzeitschrift bauhandwerk um aktuelle Nachrichten, Produktmeldungen und Hintergrundberichte zu den Themen Mauerwerk, Trocken- und Innenausbau, Brandschutz, Putz und Stuck, Dämmung, Bautenschutz, WDV5 und Farbe.
- 3 Zielgruppe:** Führungskräfte und Inhaber von Handwerksbetriebe, die gewerkeübergreifend im Neubau, im Ausbau und in der Sanierung tätig sind
- 4 Verlag:** Bauverlag BV GmbH
- Ansprechpartner Redaktion:**  
Dipl.-Ing. Thomas Wieckhorst  
Chefredakteur  
Telefon: +49 5241 80-1040  
Fax: +49 5241 80-9650  
E-Mail: [thomas.wieckhorst@bauverlag.de](mailto:thomas.wieckhorst@bauverlag.de)
- Ansprechpartner Digital-Werbung:**  
Axel Gase-Jochens  
Head of Digital Sales  
Telefon: +49 5241 80-75018  
Fax: +49 5241 80-6066  
E-Mail: [axel.gase-jochens@bauverlag.de](mailto:axel.gase-jochens@bauverlag.de)

**Fenster mit dem FlexKeil 13 schneller ausrichten und verklotzen**  
Schreinermeister Tobias Kniegl hat den „FlexKeil 13“ erfunden, der das Ausrichten und Verklotzen von Fenstern oder Festverglasungen schneller, komfortabler und präziser macht.

**YouTube, Twitter, Facebook und Co.**  
Videos von Werkzeugtests, Handwerkstechniken, Verarbeitungs- und Montageabläufen finden Sie auf [youtube.com/bauhandwerk](https://www.youtube.com/bauhandwerk) und [youtube.com/dach-holzbau](https://www.youtube.com/dach-holzbau). Zimmerleuten und Dachdeckern bieten wir spannende Inhalte auf [dach-holzbau.de](https://www.dach-holzbau.de), der an einer hohen Qualität der handwerklichen Ausführung interessierte Heimwerker wird in unserem Blog [profiheimwerker.info](https://www.profiheimwerker.info) fündig. Sie finden uns auch auf [Twitter](https://twitter.com/bauhandwerk) und [Facebook](https://www.facebook.com/bauhandwerk).

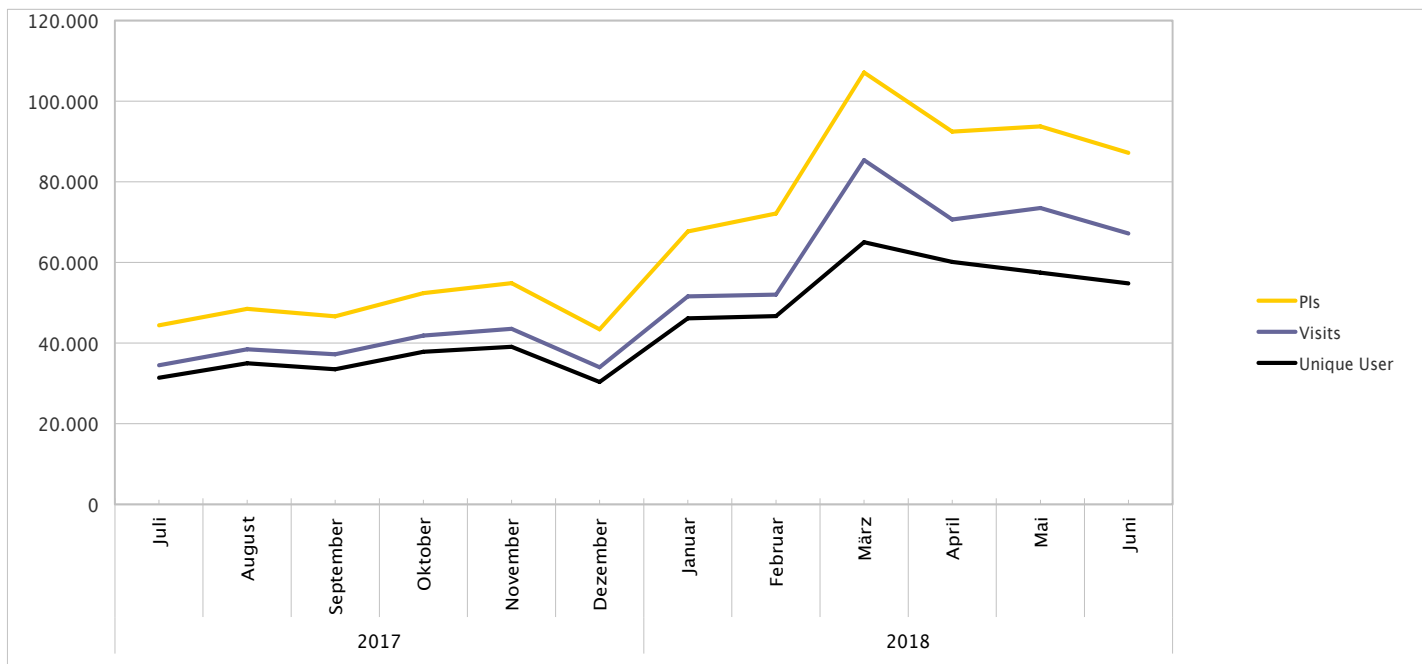
**News**  
24.07.2018 | Ytong: Startschuss für Porenbeton-Recycling im Werk Wedel  
06.07.2018 | Arbeits- und Gesundheitsschutz-Community trifft sich in Stuttgart  
28.05.2018 | Seminar „Brandschutz im Baudenkmal“  
25.05.2018 | Bagger und Maschinen selber testen  
15.05.2018 | Red Dot Award 2018 für Flir T500-Serie

**FORUM INJEKTIONS TECHNIK**  
Sicher abdichten und ertüchtigen  
21.–22. November 2018  
[www.forum-injektionstechnik.de](http://www.forum-injektionstechnik.de)  
WETT ONLINE ANMELDUNG

**ABSTÜRZSICHERHEIT**  
Jetzt anmelden!

1 Zugriffskontrolle: –

2 Nutzungsdaten: Page Impressions: 67.544  
Visits: 52.500  
Unique User: 48.616  
(Quelle: Google Analytics; Durchschnitt pro Monat Juli 2017 bis Juni 2018)





## 1 Preise und Werbeformen:

Werbeform	Platzierung	Format in Pixel (Breite x Höhe)	max. Dateigröße	Preis in €/Monat
Fullsize Banner	komplette Website, in Rotation mit max. 2 weiteren	468 x 60	100 kB	595,00
Superbanner	komplette Website, in Rotation mit max. 2 weiteren	728 x 90	100 kB	790,00
Skyscraper	komplette Website, in Rotation mit max. 2 weiteren	120 x 600	100 kB	950,00
Skyscraper sticky	komplette Website, in Rotation mit max. 2 weiteren	120 x 600	100 kB	1.045,00
Wide Skyscraper	komplette Website, in Rotation mit max. 2 weiteren	160 x 600	100 kB	1.100,00
Wide Skyscraper sticky	komplette Website, in Rotation mit max. 2 weiteren	160 x 600	100 kB	1.215,00
Half Page	komplette Website, in Rotation mit max. 2 weiteren	300 x 600	100 kB	1.265,00
Half Page sticky	komplette Website, in Rotation mit max. 2 weiteren	300 x 600	100 kB	1.395,00
Medium Rectangle	komplette Website, in Rotation mit max. 2 weiteren	300 x 250	100 kB	1.100,00
Wallpaper	komplette Website, in Rotation mit max. 2 weiteren	728 x 90 + 120 x 600	100 kB	1.425,00
Expandable Wallpaper	komplette Website, in Rotation mit max. 2 weiteren	728 x 90 + 120 x 600 (300 x 600)	100 kB	1.585,00
Layer Ad	Startseite	400 x 400	100 kB	1.585,00
(mit Frequency Capping)				
Stellenangebote	im Stellenmarkt	individuell	100 kB	600,00
Microsite	eigene Navigation innerhalb der Website, Laufzeit 3 Monate	individuell	100 kB	8.230,00
OnlinePLUS	Website	individuell	100 kB	1.100,00
Online-Advertorial	siehe Seite 26	individuell	100 kB	1.900,00
Ad Bundle	komplette Website, in Rotation mit max. 2 weiteren	bestehend aus Superbanner, Skyscraper und Medium Rectangle	100 kB	950,00

Alle Online-Werbeformen sind auch exklusiv buchbar, Preise und Verfügbarkeiten auf Anfrage.  
Alle Preise zzgl. Mehrwertsteuer. Die allgemeinen Geschäftsbedingungen finden Sie unter:  
[www.bauverlag.de/downloads/AGBs-bauverlag.pdf](http://www.bauverlag.de/downloads/AGBs-bauverlag.pdf)

## 2 Rabatte:

bei Abnahme innerhalb von 12 Monaten (Insertionsjahr)

### Malstaffel

3 Monate	5 %
6 Monate	10 %
12 Monate	15 %

## 3 Sonderwerbeformen:

Zusatzoptionen:  
Wallpaper mit farbigem, klickbarem  
Hintergrund: 30% Aufschlag

**Weitere Online-Sonderwerbeformen finden Sie auf den Seiten Mehrwert Digital. Oder Sie sprechen uns einfach an, gerne realisieren wir Ihre individuellen Kundenwünsche.**

Axel Gase-Jochens  
Head of Digital Sales  
Telefon: +49 5241 80-75018  
E-Mail: [axel.gase-jochens@bauverlag.de](mailto:axel.gase-jochens@bauverlag.de)

**1 Dateiformate:** JPG, GIF, Flash, HTML-Tag, Redirect-Tag  
Größe: max. 100 kB je Werbeform

Die für jedes Werbemittel angegebenen kB-Angaben sind Maximalgrößen und verstehen sich als die Gesamtsumme aller Daten, die das Werbemittel definieren (inkl. nachzuladende Dateien, Sniffer Code, Bilder, Flash, etc.).

Zusatzinformationen für Flash Werbemittel:

- Anzuliefern ist eine SWF-Datei inkl. Variable. In der SWF-Datei kommt anstelle der Click-URL eine Variable zum Einsatz, über die die Click-URL und die Klickzählung vom aufgerufenen HTML-Code-Fragment (Sniffer Code) übergeben wird. Alle Klickmöglichkeiten müssen über diese Variable realisiert sein.
- Zusätzlich zu der SWF-Datei benötigen wir eine alternative GIF- oder JPG-Datei als Fallback-Image im Format der gebuchten Werbeform für User, die keinen Flash-Player installiert haben.
- Die Frame-Rate sollte 24 Frames/Sek. nicht überschreiten, wir empfehlen 12 Frames/Sek.

Die detaillierten technischen Spezifikationen für alle Online-Werbemittel (Layer Ad, Wallpaper, etc.) entnehmen bitte Sie unserem Datenblatt unter [www.bauverlag.de/downloads/datenblatt-online.pdf](http://www.bauverlag.de/downloads/datenblatt-online.pdf).

Auf Wunsch erhalten Sie eine Auswertung der Ad-Impressions und Ad-Clicks nach Kampagnenende.

**2 Lieferadresse:** Bitte senden Sie die Werbemittel für Ihre Kampagne an [order.management@bauverlag.de](mailto:order.management@bauverlag.de)

**3 Lieferfrist:** 4 Werktage vor Kampagnenbeginn.  
Mit diesen Vorlaufzeiten haben wir gemeinsam ausreichend Zeit, die Formate zu testen und eine sichere Auslieferung der Kampagne zu gewährleisten. Verzögerungen durch verspätete Anlieferungen gehen ansonsten nicht zu unseren Lasten.

Bei der Anlieferung benötigen wir die erforderlichen Meta-Informationen:

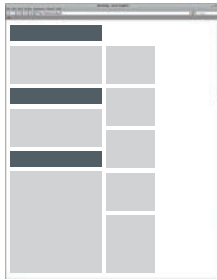
- belegte Site
- Kundenname
- Auftragsnummer
- Buchungszeitraum
- Werbeformat
- Motivname
- Ziel-URL
- Ansprechpartner für Rückfragen

**4 Ansprechpartner:** Bei technischen Fragen wenden Sie sich bitte an:

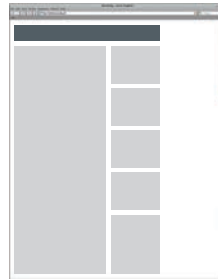
Natika Kadi  
Telefon: +49 5241 80-2175  
E-Mail: [order.management@bauverlag.de](mailto:order.management@bauverlag.de)

## Werbeformen

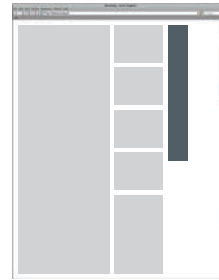
Format  
Breite x Höhe  
in Pixel



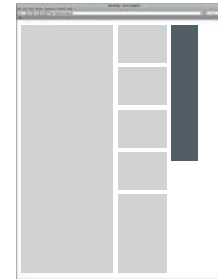
Fullsize Banner  
468 x 60



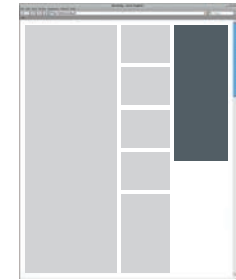
Superbanner  
728 x 90



Skyscraper  
120 x 600

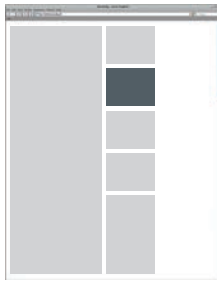


Wide Skyscraper  
160 x 600

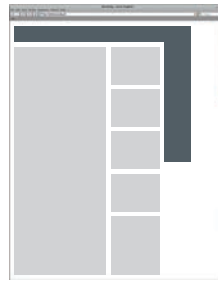


Half Page  
300 x 600

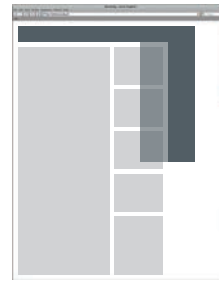
Format  
Breite x Höhe  
in Pixel



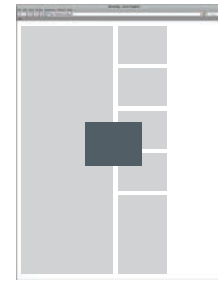
Medium Rectangle  
300 x 250



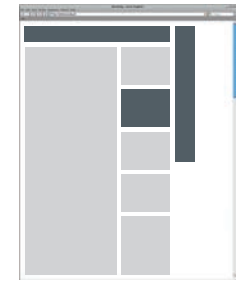
Wallpaper  
728 x 90 + 120 x 600



Ad Bundle  
728 x 90 +  
120 x 600 + 300 x 250



Layer Ad  
400 x 400



Ad Bundle  
728 x 90 +  
120 x 600 + 300 x 250

Bitte beachten Sie unsere Hinweise zu Datenformaten und Programmierung.

- 1 Name:** bauhandwerk Newsletter
- 2 Kurzcharakteristik:** Der bauhandwerk Newsletter informiert die Inhaber und Führungskräfte von Handwerksbetrieben per E-Mail über Neuigkeiten aus der Branche. Aktuelle Meldungen und Produktneuheiten, sowie Fachartikel aus der Printausgabe halten den Entscheider 10-mal jährlich auf dem aktuellsten Stand.
- 3 Zielgruppe:** Führungskräfte und Inhaber von Handwerksbetriebe, die gewerkeübergreifend im Neubau, im Ausbau und in der Sanierung tätig sind
- 4 Erscheinungsweise:** 10-mal jährlich
- 5 Verlag:** Bauverlag BV GmbH

**Ansprechpartner Redaktion:**  
Dipl.-Ing. Thomas Wieckhorst  
Chefredakteur  
Telefon: +49 5241 80-1040  
Fax: +49 5241 80-9650  
E-Mail: thomas.wieckhorst@bauverlag.de

**Ansprechpartner Digital-Werbung:**  
Axel Gase-Jochens  
Head of Digital Sales  
Telefon: +49 5241 80-75018  
Fax: +49 5241 80-6066  
E-Mail: axel.gase-jochens@bauverlag.de



**1 Empfänger:** Der bauhandwerk Newsletter erreicht Führungskräfte und Inhaber von Handwerksbetrieben, die gewerkeübergreifend im Neubau, im Ausbau und in der Sanierung tätig sind

**2 Verbreitung:** 4.582 Empfänger  
Öffnungsrate: 47,86%  
(Durchschnitt pro Monat Juli 2017 bis Juni 2018)



Newsletter	Erscheinungstermin	Buchungsschluss	Messen
1–2/2019	09.01.2019	02.01.2019	<b>BAU</b> , München
3/2019	27.02.2019	20.02.2019	<b>FARBE, AUSBAU &amp; FASSADE</b> , Köln
4/2019	29.03.2019	22.03.2019	
5/2019	26.04.2019	17.04.2019	
6/2019	29.05.2019	22.05.2019	
7–8/2019	26.07.2019	19.07.2019	
9/2019	29.08.2019	22.08.2019	<b>NordBau</b> , Neumünster
10/2019	26.09.2019	19.09.2019	
11/2019	29.10.2019	22.10.2019	<b>Arbeitsschutz Aktuell</b> , Düsseldorf
12/2019	28.11.2019	21.11.2019	

## 1 Preise und Werbeformen:

Werbeform	Platzierung	Format in Pixel (Breite x Höhe)	max. Dateigröße	Preis in €/Newsletter
Fullsize Banner	im Content	468 x 60	50 kB	530,00
Skyscraper	rechts neben dem Content	120 x 600	50 kB	640,00
Wide Skyscraper	rechts neben dem Content	160 x 600	50 kB	755,00
Textanzeige	im Content	Überschrift bis 50 Zeichen + Text bis 500 Zeichen (inkl. Leerzeichen) + 1 Foto (275 x 255 Pixel) + Verlinkung	50 kB	640,00
Textanzeige Premium	1. Textanzeige im Newsletter, im Content	Überschrift bis 50 Zeichen + Text bis 500 Zeichen (inkl. Leerzeichen) + 1 Foto (275 x 255 Pixel) + Verlinkung	50 kB	735,00
Stellenangebote	im Content	Überschrift bis 50 Zeichen + Text bis 500 Zeichen (inkl. Leerzeichen) + 1 Foto (275 x 255 Pixel) + Verlinkung	50 kB	570,00
Newsletter Takeover	im Content, exklusiv	bis zu 4 Textanzeigen, 3 Fullsize Banner und 1 Skyscraper	50 kB	4.790,00

Alle Preise zzgl. Mehrwertsteuer. Die allgemeinen Geschäftsbedingungen finden Sie unter: [www.bauverlag.de/downloads/AGBs-bauverlag.pdf](http://www.bauverlag.de/downloads/AGBs-bauverlag.pdf)

**2 Rabatte:** bei Abnahme innerhalb von 12 Monaten (Insertionsjahr)

### Malstaffel

3 Mal	5 %
6 Mal	10 %
10 Mal	15 %

**1 Dateiformate:** JPG oder statische GIF, max. 50 kB (ohne Animationen)

**Die detaillierten technischen Spezifikationen für alle Online-Werbemittel entnehmen bitte Sie unserem Datenblatt unter [www.bauverlag.de/downloads/datenblatt-online.pdf](http://www.bauverlag.de/downloads/datenblatt-online.pdf).**

**2 Format des Newsletters:** HTML oder Text

**3 Lieferadresse:** Bitte senden Sie die Werbemittel für Ihre Kampagne an [order.management@bauverlag.de](mailto:order.management@bauverlag.de)

**4 Lieferfrist:** 4 Werktage vor Kampagnenbeginn.  
Mit diesen Vorlaufzeiten haben wir gemeinsam ausreichend Zeit, die Formate zu testen und eine sichere Auslieferung der Kampagne zu gewährleisten. Verzögerungen durch verspätete Anlieferungen gehen ansonsten nicht zu unseren Lasten.

Bei der Anlieferung benötigen wir die erforderlichen Meta-Informationen:

- belegter Newsletter
- Kundenname
- Auftragsnummer
- Click-URL
- Ansprechpartner für Rückfragen

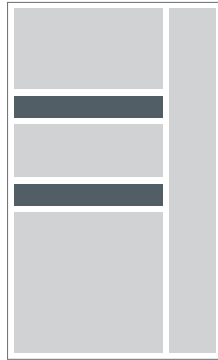
Auf Wunsch erhalten Sie eine Auswertung der Empfänger, Öffnungen des Newsletters und der Ad-Clicks

**5 Ansprechpartner:** Bei technischen Fragen wenden Sie sich bitte an:

Natika Kadi  
Telefon: +49 5241 80-2175  
E-Mail: [order.management@bauverlag.de](mailto:order.management@bauverlag.de)

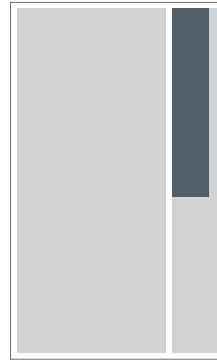


Format  
Breite x Höhe  
in Pixel



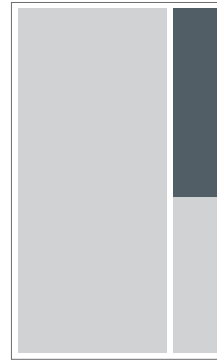
Fullsize Banner

468 x 60



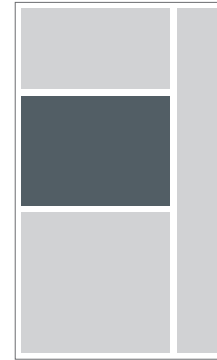
Skyscraper

120 x 600



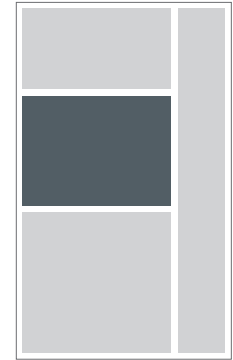
Wide-Skyscraper

160 x 600



Textanzeige

Überschrift bis 50 Zeichen  
+ Text bis 500 Zeichen  
(inkl. Leerzeichen)  
+ 1 Foto (275 x 255 Pixel)  
+ Verlinkung



Textanzeige Premium

Überschrift bis 50 Zeichen  
+ Text bis 500 Zeichen  
(inkl. Leerzeichen)  
+ 1 Foto (275 x 255 Pixel)  
+ Verlinkung

## Online-Advertorial

Zeigen Sie unseren Usern Ihre Kompetenz bei einem Thema, stellen Sie Ihre Problemlösungsfähigkeiten unter Beweis oder erklären Sie ausführlich die Vorteile Ihres Produktes – die Anlässe für ein Online-Advertorial können vielfältig sein.

Das Online-Advertorial wird mit einem umfangreichen 4wöchigem Kommunikationspaket beworben, bestehend aus folgenden Komponenten:

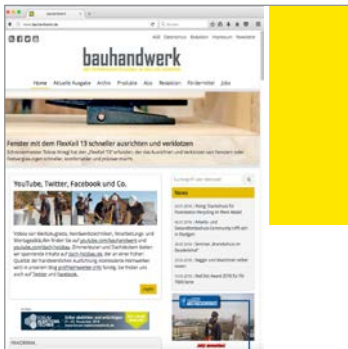
- dauerhafter Online-Beitrag auf [www.bauhandwerk.de](http://www.bauhandwerk.de) (bleibt auch nach den 4 Wochen weiterhin über die Suche auffindbar)
- Medium Rectangle mit Platzierung auf der kompletten Website als Teaser mit Verlinkung auf den Online-Beitrag
- Textanzeige im [bauhandwerk Newsletter](#) mit Verlinkung auf den Online-Beitrag

Preis: 1.900,00 € zzgl. MwSt.

The screenshot shows a web page for 'bauhandwerk' featuring an advertorial for 'MUTO Comfort M 60'. The page layout includes a navigation bar with links like 'Home', 'Aktuelle Ausgabe', 'Archiv', 'Produkte', 'Abo', 'Redaktion', 'Fördermittel', and 'Jobs'. The main content area is titled 'Advertorial' and 'MUTO Comfort M 60' with the sub-headline 'Große Möglichkeiten für kleine Türen.' Below this is a carousel of three images showing the product in use. The text describes the product as a manual sliding door system, highlighting its versatility for small spaces and its ease of installation. It also mentions that the system is suitable for apartments, hotels, and gastronomy. The page includes a search bar and a sidebar with a 'News' section containing various articles and a 'AUSSENDÄMMER!' banner.

Unsere Kommunikationspakete kombinieren – abgestimmt auf Ihr Kommunikationsziel – passende Werbemaßnahmen miteinander, damit Ihre Zielgruppe umfassend angesprochen wird.

## Branding-Paket Online



Halfpage Ad auf  
[www.bauhandwerk.de](http://www.bauhandwerk.de)



Wide Skyscraper im  
[bauhandwerk Newsletter](http://bauhandwerk Newsletter)

Laufzeit 1 Monat  
Preis: 1.820,00 € zzgl. MwSt.

## Produktwerbung-Paket Crossmedia



Online-Advertorial auf  
[www.bauhandwerk.de](http://www.bauhandwerk.de)  
(Leistungen s. vorherige Seite)



1/2 Seite Advertorial oder  
Anzeige in der Printausgabe  
von [bauhandwerk](http://bauhandwerk)

Laufzeit 1 Monat  
Preis: 5.630,00 € zzgl. MwSt.

Weitere Pakete mit passenden Digital- und Printformaten schnüren wir für Sie gerne auf Anfrage.

## bauhandwerk YouTube Kanal

Nicht nur der private Alltag sondern auch das Arbeitsumfeld entwickelt sich rasant – jeden Tag in jedem Monat und in immer kürzeren Abständen.

Auf diesen Wandel des Informationsverhaltens reagiert **bauhandwerk**.

Als einzige Marke im Bausegment bereitet die **bauhandwerk**-Redaktion fundierte Fachinformationen auf und produziert hiervon in Zusammenarbeit mit Experten **exklusive und in der Branche einzigartige Videos**.

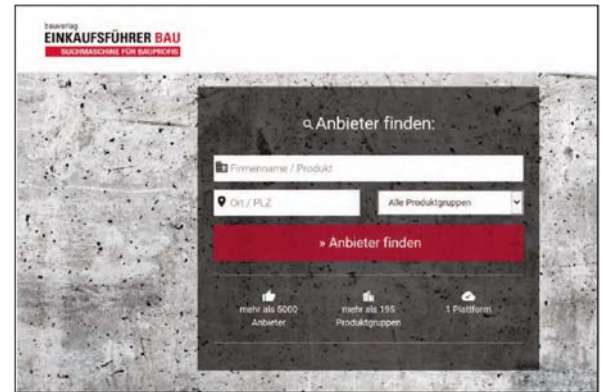
Dieses exklusive Produkt wird über alle Medienkanäle von **bauhandwerk** an die Zielgruppen kommuniziert.

### Leistungsumfang:

- Recherche, Ausarbeitung und Abstimmung Storyboard
- Drehtermin vor Ort
- Nachbereitung des Videos (Film, Schnitt, ggf. Sprecher)
- Berichterstattung in **bauhandwerk**
- ggf. Bewerbung durch Anzeigen in **bauhandwerk**
- Präsentation auf [www.bauhandwerk.de](http://www.bauhandwerk.de)
- Präsentation auf dem YouTube-Kanal von **bauhandwerk**
- Kunde erhält das Video und auf Wunsch auch das Rohmaterial zur eigenen Vermarktung und Verbreitung



- 1 Titel:** EINKAUFSFÜHRER BAU
- 2 Kurzcharakteristik:** Der bauverlag EINKAUFSFÜHRER BAU ist die Online-Suchmaschine für die Profis am Bau. Diese suchen und finden auf www. EINKAUFSFÜHRER-BAU.de Hersteller zu allen Bauprodukten.
- 3 Zielgruppe:**
- HANDWERSBETRIEBE UND INGENIEURE  
(aus den Bereichen Maler, Stuck, Putz, Trockenbau, Tischler, Dach- und Holzbau, Elektro, SHK, Metallbau)
  - BAUUNTERNEHMEN (im Hoch-, Tief-, Straßen-, GaLa- und Tunnelbau)
  - HANDEL  
(Baumaschinen, Baustoffe, Dachbaustoffe, Tiefbaustoffe)
  - FACILITY MANAGER UND WOHNUNGSUNTERNEHMEN
  - ARCHITEKTEN UND PLANENDE BAUINGENIEURE



## Suchen? Finden!

Lassen auch Sie sich von den Marktakteuren der Bau- und Immobilienwirtschaft finden.

Gerne erstelle ich Ihnen ein Angebot – nehmen Sie direkt mit mir Kontakt auf!

Nicole Dony  
Sales Manager  
Telefon: +49 5241 80-75529  
E-Mail: nicole.dony@bauverlag.de

## »WIR BIETEN DAS KOMPLETTE PROJEKTMANAGEMENT VON PUBLIKATIONSVORHABEN UND EVENTS IN DER BAUBRANCHE!«

Als Agentur des Bauverlags verstehen wir uns als Wissens- und Kommunikationspartner für Content Marketing und Events im Baubereich. Wir kennen die dynamischen Entwicklungen der Branche und greifen diese aktiv auf – gemeinsam mit Ihnen. Zum DICE@bauverlag-Team gehören Kommunikationsexperten, Eventmanager, Mediendesigner und IT-Spezialisten.

Wir erarbeiten gemeinsam mit unseren Kunden kreative und intelligente Kommunikations- und Marketinglösungen – von klassischem Corporate Publishing und Eventmanagement bis hin zu integrierter Kampagnenkonzepktion.

### Was uns einzigartig macht?

- 📦 Inhaltliche Kompetenz: Unser Bau-Know-how
- 📦 Wir kennen die Zielgruppen
- 📦 Das umfassende Netzwerk Bauverlag



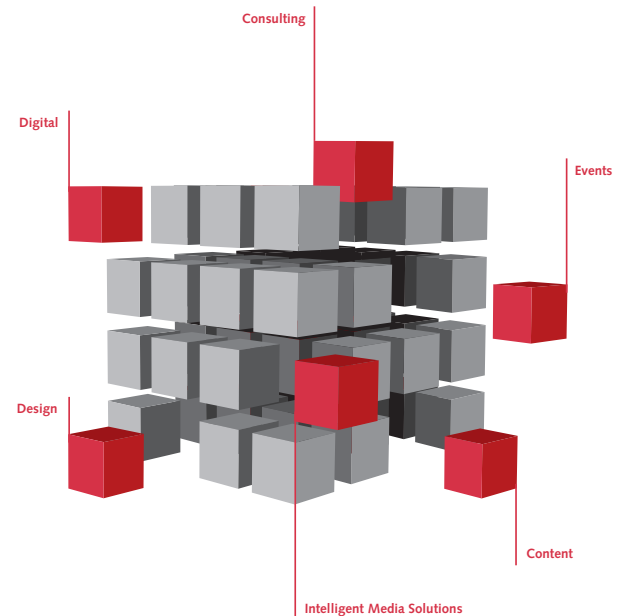
## »WIR ENTWICKELN LÖSUNGEN FÜR IHREN KOMMUNIKATIONSBEDARF!«

Erzählen Sie uns von Ihren Ideen und Anliegen. Für eine zielführende Beratung möchten wir Ihre Anforderungen genau kennen und verstehen. So können wir Sie als Partner auf Augenhöhe begleiten und Projekte erfolgreich abschließen. Im Rahmen des **Consulting** gehört für uns daher ebenso ein klares Briefing zu Beginn dazu, als auch das Controlling und Feedback nach Abschluss einer Kampagne. Denn für uns ist Kommunikation erst dann gelungen, wenn Sie damit Ihre Ziele erreichen.

Wir lassen guten **Content** mit Nutzwert auf das passende **Design** treffen in Print und **digital**. Auf **Events** werden Ihre Botschaften live erlebbar.

Alle Bausteine stimmen wir zeitlich, inhaltlich und gestalterisch aufeinander ab! So entsteht ein perfektes Bauwerk: **Ihre Intelligent Media Solution!**

Weitere Informationen unter [DICE.bauverlag.de!](http://DICE.bauverlag.de)



Kombinieren Sie die Zeitschriften unseres Verlages miteinander und profitieren Sie von einer gemeinsamen Rabattierung!

Teil der **Bauverlag-Verlagskombination** sind:

AT MINERAL PROCESSING Europe  
 AT MINERAL PROCESSING Worldwide  
 bauhandwerk  
 Bauwelt  
 BFT INTERNATIONAL  
 BRANDSCHUTZ  
 BundesBauBlatt  
 COMPUTER SPEZIAL  
 dach+holzbau  
 DBZ Deutsche Bauzeitschrift  
 FACILITY MANAGEMENT  
 KKA Kälte Klima Aktuell  
 metallbau  
 recovery – Recycling Technology Worldwide  
 SHK Profi  
 tab Das Fachmedium der TGA-Branche  
 THIS Tiefbau Hochbau Ingenieurbau Straßenbau  
 tunnel  
 Zi Ziegelindustrie International  
 ZKG INTERNATIONAL Zement Kalk Gips

**Voraussetzungen:**

Mindestens vier Anzeigen in zwei oder mehreren Titeln:

Mindestformat 1/4 Seite; Auftragsabnahme innerhalb 12 Monaten.

**Malstaffel**

ab 4 Anzeigen.....	3 % Rabatt
ab 6 Anzeigen.....	5 % Rabatt
ab 12 Anzeigen.....	10 % Rabatt
ab 18 Anzeigen.....	15 % Rabatt
ab 24 Anzeigen.....	20 % Rabatt
ab 48 Anzeigen.....	25 % Rabatt

**Mengenstaffel**

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

**Achtung: Die Rabattstaffeln der Bauverlag-Verlagskombi ersetzen die Objektstaffeln der jeweiligen Zeitschriften.**



## National Sales

### Head of National Sales

#### Architecture & Craft

Andreas Kirchgessner  
Bauverlag BV GmbH  
Avenwedder Straße 55  
33311 Gütersloh  
Telefon: +49 5241 80-2322  
Telefax: +49 5241 80-6066  
E-Mail: andreas.kirchgessner@bauverlag.de

### Verlagsbüro Gütersloh

Ralf Kirchgessner  
Bauverlag BV GmbH  
Avenwedder Straße 55  
33311 Gütersloh  
Telefon: +49 5241 80-2362  
Telefax: +49 5241 80-6070  
E-Mail: ralf.kirchgessner@bauverlag.de

### Verlagsbüro Gütersloh

Oliver Kugel  
Bauverlag BV GmbH  
Avenwedder Straße 55  
33311 Gütersloh  
Telefon: +49 5241 80-7957  
Telefax: +49 5241 80-6070  
E-Mail: oliver.kugel@bauverlag.de

### Verlagsbüro Düsseldorf

Erdal Top  
Bauverlag BV GmbH  
Avenwedder Straße 55  
33311 Gütersloh  
Telefon: +49 5241 80-2179  
Telefax: +49 5241 80-6070  
E-Mail: erdal.top@bauverlag.de

### Verlagsbüro Frankfurt

Oliver Junne  
Herderstraße 4  
61350 Bad Homburg  
Telefon: +49 6172 302015  
E-Mail: oliver.junne@t-online.de

### Verlagsbüro Stuttgart

Frank Maier  
Bauverlag BV GmbH  
Mittlerer Pfad 26  
70499 Stuttgart  
Telefon: +49 711 518834-20  
E-Mail: frank.maier@bauverlag.de

### Verlagsbüro München

Bernd Fenske  
Bauverlag BV GmbH  
Aschauer Straße 30  
81549 München  
Telefon: +49 89 203043-2389  
E-Mail: bernd.fenske@bauverlag.de

## Telesales

### Head of Sales

Ute Schönbeck  
Bauverlag BV GmbH  
Avenwedder Straße 55  
33311 Gütersloh  
Telefon: +49 5241 80-89972  
Telefax: +49 5241 80-66926  
E-Mail: ute.schoenbeck@bauverlag.de

### Sales Manager

Narin Yelman  
Bauverlag BV GmbH  
Avenwedder Straße 55  
33311 Gütersloh  
Telefon: +49 5241 80-2344  
Telefax: +49 5241 80-66926  
E-Mail: narin.yelman@bauverlag.de

### Sales Manager

Stellenmarkt  
Nicole Euler  
Bauverlag BV GmbH  
Avenwedder Straße 55  
33311 Gütersloh  
Telefon: +49 5241 80-75019  
Fax: +49 5241 80-66926  
E-Mail: stellenmarkt@bauverlag.de

## International Sales

### Sales Manager International

Rita Srowig  
Bauverlag BV GmbH  
Avenwedder Straße 55  
33311 Gütersloh  
Telefon: +49 5241 80-2401  
Telefax: +49 5241 80-6066  
E-Mail: rita.srowig@bauverlag.de

## Digital Sales

### Head of Digital Sales

Axel Gase-Jochens  
Bauverlag BV GmbH  
Avenwedder Straße 55  
33311 Gütersloh  
Telefon: +49 5241 80-75018  
Telefax: +49 5241 80-6066  
E-Mail: axel.gase-jochens@bauverlag.de