CUBUS
MEDIEN VERLAG

fassadentechnik

MEDIADATEN 2026



GÜLTIG AB JANUAR 2026

A CUBUS MEDIEN BRAND

CUBUS
MEDIEN VERLAG

fassadentechnik

INHALT

3
PROFIL

4
ERSCHEINUNG UND SCHWERPUNKTE

5-6
KERNZIELGRUPPEN

7-9
ANZEIGEN

10-12
CONTENTFORMATE

13-17
ONLINE-FORMATE

18-20
TECHNISCHE ANGABEN UND BESCHNITT

21
ALLGEMEINE HINWEISE

22-24
ANSPRECHPARTNER & VERLAGSANGABEN

PROFIL

fassadentechnik ist eine spezialisierte Fachzeitschrift, die über alle Themen rund um die Gebäudehülle informiert.

THEMENFELDER

- Planung & Konstruktion von Kalt- und Warmfassaden
- Statik und Bauphysik
- Bekleidungselemente
- Wärmedämmung
- Abdichtungstechnik
- Unterkonstruktionen
- Verankerungs-, Verbindungs- und Befestigungstechnik
- Gerüste & Werkzeuge
- Brandschutz
- Sonnenschutz
- Lüftung
- solare Energiegewinnung
- EDV-Systeme für Planer
- Normung

fassadentechnik
4 Ausgaben im Jahr
digitale Auflage 16.000*



*ESG und Nachhaltigkeit gewinnen an immer größerer Bedeutung. Wir haben unsere Verteiler aktualisiert und konnten mit vielen Lesern digitale Alternativen vereinbaren. Das schont unsere Ressourcen und erreicht unsere Zielgruppe ganz nebenbei auch im Homeoffice.

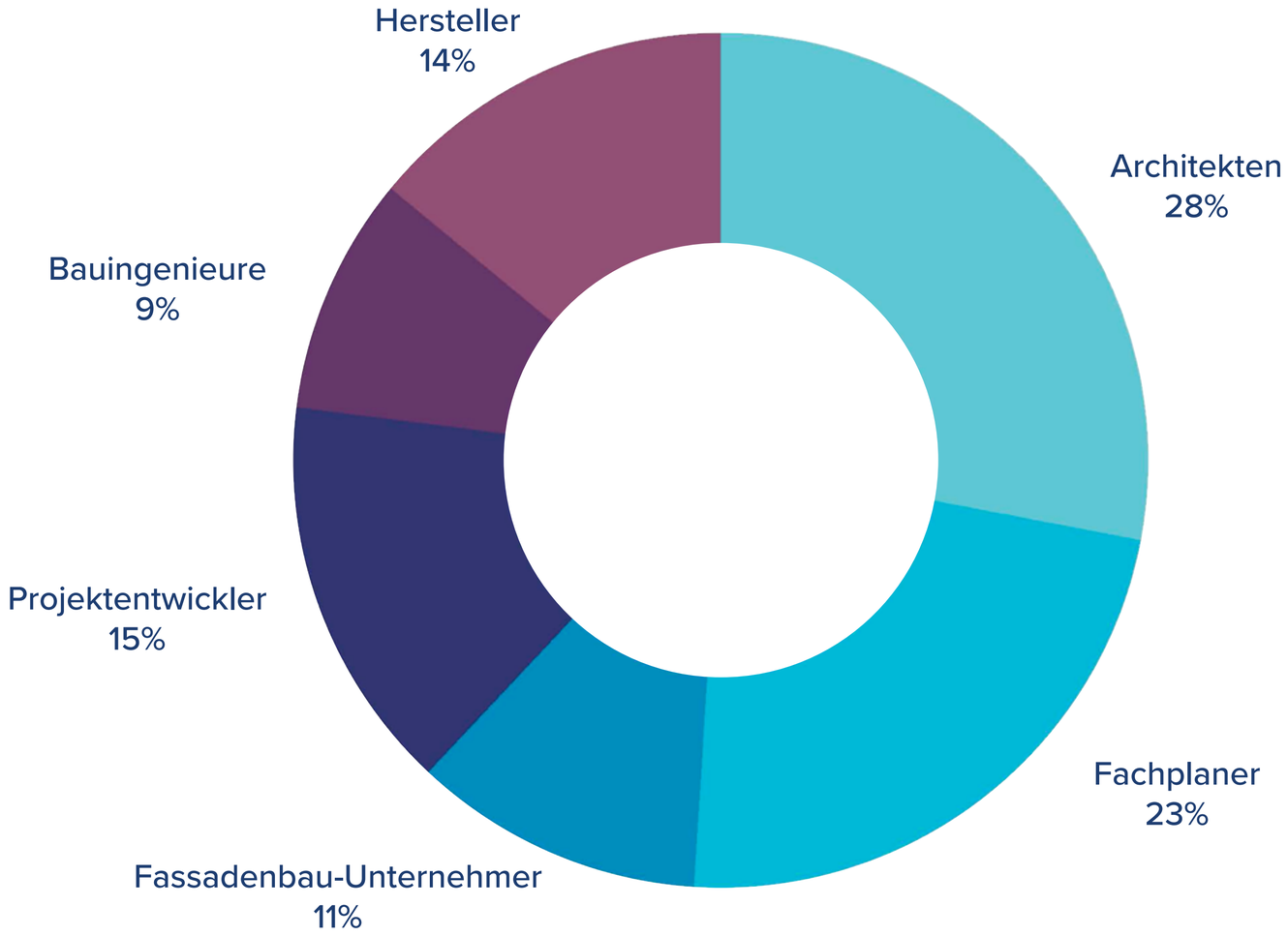
ERSCHEINUNG UND SCHWERPUNKTE

fassadentechnik erscheint 4 Mal jährlich und bietet fundierte Informationen, praxisnahe Einblicke und inspirierende Beiträge rund um Fassadenplanung, -technik und -gestaltung.

Ausgabe	Erscheinungstermine	Themenschwerpunkte	Anzeigenschluss	Druckunterlagenschluss
1/2026	27.03.2026	- Energieeffiziente Sanierung bestehender Fassaden - Transformation: Bauen im Bestand - Wachsende Stadt: Schwimmende Wohnviertel - Low-Tech-Fassaden: Einfachheit als Strategie	13.03.2026	bereits erschienen
2/2026	20.05.2026	- Transparente Gebäudehüllen: Glasfassaden der Zukunft - Nachwachsende Materialien für nachhaltige Fassaden - Nachhaltigkeit trifft Design: Ästhetische Lösungen - Kreislaufgerechte Fassaden: Trennbarkeit und Recycling	06.05.2026	bereits erschienen
3/2026	15.09.2026	- Aluminium, Stahl und Holz: Innovative Materialtrends - Neue Technologien für Wartung und Pflege - Leichtbaufassaden: Nachhaltigkeit durch Materialeffizienz - Biodiversität durch Fassadenbegrünung	01.09.2026	bereits erschienen
4/2026	28.10.2026	- Regenerative Energien: Integration in die Gebäudehülle - Ganzheitliche Lebenszyklusbetrachtung von Fassaden - Brandschutzinnovationen im Fassadenbau - Adaptive Fassadensteuerung und Gebäudekomfort	19.10.2026	21.10.2026
5/2026	11.12.2026	- **BAU-Special** (erscheint digital)	23.11.2026	26.11.2026

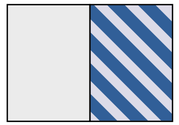
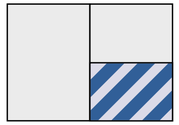
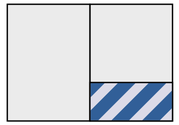
KERNZIELGRUPPEN & LESERSCHAFT

ZIELGRUPPE

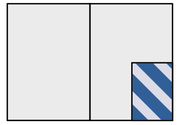

Hersteller
14%
Architekten
28%
Bauingenieure
9%
Projektentwickler
15%
Fachplaner
23%
Fassadenbau-Unternehmer
11%

ANZEIGEN

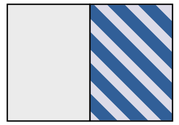
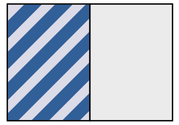
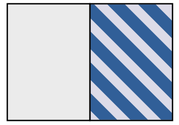
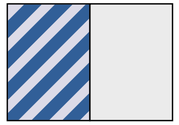
ANZEIGEN GRUNDFORMATE

SEITENAUFRISS	SEITENZAHL	ANSCHNITT	DATENFORMAT inkl. 5 mm Beschnitt	PREIS
	1/1	210 x 297 mm (B x H)	220 x 307 mm (B x H)	4.490,-
	1/2 quer	210 x 148,5 mm (B x H)	220 x 158,5 mm (B x H)	2.940,-
	1/2 hoch	105 x 297 mm (B x H)	115 x 307 mm (B x H)	2.940,-
	1/3 quer	210 x 99 mm (B x H)	220 x 109 mm (B x H)	2.490,-
	1/3 hoch	70 x 297 mm (B x H)	80 x 307 mm (B x H)	2.490,-

ANZEIGEN GRUNDFORMATE

SEITENAUFRISS	SEITENZAHL	ANSCHNITT	DATENFORMAT inkl. 5 mm Beschnitt	PREIS
	1/4 hoch Eckfeld hoch	52,5 x 148,5 mm (B x H)	62,5 x 158,5 mm (B x H)	1.950,-
	1/4 quer	210 x 74,25 mm (B x H)	220 x 84,25 mm (B x H)	1.950,-
	1/4 hoch	52,5 x 297 mm (B x H)	62,5 x 307 mm (B x H)	1.950,-

ANZEIGEN GRUNDFORMATE

SEITENAUFRISS	SEITENZAHL	ANSCHNITT	DATENFORMAT inkl. 5 mm Beschnitt	PREIS
	1/1 Advertorial			2.900,-
	Titel + 2/1 Advertorial			5.590,-
	2. Umschlag	210 x 297 mm (B x H)	220 x 307 mm (B x H)	4.590,-
	3. Umschlag	210 x 297 mm (B x H)	220 x 307 mm (B x H)	4.590,-
	4. Umschlag	210 x 297 mm (B x H)	220 x 307 mm (B x H)	4.990,-

1/1 ADVERTORIAL

Sie haben Expertenwissen und Bauvorhaben in herausfordernden Umfeldern umgesetzt? Mit ihren Produkten liefern sie innovative Lösungen? Mit welchen Herausforderungen wurden sie konfrontiert? Das ist doch top! Wir verleihen Ihrer Meinung das nötige Gewicht, Relevanz und Reichweite. Auf einer Magazinseite wird Ihre Meinung veröffentlicht, journalistisch aufbereitet und grafisch unterstützt.

FORMAT	1/1 Seite: 175 x 244 mm (B x H)
ÜBERSCHRIFT	maximal 30 Zeichen
BILDUNTERSCHRIFT	ca. 60 Zeichen
VORTEXT	bis zu 180 Zeichen inkl. Leerzeichen, Autor und Unternehmen werden im Vortext benannt
LAUFTEXT OHNE GRAFIK	maximal 2.000 Zeichen inkl. Leerzeichen
LAUFTEXT MIT GRAFIK	maximal 1.250 Zechen inkl. Leerzeichen
AUTORENFOTO	100 x 150 mm bei 300ppi
GRAFIK	Fotos (JPG/PNG), Grafiken, Tabellen, sonstige Dateien (PDF)



12

EINFACH BAUEN, DAUERHAFT LERNEN

Der Neubau der Grundschule Neuenhaus verbindet robuste Architektur mit flexiblen Lernräumen. Stahlbeton und Holz, regionale Klinker sowie einfache Gebäudetechnik sparen Ressourcen und ermöglichen lange Nutzungszeiten

Der Neubau der Grundschule in Neuenhaus von potgeter + wefelshütten versteht Nachhaltigkeit als Ergebnis robuster Architektur, konstruktiver Einfachheit und langfristiger Nutzbarkeit. Der zweigeschossige Erweiterungsbau mit rund 2.180 m² Nutzfläche ergänzt den Schulstandort um Unterrichtsbereiche und eine Mensa und bleibt mit etwa 4.400 Euro/m² Nutzfläche unter den Kosten vergleichbarer Schulbauten.

HYBRIDBAU AUS STAHLBETON UND HOLZ

Das Lerncluster-Konzept ermöglicht flexible Unterrichtsformen und zukünftige Anpassungen. Konstruktiv kombiniert der Hybridbau Stahlbeton mit Brettsperrholzdecken, wodurch Materialeinsatz und graue Energie reduziert werden. Individuell entwickelte Anschlussdetails gewährleisten Schall-, Brand- und Tragwerksanforderungen.

RESSOURCENSCHONEND UND REGIONAL

Die Gebäudetechnik setzt auf eine Sole-Wasser-Wärmepumpe, Lüftung mit Wärmerückgewinnung, Photovoltaik und eine zentrale vertikale Installationsführung für einfache Wartung und hohe Anpassungsfähigkeit. Eine regional produzierte Klinkerfassade unterstreicht den ressourcenschonenden und langlebigen Ansatz.

Das Projekt zeigt, dass nachhaltiges Bauen durch robuste Konstruktionen, flexible Grundrisse und dauerhafte Materialkonzepte erreicht werden kann.

OBERGESCHOSS

Klassen- und Gruppenräume ordnen sich um gemeinsame Lernbereiche und ermöglichen verschiedene Lernformen.

ERDGESCHOSS

Mensa, Unterrichtsräume und offene Lernbereiche bilden eine klar gegliederte und flexibel nutzbare Struktur.

SCHNITTISOMETRIE

Die räumliche Darstellung macht den konstruktiven Aufbau mit massiven Tragbauteilen und Brettsperrholzdecken sowie die Anordnung der Lernräume sichtbar.

Preis: EUR 2.900,-

TITEL + 2/1 ADVERTORIAL

Sie haben Expertenwissen und Bauvorhaben in herausfordernden Umfeldern umgesetzt? Mit ihren Produkten liefern sie innovative Lösungen? Mit welchen Herausforderungen wurden sie konfrontiert? Das ist doch top! Wir verleihen Ihrer Meinung das nötige Gewicht, Relevanz und Reichweite. Auf einer Magazinseite wird Ihre Meinung veröffentlicht, journalistisch aufbereitet und grafisch unterstützt.

FORMAT	1/1 Seite: 175 x 244 mm (B x H)
ÜBERSCHRIFT	maximal 30 Zeichen
BILDUNTERSCHRIFT	ca. 60 Zeichen
VORTEXT	bis zu 180 Zeichen inkl. Leerzeichen, Autor und Unternehmen werden im Vortext benannt
LAUFTEXT OHNE GRAFIK	maximal 3.000 Zeichen inkl. Leerzeichen
LAUFTEXT MIT GRAFIK	maximal 2.400 Zechen inkl. Leerzeichen
AUTORENFOTO	100 x 150 mm bei 300ppi
GRAFIK	Fotos (JPG/PNG), Grafiken, Tabellen, sonstige Dateien (PDF)

Titel + 2/1 Advertorial



Preis: EUR 5.590,-

INTERVIEW 360°

Das Interview 360° ist unser Crossmedia-Produkt, welches wir für Sie über alle unsere Kanäle spielen. Mit diesem perfekt abgestimmten 360°-Paket wird Ihr Interview optimal beworben und die Reichweite durch die Streuung auf unterschiedliche Medien erhöht.

DIE INKLUDIERTEN LEISTUNGSELEMENTE

- 2/1 Seite Print in der fassadentechnik: Das Interview wird in Form eines Fragenkataloges (10-15 Fragen) per Mail oder persönliche per Telefoninterview erstellt.
- Abschrift des Interviews als Online-Advertorial, evtl. Einkürzung des Interviews. Platzierung auf der Homepage für 2 Wochen
- Promotion des Advertorials über eine Bild-Text-Anzeige im Newsletter
- Social Media Post auf LinkedIn fassadentechnik
- Dieses Format wird als Anzeige gekennzeichnet

SPEZIFIKATIONEN

Bild:	1.070 x 460 px
Headline:	Max. 60 Zeichen
Subline:	Max. 45 Zeichen
Teaser:	Max. 200 Zeichen



Preis: EUR 7.990,-

ONLINE

WERBUNG IM REDAKTIONELLEN NEWSLETTER

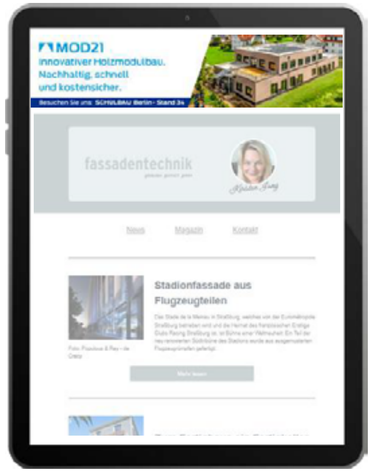
fassadentechnik

Der exklusive Newsletter informiert zwei-wöchentlich über alle relevanten Themen der Gebäudehülle.

ERSCHEINEN	jeden zweiten Donnerstag
REICHWEITE	ca. 24.000 Abonnenten
UNIQUE OPENS	7.580
OPEN RATE	39%
CLICK RATE	7,5%



NEWSLETTER-WERBEFORMATE



EXKLUSIVES SPONSORING

Exklusives Sponsonring des Newsletters
Prominent Kopfplatziert

Spezifikationen

Bild:	1.200 x 400-500 px (B x H) oder wird von uns skaliert
Format:	JPG oder PNG

Preis: EUR 990,-

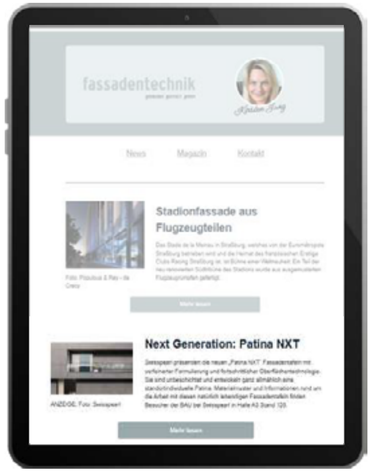


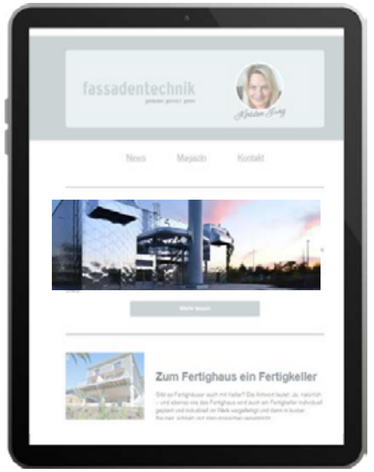
BILD-TEXT-ANZEIGE

Versenden Sie Ihre **Bild-Text-Anzeige** in unserem reichweitenstarken Newsletter

Spezifikationen

Bild:	400 x 180 px (B x H) oder bis zu dieser Größe skalierbar
Format:	JPG oder PNG
Dachzeile:	Max. 35 Zeichen
Headline:	Max. 60 Zeichen
Text:	Max. 200 Zeichen

Preis: EUR 780,-



BIGSIZE BANNER

Bildstark und **auffallend** zwischen den Meldungen des Newsletters

Spezifikationen

Bild:	1.200 x 400-500 px (B x H) oder wird von uns skaliert
Format:	JPG oder PNG

Preis: EUR 890,-

STANDALONE-NEWSLETTER

STANDALONE NEWSLETTER

- Exklusiver Versand Ihrer Inhalte als Standalone-Newsletter an die Zielgruppen von SCHULBAU
- Exklusiver Rahmen und hohes Leser-Involvement garantieren eine maximale Aufmerksamkeit Reporting aller KPIs nach Versand
- Einmaliger Versand an einem Wochentag (Montag-Freitag)
- Kennzeichnung als Anzeige

Spezifikationen

HTML-Datei

THEMENFELDER

- Planung & Konstruktion von Kalt- und Warmfassaden
- Statik und Bauphysik
- Bekleidungselemente
- Wärmedämmung
- Abdichtungstechnik
- Unterkonstruktionen
- Verankerungs-, Verbindungs- und Befestigungstechnik
- Gerüste & Werkzeuge
- Brandschutz
- Sonnenschutz
- Lüftung
- solare Energiegewinnung
- EDV-Systeme für Planer
- Normung



Preis: EUR 4.950,-

BANNERFORMATE

DESKTOP

1 Billboard
800–970 × 200–250 px (Breite × Höhe)

Preis: EUR 990,-
Laufzeit 4 Wochen

2 Medium Rectangle (MPU)
300 × 250 px (Breite × Höhe)

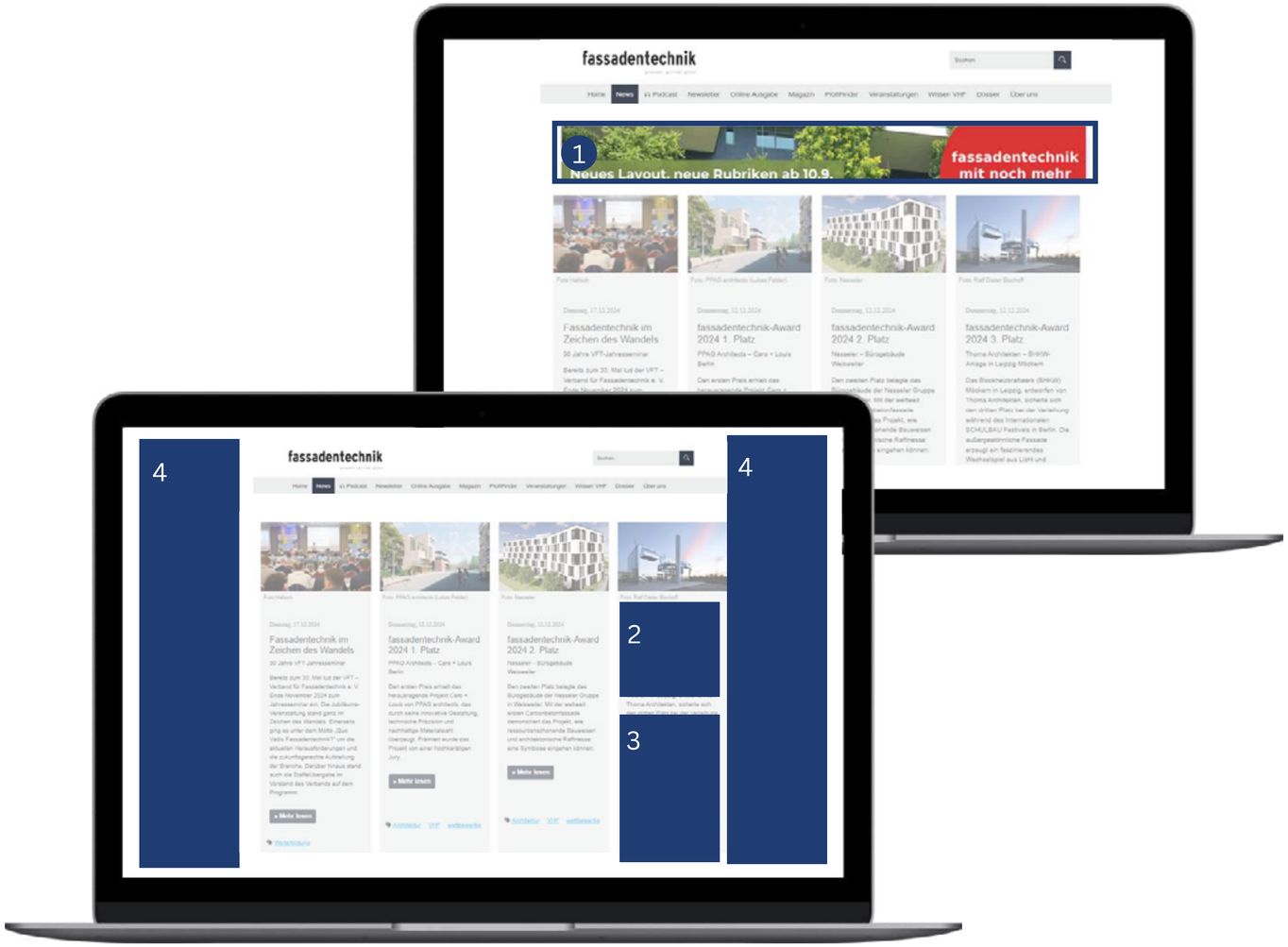
Preis: EUR 590,-
Laufzeit 4 Wochen

3 Half Page Ad (HPA)
300 × 600 px (Breite × Höhe)

Preis: EUR 790,-
Laufzeit 4 Wochen

4 Fireplace Sitebar
Verhältnis 1:3
Optimal 300 × 900 px (B × H)

Preis: EUR 1.590,-
Laufzeit 4 Wochen



TECHNISCHES

TECHNISCHE ANGABEN

HERSTELLUNG

Heftformat
210 mm breit x 297 mm hoch

Satzspiegel
172 mm breit x 263 mm hoch

DRUCKDATEN

Auflösung
300ppi, 60er Raster

Dateiformate
PDF/X4-Dateien (mindestend PDF/X3
mit eingebetteten Schriften

BESCHNITTZUGABE

An allen Außenseiten sind jeweils 5 mm Beschnittzugabe zu berücksichtigen.

Bei der Anlage der Druckvorlagen müssen anschnittgefährdete Elemente mindestens 8 mm vom Beschnitt nach innen gelegt werden.

SPEZIFIKATIONEN

Beschnittzugabe
5 mm umlaufebnd

Endformat
210 mm x 297 mm (B x H)
inkl. Beschnittzugabe:
215 mm x 302 mm (B x H)

Sicherheitsabstand
8 mm

DATENANLIEFERUNG

Kontakt
Per E-Mail an **martina.weiss@cubusmedien.de**
oder als Download-Link.

TECHNISCHE ANGABEN

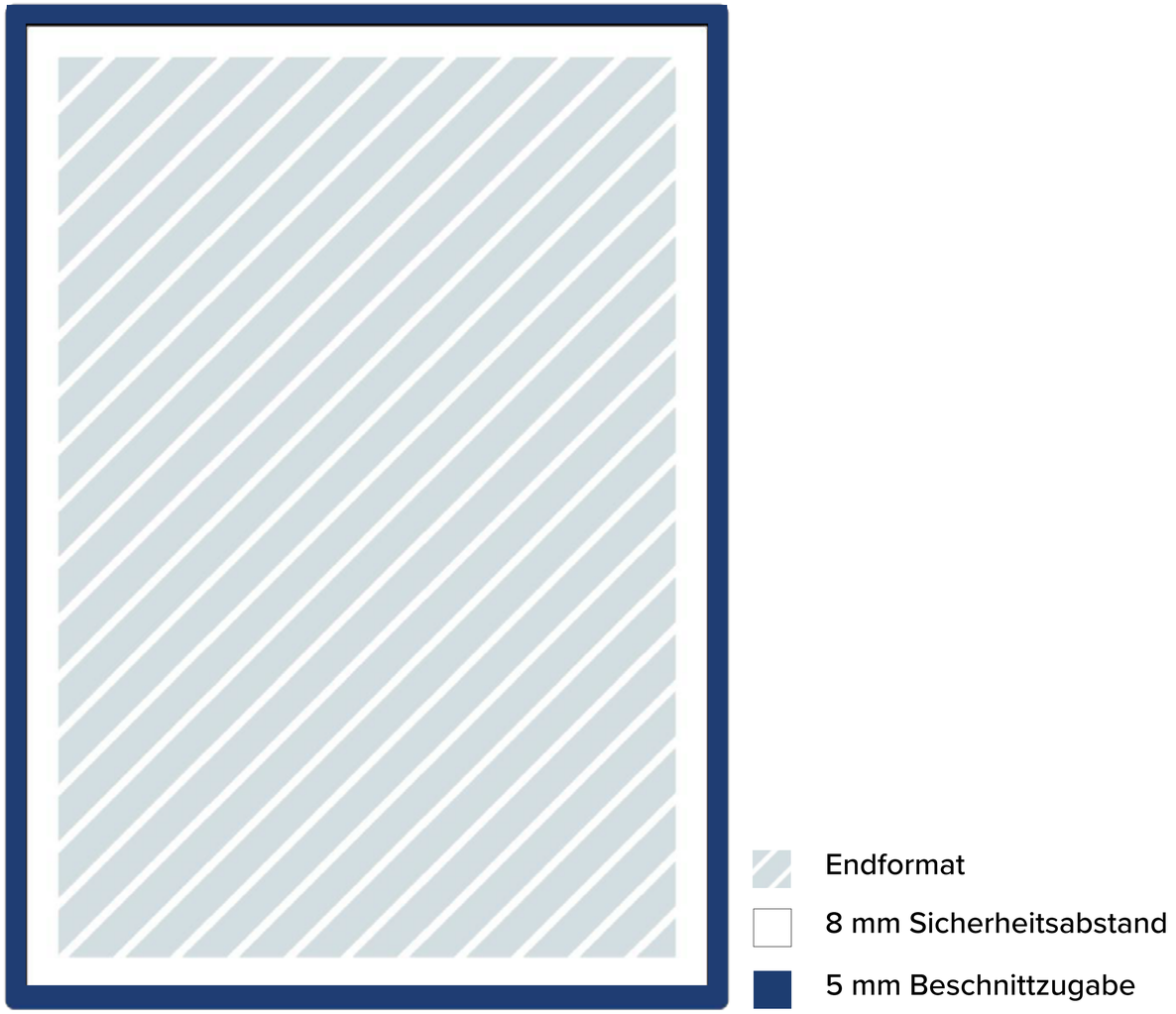
Beschnittzugaben: An allen Außenseiten sind je 5 mm Beschnittzugabe zu berücksichtigen. Bei Anzeigen im Bunddurchdruck werden zwei getrennte Vorlagen benötigt.

Bei der Anlage der Druckvorlagen müssen anschnittgefährdete Elemente mindestens 8 mm vom Beschnitt nach innen gelegt werden.

Beschnittzugabe
5 mm umlaufend

Endformat
210 mm x 297 mm (B x H)
inkl. Beschnittzugabe:
215 mm x 302 mm (B x H)

Sicherheitsabstand
8 mm



ALLGEMEINE HINWEISE

Berechnungsgrundlage für Beilagen/Beikleber ist die Druckauflage der jeweiligen Ausgabe. Die Preise könne sich erhöhen, wenn die Beschaffenheit der Produkte die Verarbeitung erschwert. Die geltenden Postgebühren bei Belegung der Postauflage werden zusätzlich berechnet. Die gesetzliche Mehrwertsteuer wird auf den Nettobetrag aufgeschlagen.

Datenanlieferung
Per Email an **martina.weiss@cubusmedien.de**
oder Downloadlink.

Haftung
Schäden, die dem Verlag aus der Nichtbeachtung der technischen Bedingungen durch den Auftraggeber entstehen, sind zu ersetzen.

Bei eventuell auftretenden Verarbeitungsschwierigkeiten hat die Fertigstellung der Auflage Vorrang.

ANSPRECHPARTNER & VERLAGSANGABEN

KONTAKTIEREN SIE UNS

Kirsten Jung
Geschäftsführerin / Chefredaktion
+49 40 80 80 57 - 283
kirsten.jung@cubusmedien.de

Redaktion
SCHULBAU & fassadentechnik Magazin & Newsletter
redaktion@cubusmedien.de

Martina-Stefanie Weiss
Key Account Manager – Digitale Anzeigen & Online Marketing
+49 40 80 80 57 - 293
martina.weiss@cubusmedien.de

Annelie Wieselmann
Art Director
+49 40 80 80 57 - 282
annelie.wieselmann@cubusmedien.de

Kirstin Buchholz
Senior Sales Manager – Messestandverkauf A-K
+49 40 80 80 57 - 289
kirstin.buchholz@cubusmedien.de

Andreas Felmy
Senior Sales Manager – Messestandverkauf L-Z
+49 40 80 80 57 - 284
andreas.felmy@cubusmedien.de

Stefan Gropp
Senior Projektmanager, Kommunikation & Operation, Programmmanagement
+49 40 80 80 57 - 285
stefan.gropp@cubusmedien.de

Johnny Horcher
Event- & Abomanagement
+49 40 80 80 57 - 290
johnny.horcher@cubusmedien.de

Sandra Huster
Personal Assistant & Office Manager
+49 40 80 80 57 - 292
sandra.huster@cubusmedien.de

ALLGEMEINE INFORMATIONEN

VERLAG
Cubus Medien Verlag GmbH
Knauerstr. 1
Knauerstr. 9-11
20249 Hamburg

Telefon: +49 40 80 80 57 - 292
Telefax: +49 40 80 80 57 - 290

INTERNET
www.fassadentechnik.de

MEDIA TEMPLATES
martina.weiss@cubusmedien.de

AGBs

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen

1. »Anzeigenauftrag« im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag zwischen Verlag und Auftraggeber über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen bzw. anderer Werbemittel eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten (nachfolgend insgesamt als „Werbungtreibende“ bezeichnet) in einer Druckschrift oder in einem elektronischen Medium zum Zweck der Verbreitung.

2. Ein „Abschluss“ ist ein Vertrag über die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel unter Beachtung der dem Werbungtreibenden gemäß Preisliste zu gewährenden Rabatte, wobei die jeweilige Veröffentlichung auf Abruf des Auftraggebers erfolgt. Rabatte werden nicht gewährt für Unternehmen, deren Geschäftszweck unter anderem darin besteht, für verschiedene Werbungtreibende Anzeigenaufträge zu erteilen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen. Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 3 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.

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

4. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.

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

6. Aufträge für Anzeigen oder andere Werbemittel, die nur in bestimmten Heftnummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift oder in einem elektronischen Medium veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.

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

8. Der Verlag behält sich vor, Anzeigen oder andere Werbemittel – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt, deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde, oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Aufträge für andere Werbemittel sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters und dessen Billigung bindend. Andere Werbemittel, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

9. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder anderer Werbemittel ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Bei der Anlieferung von digitalen Vorlagen für Anzeigen oder anderer Werbemittel ist der Auftraggeber verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder technischen Vorgaben des Verlages entsprechende Vorlagen für Anzeigen oder andere Werbemittel rechtzeitig vor Schaltungsbeginn zu liefern. Kosten des Verlages für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Vorlagen hat der Auftraggeber zu tragen. Für erkennbar ungeeignete oder nicht einwandfreie Werbeunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten, sowie bei elektronischen Medien die genannte Auflösung. Dies gilt nur für den Fall, dass der Auftraggeber die Formatvorgaben und technischen Vorgaben des Verlages bei der Anlieferung der Werbeunterlagen erfüllt hat.

10. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlicher, unrichtiger oder bei unvollständiger Wiedergabe der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Der Verlag hat das Recht, eine Ersatzanzeige zu verweigern, wenn diese einen Aufwand erfordert, der unter Beachtung des Inhalts des Schuldverhältnisses und der Gebote von Treu und Glauben in einem groben Missverhältnis zu dem Leistungsinteresse des Gläubigers steht oder diese für den Verlag nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich wäre. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige oder der Veröffentlichung eines anderen Werbemittels ist eine Rückgängigmachung des Auftrags ausgeschlossen. Der Verlag haftet für sämtliche Schäden, gleich ob aus vertraglicher Pflichtverletzung oder aus unerlaubter Handlung nach folgenden Bestimmungen: Bei grober Fahrlässigkeit beschränkt sich die Haftung im kaufmännischen Verkehr auf den Ersatz des vertragstypischen, vorhersehbaren Schadens. Bei einfacher Fahrlässigkeit haftet der Verlag nur, wenn eine wesentliche Vertragspflicht verletzt wurde und nur in Höhe des vertragstypischen, vorhersehbaren Schadens. Dies gilt nicht für das Rücktrittsrecht eines Auftraggebers bei einer Pflichtverletzung, die nicht in einem Mangel der Leistung besteht und vom Verlag zu vertreten ist. Die Haftung bei einer Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit bleiben unberührt. Ebenso die Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von einer Woche nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

11. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm bis zum Anzeigenschluss oder innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

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

13. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall schriftlich eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

14. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

15. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

16. Kosten für die Erstellung von Werbeunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

17. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder – wenn eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittlich tatsächlich verbreitete Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigender Mangel, wenn sie bei einer Auflage bis zu 50.000 Exemplaren 20% beträgt. Darüber hinaus sind bei den Abschlüssen Preisminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.

18. Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Der Verlag behält sich im Interesse und zum Schutz des Auftraggebers das Recht vor, die eingehenden Angebote zur Ausschaltung von Missbrauch des Ziffernndienstes zu Prüfzwecken zu öffnen. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet. Dem Verlag kann einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A 4 (Gewicht 500 g) überschreiten, sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann dennoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.

19. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

1. Anzeigenaufträge können bis zum Anzeigenschlusstermin storniert werden. Die Stornierung muss schriftlich oder in Textform (per Post, Fax oder E-Mail) erfolgen.
Bei der Stornierung von Anzeigen (Print, online oder via Newsletter) bis zum Anzeigenschlusstermin erhebt der Verlag eine Bearbeitungsgebühr von 50 Prozent des Anzeigenpreises.
Ist die Anzeige bereits in Druck gegeben, hat der Auftragge ber die Anzeige zu bezahlen.

2. Der Verlag leistet keine Gewähr bei Verlust einzelner Beilagen auf dem Postweg.

3. Können Mängel an den Druckunterlagen nicht sofort erkannt werden, sondern stellen Sie sich erst beim Druck heraus, so hat der Auftraggeber bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche.

4. Bei 4c-Anzeigen ist ein verbindlicher Farbandruck zu –liefern.

5. Werbevorlagen (Filme, CD-ROMs, Cartridges etc.) werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung der Werbeunterlagen endet drei Monate nach der erstmaligen Verbreitung der Anzeige.

6. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens einer Seite an den Text angrenzen.

7. Platzierungsbestätigungen – außer bei entsprechend bezahlten und fest bestätigten Vorzugsplätzen – gelten nur unter Vorbehalt und können aus technischen Gründen geändert werden. In solchen Fällen kann der Verlag nicht haftbar gemacht werden.

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

9. Werbeagenturen und Werbungsmittlern ist es untersagt, die vom Verlag gewährte Mittlervergütung ganz oder teilweise an ihre Auftraggeber weiterzugeben.

10. Der Verlag behandelt personenbezogene Daten vertraulich und entsprechend der gesetzlichen Datenschutzvorschriften.

11. Bei Änderungen der Anzeigenpreise treten die neuen Bedingungen auch bei laufenden Aufträgen sofort in Kraft, wenn nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen wurde.
12. Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen. Dem Auftraggeber obliegt es, den Verlag vom Anspruch Dritter freizustellen, der diesen aus der Ausführung des Auftrages, auch wenn er storniert sein sollte, gegen den Verlag erwächst. Ferner wird der Verlag von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden, es sei denn, die Anzeige verstößt in grober Weise erkennbar gegen wettbewerbsrechtliche Bestimmungen. Erscheinen stornierte Anzeigen, so stehen auch dem Auftraggeber daraus keinerlei Ansprüche gegen den Verlag zu.

13. Der Verlag ist berechtigt, die erteilten Anzeigenaufträge im Rahmen seiner technischen und betrieblichen Möglichkeiten ergänzend auch in Online-Diensten zu veröffentlichen. Der Verlag behält sich dabei vor, die für Print vorliegenden Druckunterlagen an die Erfordernisse des Internets anzupassen. Die Online-Darstellung kann vom Druckergebnis in der Printausgabe abweichen.