MEDIADATEN 2024
PRINT + DIGITAL
SCHULBAU

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

MEHR ALS 45 MILLIARDEN INVESTITIONEN GEHEN IN DEN SCHULBAU!



CUBUS MEDIEN VERLAG

Stand 12.01.2024



Foto: iStock

Um Klassen besser …

… zu machen!

Die SCHULBAU – Internationaler Salon und Messe für den Bildungsbau ist die europaweit einzige Messe, die sich mit dem konkreten Investitionsvolumen für Schule, Kita und Campus befasst.
Derzeit stehen bundesweit mehr als 40 Milliarden Euro zur Verfügung, die bis zum Jahr 2030 ausgegeben werden müssen.

DER GESAMTE MARKT AN EINEM PLATZ

Treffen Sie die wichtigsten Akteure aus dem Bereich Schulbau: Architekten und Fachplaner, Schulleitungen, Behörden- und Institutionsvertreter, Investoren und Bauunternehmungen sowie die Aussteller mit ihren aktuellen Produktinnovationen.

Werden auch Sie Teil unserer SCHULBAU-Familie, und profitieren Sie von außerordentlichen beruflichen Ideen und weiterführenden Kontakten.



Auch als Magazin erhältlich
(gedruckt oder digital)

Aktuelle Terminvorschau SCHULBAU Salon & Messe

- **Stuttgart** 28.–29. Februar **2024**
- **Frankfurt am Main** 16.–17. April **2024**
- **Kopenhagen (DK)** 14. Mai **2024**
- **Köln** 25.–26. September **2024**
- **Berlin** 27.–28. November **2024**
- **München** Herbst **2025**

SCHULBAU
SKOLE BYGGERI | SCHOOL BUILDING
SMART TRENDS FOR EDUCATIONAL ARCHITECTURE

SCHULBAU IM DIALOG





- Erscheint 5-mal jährlich
- 2024 im 13. Jahrgang.
- pro Ausgabe 12.500 Empfänger
  (Print und Digital, national & international)

2024

SCHULBAU 2024

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

1 Kurzcharakteristik: SCHULBAU – Das Magazin von der Kita bis zum Campus – informiert über alle Themen im Bereich Bildungsbau.

2 Zielgruppe: Architekten, Innenarchitekten, Landschaftsarchitekten, Fachplaner, Fachplaner für Brandschutz, Fassadenbau-Unternehmer, Produkthersteller, Projektentwickler und Bauunternehmungen, Bauämter und Schulbau-behörden, Schulleitungen und Facility-Manager, Bauteile-Hersteller und Bau-Dienstleister, Investoren, PPP-Investoren, Bezirksamtsleiter, Schulbudget-Entscheider, etc.

3 Mitgliedschaften: Media-Datenbank der Deutschen Fachpresse
Mitglied im aiv Architekten- und Ingenieurverein Hamburg
Mitglied im Förderverein Bundesstiftung Baukultur

4 Organ: unabhängig

5 Herausgeber: Kirsten Jung
Geschäfsführende Gesellschafterin und Verlagsleitung

6 Redaktion: Dr. Marc Sgonina
Chefredaktion SCHULBAU Magazin
Telefon +49 (0)40 - 80 80 57 284
E-Mail marc.sgonina@cubusmedien.de

7 Anzeigen: Martina-Stefanie Weiss
Anzeigenleitung & Multimedia Managerin
(Beratung und Buchung PRINT + Online + Messen)
Telefon +49 (0)40 - 80 80 57 282
E-Mail martina.weiss@cubusmedien.de

8 Jahrgang: 13. Jahrgang 2024

Erscheinungsweise: 5-mal jährlich zzgl. Sonderausgaben

9 Verlagsanschrift: Cubus Medien Verlag GmbH
Knauerstraße 9–11, 20249 Hamburg
Telefon +49 (0)40 - 80 80 57 280
www.schulbau-messe.de
anzeigen@cubusmedien.de

10 Verlags- und Projekt-leitung SCHULBAU: Kirsten Jung
Telefon +49 (0)40 - 80 80 57 286
Mobil +49 (0)160 81 70 954
E-Mail kirsten.jung@cubusmedien.de

11 Termin- und Themenplan: siehe Seite 4

12 Onlinewerbung: Bannerwerbung siehe Seite 9
Newsletter siehe Seite 10
Premium-Content in unserer digitalen Ausgabe Seite 11

13 Audiowerbung: Podcast Seite 13

14 Bezugspreis Jahresabonnement: 64 Euro zzgl. MwSt. Print + Digital p.a.
42 Euro zzgl. MwSt. nur Digital p.a.

Kombi Abo Magazine
SCHULBAU und **fassadentechnik**
124 Euro zzgl. MwSt. Print + Digital
60 Euro zzgl. MwSt. nur digital

Einzelverkaufspreis: 22,50 Euro

ISSN-Nummer: 2196-3762

SCHULBAU 2024

Media-Informationen:
Termin- und Themenplan
Messetermine

Ausgabe	Erscheinungstermin	Anzeigenschluss	Themenschwerpunkte	
1/2024	13. Februar 2024 SCHULBAU Salon & Messe **Stuttgart 28.–29. Februar 2024**	22. Januar 2024	Außenraum	• **Recyclingbeton für den Schulbau** • **(Holz-)modulbau** • **Dachbegrünung**
			Innenraum	• **Akustik (-Vorhänge)** • **Decken** • **Möblierung**
			Produkte	**Absturzsicherung I Sicherheitssysteme I Upcycling I Fassadengestaltung I Sanitär**
			Service	• **Vorschau SCHULBAU Salon & Messe in Stuttgart am 28. und 29. Februar 2024** • **Nachlese SCHULBAU Salon & Messe in Berlin 2023**
2/2024	26. März 2024 SCHULBAU Salon & Messe **Frankfurt am Main 16.–17. April 2024**	28. Februar 2024	Außenraum	• **Pausenhofgestaltung** • **Turnhallensanierung** • **Interimsgebäude (Containereinsatz)**
			Innenraum	• **Lernlandschaften pädagogisch einsetzen** • **Gute Luft (Belüftung)** • **(Holz) Deckenelemente**
			Produkte	**Akkustiksysteme | Brandschutz | Präsenz- und Bewegungsmelder | Fassadengestaltung Sonnen- und Blendschutz | Decken | Digitale Lösungen**
			Service	• **Vorschau SCHULBAU Salon & Messe in Frankfurt a.M. am 16. und 17. April 2024** • **Nachlese SCHULBAU Salon & Messe in Stuttgart 2024**
3/2024	08. April 2024 SCHULBAU Salon **Kopenhagen (DK) 14. Mai 2024** **NUR DIGITAL**	05. März 2024	Außenraum	• **Skandinavischer Bildungsbau: Von der Gebäudehülle bis zur Lernlandschaft**
			Innenraum	• **Nachhaltige Räume: Bodenbeläge | Akustik | Belüftung**
			Produkte	**Bewegungsräume | Modulbau | Dachbegrünung I Möblierung I Akustik**
			Service	• **Vorschau SCHULBAU Salon Kopenhagen am 14. Mai 2024** • **Nachlese SCHULBAU Salon & Messe in Frankfurt am Main 2024**
4/2024	09. September 2024 SCHULBAU Salon & Messe **Köln 25.–26. Sept. 2024**	27. Juni 2024	Außenraum	• **Kitabau in Modulbauweise sowie Spiel- und Sportgeräte** • **Sporthallen** • **Sanierung**
			Innenraum	• **Bewegungsflächen im Ganztag** • **Digitales Lernen und Lehren** • **Barrierefreiheit**
			Produkte	**Farben I Fenster I Gebäudetechnik I Raumluft I Containersysteme**
			Service	• **Vorschau SCHULBAU Salon & Messe in Köln am 25. und 26. September 2024** • **Nachlese SCHULBAU Salon Kopenhagen 2024**
5/2024	11. November 2024 SCHULBAU Salon & Messe **Berlin 27.–28. Nov. 2024**	10. Oktober 2024	Außenraum	• **Fundamentbau ohne Beton** • **Dämmung** • **Graffitischutz**
			Innenraum	• **Beteiligungsprozesse umsetzen** • **Medienzentren für Schüler*innen bauen** • **Bodenbelege für jede Situation**
			Produkte	**Modulbau I Möblierung I Sicherheitssysteme I Sanierung im Bestand I (Trenn-) Wandsysteme**
			Service	• **Vorschau SCHULBAU Salon & Messe in Berlin am 27. und 28. November 2024** • **Nachlese SCHULBAU Salon & Messe in Köln 2024**

Vorschau auf 2025

Ausgabe 1/2025 Erscheinungstermin Februar/März

Außenraum	• **Modulbau in Hybridbauweise**
Innenraum	• **Richtig heizen in der Schule** • **Innensanierung**
Produkte	**(Kunst)Licht, Holzbau, Akustiksysteme Schallschutz, Innenausbau**

Ausgabe 2/2025 Erscheinungstermin April

Außenraum	• **Außenmöblierung einsetzen**
Innenraum	• **Rückzugsräume zum Auftanken** • **Türen und Trennwände**
Produkte	**Tafelsysteme, Spiel- und Sportgeräte, Sonnen- und Blendschutz Außenmöblierung, Tageslicht**

SCHULBAU 2024

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

1 Zeitschriftenformat: 210 mm x 297 mm (B x H)

2 Satzspiegel: 186 x 273 mm
Spaltenzahl: 2 Spalten, à 90 mm
3 Spalten à 59 mm

3 Auflage (Print + digital): pro Ausgabe 12.500 Empfänger

4 Druck- und Bindeverfahren, Druckdaten:

Druck: Offset

Bindeverfahren: Klebebindung oder Klammerheftung

Druckdaten: Die Übergabe der Druckdaten erfolgt entsprechend den Bedingungen auf Seite 8

5 Termine/Erscheinungsweise:
Erscheinungsweise: 5 mal im Jahr
Erscheinungstermin: siehe Termin- und Themenplan Seite 6
Anzeigenschluss: siehe Termin- und Themenplan Seite 6

6 Verlagsanschrift:
Cubus Medien Verlag GmbH
Knauerstraße 9–11, 20249 Hamburg
www.schulbau-messe.de
Telefon +49 (0)40 - 80 80 57 280
E-Mail anzeigen@schulbau-messe.de

7 Zahlungsbedingungen:
15 % AE-Provision gültig für Deutschland; Preise zzgl. gesetzlicher MwSt; Zahlungsfälligkeit sofort bei Rechnungserhalt.
USt-Ident-Nr. DE 227139641
Steuer-Nr. 0713001623

Bankverbindungen: Hamburger Sparkasse,
IBAN DE 09 2005 0550 1009 2206 56
BIC HASP DE HH XXX

8 Anzeigenformate im Textteil:
Die genauen Anzeigenformate, wahlweise im Satzspiegel oder Anschnitt, finden Sie auf Seite 6. Allen Preisen ist der jeweils gültige gesetzliche Mehrwertsteuersatz hinzuzurechnen.

Anzeigenformat	s/w	4-farbig
1/1-Anzeige	**3.727,50** Euro	**5.239,50** Euro
1/2-seitig	**1.942,50** Euro	**3.916,50** Euro
1/3-seitig	**1.732,50** Euro	**3.412,50** Euro
1/4-seitig	**1.312,50** Euro	**2.572,50** Euro

Auch ohne ABO in der digitalen Ausgabe sichtbar!

9 Vorzugsplatzierungen:
1. Umschlagsseiten U2 oder U3 in 4-farbig **5.339,50 Euro**
2. Umschlagsrückseite U4 oder Premiumwunschseite in 4-farbig **5.449,50 Euro**
3. Titelseite auf Anfrage

10 Farbzuschläge:
Sonderfarben (HKS, Pantone): auf Anfrage

11 Formatzuschläge:
Maße für das Seitenlayout:

1/1 Seite	210 x 297 mm	+ 3 mm Beschnittzugabe
1/2 Seite quer	210 x 149 mm	+ 3 mm Beschnittzugabe
1/2 Seite hoch	100 x 297 mm	+ 3 mm Beschnittzugabe

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

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

Alle Zuschläge werden rabattiert.

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

Malstaffel
2 x 5 %
3–5 x 10 %

Besondere Konditionen für Aussteller nach Absprache!

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

13 Sonderwerbeformen:
Entwicklung, Fertigstellung und Verbreitung von Corporate Publishing Objekten, gesponserten Sonderausgaben, Kalendern, Broschüren, etc. Bitte rufen Sie uns an unter +49 (0)40 - 80 80 57 282.

14 Einhefter:* zweiseitig vierseitig
Papiergewicht bis 150 g/qm **4.850,– Euro** **6.850,– Euro**

Rabatt siehe Mengenstaffel – 1 Blatt = 1 Anzeigenseite
Format: 297 mm hoch zzgl. 3 mm Kopfbeschnitt und 5 mm Fußbeschnitt, 210 mm breit zzgl. 3 mm Bund Fräsrand und max. 5 mm außen, vier- und mehrseitig gefalzt
Anzahl: auf Anfrage
* Technische Angaben siehe Merkblatt Seite 9

15 Beilagen:*
lose eingelegt, max. Größe 205 x 292 mm
bis 25 g pro Tsd. **425,– Euro**
bis 30 g pro Tsd. **445,- Euro**
Mehr als 30 g pro Tsd. auf Anfrage
Postgebühren nach aktuellem Stand, auf Anfrage –
wird anteilig, nachdem die Rechnung von der Post vorliegt, berechnet
* Technische Angaben siehe Merkblatt Seite 9

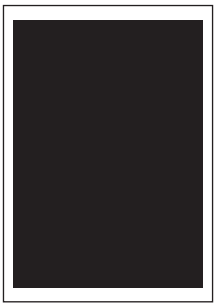
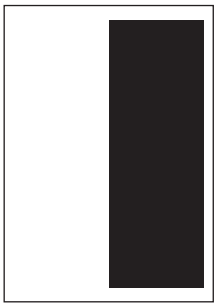
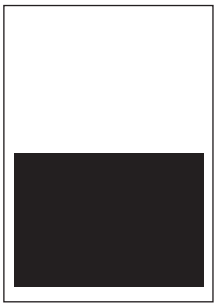
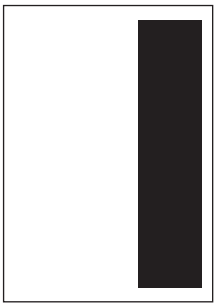
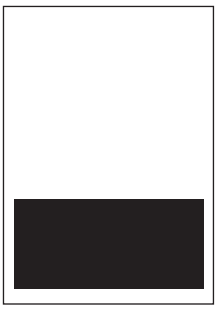
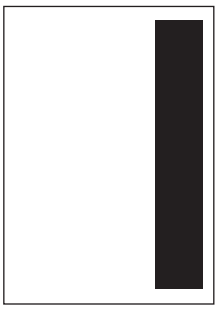
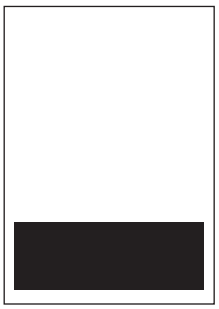
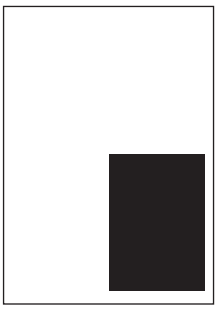
16 Aufgeklebte Postkarten, Warenmuster u. Ä.:*
Aufgeklebte Postkarten pro Tausend **250,– Euro**
Warenmuster u. Ä. Preis auf Anfrage
Zahl der Postkarten/Warenproben/Gegenstände auf Anfrage
Postgebühren:
nach aktuellem Stand, auf Anfrage.
Keine Rabattierung möglich
* Technische Angaben siehe Merkblatt Seite 9

17 Versandanschrift für Einhefter, Beilagen und Postkarten:
Grafisches Centrum Cuno GmbH & Co. KG
Gewerbering West 27
D-39240 Calbe/Saale
Telefon +49 (0)39291 - 428-34
Fax +49 (0)39291 - 428-28
E-Mail r.thuermann@cunodruck.de

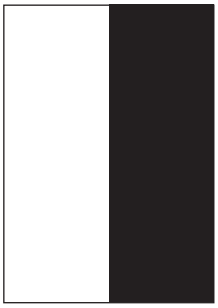
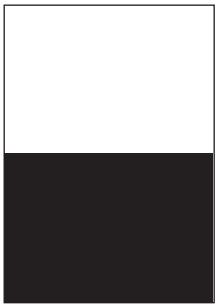
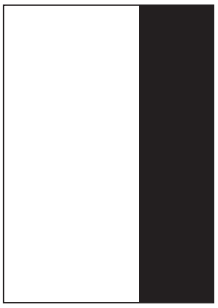
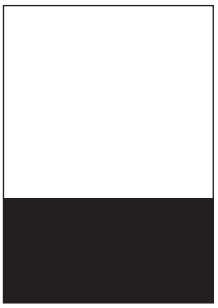
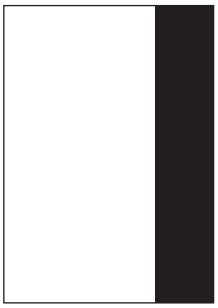
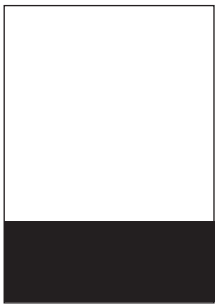
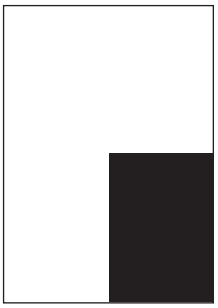
SCHULBAU 2024

Informationsblatt Formate
für das SCHULBAU Magazin

Satzspiegel-Format

				
Format Breite x Höhe in mm	1/1 Seite 186,00 x 273,00	1/2 hoch 91 x 273,00	1/2 quer 186,00 x 134,50	1/3 hoch 59,00 x 273,00
				
Format Breite x Höhe in mm	1/3 quer 186,00 x 88,00	1/4 hoch 43,50 x 273,00	1/4 quer 186,00 x 65,00	1/4 2-spaltig 91,00 x 134,50

Anschnitt Format
+3 mm Beschnittzugabe
(Die angegebenen Anzeigen-formate sind ohne Beschnitt)

				
Format Breite x Höhe in mm	1/1 Seite 210,00 x 297,00	1/2 hoch 103,00 x 297,00	1/2 quer 210,00 x 146,50	1/3 hoch 71,00 x 297,00
				
Format Breite x Höhe in mm	1/3 quer 210,00 x 100,00	1/4 hoch 55,50 x 297,00	1/4 quer 210,00 x 77,00	1/4 2-spaltig 103,00 x 146,50

13 Einhefter:

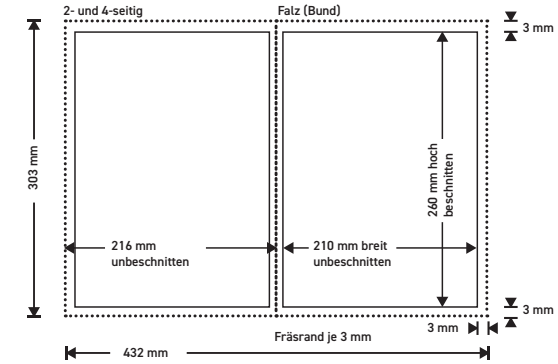
Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist die Vorlage eines verbindlichen Musters, notfalls eines Blindmusters, mit Größen- und Gewichtsangabe erforderlich. Einhefter dürfen nur für das Verkaufsprogramm eines Werbungtreibenden werben. Sie müssen den Postbestimmungen entsprechend so gestaltet sein, dass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

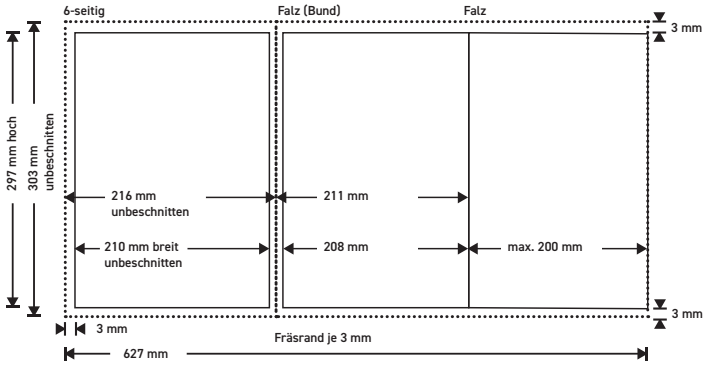
Formate: Satzspiegel186 x 273 mm
1 Blatt (= 2 Seiten) unbeschnitten 216 mm breit x 303 mm hoch
2 Blatt (= 4 Seiten) unbeschnitten 432 mm breit x 303 mm hoch

Benötigte Auflage: auf Anfrage

Anlieferungstermin: nach Absprache

Beschnittschema für Klebebindung:





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

14 Beilagen:

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

Format:
Maximal 200 mm breit, 290 mm hoch

Benötigte Auflage:
auf Anfrage

Anlieferungstermin:
nach Absprache

Beilagenhinweis:
Ein Beilagenhinweis wird kostenlos im Anzeigenteil aufgenommen.

Technische Angaben:
Beilagen müssen in der Art und Ausführung so beschaffen sein, dass eine zusätzliche Aufbereitung und Bearbeitung entfällt. Erschwernisse und zusätzliche Falz- und Klebearbeiten werden gesondert berechnet. Beilagen, die auf einem anderen Werkstoff als Papier gedruckt sind, können nur nach vorher vom Verlag einzuholender Zustimmung der Post (gegen Vorlage eines verbindlichen Musters) angenommen werden.

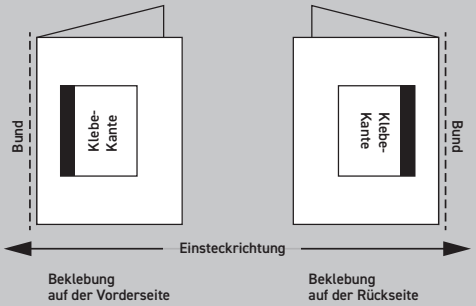
15 Aufgeklebte Postkarten, Warenmuster u.Ä.:

Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist die Vorlage des Anzeigenmotivs mit aufgeklebter Postkarte (Standmuster), notfalls eines Blindmusters, erforderlich. Warenmuster können nur nach vorher vom Verlag einzuholender Zustimmung der Post (gegen Vorlage eines verbindlichen Musters) angenommen werden.

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

Benötigte Auflage:
auf Anfrage

Anlieferungstermin:
nach Absprache



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

16 Versandanschrift für Einhefter, Beilagen und Postkarten:

Grafisches Centrum Cuno GmbH & Co. KG
Ansprechpartner Ronny Thürmann
Gewerbering West 27
D-39240 Calbe/Saale
Telefon +49 (0)39291 - 428 - 34
Fax +49 (0)39291 - 428 - 28
Email: r.thuermann@cunodruck.de

SCHULBAU Magazin Print & digitale Anzeigen:
IQ concept design + post
Ansprechpartner: Herr P. Lankau
Jüthornstraße 59
22043 Hamburg
Telefon +49 (0)40 - 690 22 92
E-Mail plankau@iq-concept.de

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

1. **Dateiformate:**
PDF/X4 (mindestens PDF/X3) mit eingebetteten Schriften. Farbprofil/ Ausgabe-Profil: PSO Coated v3 (eci.org). Achten Sie bitte außerdem darauf, dass Ihre Dateien keine Sonderfarben (z.B. Pantone® oder HKS®) enthalten. Falls Sie Sonderfarben einsetzen möchten, ist ein farbverbindlicher Andruck notwendig.

   Andere Dateiformate nur nach Rücksprache. Sie erhalten von der gesendeten Datei ein Korrektur-PDF mit Ihrer platzierten Anzeige. Wir bitten Sie dieses zu prüfen und frei zu geben. Ohne erfolgte Freigabe können wir Ihre Anzeige nicht drucken.

2. **Datentransfer:**
Per E-Mail oder als Download-Link. Datenträger nur nach Absprache.

   Wir gehen davon aus, dass es sich bei den an uns gesendeten Daten um Dateien handelt, welche nicht die Rechte Dritter urheberrechtlich verletzen. Wir übernehmen dafür keinerlei Haftung.

   Für digital gelieferte Anzeigen gilt der jeweils aktuelle Anzeigenschluss als verbindlicher Liefertermin!

   Für digital gelieferte Anzeigen gilt der jeweils aktuelle Anzeigenschluss als verbindlicher Liefertermin!

3. **Grafiken/Bilder:**
Wenn Sie offene Daten mit platzierten Grafiken, Logos oder Abbildungen liefern, ist es unbedingt nötig, diese platzierten Dateien (.psd, .eps, .tif, .png, .jpg, usw.) mitzuliefern. Alle Bilder und Grafiken sollten im CMYK-Farbraum nach Fogra 51 mit PSO_Coated_v3 profiliert sein und müssen eine effektive Auflösung von mindestens 300 dpi aufweisen. Für unprofilierte Daten garantieren wir keine Farbkonsistenz im Druck.

4. **Farbanzeigen Proofs:**
Bitte liefern Sie unbedingt zu jeder Anzeige ein farbverbindliches Proof, möglichst mit FOGRA-Keil. Ohne druckverbindliches Proof (FOGRA Keil) übernehmen wir keine Gewährleistung für das Druckergebnis.

   Senden Sie bitte die Proofs bzw. Andrucke mit Sonderfarben an:

   Grafisches Centrum Cuno GmbH & Co. KG
   Ansprechpartner Ronny Thürmann
   Gewerbering West 27
   D-39240 Calbe/Saale
   Telefon +49 (0)39291-428-34
   Fax +49 (0)39291-428-28
   E-Mail r.thuermann@cunodruck.de

5. **Gewährleistung:**
Die Freigabe des Korrektur-Pdfs ist für uns verbindlich. Für Abweichungen in Texten, Sonderzeichen oder Abbildungen übernehmen wir keine Haftung. Ohne druckverbindliches Proof (FOGRA Keil) erfolgt keine Gewährleistung.

6. **Preise:**
Nachbearbeitung fehlerhafter Dateien/DTP-Arbeiten.
Werden bei der Prüfung Ihrer Daten Fehler oder fehlende Dateien festgestellt, werden Sie darüber informiert.
Sie haben die Möglichkeit, den Fehler selbst zu beheben und neue bzw. ergänzende Daten zu senden.
Die erforderliche zweite Datenprüfung wird berechnet.

   Zweite Datenprüfung je Anzeige: 14,00 Euro

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

Pro begonnene 10 Minuten:	13,00 Euro

   Proof

bis Format DIN A4:	25,00 Euro
bis Format DIN A3:	45,00 Euro

   Andrucke auf Anfrage

   Sonstige Leistungen
   Mehraufwand aufgrund von unvollständigen oder fehlerhaften Dateien, falschen Einstellungen oder unvollständigen Angaben müssen wir Ihnen gesondert berechnen.

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

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

SCHULBAU 2024

Preisliste Online-Werbung

Preisliste Online-Werbung
gültig ab August 2023

1 Web-Adresse (URL): www.schulbau-messe.de

2 Kurzcharakteristik: SCHULBAU – Das Magazin von der Kita bis zum Campus – informiert über alle Bereiche des Bildungsbaus. Kubatur, Gebäudehülle, Innenausbau (Decke/Boden/Wand) und Freiflächenplanung bilden die thematische Tragstruktur der Berichterstattung. Diese Themen werden im Hinblick auf die notwendigen Schnittstellen zwischen Architektur und Lehr- beziehungsweise Lernanforderungen behandelt.
Zu diesen Themenfeldern gehören unter anderem die Schwerpunkte: *Planung und Konstruktion im Innen- und Außenbereich, Brand- und Schallschutz, Akustik und Trennwände, Lichtplanung, Lüftung und Klimatisierung sowie Modulbau, Sanitärausstattungen, Schulmöbel, Fenster/ Türen und Sicherheits- und Schließtechnik. u.v.m.*

SCHULBAU bietet allen Branchenteilnehmern des Bildungsbaus eine lebendige, kommunikationsorientierte Informationsplattform.

3 Zielgruppe: Architekten, Innenarchitekten, Landschaftsarchitekten, Fachplaner, Fachplaner im Brandschutz, Fassadenbau-Unternehmer und Gewerke des Innenausbaus, Projektentwickler und Bauunternehmungen, Bauämter und Schulbaubehörden, Schulleiter und Facility-Manager, Bauteile-Hersteller und Bau-Dienstleister, Investoren, PPP-Investoren, Bezirksamtsleiter, Schulbudget-Entscheider

4 ONLINE-Werbemöglichkeiten: Auf der **Homepage** www.schulbau-messe.de

- Im **Newsletter** „SCHULBAU branchenbriefing"
- **Premium-Content** im digitalen SCHULBAU Magazin
- oder **Kombinationsangebote**

5 ONLINE-Beratung:
Martina-Stefanie Weiss
Anzeigenleitung & Multimedia Managerin
(Beratung und Buchung PRINT/ONLINE)
Telefon +49 (0)40 - 80 80 57 282
E-Mail martina.weiss@cubusmedien.de

Kirstin Ahrndt-Buchholz
Key Account & Marketing Managerin
Telelefon +49 (0)40 - 80 80 57 281
E-Mail kirstin.buchholz@cubusmedien.de

6 ONLINE-Services:
Dr. Marc Sgonina
Telefon +49 (0)40 - 80 80 57 284
E-Mail marc.sgonina@cubusmedien.de

7 Zugriffe, monatlicher Durchschnitt (Stand Juni 2018):

Nutzer	48.000 (mtl.)
Deutschland	92,65 %
England und USA	1,29 %
Dänemark	1,00 %
Österreich	2,60 %
Schweiz	1,39 %
Niederlande	0,70 %
Frankreich	0,37 %

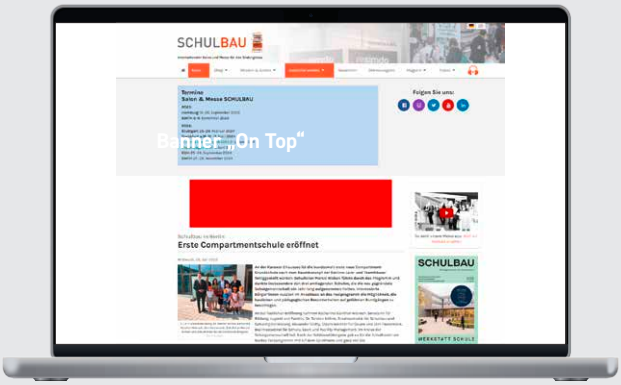
8 Datenanlieferung: 14 Tage vor Schaltbeginn per E-Mail an martina.weiss@schulbau-messe.de
Datei-Format als JPG oder GIF, minimale Dateigröße 200 KB, 72 dpi; animierte GIFs und Flashdateien nach Absprache – Videoformate nach unseren Angaben

9 Laufzeit: 4 Wochen nach Absprache

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

ONLINE-Werbemöglichkeiten

auf der **Homepage** www.schulbau-messe.de



Banner „On top"
850 x 200 Pixel (B x H), 72 dpi, max. 200 KB

998,- Euro

Unsere Bannerwerbung **„On top"**
ist sowohl für die Nutzung am Desktop als auch für mobile Endgeräte optimiert.

News-Eintrag auf der Homepage

Text- und Bildinformationen werden zugeliefert und wie redaktionelle Einträge aufbereitet; maximal 1.700 Zeichen, Verlinkung auf Herstellerseite ist möglich **830,00 Euro**

News-Einträge werden redaktionell verschlagwortet und als Suchergebnis der Schlagwortsuche gemeinsam mit anderen redaktionellen Inhalten angezeigt.



ONLINE-Werbemöglichkeiten - im Newsletter



News-Eintrag im Newsletter
Redaktionelle Einbindung mit Foto in 72 dpi, möglichst im Format 2.200 x 1.600 Pixel, Text im Newsletter maximal 400 Zeichen. Inklusiver Verlinkung auf Hersteller Homepage
756,00 Euro

11 SCHULBAU Newsletter:
Der regelmäßige **E-Mail Newsletter** wird mit Wissenswertem aus der Branche, aktuellen Terminen und Veranstaltungshinweisen an über **25.000 Empfänger** (Stand Juli 2023) in der Regel wöchentlich versandt!

News-Eintrag im Newsletter
Redaktionelle Einbindung mit Foto im Newsletter, max. 400 Zeichen inklusiver Verlinkung auf Hersteller Homepage

Kombination
News-Eintrag Homepage mit **News-Eintrag im Newsletter**
Nach Einstellung einer News auf unserer Homepage erfolgt zeitlich versetzt (eine Woche später) ein **„Reminder“** über den Eintrag im Newsletter. **1.398,00 Euro**

News-Einträge werden redaktionell verschlagwortet und als Suchergebnis der Schlagwortsuche gemeinsam mit anderen redaktionellen Inhalten angezeigt.

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

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

14 Extras „Premium Content“ in unserem digitalen SCHULBAU Magazin.

Noch mehr Aufmerksamkeit für Ihr Produkt
In unserer digitalen Ausgabe des SCHULBAU Magazins bieten wir Ihrer halb- oder ganzseitigen Anzeige ein kostenpflichtiges, zusätzliches Feature an: Bildergalerien und Videos.

Voraussetzung für diese Buchung ist die Schaltung einer 1/1 oder 1/2 Seite Anzeige in der Print-Ausgabe SCHULBAU.

Unsere Leser*innen können sich im Digitalformat dann durch die Bildergalerie klicken und weitere Impressionen Ihrer Produkte erhalten. Bei einem eingebetteten Video wird Ihre Werbebotschaft direkt im Digitalheft abgespielt.

Ein Beispiel finden Sie hier:

https://www.yumpu.com/de/document/view/65691978/extras-im-digitalheft

Satzspiegelformat

Bitte beachten: Die Fläche für Bildergalerie oder Film sollte für das Printheft nicht leer bleiben und mit einem Bild belegt sein.

Bei Interesse sprechen Sie uns gerne an:
Martina-Stefanie Weiss
Anzeigenleitung & Multimedia Managerin
(Beratung und Buchung PRINT/ONLINE)
Telefon +49 (0)40 - 80 80 57 282
E-Mail martina.weiss@cubusmedien.de

Kirstin Ahrndt-Buchholz
Key Account & Marketing Managerin
Telefon +49 (0)40 - 80 80 57 281
E-Mail kirstin.buchholz@cubusmedien.de

ONLINE-Werbemöglichkeiten

auf der **Homepage** www.schulbau.de

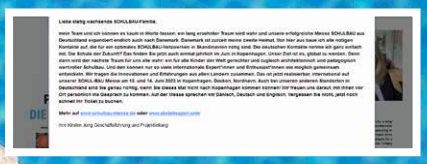


Jederzeit überall auf alle Hefte zugreifen!

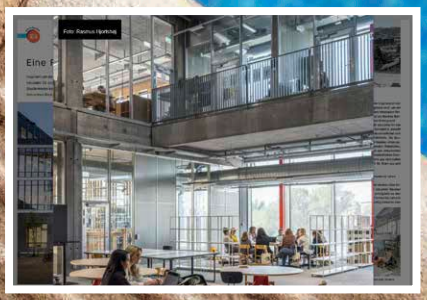


Mehr im Digitalheft! SB+

Blinkende Buttons zeigen Ihnen, wo Sie die Extras finden.



Ein Klick auf den Text und Sie kommen in den E-Bookmodus. Hier können Sie die Schriftgröße Ihren Lesegewohnheiten anpassen.



Bildergalerien verraten mehr über das Bildungsgebäude. Einfach die Pfeile unten anklicken oder mit dem Finger wischen.

SCHULBAU Digital – Verpassen Sie keine Extras mehr.

Lesen Sie digital in E-Book-Qualität

Mehr im Digitalheft! SB+

Das sb+ Symbol bei einzelnen Artikeln ist Ihnen bereits aufgefallen?
Dahinter stecken Bildergalerien, Videos, ganz viele weitere Zusatzseiten sowie Downloads. Zugriff darauf haben Sie nur in der Digitalausgabe.
Sie sind bereits Abonnent*in?
Dann haben Sie auch automatisch ein Digitalheft.

Ihre Vorteile:

- Überall und jederzeit lesen
- Alle Hefte als Archiv
- Alle Hefte nach Ihren Themen durchsuchen
- individuell anpassbarer Lesemodus. Statt eines zoombaren Dokuments, haben Sie ein echtes E-Book. Sie können die Schriftgröße nach Ihren Wünschen anpassen.
- Lesezeichen setzen
- Videos
- Bildergalerien
- Zusatzseiten
- Nachhaltig, weniger Papierverbrauch

Das Digitalabo ist mit € 42 unschlagbar günstig!

Holen Sie sich einfach die SCHULBAU-App auf Ihr Smartphone oder Tablet:

Apple

Android

Geben Sie unter Freischaltcode Ihre Kundennummer ein und schon haben Sie Zugriff.
Viel Spaß!

Oder nutzen Sie die Browservariante auf www.schulbau-messe.de

Browser

Legen Sie ein Benutzerkonto an und geben Sie danach als Freischaltcode Ihre Kundennummer im neuen Konto ein.
Viel Spaß beim Lesen!

16 Podcast

Hören Sie rein in unseren Podcast „**SCHULBAU IM DIALOG**". In dieser neuen Rubrik finden Sie viele interessante Interviews rund um das uns alle bewegende Thema Schulbau. Wir sprechen mit Entscheider*innen aus dem In- und Ausland, mit Architekt*innen, Schulleitungen, Investor*innen und Behördenspitzen – vor, während und nach den SCHULBAU Salon & Messen – und versorgen unsere Leser*innen und Besucher*innen mit noch mehr Hintergrundinformationen für guten Schulbau und geben konkrete Anregungen für die Praxis.

Sie haben mehrere Möglichkeiten, Ihre Produkte gezielt in Szene zu setzen:

1. Einen exklusiven, mindestens 10-minütigen Podcast oder Interview auf Ihr Unternehmen zugeschnitten, mit einer Abrufbarkeit von mindestens 2 Jahren:
4.890,- Euro zzgl. MwSt

2. Werbung von 20–30 Sekunden mit einer Abrufbarkeit von mindestens zwei Jahren; mit Intro... „Der Podcast wird präsentiert mit freundlicher Unterstützung von ...". Es folgt die kurze Präsentation des Unternehmens /des zu bewerbenden Produktes, passend zum Beitrag. Der Preis staffelt sich nach Platzierung der Werbung:
Vorgeschaltet: 2.990,- Euro zzgl. MwSt
In der Mitte: 3.990,- Euro zzgl. MwSt
Am Ende
(noch vor dem Abspann):
1.990,- Euro zzgl. MwSt

Die im regelmäßigen Turnus erscheinenden Folgen sind bei den gängigen Streamingdiensten sowie per Endgerät (z. B. Smartphone) unter www.schulbau-messe.de verfügbar und werden auf unserer Homepage, in unseren Newslettern, unseren Magazinen und unseren sämtlichen Social-Media-Kanälen beworben.

Streamingtermin	Themenschwerpunkte
Januar	Recyclingbeton
Februar	Sanierung
März	Interimsgebäude
April	Akustiksysteme
Mai	Belüftung
Juni	Möblierung
Juli	Barrierefreiheit
August	Dämmung
September	Sicherheitssysteme
Oktober	(Holz-)Modulbau
November	Kunst- und Tageslichtsysteme
Dezember	Spiel- und Sportgeräte

Weitere Informationen und Preise erhalten Sie von Dr. Marc Sgonina; Telefon +49 (0) 40 - 80 80 57 284

Podcast-Themen 2024 monatlich – diese können Kunden komplett für sich buchen oder eine Werbung vor, mitten oder am Ende eines redaktionellen Podcast-Beitrags.

SCHULBAU



IM DIALOG

https://schulbau.podigee.io/

„Die Podcasts bieten uns eine tolle Möglichkeit, unsere Inhalte und Themen in einem passenden Umfeld aufmerksamkeitsstark zu platzieren. Die Zusammenarbeit erleben wir als sehr angenehm und konstruktiv."

Juliane Brendebach, Marketing
ALHO Group Services GmbH

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen

1. »Anzeigenauftrag« im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag zwischen Verlag und Auftraggeber über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen bzw. anderer Werbemittel eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten (nachfolgend insgesamt als „Werbungtreibende" bezeichnet) in einer Druckschrift oder in einem elektronischen Medium zum Zweck der Verbreitung.
2. Ein „Abschluss" ist ein Vertrag über die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel unter Beachtung der dem Werbungtreibenden gemäß Preisliste zu gewährenden Rabatte, wobei die jeweilige Veröffentlichung auf Abruf des Auftraggebers erfolgt. Rabatte werden nicht gewährt für Unternehmen, deren Geschäftszweck unter anderem darin besteht, für verschiedene Werbungtreibende Anzeigenaufträge zu erteilen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen. Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 3 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.
3. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.
4. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
5. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
6. Aufträge für Anzeigen oder andere Werbemittel, die nur in bestimmten Heftnummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift oder in einem elektronischen Medium veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
7. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort »Anzeige« deutlich kenntlich gemacht.
8. Der Verlag behält sich vor, Anzeigen oder andere Werbemittel – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt, deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde, oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Aufträge für andere Werbemittel sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters und dessen Billigung bindend. Andere Werbemittel, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
9. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder anderer Werbemittel ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Bei der Anlieferung von digitalen Vorlagen für Anzeigen oder anderer Werbemittel ist der Auftraggeber verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder technischen Vorgaben des Verlages entsprechende Vorlagen für Anzeigen oder andere Werbemittel rechtzeitig vor Schaltungsbeginn zu liefern. Kosten des Verlages für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Vorlagen hat der Auftraggeber zu tragen. Für erkennbar ungeeignete oder nicht einwandfreie Werbeunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten, sowie bei elektronischen Medien die genannte Auflösung. Dies gilt nur für den Fall, dass der Auftraggeber die Formatvorgaben und technischen Vorgaben des Verlages bei der Anlieferung der Werbeunterlagen erfüllt hat.
10. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlicher, unrichtiger oder bei unvollständiger Wiedergabe der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Der Verlag hat das Recht, eine Ersatzanzeige zu verweigern, wenn diese einen Aufwand erfordert, der unter Beachtung des Inhalts des Schuldverhältnisses und der Gebote von Treu und Glauben in einem groben Missverhältnis zu dem Leistungsinteresse des Gläubigers steht oder diese für den Verlag nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich wäre. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige oder der Veröffentlichung eines anderen Werbemittels ist eine Rückgängigmachung des Auftrags ausgeschlossen. Der Verlag haftet für sämtliche Schäden, gleich ob aus vertraglicher Pflichtverletzung oder aus unerlaubter Handlung nach folgenden Bestimmungen: Bei grober Fahrlässigkeit beschränkt sich die Haftung im kaufmännischen Verkehr auf den Ersatz des vertragstypischen, vorhersehbaren Schadens. Bei einfacher Fahrlässigkeit haftet der Verlag nur, wenn eine wesentliche Vertragspflicht verletzt wurde und nur in Höhe des vertragstypischen, vorhersehbaren Schadens. Dies gilt nicht für das Rücktrittsrecht eines Auftraggebers bei einer Pflichtverletzung, die nicht in einem Mangel der Leistung besteht und vom Verlag zu vertreten ist. Die Haftung bei einer Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit bleiben unberührt. Ebenso die Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz.
    Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von einer Woche nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.
11. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm bis zum Anzeigenschluss oder innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.
12. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
13. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall schriftlich eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.
14. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet.
    Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
15. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
16. Kosten für die Erstellung von Werbeunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
17. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder – wenn eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittlich tatsächlich verbreitete Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigender Mangel, wenn sie bei einer Auflage bis zu 50.000 Exemplaren 20% beträgt.
    Darüber hinaus sind bei den Abschlüssen Preisminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.
18. Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Der Verlag behält sich im Interesse und zum Schutz des Auftraggebers das Recht vor, die eingehenden Angebote zur Ausschaltung von Missbrauch des Zifferndienstes zu Prüfzwecken zu öffnen. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet. Dem Verlag kann einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A 4 (Gewicht 500 g) überschreiten, sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann dennoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.
19. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages.
    Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

1. Anzeigenaufträge können bis zum Anzeigenschlusstermin storniert werden. Die Stornierung muss schriftlich oder in Textform (per Post, Fax oder E-Mail) erfolgen.
    Bei der Stornierung von Anzeigen (Print, online oder via Newsletter) bis zum Anzeigenschlusstermin erhebt der Verlag eine Bearbeitungsgebühr von 50 Prozent des Anzeigenpreises.
    Ist die Anzeige bereits in Druck gegeben, hat der Auftraggeber die Anzeige zu bezahlen.
2. Der Verlag leistet keine Gewähr bei Verlust einzelner Beilagen auf dem Postweg.
3. Können Mängel an den Druckunterlagen nicht sofort erkannt werden, sondern stellen Sie sich erst beim Druck heraus, so hat der Auftraggeber bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche.
4. Bei 4c-Anzeigen ist ein verbindlicher Farbandruck zu liefern.
5. Werbevorlagen (Filme, CD-ROMs, Cartridges etc.) werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung der Werbeunterlagen endet drei Monate nach der erstmaligen Verbreitung der Anzeige.
6. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens einer Seite an den Text angrenzen.
7. Platzierungsbestätigungen – außer bei entsprechend bezahlten und fest bestätigten Vorzugsplätzen – gelten nur unter Vorbehalt und können aus technischen Gründen geändert werden. In solchen Fällen kann der Verlag nicht haftbar gemacht werden.
8. Alle gegenwärtigen und künftigen Forderungen der Agentur gegenüber ihrem Auftraggeber, die Insertion und eventuelle Zusatzkosten betreffend, sind an den Verlag abgetreten. Die Agentur ist ermächtigt, die abgetretene Forderung so lange einzuziehen, wie sie der vertragsgemäßen Zahlungspflicht dem Verlag gegenüber nachkommt. Der Verlag ist grundsätzlich berechtigt, die Abtretung offenzulegen und die Forderung selbst einzuziehen.
9. Werbeagenturen und Werbungsmittlern ist es untersagt, die vom Verlag gewährte Mittlervergütung ganz oder teilweise an ihre Auftraggeber weiterzugeben.
10. Der Verlag behandelt personenbezogene Daten vertraulich und entsprechend der gesetzlichen Datenschutzvorschriften.
11. Bei Änderungen der Anzeigenpreise treten die neuen Bedingungen auch bei laufenden Aufträgen sofort in Kraft, wenn nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen wurde.
12. Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen. Dem Auftraggeber obliegt es, den Verlag vom Anspruch Dritter freizustellen, der diesen aus der Ausführung des Auftrages, auch wenn er storniert sein sollte, gegen den Verlag erwächst. Ferner wird der Verlag von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden, es sei denn, die Anzeige verstößt in grober Weise erkennbar gegen wettbewerbsrechtliche Bestimmungen. Erscheinen stornierte Anzeigen, so stehen auch dem Auftraggeber daraus keinerlei Ansprüche gegen den Verlag zu.
13. Der Verlag ist berechtigt, die erteilten Anzeigenaufträge im Rahmen seiner technischen und betrieblichen Möglichkeiten ergänzend auch in Online-Diensten zu veröffentlichen. Der Verlag behält sich dabei vor, die für Print vorliegenden Druckunterlagen an die Erfordernisse des Internets anzupassen. Die Online-Darstellung kann vom Druckergebnis in der Printausgabe abweichen.

SCHULBAU
Internationaler Salon und Messe für den Bildungsbau

Ihre Ansprechpartner*innen im Verlag:



Kirsten Jung
Geschäftsführende Gesellschafterin
Projektleitung
Telefon +49 (0) 40 - 80 80 57 286
Mobil +49 (0) 160 81 70 954
E-Mail kirsten.jung@cubusmedien.de



Dr. Marc Sgonina
Chefredaktion Magazine
SCHULBAU | fassadentechnik
Telefon +49 (0) 40 - 80 80 57 284
E-Mail marc.sgonina@cubusmedien.de



Katrin P. Baar M. A.
Redaktion Magazine
SCHULBAU | fassadentechnik
Telefon +49 (0) 40 - 80 80 57 283
E-Mail katrin.p.baar@cubusmedien.de



Martina-Stefanie Weiss
Anzeigenleitung & Multimedia Managerin
Telefon +49 (0) 40 - 80 80 57 282
E-Mail martina.weiss@cubusmedien.de



Kirstin Ahrndt-Buchholz
Key Account & Marketing Managerin
Telefon +49 (0) 40 - 80 80 57 281
E-Mail kirstin.buchholz@cubusmedien.de



Emma Nielsen
Expansionsleiterin
Telefon +49 (0) 40 - 80 80 57 298
E-Mail emma.nielsen@cubusmedien.de



Christiane Schüllermann
Programmgestaltung | Öffentlichkeitsarbeit
Telefon +49 (0) 40 - 80 80 57 288
E-Mail christiane.schuellermann@cubusmedien.de



Susan Lange
Assistenz der Verlagsleitung
Telefon +49 (0) 40 - 80 80 57 293
E-Mail susan.lange@cubusmedien.de



Talina Cattide
Duale Studentin
Telefon +49 (0) 40 - 80 80 57 288
E-Mail talina.cattide@cubusmedien.de