

Mediadaten 2024



Preisliste Nr. 33
gültig ab 01.01.2024



Sonderhefte
„Das Objektgeschäft 2024“ und
„VB Vorbeugender Brandschutz“
siehe Seiten 9–11

huss

HUSS-MEDIEN GmbH
10400 Berlin
Telefon 030 42151-344
Telefax 030 42151-207

www.tga-praxis.de

Fachzeitschrift

1	Titel-Porträt	Seite 3
T	Termin- und Themenplan	Seite 4–5
2	Auflagen- und Verbreitungsanalyse	Seite 6–7
	Empfänger-Struktur-Analyse	Seite 8
SH	Sonderheft „ VB Vorbeugender Brandschutz “	Seite 9
SH	Sonderheft „ Das Objektgeschäft 2024 “	Seite 10–11
P	Preisliste	Seite 12–13
F	Formate und technische Angaben	Seite 14–16

Online-Werbung

Online-Advertorial und Native TextAd	Seite 17
Website	Seite 18–19
Newsletter	Seite 20–21

DEUTSCHER TGA-AWARD

Seite 23

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**



www.deutscher-tga-award.de

Der Herausgeberbeirat 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
- Dr.-Ing. Klaus Knoll**, Öffentlich bestellter und vereidigter Sachverständiger für Heizungs-, Sanitär- und Raumlufttechnik, Leipzig
- Dipl.-Ing. Karl-Heinz Kolberg**, Ingenieur- und Sachverständigenbüro Energie- und Gebäudetechnik, Schorfheide-Finowfurt
- Axel Kuntze**, Technische Messungen, Energieberatung im Anlagenbereich, Duisburg
- RA Christopher Nierhaus**, Fachanwalt für Bau- und Architektenrecht, Hamburg
- Prof. Dr.-Ing. Bert Oschatz**, ITG Institut für Technische Gebäudeausrüstung, Dresden
- Dr. Martin Sabel**, Bundesverband Wärmepumpe, Berlin
- Dipl.-Ing. Oliver Solcher**, Ingenieurbüro für Wärmetechnik und Fachverband Luftdichtheit im Bauwesen, Berlin
- Dietmar Sperfeld**, fbr – Bundesverband für Betriebs- und Regenwasser e.V., Darmstadt
- RA Jens J. Wischmann**, Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft, Bonn



- 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 Wohnungsbau-gesellschaften und -genossenschaften; Planungsabteilungen in Installationsbetrieben; Bauämter
- 4 Erscheinungsweise:** 10 × jährlich + 2 Sonderausgaben
- 5 Heftformat:** DIN A4
- 6 Jahrgang:** 78. Jahrgang 2024
- 7 Bezugspreis:** **Jahresabonnement Inland** 120,0 €
zuzüglich 9,00 € Porto- und Versandanteil
Jahresabonnement Ausland 130,00 €
inklusive Versandkosten
Einzelverkaufspreis 16,00 €
zuzüglich 1,80 € Porto- und Versandanteil
- 8 Organ:** Medienkooperationen mit Bauherrenschutzbund, BWP, VGT
- 9 Mitgliedschaft/
Teilnahme:**  
- 10 Verlag:** HUSS-MEDIEN GmbH
Am Friedrichshain 22
10407 Berlin
Telefon: 030 42151-0
www.tga-praxis.de
- 11 Herausgeber:** Christoph Huss

- 12 Anzeigen:** Marco Fiolka (verantwortlich)  -344
E-Mail: marco.fiolka@hussmedien.de
Anne C. Mutschall  -247
E-Mail: anne.mutschall@hussmedien.de
Katrjn Schmiedel  -261
E-Mail: katrin.schmiedel@hussmedien.de
13 Redaktion: Silke Schilling (verantwortlich)  -386
E-Mail: silke.schilling@hussmedien.de

14 Umfangsanalyse 2022 = 10 Ausgaben, 3 Sonderhefte

Gesamtumfang:	1.028 Seiten = 100,0%
Redaktionsteil	846,5 Seiten = 82,3 %
Anzeigenteil	181,5 Seiten = 17,7 %
davon: Stellen- und Gelegenheitsanzeigen	0,5 Seiten = 0,1 %
Verlagseigene Anzeigen	23,5 Seiten = 12,9 %
Einhefter	0 Seiten
Beilagen	3 Stück

15 Inhalts-Analyse des Redaktionsteils: **846,5 Seiten = 100,0%**

Heizungsanlagen und Komponenten	166,5 Seiten = 19,7 %
Regenerative Energien	31 Seiten = 3,7 %
Sanitäre Anlagen und Einrichtungen	68,5 Seiten = 8,1 %
Klima- und Lüftungsanlagen	106 Seiten = 12,5 %
Gebäudeautomation/MSR-Technik	41,5 Seiten = 4,9 %
Gebäudesicherheit	14,0 Seiten = 1,7 %
Installationstechnik	37 Seiten = 4,4 %
Brand- und Schallschutz	81 Seiten = 9,6 %
Produkte/Geräte/Armaturen/Zubehör	77,5 Seiten = 9,1 %
Software/BIM/Projektmanagement	47,5 Seiten = 5,6 %
Normen und Recht	33 Seiten = 3,9 %
Unternehmen/Veranstaltungen/Bücher	86 Seiten = 10,1 %
Sonstiges	57 Seiten = 6,7 %

Ausgabe	Werbeumfelder/Produktbereiche			Messen	
<p>1-2 Januar/ Februar</p> <p>AS 26. 01. ET 14. 02.</p>	<p>Vorbericht zur SHK+E, Essen – Produkte und Trends</p> <p>Heizungstechnik – Thermografie und Heizungs-Check – Hybridsysteme/Brennwerttechnik – Regelungseinrichtungen und hydraulischer Abgleich – Wohnungsstationen</p>	<p>Sanitärtechnik – Vorwandtechnik für öffentliche Sanitäranlagen – Sanitärarmaturen – Hauseinführungen, Wand- und Deckendurchführungen – Abwasserpumpen und Hebeanlagen</p>	<p>Klima- und Lüftungstechnik – kontrollierte Wohnungslüftung – RLT-Anlagen - Infektionsschutz (Schulen, Kitas) – Split-, Multi-Split- und VRV (F)-Anlagen – Radial- und Axialventilatoren</p>	<p>Top-Thema BIM, AVA-Software, 3D-Visualisierung für die TGA-Planung</p>	<p>SWISSBAU Basel 18. 02.–21. 02. 2024</p> <p>digitalBAU Köln 20. 02.–22. 02. 2024</p>
<p>3 März</p> <p>AS 13. 02. ET 01. 03.</p>	<p>Hauptausgabe zur SHK+E, Essen und zur Light+Building, Frankfurt/M. – Produkte und Trends</p> <p>Sanitärtechnik – Trinkwasserhygiene und Systemtechniken – Regalarmaturen und Installationstechnik – Bodenebene Duschen in der Hotellerie und in Krankenhäusern</p>	<p>Heizungstechnik – Hybridlösungen – Energieeffiziente Heizkörper – Hocheffizienzpumpen – Wärmepumpen, BHKWs, PV und Speicher</p>	<p>Gebäudeautomation – Bus-Systeme – Hausautomation/Smart Home-Systeme – Verbrauchsdatenerfassung mit Smart Metering – Gebäudeleittechnik/MSR-Technik</p>	<p>Top-Thema Raumlufttechnik und -hygiene</p>	<p>Light+Building Frankfurt/Main 03. 03.–08. 03. 2024</p> <p>SHK+E Essen 19. 03.–22. 03. 2024</p>
<p>4 April</p> <p>AS 25. 03. ET 15. 04.</p>	<p>Hauptausgabe zur IFH/Inthem, Nürnberg – Produkte und Trends</p> <p>Heizungstechnik – Flächenheizung und -kühlung, Regelsysteme – Konvektoren – Mobile Heiz- und Klimazentralen – Strahlungsheizungen</p>	<p>Installationstechnik – Rohrsysteme und -materialien – Dämmung, Schallschutz, Brandschutz – Aspekte der Diffusionssicherheit von Kunststoffrohren</p>	<p>Regenerative Energien – Wärmepumpen – BHKWs, KWK, PV und Solarthermie – Pellet-, Scheitholz-, Hackschnitzelheizungen – Brennwerttechnik/Hybridlösungen – Brandschutz für PV-Anlagen und Speichersysteme</p>	<p>Top-Thema Heizungswasser-aufbereitung</p>	<p>IFH/Inthem Nürnberg 23. 04.–26. 04. 2024</p>
<p>5 Mai</p> <p>AS 25. 04. ET 14. 05.</p>	<p>Sanitärtechnik – Duschabtrennungen – Badkeramiken für Hotelbäder – insbesondere Hygieneanforderungen – Schwimmbadtechnik – Berührungslose Armaturen – Schutz vor Kontaktinfektionen</p>	<p>Heizungstechnik – Wärmepumpen – Abgasanlagen und Schornsteintechnik – Lagerung von Festbrennstoffen – Fernwärmetechnik</p>	<p>Klima- und Lüftungstechnik – Luftbe- und -entfeuchtung – RLT-Anlagen – Infektionsschutz (Schulen, Kitas) – Split-, Multi-Split- und VRV (F)-Anlagen – Hallenlüftung und -klimatisierung</p>	<p>Top-Thema Kontrollierte Wohnungs-lüftung</p>	
<p>Sonderheft AS 13. 05. ET 04. 06.</p>	<p>„VB Vorbeugender Brandschutz“ Sonderheft für den organisatorischen, baulichen & technischen Brandschutz Auflage: 20.000 Weitere Infos: siehe Seite 9</p>				

<p>6 Juni AS 29.05. ET 17.06.</p>	<p>Heizungstechnik – Hydraulischer Abgleich und EnEV – Strahlungsheizungen – PV, Speichersysteme und Ladeinfrastruktur – Flächenheiz- und -kühlsysteme</p>	<p>Sanitärtechnik – Vorwandtechnik – Flachdachentwässerung – Hebeanlagen und Pumpen – Sanitärtechnik für öffentliche und halböffentliche Bereiche</p>	<p>Brandschutz mit Vorbericht zur FeuerTRutz – Dach- und Bodenabläufe – Abschottungen, Dämmung, Schallschutz – RWA Anlagen – Brandgas- und Entrauchungsventilatoren – Rauchmelder</p>	<p>Top-Thema Trinkwasserhygiene</p>	<p>Intersolar Europe München 19.06.–21.06.2024 FeuerTRutz Nürnberg 26.06.–27.06.2024</p>
<p>7-8 Juli/ August AS 29.07. ET 15.08.</p>	<p>Wasseraufbereitung – Legionellenproblematik in haustechnischen Anlagen – Enthärtung/Entkalkung von Trinkwasseranlagen – Grau- und Regenwassernutzung – Schwimmbadtechnik</p>	<p>Heizungstechnik – Dampf- und Spezialkesselanlagen – Units, Kaskaden- und Hybridlösungen – Heizten mit Flüssiggas und erneuerbaren Energien – Software und 3D-Visualisierung für TGA-Planer</p>	<p>Lüftungstechnik – dezentrale Lüftungstechnik – Hygiene in RLT-Anlagen – Fettabscheider, Filter – Wärmetauscher</p>	<p>Top-Thema Regen- und Betriebswassernutzung</p>	
<p>Sonderheft „Das Objektgeschäft 2024“ AS 24.07. ET 20.08. Profittieren mit effizienter Gebäudetechnik Auflage: 20.000 Weitere Infos: siehe Seiten 10–11</p>					
<p>9 September AS 27.08. ET 13.09.</p>	<p>Heizungstechnik – Brennwert- und Speichertechnik – Sensoren und Fühler für die Heizungssteuerung – Mobile Heizzentralen – Verbrauchsdatenerfassung – Hybridsysteme, BHKW's, Wärmepumpen</p>	<p>Sanitärtechnik – Konzepte für Krankenhäuser und Schulen – Infektionsschutz – Barrierefreiheit und Vandalensicherheit – Sanitärkeramik und Armaturen – Duschrinnen</p>	<p>Klima- und Lüftungstechnik – Luftführung-, -verteilung und -regulierung – Kontrollierte Wohnungslüftung mit Wärmerückgewinnung – Luftbe- und -entfeuchtungssysteme</p>	<p>Top-Thema Flächenheiz- und -kühlsysteme</p>	<p>security Essen Essen 17.09.–20.09.2024</p>
<p>10 Oktober AS 12.09. ET 01.10.</p>	<p>Hauptausgabe zur Chillventa, Nürnberg – Produkte und Trends Klima- und Lüftungstechnik – Energieeffiziente Ventilatoren – Brandschutzklappen – Mono-, Split- und Multisplit-Klimageräte – Kältemittel und Wärmepumpen</p>	<p>Heizungstechnik – Klimadecken – Fernwärmetechnik – Hallenbeheizung und -lüftung – Thermostate und Ventile</p>	<p>Sanitärtechnik – Sanitärtausstattung für den öffentlichen Bereich – Rückstauverschlüsse – Abwasserhebeanlagen – Reihen-Waschanlagen für öffentliche Bereiche</p>	<p>Top-Thema Wärmepumpen</p>	<p>Chillventa Nürnberg 08.10.–10.10.2024</p>
<p>11 November AS 29.10. ET 15.11.</p>	<p>Hauptausgabe zur GET Nord, Hamburg – Produkte und Trends Heizungstechnik – PV und Stromspeicher – Brennwerttechnik – Mobile Heiz- und Klimazentralen – Konvektoren – Hybrid und H2 ready</p>	<p>Sanitärtechnik – Boden-, Dach- und Kellerabläufe – Grauwasseraufbereitung und -nutzung – Rohrdurchführungen – Fettabscheider</p>	<p>Gebäudeautomation – Verbrauchsdatenerfassung – Hausautomation – Thermostate, Ventile, Stellantriebe, Sensoren – Lichtsteuerung und Zutrittskontrolle</p>	<p>Top-Thema Barrierefreie Badgestaltung</p>	<p>GET Nord Hamburg 21.11.–23.11.2024 + Verleihung</p>
<p>12 Dezember AS 22.11. ET 11.12.</p>	<p>Hauptausgabe zur BAU, München – Produkte und Trends Klima- und Lüftungstechnik – Kältemittel und Wärmepumpen – Klimatisierung von Industriehallen – Brandgas- und Entrauchungsanlagen/RWA – Luftleitungen und -durchlässe</p>	<p>Heizungstechnik – Wohnungsstationen – Regelung für Flächentemperierungssysteme – Hocheffizienzpumpen – Hygieneanforderungen an Heizkörper</p>	<p>Sanitärtechnik – Duschrinnen-Trends – Design im Bad – Lösungen für kleine Bäder – Vorwandtechnik</p>	<p>Top-Thema Smart Home/ Smart Building</p>	<p>BAU München 13.01.–17.01.2025</p>

1 Auflagenkontrolle:

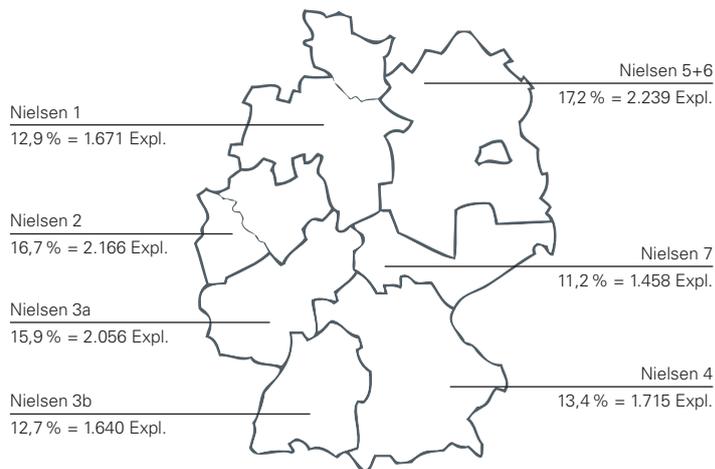
2 Auflagenanalyse: Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt (III/2022 bis I/2023)

Druckauflage	13.200		
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):	13.018	davon Ausland:	73
Verkaufte Auflage:	2.124	davon Ausland:	23
abonnierte Exemplare:	1.123	davon Mitgliederstücke:	701
Einzelverkauf:	0		
sonstiger Verkauf:	1.001		
Freistücke:	10.894		
Rest-, Beleg- und Archivexemplare:	182		

3 Geografische Verbreitungsanalyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	99,4	12.945
Ausland	0,6	73
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	13.018

3.1 Verbreitung nach Nielsengebieten:



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:

52.671

2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger:

(Wechsel nach jeder 3. Ausgabe)

49.795

2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

Verkaufte Auflage		2.124
davon: abonnierte Exemplare	1.123	
Einzelverkauf	0	
sonstiger Verkauf	1.001	
Freistücke		10.894
davon: ständige Freistücke	752	
wechselnde Freistücke	9.959	
Werbeexemplare	183	
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)		13.018
davon: Inland	12.945	
Ausland	73	

3 Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA)		13.018 = 100,0 %
Davon in der Untersuchung nicht erfasst:		183 = 1,4 %
Einzelverkauf	0	
sonstiger Verkauf	1.001	
Werbeexemplare	183	
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA)		12.835 = 98,6 %

3.2 Tag der Datei-Auswertung:

30. Juni 2022

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/2022 bis I/2023

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	58,1	7.565
Wohnungsbaugesellschaften/-genossenschaften/-verwaltungen	9,8	1.275
Installationsbetriebe mit Planungsabteilung	15,1	1.965
kommunale oder staatliche Bauämter	3,8	495
Bauabteilungen in Banken, Versicherungen, Industrie, Produktion, Handel, Gewerbe, Post/Kirche/Militär	8,0	1.041
Handel mit Produkten der Gebäudetechnik	0,9	117
Verbände, PR/Marketing	4,1	534
Sonstiges	0,2	26
tatsächlich verbreitete Auflage	100,0	13.018

Tätigkeitsmerkmal: Stellung (Position) im Betrieb

	Anteil an TvA	
	%	Exemplare
Inhaber/Mitinhhaber	48,5	6.314
Vorstand/Geschäftsführer	12,1	1.575
Abteilungsleiter, Gruppenleiter, Projektleiter	17,5	2.278
Bereichs-, Amtsleiter	7,3	950
technischer Angestellter/Fachingenieur	8,8	1.146
Meister, Geselle, Monteur	1,4	182
Sonstiges	3,7	482
keine Angabe	0,7	91
tatsächlich verbreitete Auflage	100,0	13.018



Brandschutz geht alle an!

Brandschutz ist interdisziplinär und eine permanente Aufgabe, die ein gemeinsames Planen und Handeln voraussetzt. HUSS-MEDIEN 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 Huss-Verlagsgruppe für eine durchgängige Kommunikation, wenn es darum geht, den Brandschutz gewerkeübergreifend durchzusetzen.

Ansprechpartner:

Marco Fiolka

E-Mail: marco.fiolka@hussmedien.de

Telefon: 030 42151-344

Anne C. Mutschall

E-Mail: anne.mutschall@hussmedien.de

Telefon: 030 42151-247

Katrin Schmiedel

E-Mail: katrin.schmiedel@hussmedien.de

Telefon: 030 42151-261

Termine:

Anzeigenschluss: 13.05.2024

Druckunterlagen: 21.05.2024

Erscheinen: 04.06.2024

Druckauflage:

20.000 Exemplare

Zeitschriftenformat:

210 mm breit x 297 mm hoch

Satzspiegel:

185 mm breit x 266 mm hoch

Formate und Preise:

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

* zuzüglich 3 mm Beschnitt

Zuschläge:

Anschnitt
Platzierung

10 % vom Grundpreis
10 % vom Grundpreis

Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

„Das Objektgeschäft 2024“ – 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, Krankenhäuser, Arztpraxen, 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 HUSS-Medien: „Moderne Gebäudetechnik“, „Immobilien vermieten & verwalten“, „Build-Ing.“

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

Gliederung der Sonderausgabe „Das Objektgeschäft 2024“:

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, CO₂-Reduzierung oder technische Raffineszen etc. (2 Druckseiten $\hat{=}$ circa 6.000 Zeichen; Manuskript bitte bis spätestens 14.06.2024 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

+ Firmenprofil 1 Jahr online abrufbar

Preis: 2.400,- €

Achtung: Vorteil für Anzeigekunden:

Bei Schaltung einer Anzeige in der Sonderausgabe ab Format 1/2 Seite 4c (Preis laut Mediadaten 4.110,- €) erhalten Sie das Grundpaket kostenfrei.

Ansprechpartner Redaktion:

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

Ansprechpartner Anzeigen/Promotion:

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

Anne C. Mutschall Telefon: 030 42151-247
E-Mail: anne.mutschall@hussmedien.de

Katrin Schmiedel Telefon: 030 42151-261
E-Mail: katrin.schmiedel@hussmedien.de

Termine:

Manuskripte: 14.06.2024

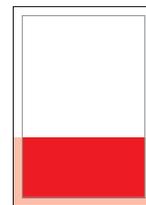
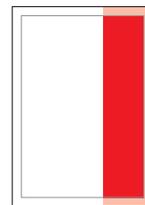
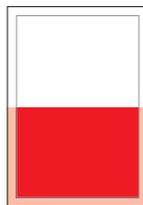
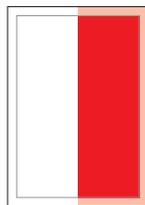
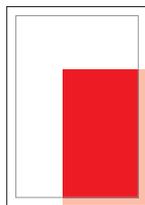
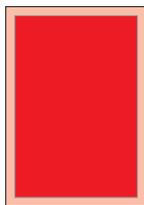
Anzeigenschluss: 24.07.2024

Druckunterlagen: 31.07.2024

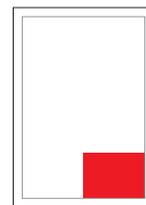
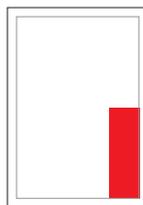
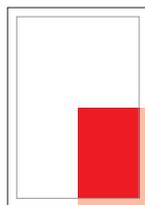
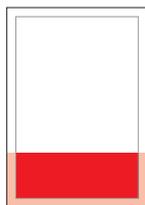
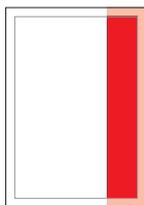
Erscheinen: 20.08.2024

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	5.560,- €	3.330,- €	2.910,- €	2.910,- €	2.040,- €	2.040,- €
Preis 2-farbig	5.960,- €	3.730,- €	3.310,- €	3.310,- €	2.440,- €	2.440,- €
Preis 4-farbig	6.760,- €	4.530,- €	4.110,- €	4.110,- €	3.240,- €	3.240,- €



	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	1.610,- €	1.610,- €	1.610,- €	840,- €	840,- €	840,- €
Preis 2-farbig	2.010,- €	2.010,- €	2.010,- €	1.050,- €	1.050,- €	1.050,- €
Preis 4-farbig	2.810,- €	2.810,- €	2.810,- €	1.540,- €	1.540,- €	1.540,- €

2 Zuschläge:

Platzierung	4. Umschlagseite	7.250,- €
	2. Umschlagseite	7.250,- €
	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 Sonderwerbeformen:

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@hussmedien.de

**7 Zahlungsbedingungen/
Bankverbindung:**

Commerzbank
Konto-Nr.: 976005902
BLZ: 120 400 00
IBAN: DE34 1204 0000 0976 0059 02
BIC: COBADEFFXXX
USt-Ident-Nr.: DE 137189299

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

- 1 Zeitschriftenformat:** 210 mm breit x 297 mm hoch, DIN A4
unbeschnitten: 216 mm breit x 303 mm hoch
- Satzspiegel:** 185 mm breit x 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 beigelegt sein.
Bilder und Grafiken müssen im CMYK-Modus zur Verfügung gestellt werden.

- 5 Farben:** Der Druck erfolgt nach der Eurokala 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@hussmedien.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.

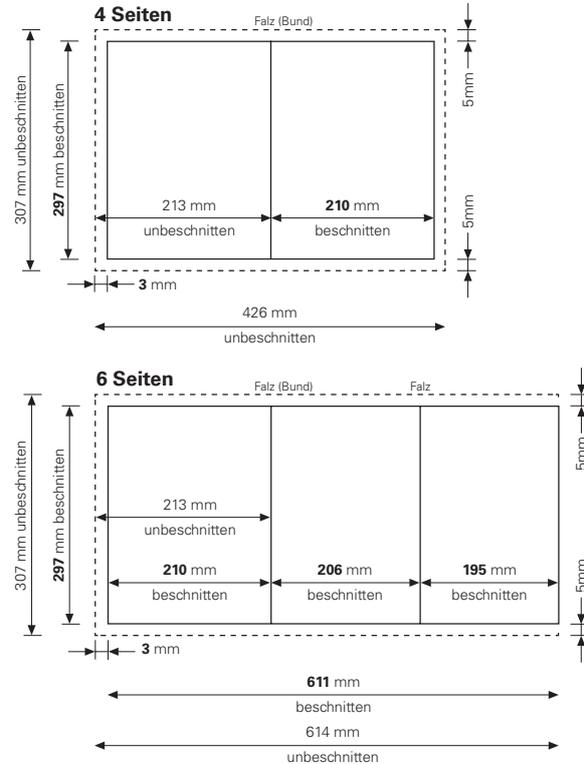
Formate: unbeschnitten
1 Blatt (= 2 Seiten) 213 mm breit × 307 mm hoch
2 Blatt (= 4 Seiten) 426 mm breit × 307 mm hoch
3 Blatt (= 6 Seiten) 614 mm breit × 307 mm hoch
4 Blatt (= 8 Seiten) = 2 × 2 Blatt

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. Erschwerisse 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.

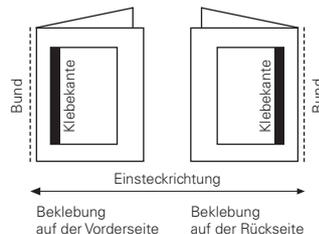
Beschnittschema Rückstichheftung:



- 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/2024,
Name des Kunden, Bezeichnung der Drucksache,
Auflagenhöhe, Lieferanzahl der Paletten/Pakete

Sonderwerbformen 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:** HUSS-MEDIEN GmbH
10400 Berlin · Deutschland
Hausanschrift:
Am Friedrichshain 22
10407 Berlin
- Ansprechpartner Redaktion:** Silke Schilling, Chefredakteurin
E-Mail: silke.schilling@hussmedien.de
Telefon: 030 42151-386
- Ansprechpartner Online-Werbung:** Marco Fiolka, Anzeigenleiter
E-Mail: marco.fiolka@hussmedien.de
Telefon: 030 42151-344
- Zahlungsbedingungen/Bankverbindung:** Commerzbank
Konto-Nr.: 976005902
BLZ: 120 400 00
IBAN: DE34 1204 0000 0976 0059 02
BIC: COBADEFFXXX
UST-Ident-Nr.: DE 137189299
14 Tage nach Erhalt der Rechnung netto.
Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

The screenshot displays the homepage of 'Moderne Gebäudetechnik'. At the top, there are navigation menus for 'Aktuelles', 'Fachartikel', 'Magazin', 'Print und Digital Abo', 'Veranstaltungen', 'DEUTSCHER TGA-AWARD', 'Firmendatenbank', and 'Mediaservice'. A red banner below the navigation reads '+++ TOP-MELDUNG: Let's build together - Für ein echtes digitales Miteinander am Bau +++'. The main content area features several articles:

- BIM-TAGE DEUTSCHLAND 09.-12.10.2023:** An advertisement for a conference with a 'GRATIS TICKET' offer.
- Verbleib der TGA Branche 10-Punkte-Plan für mehr Modernisierungstempo überreicht:** An article about the German Building Conference (BDH und ZVSHK) and a 10-point plan for modernization.
- Frühjahr (SE, SD und EE) Großwärmepumpen für die Fernwärmeversorgung:** An article discussing the environmental impact of district heating systems.
- Blauer Engel für Wärmepumpen:** An article about the Blue Angel certification for heat pumps.
- BIM Deutschland startet in Phase zwei:** An article about the second phase of the BIM Germany initiative.
- Suche:** A search bar with the text 'Was suchen Sie?'. Below it are links for 'Newsletter abonnieren' and 'mehr Informationen'.
- DAE Wärmelieferer Q3 2023: Auf und Ab bei Heizungsanfrage:** An article about the demand for district heating in the third quarter of 2023.
- KALTEWÄRME:** An article about cold energy.
- Novellierung der F-Gase-Verordnung: Triolog-Verhandlungen: EU-Parlament und -Rat haben sich auf einen Kompromissvorschlag verständigt:** An article about the update of the F-gas regulation and the agreement between the EU Parliament and Council.

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 folgende E-Mail-Adresse:
marco.fiolka@hussmedien.de

Lieferfrist: spätestens 5 Arbeitstage vor Kampagnenbeginn
Mit diesen Vorlaufzeiten haben wir gemeinsam
ausreichend Zeit, die Formate zu testen und eine
sichere Auslieferung der Kampagne zu gewährleisten.
Verzögerungen durch verspätete Anlieferungen
gehen ansonsten nicht zu unseren Lasten.

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

Für weitere Werbeformen, wie beispielsweise das **Online-Advertorial**
oder die **Native TextAd** siehe Seite 17.

Wir helfen Ihnen bei der Auswahl der für Sie am besten geeigneten
Werbeform und übernehmen auf Wunsch auch die Gestaltung Ihres
Banners.

- 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:** HUSS-MEDIEN GmbH
10400 Berlin · Deutschland
Hausanschrift:
Am Friedrichshain 22
10407 Berlin
- Ansprechpartner
Redaktion:** Silke Schilling, Chefredakteurin
E-Mail: silke.schilling@hussmedien.de
Telefon: 030 42151-386
- Ansprechpartner
Anzeigen:** Marco Fiolka, Anzeigenleiter
E-Mail: marco.fiolka@hussmedien.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% |



Das Praxisjournal für die TGA-Fachplanung



AKTUELLE MELDUNG



DENEFF: Nullrunde für Klimaschutz in Gebäuden droht

Heute will sich das Bundeskabinett abschließend mit dem Klimaschutzprogramm 2023 befassen. Das Programm drohe wieder zu einer erneuten klimapolitischen Nullrunde der Ampelregierung zu werden, wenn nicht weitere politische Maßnahmen folgen, warnt die DENEFF. [Weiterlesen](#)

Anzeige:



Uponor Comfort Port spart Zeit und Kosten

Uponor Comfort Port sind anschlussfertig vormontierte Verteilerstationen. Sie werden im Verteilerkasten mit komplett werkseitig montierten Anschlusssets, Verteilerbalken, Regelklammerleisten und Stellantrieben geliefert. Mit einem Online-Tool lassen sie sich zudem schnell und einfach konfigurieren. Das Ergebnis: Effiziente Arbeitsabläufe mit hohen Zeit- und Kosteneinsparungen – von der Bestellung über die Kommissionierung bis hin zur Installation auf der Baustelle.

[weiterlesen >>](#)



Branchenverbände fordern Klarheit zu Anforderungen an Trinkwasserwerkstoffen

Die Branchenverbände figawa e.V., Kupferverband e.V. und VDMA e.V. Armaturen fordern schnellstmögliche Klarheit über die nationalen und europäischen Regelungen zu Anforderungen an Materialien und Produkten im Kontakt mit Trinkwasser. [Weiterlesen](#)

Anzeige:

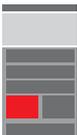
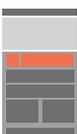


AEG Durchlauferhitzer - Einsparen für den Klimaschutz

Welche Warmwasserbereitung ist zukunftsfähig? Die dezentrale Warmwasserbereitung mit AEG Durchlauferhitzern erfordert weniger Energie und

**Termine
Newsletter 2024:**

Januar	10.01.2024 24.01.2024
Februar	07.02.2024 21.02.2024
März	06.03.2024 13.03.2024 19.03.2024
April	03.04.2024 10.04.2024 18.04.2024
Mai	02.05.2024 15.05.2024 29.05.2024
Juni	12.06.2024 26.06.2024
Juli	10.07.2024 24.07.2024
August	07.08.2024 21.08.2024
September	04.09.2024 18.09.2024
Oktober	02.10.2024 16.10.2024 30.10.2024
November	13.11.2024 27.11.2024
Dezember	11.12.2024

	Werbeform	Format (Breite x Höhe)	Platzierung	Preis je Ausgabe
	Full Banner	468 x 60 Pixel	horizontal, über dem Inhalt	1.150,- €
	Special NL Banner*	650 x 85 Pixel	horizontal, über gesamte Newsletterbreite	1.400,- €
	Medium Rectangle	300 x 250 Pixel	seitenintegriert, im zweispaltigen Teil	890,- €
	Textanzeige	maximal 600 Zeichen inklusive Leerzeichen	Anzeige in Textform in Newsletter implementiert	790,- €
	Textanzeige mit Bild	maximal 500 Zeichen inklusive Leerzeichen + Bild	Anzeige in Textform in Newsletter implementiert, mit Bild	920,- €

* Weitere Formate auf Anfrage.

- 1. „Anzeigenauftrag“** im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung von Anzeigen und Fremdbelagen in einer Druckschrift sowie über Online-Werbung zum Zweck der Verbreitung. Ein Abschluss erfolgt unter Beachtung der gemäß Prälistie zu gewählenden Rabatte. Rechtverbindliche Anzeigenaufträge kommen erst durch schriftliche Bestätigung des Auftraggebers zustande.
- 2. Abtut:** Anzeigen und Fremdbelagen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses kein bestimmtes Abtutdatum festgelegt, so ist die Abtutfrist ein Jahr ab dem Erscheinens des ersten Anzeigebaukastells, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.
- 3. Bei Abschlüssen** sind die Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannten Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen zu den vertraglich vereinbarten Konditionen bzw. nach Preisliste abzurufen.
- 4. Online-Werbung** (d. h. Homepage, Newsletter etc.) bestimmt sich nach den im jeweiligen gegebenen Zeitraum. Der Auftraggeber hat während der gesamten Laufzeit des Vertrages die Webseiten des Auftraggebers und für den Auftraggeber zu betreiben, aufrecht zu erhalten. Vorbehaltlich entgegenstehender Individualvereinbar sind die im Bannermetasystem des Verlags angezeigten Werte bei den Visits und Page Impressions maßgeblich.
- 5. Ablehnung von Aufträgen:** Der Verlag ist berechtigt, Anzeigenaufträge – auch einzelne Aufträge im Rahmen eines Gesamtauftrages – nach sachgemäßem Ermessen abzulehnen. Dies gilt insbesondere, wenn deren Inhalt gegen Gesetz- oder behördliche Bestimmungen verstößt, vom deutschen Werberecht in einem Besondereverbotfall beanstandet ist, die Anzeigen die Rechte an Marken, Markenrechten, Markenbildern, Markenfiguren, Markenwörtern, Markenzeichen, Markenlogos, Markenbildern oder Markenfiguren verletzen oder die Anzeigen die Rechte an Marken, Markenrechten, Markenbildern, Markenfiguren, Markenwörtern, Markenzeichen, Markenlogos, Markenbildern oder Markenfiguren verletzen oder die Anzeigen die Rechte an Marken, Markenrechten, Markenbildern, Markenfiguren, Markenwörtern, Markenzeichen, Markenlogos, Markenbildern oder Markenfiguren verletzen oder die Anzeigen die Rechte an Marken, Markenrechten, Markenbildern, Markenfiguren, Markenwörtern, Markenzeichen, Markenlogos, Markenbildern oder Markenfiguren verletzen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich nach Kenntniserlangung des betreffenden Inhalts mitgeteilt. Online-Werformen, die im Widerspruch zu diesen Bestimmungen stehen, können auch nachträglich aus dem Online-Angebot entfernt werden.
- 6. Anzeigenschluss:** In die in den Prälistien angegebenen Anzeigenschlüsse sind für den Verlag unverbindlich. Dem Auftraggeber steht es frei, Anzeigenschlustrmine kurzfristig, dem Produktionsprozess 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. Kundenfragen und Rücktritte, die nach dem Anzeigenschluss bzw. dem Beginn der Kampagne eingehen, werden frühestens mit der nächste Print-Ausgabe bzw. Online-Kampagne wirksam. Anzeigen 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, in dem 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 eindeutige Platzierungsvorgabe gemacht werden, kann der Verlag die Platzierung frei bestimmen.
- 9. Haftung für die inhaltliche Richtigkeit:** Der Auftraggeber ist für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der Anzeige und/oder der Online-Werform selbst 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 Gegenseite zu tragen, die sich auf tatsächliche Behauptungen der veröffentlichten Anzeige beziehen, zu tragen, und zwar nach Maßgabe des jeweils geltenden Rechts. Die Haftung für die inhaltliche Richtigkeit der Anzeige geht nicht auf keine Ansprüche gegen den Verlag zu.
- 10. Druckunterlagen:** Für die rechtzeitige und einwandfreie Lieferung des Anzeigentextes in Druckunterlagen, Belagen sowie in der Online-Werbung ist der Auftraggeber verantwortlich. Die Schlusstermine für Druckunterlagen sind der jeweiligen Anzeigenpreisliste des Verlags zu entnehmen.
Gefahrübergang ist mit Eingang der Unterlagen beim Verlag oder der Online-Werformeln. Die Übersendung von mehr als zwei Farbvorlagen, die nicht termingerecht sind und der Wunsch nach einer Vorlaufzeit, die über die in der Vorlage abweichenden Druckwiedergabe können Auswirkungen auf Platzierung und Druckqualität verursachen und schließen spätere Reklamationen aus. Sofern 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 Datenmaterial mit Druckvorlagen gehen in das Eigentum des Verlages über. Sie werden nur auf ausdrücklichen Wunsch und gegen eine Verandgebühr 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 angelegten Druckunterlage die Abdruckhöhe von der bestellten Abdruckhöhe im Auftrag ab, gilt das Maß der in Abdruck gebrachten Anzeigehöhe. Angefangene Millimeter werden dabei auf volle Millimeter nach oben gerundet.
Probabzüge werden nach Wunsch geliefert. Die Probabzüge sind für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der Anzeige und/oder der Online-Werbung selbst sowie hinsichtlich der hierfür zur Verfügung gestellten Materialien. Der Auftraggeber ist für die inhaltliche Richtigkeit der Probabzüge selbst verantwortlich. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probabzüge.
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:
Datenschutz: Bei digitalen Daten werden die zum Auftraggeber übertragenen Daten nach der Auftraggeber dafür Sorge zu tragen, dass diese Daten innerhalb eines gemeinsamen Verzeichnisses (Ordner) gesammelt bzw. gespeichert werden. Anzeigenvorlagen sollen nur mit geschlossenen Daten digital übertragen werden. Der Verlag haftet nicht für fehlerhafte Veröffentlichung von Anzeigen (Print), die mit offenen Dateien übermittelt werden.
Online-Werbung darf nach Absprache mit dem Verlag nur in geeigneten Datenformaten angefertigt werden. Die Vorgaben des Verlags sind zu beachten. Der Verlag haftet nicht für fehlerhaft angelegte Dateien.
Farbanzeigen: Bei digital übermittelten Druckvorlagen für Farbanzeigen ist vom Auftraggeber ein Farb-Proof mitzuliefern. Digital erstellte Prüfdrucke müssen zur Kontrolle der Farbverbindlichkeit in der FOGRA/RAU-Grafik-Medienlinie in der aktuellen Version enthalten. Andrucke müssen einen offiziellen Druckkontrollstempel 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 sachliche Rückfragen überprüfen zu können. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenschnitte, Belagarten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Beschreibung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
- 12. Chiffrenzeigen:** Die Eingänge auf Chiffrenanzeigen werden vier Wochen zur Abholung aufbewahrt bzw. dem Auftraggeber aus dem normalen Postweg weitergeleitet, auch dann wenn es sich um elektronische Medien handelt. Wertvollere Medien werden vier Wochen aufbewahrt, ohne dass verlangt zu sein. Anzeigen, die nicht abgeholt wurden, sind als ungenutzt abgeholt. Zuschriften vernichtet. Der Verlag behält sich im Interesse und zum Schutz des Auftraggebers das Recht vor, die eingehenden Angebote zur Ausschaltung von Missbrauch des Chiffrensystems zu Prüfverfahren zu öffnen. Der Auftraggeber kann den Verlag berechneten, Zuschriften aufzugeben zu öffnen.
- 13. Errechnung Abnahmehempe:** Bei der Errechnung der Abnahmehempen werden Text-Millimeterzeilen mit Preis entsprechend in Eingangs-Millimeter umgerechnet.
- 14. Zusätzliche Satzkosten:** Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen unsorgfältig vereinbart. Der Verlag haftet nicht für die Anfertigung von Aufträgen, die nicht im Rahmen des Anzeigenauftrages zur Verfügung gestellt wurden. Nachträgliche Änderungen zusätzliche Kosten verursachen.
- 15. Nachlassen:** Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtschritten, den Unterschied zwischen dem gewählten und dem tatsächlich abgenahmten 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 Einführungsdatum des neuen Tarifs in Kraft.
- 17. Abweichende Preise:** Für Anzeigen in Verlagsbelagen und redaktionell gestaltete Anzeigen, Anzeigen in Sonderveröffentlichungen und Kollektiven sowie für die Online-Werbung und für Anzeigen, welche nach Anzeigenschluss verkauft werden, kann der Verlag von der Preisliste abweichende Preise festlegen.
Anzeigenschluss: Der Auftraggeber ist verpflichtet, die Anzeigen rechtzeitig (schwachlich bis spätestens am 18.00 Uhr) zu übermitteln. Die Preisliste ist verbindlich, wenn die in der Preisliste garantierte Verkaufsaufträge im Gesamtdruckumfang des vergangenen Inserentenjahres laut IWM-Vollmeldungen um 30 % unterschritten wird. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preiserminderungs- und Schadenersatzansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeigen vom Verlag zurücktreten konnte. Änderungen des Heftumfangs behält sich der Verlag vor.
- 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 Rechnungslegung zu korrigieren.
- 20. Bei Zahlungsverzug** oder Forderung werden die gesetzlichen Zinsen, im kaufmännischen Geschäftsverkehr in Höhe von neun Prozentpunkten über dem Basiszinssatz der Europäischen Zentralbank ab Fälligkeit der Rechnung, sowie ein Verzugszuschusspauschale in Höhe von 40,00 € dem Grunde, die auf einen geschuldeten Betrag, der dem Auftraggeber zu zahlen ist, zu addieren (zusätzlich bis zu B. wegen Kosten der Rechtsverfolgung). Die Pauschale fällt auch bei verspäteter Abschlags- oder Ratenzahlungen an. (S 288 BGB n.F.) Zahlungsverzug 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 Verzugszuschusses behält sich der Verlag gegenüber Unternehmen und Verbrauchern vor. Den Vertragspartnern bleibt es jedoch vorbehalten, im einzelnen niedrigeren oder einen höheren Schaden nachzuweisen. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug von Unternehmen 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 Anzeigenschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungslimit von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offestehender 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 (Nachherfüllung) 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 ungenügender Anzahl bei den Gewährleistungsansprüche. Das gleiche gilt bei Fehlern in wiederholt erscheinenden Anzeigen, wenn der Auftraggeber nicht vor Drucklegung den Abdruck der Druckunterlagen geprüft hat. Der Auftraggeber hat die Druckunterlagen vor vollständiger und Richtiger zu überprüfen. Die Gewährleistung bei **Online-Werbung** auf solch Fehler in der Wiedergabe der Online-Werformel beschränkt, die in der Einflussgröße 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-Werformel 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-Werformel zu ermöglichen. Bei einem Ausfall des Servers über einen erheblichen Zeitraum (mehr als 24 Stunden) oder über einen längeren Zeitraum (mehr als 24 Stunden) fortlaufend oder wiederholt innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der vertraglich vereinbarten Schaltung andauernd. Beachtet der Auftraggeber diese Geschäftsbedingungen und 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 zeitbedingte bestmögliche Wiedergabe der Anzeigen 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 weichen mit Ablauf des 31. Dezember des auf die Veröffentlichung der entsprechenden Anzeige oder Belage 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 die eines Erreichens des Vertragszwecks gefährdenden Weise verursacht werden oder
(2) durch 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) Die Haftung für Schäden, die aus dem Gebrauch der Online-Werformel verborgener Aufwendungen haftet der Verlag nicht, sofern diese nicht auf Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit von Organen oder leitenden Angestellten des Verlages zurückzuführen sind.
(e) Ansonsten ist jede Haftung des Verlages auf solche typischen Schäden beschränkt, mit deren Eintritt der Verlag nach dem ihm bei Vertragsabschluss bekannten Umständen vernünftigerweise rechnen konnte.
(f) Der Ausschluss oder die Begrenzung von Ansprüchen gemäß den vorstehenden Ziffern a) bis e) schließt Ansprüche gegen Mitarbeiter und Beauftragte des Verlags ein.
(g) Eine Haftung des Verlages wegen Personenschäden, Fehlens zugehöriger Eigenschaften oder nach dem Produktionsrisiko besteht nicht.
(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 ein Mangel in der Vorlage vorliegt, der der Verantwortung des Auftraggebers zuzurechnen ist.
(j) Die Haftung des Verlags für Schäden, die aus dem Gebrauch der Online-Werformel verborgener Aufwendungen haftet der Verlag nicht, sofern diese nicht auf Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit von Organen oder leitenden Angestellten des Verlages zurückzuführen sind.
(k) Die Haftung des Verlags für Schäden, die aus dem Gebrauch der Online-Werformel verborgener Aufwendungen haftet der Verlag nicht, sofern diese nicht auf Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit von Organen oder leitenden Angestellten des Verlages zurückzuführen sind.
(l) Die Haftung des Verlags für Schäden, die aus dem Gebrauch der Online-Werformel verborgener Aufwendungen haftet der Verlag nicht, sofern diese nicht auf Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit von Organen oder leitenden Angestellten des Verlages zurückzuführen sind.
(m) Die Haftung des Verlags für Schäden, die aus dem Gebrauch der Online-Werformel verborgener Aufwendungen haftet der Verlag nicht, sofern diese nicht auf Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit von Organen oder leitenden Angestellten des Verlages zurückzuführen sind.

- Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlags**
- a) Die allgemeinen Geschäftsbedingungen**, die Auftragsbestellungen, die Auftragsbestellungen und die jeweils gültige Preisliste sind für jeden Auftrag maßgebend. Abweichende Geschäftsbedingungen werden erst gültig durch schriftliche Bestätigung des Verlags.
 - b) Die Werbungsmitter und Werbeagenturen** sind verpflichtet, sich in ihren Anzeigen, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungsstrebenden an die Preisliste des Verlags zu halten. Die vom Verlag gewährte Mitteilungsergänzung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.
 - c) Bei Auftraggeber/Werbeagenturen**, die zum ersten Mal mit dem Verlag in Geschäftsverbindung treten, kann **Vorauskasse** zum Anzeigenschlustrmine verlangt werden.
 - d) Der Auftraggeber** überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Print- und Online-Medien 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 die 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 2024** 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 2024) 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 2024

Zeitraum: Sponsoring bis zur Preisverleihung im November 2024

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

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

Anne C. Mutschall
Telefon: 030 42151-247
E-Mail: anne.mutschall@hussmedien.de

Katrin Schmiedel
Telefon: 030 42152-261
E-Mail: katrin.schmiedel@hussmedien.de

HUSS-MEDIEN GmbH

Am Friedrichshain 22
10407 Berlin
Tel. +49 30 42151-0
management@hussmedien.de
www.huss.de



HUSS-VERLAG GmbH

Joseph-Dollinger-Bogen 5
80807 München
Tel. +49 89 32391-0
management@hussverlag.de
www.huss.de



tw.huss-verlag.de
xi.huss-verlag.de
li.huss-verlag.de

Bestellen Sie noch heute Ihr Probeexemplar und die aktuellen Mediadaten!

