

MEDIADATEN

PRINT + ONLINE

SCHULBAU

2019

ANZEIGEN-PREISLISTE / ANZEIGEN-FORMATE / TERMIN- UND THEMENPLAN

ERHÖHTE
AUFLAGE!

SCHULBAU

Das Magazin von der Kita bis zum Campus

Digitalisierung in der Bildung
Brandschutz für Lernlandschaften
Gemeinschaftsräume im Ganzttag

3/18



Internationaler
SCHULBAU Salon und Messe
2018

12.-13. September
BERLIN

28.-29. November
FRANKFURT a. M.

MULTIFUNKTIONAL


CUBUS
MEDIEN VERLAG



kuhl marketingtools

Bilder: iStockphoto

... wenn sie langweilig ist.

Wir brauchen aber gut ausgebildete und interessierte Schüler, die ihre und unsere Zukunft aktiv gestalten wollen. Von der Kita bis zum Campus müssen unsere Bildungsbauten den Anforderungen von guter Architektur und guter Bildung entsprechen. Die Wertschätzung von Bildung ist in der zivilgesellschaftlichen und politischen Agenda mittlerweile auf vordere Plätze aufgerückt. Deutschland ist mit dem enormen Investitionsprogramm auf einem guten Weg.

Die SCHULBAU ist die europaweit einzige Messe, die für konkrete und verabschiedete Investitionsvolumina veranstaltet wird. Sie findet in Kooperation mit wichtigen Akteuren im Bereich Schulbau statt.

Architekten und Fachplaner, Schulleiter, Behörden- und Institutionsvertreter, Investoren und Bauunternehmungen sowie die Aussteller mit ihren aktuellen Produktinnovationen schätzen die Möglichkeit des nationalen und internationalen Austauschs.

SCHULBAU Salon kompakt:
Hamburg 28. Februar 2019

Neues
Format!

SCHULBAU Salon & Messe:
Dresden 27. - 28. März 2019

Berlin 11. - 12. September 2019

Frankfurt am Main
27. - 28. November 2019

SCHULBAU
Internationaler Salon und Messe für den Bildungsbau



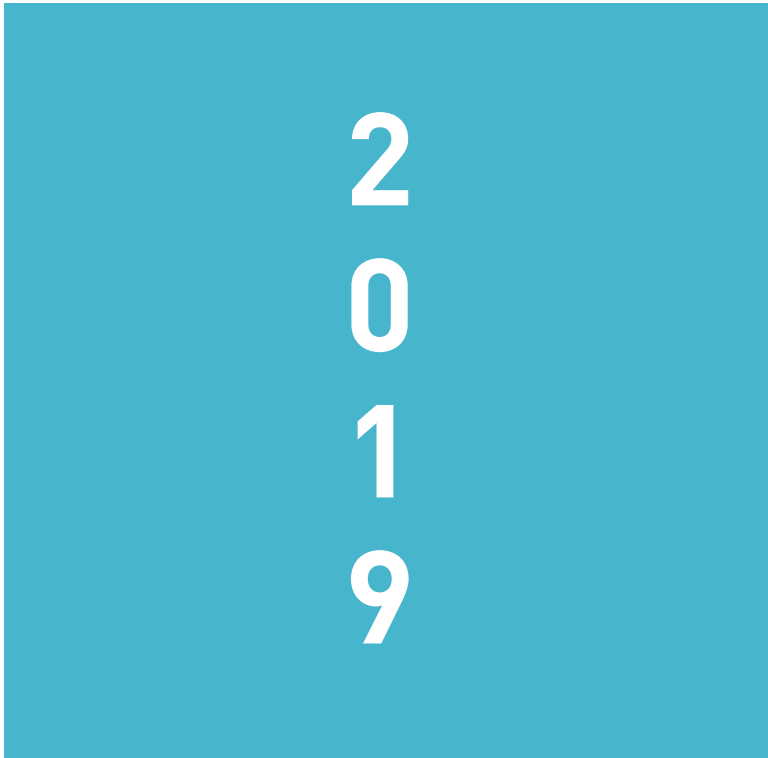
Mehr Infos auf www.schulbau-messe.de



Rendering: Behnisch Architekten



Foto: Bertner Seilabrick



- Erscheint 4-mal jährlich
- 2019 im 7. Jahrgang.
- Druckauflage: 12.500 Exemplare national + international

Titelmotiv: Jason Dziver

SCHULBAU 2019

Media-Informationen
Redaktion, Verlag
Umfangs-Analyse,
Inhalts-Analyse



- 1 Kurzcharakteristik:** SCHULBAU – Das Magazin von der Kita bis zum Campus – informiert über alle Themen im Bereich Bildungsbau.
- 2 Zielgruppe:** Architekten, Fachplaner inklusive Brandschutz-Fachplaner und Innenarchitekten, Fassadenbau-Unternehmer und Gewerke des Innenausbau, Projektentwickler und Bauunternehmungen, Bauämter und Schulbaubehörden, Schulleitungen und Facility-Manager, Bauteile-Hersteller und Bau-Dienstleister, Investoren, PPP-Investoren, Bezirksamtsleiter, Schulbudget-Entscheider
- 3 Mitgliedschaften:** Media-Datenbank der Deutschen Fachpresse
 Mitglied im aiv Architekten- und Ingenieurverein Hamburg

- 4 Organ:** unabhängig
- 5 Herausgeber:** Kirsten Jung, Martin Jung
- 6 Redaktion:** Sabine Natebus
 Redaktion und Öffentlichkeitsarbeit
 Telefon +49 (0)40-54 80 36 20
 Fax +49 (0)40-28 09 67 52
 E-Mail sabine.natebus@cubusmedien.de

 Toni Reichel
 Redaktion und Online Services
 Telefon +49 (0)40-54 80 36 21
 Fax +49 (0)40-28 09 67 52
 E-Mail toni.reichel@cubusmedien.de
- 7 Anzeigen:** Martina-Stefanie Weiss
 Medienberatung PRINT + ONLINE
 Telefon +49 (0)40 54 80 36 23
 Fax +49 (0)40 28 09 67 52
 E-Mail martina.weiss@cubusmedien.de

- 8 Jahrgang:** 7. Jahrgang 2019
- Erscheinungsweise:** 4-mal jährlich zzgl. Sonderausgaben
- 9 Verlagsanschrift:** Cubus Medien Verlag GmbH
 Knauerstraße 1, 20249 Hamburg
 Telefon +49 (0)40-54 80 36 22
 Fax +49 (0)40-28 09 67 52
 www.schulbau-messe.de
 anzeigen@schulbau-messe.de
- 10 Verlags- und Projektleitung SCHULBAU:** Kirsten Jung
 Telefon +49 (0)40-46 06 33 94
 Fax +49 (0)40-28 09 67 52
 E-Mail kirsten.jung@cubusmedien.de
- 11 Onlinewerbung:** Bannerwerbung siehe Seite 6
 Newsletter siehe Seite 7
- 12 Termin- und Themenplan:** siehe Seite 8
- 13 Bezugspreis:**
Jahresabonnement: Inland 60,- Euro (zzgl. MwSt.)
 Europäisches Ausland 75,- Euro (zzgl. MwSt.)
 Nichteuropäisches Ausland 75,- Euro (zzgl. MwSt.)
- Einzelverkaufspreis:** 22,50 Euro
- ISSN-Nummer:** 2196-3762

- 1 Zeitschriftenformat:** 210 mm breit x 297 mm hoch
- 2 Satzspiegel:** 186 x 273 mm
 Spaltenzahl: 2 Spalten, à 90 mm
 3 Spalten à 59 mm
- 3 Druckauflage:** ca. 12.500 Exemplare
- 4 Druck- und Bindeverfahren, Druckunterlagen:**
- Druck:** Offset
- Bindeverfahren:** Klebebindung oder Klammerheftung
- Druckunterlagen:** **Daten:**
 Die Übernahme erfolgt entsprechend den Richtlinien des Merkblattes „Elektronisch übermittelte Druckunterlagen“.
- 5 Termine/Erscheinungsweise:**
 Erscheinungsweise: 4 mal im Jahr
 Erscheinungstermin: siehe Termin- und Themenplan
 Anzeigenschluss: siehe Termin- und Themenplan
- 6 Verlagsanschrift:** Cubus Medien Verlag GmbH
 Knauerstraße 1, 20249 Hamburg
 www.schulbau-messe.de
 Telefon +49 (0)40-54 80 36 23
 Fax +49 (0)40-28 09 67 52
 E-Mail martina.weiss@schulbau-messe.de
- 7 Zahlungsbedingungen:**
 15% AE-Provision gültig für Deutschland; Preise zzgl. gesetzlicher MwSt;
 Zahlungsfälligkeit sofort bei Rechnungserhalt.
 USt-Ident-Nr. DE 227139641
 Steuer-Nr. 0713001623
- Bankverbindungen:** Hamburger Sparkasse,
 IBAN DE 09 2005 0550 1009 2206 56
 BIC HASP DE HH XXX

Format	Spalten	Breite x Höhe mm	s/w Euro	4-farbig Euro
1/1	2-spaltig	186,00 x 273,00	3.480,-	4.890,-
1/2	2-spaltig	186,00 x 137,00	1.760,-	3.530,-
	1-spaltig	90,00 x 273,00		
1/3	2-spaltig	186,00 x 58,00	1.320,-	3.095,-
	1-spaltig	59,00 x 273,00		
1/4	2-spaltig	186,00 x 69,00	852,-	2.330,-
	1-spaltig	90,00 x 137,00		
	0,5-spaltig	43,00 x 273,00		

- 9 Vorzugsplatzierungen:**
2. Umschlagseite 4-farbig **4.990,- Euro**
 3. Umschlagseite 4-farbig **4.990,- Euro**
 4. Umschlagseite 4-farbig **5.200,- Euro**
 5. Premiumseite **4.990,- Euro**
- 10 Farbzuschläge:** auf Anfrage
Sonderfarben (HKS, Pantone): auf Anfrage
- 11 Formatzuschläge:**
Maße für das Seitenlayout:
 1/1 Seite 210 x 297 mm + 3 mm Beschnittzugabe
 1/2 Seite quer 210 x 149 mm + 3 mm Beschnittzugabe
 1/2 Seite hoch 100 x 297 mm + 3 mm Beschnittzugabe

Anzeigen über Bund: kein Zuschlag

Maße für das Seitenlayout:
 2/1 Seite je Seite 210 x 297 mm + 3 mm Beschnittzugabe außen

Daten für Anzeigen im Anschnitt sind **zuzüglich 3 mm Beschnittzugabe außen anzulegen.**

Alle Zuschläge werden rabattiert.

- 12 Stellen- und Gelegenheitsanzeigen:**
- Stellenangebote pro mm (1-spaltig, 30 mm breit) **2,40 Euro**
 Stellengesuche pro mm (1-spaltig, 30 mm breit) **1,70 Euro**
 Gelegenheitsanzeigen pro mm (1-spaltig, 30 mm breit) **2,60 Euro**
 Chiffregebühren Inland **8,10 Euro**
 Ausland **14,20 Euro**

- 13 Rabatte:**
 Abnahme innerhalb von 13 Monaten = 1 Insertionsjahr
 (Beginnt mit Erscheinen der ersten Anzeige)

Malstaffel

- 2 x 5 %
 4 x 10 %

Besondere Konditionen für Aussteller nach Absprache!

Bei Printtiteln vereinbarte Konditionen werden nicht auf Online-Werbeträger übernommen.

- 14 Sonderwerbformen:**
 Entwicklung, Fertigstellung und Verbreitung von Corporate Publishing Objekten, gesponserten Sonderausgaben, Kalendern, Broschüren, etc. Bitte rufen Sie uns an unter +49 (0)40-54 80 36 23

- 15 Einhefter:*** zweiseitig vierseitig
 Papiergewicht bis 150 g/qm **4.500,- Euro 6.500,- Euro**

Rabatt siehe Mengentabelle – 1 Blatt = 1 Anzeigenseite
Format: 297 mm hoch zzgl. 3 mm Kopfbeschnitt und 5 mm Fußbeschnitt,
 210 mm breit zzgl. 3 mm Bund Fräsrand und max. 5 mm außen,
 vier- und mehrseitig gefalzt
Anzahl: auf Anfrage

* Technische Angaben siehe Merkblatt Seite 7

- 16 Beilagen:***
 lose eingelegt, max. Größe 205 x 292 mm
 bis 25 g pro Tsd. **385,- Euro**
 bis 30 g pro Tsd. **410,- Euro**
 Mehr als 25 g pro Tsd. auf Anfrage
 Zahl der Beilagen: auf Anfrage
 Teilbelegungspauschale auf Anfrage
 Postgebühren: bis 25 g per % 15,70 Euro

* Technische Angaben siehe Merkblatt Seite 7

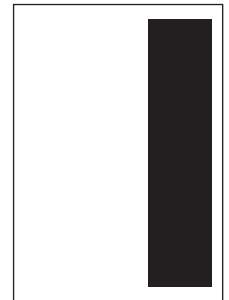
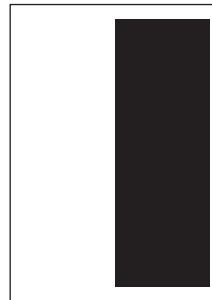
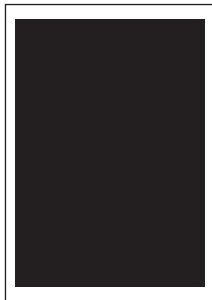
- 17 Aufgeklebte Postkarten, Warenmuster u. Ä.:**
 Aufgeklebte Postkarten pro Tausend **210,- Euro**
 Warenmuster u. Ä. Preis auf Anfrage
 Zahl der Postkarten/Warenproben/Gegenstände auf Anfrage
Postgebühren: per % 5,10 Euro. Keine Rabattierung

* Technische Angaben siehe Merkblatt Seite 7

- 18 Versandanschrift für Einhefter, Beilagen und Postkarten:**
 Bösmann Medien und Druck GmbH & Co. KG
 Ohmstraße 7
 D-32758 Detmold
 Telefon +49 (0)5231-911-2911
 Fax +49 (0)5231-911-200
 E-Mail ktitgemeyer@boesmann.de



Satzspiegel-Format



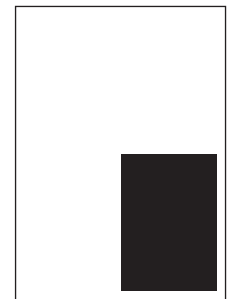
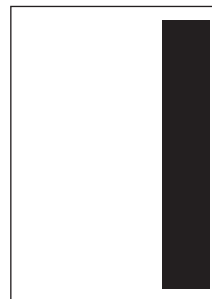
Format
Breite x Höhe in mm

1/1 Seite
186,00 x 273,00

1/2 hoch
90,00 x 273,00

1/2 quer
186,00 x 137,00

1/3 hoch
59,00 x 273,00



Format
Breite x Höhe in mm

1/3 quer
186,00 x 58,00

1/4 hoch
43,00 x 273,00

1/4 quer
186,00 x 69,00

1/4 2-spaltig
90,00 x 137,00

Anschnitt-Format (Angaben ohne Beschnitt) + 3 mm Beschnittzugabe



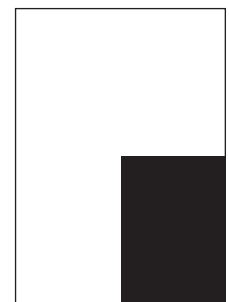
Format
Breite x Höhe in mm

1/1 Seite
210,00 x 297,00

1/2 hoch
100 x 297,00

1/2 quer
210,00 x 149,00

1/3 hoch
69,00 x 297,00



Format
Breite x Höhe in mm

1/3 quer
210,00 x 99,00

1/4 hoch
53 x 297,00

1/4 quer
210,00 x 74,00

1/4 2-spaltig
100,00 x 149,00

- 1 Web-Adresse (URL):** www.schulbau-messe.de
- 2 Kurzcharakteristik:** SCHULBAU – Das Magazin von der Kita bis zum Campus – informiert über alle Bereiche des Bildungsbaus. Kubatur, Gebäudehülle, Innenausbau (Decke/Boden/Wand) und Freiflächenplanung bilden die thematische Tragstruktur der Berichterstattung. Diese Themen werden im Hinblick auf die notwendigen Schnittstellen zwischen Architektur und Lehr- beziehungsweise Lernanforderungen behandelt. Zu diesen Themenfeldern gehören unter anderem die Schwerpunkte: *Planung und Konstruktion im Innen- und Außenbereich, Brand- und Schallschutz, Akustik und Trennwände, Lichtplanung, Lüftung und Klimatisierung sowie Modulbau, Sanitärausstattungen, Schulmöbel, Fenster/Türen und Sicherheitstechnik.*
- SCHULBAU bietet allen Branchenteilnehmern des Bildungsbaus eine lebendige, kommunikationsorientierte Informationsplattform.
- 3 Zielgruppe:** Architekten, Fachplaner inklusive Brandschutz-Fachplaner und Innenarchitekten, Fassadenbau-Unternehmer und Gewerke des Innenausbaus, Projektentwickler und Bauunternehmungen, Bauämter und Schulbaubehörden, Schulleiter und Facility-Manager, Bauteile-Hersteller und Bau-Dienstleister, Investoren, PPP-Investoren, Bezirksamtsleiter, Schulbudget-Entscheider
- 4 ONLINE-Werbeformen:** **Bannerwerbung** siehe Seite 6, verschiedene Formate sind nach Absprache möglich
Newsletter siehe Seite 7; erscheint in der Regel 14-tägig bzw. VOR den SCHULBAU Messen wöchentlich
Social Media auf Anfrage, diverse Möglichkeiten
- 5 ONLINE-Beratung:** Martina-Stefanie Weiss
Medienberatung PRINT + ONLINE (Anzeigenverkauf)
Telefon +49 (0)40 54 80 36 23
Fax +49 (0)40 28 09 67 52
E-Mail martina.weiss@cubusmedien.de
- 6 ONLINE-Services:** Toni Reichel
Telefon +49 (0)40-54 80 36 21
Fax +49 (0)40-28 09 67 52
E-Mail toni.reichel@cubusmedien.de
- 7 Zugriffe, monatlicher Durchschnitt (Stand Juni 2018):**
- | | |
|-----------------|--------------|
| Nutzer | 7.054 (mtl.) |
| Deutschland | 92,65 % |
| England und USA | 1,29 % |
| Dänemark | 1,00 % |
| Österreich | 2,60 % |
| Schweiz | 1,39 % |
| Niederlande | 0,70 % |
| Frankreich | 0,37 % |
- 8 Datenanlieferung:** 7 Tage vor Schaltbeginn per E-Mail an toni.reichel@schulbau-messe.de
Datei-Format als JPG oder GIF, minimale Dateigröße 200 KB, 72 dpi; animierte GIF's und Flash's nach Absprache – Videoformate nach unseren Angaben
- 9 Laufzeit:** 4 Wochen nach Absprache

BANNERWERBUNG/Beispiele



**Skyscraper
„Halfpage“**
300 x 600 (B x H)
72 dpi,
max. 200 KB
650,- Euro



**Banner
„On top“**
850 x 200 (B x H)
72 dpi,
max. 200 KB
998,- Euro



**Banner
„Panorama“**
1.200 x 150
(B x H)
72 dpi,
max. 200 KB
1.200,- Euro

NEWSLETTER/Beispiele



Newsletter
Redaktionelle Einbin-
dung mit Foto
sowie Verlinkung auf
der Startseite

498,- Euro



**News-Eintrag auf der
Startseite 7 Tage ab
Erscheinung**
inkl. Foto und
Verlinkung zum
redaktionellen Teil auf
www.schulbau-messe.de

498,- Euro

10 Webformen und Preise: jeweils zzgl. der gesetzl. Mehrwertsteuer

11 SCHULBAU Newsletter:

Der regelmäßige E-Mail Newsletter mit Wissenswertem aus der Branche, aktuellen Terminen und Veranstaltungshinweisen erreicht jeweils ca. 15.000 Abonnenten und Leser!

Stand: September 2018

Redaktionelle Einbindung mit Foto im 14-tägigen Newsletter, sowie Verlinkung zum Artikel auf der Startseite www.schulbau-messe.de

498,- Euro

SCHULBAU News-Eintrag:

Eintrag auf der Startseite (7 Tage ab Erscheinen) inklusive Foto und Verlinkung zum redaktionellen Teil auf www.schulbau-messe.de

498,- Euro





Kombinationsangebot News-Eintrag

auf der Startseite + Newsletter + „Content Ad“:

990,- Euro

12 Zahlungsbedingungen: 15% Prozent Agenturprovision;
Preise zzgl. gesetzlicher Mwst. ;
Zahlungsfälligkeit sofort nach Rechnungserhalt.

13 Bankverbindung: Hamburger Sparkasse
IBAN DE 09 2005 0550 1009 2206 56
BIC HASP DE HHXXX

Ausgabe	Erscheinungstermin	Anzeigenschluss	Themenschwerpunkte
1/2019	11. Februar 2019	23. Januar 2019	SONDERTEIL Digitalisierung in der Bildung
			Innenraum <ul style="list-style-type: none"> • Besondere Anforderungen an die Akustik • Sanierung von Schulen – barrierefrei planen
			Außenraum <ul style="list-style-type: none"> • Einsatz von Glasfaserbeton • Sonnen- und Blendschutz • Bewegung beim Sport – Neue Angebote und Ausstattungen
			Produkte <ul style="list-style-type: none"> • Medientechnik / IT • Akustisch wirksame Bekleidungen • Wärmedämmung • Modulbauten • Sporthallen und -plätze
			Service <ul style="list-style-type: none"> • Internationaler SCHULBAU Salon und Messe für den Bildungsbau • Vorschau SCHULBAU Salon kompakt Hamburg (28.02.2019) / Nachlese Frankfurt am Main 2018
2/2019	11. März 2019	13. Februar 2019	Innenraum <ul style="list-style-type: none"> • Gutes Raumklima in der Schule - Licht, Lüftung, Heizung • Sanitärbereiche in Schulen - Raumgestaltung, Ausstattung, Hygiene • Brandschutz für Bildungsorte
			Außenraum <ul style="list-style-type: none"> • Oberflächenveredlung / Sanierung von Schulfassaden • Spiel- und Freiraumgestaltung • Pausenhöfe, grünes Klassenzimmer etc.
			Produkte <ul style="list-style-type: none"> • Beleuchtungssysteme • Oberlichter • Lüftungs- und Heizungssysteme • Sanitärtechnik und -einrichtungen • Spielgeräte und Möblierung
			
3/2019	26. August 2019	01. Juli 2019	Innenraum <ul style="list-style-type: none"> • Deckensysteme (Metall, Akustik, Brandschutz) • Digitalisierung in den Schulen • Bodenbeläge – lärmreduzierend, ökologisch
			Außenraum <ul style="list-style-type: none"> • Sicherheitstechnik in der Schule • Modulare Bauten • Absturzsicherungen und Geländerfüllungen
			Produkte <ul style="list-style-type: none"> • Medientechnik / IT – Schwerpunkt Leitsysteme • Bauen im Bestand – erweitern, an- und umbauen • Beschattungssysteme und Verdunklungsstoffe • Brandschutz • Dachflächen als Außenraum
			
4/2019	09. November 2019	16. Oktober 2019	Innenraum <ul style="list-style-type: none"> • Lärm reduzieren in Gemeinschaftsräumen • Energieeffiziente Gebäude • Schulmöbel für flexible Lernwelten
			Außenraum <ul style="list-style-type: none"> • Ein- und Ausblicke durch Glas • Keramik und Metalle für die Fassadengestaltung • Gebäudeautomation
			Produkte <ul style="list-style-type: none"> • Systembauweisen • Intelligente Bauteile • Schallschutz-Systeme und Trennwände • Fenster und Türen • Sicherheits- und Schließtechnik
			

Messetermine 2019

Datum	Messe	Ort
28. Februar 2019	SCHULBAU kompakt www.schulbau-messe.de	Hamburg
21. März - 23. März 2019	Deutscher Schulleiterkongress 2019 www.deutscher-schulleiterkongress.de	Düsseldorf
27. März - 28. März 2019	SCHULBAU Salon & Messe www.schulbau-messe.de	Dresden
11. September - 12. September 2019	SCHULBAU Salon & Messe www.schulbau-messe.de	Berlin
27. November - 28. November 2019	SCHULBAU Salon & Messe www.schulbau-messe.de	Frankfurt am Main

13 Einhefter:

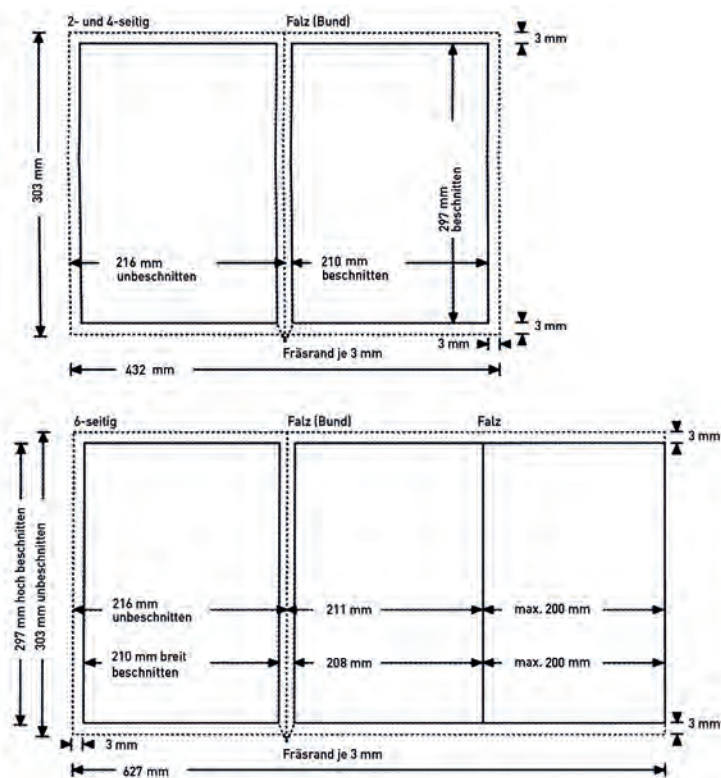
Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist die Vorlage eines verbindlichen Musters, notfalls eines Blindmusters, mit Größen- und Gewichtsangabe erforderlich. Einhefter dürfen nur für das Verkaufsprogramm eines Werbungtreibenden werben. Sie müssen den Postbestimmungen entsprechend so gestaltet sein, dass sie nicht mit dem Redaktionsteil verwechselt werden können. Die Platzierung von Einheftern ist abhängig von den technischen Möglichkeiten.

Formate: 186 x 273 mm
 1 Blatt (= 2 Seiten) unbeschnitten 216 mm breit x 303 mm hoch
 2 Blatt (= 4 Seiten) unbeschnitten 432 mm breit x 303 mm hoch

Benötigte Auflage: auf Anfrage

Anlieferungstermin: nach Absprache

Beschnittschema für Klebebindung:



Technische Angaben:

Einhefter sind unbeschnitten anzuliefern, mehrblättrige Einhefter müssen falzt angeiefert werden. Die Vorderseite des Einhefters ist zu kennzeichnen. Einhefter müssen in der Art und Ausführung so beschaffen sein, dass eine zusätzliche Aufbereitung und Bearbeitung entfällt. Erschwernisse und zusätzliche Falz- und Klebearbeiten werden gesondert berechnet.

14 Beilagen:

Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist die Vorlage eines verbindlichen Musters, notfalls eines Blindmusters, mit Größen- und Gewichtsangabe erforderlich. Beilagen dürfen nur für das Verkaufsprogramm eines Werbungtreibenden werben.

Sie müssen den Postbestimmungen entsprechend so gestaltet sein, dass sie nicht mit dem Redaktionsteil verwechselt werden können.

Format: Maximal 205 mm breit, 292 mm hoch

Benötigte Auflage: auf Anfrage

Anlieferungstermin: nach Absprache

Beilagenhinweis: Ein Beilagenhinweis wird kostenlos im Anzeigenteil aufgenommen.

Technische Angaben: Beilagen müssen in der Art und Ausführung so beschaffen sein, dass eine zusätzliche Aufbereitung und Bearbeitung entfällt. Erschwernisse und zusätzliche Falz- und Klebearbeiten werden gesondert berechnet. Beilagen, 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.

15 Aufgeklebte Postkarten, Warenmuster u.Ä.:

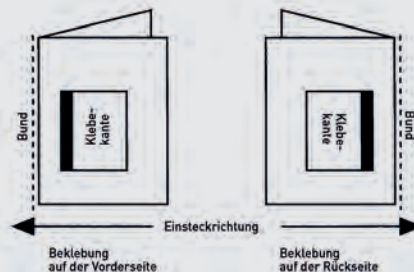
Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist die Vorlage des Anzeigenmotivs mit aufgeklebter Postkarte (Standmuster), notfalls eines Blindmusters, erforderlich.

Warenmuster können nur nach vorher vom Verlag einzuholender Zustimmung der Post (gegen Vorlage eines verbindlichen Musters) angenommen werden.

Formate: Für aufgeklebte Postkarten gelten die Postvorschriften. Aufgeklebte Warenmuster auf Anfrage.

Benötigte Auflage: auf Anfrage

Anlieferungstermin: nach Absprache



Technische Angaben:

Bei aufgeklebten Postkarten oder Warenmustern müssen die Klebekanten in Bundrichtung liegen; mind. 1 mm vom Bund heraus und max. 48 mm vom geschlossenen Bund in die Seite hinein (siehe Skizze).

16 Versandanschrift für Einhefter, Beilagen und Postkarten:

Bösmann Medien und Druck GmbH & Co. KG
 Ansprechpartner Herr Titgemeyer
 Ohmstraße 7
 D-32758 Detmold
 Telefon +49 (0)5231-911-2911
 Fax +49 (0)5231-911-200
 E-Mail ktitgemeyer@boesmann.de



SCHULBAU Print-Anzeigen:

Lena König
Janna Nikoleit
E-Mail grafikschulbau@gmail.com

Um digitale Anzeigen/Druckunterlagen annehmen und reibungslos weiter bearbeiten zu können, bitten wir Sie, bestimmte Bedingungen zu beachten. Diese sind im Einzelnen:

1. Systeme/Programme:

MAC/PC Druckfähiges PDF X3 mit eingebetteten Schriften. Senden Sie uns bitte eine Originaldatei mit allen verwendeten Importen und zusätzlich davon eine EPS-Datei. Andere Programme nur nach Rücksprache.

2. Datentransfer:

CD-ROM/DVD, per E-Mail, Dropbox oder FTP Server.
Zusammen mit dem Datenträger oder der ISDN-Sendung werden alle Informationen über **Zeitschrift/Titel/Ausgabe**, Absender/Firma, Betriebssystem, verwendete Programmversionen, Datei-Namen und Anzahl und Name der Druckfarben benötigt. Wir gehen davon aus, dass es sich bei den an uns gesendeten Dateien um Kopien handelt, und übernehmen für den Bestand der uns übergebenen Dateien keine Haftung. Auch für digital gelieferte Anzeigen gilt der Anzeigenschluss als verbindlicher Liefertermin für Druckunterlagen!

3. Schriften:

Verwenden Sie nach Möglichkeit nur Postscript-Schriften. Geben Sie alle verwendeten Schriften an und speichern Sie die Screenfonts und die Printerfonts auf Ihrem Datenträger. Die Schriften werden nur zur Bearbeitung Ihres Auftrages genutzt und danach sofort gelöscht (Ausnahme PDF).

4. Grafiken/Bilder:

Wenn Sie Grafiken, Logos oder Abbildungen in Ihrer Anzeige platziert haben, ist es unbedingt nötig, diese Importe (eps oder tiff) mit hereinzugeben. Die Bilddateien sollten keinerlei Komprimierungen enthalten und müssen in CMYK angelegt sein. Rasterabbildungen sollten eine Auflösung zwischen 250 und 300 dpi haben, Strichabbildungen 600 bis max. 1300 dpi (Ausnahme PDF).

5. Farbanzeigen/Belege/Proofs:

Bitte liefern Sie unbedingt zu jeder Anzeige ein farbverbindliches Proof, möglichst mit FOGRA-Keil (mind. Farbausdruck). Ohne druckverbindliches Proof (FOGRA Keil) übernehmen wir keine Gewährleistung für das Druckergebnis. Für 2c- und 3c-Anzeigen mit Sonderfarben (Pantone/HKS u. Ä.) benötigen wir farbseparierte Andrucke mit den genauen Farbbezeichnungen.

6. Datenanlieferung:

Zu jedem Ihrer Datenträger benötigen wir die ausgefüllte „Checkliste für digitale Anzeigen“ mit Angabe der jeweiligen Datei- und Belegbezeichnung. Bei Anzeigen, die via ISDN geliefert werden, faxen Sie bitte die ausgefüllte „Checkliste für digitale Anzeigen“ mit einem Laserausdruck an den unter „Kontakt“ benannten Dienstleister grafikschulbau@gmail.com. Bei Farbanzeigen senden Sie Andrucke oder Proofs per Post ebenfalls direkt an unseren Dienstleister.

7. Gewährleistung:

Wir können nur belichten, was auf den Datenträgern vorhanden ist. Für Abweichungen in Texten, Abbildungen und insbesondere Farben können wir keinerlei Haftung übernehmen. Der Druck von Farbanzeigen ohne druckverbindliches Proof (FOGRA Keil) erfolgt ohne Gewährleistung.

8. Preise:

Nachbearbeitung fehlerhafter Dateien/DTP-Arbeiten.

Werden bei der Prüfung Ihrer Daten Fehler oder fehlende Dateien festgestellt, werden Sie darüber informiert. Sie haben die Möglichkeit, den Fehler selbst zu beheben und neue bzw. ergänzende Daten zu senden. Die erforderliche zweite Datenprüfung wird berechnet.

Zweite Datenprüfung je Anzeige: 14,00 Euro

Soll eine Nachbearbeitung fehlerhafter Dateien oder weitergehende DTP-Arbeiten durch uns erfolgen, werden diese Arbeiten nach anfallendem Zeitaufwand berechnet.

Pro begonnene 10 Minuten: 13,00 Euro

Proof

bis Format DIN A4: 25,00 Euro

bis Format DIN A3: 45,00 Euro

Andrucke auf Anfrage

Sonstige Leistungen

Fehlbelichtungen und Mehraufwand aufgrund von unvollständigen oder fehlerhaften Dateien, falschen Einstellungen oder unvollständigen Angaben werden berechnet.

Das gilt gleichermaßen für zusätzliche Satz- und Lithoarbeiten sowie für die Erstellung fehlender Proofs.

Alle anderen Arbeiten im Bereich der Druckvorstufe bitte bei der Anzeigenabteilung erfragen.

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 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 Modells 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 vor 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 Zifferndienstes 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. Abbestellungen von Anzeigen-, Beiheter- und Beilagenaufträgen müssen bis zum Anzeigenschluss erfolgen. Der Verlag kann die entstandenen Produktionskosten dem Auftraggeber in Rechnung stellen.
2. Der Verlag leistet keine Gewähr bei Verlust einzelner Beilagen auf dem Postweg.
3. Können Mängel an den Druckunterlagen nicht sofort erkannt werden, sondern stellen 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 Werbemittlern 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.

SCHULBAU

Internationaler Salon und Messe für den Bildungsbau



Ihre Ansprechpartner im Verlag:



Martin Jung

Herausgeber und Chefredaktion

Telefon +49 (0)40-28 09 67 50

Fax +49 (0)40-28 09 67 52

E-Mail martin.jung@cubusmedien.de



Sabine Natebus

Redaktion

Telefon +49 (0)40-54 80 36 20

Fax +49 (0)40-28 09 67 52

E-Mail sabine.natebus@cubusmedien.de



Toni Reichel

Redaktion und Online Services

Telefon +49 (0)40-54 80 36 21

Fax +49 (0)40-28 09 67 52

E-Mail toni.reichel@cubusmedien.de



Kirsten Jung

Herausgeberin und Verlagsleitung

Telefon +49 (0)40-46 06 33 94

Fax +49 (0)40-28 09 67 52

E-Mail kirsten.jung@cubusmedien.de



Martina-Stefanie Weiss

Medienberatung und Anzeigenverkauf

Telefon +49 (0)40-54 80 36 23

Fax +49 (0)40-28 09 67 52

E-Mail martina.weiss@cubusmedien.de



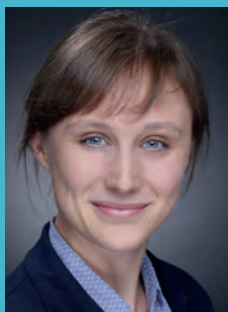
Ronny Tränkner

Exhibition Sales Manager

Telefon +49 (0)40-98 26 14 43

Fax +49 (0)40-28 09 67 52

E-Mail ronny.traenkner@cubusmedien.de



Verena Pescht

Verlagsassistentin und

Abonnement-Verwaltung

Telefon +49 (0)40-54 80 36 22

Fax +49 (0)40-28 09 67 52

E-Mail verena.pescht@cubusmedien.de



Cubus Medien Verlag GmbH

Knauerstraße 1

20249 Hamburg

Telefon +49 (0)40-54 80 36 22

cubus@cubusmedien.de

www.schulbau-messe.de