HUSS-MEDIEN GmbH • 10400 Berlin

huss

Build-Ing.

Digitales Planen, Bauen und Betreiben

www.build-ing.de

MEDIA-INFORMATIONEN 2020

Deutschlands erstes Periodikum für **B**uilding **I**nformation **M**odeling

Digitalisierung vorantreiben!

Planen, Bauen und Betreiben – alles digital!

Die Digitalisierung beim Bauen und Betreiben von Immobilien wird die etablierten Prozesse durcheinanderwirbeln. Die Erfahrung aus anderen Branchen hat gezeigt, danach ist nichts mehr wie vorher. Bestehende Kunden- und Lieferantenbeziehungen kommen auf den Prüfstand und neue Anbieter betreten den Markt. Die Rahmenbedingungen verändern sich rasant, das Aus für die HOAI ist ein Beispiel dafür.

„**Build-Ing.**“ ist ein Medium, dass die Prozesse des Digitalen Wandels kompetent erläutert und Building Information Modeling (BIM) als gewerke- und branchenübergreifende Methode in den Fokus rückt, die zukünftig alle Lebensphasen einer Immobilie determinieren wird.

Diese Veränderung wollen wir journalistisch begleiten, Treiber und Getriebene zu Wort kommen lassen, das Miteinander verständlich und möglich machen und so Hilfestellung für alle Beteiligten zu leisten. Mit der Digitalisierung der Planungsprozesse steigt der Aufwand zu Beginn und fällt später ab. Es gibt Stimmen, die vor einer Verdichtung der Entscheidungen in den Leistungsphasen 3 bis 5 warnen.

So wird befürchtet, dass eine frühe Auswahl von Bauprodukten eine Vorentscheidung bedeutet. Damit liegt die Entscheidungsphase bei der Planung nach der BIM-Methode – gerade für TGA-Bauteile – noch weiter vorn.

„**Build-Ing.**“ ist ganz früh mit dabei und beleuchtet die Planungsprozesse, wie Entscheidungen getroffen werden und welche Rolle die herstellende Industrie einnimmt. Wir treiben das digitale Miteinander von Projektentwicklern, Architekten, Planern und Betreibern voran!

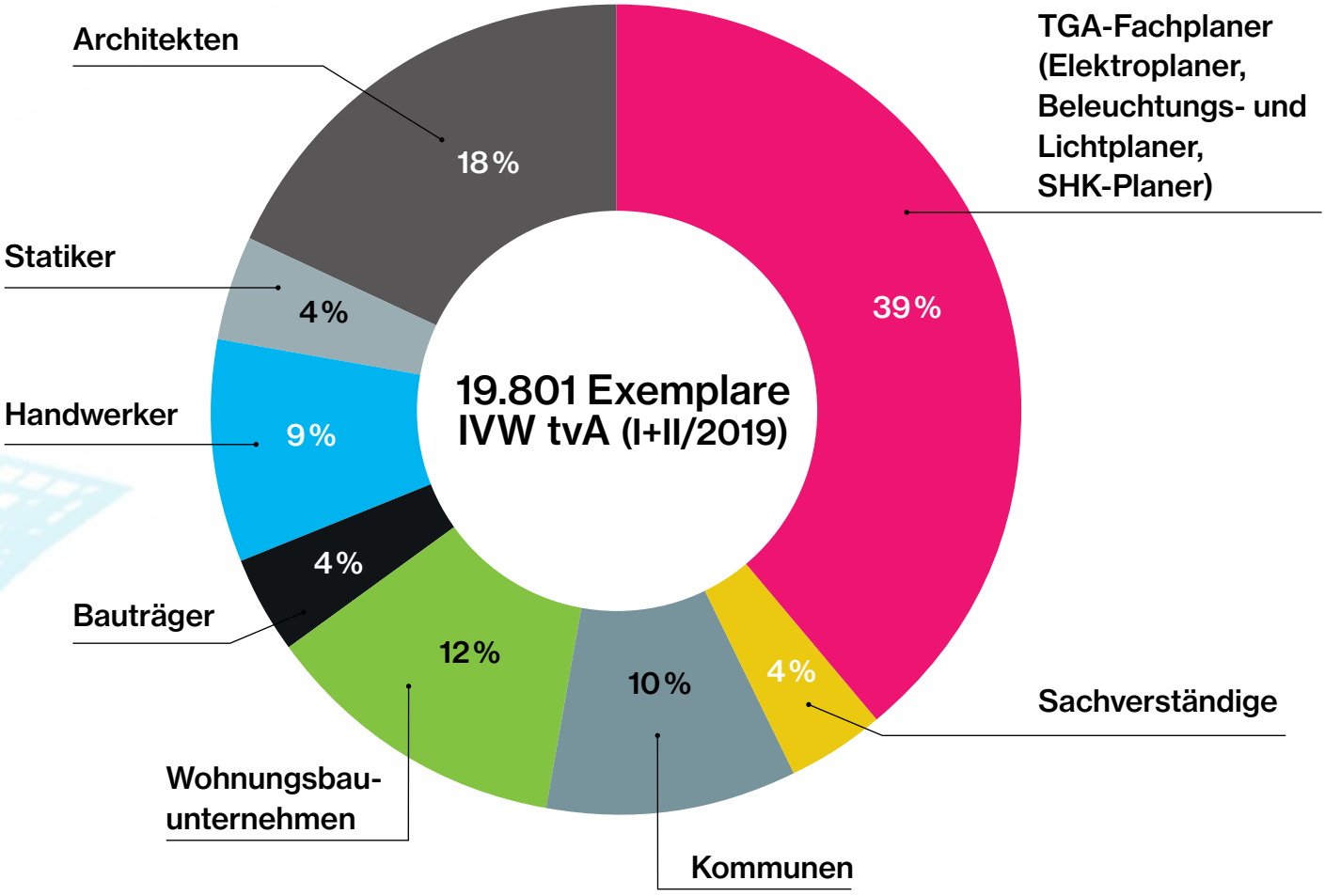
Wir laden Sie ein, dabei zu sein und sich Ihre Position auch in einer sich wandelnden Branche zu sichern. Mit „**Build-Ing.**“, dem einzigen Periodikum zur BIM-Methodik, gehen wir zusammen einen Schritt in Richtung Zukunft beim Planen, Bauen und Betreiben.

Verlagsleiter

Digital Planen, Bauen und Verwalten

Gebäude 4.0 – Spannende Themen

Jetzt wird das Gebäude digital:
Von der Planung bis zum Betrieb – das Gebäude als Prozess.



Zusammen mit den etablierten Schwester-Portalen
bzw. Zeitschriften Moderne Gebäudetechnik, ep ELEKTROPRAKTIKER und IVV – immobilien vermieten & verwalten ist Build-Ing. der Kommunikationskanal für Planung und Betrieb von Gebäudetechnologien.

Build-Ing.
Digitales Planen, Bauen und Betreiben

Termin- und Themenplan 2020

sehen: In dieser Rubrik wirft die Build-Ing. Redaktion einen Blick auf spannende Projekte aus der ganzen Welt, die mit der BIM-Methode erstellt wurden.

reden: Anwender berichten von Ihren Erfahrungen, Erfolgen und auch Schwierigkeiten bei der Arbeit mit BIM.

Die Build-Ing. Redaktion stellt Arbeitsmittel und Methoden für das Building Information Modeling vor.

planen: Architekten und Planer erläutern anhand von Referenzprojekten ausführlich, wie ein BIM-Projekt geplant wird. Die Planungsschritte werden Step by Step erklärt und ausführlich bebildert, um sie nachvollziehbar zu machen.

machen: Die Macher - das Who ist Who in der BIM-Welt. BIM-Experten geben eine Einführung in die BIM-Methodik. BIM-Anwender berichten über ihre Erfahrungen im Arbeitsalltag.

Ausgabe	Termine	Werbeumfelder | Produktbereiche	Messen | Ausstellungen
1 Januar	Erscheinungstermin: **07.01.2020** Anzeigenschluss: 09.12.2019 Druckunterlagen: 12.12.2019	**Hauptausgabe digitalBAU, Köln** Produktberichte und Innovationen • AVA Software • 3D Laserscanning • BIM-ready Produkte • Baudatenbanken • BIM in der SHK • CAD-Modelle • Mengen- und Kostenermittlung • Kühl- und Heizlastenberechnung	**Swissbau , Basel** 14.01. – 18.01. **digitalBAU Köln** 11.02. – 13.02. **bautec, Berlin** 18.02. – 21.02.
2 März	Erscheinungstermin: **02.03.2020** Anzeigenschluss: 11.02.2020 Druckunterlagen: 14.02.2020	**Messevorberichte zur light+building, SHK Essen, IFH/Intherm** neue Produkte, Software und Lösungen vorgestellt • CAFM-Software • digitales Bieterverfahren im RealEstate • BIM-Produktdaten für Heizungstechnik • 3D-Druck • Dämmung und Schallschutz mit BIM planen • BIM für TGA-Fachplaner • AVA Software • BIM in der Elektroplanung • digitales Planen mit 3D-Kontruktionen	**light+building 2020, Frankfurt/M.** 08.03. - 13.03. **Internet World, München** 10.03. - 11.03. **SHK Essen** 10.03. - 13.03. **IFH/Intherm, Nürnberg** 21.04. - 24.04.

Ausgabe	Termine	Werbeumfelder | Produktbereiche	Messen | Ausstellungen
3 Mai	Erscheinungstermin: **05.05.2020** Anzeigenschluss: 14.04.2020 Druckunterlagen: 17.04.2020	**Messevorbericht zur FeuerTrutz** • BIM und Brandschutz: Produkte und Software • Drohnen im Einsatz für BIM: Technik vorgestellt • Open BIM in der Praxis • 3D, 4D, 5D • Cloud-Lösungen • BIM-Produktdaten für Klima- und Lüftungstechnik • SmartHome und BIM? • Dämmung und Schallschutz mit BIM planen • CAD-Modelle: Anwendungsbeispiele • CAE für Gebäudeautomation	**Building Life 2020, Berlin** 13.05. **Servparc, Frankfurt/M.** 17.06. – 20.06. **FeuerTrutz, Nürnberg** 24.06. – 25.06.
4 Juli	Erscheinungstermin: **15.07.2020** Anzeigenschluss: 25.06.2020 Druckunterlagen: 30.06.2020	• Echtzeit 3D-Systeme • Planung von Brücken mit BIM • BIM im Wohnungsbau • VR-Systeme vorgestellt • BIM im Holzbau: Anbieter und Referenzen • digitale Wohnungswirtschaft • BIM im Tiefbau • BIM beim der Beton- und Stahlbetonbau • BIM-CAD-Systeme für Tragwerksplanung • AVA Software	
5 September	Erscheinungstermin: **02.09.2020** Anzeigenschluss: 13.08.2020 Druckunterlagen: 18.08.2020	• BIM im Schalungs- und Gerüstbau • BIM bei der Rohrleitungsplanung: Software und Produkte • Dachbegrünung mit BIM - geht das? • Baudatenbanken - eine Übersicht • BIM-Produktdaten für Sanitärtechnik • 3D Laserscanning • Weiterbildungsanbieter: Übersicht	**EXPO REAL 2020, München** 05.10. – 07.10.
6 November	Erscheinungstermin: **12.11.2020** Anzeigenschluss: 23.10.2020 Druckunterlagen: 28.10.2020	**Hauptausgabe zur BIM World, München** aktueller Vorbericht zur Messe • AVA Software • Planung von Brücken mit BIM • BIM-PlugIns vorgestellt: was bietet die Industrie? • Open BIM: Vor- und Nachteile • BIM im Trockenbau • BIM-Produktdaten für Bauteile und -stoffe	**GET Nord, Hamburg** 19.11. – 21.11. **BIM World München** November **VdS BrandSchutzTage, Köln** 02.12. – 03.12. **BAU München** 11.01. – 16.01.2021

Detaillierte Themenpläne 4 Wochen vor dem Anzeigenschluss des jeweiligen Heftes. Änderungen vorbehalten.

Themenfeld	Ihre Ansprechpartner	Telefon	Email
Software	Katrin Schmiedel	030/42151-261	katrin.schmiedel@hussmedien.de
Gebäudetechnik	Anne C. Mutschall	030/42151-247	anne.mutschall@hussmedien.de
	Marco Fiolka	030/42151-344	marco.fiolka@hussmedien.de
Elektrotechnik	Bogdan Belimenko	030/42151-413	bogdan.belimenko@hussmedien.de
	Stephan Köhn	030/42151-420	stephan.koehn@hussmedien.de
Immobilien/Baustoffe	Torsten Hanke	030/42151-206	torsten.hanke@hussmedien.de

Media-Informationen

Zielgruppe:	TGA-Planer, Bauingenieure, Architekten, Statiker, Entscheidungsträger in der Immobilienwirtschaft und aus dem FM-Bereich, Bauträger und GU´s
Auflagenkontrolle:	
Auflagenanayse	IVW tvA II/19
Druckauflage:	20.000
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):	19.817
Verkaufte Auflage:	2.948
abonnierte Expl.:	309

Anzeigenpreise und Formate (Zuschläge nicht rabattierbar):
Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

	1/1 Seite	1/2 Seite	1/3 Seite	1/4 Seite	1/8 Seite
Maße** in mm		hoch	hoch	Standard	Standard
im Satzspiegel	185 × 266	90 × 266	58 × 266	90 × 130	90 × 63
im Anschnitt***	210 × 297	105 × 297	70 × 297	105 × 146	105 × 83
		quer	quer	quer	quer
im Satzspiegel		185 × 130	185 × 87	185 × 63	185 × 29
im Anschnitt***		210 × 146	210 × 106	210 × 83	210 × 49
Preis 4-farbig	7.500,– €	3.900,– €	2.700,– €	2.100,– €	1.300,– €

**für Druckunterlagen, ***zuzüglich 3 mm Beschnitt an allen Heftaußenkanten

Zeitschriftenformat:	210 mm breit × 297 mm hoch
Satzspiegel:	185 mm breit × 266 mm hoch
Druck- und Bindeverfahren:	Offsetdruck, Klebebindung
Druckdaten:	hochaufgelöste PDF-Dateien Schriften (PDFX-3)
Versandkontakt:	Carmen Blume, Tel.: 030 42151-456, carmen.blume@hussmedien.de

Sonderplatzierung:

2./4. Umschlagseite		8.500,– €
3. Umschlagseite		7.800,- €
Format	angeschnittene Anzeigen	10 % vom Grundpreis
	bindende Platzierung	10 % vom Grundpreis

Rabatte:
Bei Abnahme innerhalb 12 Monaten (Insertionsjahr):

Malstaffel		**Mengenstaffel**	
bei 3 Anzeigen	5 %	2 Seiten	5 %
bei 6 Anzeigen	8 %	4 Seiten	8 %
bei 9 Anzeigen	10 %	6 Seiten	10 %

Beilagen:	bis 25 g 295,– €/1000 Stück; bis 50 g 405,– €/ 1000 Stück
Beihefter:	2seitig 7.600,– €; 4seitig 8.100,– €

Zahlungsbedingungen/ Bankverbindung:
Commerzbank
Konto-Nr.: 976005902, BLZ: 120 400 00
IBAN: DE34 1204 0000 0976 0059 02, BIC: COBADEFFXXX

USt-Ident-Nr.: DE 137189299
14 Tage nach Erhalt der Rechnung netto.
Alle Preise zzgl. der gesetzl. Mehrwertsteuer. Preisliste Nr.3, gültig ab 01.01.2020

Online-Werbung

Ihre Werbemöglichkeiten auf www.build-ing.de
Preise gültig ab 01.01.2020

Mögliche Bannerformate und Preise:
Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

Im Content		**Preis/Monat**	**Linke Spalte** (nur Detailseiten)		**Preis/Monat**
Medium Rectangle	300 × 250px	1.150,– €	Mobile Leaderboard	300 × 50px	230,– €
Fullsize Banner	468 × 60px	1.320,– €	Sonderformat	300 × 75px	345,– €
Leaderboard	728 × 90px	1.620– €	3:1 Rectangle	300 × 100px	460,– €
Sonderformat	820 × 250px	1.620,– €	Medium Rectangle	300 × 250px	1.150,– €
Sonderformat	830 × 90px	1.480,– €	Half Page	300 × 600px	2.120,– €
Sonderformat	830 × 250px	1.650,– €			
Sonderformat	850 × 250px	1.680,– €			
Sonderformat	900 × 250px	1.720,– €			
Large Leaderboard	970 × 90px	1.830,– €			

GIF, JPG, PNG maximal 150 kB; HTML/HTML5, Javascript. Die Dateigröße versteht sich als Summe aus Quellcode und eingebetteten Grafiken. Dauer der Animation: 15 Sekunden

Bei HTML5 Versionen:

- als Redirect und in ein iframe gekapselt
- gemeinsamer Verzeichnispfad
- nur eine HTML-Datei, die als Werbemittel fungiert,
- oberhalb der Ressourcendateien
- relative Verknüpfungen untereinander

Lieferadresse:

Bitte senden Sie die Werbemittel für Ihre Kampagne an folgende E-Mail-Adresse:
carmen.blume@hussmedien.de

Firmenprofil
auf www.build-ing.de

- Ihr Logo
- Ihre Firmenpräsentation
- Verlinkung auf Ihre Angebote
- 12 Monate im Web

Nur 699,– €

Premium-Firmenprofil:
auf www.build-ing.de

- Ihr Logo
- Ihre Lösungen und Firmenbeschreibung
- Verlinkung auf Ihre Angebote
- Bevorzugte Platzierung
- 5 Veranstaltungshinweise inklusive
- Einbindung von Bildern, Videos und Whitepaper
- Link per RSS-Feed auf Ihre Stellenangebote und Gesuche
- 12 Monate Online-Dauerpräsenz

Nur 1.699,– €

Newsletter

Kurzcharakteristik/ Zielgruppe:

Der Newsletter von „Build-Ing.“ erscheint 1 × monatlich mit Top-BIM-News für TGA-Planer, Bauingenieure, Verantwortliche und Ingenieure in der Immobilienwirtschaft und Verwaltungen, Architekten.

Werbeform	Format	Preis je Ausgabe
Banner	468 × 60	895,- €
Special NL Banner	650 × 85	1.080,- €
Rectangle	300 × 250	725,- €
Textanzeige mit Bild	500 Zeichen/Bild	745,- €

Rabatte: Bei Abnahme innerhalb 12 Monaten (Insertionsjahr):

Malstaffel	bei 3 Schaltungen 5 %	bei 6 Schaltungen 8 %
	bei 9 Schaltungen 10 %	bei 12 Schaltungen 12 %

Kontakt:

Carmen Blume

Tel: 030/42151-456
E-Mail: carmen.blume@hussmedien.de

Newsletterversand 2020

Newsletter	Versandtermin	Kalenderwoche
01	27. Januar	05. KW
02	24. Februar	09. KW
03	30. März	14. KW
04	27. April	18. KW
05	25. Mai	22. KW
06	29. Juni	27. KW
07	27. Juli	31. KW
08	31. August	36. KW
09	28. September	40. KW
10	26. Oktober	44. KW
11	30. November	49. KW
12	21. Dezember	52. KW

AGB

1. **„Anzeigenauftrag“** im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung von Anzeigen und Fremdbeilagen in einer Druckschrift sowie über Online-Werbung zum Zweck der Verbreitung. Ein Abschluss erfolgt unter Beachtung der gemäß Preisliste zu gewährenden Rabatte. Rechtsverbindliche Anzeigenaufträge kommen erst durch schriftliche Bestätigung des Auftrags zustande.
2. **Abruf:** Anzeigen und Fremdbeilagen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.
3. **Bei Abschlüssen** ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen zu den vertraglich vereinbarten Konditionen bzw. nach Preisliste abzurufen.
4. **Online-Werbung** (d.h. Homepage, Newsletter etc.) bestimmt sich nach dem gebuchten Zeitraum. Der Auftraggeber hat während der gesamten Laufzeit des Vertrages die Webseiten bzw. Dokumente, auf die von der Online-Werbung verlinkt werden soll, aufrecht zu erhalten. Vorbehaltlich entgegenstehender Individualvereinbarungen sind die vom Bannersystem des Verlags genannten Werte bei den Visits und Page Impressions maßgeblich.
5. **Ablehnung von Aufträgen:** Der Verlag ist berechtigt, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Gesamtauftrages – nach sachgemäßem Ermessen abzulehnen. Dies gilt insbesondere, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt, vom deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder Beilagen durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung, der Zeitschrift oder des verlagseigenen Online-Angebots erwecken oder Fremdanzeigen enthalten. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich nach Kenntniserlangung des betreffenden Inhalts mitgeteilt. Online-Werbeformen, die im Widerspruch zu diesen Bestimmungen stehen, können auch nachträglich aus dem Online-Angebot entfernt werden.
6. **Anzeigenschluss:** Die in den Preislisten angegebenen Anzeigenschlüsse sind für den Verlag unverbindlich. Dem Verlag steht es frei, Anzeigenschlusstermine kurzfristig, dem Produktionsablauf entsprechend, anzupassen.
7. Das **Storno** von bereits gebuchten Aufträgen durch den Auftraggeber ist bis 14 Tage vor Anzeigenschluss (Print) bzw. Beginn der Kampagne (Online) möglich. Danach fallen Stornogebühren in Höhe von 50 % des Bruttopreises an. Bei Stornierungen nach Anzeigenschluss werden 100 % Stornogebühr vom Gesamtpreis fällig. Kündigungen und Rücktritte, die nach dem Anzeigenschluss bzw. dem Beginn der Kampagne eingehen, werden frühestens für die nächste Print-Ausgabe bzw. Online-Kampagne wirksam. Allerdings können Anzeigenaufträge nach Anzeigenschluss bzw. dem Beginn der Kampagne grundsätzlich nur aus wichtigem Grund gekündigt werden. Für die **Kündigung** reichen Telefax oder E-Mail.
8. **Platzierung von Anzeigen:** Anzeigen werden in bestimmten Nummern, Ausgaben oder an bestimmten Stellen der Druckschrift oder den Online-Medien veröffentlicht, wenn dies bei der Auftragserteilung schriftlich, auch per Telefax und E-Mail vereinbart und vom Verlag bestätigt wird. Rubrikanzeigen werden grundsätzlich nur in der jeweiligen Rubrik veröffentlicht. Sofern keine eindeutigen Platzierungsvorgaben gemacht werden, kann der Verlag die Platzierung frei bestimmen.
9. **Haftung für die Inhalte der Anzeige:** Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der Anzeige und/oder der Online-Werbeform sowie hinsichtlich der hierfür zur Verfügung gestellten Materialien. Er stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter frei, die in diesem Zusammenhang etwa geltend gemacht werden (inklusive der Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung), auch wenn der Auftrag storniert sein sollte. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Durch Erteilung eines Anzeigenauftrages verpflichtet sich der Inserent, die Kosten der Veröffentlichung einer Gegendarstellung, die sich auf tatsächliche Behauptungen der veröffentlichten Anzeige bezieht, zu tragen, und zwar nach Maßgabe des jeweils gültigen Anzeigentarifs. Erscheinen nicht rechtzeitig sistierte Anzeigen, so stehen auch dem Auftraggeber daraus keine Ansprüche gegen den Verlag zu.
10. **Druckunterlagen:** Für die rechtzeitige und einwandfreie Lieferung des Anzeigentextes in Druckunterlagen, Beilagen sowie in der Online-Werbung ist der Auftraggeber verantwortlich. Die Schlusstermine für Druckunterlagen sind der jeweiligen Anzeigenpreisliste des Verlages zu entnehmen.
    Gefahrübergang ist mit Eingang der Unterlagen beim Verlag oder der Online-Werbeformen. Die Übersendung von mehr als zwei Farbvorlagen, die nicht termingerechte Lieferung der Druckunterlagen und der Wunsch nach einer von der Vorlage abweichenden Druckwiedergabe können Auswirkungen auf Platzierung und Druckqualität verursachen und schließen spätere Reklamationen aus.
    Soweit möglich, wird der Verlag jedoch für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen unverzüglich Ersatz anfordern.
    Rücksendung: Druckunterlagen werden nur auf besondere Aufforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet sechs Wochen nach der Veröffentlichung der Anzeige. An den Verlag übermittelte Datenträger mit Druckvorlagen gehen in das Eigentum des Verlages über. Sie werden nur auf ausdrücklichen Wunsch und gegen eine Versandgebühr von 5,00 € an den Auftraggeber auf dessen Risiko zurück gesendet.
    Abdruckhöhe von Anzeigen: Sind keine besonderen Größenvorschriften vereinbart oder vorgegeben, wird die Anzeige mit der für eine solche Anzeige üblichen Höhe abgedruckt und berechnet. Weicht bei einer fertig angelieferten Druckunterlage die Abdruckhöhe von der bestellten Abdruckhöhe im Auftrag ab, gilt das Maß der in Abdruck gebrachten Anzeigenhöhe. Angefangene Millimeter werden dabei auf volle Millimeter nach oben gerundet.
    Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden. Sendet der Auftraggeber den ihm rechtzeitig übermittelten Probeabzug nicht innerhalb der gesetzten Frist zurück, so gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge.
    Werden **Druckvorlagen oder Online-Werbung digital** (z.B. Diskette, CD-ROM) oder durch Fernübertragung (z.B. ISDN, E-Mail) papierlos an den Verlag übermittelt, gelten zusätzlich die folgenden Bestimmungen:
    Dateiformat: Bei digitaler Übermittlung von mehreren zusammengehörenden Dateien hat der Auftraggeber dafür Sorge zu tragen, dass diese Dateien innerhalb eines gemeinsamen Verzeichnisses (Ordner) gesendet bzw. gespeichert werden. Anzeigenvorlagen sollten nur mit geschlossenen Dateien digital übertragen werden, die der Verlag inhaltlich nicht ändern kann. Der Verlag kann offene Dateien (z.B. unter Corel Draw, QuarkXPress, Freehand gespeicherte Dateien) ablehnen. Der Verlag haftet nicht bei fehlerhafter Veröffentlichung von Anzeigen (Print), die mit offenen Dateien übermittelt werden.
    Online-Werbung darf nach Absprache mit dem Verlag nur in geeigneten Dateiformaten angeliefert werden. Die Vorgaben des Verlags sind zu beachten. Der Verlag haftet nicht für fehlerhaft angelieferte Dateien.
    Farbanzeigen: Bei digital übermittelten Druckvorlagen für Farbanzeigen ist vom Auftraggeber ein Farb-Proof mitzuliefern. Digital erstellte Prüfdrucke müssen zur Kontrolle der Farbverbindlichkeit den FOGRA/UGRA-Medienkeil in der aktuellen Version enthalten. Andrucke müssen einen offiziellen Druckkontrollstreifen aufweisen. Ohne Farb-Proof des Auftraggebers sind Farbabweichungen unvermeidbar. Diese können keine Ersatzansprüche des Auftraggebers auslösen. In jedem Fall ist ein Ausdruck per Fax an den Verlag zu senden, um die sachliche Richtigkeit überprüfen zu können. Ein Korrekturfax muss vom Auftraggeber ausdrücklich angefordert werden. Nur bei richtiger Farbanpassung ist eine farblich richtige Umsetzung in üblichen Toleranzen gewährleistet.
    Computerviren: Der Auftraggeber haftet dafür, dass die übermittelten bzw. gespeicherten Dateien frei von Computerviren sind. Der Verlag ist berechtigt, Dateien mit Computerviren zu löschen, ohne dass dem Auftraggeber hieraus Ansprüche entstünden. Der Verlag behält sich zudem vor, den Auftraggeber auf Schadenersatz in Anspruch zu nehmen, wenn durch solche durch den Auftraggeber infiltrierten Computerviren dem Verlag Schaden entstanden ist.
11. **Anzeigenbeleg:** Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg in Kopie. 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.
12. **Chiffreanzeigen:** Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen zur Abholung aufbewahrt bzw. dem Auftraggeber auf dem normalen Postweg weitergeleitet, auch wenn es sich um Einschreibesendungen und Eilbriefe handelt. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Ansonsten werden nicht abgeholte Zuschriften vernichtet. 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. Der Auftraggeber kann den Verlag berechtigen, Zuschriften auf Ziffernanzeigen zu öffnen.
13. **Errechnung Abnahmemenge:** Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
14. Zusätzliche **Satzkosten:** Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen. Gleiches gilt für vom Auftraggeber gelieferte Druckvorlagen, deren Behandlung oder nachträgliche Änderung zusätzliche Kosten verursachen.
15. **Nachlässe:** 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.
16. **Preisänderungen:** Bei Änderung der Anzeigenpreise treten die neuen Bedingungen auch für laufende Aufträge – sofern keine anders lautende, schriftliche Vereinbarung getroffen wurde – mit dem Einführungstermin des neuen Tarifs in Kraft.
17. **Abweichende Preise:** Für Anzeigen in Verlagsbeilagen und redaktionell gestaltete Anzeigen, Anzeigen in Sonderveröffentlichungen und Kollektiven sowie für die Onlinewerbung und für Anzeigen, welche nach Anzeigenschluss verkauft werden, kann der Verlag von der Preisliste abweichende Preise festlegen.
18. **Auflagenminderung:** Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn die in der Preisliste garantierte verkaufte Auflage im Gesamtdurchschnitt des vergangenen Insertionsjahres laut IVW-Meldungen um 30 % unterschritten wird. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungs- und Schadenersatzansprüche 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. Änderungen des Heftumfangs behält sich der Verlag vor, ohne dass hieraus der Auftraggeber Ansprüche herleiten kann.
19. **Rechnungen** sind innerhalb von 14 Tagen nach Rechnungslegung zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Der Verlag ist berechtigt, fehlerhafte Rechnungen innerhalb von sechs Monaten nach Rechnungsstellung zu korrigieren.
20. Bei **Zahlungsverzug** oder Stundung werden die gesetzlichen Zinsen, im kaufmännischen Geschäftsverkehr in Höhe von 9 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz der Europäischen Zentralbank ab Fälligkeit des Rechnungsbetrages, sowie einer Verzugsschadenspauschale in Höhe von 40,00 € berechnet, die auf einen geschuldeten Schadensersatz anzurechnen ist, soweit der Schaden nachweislich höher ist (z.B. wegen Kosten der Rechtsverfolgung). Die Pauschale fällt auch bei verspäteten Abschlags- oder Ratenzahlungen an. (§ 288 BGB n.F.) Zahlungsfristen betragen im kaufmännischen Geschäftsverkehr längstens 60 Tage, es sei denn, darüber hinausgehende Zahlungsfristen sind für den Gläubiger nicht grob unbillig. Ist der Auftraggeber Verbraucher liegt der Zinssatz im Verzugsfall bei 5 Prozentpunkten über dem jeweiligen Basiszinssatz. Dies gilt auch im Fall der Stundung. Die Geltendmachung eines weiteren Verzugsschadens behält sich der Verlag gegenüber Unternehmern und Verbrauchern vor. Den Vertragspartnern bleibt es jedoch vorbehalten, im einzelnen einen niedrigeren oder einen höheren Schaden nachzuweisen. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug von Unternehmern und Verbrauchern die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
21. **Gewährleistung:** Bei fehlerhaftem Abdruck einer Anzeige trotz rechtzeitiger Lieferung einwandfreier Druckunterlagen und rechtzeitiger Reklamation kann der Auftraggeber den Abdruck einer einwandfreien Ersatzanzeige (Nacherfüllung) oder Minderung des Anzeigenpreises in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt ist, verlangen.
    Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden dieselben erst bei der Produktion deutlich, so hat der Auftraggeber bei ungenügendem Abdruck keine Gewährleistungsansprüche. Das gleiche gilt bei Fehlern in wiederholt erscheinenden Anzeigen, wenn der Auftraggeber nicht vor Drucklegung der nächstfolgenden Anzeige auf den Fehler hinweist. Der Verlag ist nicht verpflichtet, die Druckunterlagen auf Vollständigkeit und Richtigkeit zu überprüfen.
    Die Gewährleistung bei **Online-Werbung** ist auf solche Fehler in der Wiedergabe der Online-Werbeform beschränkt, die in der Einflusssphäre des Verlags, d.h. insbesondere auf dem Server des Verlags entstehen bzw. begründet sind. Die Gewährleistung gilt ferner nicht für unwesentliche Fehler, z.B. dann, wenn die Beeinträchtigung bei der Wiedergabe der Online-Werbeform deren Zweck nicht wesentlich beeinträchtigt. Dem Auftraggeber ist bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, jederzeit eine gänzlich fehlerfreie Wiedergabe der Online-Werbeform zu ermöglichen. Bei einem Ausfall des Servers über einen erheblichen Zeitraum (mehr als 10 % der gebuchten Zeit) einer zeitgebundenen Festbuchung, wird der Verlag versuchen, den Ausfall an Medialeistung nachzuliefern oder die Zeit der Insertion zu verlängern, sofern dies den Interessen des Auftraggebers nicht zuwiderläuft. Im Falle des Scheiterns einer Nachlieferung innerhalb der ursprünglich gebuchten Insertion bzw. nach Verlängerung des Insertionszeitraumes, entfällt die Zahlungspflicht des Auftraggebers für die in dem Zeitraum nicht realisierten bzw. durchschnittlich nicht angefallenen Medialeistungen. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen. Im Übrigen liegt ein Fehler nicht vor bei einen Ausfall des vom Verlag genutzten Servers, der nicht länger als 24 Stunden (fortlaufend oder addiert) innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der vertraglich vereinbarten Schaltung andauert.
    Beachtet der Auftraggeber diese Geschäftsbedingungen oder die Empfehlungen des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von digitalen Druckunterlagen und Online-Werbung nicht, so stehen ihm keine Ansprüche wegen fehlerhafter Anzeigenveröffentlichung zu.
    Der Verlag gewährleistet die drucktechnisch zeitbedingt bestmögliche Wiedergabe der Anzeige im Rahmen der durch die Druckvorlagen gegebenen Möglichkeiten.
    Reklamationen offensichtlicher Mängel müssen vom Auftraggeber spätestens innerhalb von vier Wochen nach Veröffentlichung schriftlich geltend gemacht werden. Sämtliche Gewährleistungsansprüche verjähren mit Ablauf des 31. Dezember des auf die Veröffentlichung der entsprechenden Anzeige oder Beilage folgenden Jahres.

22.a) Zur **Haftung**, gleich aus welchem Rechtsgrund einschließlich unerlaubter Handlungen, ist der Verlag nur verpflichtet, soweit Schäden
(1) durch schuldhafte Verletzung einer vertragswesentlichen Pflicht (Kardinalpflicht) durch den Verlag in eine das Erreichen des Vertragszwecks gefährdenden Weise verursacht werden oder
(2) auf grobe Fahrlässigkeit oder Vorsatz von dem Verlag zurückzuführen sind.

22.b) Haftet der Verlag gemäß Ziffer a) (1) für die Verletzung einer vertragswesentlichen Pflicht, ohne dass ihm grobe Fahrlässigkeit oder Vorsatz zur Last fallen, ist die Haftung von dem Vertrag auf die vereinbarten Anzeigenpreise beschränkt.

22.c) Haftet der Verlag gemäß Ziffer a) (1) oder (2) für grobe Fahrlässigkeit oder Vorsatz von Mitarbeitern, die nicht Organe oder leitende Angestellte des Verlags sind, ist die Haftung des Verlags ebenfalls auf die vereinbarten Anzeigenpreise begrenzt.

22.d) Für mittelbare Schäden, Mangelfolgeschäden, entgangenen Gewinn und Ersatz vergeblicher Aufwendungen haftet der Verlag nicht, sofern diese nicht auf Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit von Organen oder leitenden Angestellten des Verlags zurückzuführen sind.

22.e) Ansonsten ist jede Haftung des Verlages auf solche typischen Schäden beschränkt, mit deren Eintritt der Verlag nach den ihm bei Vertragsabschluss bekannten Umständen vernünftigerweise rechnen konnte.

22.f) Der Ausschluss oder die Begrenzung von Ansprüchen gem. den vorstehenden Ziffern a) bis e) schließt Ansprüche gegen Mitarbeiter und Beauftragte des Verlags ein.

22.g) Eine Haftung des Verlages wegen Personenschäden, Fehlens zugesicherter Eigenschaften oder nach dem Produkthaftungsgesetz bleibt unberührt.

22.h) Keine Ansprüche des Auftraggebers bestehen für den Fall, dass die Nichtverfügbarkeit auf Arbeiten oder Wartungsaufgaben beruht, die lediglich im Interesse des Auftraggebers erfolgen.

22.i) Der Verlag übernimmt keine Haftung für Fehler aus telefonischen oder fernschriftlichen Übermittlungen jeder Art. Eine Haftung wird auch nicht übernommen, wenn sich Mängel an der Vorlage erst bei der Reproduktion oder beim Druck zeigen. Der Auftraggeber hat dann bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche. Die eventuell entstehenden Mehrkosten z.B. zur Nachbesserung der Druckunterlagen oder für Maschinenstillstand müssen weiterberechnet werden.

22.j) **Fälle höherer Gewalt** wie z.B. Arbeitskampfmaßnahmen, Beschlagnahme, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung oder Betriebsstörungen entbinden den Verlag von der Verpflichtung auf Erfüllung von Aufträgen und Leistung von Schadenersatz. Kann der Verlag dennoch die Aufträge mit 80 % der verkauften Auflage erfüllen, so hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen. Geringere Leistungen sind nach dem Tausender-Seitenpreis gemäß der im Tarif genannten verkauften Auflage zu bezahlen.

23. **Erfüllungsort** und **Gerichtsstand** ist der Sitz des Verlags, soweit hierüber eine Vereinbarung gesetzlich zulässig ist. Auf den Vertrag findet deutsches Recht Anwendung, wobei zwingendes Verbraucherrecht des Landes, in dem Sie sich gewöhnlich aufhalten, anwendbar bleibt.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlags

a) Die allgemeinen und unsere zusätzlichen Geschäftsbedingungen, die Auftragsbestätigung und die jeweils gültige Preisliste sind für jeden Auftrag maßgebend. Abweichende Geschäftsbedingungen werden erst gültig durch schriftliche Bestätigung des Verlags.

b) Die **Werbungsmittler** und **Werbeagenturen** sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungstreibenden an die Preisliste des Verlags zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

c) Bei Auftraggebern/Werbeagenturen, die zum ersten Mal mit dem Verlag in Geschäftsverbindung treten, kann **Vorauskasse** bis zum Anzeigenschlusstermin verlangt werden.

d) Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Print- und Online-Medien aller Art (inklusive Internet) erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs- und sonstigen Rechte, insbesondere zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich, inhaltlich und örtlich unbegrenzt in dem für die Durchführung der Aufträge notwendigen Umfang. Der Auftraggeber garantiert, dass er diese Nutzungsrechte frei von Rechten Dritten an den Verlag überträgt, andernfalls er den Verlag von allen Rechten Dritter freistellt, einschließlich der Kosten für die Rechtsverfolgung.

Building Life

Digitales Planen, Bauen und Betreiben

EVENT

Building Life – der BIM Kongress, der den gesamten Lebenszyklus im Fokus hat, denn rund 80% der Kosten einer Immobilie entstehen beim Betreiben. Daher ist es wichtig alle Lebensphasen einer Immobilie zu betrachten und alle an diesem Prozess beteiligten Partner zu integrieren.

Zur Building Life treffen sich die Immobilienwirtschaft, Architekten, Projektentwickler, Bauingenieure, Öffentliche Auftraggeber, Facility Manager, Fachplaner und Softwareanbieter.

Gemeinsam diskutieren wir über Building Information Modeling als Methode für Projektentwicklung, Planung, Bau, Betrieb und Rückbau – als ganzheitlichen Ansatz.

Ihr Unternehmen kann dabei sein! Fordern Sie Ihr exklusives Sponsor-Paket an unter katrin.schmiedel@hussmedien.de oder Tel. 030/42151-261.

Building Life 2020
13. Mai 2020
Berlin | Eventlocation Kosmos
Exklusive Sponsoring-Pakete:
katrin.schmiedel@hussmedien.de
Building Life
Der BIM-Kongress
15. Mai 2019 | Berlin

Build-Ing.

Digitales Planen, Bauen und Betreiben

BAUELEMENTE
LICHTPLANUNG
Landschaftsbau
Gebäudeplanung
HOCHBAU
Tragwerksplanung
TIEFBAU
STATIK
Gebäudeautomation
Klimatechnik
Aufzugtechnik
BRANDSCHUTZPLANUNG
Sanitärtechnik
DOKUMENTATION
Lüftungstechnik
Facility Management
Elektroplanung
Architektur
IMMOBILIENMANAGEMENT
HEIZUNGSTECHNIK
ABRECHNUNG
Wartungstermine

huss
HUSS-MEDIEN GmbH
Ein Unternehmen der Huss-Verlagsgruppe
Berlin · München
Postanschrift: 10400 Berlin
Hausanschrift: Am Friedrichshain 22 | 10407 Berlin
Telefon: 030 42151-0
Geschäftsführer: Christoph Huss, Wolfgang Huss,
Thomas Perskowitz

www.build-ing.de

Fachmedien für Gebäudetechnik und Immobilienmanagement