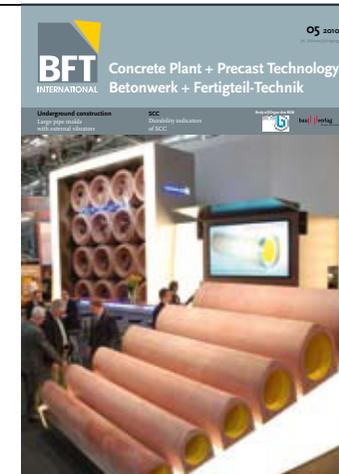


BFT INTERNATIONAL ist Organ des **Bundesverband Betonbauteile Deutschland e. V.**
BFT INTERNATIONAL is organ of **German Precast Concrete Federation e.V.**



MEDIA-INFORMATIONEN 2011

www.bft-online.info



bau|||verlag
Wir geben Ideen Raum

www.bauverlag-media.de



Die B2B-Entscheiderstudie 2010 hat gezeigt:

Print und Online ergänzen sich optimal!

Die Print-Online-Kombination von Fachmedien liegt bei 91% Nutzung!

“

The B2B Decision-Makers study 2010 has shown:

Print and Online compliment optimal!

The print-online combination of specialized media is 91% of usage!

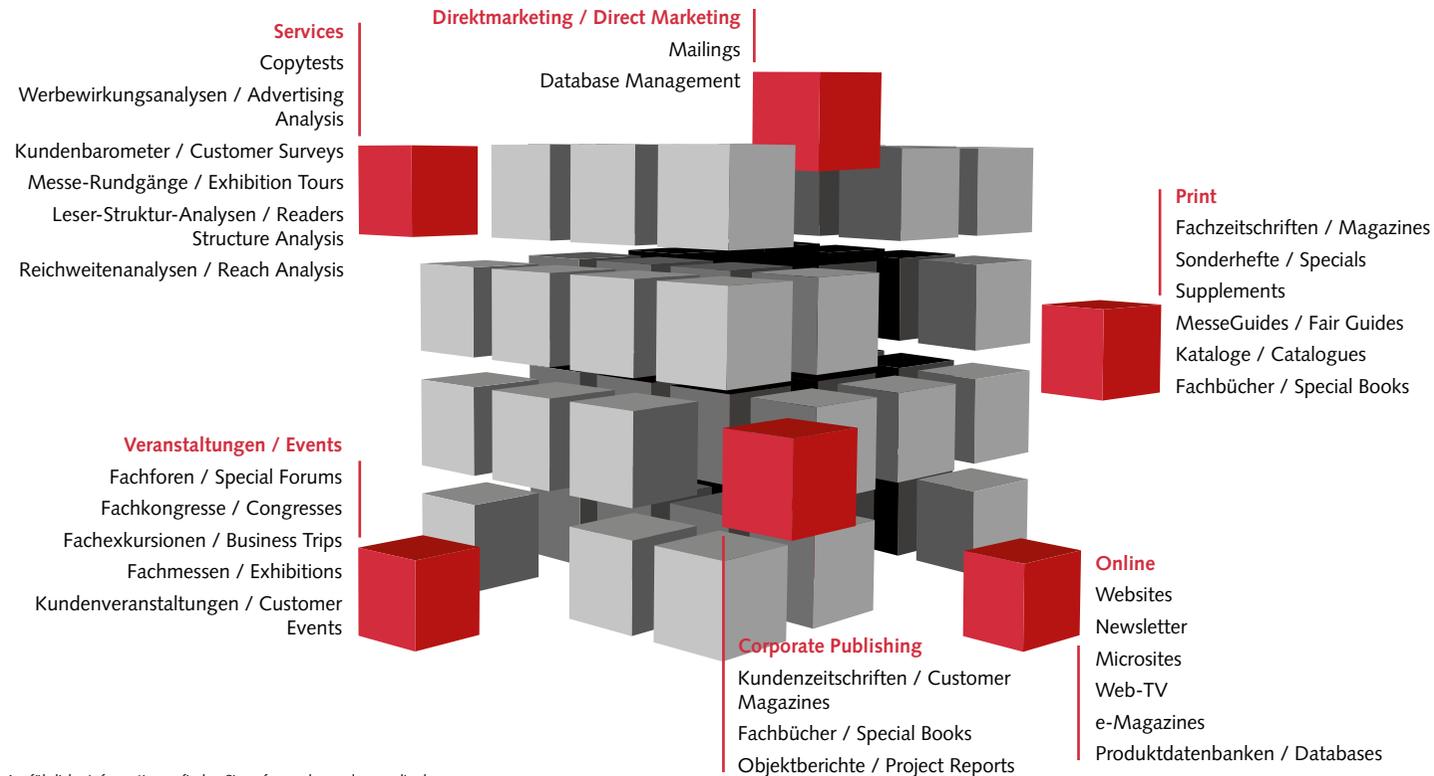
”

Klaus Wöhler

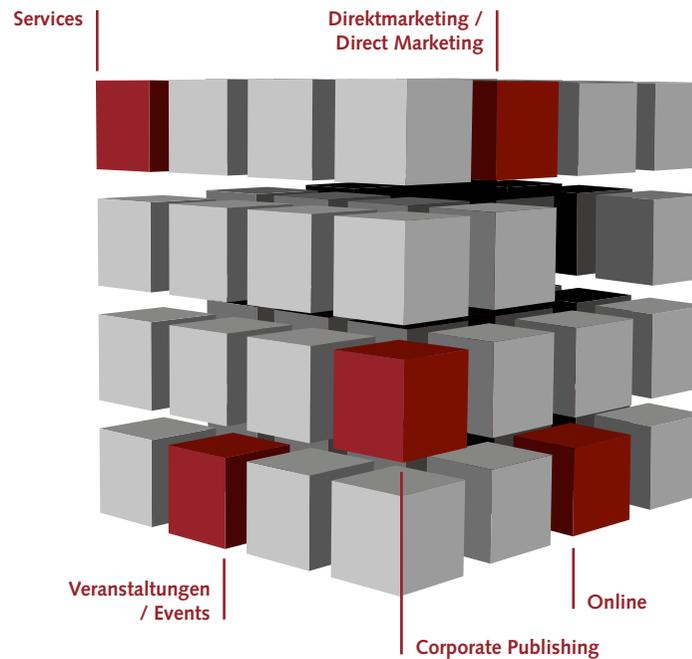
Director, TNS Emnid Medien- und Sozialforschung GmbH, Bielefeld



Crossmedia im Bauverlag – Raum für Vernetzung / Room for Networking



Raum für Print / Room for Print



Print

Fachzeitschriften/ Special Magazines
Sonderhefte / Specials
Supplements
MesseGuides / Exhibition Guides
Kataloge / Catalogues
Fachbücher / Special Books





CONCRETE PLANT + PRECAST TECHNOLOGY
BETONWERK + FERTIGTEIL-TECHNIK

Media-Informationen
Media-Information

2011



BFT FACTS IN BRIEF

- True to the principle "quality over quantity", BFT INTERNATIONAL reaches competent decision-maker worldwide
- With over 110,000 issues published every year, BFT INTERNATIONAL is represented in the complete market.
- Owner/CEO's and leading employees are reached easily (87%).
- Over 38% of the readership of BFT INTERNATIONAL are exclusive readers! They only use BFT as their professional magazine.

TOGETHER TOWARDS A COMMON GOAL



**BFT Russian
Edition 2011**



**BFT Latin America/
Spain Edition 2011**



**Beton Bauteile
2011**

Bauverlag BV GmbH | Avenwedder Str. 55 | Postfach 120 | D-33311 Gütersloh | Tel.: +49 (0) 52 41/80-892 78 | Fax: +49 (0) 52 41/80-68 92 78



BFT INTERNATIONAL Betonwerk + Fertigteil-Technik

Die BFT INTERNATIONAL Betonwerk + Fertigteil-Technik ist das seit über sieben Jahrzehnten anerkannte Branchenmagazin für die Hersteller von Betonwaren und Fertigteilen sowie für im Fertigteilbau tätige Unternehmen. Sie richtet sich vorrangig an Führungskräfte dieses bedeutenden Industriebereiches, die Verbreitung erfolgt weltweit.

Die Fachbeiträge in **BFT INTERNATIONAL** beinhalten umfassende Informationen zur maschinellen Ausrüstung in den Werken vom Mischprozess über die eigentliche Herstellung bis hin zum Transport der fertigen Produkte. Weiterhin stehen in der Berichterstattung neben wissenschaftlichen Erkenntnissen in der Betontechnologie sowie der Bewehrungs- und Verbindungstechnik auch Fragen der Organisation und der Rationalisierung im Vordergrund. Am Beispiel moderner Beton- und Fertigteilwerke wird der jeweilige technische Stand in den einzelnen Produktionszweigen dargestellt. Parallel hierzu vermitteln Produkt- und Objektdarstellungen Anregungen zur Gestaltung und Konstruktion. Ferner bieten die Firmen-, Verbands- und Produktneuheiten die Möglichkeit, das aktuelle Branchengeschehen zu verfolgen.

BFT INTERNATIONAL ist „Mittler“ zwischen Baustoffmaschinen- / Zulieferindustrie und Betonwerken sowie Plattform zu einem internationalen Erfahrungsaustausch unter Berücksichtigung neuester wissenschaftlicher Erkenntnisse.

- 2 **Erscheinungsweise/** monatlich + Sonderausgaben
published: monthly + special issues
- 3 **Jahrgang/Jahr:** 77. Jahrgang/2011
Age/year: 77. volume/2011
- 4 **Internet:** www.bft-online.info

BFT INTERNATIONAL Concrete Plant + Precast Technology

BFT INTERNATIONAL Concrete Plant + Precast Technology has been the recognized trade journal for manufacturers of concrete and precast concrete products as well as for companies specializing in precast construction for over seven decades. It addresses primarily the executive personnel of this important segment of industry and is distributed worldwide.

The technical articles in **BFT INTERNATIONAL** provide comprehensive information on the mechanical equipment in the plants – ranging from mixing processes to actual production, all the way to the transport of the finished products. The articles, apart from reporting on scientific findings in concrete technology as well as reinforcement and connection engineering, also focus on questions of organization and rationalization. In the case of modern concrete and precast concrete plants, the current technical statuses of the individual production branches are presented. In parallel to this, the product and project presentations provide ideas for design and construction. Furthermore, the innovations of companies and associations and the product news featured make it possible to closely follow what is happening in the precast industry. **BFT INTERNATIONAL** is a „mediator“ between the building materials machinery/supplier industries and precast plants as well as a platform for an international exchange of experience that takes into consideration the latest scientific findings.

- 5 **Mitgliedschaften/Memberships:** National Precast Concrete Association (NPCA)



- 6 **Organ/Medium:** Bundesverband Betonbauteile Deutschland e. V., Berlin





Media-Informationen Media-Information 2011

Umfangs- und Inhaltsanalyse Analysis of scope and contents



**7 Herausgeber/
Publisher:** –

**8 Verlag/
publishing house:** Bauverlag BV GmbH

**Postanschrift/
postal address:** Postfach 120, 33311 Gütersloh, Germany

**Hausanschrift/
location:** Avenwedder Straße 55, 33335 Gütersloh, Germany

Telefon/phone: +49 (0)5241/80-8 92 78

Telefax/fax: +49 (0)5241/80-68 92 78

Internet: www.bauverlag.de

E-Mail: jens.maurus@bauverlag.de

**9 Chefredakteur/
Editor-in-chief:** Andrea Janzen
E-Mail: andrea.janzen@bauverlag.de
Tel.: +49 (0)5241/80-8 93 63
Fax: +49 (0)5241/80-68 93 63

**Redakteur/
Editor:** E-Mail: bft@bauverlag.de
Tel.: +49 (0)5241/80-8 91 03
Fax: +49 (0)5241/80-68 91 03

**10 Anzeigen/
advertising departm.:** Jens Maurus (Anzeigenleiter)
Tel.: +49 (0)5241/80-8 92 78
E-Mail: jens.maurus@bauverlag.de

11 Vertrieb/distribution: Britta Kösters
Tel.: +49 (0)5241/80-4 58 34
E-Mail: britta.koesters@bauverlag.de

**12 Bezugspreis/
subscription:** Inland/Germany € 216,00
Ausland/Foreign country € 234,60
Einzelverkauf/Single issue € 22,00

13 ISSN: 0373-4331

14 Umfangs-Analyse/Analysis of scope: 2009 = 18 Ausgaben/issues

Format der Zeitschrift/format: DIN A4

Gesamtumfang/total content: 1.962 Seiten/pages = 100,00%

Redaktioneller Teil/editorial: 1.539 Seiten/pages = 78,50%

Anzeigenteil/advertisements: 423 Seiten/pages = 21,50%

davon/of it: Stellen- und Gelegenheitsanzeigen/ 22 Seiten/pages = 5,2%
Classified ads:
Einhefter/Durchhefter/ 6,0 Seiten/pages = 1,4%
Bound inserts:
Verlagseigene Anzeigen/ 11,5 Seiten/pages = 2,7%
ads from the publisher:

**15 Inhaltsanalyse des redaktionellen Teils/
Content analysis of editorial matter:**

Gesamtumfang BFT International/Total content: 2009 = 1539 Seiten

Inhalt/Content: 32 Seiten = 2,0%

Aktuelles (Normen, Produkte, Firmennews,
Veranstaltungen, Patente)/News: 436 Seiten = 28,3%

Betontechnologie/Concrete technology: 317 Seiten = 20,5%

Produktions- und Anlagentechnik, Werkberichte/
Production and plant technique, plant reports: 405 Seiten = 26,3%

Produkt- und Bautechnik/Product and construction
technique: 275 Seiten = 17,8%

Spin-offs, Management, Interview: 74 Seiten = 4,8%

1539 Seiten = 100%



**16 Auflagenkontrolle/
Circulation control:**



17 Auflagen-Analyse/

Exemplare pro Ausgabe
im Quartalsdurchschnitt
(1. Juli 2009 bis 30. Juni 2010)
Copies per issue
(1. Juli 2009 bis 30. Juni 2010)

Circulation Analysis:

**Druckauflage/
Circulation:**

8.000

**Tatsächlich verbreitete
Auflage (tvA)/
Number of copies
actually distributed:**

7.758 davon Ausland/
Foreign countries: 6.113

**Verkaufte Auflage/
Sold circulation:**

1.419 davon Ausland/
Foreign countries: 477

- Abonnierte Exemplare/
Subscription copies: 1.380
- Sonstiger Verkauf/
Other sales: 36
- Einzelverkauf/
Single sales: 3

**Freistücke/
Free copies:**

6.339 davon Ausland/
foreign countries: 5.636

Rest-, Archiv- und
Belegexemplare/
Remainder, archive
and voucher copies: 242

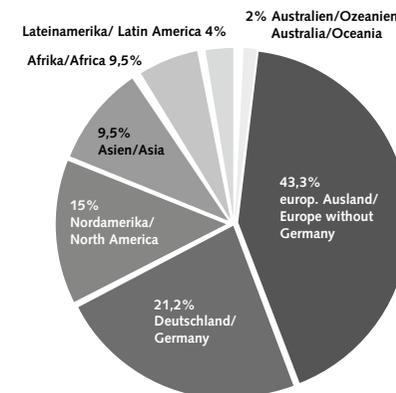
**18 Geographische Verbreitungs-Analyse/
Geographical distribution analysis:**

Wirtschaftsraum/Area of business	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage/ copies actually distributed	
	%	Exemplare/copies
Inland /Germany	21,2	1.645
Ausland/foreign countries	78,8	6.113
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA) Number of copies actually distributed	100,0	7.758

**18.1 Darstellung der Auslandsverbreitung (aktueller Stand 2010) /
International circulation breakdown**

Die internationale Ver-
breitung von BFT erfolgt
weltweit in 137 Ländern.

BFT International is
distributed in 137 countries
worldwide.





Kurzfassung der Erhebungsmethode zur Verbreitungsanalyse (AMF-Schema 2, Ziffer 18)

1. Untersuchungsmethode:

Verbreitungs-Analyse 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. Aufgrund der vorhandenen postalischen Angaben kann die Datei nach Postleitzahlen, bzw. Inland- und Auslandsempfängern sortiert werden.

2.2 Gesamtzahl Empfänger in der Datei: 32.816

2.3 Gesamtzahl der wechselnden Empfänger: 31.139
(Wechsel nach jeder dritten Ausgabe)

2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

– Verkaufte Auflage		1.285
davon: abonnierte Exemplare	1.251	
Einzelverkauf	2	
sonstiger Verkauf	32	
– Freistücke		6.466
davon: ständige Freistücke	235	
wechselnde Freistücke	5.895	
Werbeexemplare	336	
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)		7.751
→ davon Inland	1.629	
→ davon Ausland	6.122	

3. Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA)	7.751 = 100,0%
Davon in der Untersuchung nicht erfasst:	370 = 4,8%
→ Einzelverkauf	2
→ sonstiger Verkauf	32
→ Werbeexemplare	336
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA)	7.381 = 95,2%

3.2 Tag der Dateiauswertung: 26. August 2010

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 17 projiziert.

3.4 Zielperson der Untersuchung: entfällt

3.5 Definition des Lesers: entfällt

3.6 Zeitraum der Untersuchung: August 2010

3.7 Durchführung der Untersuchung: Verlag

Issue/Ausgabe	Main Topics	Schwerpunkte	Veranstaltungen/Events
01/2011 ACD/AS: 16.12.2010 PD/ET: 06.01.2011	Concrete products and concrete technology Anchoring and reinforcement technology Mixing technology	Fertigteile, Betonwaren, Betontechnologie Befestigungs- und Bewehrungstechnik Mischtechnik	BUDMA , Posen BAU , München WORLD OF CONCRETE , Las Vegas THE PRECAST SHOW , Charlotte N.C.
	Special/Ausgabe Precast Show + ICON Expo Preview/Vorberichte 55. BetonTage 2011		
Russian Edition 01/2011 ACD/AS: 14.01.2011 PD/ET: 14.02.2011	Production of structural precast components, concrete blocks, pipes and manholes, Concrete technology	Produktion von konstruktiven Fertigteilen, Steinen, Rohren und Schächten Betontechnologie	KievBuild , Kiev SamaraBuild , Samara Stroytech , Moskau StroiSib , Nowosibirsk 
02/2011 ACD/AS: 21.01.2011 PD/ET: 07.02.2011	Proceedings 55. BetonTage (Meeting of the European precast concrete industry)	Kongressunterlagen 55. BetonTage	55. BETONTAGE 2011 , Ulm bC INDIA , Mumbai INTERBUD , Lodz KIEVBUILD , Kiev
	Special/Ausgabe 55. BetonTage 2011		
Latin America/Spain Edition 01/2011 ACD/AS: 24.02.2011 PD/ET: 14.03.2011	Production of structural precast components, concrete blocks, pipes and manholes, Concrete technology	Produktion von konstruktiven Fertigteilen, Steinen, Rohren und Schächten Betontechnologie	FEICON , Sao Paulo SMOPYC , Zaragoza CONSTRUMAT , Barcelona TEKTÓNICA , Lissabon  
03/2011 ACD/AS: 11.02.2011 PD/ET: 01.03.2011	Concrete products and concrete technology Precast element production Finishing SCC	Fertigteile, Betonwaren, Betontechnologie Fertigteilherstellung Nachbehandlung/Veredelung SVB	THE BIG5 Kingdom of Saudi Arabia , Jeddah SAMOTER , Verona ICONEXPO , Las Vegas SCANBYGG , Göteborg
04/2011 ACD/AS: 18.03.2011 PD/ET: 04.04.2011	Concrete products and concrete technology Products for garden and landscape construction Raw materials Autoclaved aerated concrete	Fertigteile, Betonwaren, Betontechnologie Betonwaren/Galabau Rohstoffe Porenbeton	FEICON , Sao Paulo CONSTRUMA , Budapest SMOPYC , Zaragoza ConBUILD Indonesia , Jakarta TurkeyBUILD , Istanbul

Issue/Ausgabe	Main Topics	Schwerpunkte	Veranstaltungen/Events
05/2011 ACD/AS: 13.04.2011 PD/ET: 03.05.2011	Concrete products and concrete technology Concrete products for civil and underground engineering SCC	Fertigteile, Betonwaren, Betontechnologie Fertigteile für den Tiefbau SVB	PROJECT Qatar , Doha CONSTRUMAT , Barcelona TEKTÓNICA , Lissabon CTT , Moskau
Russian Edition 02/2011 ACD/AS: 15.04.2011 PD/ET: 16.05.2011	Production of structural precast components, concrete blocks, pipes and manholes, Concrete technology	Produktion von konstruktiven Fertigteilen, Steinen, Rohren und Schächten Betontechnologie	CTT , Moskau GeorgiaBuild , Tiflis BuildExpo Kazakhstan , Astana 
06/2011 ACD/AS: 18.05.2011 PD/ET: 06.06.2011	Concrete products and concrete technology Mixing technology Data processing, automation and engineering	Fertigteile, Betonwaren, Betontechnologie Mischtechnik EDV, Automation und Steuerungstechnik	CTT , Moskau GEORGIABUILD , Tiflis CONCRETO Latinoamerica , Mexiko City INTERBUILD , Kairo
Latin America/Spain Edition 02/2011 ACD/AS: 01.07.2011 PD/ET: 18.07.2011	Production of structural precast components, concrete blocks, pipes and manholes, Concrete technology	Produktion von konstruktiven Fertigteilen, Steinen, Rohren und Schächten Betontechnologie	CONCRETE SHOW 2011 , Sao Paulo CONCRETO Latinoamerica , Mexiko City BATIMAT EXPOVIVIENDA , Buenos Aires  
07/2011 ACD/AS: 16.06.2011 PD/ET: 05.07.2011	Concrete products and concrete technology Concrete and Color Concrete roofing tiles	Fertigteile, Betonwaren, Betontechnologie Beton und Farbe Betondachsteine	BUILD Asia , Karachi ERBIL New Iraq , Erbil FERIA Internacional Quito Construcción , Quito MIDDLE EAST Building , Amman
08/2011 ACD/AS: 15.07.2011 PD/ET: 01.08.2011	Concrete products and concrete technology Precast production Anchoring and reinforcement technology SCC	Fertigteile, Betonwaren, Betontechnologie Fertigteilherstellung Befestigungs- und Bewehrungstechnik SVB	CONCRETE SHOW , Sao Paulo TEHRAN Confair , Teheran
09/2011 ACD/AS: 18.08.2011 PD/ET: 05.09.2011	Concrete products and concrete technology Products for garden and landscape construction Molds and formwork	Fertigteile, Betonwaren, Betontechnologie Betonwaren/Galabau Schalungen und Formen	KAZBUILD , Almaty BALTICBuild , St. Petersburg TurkeyBUILD , Ankara CONBUILD Vietnam , Hanoi PROJECT Iraq , Arbil

Issue/Ausgabe	Main Topics	Schwerpunkte	Veranstaltungen/Events
Latin America/Spain Edition 03/2011 ACD/AS: 16.09.2011 PD/ET: 04.10.2011	Production of structural precast components, concrete blocks, pipes and manholes, Concrete technology	Produktion von konstruktiven Fertigteilen, Steinen, Rohren und Schächten Betontechnologie	CONSTRUTEC , Madrid CONCRETA , Porto FEMATEC , Buenos Aires
10/2011 ACD/AS: 16.09.2011 PD/ET: 05.10.2011	Concrete products and concrete technology Concrete technology Prestressed Concrete	Fertigteile, Betonwaren, Betontechnologie Betontechnologie Spannbeton	SAUDI BUILD , Riad SAIE , Bologna BAKUBUILD , Baku CONMEX Middle East , Sharjah
Russian Edition 03/2011 ACD/AS: 14.09.2011 PD/ET: 14.10.2011	Production of structural precast components, concrete blocks, pipes and manholes, Concrete technology	Produktion von konstruktiven Fertigteilen, Steinen, Rohren und Schächten Betontechnologie	CONTECH , Moskau BAKUBuild , Baku BUDTECH , Kiew BUILDTEch , Odessa
11/2011 ACD/AS: 17.10.2011 PD/ET: 03.11.2011	Concrete products and concrete technology Products for civil and underground engineering	Fertigteile, Betonwaren, Betontechnologie Fertigteile für den Tiefbau	BATIMAT , Paris Constru India , Mumbai EXCON , Bangalore THE BIG5 SHOW , Dubai IFF TAGUNG , Weimar
Special/Messeausgabe zur BIG 5 Show, Dubai			
12/2011 ACD/AS: 18.11.2011 PD/ET: 06.12.2011	Concrete products and concrete technology Autoclaved aerated concrete Finishing	Fertigteile, Betonwaren, Betontechnologie Porenbeton Nachbehandlung/Veredelung	COMMEX , Hyderabad

ACD/AS: Advertising deadline/Anzeigenschluss; PD/ET: Publishing date/Erscheinungstermin
(Subject to alterations and additions – as of 30.08.2010/Änderungen und Ergänzungen vorbehalten, Stand 30.08.2010)



BFT Russian Edition 2011

	issue	advertising closing date	publishing date	
	1/2011	14.01.2011	14.02.2011	
	2/2011	15.04.2011	16.05.2011	
	3/2011	14.09.2011	14.10.2011	
number of inseration	ad 1/1 page 4 c	ad 1/2 page 4 c	ad 1/3 page 4 c	ad 1/4 page 4 c
1	€ 3.472,-	€ 1.975,-	€ 1.379,-	€ 1.210,-

The special edition Russia with a circulation of 3000 copies will be distributed to concrete and precast plants and different events in the Russian-speaking regions.

Die Sonderausgabe Russland mit einer Auflage von 3000 Exemplaren wird an Beton- und Fertigteilwerke sowie auf verschiedenen Veranstaltungen im russisch-sprachigen Raum verbreitet.



BFT Latin America Spain Edition 2011

	issue	advertising closing date	publishing date	
	1/2011	24.02.2011	14.03.2011	
	2/2011	01.07.2011	18.07.2011	
	3/2011	16.09.2011	04.10.2011	
number of inseration	ad 1/1 page 4 c	ad 1/2 page 4 c	ad 1/3 page 4 c	ad 1/4 page 4 c
1	€ 3.472,-	€ 1.975,-	€ 1.379,-	€ 1.210,-

The average distribution of the special edition Latin America/Spain with a circulation of 3000 copies is as follows: Brazil (40 %), remaining Latin America (25 %), Spain (25 %) und Portugal (7 %).

Die durchschnittliche Verbreitung der Sonderausgabe Lateinamerika/ Spanien bei einer Auflage von 3000 Exemplaren ist wie folgt: Brasilien (40 %), übriges Südamerika (25 %), Spanien (25 %) und Portugal (7 %).

IMPORTANT INFORMATION FOR
The BFT Russian EDITION / BFT Latin America/Spain EDITION
Advertisements

1. In case your ad is already in Russian language / Spanish/Portuguese language please send a printable pdf or EPS with min. 300 dpi!

2. In case your ad is in English language only please send as soon as possible an open file in pc format for the correct translation; extra fee per ad € 195,-! For both variants please keep in mind to send us an original proof!



Media-Informationen Media-Information 2011

Anzeigenpreisliste Nr. 50
gültig ab 01.10.2010
Price list No. 50
valid from 01.10.2010

P



- 1 Auflage/circulation:** 8.000
- 2 Zeitschriftenformat/size of journal:**
210 mm breit/wide, 297 mm hoch/high, DIN A4
- 3 Satzspiegel/print space:** 185 mm breit/wide, 270 mm hoch/high
Anschnitt/untrimmed: 216 mm breit/wide, 303 mm hoch/high
Spaltenzahl/columns: 4 Spalten/columns, 43 mm breit/wide
- 4 Druck- und Bindeverfahren, Druckvorlagen:**
Offsetdruck, Klebebindung, digitale Daten.
Die Anfertigung von Anzeigenvorlagen wird nach Aufwand in Rechnung gestellt.
Printing and binding methods:
offset printing, adhesive binding
- 5 Termine/Dates:**
Erscheinungsweise/published:
monatlich, 12 Ausgaben + Sonderausgaben/
monthly, 12 issues plus special issues
Erscheinungstermin/Publishing date:
siehe Themenplan/see editorial calendar (Seiten 5-6/pages 5-6)

Anzeigenschluss/Advertising closing date:
siehe Themenplan/advertising deadline see schedule (Seiten 5-6/pages 5-6)

6 Verlag/publisher: Bauverlag BV GmbH
Hausanschrift/location: Avenwedder Straße 55, D-33311 Gütersloh
Postanschrift/Postal address: Postfach 120, 33311 Gütersloh
Internet: www.bauverlag.de oder bft-online.info
Anzeigenabteilung/
advertising: Telefon: +49 (0)52 41/80-8 92 78
Telefax: +49 (0)52 41/80-68 92 78
E-Mail: jens.maurus@bauverlag.de

7 Zahlungsbedingungen/terms of payment:
Rechnungsnetto innerhalb von 30 Tagen nach
Rechnungsdatum, USt-Ident-Nr. DE 813382417
30 days net, VAT-No. DE 813382417
Bankverbindung/bank:
Bauverlag BV GmbH, Gütersloh
Deutsche Bank Berlin (BLZ 100 700 00), Konto-Nr. 06 94 653
Bauverlag BV GmbH, Gütersloh
Deutsche Bank Berlin, IBAN-Code: DE 45100700000069465300
SWIFT-Code: DEUTDEBB

- 8 Anzeigenformate und Preise in €/formats and prices in €:**
Allen Preisen ist der jeweils gültige gesetzliche Mehrwertsteuersatz hinzuzurechnen/exclusive VAT.

Format/ format	Spaltenzahl/ columns	Breite x Höhe mm/ width x height mm	Grundpreis s/w black/white	2-farbig/ 2-colors	3-farbig/ 3-colors	4-farbig/ 4-colors
1/1 Seite/page	4-spaltig	185 x 270	2.301,00	2.807,00	3.137,00	3.472,00
3/4 Seite/page	4-spaltig	185 x 198	1.794,00	2023,00	2.294,00	2.598,00
2/3 Seite/page	4-spaltig	185 x 174	1.590,00	1.914,00	2.086,00	2.525,00
1/2 Seite/page	4-spaltig 2-spaltig	185 x 130 quer 90 x 270 hoch	1.298,00	1.495,00	1.720,00	1.975,00
1/3 Seite/page	4-spaltig 1-spaltig	185 x 87 quer 56 x 270 hoch	855,00	1.049,00	1.118,00	1.379,00
1/4 Seite/page	4-spaltig 2-spaltig 1-spaltig	185 x 63 quer 90 x 130 hoch 43 x 270 hoch	710,00	849,00	1.025,00	1.210,00
1/8 Seite/page	4-spaltig 2-spaltig	185 x 30 quer 90 x 63 hoch	398,00	495,00	620,00	775,00

Millimeter-Preis 1-spaltig für Empfehlungsanzeigen bei Abweichung von obigen Formaten: € 3,20

9 Zuschläge/charges:		
je Farbe/color		
je Sonderfarbe/special color		750,-
Platzierung/special positions:		
4. Umschlagseite/outside back cover		595,-
3. Umschlagseite/inside back cover		405,-
2. Umschlagseite/inside front cover		405,-
Titelseite BFT/Front cover BFT International*		895,-
incl. Company-Logo auf der BFT Homepage im gebuchten Monat		
incl. Company-Logo on the BFT Homepage in the same month		
Formate/format:		
Anzeigen über Bund/printed over gutter margin:		300,-
Anzeigen über Satzspiegel/double-page spread,		
angeschnittene Anzeigen/bleed pages:		170,-
10 Rubrikanzeigen (s/w)/classified ads (black/white):		
Stellenangebote/job offers	1 spaltig 45 mm breit/ single-column/45 mm wide	2,50
Stellengesuche/situation wanted	1 spaltig 45 mm breit/ single-column/45 mm wide	1,70
An-/Verkauf/classified ads	1 spaltig 45 mm breit/ single-column/45 mm wide	2,55
Chiffregebühr/chiffre fee		12,00
Farbige Rubrikanzeigen auf Anfrage/Colored classified ads on request.		
11 Sonderdrucke/special print:		
auf Anfrage/on request		
12 Rabatte: bei Abnahme innerhalb von 12 Monaten (Insertionsjahr)		
Beginn mit dem Erscheinen der ersten Anzeige		
Discounts: published within 12 month;		
beginning with publication of the first ad		
Malstaffel/amount of ads		
3-maliges Erscheinen/times	5%	
6-maliges Erscheinen/times	10%	
9-maliges Erscheinen/times	15%	
12-maliges Erscheinen/times	20%	
16-maliges Erscheinen/times	25%	
20-maliges Erscheinen/times	30%	
Alle Zuschläge werden rabattiert/all charges with discount.		

13 Kombinationen/combinations: auf Anfrage/on request

14 Einhefter/Bound inserts:		
2 seitig /2 pages		2.925,-
4 seitig /4 pages		3.990,-
Benötigte Liefermenge/quantity		8.500 Exemplare
Rabatt/Discount:	1 Blatt = 1 Anzeigenseite	
	1 sheet = 1 page	

Einhefter bitte im unbeschnittenen Format von 216 mm Breite und 303 mm Höhe (vier und mehrseitig; gefalzt) anliefern. Bis 170 g/qm Papiergewicht, darüber hinaus auf Anfrage/Format 216 mm wide and 303 mm high supplied unfolded and untrimmed. Quantity up to 170 g/qm, other weights on request.

15 Beilagen lose eingelegt/loose inserts:

Größe maximal 205 x 290 mm/maximum size 205 x 290 mm		
Gewicht der Einlage/	Beilagenpreis/	
Weight	price per %	
Bis/up to 25 g		€ 480,-
Teilbelegung: Selektionskosten/costs for selection:		€ 90,-

16 Aufgeklebte Werbemittel/stuck advertises:

Postkarten pro Tausend/Postcards per thousand	€ 85,-
Benötigte Liefermenge/Quantity: auf Anfrage/on request	

Technische Kosten werden nicht rabattiert

17 Lieferanschrift für Positionen 14 bis 16/

Delivery address for bound and loose inserts:
Merkur Druck, z. Hd. Herrn Busche, Am Gelskamp 20, D-32758 Detmold
e-mail: busche@merkur-psg.de
(Liefervermerk/please make a note: »BFT« No.: ...)

* Die Titelseite ist nur buchbar mit der ersten rechten 1/1 Seite 4 c im Heftteil. Als Motiv ist ein Bild mit Firmenlogo sowie Slogan und Text (nur in englischer Sprache) möglich.

* The front cover is connected with the first 1/1 4c advertisement. For the front page a picture with company logo as well as slogan and text (in English only) is feasible.



Satzspiegel-Format

										
Format	1/1 Seite	2/3 quer	1/2 hoch	1/2 quer	Junio Page	1/3 hoch	1/3 quer	1/4 hoch	1/4 quer	1/4 2-sp.
Breite x Höhe in mm	185 x 270	185 x 174	90 x 270	185 x 130	130 x 185	56 x 270	185 x 87	43 x 270	185 x 63	90 x 130

Anschnitt-Format: Heftformat incl. Beschnitt (3 mm)

										
Format	1/1 Seite	2/3 quer	1/2 hoch	1/2 quer	Junio Page	1/3 hoch	1/3 quer	1/4 hoch	1/4 quer	1/4 2-sp.
Breite x Höhe in mm	216 x 303	216 x 190	105 x 303	216 x 148	138 x 194	75 x 303	216 x 115	57 x 303	216 x 80	108 x 148

Titelseite: zzgl. 3 mm Beschnitt an den Seiten und unten

	
Breite x Höhe in mm	210 x 215



1. Gewährleistung

Die für uns tätigen Druckereien können nur das belichten, was auf Ihren gelieferten Datenträgern vorhanden ist. Für Abweichungen in Texten, Abbildungen und Farben können wir keine Haftung übernehmen.

2. Systeme und Programme

Bitte schicken Sie uns die Anzeigen-Daten als PDF mit eingebetteten Schriften, CMYK-Farbraum beziehungsweise Sonderfarbe und 300 dpi Auflösung. Alternativ können Sie uns auch eine EPS-Datei mit in Pfade konvertierten Schriften und 300 dpi Auflösung beziehungsweise eine TIFF-Datei im CMYK-Farbraum mit 600 dpi Auflösung schicken. Bitte beachten Sie, dass bei offenen Dateien je nach Aufwand der Bearbeitung Kosten auftreten können.

3. Sicherheitskopien, Dokumentenbezeichnung, Kontrollausdrucke

Alle Dateien, die an uns gesendet werden, müssen Kopien sein, die Originale sollten zur Sicherheit bis zum jeweiligen Erscheinen des Heftes bei Ihnen gespeichert bleiben. Die Dokumente und Verzeichnisse müssen eine eindeutige Auftrags- und Seitenbezeichnung haben. Vermeiden Sie in Ihren Dateinamen nach Möglichkeit Sonderzeichen, Leerzeichen und Umlaute. Stellen Sie sicher, daß Sie alle verwendeten Elemente mitliefern. Dies gilt insbesondere für Bilder und Schriften, die in EPS-Grafiken eingebunden sind. Legen Sie jeder Datenanlieferung einen 1:1-Laserausdruck zur Stand- und Textkontrolle bei.

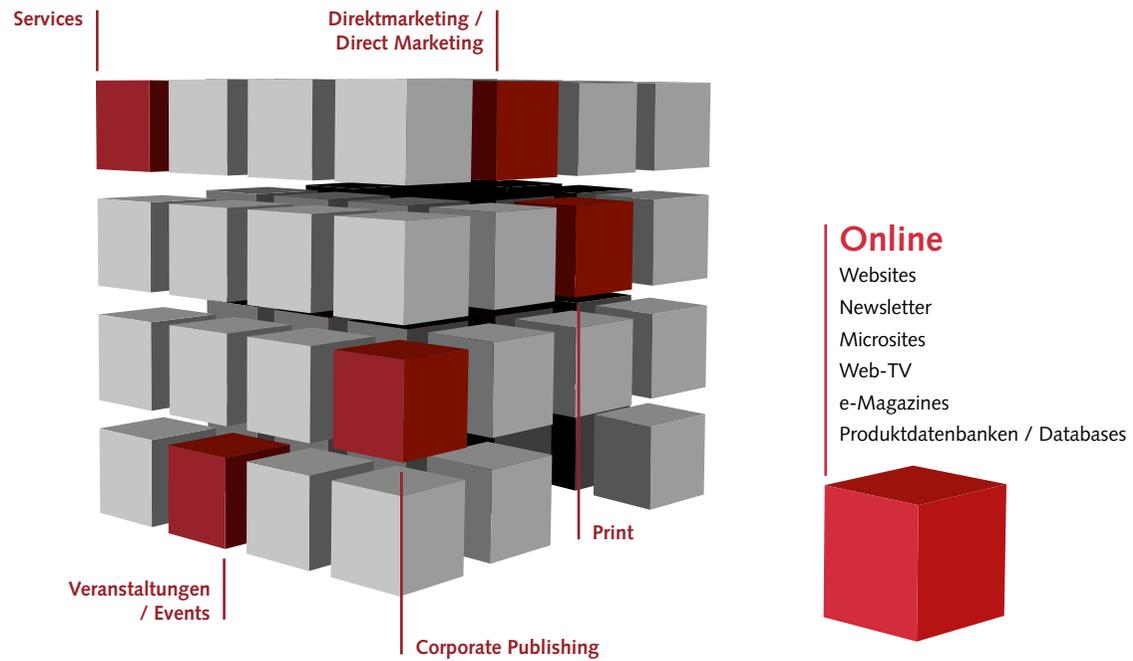
4. Schriften und Farben

Verwenden Sie nach Möglichkeit nur PostScript-Schriften aus der Adobe- oder Linotype-Library. Sollten Sie andere oder von Ihnen modifizierte Schriften verwenden, teilen Sie uns dies bitte mit. Aus lizenzrechtlichen Gründen dürfen Sie uns keine Schriften anliefern. Ist die verwendete Schrift nicht bei uns verfügbar, müssen Sie den betreffenden Textteil mit einem Grafikprogramm in Zeichenwege umwandeln und als Grafik in Ihr Dokument integrieren. Halten Sie in solchen Fällen bitte Rücksprache mit uns. Achten Sie darauf, dass die Farbenpalette auf jeden Fall Cyan, Magenta, Gelb und Schwarz enthält. Farben, die keine eigene Druckform erfordern, müssen als Vierfarbauszüge markiert sein. Wir benötigen von jeder Seite, die belichtet werden soll, einen Farbausdruck.

5. Druckdaten

Wir akzeptieren Daten auf CD-Rom, DVD.
Druckdaten per E-Mail: vera.wenzel@bauverlag.de oder druckdaten@bauverlag.de .
Bei größeren Datenmengen wenden Sie sich bitte an:
Vera Wenzel, Telefon +49 5241/80-5930

Raum für Online / **Room for Online**





Microsite

1 Was ist eine Microsite?/What is a microsite?

Die Microsite ist eine kompakte Website mit eigener Navigation innerhalb der Internetseite www.bft-online.info. Als Premium-Online-Werbeform mit interaktiver Ansprache der Nutzer sorgt die Microsite für eine besonders hohe Aufmerksamkeit. Nutzen Sie die Microsite als Teil der crossmedialen Kommunikation mit Ihrer Zielgruppe und für ein Spezial zu einem besonderen Thema (hier sind Sie exklusiver Partner).

A Microsite is a compact Website with its own navigation within the Internet site www.bft-online.info. As premium online advertising form with interactive addressing of the user, the Microsite generates special attention. Make use of the Microsite as part of your Crossmedia Package with your target group and as „Special“ on a specific topic (for this we are your exclusive partner).

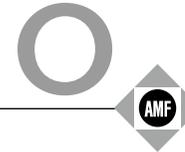
2 Unsere Leistungen/Our services

Wir bieten 3 verschiedene Versionen für eine Microsite: basic, classic und premium. Unsere Leistung und Unterstützung dabei hat eine Bandbreite bis zur kompletten Erstellung und monatlichen Aktualisierung.

We offer three different versions of a Microsite: basic, classic and premium. Our performance and support has a bandwidth up to creating and monthly updating.



Alle Möglichkeiten und Preise erhalten Sie gerne auf Anfrage./All possibilities and prices available upon request.



Crossmedia PR

Die Kombination von print und online / Combination print and online

1 Print

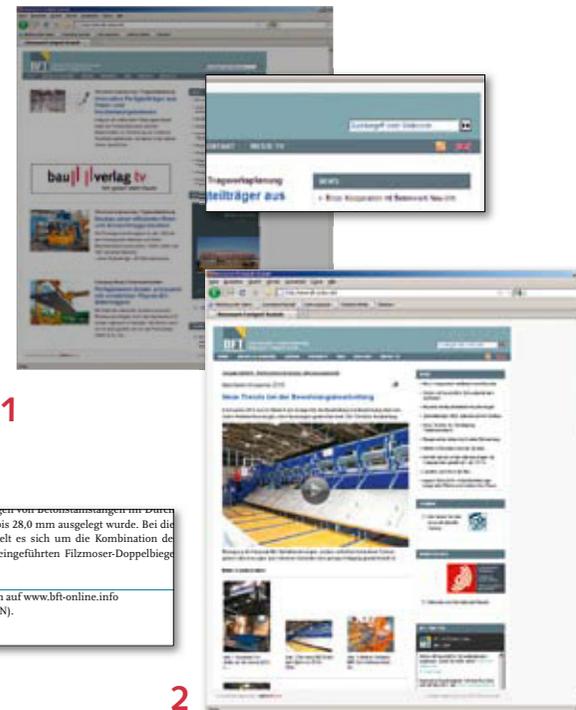
Wir veröffentlichen Ihren Beitrag in der Printausgabe der BFT International und weisen mit dem Online-Plus-Symbol auf weitere Zusatzinformationen im Internet hin.

We publish your contribution in the print issue of BFT International. „Online plus“ will draw the readers attention with a box to the additional information in the Internet.

2 Online

Durch die Eingabe des Webcodes gelangt der Leser direkt und unkompliziert zu Ihrem Online-Beitrag mit den weiteren Informationen wie Bilder, Zeichnungen, Videos und Prospekten.

The reader, upon entering the Webcode, will get directly and easily to your Online contribution with further information as pictures and images, videos and prospectuses.

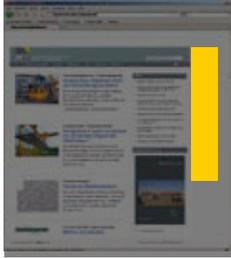
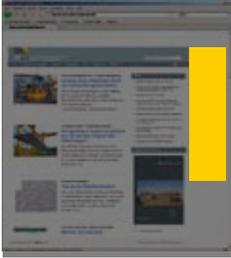
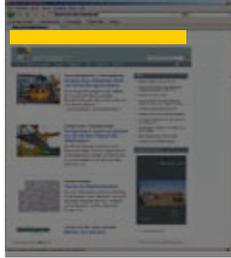
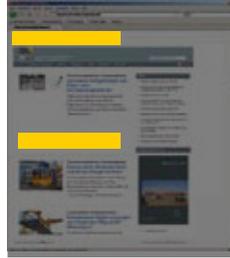
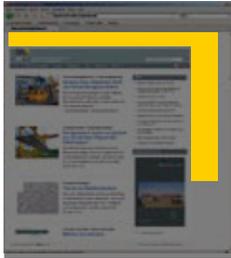
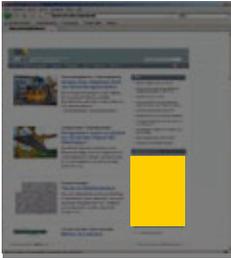
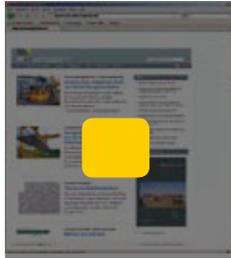
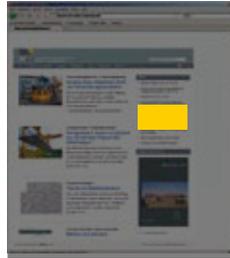


Die Maschine wird wegen vorbestimmter Einbaumaße bis 28,0 mm ausgelegt wurde. Bei dieser Maschine handelt es sich um die Kombination der besten am Markt eingeführten Filzmöser-Doppelbiege

Online Plus
Weitere Information auf www.bft-online.info
(Webcode BFT0J6DN).

Alle Möglichkeiten und Preise erhalten Sie gerne auf Anfrage./All possibilities and prices available upon request.

Werbeformen/Advertising forms

Format width x height in pixel					
	Skyscraper 120 x 600	Wide-Skyscraper 160 x 600	Super-Banner 728 x 90	Full-Size-Banner 468 x 60	
	Format width x height in pixel				
		Wallpaper auf Anfrage	Medium Rectangle 300 x 250	Layer Ad auf Anfrage	Textlink auf Anfrage

Bitte beachten Sie unsere Hinweise zu Datenformaten und Programmierung./Please take note on our comments on data format and programming.



Media-Informationen Media-Information 2011

Online-Werbung
Online Offers



1 Web-Adresse/Web-address: www.bft-online.info

2 Kurzcharakteristik/brief description:

Immer mehr Entscheidungsträger in Betonwerken nutzen das Internet für ihre tägliche Arbeit. bft-online.info ergänzt die Kernkompetenz der Printausgabe und bietet dem Leser eine zusätzliche interaktive Komponente mit hohem Nutzwert. Wie in der Printausgabe stehen beim Online-auftritt der BFT International der internationale Erfahrungsaustausch sowie praktische Informationen für die tägliche Arbeit im Vordergrund. Gemeinsam mit der BFT International bildet bft-online.info eine zielgruppenaffine Plattform, die Werbungtreibenden crossmediale Synergien für ihre Werbekampagne bietet.

More and more decision makers in concrete plants use the Internet for their daily work. bft online.info completes the competence of the journal and offers the reader an additional interactive component with a high efficiency. Like in BFT journal, the BFT homepage pays attention on the international exchange of experience as well as practical information for the daily work. BFT International + bft-online.info = a perfect platform to use crossmedia synergy

3 Zielgruppe/target group:

decision maker in concrete plants worldwide

4 Verlag/publishing house: **Bauverlag BV GmbH**
Avenwedder Straße 55, 33311 Gütersloh
www.bauverlag-media.de

5 Ansprechpartner/Contact partner: Print+Online
Jens Maurus
Tel.: +49 (0)5241/80-89278
Fax: +49 (0)5241/80-689278
E-Mail: jens.maurus@bauverlag.de

6 Zugriffskontrolle/Access control: IVW-Prüfung wird angemeldet/
circulation audit is conducted

7 Zugriffe/Access: aktuelle Zugriffszahlen auf Anfrage/
current access figures on request

10 Werbeformen und Preise/Advertising forms and prices (banner rotation):

Advertising forms	Format (width x height)	Prices per month
Skyscraper	120 x 600 Pixel	535,00 €
Wide Skyscraper	160 x 600 Pixel	730,00 €
Super-Banner	728 x 90 Pixel	550,00 €
Full-Size-Banner	468 x 60 Pixel	375,00 €
Wallpaper	auf Anfrage/on request	auf Anfrage/on request
Medium Rectangle	300 x 250 Pixel	650,00 €
Layer Ad	auf Anfrage/on request	auf Anfrage/on request
Textlink	auf Anfrage/on request	295,00 €
Company-Logo	200x80 Pixel	250,00 €

Sonderwerbeformen auf Anfrage/Specials on request! Alle Preise zzgl. MwSt.

8 Datenanlieferung/Data supply: mindestens 5 Werkzeuge vor Schaltbeginn per E-Mail an irina.felde@bauverlag.de
Dateiformate GIF oder JPEG. / Data supply: at least five work days prior to placement by E-Mail to irina.felde@bauverlag.de; Data formats GIF or JPEG.

9 Externer Ad-Einsatz/External ad use; auf Kundenwunsch möglich
possible upon the request of the client

11 Rabatte/discounts: 3 Monate/month: 5 %
6 Monate/month: 10 %
12 Monate/month: 15 %

12 Zahlungsbedingungen/terms of payment: Rechnungsnetto innerhalb von 30 Tagen nach Rechnungsdatum,
weitere Details finden Sie auf Seite / For more details please have a look at Page: 14/No 7



Newsletter

1 Kurzcharakteristik/brief description:

Der BFT Newsletter informiert per E-Mail über Neuigkeiten aus der Branche. Aktuelle Meldungen und Produktneuheiten, sowie Fachartikel aus der Printausgabe halten den Empfänger einmal im Monat auf dem aktuellen Stand.

The BFT newsletter informs by e-mail about news from the business. Current reports and product news as well as professional articles from the BFT journal keep the audience once a month on the current state.

2 Zielgruppe/target group:

decision maker in concrete plants worldwide

3 Ansprechpartner:

Jens Maurus

4 Zugriffe/Access:

auf Anfrage/on request

5 Datenanlieferung/ Data supply:

mindestens 5 Werkzeuge vor Schaltbeginn per E-Mail an irina.felde@bauverlag.de
Dateiformate GIF oder JPEG./ Data supply: at least five work days prior to placement by E-Mail to irina.felde@bauverlag.de; Data formats GIF or JPEG.

6 Rabatte/Discount:

3 Mal/times: 5 %
6 Mal/times: 10 %
12 Mal/times: 15 %

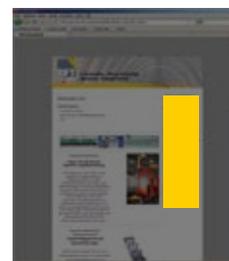
7 Werbeformen und Preise/Advertising forms and prices

(feststehendes/stationary Banner):

Advertising forms	Format (width x height)	Prices per month
Skyscraper	120 x 600 Pixel	515,00 €
Full-Size-Banner	468 x 60 Pixel	345,00 €
Textanzeige/text ad	500 Zeichen + 1 Foto	475,00 €

Alle Preise zzgl. MwSt/exclusive VAT.

Format
width x height
in pixel

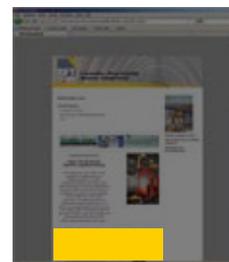


Skyscraper
120 x 600



Full-Size-Banner
468 x 60

Format
width x height
in pixel



Textanzeige
500 Zeichen + 1 Foto

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften

Die nachstehenden Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften gelten für alle diesbezüglichen Verträge zwischen Bauverlag BV GmbH, vertreten durch den Geschäftsführer, Herr Karl-Heinz Müller, Avenwedder Straße 55, 33311 Gütersloh (nachfolgend auch Verlag genannt) und unseren Vertragspartnern (Auftraggeber). Wir behalten uns vor, die AGB in einem unseren Vertragspartnern zumutbaren Umfang zu ändern. Für laufende Schuldverhältnisse erlangen die geänderten Geschäftsbedingungen Gültigkeit, wenn und soweit der Kunde ihn nicht binnen 14 Tagen nach entsprechender Anzeige von uns in Textform widerspricht.

Einkaufsbedingungen unserer Vertragspartner verpflichten uns nur, wenn sie von uns ausdrücklich schriftlich anerkannt werden. Wenn wir ohne ausdrücklichen Widerspruch unsere Leistungen ganz oder teilweise erbringen, gilt das nicht als Anerkenntnis. Sich widersprechende Allgemeine Vertragsbedingungen sind unwirksam, unabhängig vom Zeitpunkt ihrer vertraglichen Einbeziehung. Im Zweifel gilt das Gesetz.

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung oder die Veröffentlichung der Anzeige in elektronischen Medien, insbesondere dem Internet.

2. Unsere Auftragsbestätigung und die jeweils gültige Preisliste sind für jeden Auftrag maßgebend. Preisänderungen für erteilte Anzeigenaufträge sind gegenüber Unternehmen wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens einen Monat vor Veröffentlichung der Anzeige oder des anderen Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden.

3. Ein „Abschluss“ ist ein Vertrag über die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen unter Beachtung der dem Werbungtreibenden gemäß Preisliste zu gewährenden Rabatte, wobei die jeweiligen Veröffentlichungen auf Abruf des Auftraggebers erfolgen. Rabatte werden nicht gewährt, wenn die mehreren Anzeigen von einem Unternehmen für verschiedenen Werbungtreibende beauftragt werden.

4. Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung beansprucht, ist der schriftliche Nachweis des Konzernstatus des Werbungtreibenden erforderlich. Konzernverbundene Unternehmen im Sinne dieser Bestimmung sind Unternehmen, zwischen denen eine kapitalmäßige Beteiligung von mindestens 50 Prozent besteht. Der Konzernstatus ist bei Kapitalgesellschaften durch Bestätigung eines Wirtschaftsprüfers oder durch Vorlage des letzten Geschäftsberichtes, bei Personengesellschaften durch Vorlage eines Handelsregisterauszuges nachzuweisen. Der Nachweis muss spätestens bis zum Abschluss des Insertionsjahres erbracht werden. Ein späterer Nachweis kann nicht rückwirkend anerkannt werden. Konzernrabatte bedürfen in jedem Fall der ausdrücklichen, schriftlichen Bestätigung durch den Verlag. Konzernrabatte werden nur für die Dauer der Konzernzugehörigkeit gewährt. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzuzeigen; mit der Beendigung der Konzernzugehörigkeit endet auch die Konzernrabattierung.

5. Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.

6. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 5 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen, soweit noch ein entsprechender Anzeigenraum in dem vom Verlag gestalteten Print-/elektronischen Medium zur Verfügung.

7. 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 höhere Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.

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

9. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.

10. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

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

12. Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung der Anzeige erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen sowie der zugelieferten Werbemittel. Er stellt den Verlag im Rahmen des Anzeigenauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner wird der Verlag von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Verlag nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen. Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Print- und Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentliche Zugänglichmachung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen.

13. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Veröffentlichungsunterlagen (Druckunterlagen bzw. in einer internettauglichen Sprache programmierte Werbebanner) oder Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Bei der Anlieferung von digitalen Druckunterlagen ist der Auftraggeber verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder den technischen Vorgaben des Verlages entsprechende Vorlagen für Anzeigen rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel

übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Erfolgt die Veröffentlichung in elektronischen Medien, gewährleistet der Verlag lediglich die Veröffentlichung der Werbung auf dem vereinbarten Platz zur vereinbarten Zeit. Die vorstehenden Gewährleistungen gelten nur für den Fall, dass der Auftraggeber die Vorgaben des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von Druck- bzw. elektronischen Unterlagen einhält.

14. Gewährleistungsrechte des Auftraggebers setzen im Geschäftsverkehr voraus, dass der Auftraggeber dem Verlag Mängel unverzüglich, spätestens jedoch eine Woche nach Erscheinen, schriftlich mitteilt; verborgene Mängel müssen dem Verlag unverzüglich nach Entdeckung schriftlich mitgeteilt werden. Gewährleistungspflichtige Mängel wird der Verlag durch für den Auftraggeber kostenlose Ersatzanzeige beseitigen.

Verweigert der Verlag die Erfüllung des Vertrages ernsthaft und endgültig oder schlägt die Ersatzlieferung fehl, ist sie dem Auftraggeber unzumutbar oder hat sie der Verlag nach wegen unverhältnismäßiger Kosten dafür verweigert, so kann der Auftraggeber nach seiner Wahl entsprechend den gesetzlichen Regelungen vom Vertrag zurücktreten, den Kaufpreis mindern oder Schadensersatz (bzw. ggf. Ersatz seiner Aufwendungen) verlangen. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels ist die Rückgängigmachung des Auftrags ausgeschlossen. Die Verjährungsfrist für den Gewährleistungsanspruch beträgt 12 Monate seit dem Zeitpunkt der Veröffentlichung.

15. Der Verlag haftet nach den gesetzlichen Regeln unbegrenzt auf Schadensersatz, soweit nicht die nachfolgenden Sätze etwas anderes vorsehen. Bei der Verletzung wesentlicher Vertragspflichten haftet der Verlag auch für leichte Fahrlässigkeit, der Höhe nach begrenzt auf den vertragstypischen vorhersehbaren Schaden. Im Übrigen haftet der Verlag nicht für leichte Fahrlässigkeit. Bei grober Fahrlässigkeit beschränkt sich die Haftung im kaufmännischen Verkehr auf den Ersatz des typischen vorhersehbaren Schadens, es sei denn, der Schaden wurde durch gesetzliche Vertreter oder leitende Angestellte des Verlages verursacht. Dies gilt für alle Schadensersatzansprüche, gleich aus welchem Rechtsgrund, insbesondere auch für die Haftung wegen unerlaubter Handlung. Vorstehende Haftungsbeschränkungen gelten nicht bei schuldhafter Verletzung von Leib, Leben, Gesundheit. Der Auftraggeber ist verpflichtet, angemessene Maßnahmen zur Schadensabwehr und -minimierung zu treffen.

16. Bei Zifferanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Zifferanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Der Verlag behält sich im Interesse und zum Schutz des Auftraggebers das Recht vor, die eingehenden Angebote zur Ausschaltung von Missbrauch des Zifferndienstes zu Prüfzwecken zu öffnen. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.

17. Probeabzüge für in gedruckten Medien erscheinende Anzeigen werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

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

19. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

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

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

22. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

23. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preiserminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder – wenn eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preiserminderung berechtigter Mangel, wenn sie bei einer Auflage bis zu 50 000 Exemplaren 20 v. H., bei einer Auflage bis zu 100 000 Exemplaren 15 v. H., bei einer Auflage bis zu 500 000 Exemplaren 10 v. H., bei einer Auflage über 500 000 Exemplaren 5 v. H. beträgt. Eine Auflagenminderung aus Gründen der Ziff. 25 bleibt unberücksichtigt. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preiserminderungsansprüche 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.

24. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.

25. Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, illegalem Arbeitskampf, rechtswidriger Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen - sowohl im Betrieb des Verlages als auch in fremden Betrieben, derer sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient – hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit 80% der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften oder auf andere Weise zugesicherten Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte verkaufte oder zugesicherte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht.

26. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Gerichtsstand ist der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.



Media-Informationen
Media-Information

2011

Ihr Stellenmarkt

Erfolgreiches Recruiting mit einer Stellenanzeige in mit folgenden Vorteilen:



- Auflage von 8.000 Exemplaren (internationale Verbreitung)
- Anzeige steht print + online (www.bft-online.info)
- Zielgruppengenaue Ansprache – deutlich weniger Streuverluste als in der Tageszeitung
- Kombinationsmöglichkeiten mit allen Titeln unseres Verlages und dadurch erhebliche Preisvorteile
Viele Titel – ein Ansprechpartner!
- Hohe Leser-Blatt-Bindung durch **Organschaft Bundesverband Betonbauteile Deutschland e.V.**

Your job market

Successful recruiting with a job ad in with the following advantages:



- Circulation of 8,000 copies (international distribution)
- Ad available print + online (www.bft-online.info)
- Reaching desired target group – considerably less waste coverage than in a daily newspaper
- Possibility to combine all publications produced by our publishing house thus ensuring considerable price advantages.
Many titles – one partner!
- High reader-journal commitment through link with the **Bundesverband Betonbauteile Deutschland e.V.**

Ihr Kontakt / Your contact **Nicole Euler**
Tel.: +49 (0) 5241 / 80-7939
Fax: +49 (0) 5241 / 80-66926
E-Mail: nicole.euler@bauverlag.de



Media-Informationen Media-Information 2011

Ansprechpartner/Contacts:

Anzeigen/advertising dep.:
Anzeigenleitung/Advertising Manager
Jens Maurus
E-Mail: jens.maurus@bauverlag.de
Tel.: +49 (0) 52 41/80-8 92 78
Fax: +49 (0) 52 41/80-68 92 78

Redaktion/Editorial staff:
Chefredakteurin/Editor-in-chief
Andrea Janzen
E-Mail: andrea.janzen@bauverlag.de
Tel.: +49 (0) 52 41/80-893 63
Fax: +49 (0) 52 41/80-68 93 63

Anzeigenassistentz/Advertising Assistant:
Andrea Krabbe
E-Mail: andrea.krabbe@bauverlag.de
Tel.: +49 (0) 52 41/80-8 93 93
Fax: +49 (0) 52 41/80-68 93 93

Redakteur/Editor
E-Mail: bft@bauverlag.de
Tel.: +49 (0) 52 41/80-8 91 03
Fax: +49 (0) 52 41/80-68 91 03

Auslandsvertretungen/International Sales Representatives:

Italien:
Vittorio C. Garofalo
CoMedia srl
Piazza Matteotti, 17/5
16043 Chiavari
Tel.: +39-01 85-32 3860
Mobil: +39-335-34 69 32
E-Mail: vittorio@comediastl.it

USA und Mexico:
Mr. Paul Schnabel
Dicomm Media
333 West 39th Street Suite 602
New York, NY 10018, USA
Tel.: 8 00-6 13-52 05
Fax: +1-9 05-7 13-09 28
E-Mail: pschnabel@dicommintl.com

Canada:
Mr. Paul Schnabel
Dicomm Media
12 Steeplechase Avenue
Aurora, Ontario L4G 6W5 Canada
Tel.: 8 00-6 13-52 05
Fax: +1-9 05-7 13-09 28
E-Mail: pschnabel@dicommintl.com

Russland und CIS:
Event Marketing Ltd.
Dipl.-Eng. Max Shmatov
Leningradsky Prospekt 47
125167 Moskau, Russia
Tel/Fax: 007 495-913-2150
Tel.: 007-495-780-97-47
E-Mail: reception@bauverlag.ru
shmatov@eti-online.org

Bauverlag BV GmbH, Avenwedder Str. 55, Postfach 120, D-33311 Gütersloh, Tel.: +49 (0) 52 41/80-892 78, Fax: +49 (0) 52 41/80-6892 78

Starke Marken – Ihre Zielgruppen / Strong Brands – Your Target Groups

