Mediadaten 2027



ANZEIGEN in Ausgabe 3/2027 COPY-TEST

Preisliste Nr. 34
gültig ab 01. 01. 2027



Sonderhefte
„Das Objektgeschäft 2027“ und
„VB Vorbeugender Brandschutz“
siehe Seiten 8–10

media2b.
media2business GmbH
10400 Berlin
Telefon 030 42151-334

Fachzeitschrift

1	Titel-Porträt	Seite 3
T	Termin- und Themenplan	Seite 4
2	Auflagen- und Verbreitungsanalyse	Seite 5–6
	Empfänger-Struktur-Analyse	Seite 7
SH	Sonderheft **„VB Vorbeugender Brandschutz“**	Seite 8
SH	Sonderheft **„Das Objektgeschäft 2027“**	Seite 9–10
P	Preisliste	Seite 11–12
F	Formate und technische Angaben	Seite 13–15

Online-Werbung

Online-Advertorial und Native TextAd	Seite 16
Website	Seite 17–18
Newsletter	Seite 19–20

DEUTSCHER TGA-AWARD Seite 22

Die Medienmarke

Zielgruppe

Ingenieur- und Planungsbüros der Technischen Gebäudeausrüstung; Architekten, die sich mit der TGA befassen; Planungsabteilungen in Wohnungsbaugesellschaften und -genossenschaften; Planungsabteilungen in Installationsbetrieben; Bauämter, Energieagenturen, relevante Industrieunternehmen, Sachverständige für SHK-Technik

Themenspektrum

Planer-Zeitschrift für sämtliche die Gebäudetechnik umfassenden Bereiche: Sanitär, Heizung, Klima, Lüftung, Elektro, baulicher Brand- und Schallschutz, Gebäudeautomation

Crossmediales Angebot

Breites Zusatzangebot via Website, Newsletter, fachspezifische Sonderhefte und Auslobung **DEUTSCHER TGA-AWARD**

DEUTSCHER TGA-AWARD

www.deutscher-tga-award.de

Der Redaktionsbeirat der Moderne Gebäudetechnik unterstützt fachlich die Redaktion bei der Themenauswahl, -vorbereitung und -umsetzung:

Dipl.-Ing. Arch. Anja Beecken, Gesellschaft von Architekten und Energieberatern, Berlin

Dr.-Ing. Olaf Böttcher, Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung im BBR, Berlin

Dr.-Ing. Lothar Breidenbach, Bundesverband der Deutschen Heizungsindustrie (BDH), Köln

Dipl.-Kfr. Carola Daniel, Gesamtverband Gebäudetechnik VGT, Berlin

Dr.-Ing. Martin Donath, ratiodomo Ingenieurgesellschaft, Ostseebad Nienhagen

Dipl.-Ing. Renè Ebert, VdZ Wirtschaftsvereinigung Gebäude und Energie e. V., Berlin

Dipl.-Ing. Karl-Heinz Kolberg, Ingenieur- und Sachverständigenbüro Energie- und Gebäudetechnik, Schorfheide-Finowfurt

RA Christopher Nierhaus, Fachanwalt für Bau- und Architektenrecht, Hamburg

Prof. Dr.-Ing. Bert Oschatz, ITG Institut für Technische Gebäudeausrüstung, Dresden

Dipl.-Ing. Oliver Solcher, Ingenieurbüro für Wärmetechnik und Fachverband Luftdichtheit im Bauwesen, Berlin

Dipl.-Geograph Dietmar Sperfeld, fbr – Bundesverband für Betriebs- und Regenwasser e. V., Darmstadt

RA Jens J. Wischmann, Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft, Bonn und VdZ e. V., Berlin

Katja Weinhold, Pressesprecherin Bundesverband Wärmepumpe BWP e. V., Geschäftsführerin BWP Marketing & Service GmbH, Berlin



1	**Titel:**	**Moderne Gebäudetechnik**	
2	**Kurzcharakteristik:**	Praxisjournal für Planer der Technischen Gebäudeausrüstung (TGA)	
3	**Zielgruppe:**	Ingenieur- und Planungsbüros der Technischen Gebäudeausrüstung; Architekten, die sich mit der TGA befassen; Planungsabteilungen in Wohnungsbaugesellschaften und -genossenschaften; Planungsabteilungen in Installationsbetrieben; Bauämter	
4	**Erscheinungsweise:**	9 × jährlich + 2 Sonderausgaben	
5	**Heftformat:**	DIN A4	
6	**Jahrgang:**	81. Jahrgang 2027	
7	**Bezugspreis:**	**Jahresabonnement Inland** zuzüglich 9,10 € Porto- und Versandanteil	120,70 €
		Jahresabonnement Ausland inklusive Porto und Versandkosten	139,96 €
		Einzelverkaufspreis zuzüglich 1,80 € Porto- und Versandanteil	16,00 €
8	**Organ:**	Kooperation mit Deutsche Gesellschaft für LichtTechnik+LichtGestaltung, BWP, VGT	
9	**Mitgliedschaft/ Teilnahme:**		
10	**Verlag:**	media2business GmbH Am Friedrichshain 22 10407 Berlin Telefon: 030 42151-0 www.tga-praxis.de	
11	**Herausgeber:**	Dr.-Ing. Stefan Schlegel	
12	**Anzeigen:**	Marco Fiolka (verantwortlich) E-Mail: marco.fiolka@media2b.de	✆ -344
13	**Redaktion:**	Silke Schilling (verantwortlich) E-Mail: silke.schilling@media2b.de	✆ -386

14 Umfangsanalyse 2025 = 9 Ausgaben, 2 Sonderhefte

Gesamtumfang:	**836 Seiten =**	**100,0 %**
Redaktionsteil	640 Seiten =	76,5 %
Anzeigenteil	196 Seiten =	23,5 %
davon: Stellen- und Gelegenheitsanzeigen	0 Seiten =	0,0 %
Verlagseigene Anzeigen	21,5 Seiten =	11,0 %
Einhefter	0 Seiten	
Beilagen	5 Stück	

15 Inhalts-Analyse des Redaktionsteils: **640,0 Seiten = 100,0 %**

Heizungsanlagen und Komponenten	107,0 Seiten =	16,7 %
Regenerative Energien	41,0 Seiten =	6,4 %
Sanitäre Anlagen und Einrichtungen	40,0 Seiten =	6,7 %
Klima- und Lüftungsanlagen	53,5 Seiten =	8,3 %
Gebäudeautomation/MSR-Technik	22,0 Seiten =	3,4 %
Installationstechnik	31,0 Seiten =	4,8 %
Brandschutz/Gebäudesicherheit	65,0 Seiten =	9,7 %
Produkte/Geräte/Armaturen/Zubehör	62,5 Seiten =	9,8 %
Software/BIM/Projektmanagement	50,0 Seiten =	7,8 %
TGA-Fachplanung	44,0 Seiten =	6,9 %
Normen und Recht	23,0 Seiten =	3,6 %
Unternehmen/Veranstaltungen/Bücher	54,5 Seiten =	8,6 %
Sonstiges	46,5 Seiten =	7,3 %

Ausgabe	Werbeumfelder/Produktbereiche				Messen
1 **Januar/ Februar** AS 27.01. ET 15.02.	**Vorbericht zur ISH, Frankfurt – Produkte und Trends** **Heizungstechnik** – Thermografie und Heizungs-Check – Hybridsysteme/Brennwerttechnik – Regelungseinrichtungen und hydraulischer Abgleich – Wohnungsstationen	**Sanitärtechnik** – Vorwandtechnik für öffentliche Sanitäranlagen – Schwimmbadtechnik – Hauseinführungen, Wand- und Deckendurchführungen – Abwasserpumpen und Hebeanlagen	**Klima- und Lüftungstechnik** – kontrollierte Wohnungslüftung – RLT-Anlagen – Infektionsschutz (Schulen, Kitas) – Split-, Multi-Split- und VRV (F)-Anlagen – Radial-und Axialventilatoren	**Top-Thema** **BIM und Software**	**BAU** **München** 11.01.–15.01.2027 **GeoTHERM** **Offenburg** 25.02.–26.02.2027
2 **März** AS 17.02. ET 09.03.	**Hauptausgabe zur ISH, Frankfurt – Produkte und Trends** **Sanitärtechnik** – Trinkwasserhygiene und Systemtechniken – Regelarmaturen und Installationstechnik – Bodenebene Duschen in der Hotellerie und in Krankenhäusern	**Heizungstechnik** – Hybridlösungen – Energieeffiziente Heizkörper, Sockelleistenheizungen – Hocheffizienzpumpen – Wärmepumpen, BHKWs, PV und Speicher	**Gebäudeautomation** – Bus-Systeme – Hausautomation/ Smart Home-Systeme – Stromspeicher, Smart Meter, Wechselrichter – Gebäudeleittechnik/MSR-Technik – Beleuchtungstechnik	**Top-Thema** **Regenerative Energien**	**ISH** **Frankfurt** 15.03.–19.03.2027
3 **Mai** AS 30.03. ET 16.04.	**Sanitärtechnik** – Vorwandtechnik – Flachdachentwässerung – Hebeanlagen und Pumpen – Sanitärtechnik für öffentliche Bereiche	**Heizungstechnik** – Wärmepumpen, PV und Speichersysteme – Abgasanlagen und Schornsteintechnik – Pelletheizungen – Fernwärmetechnik	**Klima- und Lüftungstechnik** – Luftbe- und -entfeuchtung – RLT-Anlagen – Infektionsschutz (Schulen, Kitas) – Split-, Multi-Split- und VRV (F)-Anlagen – Hallenlüftung und -klimatisierung	**Top-Thema** **Kontrollierte Wohnungslüftung**	
Sonderheft AS 23.04. ET 14.05.	**„VB Vorbeugender Brandschutz“** **Sonderheft für den organisatorischen, baulichen & technischen Brandschutz** **Auflage: 20.000** **Weitere Infos: siehe Seite 8**				
4 **Juni** AS 13.05. ET 02.06.	**Heizungstechnik** – Hydraulischer Abgleich und EnEV – Strahlungsheizungen – Raum- und Zonenregelungssysteme – Boden-, Wand-, Deckenheiz- und -kühlsysteme – PV, Speichersysteme und Ladeinfrastruktur	**Sanitärtechnik** – bodenebene Duschen – Trinkwasserhygiene – Schwimmbadtechnik – Berührungslose Armaturen – Badezimmermodule für serielles Bauen	**Brandschutz und Gebäudesicherheit** – Zutrittskontrollsysteme, Datensicherheit – Brandschutz für PV-Anlagen und Speicher – Brandschutz und Installation – Abschottungen, Dämmung, Schallschutz – RWA-Anlagen, Brandgas- und Entrauchungsventilatoren	**Top-Thema** **Trinkwasserhygiene**	**Intersolar Europe** **München** 08.06.–10.06.2027 **FeuerTRUTZ** **Nürnberg** 16.06.–17.06.2027
5 **Juli/ August** AS 08.07. ET 27.07.	**Wasseraufbereitung** – Legionellenproblematik in haustechnischen Anlagen – Enthärtung/Entkalkung von Trinkwasseranlagen – Grau- und Regenwassermanagement – Schwimmbadtechnik	**Heizungstechnik** – Dampf- und Spezialkesselanlagen – Units, Kaskaden- und Hybridlösungen – Schichtenspeicher und Wärmepumpen – Software, 3D Visualisierung und BIM	**Lüftungstechnik** – dezentrale Lüftungstechnik – adiabte Gebäudekühlung – Fettabscheider, Filter – Wärmetauscher	**Top-Thema** **Regen- und Betriebswassernutzung**	
Sonderheft AS 21.07. ET 13.08.	**„Das Objektgeschäft 2027“** **Profitieren mit effizienter Gebäudetechnik** **Auflage: 20.000** **Weitere Infos: siehe Seiten 9–10**				
6 **September** AS 30.08. ET 16.09.	**Heizungstechnik** – Brennwert- und Speichertechnik – Sensoren und Fühler für die Heizungssteuerung – Mobile Heizzentralen – Verbrauchsdatenerfassung – Absoptionswärmepumpen	**Sanitärtechnik** – Konzepte für Krankenhäuser und Schulen – Infektionsschutz – Barrierefreiheit und Vandalensicherheit – Sanitärkeramik und Armaturen – Duschrinnen	**Gebäudeautomation** – Stellantriebe, Sensorik – Hausautomation/Smart Home-Systeme – Stromspeicher, Smart Meter, Wechselrichter – Gebäudeleittechnik/MSR-Technik, Software – Beleuchtungstechnik, Lichtsteuerung	**Top-Thema** **Flächenheiz- und -kühlsysteme**	
7 **Oktober** AS 28.09. ET 15.10.	**Klima- und Lüftungstechnik** – energieeffiziente Ventilatoren – Brandschutzklappen – Mono-, Split- und Multisplit-Klimageräte – Kältemaschinen, Wärmepumpen, adiabate Kühlung	**Heizungstechnik** – Klimadecken und Betonkernaktivierung – Fernwärmetechnik – Hallenbeheizung und -lüftung – Thermostate und Ventile	**Sanitärtechnik** – Sanitärausstattung für den öffentlichen Bereich – Rückstauverschlüsse – Abwasser-Hebeanlagen – Reihen-Waschanlagen für öffentliche Bereiche	**Top-Thema** **Wärmepumpen**	
8 **November** AS 28.10. ET 16.11.	**Heizungstechnik** – PV und Stromspeicher zur Heizungsunterstützung – Brennwerttechnik – mobile Heiz- und Klimazentralen – Konvektoren – Hybrid und H2 ready	**Sanitärtechnik** – Boden-, Dach- und Kellerabläufe – Grauwasseraufbereitung und -nutzung – Rohrdurchführungen – Fettabscheider	**Gebäudeautomation** – Wärmemengen- und Wasserverbrauchserfassung – Hausautomation – Thermostate, Ventile, Stellantriebe, Sensoren – Lichtsteuerung und Zutrittskontrolle – Brandschutz und Gebäudesicherheit	**Top-Thema** **Barrierefreie Badgestaltung**	
9 **Dezember** AS 25.11. ET 14.12.	**Klima- und Lüftungstechnik** – Kältemittel und Wärmepumpen – Klimatisierung von Industriehallen – Brandgas- und Entrauchungsanlagen/RWA – Luftleitungen und -durchlässe, Filtertechnik	**Heizungstechnik** – Wohnungsstationen – Regelung für Flächentemperierungssysteme – Hocheffizienzpumpen – Hygieneanforderungen an Heizkörper	**Sanitärtechnik** – Duschrinnen-Trends – Design im Bad – Lösungen für kleine Bäder – Vorwandtechnik	**Top-Thema** **Smart Home/ Smart Building**	**VdS-BrandSchutz-Tage** Köln 01.12.–02.12.2027

ANZEIGEN ab 1/2 Seite COPY-TEST

1 Auflagenkontrolle:

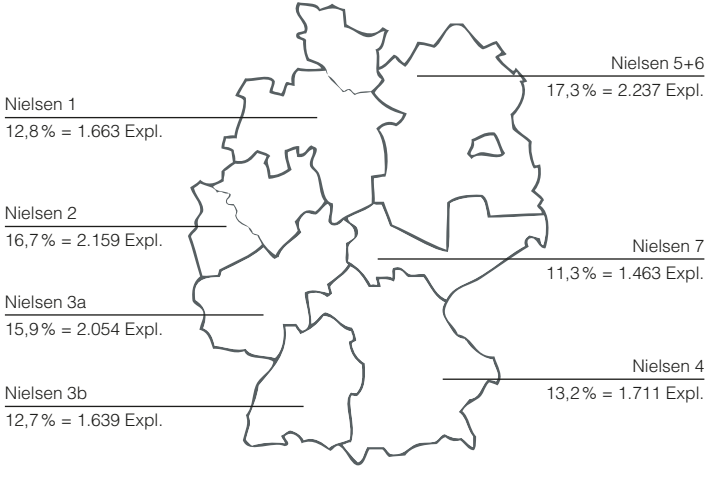
2 Auflagenanalyse: Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt (III/2025 bis II/2026)

Druckauflage	13.200		
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):	13.005	davon Ausland:	77
Verkaufte Auflage:	2.732	davon Ausland:	43
abonnierte Exemplare:	1.730	davon Mitgliederstücke:	1.385
Einzelverkauf:	0		
sonstiger Verkauf:	1.002		
Freistücke:	10.273		
Rest-, Beleg- und Archivexemplare:	195		

3 Geografische Verbreitungsanalyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	99,4	12.928
Ausland	0,6	77
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	13.005

3.1 Verbreitung nach Nielsengebieten:



Beschreibung der Erhebungsmethode auf Seite 7.

Beschreibung der Erhebungsmethode zur Verbreitungsanalyse (AMF-Schema 2, Ziffer 3)

1 Untersuchungsmethode:
Verbreitungsanalyse durch Dateiauswertung – Total-Erhebung

2 Beschreibung der Empfängerschaft zum Zeitpunkt der Datenerhebung:

2.1 Beschaffenheit der Datei:
In der Empfängerdatei sind die Anschriften aller Empfänger erfasst.

2.2 Gesamtzahl Empfänger in der Datei: 50.164

2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger: 46.680
(Wechsel nach jeder 3. Ausgabe)

2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

Verkaufte Auflage		2.732
davon: abonnierte Exemplare	1.730	
Einzelverkauf	0	
sonstiger Verkauf	1.002	
Freistücke		10.273
davon: ständige Freistücke	752	
wechselnde Freistücke	9.336	
Werbeexemplare	185	
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)		13.005
davon: Inland	12.928	
Ausland	77	

3 Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA)		13.005 =	100,0 %
Davon in der Untersuchung nicht erfasst:		185 =	1,4 %
Einzelverkauf	0		
sonstiger Verkauf	1.002		
Werbeexemplare	185		
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA)		12.820 =	98,6 %

3.2 Tag der Datei-Auswertung:
8. September 2026

3.3 Beschreibung der Datenbasis:
Die Auswertung basiert auf der Gesamtdatei.
Die ermittelten Anteile für die Verbreitungsgebiete wurden auf die tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt gemäß AMF-Ziffer 2 projiziert.

3.4 Zielperson der Untersuchung:
entfällt

3.5 Definition des Lesers:
entfällt

3.6 Zeitraum der Untersuchung:
III/2025 bis II/2026

3.7 Durchführung der Untersuchung:
Verlag

Branchen, Wirtschaftszweige, Fachrichtungen, Berufsgruppen

Empfängergruppen (laut Klassifikation der Wirtschaftszweige)	Anteil an TvA	
	%	Exemplare
TGA- und Fachplanungsbüros/Ingenieur- und Architekturbüros für technische Fachplanung	58,2	7.569
Wohnungsbaugesellschaften/-genossenschaften/ -verwaltungen	9,8	1.274
Installationsbetriebe mit Planungsabteilung	14,9	1.938
kommunale oder staatliche Bauämter	3,9	507
Bauabteilungen in Banken, Versicherungen, Industrie, Produktion, Handel, Gewerbe, Post/Kirche/Militär	8,0	1.040
Handel mit Produkten der Gebäudetechnik	0,9	117
Verbände, PR/Marketing	4,1	534
Sonstiges	0,2	26
tatsächlich verbreitete Auflage	**100,0**	**13.005**

Tätigkeitsmerkmal: Stellung (Position) im Betrieb

	Anteil an TvA	
	%	Exemplare
Inhaber/Mitinhaber	48,5	6.308
Vorstand/Geschäftsführer	12,1	1.574
Abteilungsleiter, Gruppenleiter, Projektleiter	17,5	2.276
Bereichs-, Amtsleiter	7,3	949
technischer Angestellter/Fachingenieur	8,8	1.144
Meister, Geselle, Monteur	1,4	182
Sonstiges	3,7	481
keine Angabe	0,7	91
tatsächlich verbreitete Auflage	**100,0**	**13.005**

Quelle: Verlagsangaben

Brandschutz geht alle an!



Brandschutz ist interdisziplinär und eine permanente Aufgabe, die ein gemeinsames Planen und Handeln voraussetzt. media2business hat schon heute verschiedene Medien in den Kompetenzfeldern Planen, Bauen, Verwalten und Betreiben von Immobilien. Eine einzigartige Kombination, die immer wieder Berührungspunkte mit dem Brandschutz hat. Das ist die Basis für unsere Publikation **VB Vorbeugender Brandschutz.**

Nutzen Sie die Erfahrung und die Markenbekanntheit der Fachmedien aus der media2business-Verlagsgruppe für eine durchgängige Kommunikation, wenn es darum geht, den Brandschutz gewerkeübergreifend durchzusetzen.

Ansprechpartner: Marco Fiolka
E-Mail: marco.fiolka@media2b.de
Telefon: 030 42151-344

Termine:

Anzeigenschluss:	23.04.2027
Druckunterlagen:	29.04.2027
Erscheinen:	14.05.2027

Zeitschriftenformat: 210 mm breit × 297 mm hoch

Satzspiegel: 185 mm breit × 266 mm hoch

Formate und Preise:

	B × H Satzspiegel in mm	im Anschnitt* in mm	Preis 4-farbig in €
1/1 Seite	185 × 266	210 × 297	7.500,–
1/2 Seite hoch	90 × 266	105 × 297	3.900,–
1/2 Seite quer	185 × 130	210 × 146	3.900,–
1/3 Seite hoch	58 × 266	70 × 297	2.900,–
1/3 Seite quer	185 × 87	210 × 106	2.900,–
1/4 Seite Eckfeld	90 × 130	105 × 146	2.300,–
1/4 Seite quer	185 × 63	210 × 83	2.300,–
1/8 Seite Eckfeld	90 × 63	105 × 83	1.300,–
1/8 Seite quer	185 × 29	210 × 49	1.300,–
Umschlagseiten (2. und 4.)			8.500,–

* zuzüglich 3 mm Beschnitt

Zuschläge:

Anschnitt	10 % vom Grundpreis
Platzierung	10 % vom Grundpreis

Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

„Das Objektgeschäft 2027“ – Profitieren mit effizienter Gebäudetechnik

Deutschlands **einzigartige Sonderpublikation** zum Thema Objektgeschäft im öffentlichen Bereich, im Wirtschafts- und Industriebau.

Anhand Beispiel gebender Referenz-Reportagen aus den Bereichen:

Büro/Verwaltung:	Bürogebäude, Verwaltungsbauten, Banken, Versicherungen
Hotel/Gastronomie:	Hotels, Restaurants, Großküchen, Lounges, Wellnessbereiche
Bildung/Gesundheit:	Kitas, Schulen, Hochschulen, Arztpraxen, Krankenhäuser, Senioren- und Pflegeheime, Sporteinrichtungen
Wohnungs- und Immobilienwirtschaft:	Wohnsiedlungen, gewerbliche Immobilien
Industrie:	Produktions-, Dienstleistungs- und Verwaltungsgebäude

erhält die Industrie Gelegenheit, sich mit innovativen Produkten und Dienstleistungen für das Objektgeschäft als kompetenter Partner zu empfehlen. Modernisierungen und Neubauten unter den Aspekten der Energieoptimierung, der Kosteneinsparung für Wasser, Heizung und Betrieb werden beleuchtet, aber auch Hygiene- und Behaglichkeitsanforderungen.



Zielgruppe/Leserschaft: Fachplaner, Architekten, technische Entscheider in Bauämtern, der Wohnungswirtschaft, Schulen, Kitas, Hotels, Krankenhäusern, Feuerwehren, öffentliche Einrichtungen, SHK-Betriebe mit angeschlossener Planungsabteilung, Industrie und Banken usw.

Verbreitung:
Erhöhte Auflage:
20.000 verbreitete Exemplare

Zielgruppen- und Abonutzung der Titel von media2business: „Moderne Gebäudetechnik“, „ep ELEKTROPRAKTIKER“

- TGA+E-Fachplanungs- und Architekturbüros: 7.000 Exemplare
- Technische Entscheider in:
  * Bauämtern: 3.000 Exemplare
  * Wohnungsbaugesellschaften/ -genossenschaften: 3.500 Exemplare
  * Schulen, Kitas, Hotels, Krankenhäusern, Feuerwehren, öffentlichen Einrichtungen: 5.000 Exemplare
- SHK-Betriebe mit angeschlossener Planungsabteilung: 1.500 Exemplare

Gliederung der Sonderausgabe „Das Objektgeschäft 2027“:

Teil 1 – Grundlagen des Objektgeschäfts und Know-how bei öffentlichen Ausschreibungen, Aspekte der Förderprogramme des Bundes und der Länder.

Teil 2 – Promotion-Aktion: für die Praxis nachvollziehbare Referenz-Reportagen zum Thema Neubau oder Modernisierung. **Hier könnte sich Ihr Unternehmen mit einem Objektbericht präsentieren.**

Inhalt: Heizungstechnik, sanitäre Anlagen, luft- und klimatechnische Projekte/Objekte unter Einbeziehung energieeffizienter Produkte, regenerativer Energien und Regelungstechnik zur Energieeinsparung.

Jede Reportage beinhaltet: Projekt, Betreiber, Realisierungszeitraum, Ausrüstungen, Produkte und Leistungen, Highlights des Projektes: z. B. Energieeinsparung, CO_2-Reduzierung oder technische Raffinessen etc. (2 Druckseiten ^= circa 6.000 Zeichen; Manuskript bitte bis spätestens 16. 06. 2027 an uns).

Teil 3 – 1/2-seitige Firmenprofile der Anbieter:
Ihre Firma wird dargestellt mit: Firmenlogo 4c, Anschrift und Kommunikationsdaten, Gründungsjahr, Geschäftsführung, Niederlassungen, Beschäftigtenzahl, Jahresumsatz, Produkt- und Dienstleistungsprogramm, Kernkompetenzen, Referenzen im Bereich Objektgeschäft, Ansprechpartner (Wir geben Hilfe bei der inhaltlichen und technischen Erstellung Ihres Firmenprofils und senden Ihnen gerne diverse Muster).

Grundpaket

im Teil 2:	circa 2-seitige Objektreportage
im Teil 3:	1/2-seitiges Firmenprofil

+ 10 Beleghefte
+ PDF vom Firmenprofil
+ Online-Advertorial des Objektberichtes mit Verlinkung zu Ihrem Firmenprofil
+ Post über SocialMediaKanäle (z. B. Linkedin)
+ Firmenprofil 1 Jahr online abrufbar

Preis: 2.600,– €

Achtung: Vorteil für Anzeigenkunden:
Bei Schaltung einer Anzeige in der Sonderausgabe ab Format 1/2 Seite 4c (Preis laut Mediadaten 4.250,– €) erhalten Sie das Grundpaket kostenfrei.

Ansprechpartner Redaktion:

Silke Schilling
Telefon: 030 42151-386
E-Mail: silke.schilling@media2b.de

Ansprechpartner Anzeigen/Promotion:

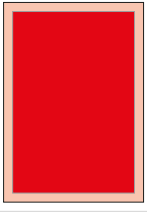
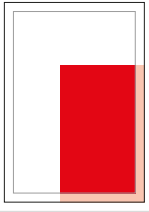
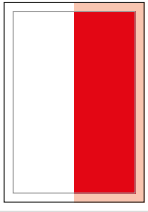
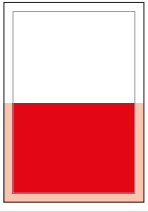
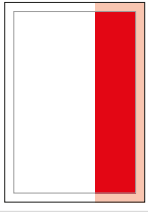
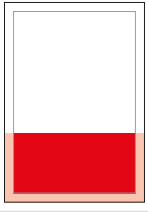
Marco Fiolka
Telefon: 030 42151-344
E-Mail: marco.fiolka@media2b.de

Termine:

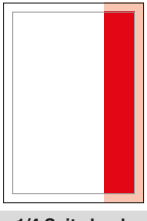
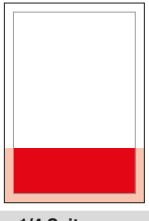
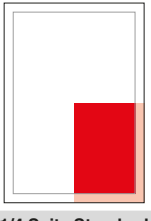
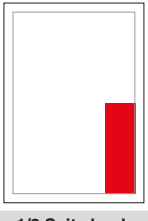
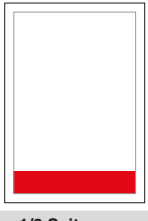
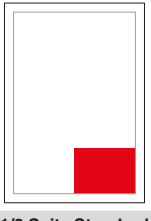
Manuskripte:	16. 06. 2027
Anzeigenschluss:	21. 07. 2027
Druckunterlagen:	29. 07. 2027
Erscheinen:	13. 08. 2027

1 Anzeigenpreise und Formate (Zuschläge nicht rabattierbar):

Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

	1/1 Seite	Juniorpage	1/2 Seite hoch	1/2 Seite quer	1/3 Seite hoch	1/3 Seite quer
im Satzspiegel	185 × 266 mm	135 × 185 mm	90 × 266 mm	185 × 130 mm	58 × 266 mm	185 × 85 mm
im Anschnitt*	210 × 297 mm	153 × 202 mm	103 × 297 mm	210 × 148 mm	70 × 297 mm	210 × 99 mm
sw-Preis	5.760,– €	3.500,– €	3.050,– €	3.050,– €	2.140,– €	2.140,– €
Preis 2-farbig	6.160,– €	3.900,– €	3.450,– €	3.450,– €	2.540,– €	2.540,– €
Preis 4-farbig	6.960,– €	4.700,– €	4.250,– €	4.250,– €	3.340,– €	3.340,– €

	1/4 Seite hoch	1/4 Seite quer	1/4 Seite Standard	1/8 Seite hoch	1/8 Seite quer	1/8 Seite Standard
im Satzspiegel	43 × 266 mm	185 × 63 mm	90 × 130 mm	43 × 130 mm	185 × 30 mm	90 × 63 mm
im Anschnitt*	52 × 297 mm	210 × 74 mm	103 × 148 mm	52 × 148 mm	210 × 49 mm	105 × 74 mm
sw-Preis	1.700,– €	1.700,– €	1.700,– €	890,– €	890,– €	890,– €
Preis 2-farbig	2.100,– €	2.100,– €	2.100,– €	1.100,– €	1.100,– €	1.100,– €
Preis 4-farbig	2.900,– €	2.900,– €	2.900,– €	1.590,– €	1.590,– €	1.590,– €

Formate: Breite × Höhe

Millimeterpreis je Spalte: 7,30 € (4-spaltig) · 9,30 € (3-spaltig)

* zuzüglich 3 mm Beschnitt an allen Heftaußenkanten, Zuschlag: 10 % vom Grundpreis

2 Zuschläge:

Platzierung

4. Umschlagseite	7.470,– €
2. Umschlagseite	7.470,– €
Titel	auf Anfrage

Farbe

Farbe wird über Farbzuschlag berechnet (nicht rabattierbar).

je Normalfarbe (Euroskala)	400,– €
Zuschlag 4-farbig	1.200,– €
je Sonderfarbe HKS	820,– €
Sonderfarbe Pantone	auf Anfrage

Format

angeschnittene Anzeigen	10 % vom Grundpreis
bindende Platzierung	10 % vom Grundpreis

3 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 %

Auf Farb-/Anschnittzuschläge, Ad Specials und Beilagen sowie Stellenanzeigen kein Nachlass.

4 Rubriken:

Stellenangebote (pro mm und Spalte)	5,00 €
Stellengesuche (pro mm und Spalte)	4,00 €
Chiffregebühr	20,00 €

5 Sonder-werbeformen:

Beihefter

2-seitig (unbeschnitten: 213 × 307 mm)	5.780,– €
4-seitig (unbeschnitten: 426 × 307 mm)	9.830,– €

(andere Beihefterumfänge auf Anfrage)

Beilagen (lose eingelegt, nicht rabattierbar)

bis 25 g	‰ 345,– €
bis 50 g	‰ 480,– €

zuzüglich Mehrporto

Aufgeklebte Postkarten, Warenmuster u. a.

(nicht rabattierbar)

Preis (maschinelle Klebung)	‰ 95,– €

zuzüglich Mehrporto

6 Kontakt:

Marco Fiolka, Anzeigenleiter
Telefon: 030 42151-344
E-Mail: marco.fiolka@media2b.de

7 Zahlungs-bedingungen/ Zahlungs-: empfänger:

media2business GmbH
UniCredit Bank GmbH Berlin
IBAN: DE30 1002 0890 0049 3501 12
BIC: HYVEDEMM488

USt-Ident-Nr.: DE 137189299

14 Tage nach Erhalt der Rechnung netto.
Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

1 Zeitschriftenformat: 210 mm breit × 297 mm hoch, DIN A4
unbeschnitten: 216 mm breit × 303 mm hoch

Satzspiegel: 185 mm breit × 266 mm hoch
2 Spalten à 90 mm Breite
3 Spalten à 58 mm Breite

2 Druck- und Bindeverfahren: Offsetdruck, Rückstichheftung
Bevorzugt werden digitale Druckunterlagen verwendet. Die Anfertigung sämtlicher Druckvorlagen, auch digitale Daten, wird berechnet.

3 Datenübermittlung: **FTP:** Ihre FTP-Zugangsdaten erhalten Sie per E-Mail von Ihrem Ansprechpartner in unserem Haus.

E-Mail: Per E-Mail übermittelte Daten dürfen die Größe von 15 MB nicht überschreiten und sollten gepackt sein (zip/sit-Format).

Datenträger: CD-ROM, Daten-DVD

Angaben zum Datenversand: Zusammen mit den Daten werden alle Informationen über Zeitschrift/Titel, Absender/Firma, Betriebssystem, verwendete Programmversionen, Dateinamen und Farben benötigt.
Auf dem Postweg versendete Daten schicken Sie bitte ebenso an die Anzeigenabteilung.

4 Datenformate: Für den Offsetdruck geeignete, hochaufgelöste Dateien im PDF-Format (pdf 1.3) mit eingebetteten Schriften (PDFX-1a, PDFX-3 oder PDFX4)
Die Annahme offener Daten ist möglich.

Für offene Daten gilt: Alle verwendeten Schriften und Schriftschnitte, auch in EPS-Files enthaltene, müssen dem Auftrag beigefügt sein.
Bilder und Grafiken müssen im CMYK-Modus zur Verfügung gestellt werden.

Programme: InDesign, Illustrator, Photoshop QuarkXpress.
Daten aus anderen Programmen nur auf Anfrage.

5 Farben: Der Druck erfolgt nach der Euroskala im Prozessstandard Offsetdruck (PSO) mit den Grundfarben Cyan, Magenta, Gelb und Schwarz.

Profile: ISOcoated_v2_eci.icc (in der Regel Papiertyp 1 Fogra 39L).
Das entsprechende Profil zur Bildseparation und PDF-Ausgabe finden Sie auf der Internetseite des ECI (www.eci.org).

6 Proof: Von jeder Seite wird ein farbverbindliches Proof nach „Medienstandard Druck“ (bvdm) oder je Farbe ein sw-Ausdruck benötigt mit jeweiliger Angabe der Farbe (EURO-Skala, HKS, Pantone).
Farbandrucke vom Farbkopierer sind nicht farbverbindlich für den Druck.

7 Datenarchivierung: Daten werden archiviert, unveränderte Wiederholungen sind deshalb in der Regel möglich.
Eine Datengarantie wird jedoch nicht übernommen.

8 Gewährleistung: Nur was auf dem Datenträger vorhanden ist, kann verarbeitet werden. Für Abweichungen in Texten, Abbildungen und insbesondere Farben übernimmt der Verlag keine Haftung.

9 Kontakt: Technische Information zum digitalen Datenversand:

Anzeigenabteilung Moderne Gebäudetechnik
Am Friedrichshain 22, 10407 Berlin
Telefon: 030 42151-344
Telefax: 030 42151-207
E-Mail: marco.fiolka@media2b.de

Beihefter: Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist die Vorlage eines verbindlichen Musters, notfalls eines Blindmusters, mit Größen und Gewichtsangaben erforderlich. Beihefter 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 ist abhängig von den technischen Möglichkeiten. Teilformatige Beihefter auf Anfrage.

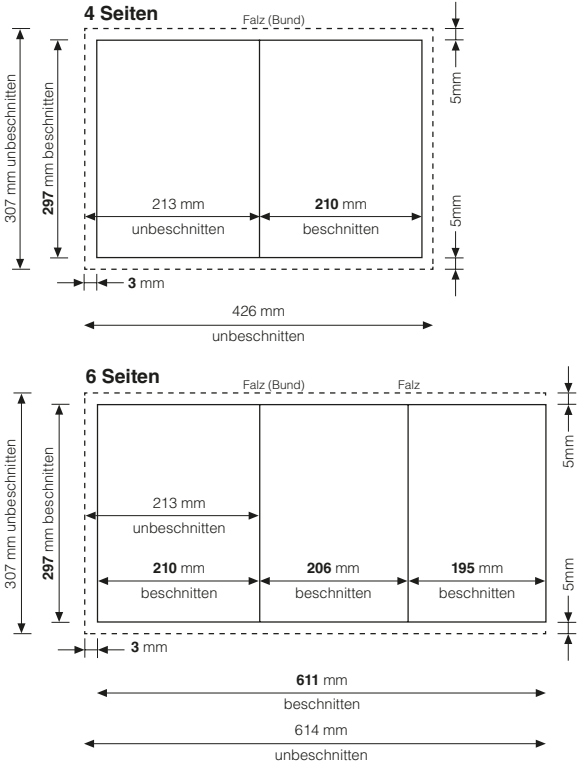
Formate: unbeschnitten
1 Blatt (= 2 Seiten) 213 mm breit × 307 mm hoch
2 Blatt (= 4 Seiten) 426 mm breit × 307 mm hoch
3 Blatt (= 6 Seiten) 614 mm breit × 307 mm hoch
4 Blatt (= 8 Seiten) = 2 × 2 Blatt

Technische Angaben: Beihefter sind unbeschnitten anzuliefern, mehrblättrige Beihefter müssen gefalzt angeliefert werden.
Die Vorderseite des Beihefters ist zu kennzeichnen.
Beihefter 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.

Benötigte Liefermenge: 13.500 Exemplare einschließlich Zuschuss

Anlieferungstermin: Bis spätestens 10 Arbeitstage vor Erscheinen des betreffenden Heftes.

Beschnittschema Rückstichheftung:



Beilagen:
Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist die Vorlage eines verbindlichen Musters mit Größen- und Gewichtsangabe bis spätestens Anzeigenschluss der jeweiligen Ausgabe 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. Die Platzierung von Beilagen erfolgt den technischen Möglichkeiten entsprechend.

Beilagenhinweis:
Ein Beilagenhinweis wird kostenlos im Inhaltsverzeichnis aufgenommen.

Benötigte Auflage:
13.500 Exemplare einschließlich Zuschuss

Anliefertermin:
Bis spätestens 10 Arbeitstage vor Erscheinen des betreffenden Heftes.

Format:
Maximal 205 mm breit × 290 mm hoch

Technische Angaben:
Beilagen müssen so beschaffen sein, dass eine zusätzliche Bearbeitung entfällt. Erschwernisse und zusätzliche Arbeiten (z. B. Falzen) werden gesondert in Rechnung gestellt.
Beilagen, die auf einem anderen Werkstoff als Papier gedruckt sind, können nur nach Vorlage eines verbindlichen Musters und vorheriger Zustimmung des Verlages und der Post angenommen werden.

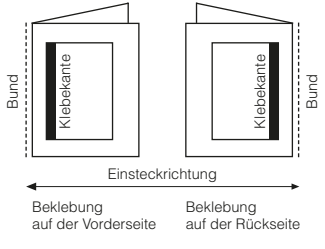
Aufgeklebte Postkarten:
Aufgeklebte Postkarten (Mindestpapiergewicht 150 g/m²) und Warenmuster auf Einheftern oder ganzseitigen Anzeigen müssen zusätzlich als Beilagen berechnet werden. Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist die Vorlage des Anzeigenmotivs mit aufgeklebter Postkarte (Standmuster), notfalls 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.
Maximalgröße für aufgeklebte Warenmuster: 25 cm²,
Maximallänge einer Kante: 6 cm

Benötigte Liefermenge:
13.500 Exemplare einschließlich Zuschuss

Anlieferungstermin:
Bis spätestens 10 Arbeitstage vor Erscheinen des betreffenden Heftes.

Technische Angaben:
Bei aufgeklebten Postkarten sollten die Klebekanten in Bundrichtung liegen.



Versandanschrift:
Möller Pro Media GmbH
Zeppelinstraße 6
16356 Ahrensfelde/OT Blumberg

Liefervermerk:
Für Moderne Gebäudetechnik Nr. X/2027,
Name des Kunden, Bezeichnung der Drucksache,
Auflagenhöhe, Lieferanzahl der Paletten/Pakete

Sonderwerbeformen Moderne Gebäudetechnik

Das Online-Advertorial (Native Advertising, Content Marketing)

Mit einem Online-Advertorial auf tga-praxis.de haben Sie die Möglichkeit, Ihre Werbebotschaft mittels Text und Bild gezielt im redaktionellen Umfeld von Moderne Gebäudetechnik zu platzieren.
Sie sprechen unsere Leser in ihrem gewohnten Leseumfeld an und erzeugen eine sehr hohe Aufmerksamkeit sowie Kommunikationsbreite innerhalb unserer hochwertigen Zielgruppe.

Leistungen

- 3.500 bis 6.000 Zeichen
- Überschrift (maximal 85 Zeichen)
- Aufmacherbild (900 × 600 Pixel)
- 1 bis 5 weitere Bilder (900 Pixel breit, Bildunterschrift maximal 200 Zeichen
- Backlinks, Dateianhänge, Videos (Youtube- oder Vimeo-Link)

Platzierung

- Teaser-Platzierung auf der Startseite als 2. News mit Bild, Überschrift, Teaser-Text (150 Zeichen) und Link zum Advertorial
- Header-Teaser oberhalb der Navigationsleiste mit Link zum Advertorial

Ihre Vorteile

- Exklusivität
- Professionelles Reporting am Kampagnenende

Konditionen

Laufzeit: 1 Monat
Preis: 4.600,– €

Die Native TextAd (Native Advertising, Lead- und Traffic-Generierung)

Das Textbanner mit Bild ist eine native Werbeform, die direkt im redaktionellen Bereich unserer Webpräsenz platziert ist und eine überdurchschnittliche Aufmerksamkeit garantiert.

Leistungen

- Überschrift (circa 30 Zeichen inklusive Leerzeichen), Teasertext (circa 100 Zeichen inklusive Leerzeichen), Bild (im Seitenverhältnis 3:2, 540 × 360 Pixel) und externe Verlinkung nach Wunsch
- Werbeformat mit „Look & Feel“ eines Redaktionsbeitrags
- Neben Image-Kampagnen besonders geeignet für Lead- bzw. Traffic-Generierung

Platzierung

- Platzierung auf der Startseite als 5. bzw. 8. News (hier wird der Text als Teaser gekürzt)
- Innerhalb jeder Newsansicht oberhalb oder unterhalb des Newstextes (hier erscheint der vollständige Text)

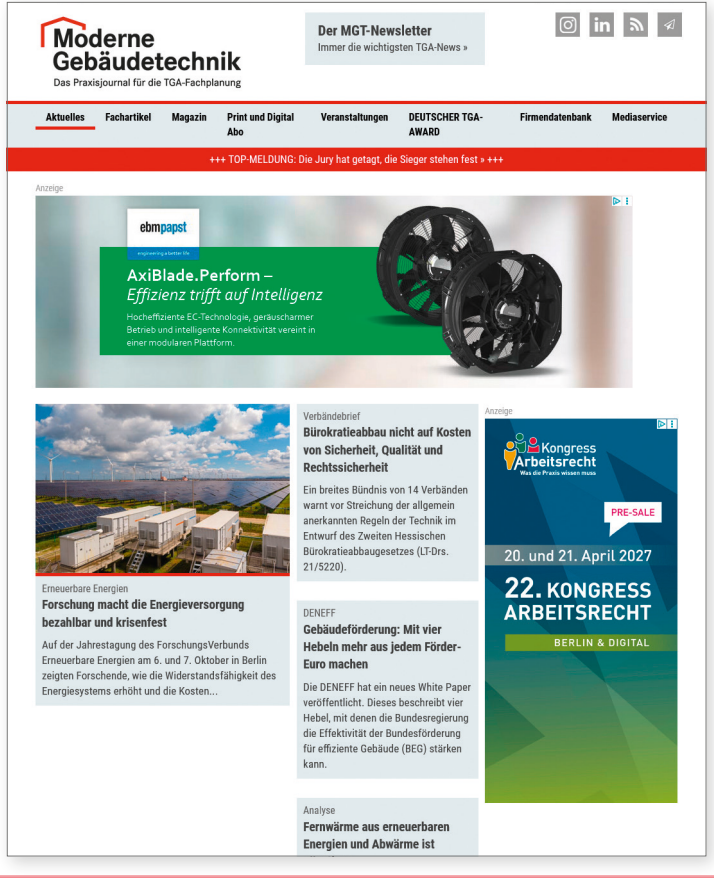
Ihre Vorteile

Professionelles Reporting nach Laufzeitende mit Impressions, Klicks und CTR

Konditionen

Laufzeit: 1 Monat
Preis: 1.350,– €

Web-Adresse:	**www.tga-praxis.de**
Kurzcharakteristik:	Tagesaktuelle News aus der Branche, Abruf von Fachartikeln, Archiv, Produktnews, Firmendatenbank mit über 1.000 Unternehmensdaten, Firmenprofile, Fach-Links, aktuelle Termine/Messen, Kongresse, Tagungen
Zielgruppe:	TGA-Fachplaner in Ingenieurbüros, Architekten, Planer in der Wohnungswirtschaft, Planer in SHK-Betrieben, kommunale Bauämter
Verlag:	media2business GmbH 10400 Berlin · Deutschland Hausanschrift: Am Friedrichshain 22 · 10407 Berlin
Ansprechpartner Redaktion:	Silke Schilling, Chefredakteurin E-Mail: silke.schilling@media2b.de Telefon: 030 42151-386
Ansprechpartner Online-Werbung:	Marco Fiolka, Anzeigenleiter E-Mail: marco.fiolka@media2b.de Telefon: 030 42151-344
Zahlungs-bedingungen/ Zahlungs-empfänger:	media2business GmbH UniCredit Bank GmbH Berlin IBAN: DE30 1002 0890 0049 3501 12 BIC: HYVEDEMM488 USt-Ident-Nr.: DE 137189299 14 Tage nach Erhalt der Rechnung netto. Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.



Rabatte:

Bei Abnahme innerhalb 12 Monaten (Insertionsjahr):

Malstaffel

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

Rubriken:

gesamte Website im Rotationsverfahren
mit höchstens 3 weiteren Bannern oder exklusiv

Dateiformate:

GIF, JPG, PNG maximal 100 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:
marco.fiolka@media2b.de

Lieferfrist:

spätestens 5 Arbeitstage vor Kampagnenbeginn

Bei Anlieferung benötigen wir die erforderlichen Meta-Informationen:

- Kundenname
- Buchungszeitraum
- Platzierung auf der Site
- Ansprechpartner
- Klick-URL
- Kampagnenname
- belegte Site
- Werbeformat
- Motivname (optional)
- Alt-Text (optional)

Reporting:

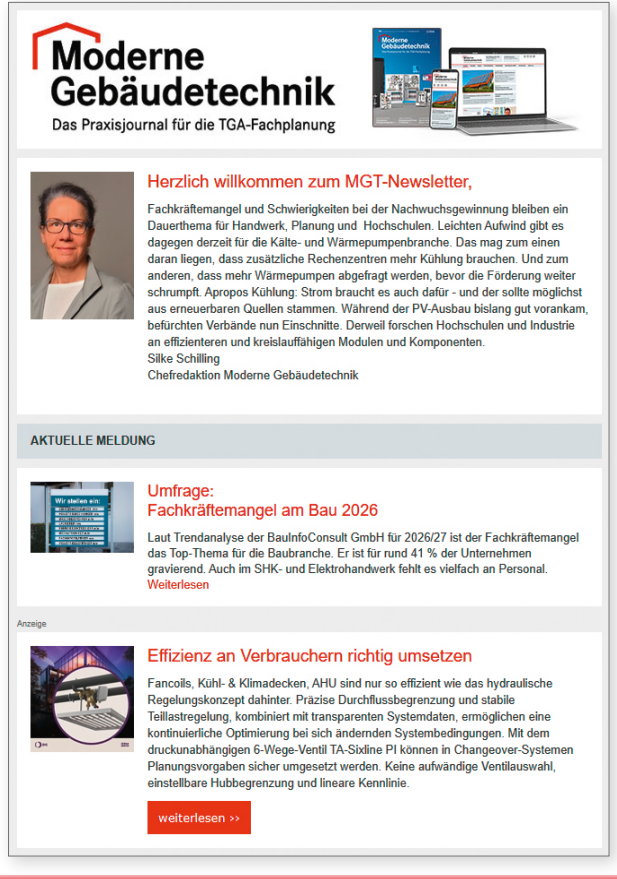
Sie erhalten auf Wunsch eine Auswertung
der Ad-Impressions und Ad-Clicks.

	Werbeform	Format (Breite × Höhe)	Platzierung	Preis je Monat
	**Billboard**	bis maximal 930 × 300 (oder Standard 800 × 250) Pixel	direkt unter der Haupt-navigation	2.500,– €
	**Super Banner (Leaderboard)**	728 × 90 Pixel	gesamte HP oben	2.300,– €
	**Full Banner**	468 × 60 Pixel	gesamte HP oben oder im Content	1.950,– €
	**Half Page**	300 × 600 Pixel	rechts außen oder linke Sidebar	2.600,– €
	**Skyscraper**	120 × 600 Pixel	rechts außen oder linke Sidebar	2.250,– €
	**Wide Skyscraper**	160 × 600 Pixel	rechts außen oder linke Sidebar	2.400,– €
	**Medium Rectangle**	300 × 250 Pixel	linke Sidebar	990,– €
	**Mobile Banner**	300 × 100 Pixel	gesamte HP (nur mobil)	710,– €
	**Firmenprofil**	1/2 Seite	Firmen/ Branchen/ Firmenprofile	1.200,– € für 12 Monate

Name:	Moderne Gebäudetechnik
Kurzcharakteristik:	Der Newsletter von „Moderne Gebäudetechnik“ erscheint 14-täglich mit Top-News für Planer aus der TGA-Branche mit ausgewählten Fachbeiträgen und Produktinfos und aktuellen Terminen.
Zielgruppe:	TGA-Fachplaner in Ingenieurbüros, Architekten, Planer in SHK-Betrieben und in der Wohnungswirtschaft, Bauämter, Sachverständige
Erscheinungsweise:	14-täglich
Verlag:	media2business GmbH 10400 Berlin · Deutschland Hausanschrift: Am Friedrichshain 22 10407 Berlin
Ansprechpartner Redaktion:	Silke Schilling, Chefredakteurin E-Mail: silke.schilling@media2b.de Telefon: 030 42151-386
Ansprechpartner Anzeigen:	Marco Fiolka, Anzeigenleiter E-Mail: marco.fiolka@media2b.de Telefon: 030 42151-344
Rabatte:	Bei Abnahme innerhalb 12 Monaten (Insertionsjahr):

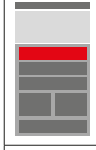
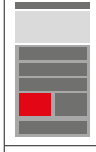
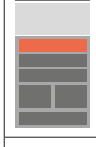
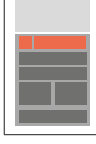
Malstaffel

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



Termine Newsletter 2027:

Januar			
21.01.2027			
Februar			
04.02.2027	11.02.2027	18.02.2027	25.02.2027
März			
04.03.2027	11.03.2027	25.03.2027	
April			
08.04.2027	15.04.2027	22.04.2027	
Mai			
05.05.2027	20.05.2027		
Juni			
03.06.2027	24.06.2027		
Juli			
08.07.2027	22.07.2027		
August			
05.08.2027	19.08.2027		
September			
02.09.2027	09.09.2027	16.09.2027	23.09.2027
Oktober			
07.10.2027	14.10.2027	21.10.2027	28.10.2027
November			
04.11.2027	11.11.2027	25.11.2027	
Dezember			
09.12.2027			

	Werbeform	Format (Breite × Höhe)	Platzierung	Preis je Ausgabe
	**Full Banner**	468 × 60 Pixel	horizontal, über dem Inhalt	1.380,– €
	**Special NL Banner***	650 × 85 Pixel	horizontal, über gesamte Newsletterbreite	1.680,– €
	**Medium Rectangle**	300 × 250 Pixel	seitenintegriert, im zweispaltigen Teil	1.070,– €
	**Textanzeige**	maximal 600 Zeichen inklusive Leerzeichen	Anzeige in Textform in Newsletter implementiert	950,– €
	**Textanzeige mit Bild**	maximal 500 Zeichen inklusive Leerzeichen + Bild	Anzeige in Textform in Newsletter implementiert, mit Bild	1.100,– €

* Weitere Formate auf Anfrage.

Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) für Anzeigen, Fremdbeilagen und Online-Werbung

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.
    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.
    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.
    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.
    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.
    f) Der Ausschluss oder die Begrenzung von Ansprüchen gem. den vorstehenden Ziffern a) bis e) schließt Ansprüche gegen Mitarbeiter und Beauftragte des Verlags ein.
    g) Eine Haftung des Verlages wegen Personenschäden, Fehlens zugesicherter Eigenschaften oder nach dem Produkthaftungsgesetz bleibt unberührt.
    h) Keine Ansprüche des Auftraggebers bestehen für den Fall, dass die Nichtverfügbarkeit auf Arbeiten oder Wartungsaufgaben beruht, die lediglich im Interesse des Auftraggebers erfolgen.
    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.
    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 demnach 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.



Im November 2028 wird der **DEUTSCHE TGA-AWARD** als die nationale Auszeichnung für TGA-Planer und herstellende Unternehmen der TGA-Branche, die sich durch herausragendes Engagement im Sinne einer nachhaltigen Zukunft in unserer Branche verdient gemacht haben, verliehen. Hinter ihm stehen neben der Zeitschrift **„Moderne Gebäudetechnik“** viele Partner aus den Bereichen TGA-Fachplanung, Wohnungswirtschaft, Wirtschaftsvereinigungen und -verbände sowie Partner aus der Industrie.

Wir möchten Ihnen die Möglichkeit bieten, sich als **offizieller Sponsor** des **DEUTSCHEN TGA-AWARD** (Auslobung 2028) zu bewerben. Als Sponsor erhält Ihre Firma die einmalige Gelegenheit, sich einem breiten Fachpublikum als Förderer von innovativen und zukunftsfähigen TGA-Projekten vorzustellen. Sie sorgen so nicht nur für Kundenbindung und Erschließung weiterer Marktpotenziale, sondern für einen merklichen Aufmerksamkeitsschub für Ihr Unternehmen.

Wir bitten jedoch um Verständnis, dass wir aus jeder Teil-Branche nur eine Firma als Sponsor zulassen können (z. B. Lüftungstechnik, Klimatechnik, Gebäudeautomation, Sanitärtechnik usw.).

Sponsoring-Paket: **DEUTSCHER TGA-AWARD** – gilt für die Auslobung 2028

Zeitraum: Sponsoring bis zur Preisverleihung im November 2028

Wir senden Ihnen gerne ein Angebot für Ihr Sponsoring-Paket zu.

Kontakt: Marco Fiolka
Telefon: 030 42151-344
E-Mail: marco.fiolka@media2b.de

Fach-Publikationen

media2business GmbH, Berlin

Arbeitsrecht



Elektrotechnik



Gebäudetechnik



Bestellen Sie noch heute Ihr Probeexemplar und die aktuellen Mediadaten!