

# MEDIADATEN 2019

## print & online

Preisliste Nr. 31, gültig ab 1. Januar 2019

**biz Verlag** ●●●  
*one brand – all media*

### Inhalt

Ansprechpartner	2
Unsere Partner	3
Erscheinungstermine / Themen	4 – 5
mein schönes zuhause <sup>ooo</sup>	6 – 7
das dicke deutsche hausbuch	8 – 9
smarte öko-häuser	10 – 11
www.zuhause3.de	12 – 13
Newsletter	14
E-Paper	15
Videoproduktionen	16
Corporate Publishing	17
Technische Angaben	18
AGB	19 – 20



## ANSPRECHPARTNER

### Anzeigenleitung

Simone Quill  
simone.quill@biz-verlag.de  
Tel.: 0711/6574466

### Marketing Services

Petra Beick  
petra.beick@biz-verlag.de  
Tel.: 030/43738-122

### Chefredaktion

Dr. Wilhelm Jacob  
wilhelm.jacob@biz-verlag.de  
Tel.: 0 30/43738-0

### Verlag

biz Verlag GmbH  
Ehrig-Hahn-Straße 4  
16356 Blumberg bei Berlin  
Geschäftsführung:  
Dr. Wilhelm Jacob

Tel.: 030/43738-0  
Fax: 030/43738-111

info@biz-verlag.de  
www.zuhause3.de

### Vertrieb

PressUp GmbH, Hamburg

Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen und die zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages.

Gültige Anzeigenpreisliste: Nr. 31 vom 01.01.2019

Zahlungsbedingungen: Sofort nach Rechnungserhalt ohne Abzug. 2 % Skonto bei Vorauszahlung/Bankeinzug, sofern ältere Rechnungen nicht überfällig sind.

Bankverbindung:  
Berliner Sparkasse  
IBAN: DE 44 1005 0000 0563 7119 49  
BIC: BELADEBEXX  
USt-IdNr.: DE 161650916

# UNSERE PARTNER



## ERSCHEINUNGSTERMINE

Titel/Ausgabe		Anzeigen-/Redaktionsschluss	Druckunterlagenschluss	Erstverkaufstag
<b>das dicke deutsche hausbuch</b>	2019 (1. Auflage)	21.11.2018	28.11.2018	04.01.2019
<b>mein schönes zuhause<sup>ooo</sup></b>	03 – 04/2019	24.01.2019	30.01.2019	20.02.2019
<b>mein schönes zuhause<sup>ooo</sup></b>	05 – 06/2019	20.03.2019	27.03.2019	17.04.2019
<b>das dicke deutsche hausbuch</b>	2019 (2. Auflage)			Frühjahr/Sommer 2019
<b>mein schönes zuhause<sup>ooo</sup></b>	07 – 08/2019	21.05.2019	29.05.2019	19.06.2019
<b>mein schönes zuhause<sup>ooo</sup></b>	09 – 10/2019	24.07.2019	31.07.2019	21.08.2019
<b>smarte öko-häuser</b>	2018/2019	21.08.2019	28.08.2019	18.09.2019
<b>mein schönes zuhause<sup>ooo</sup></b>	11 – 12/2019	18.09.2019	25.09.2019	16.10.2019
<b>mein schönes zuhause<sup>ooo</sup></b>	01 – 02/2020	13.11.2019	20.11.2019	11.12.2019
<b>das dicke deutsche hausbuch</b>	2020 (1. Auflage)	20.11.2019	27.11.2019	03.01.2020

Ausgabe	03 – 04/19	05 – 06/19	07 – 08/19	09 – 10/19	11 – 12/19	01 – 02/20
EVT	20.02.2019	17.04.2019	19.06.2019	21.08.2019	16.10.2019	11.12.2020
<b>Titelthema</b>	Stadtviellen	Fertig oder massiv?	Starter- & Singlehäuser	Häuser mit zwei Wohneinheiten	Bungalows & Flachdachhäuser	Trends 2020
<b>Special</b>	Baugruppe, die clevere Alternative	Mehr Komfort im schwellenlosen Haus	So finden Sie das richtige Grundstück	Selbst bauen oder vom Bauträger kaufen	Anbauen & Erweiterungen	Autostellplätze, von Tiefgarage bis Carport
<b>Ratgeber Planung</b>	Zeitplan Checkliste Was im B-Plan steht	Ökologisch bauen	Smart-Home-Planung	Kinderzimmer optimal geplant	Individuell von innen nach außen geplant	Bodenplatte oder Keller
<b>Geld &amp; Versicherung</b>	Immobilienblase oder gutes Investment	Alles über Nebenkosten	Finanzierungsmöglichkeiten im Vergleich	Das steht in der Bauleistungsbeschreibung	Versicherungen & Energiekosten, vergleichen lohnt	So sparen sie beim Bauen bares Geld
<b>Alles über Küche</b>	Herde & Öfen Angebotsübersicht	Woran Sie Qualität erkennen Experteninterview	Boden- & Wandbeläge in der Küche	Was Kühlschränke heute können Angebotsübersicht	10-, 25-, 40-Tausend-Euro Küchen von Basic bis Luxus	Arbeitsplatten & Oberflächen, von Kunststoff bis Beton
<b>Bad</b>	Badplanung, zehn Dinge, auf die Sie achten sollten	<b>Bad Trends 2019 ISH Neuheiten</b> Fliesen	Rainshower Duschen	Stauraum im Bad Badmöbel	Neues vom stillen Örtchen – WCs	Aus einem Guss: Sanitär-Serien
<b>Haustechnik</b>	Sonnenschutz, Kühlung	Photovoltaik, Solarthermie, Batterie – ja oder nein?	So bleibt das Haus trocken – Drainage	Sicherheit im ganzen Haus	Wasseraufbereitung von sauber bis heiß	Heizen mit Holz
<b>Wohnideen Einrichtung</b>	<b>Möbelmesse</b> Flur & Garderobe	Parkett, Laminat, Vinyl	Wohnen auf zwei Ebenen, Sitzplätze	Kamine & Öfen, Heizkörper	Die neuen Fliesen	Wohnen mit Naturmaterialien
<b>Garten</b>	Rasenmäher und Gartengeräte	Outdoor Wohnen Gartenhäuser	Bewässerung	Beleuchtung rund ums Haus	Gartenplanung	Pflanzen im und ums Haus
<b>Beilagen</b>				<b>Glashäuser</b>		<b>Smart Home</b>





## mein schönes zuhause<sup>ooo</sup> • planen • bauen • wohnen

ist die Zeitschrift, die das obere Ende des Marktes für neu zu errichtende Einfamilienhäuser bedient. Sie wendet sich an alle Bauinteressierten, die besondere Ansprüche an Architektur und Qualität stellen und über ein herausgehobenes Einkommen verfügen. Diese Zielgruppe hat ein hohes Informationsbedürfnis, das vom Heft in seiner ganzen Bandbreite abgedeckt wird.

Mit den drei großen Themenblöcken • planen • bauen • wohnen begleitet **mein schönes zuhause<sup>ooo</sup>** die Leser durch alle Phasen auf dem Weg zur Kaufentscheidung. Dabei liegt der Schwerpunkt auf der Vorstellung von Fertig- und Systemhäusern der Premium-Anbieter für Holzständer- oder Massivbauweise, die in Bauausführung, Design und Nachhaltigkeit den hohen Anforderungen der Zielgruppe entsprechen. Darüber hinaus gibt die Zeitschrift praktische Tipps zur Planung und Umsetzung des Bauvorhabens und inspiriert die Leser mit Einrichtungsbeispielen von Wohnen über Küche bis Bad.

Der hohe Anspruch, dem **mein schönes zuhause<sup>ooo</sup>** seit seiner Gründung im Jahr 2001 gerecht wird, spiegelt sich auch im hochwertigen Papier, dem großen Umfang von 148 Seiten und dem Copypreis von 4,80 € wider, die jeweils das obere Ende des Segments bilden.

Verbreitung: Erscheint sechsmal jährlich seit 2001. Vertrieb als gedrucktes Heft über Zeitschriftenhandel, Abonnement, Direktverkauf, öffentliche Auslage sowie als E-Paper bei Airlines, in Hotels, bei Ready, im App Store  und bei Google play .

## FORMATE UND PREISE

### mein schönes zuhause<sup>ooo</sup> • planen • bauen • wohnen

gegr. 2001, Copypreis 4,80 €, erscheint 6 × im Jahr,  
garantierte Druckauflage: 33.000 Exemplare

#### Anzeigen

Format	Satzspiegel B × H in mm	Anschnitt*	4 c Euro
1/1 Seite	185 × 270	210 × 297	<b>7.580,-</b>
2/3 Seite quer	185 × 175	210 × 195	<b>5.680,-</b>
2/3 Seite hoch	123 × 270	128 × 297	<b>5.680,-</b>
1/2 Seite quer	185 × 135	210 × 145	<b>4.170,-</b>
1/2 Seite hoch	90 × 270	95 × 297	<b>4.170,-</b>
1/3 Seite quer	185 × 95	210 × 100	<b>3.030,-</b>
1/3 Seite hoch	60 × 270	65 × 297	<b>3.030,-</b>
1/4 Seite quer	185 × 70	210 × 75	<b>2.270,-</b>
1/4 Seite hoch	45 × 270	50 × 297	<b>2.270,-</b>
1/8 Seite quer	90 × 70	im Serviceteil	<b>950,-</b>
2. US		210 × 297	<b>9.160,-</b>
3. US		210 × 297	<b>8.400,-</b>
4. US		210 × 297	<b>9.880,-</b>

#### Advertorials\*\*

in Ergänzung der Möglichkeiten klassischer  
Anzeigenwerbung zur Vorstellung von Konzepten,  
Produkten, Produktphilosophien:

Preis auf Anfrage

#### Beihefter und Beilagen (nicht rabattfähig)

2 Seiten, je 1.000 Expl. 110,- €

4 Seiten, je 1.000 Expl. 125,- €

#### Sonderwerbeformen

Auf Anfrage. Wir beraten Sie gern.

#### Rabatte\*\*\*

ab 6.000,- EURO Jahresumsatz 3 Prozent

ab 10.000,- EURO Jahresumsatz 5 Prozent

ab 20.000,- EURO Jahresumsatz 10 Prozent

ab 30.000,- EURO Jahresumsatz 15 Prozent

\* Bitte 3 mm Anschnittzugabe beachten. \*\* Advertorials werden als Anzeige gekennzeichnet. \*\*\* Gilt für alle beim Verlag getätigten Buchungen im Kalenderjahr. Alle Preise zuzüglich gesetzlicher MwSt.


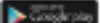


## das dicke deutsche hausbuch – Das Standardwerk für alle Bauinteressierten

ist die umfassende Übersicht über den Markt der hochwertigen Fertig- und Systemhäuser.

Ausführlich vorgestellt werden die TOP HÄUSER der besten Anbieter in Text und Bild, ergänzt um Grundrisse und die wichtigsten Daten. Hinzu kommen Berichte über Trends und Innovationen im Bau- und Technikbereich, sowie zu Planung und Ausstattung von Küche und Bad. Den zweiten Teil bilden Ratgeberthemen und Checklisten, was **das dicke deutsche hausbuch** zu einem unverzichtbaren Begleiter für jede künftige Baufamilie macht.

Durch das zweimalige Erscheinen (Erstauflage Anfang Januar, aktualisierte Zweitaufgabe im Frühsommer) und die ständige Verfügbarkeit als App und im Direktvertrieb vervielfachen wir die Kontaktchancen Ihrer Werbebotschaft ohne zusätzliche Kosten für Sie. Darüber hinaus werden die TOP HÄUSER aus **das dicke deutsche hausbuch** noch in der TOP 100 HÄUSER Liste auf **zuhause3.de** veröffentlicht.

Verbreitung: Erscheint zweimal jährlich seit 1998. Vertrieb als gedrucktes Heft über Zeitschriftenhandel, Abonnement, Direktverkauf, öffentliche Auslage und als App im App Store  und bei Google play .



## FORMATE UND PREISE

### das dicke deutsche hausbuch

**Das Standardwerk für alle Bauinteressierten**

gegr. 1998, Copypreis 11,80 €, erscheint 2 × im Jahr,  
zweite Ausgabe aktualisiert,  
garantierte Druckauflage: 41.000 Exemplare

Anzeigenschluss: 20.11.2019, EVT: 03.01.2020 (2. Ausgabe: Frühjahr/Sommer)

#### Anzeigen

Format	Satzspiegel B × H in mm	Anschnitt*	4 c Euro
1/1 Seite	185 × 270	210 × 297	<b>7.580,-</b>
1/2 Seite quer	185 × 135	210 × 145	<b>4.170,-</b>
1/2 Seite hoch	90 × 270	95 × 297	<b>4.170,-</b>
2. US		210 × 297	<b>9.170,-</b>
3. US		210 × 297	<b>8.400,-</b>
4. US		210 × 297	<b>9.880,-</b>

\* Bitte 3 mm Anschnittzugabe beachten

#### Advertorials\*\*

in Ergänzung der Möglichkeiten klassischer  
Anzeigenwerbung zur Vorstellung von Konzepten,  
Produkten, Produktphilosophien:

Preis auf Anfrage

#### Rabatte\*\*\*

ab 6.000,- EURO Jahresumsatz	3 Prozent
ab 10.000,- EURO Jahresumsatz	5 Prozent
ab 20.000,- EURO Jahresumsatz	10 Prozent
ab 30.000,- EURO Jahresumsatz	15 Prozent

\*\* Advertorials werden als Anzeige gekennzeichnet.

\*\*\* Gilt für alle beim Verlag getätigten Buchungen im Kalenderjahr.

Alle Preise zuzüglich gesetzlicher MwSt.





## smarte öko-häuser

Ökologisch und nachhaltig gebaute Häuser, die ein gesundes Wohnumfeld ohne Einbußen bei Komfort und Design bieten, werden immer stärker nachgefragt. Die potentiellen Käufer entstammen meist höheren sozialen Schichten und haben ein besonderes Augenmerk auf das persönliche Wohlergehen und das der Familie. Damit sind sie willens und in der Lage, die höheren Preise für entsprechende Einfamilienhäuser zu bezahlen. Dies macht sie zu einer attraktiven Zielgruppe für jeden Anbieter.

Entsprechend werden in **smarte öko-häuser** die Top-Häuser der besten Anbieter im Holz-Fertigbau und Massivbau vorgestellt. Informative Texte und großzügige Bilder zu zeitgemäßer Architektur gepaart mit modernster Technik machen Lust auf wohngesundes Bauen. Ergänzt wird die umfassende Übersicht durch ein breites Angebot zum Thema "Smart Home", ohne das energieeffizientes Bauen heute nicht mehr denkbar ist. Ein großer Ratgeberanteil zu Wohngesundheit und natürlichen Baustoffen rundet das Heft ab.

Seit nunmehr 20 Jahren ist **smarte öko-häuser** der kompetente Ratgeber für jeden modernen Bauherren und das ideale Umfeld für Ihre Werbebotschaft.

Verbreitung: Erscheint einmal jährlich seit 1999. Vertrieb als gedrucktes Heft über Zeitschriftenhandel, Abonnement, Direktverkauf, öffentliche Auslage und als App im App Store  und bei Google play .

## FORMATE UND PREISE

### smarte öko-häuser Ratgeber für modernes nachhaltiges Bauen

Anzeigenschluss: 21.08.2019, EVT: 18.09.2019

#### Anzeigen

Format	Satzspiegel B x H in mm	Anschnitt*	4 c Euro
1/1 Seite	185 x 270	210 x 297	7.580,-
2/3 Seite quer	185 x 175	210 x 195	5.680,-
2/3 Seite hoch	123 x 270	128 x 297	5.680,-
1/2 Seite quer	185 x 135	210 x 145	4.170,-
1/2 Seite hoch	90 x 270	95 x 297	4.170,-
1/3 Seite quer	185 x 95	210 x 100	3.030,-
1/3 Seite hoch	60 x 270	65 x 297	3.030,-
1/4 Seite quer	185 x 70	210 x 75	2.270,-
1/4 Seite hoch	45 x 270	50 x 297	2.270,-
1/8 Seite quer	90 x 70	im Serviceteil	950,-
2. US		210 x 297	9.170,-
3. US		210 x 297	8.400,-
4. US		210 x 297	9.880,-

\* Bitte 3 mm Anschnittzugabe beachten

gegr. 1999, Copypreis 5,- €, erscheint 1 x im Jahr,  
garantierte Druckauflage: 42.000 Exemplare

#### Advertorials\*\*

in Ergänzung der Möglichkeiten klassischer  
Anzeigenwerbung zur Vorstellung von Konzepten,  
Produkten, Produktphilosophien:

Preis auf Anfrage

#### Rabatte\*\*\*

ab 6.000,- EURO Jahresumsatz	3 Prozent
ab 10.000,- EURO Jahresumsatz	5 Prozent
ab 20.000,- EURO Jahresumsatz	10 Prozent
ab 30.000,- EURO Jahresumsatz	15 Prozent

#### Beihefter und Beilagen (nicht rabattfähig)

2 Seiten, je 1.000 Expl.	110,- €
4 Seiten, je 1.000 Expl.	125,- €

\*\* Advertorials werden als Anzeige gekennzeichnet.

\*\*\* Gilt für alle beim Verlag getätigten Buchungen im Kalenderjahr.

Alle Preise zuzüglich gesetzlicher MwSt.

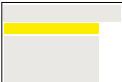






Wer nach „Moderne Häuser“ oder „Top 100 Häuser“ googelt, landet sofort bei zuhause3.de. Damit bietet unsere ständig aktualisierte und für mobile Endgeräte optimierte Webseite das ideale Umfeld für Ihre Produkte.

**NEU**

Die absolute  
**Top-Platzierung**  
für Ihr Haus mit  
Verlinkung auf Ihre  
Hausvorstellung auf  
zuhause3.de  
Preis pro Woche  
**750,- €**



## Werbebanner

Werbeform	Größe in Pixel* B x H	Startseite 1 Monat €	Rubriken/ Rotation 1 Monat €
	<b>Leadbanner</b> 1200 x 120 / 728 x 90	<b>850,-</b>	<b>750,-</b>
	<b>Fullsize Banner</b> 468 x 60	<b>700,-</b>	<b>600,-</b>
	<b>Skyscraper</b> 170 x 600	<b>850,-</b>	<b>750,-</b>
	<b>Content Ad Sidebar</b> 300 x 250	<b>700,-</b>	<b>600,-</b>
	<b>Content Ad Article</b> 700 x 90	<b>1.250,-</b>	<b>1.050,-</b>
	<b>Banderole Ad</b> 770 x 250	<b>2.250,-</b>	<b>2.000,-</b>
	<b>Overlayer</b> z. B. 300 x 250	Größe und Position frei wählbar <b>1.250,-</b>	<b>1.050,-</b>

\* gif- oder jpeg-Format





Firmenpräsentation



Hausvorstellung

## Hausfinder

Mit einem Eintrag in unserer „Hausfinder“-Datenbank bieten wir die Gelegenheit, von Ihnen selbst ausgewählte Häuser exklusiv mit Bildern, den wichtigsten Eckdaten und einem kurzen Text auf zuhause3.de zu präsentieren. So können Sie zusätzliche, konkrete Hausanfragen generieren. Zudem haben Sie die Möglichkeit, Ihr Unternehmen exklusiv vorzustellen.

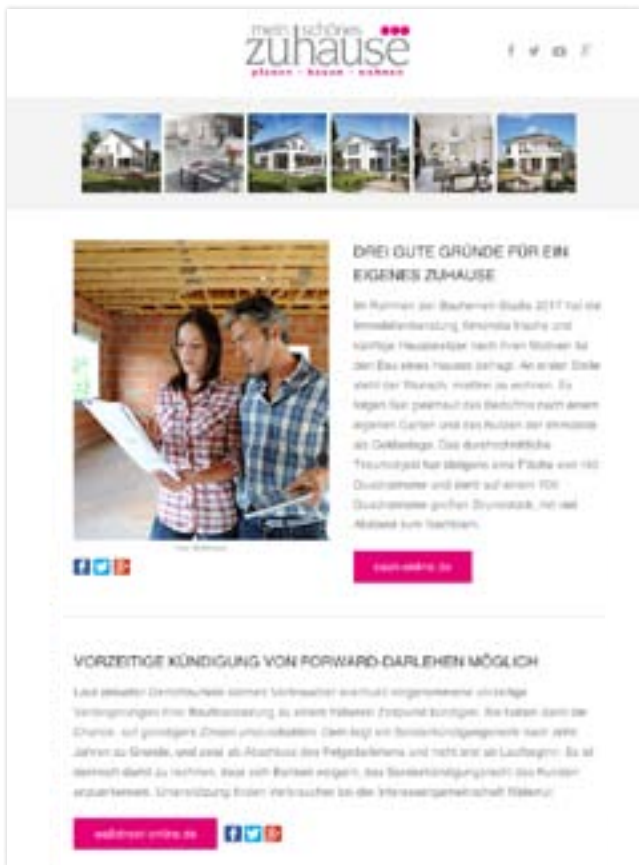
Der Hausfinder ist sowohl auf zuhause3.de abrufbar, wie auch als eigene App im App-Store  und bei Google Play  verfügbar.

Wählen Sie einfach das für Sie passende Paket aus:

<b>Hausfinder Datenbank</b>	<b>Euro p.a.</b>
Firmenportrait	1.750,-
Firmenportrait + 2 Häuser	2.250,-
Firmenportrait + 6 Häuser	3.000,-
Firmenportrait + 12 Häuser	4.250,-
jedes weitere Haus	250,-

<b>Haus des Monats</b>	<b>Euro p.M.</b>
Präsentation des Hauses für einen Monat, Verlinkung zum Hausfinder und zu facebook	980,-





Wer ein Haus bauen will, hat einen großen Bedarf an aktuellen Informationen. Neben unseren diversen Publikationen bieten wir hierfür einen wöchentlichen kostenlosen **E-Mail-Newsletter** an. Darin tragen wir Nachrichten aus allen relevanten deutschsprachigen Medien zusammen und senden sie direkt an unsere Leser. Zur vertiefenden Information verlinken wir auf die Originalartikel und auf zuhause3.de.

## Regelmäßige Themen

- Aktuelle Urteile und Rechtsfragen für Bauherren.
- Tipps zur Hausfinanzierung und zur aktuellen Zinsentwicklung.
- Tests von Produkten und Dienstleistungen rund ums Bauen.
- Aktuelles zum Thema Energie und Umwelt.
- Ratschläge für die Planung, den Garten oder die Einrichtung.
- App- und Literaturempfehlungen.

**Der Newsletter wird aktuell an rund 14.000 aktive Abonnenten versandt.**

Für Ihre gezielte Werbung in dieser besonders interessierten Zielgruppe bieten wir Ihnen zwei verschiedene Formate an:

**Leadbanner Top (600 × 96 px\*): Dieser Auftritt ist nicht zu übersehen.  
Größtes Banner direkt über dem Newsletter\*\***

**1 Woche 900,- €**

**Fullbanner (468 × 120 px\*) erscheint zwischen zwei  
Meldungen im Newsletter\*\***

**1 Woche 750,- €**

\* gif- oder jpeg-Format

\*\* Buchung und Banneranlieferung spätestens eine Woche vor Erscheinen



Hausbau



Alle Zeitschriften des biz Verlages erscheinen seit 2014 parallel zum gedruckten Heft auch als E-Paper für iPad, Android Tablets und Smartphones. So erreichen Sie ohne zusätzliche Kosten eine junge, kaufkräftige und moderne Zielgruppe.

Neben den Originalbeiträgen enthalten die animierten E-Paper eine Vielzahl von Zusatzfunktionen mit deutlichem Mehrwert für den Leser:

- Videosequenzen bieten mehr Information und wecken Emotionen.
- Zusätzliche Bilder geben Raum für Details.
- Direkte Verlinkungen von Anzeigen und Adressen im Herstellerverzeichnis.
- Abbildungen und Texte lassen sich stufenlos vergrößern.

Die App ist im App-Store  und bei Google play  verfügbar.

## Video-Einbindung

Während ein gedrucktes Heft immer statisch bleibt, bietet das E-Paper die Möglichkeit, bewegte Bilder einzubinden. So lassen sich zusätzliche Informationen transportieren. Zudem erregt das bewegte Bild mehr Aufmerksamkeit und weckt Emotionen, die die Kaufentscheidung positiv befördern können.

Mit unseren zwei Angeboten zur Einbindung bewegter Bilder bieten wir Ihnen maßgeschneiderte Lösungen für Ihre Bedürfnisse:

<b>Einbindung Video bis 45 Sekunden (TV Spot, etc.)**</b>	<b>600,- €</b>
<b>Einbindung Video bis 5 Minuten (Hausvorstellung*, etc.)**</b>	<b>1.200,- €</b>

\* Unser Komplettangebot für professionelle Videoproduktionen finden Sie auf der nächsten Seite.

\*\* Lieferung des Videomaterials in internetfähigen Formaten durch den Kunden oder Verlinkung auf einen Server des Kunden.

## Zusätzliche Bilder

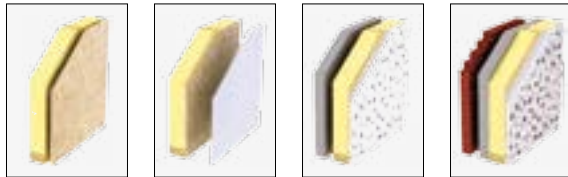
Layout und Umfang eines gedruckten Heftes limitieren die Zahl der Abbildungen. Beim E-Paper sind diese Restriktionen weitgehend aufgehoben. Unterschiedliche Perspektiven und Details können visualisiert werden und der Betrachter erhält wertvolle Zusatzinfos.

**Zusätzliche Abbildungen (maximal 5 pro Beitrag) je Bild** **120,- €**  
zum Blättern als Serie hinter einer im Layout bereits vorhandenen Abbildung

## VIDEOPRODUKTIONEN



Hausvorstellung Musterhaus Wincheringen von Wolf System



Visualisierung Wandaufbau im interaktiven Musterhaus von Gussek Haus

Referenzkunden: Baufritz, Gussek, OKAL, Schwörerhaus, Wolf System

**Film ab!** Wir setzen Ihr Haus gekonnt in Szene – mit bewegten Bildern, die im Zuge von Social Media und Co. immer wichtiger werden und die Sie unbegrenzt nutzen können. Hierfür haben wir zwei interessante Komplettpakete geschnürt.

### **Paket 1: Profi-Kamerateam und Redakteurin und Moderation**

Konzeption, Drehbuch, 1 Drehtag (bis max. 10 Std.) mit einem Profi-Kamerateam und Redakteurin; unsere professionelle TV-Moderatorin führt durchs Haus, interviewt Baufamilien, oder erklärt die Technik; sendefähiger Film (bis max. 15 Minuten) inkl. aller Rechte.

Weitere inkludierte Leistungen: Der Film steht 1 Woche lang sehr prominent als „Clip der Woche“ auf der Startseite unserer Webseite, ist danach ein weiteres Jahr auf [www.zuhause3.de](http://www.zuhause3.de) abrufbar. Er wird auf unseren Social-Media-Kanälen gepostet.

**Preis: 6.800,- €**

**NEU**

### **Paket 2: Videojournalist**

Konzeption, 1 Drehtag (bis max. 6 Std.) mit einem Videojournalisten; Baufamilien sind die Protagonisten, zeigen beispielsweise die Highlights ihres Zuhauses; sendefähiger Film (bis max. 8 Minuten) inkl. aller Rechte.

Weitere inkludierte Leistungen: wie Paket 1

**Preis: 2.950,- €**

Fragen Sie gerne auch nach zusätzlichen Leistungen wie Animationen, Visualisierungen oder Profisprechern in Englisch, Französisch oder anderen Sprachen. Wir finden garantiert die perfekte Lösung für Ihr individuelles Filmprojekt!



Umfassende journalistische Kompetenz und ausgewiesener Sachverstand, gepaart mit internationaler Erfahrung in Marketing und Markenführung, machen uns zum idealen Partner für alle Kommunikationsfragen.

Ob Haushersteller oder Technikanbieter, ob Unternehmen oder Verband, wir sprechen Ihre Sprache und verstehen Ihre Problemstellung. Gemeinsam mit Ihnen entwickeln wir die ideale Lösung für Sie – in Print, Video oder Online.

Sprechen Sie uns an und vereinbaren ein unverbindliches Gespräch mit unseren Experten.



Wir produzieren für Sie exklusive Kundenmagazine und Image-Broschüren.  
Referenzkunden: Somleitner, Gussek, Luxhaus, OKAL, Schwörerhaus



Nachdrucke aus dem Heft u.a. für:  
Bodenseehaus, Villeroy & Boch, Grohe

Sonderpublikationen u.a. für:  
Bundesverband Wärmepumpen,  
Bundesverband Kalksandsteinindustrie

## TECHNISCHE ANGABEN

### Druckunterlagen

#### Angaben für gelieferte Bilddaten:

Druckfähiges PDF, Bildauflösung mind. 300 dpi

Schwarzweißgrundrisse bitmap-TIFF 1200 dpi

Farbraum: CMYK; Gradation: Offset-Standard

Datenformate: TIFF, EPS oder JPEG mit hoher Bildqualität ohne eingebettete ICC-Profile

Datenlieferung: [info@biz-verlag.de](mailto:info@biz-verlag.de) (bis 20 MB) oder über FTP-Server (bitte Zugangsdaten erfragen)

### Druckverfahren

Umschlag/Inhalt: Bogen-/Rollenoffset, Klebebindung

Alle Druckerzeugnisse werden klimaneutral hergestellt und sind PEFC- oder FSC-zertifiziert.

### Druck



Möller Druck und Verlag GmbH, Zeppelinstraße 6, 16356 Ahrensfelde OT Blumberg



# ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN FÜR ANZEIGEN UND ANDERE WERBEMITTEL

Die nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen regeln das Verhältnis zwischen dem Verlag und dem Auftraggeber bei der Erteilung und Abwicklung von Anzeigenaufträgen. Hierfür gelten, soweit nicht ausdrücklich anders vereinbart, ausschließlich diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen. Allgemeine Vertrags- oder Geschäftsbedingungen des Auftraggebers werden hiermit ausgeschlossen.

1. „Anzeigenauftrag“ oder „Abschluss“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift oder elektronischen Publikationen zum Zweck der Verbreitung.
2. Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.
3. Die Anzeigenpreise ergeben sich aus der bei Vertragsabschluss gültigen Anzeigenpreisliste des Verlages. Der Verlag ist berechtigt, die AGB und die Preise jederzeit mit Wirkung für die Zukunft zu ändern. AGB- und Preisänderungen für erteilte Anzeigenaufträge sind wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens einen Monat vor Veröffentlichung der Anzeige angekündigt werden; in diesem Falle steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Zugang der Änderungsmitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden. Werbeagenturen und Werbemittlern ist es untersagt, die vom Verlag gewährten Mittlergebühren ganz oder teilweise an ihre Auftraggeber weiterzugeben.
4. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziff. 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.
5. 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.
6. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
7. Seiten, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ oder „Advertorial“ deutlich kenntlich gemacht.

8. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge abzulehnen, insbesondere wenn:
  - deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder
  - deren Veröffentlichung wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form für den Verlag unzumutbar ist, oder
  - Anzeigen Werbung für Dritte oder Dritter enthalten.Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
9. Für die rechtzeitige Lieferung einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.
10. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. 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. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg schriftlich gegenüber dem Verlag geltend gemacht werden. Der Verlag haftet für sämtliche Schäden, gleich ob aus vertraglicher Pflichtverletzung oder aus unerlaubter Handlung nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen: Bei grober Fahrlässigkeit beschränkt sich die Haftung im kaufmännischen Verkehr auf den Ersatz des typischen vorhersehbaren Schadens; diese Beschränkung gilt nicht, soweit der Schaden durch leitende Angestellte des Verlages verursacht wurde. Bei einfacher Fahrlässigkeit haftet der Verlag nur, wenn eine wesentliche Vertragspflicht verletzt, eine Garantie übernommen oder arglistig getäuscht wurde. In solchen Fällen ist die Haftung auf den typischen vorhersehbaren Schaden beschränkt. Im Falle einer Haftung nur für den typischen vorhersehbaren Schaden besteht keine Haftung für mittelbare Schäden, Mangelfolgeschäden oder entgangenen Gewinn. Bei Ansprüchen nach dem Produkthaftungsgesetz sowie bei einer Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit haftet der Verlag nach den gesetzlichen Vorschriften. Alle gegen den Verlag gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf vorsätzlichem Verhalten beruhen.

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 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. Druckunterlagen werden nur auf besonderer Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.
  14. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.
  17. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
  17. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Auftrages 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.
  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 Garantief Auflage unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigter Mangel, wenn sie bei einer Garantief Auflage bis zu 50 000 Exemplaren 20 v. H., bei einer Garantief Auflage bis zu 100 000 Exemplaren 17 v. H., bei einer Garantief Auflage bis zu 500 000 Exemplaren 10 v. H., bei einer Garantief Auflage über 500 000 Exemplaren 5 v. H. beträgt.
- Als Garantief Auflage gilt die in der Preisliste oder auf andere Weise ausdrücklich als solche bezeichnete Garantief Auflage. Darüber hinaus sind bei 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. Voraussetzung für einen Anspruch auf Preisminderung ist ein Abschluss für mindestens drei Ausgaben. Grundlage für die Berechnung der Preisminderung ist der Auftrag pro Unternehmen, soweit nicht bei Auftragserteilung eine Abrechnung nach Marken, die bei Auftragserteilung zu definieren sind, vereinbart wurde. Die mögliche Auflagenminderung errechnet sich als Saldo der Auflagenüber- und Auflagenunterschreitungen der belegten Ausgaben innerhalb des Insertionsjahres. Die Rückvergütung erfolgt am Kampagnenende auf Basis des Kundennettos unter Berücksichtigung der bereits gewährten Agenturvergütung als Naturalgutschrift oder wenn dies nicht mehr möglich ist als Entgelt. Ein Anspruch auf Rückvergütung besteht nur, wenn die Rückvergütungssumme mindestens 2.500,- € beträgt.
18. Der Verlag behält sich vor, aus aktuellem Anlass Erscheinungstermine zu verschieben. Der Verlag behält sich weiterhin vor, die Zeitschrift/Zeitung vor dem Erstverkaufstag auszuliefern. Dem Auftraggeber erwachsen daraus keinerlei Ansprüche gegenüber dem Verlag.
  19. Der Auftraggeber trägt die alleinige Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der Insertion. Er gewährleistet, dass er alle zur Schaltung der Anzeige erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber hält den Verlag von Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen, insbesondere der Verletzung von Urheberrechten Dritter, im Rahmen der Erfüllung des Auftrages entstehen können. Der Auftraggeber ist insofern auch verpflichtet, den Verlag bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen. Den Verlag trifft im Verhältnis zum Auftraggeber keine Verpflichtung, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden können.
  20. Vom Verlag für den Auftraggeber gestaltete Anzeigenmotive (Advertorials) dürfen nur für Anzeigen in den dafür beim Verlag gebuchten Ausgaben verwendet werden. Weitere Rechte werden nicht eingeräumt.
  21. 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. Es gilt deutsches materielles Recht unter Ausschluss der Verweisungsregeln.