



mikado

Unternehmermagazin für Holzbau und Ausbau

▶ Mediadaten 2012

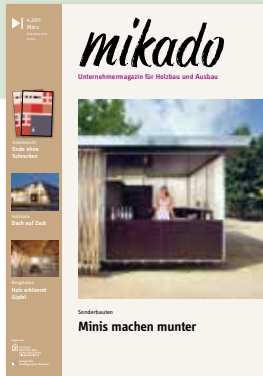


Organ der Europäischen
Vereinigung des Holzbaus



Organ von
HOLZBAU
DEUTSCHLAND
BUND DEUTSCHER
ZIMMERMEISTER

mikado – die Nummer 1* bei Zimmerern und Holzbauern



Monatlich **10.289**
tatsächlich verbreitete
Auflage.



Supplement *mikadoplus*
Abonnenten erhalten
viermal jährlich das
Arbeitsheft für die
Unternehmerpraxis.



www.mikado-einkaufsfuehrer.de
Der erfolgreiche Einkaufsführer für die
Bereiche Holzbau, Ausbau und Dach mit
Präsenz in 51 Ländern inkl. Kombi mit
dem *mikado* Booklet.



www.mikado-online.de
Holzbauportal mit neuesten Nachrichten,
mikado-Archiv, Tipps, Arbeitshilfen
und Downloads

*im Zeitraum 06/10 bis 06/11 nach Anzeigenumfang (ohne Eigenanzeigen, Beilagen und Einhefter)



2012

Zum siebten Mal lobt die Redaktion den Internetpreis
für die Holzbaubranche aus.

**Die Leser von *mikado* wählen den besten Webauftritt
nach den Kriterien**

► Design ► Nutzen ► Inhalt ► Übersichtlichkeit

Die Sieger-Website wird mit dem
mikado-web-award ausgezeichnet und
in *mikado* vorgestellt. Natürlich können
auch die Leser gewinnen: **Ihnen winken
attraktive Preise und Highlights.**

Sehr geehrte Kunden, Inserenten und Partner,

mein Team und ich stehen Ihnen in allen Fragen rund um Werbung in und mit *mikado* zur Verfügung und beraten Sie gerne.

Sie möchten inserieren oder haben Fragen zu Themen oder Platzierungsmöglichkeiten? Sie möchten eine individuelle Beratung?

► Anzeigenverkauf:

Verlagsbüro Stoll GmbH
Henriette Stoll-Loof

Fon +49.8143.9315-10

Fax +49.8143.9315-93

E-Mail huber@verlagsbuero-stoll.de

Sie haben Fragen zu Auftragsbestätigung, Rechnung, Druckunterlagen?

Daniela Bolleiningger

Fon +49.8233.23-7135

Fax +49.8233.23-7111

E-Mail daniela.bolleiningger@weka.de

Amelia Pérez Moya

Fon +49.8233.23-7132

E-Mail amelia.perez-moya@weka.de

Sie haben noch nicht den passenden Ansprechpartner gefunden?

Dann schicken Sie eine E-Mail an:

ihre.werbung@weka.de



Oder wenden Sie sich einfach an mich.

Herzlichst, Ihr

Christoph Maria Dauner

Christoph Maria Dauner

Zeitschriftenleitung Bauhandwerk

Fon +49.8233.23-7139

E-Mail christoph.dauner@weka.de

1 Kurzcharakteristik

mikado – das Unternehmermagazin für Holzbau und Ausbau – ist als überregionales Fach- und Unternehmermagazin, Verbandsorgan von Holzbau Deutschland, Bund Deutscher Zimmermeister und Organ der Europäischen Vereinigung des Holzbaus (EVH) ein führendes Sprachrohr der Holzbaubranche.

mikado informiert ausgewogen, praxisorientiert, innovativ und konstruktiv über Bautechnik, Markt und Betriebsführung und ist deshalb das Magazin für den erfolgreichen Entscheider in Zimmerer- und Holzbaubetrieben. Zum Leserkreis zählen ebenso Holzbauingenieure und -architekten, Hersteller und Händler von Baustoffen, Bauelementen und Fertigungsmitteln wie wichtige Multiplikatoren aus Innungen, Verbänden und Ausbildungsstätten. Der Fokus der Redaktion liegt dabei immer auf der praxisgerechten Berichterstattung mit direktem Nutzen für die tägliche Arbeit.

mikado informiert über:

- ▶ **Holzbaukonstruktionen:** moderne und effiziente Baukonstruktionen und Architektur wie Ingenieurholzbau, Holzhausbau, Komplettdächer, Bauelemente, Innenausbau und Trockenbau, Hallenbau, Treppenbau, Fassadenbekleidungen, Altbausanierung und -restaurierung gemäß dem aktuellen Stand der Technik
- ▶ **Erfolgreiche Betriebsführung:** erfolgreiche, ergebnisorientierte Methoden für Verkauf, Werbung, Betriebs- und Personalführung, Kalkulation und EDV-Einsatz, Infos über Arbeits-, Steuer- und Baurecht, zukunftsorientierte Weiterbildungschancen für Entscheider und Mitarbeiter, Möglichkeiten des Internets
- ▶ **Baustoffe und Bauelemente:** effizienter Einsatz von modernen Baustoffen mit Markttrends und -übersichten zu Holz, Profil-, Schnitt- und Brettschichtholz und Holzwerkstoffen; Gipswerkstoffe, Dacheindeckungen, Dichtungsmaterialien, Dämmstoffe, Fassadenbekleidungen, Holzschutz, Farbbeschichtungen, Verbindungsmittel, Verglasungen sowie Bauelemente und Fertigteile wie Türen, Tore, Gauben und Treppenelemente
- ▶ **Betriebsausstattung:** effizienter Einsatz von Fertigungs- und Montagetechniken mit Holzbearbeitungsmaschinen, Handmaschinen, Abbundanlagen, Fuhrpark, Oberflächenbeschichtung, CNC-Maschinen, Gerüste und Montagehilfen sowie CAD, CIM und Kalkulationssoftware sowie Büroeinrichtungen

- 2 **Erscheinungsweise** 11 × im Jahr
- 3 **Jahrgang** 20. Jahrgang 2012
- 4 **Webadresse** www.mikado-online.de
- 5 **Mitgliedschaften**
 - IVW, Mediadatenbank der deutschen Fachpresse
 -  Deutsche Gesellschaft für nachhaltiges Bauen
- 6 **Organ** Verbandsorgan von Holzbau Deutschland – Bund Deutscher Zimmermeister
Organ der Europäischen Vereinigung des Holzbaus (EVH)
- 7 **Herausgeber** WEKA MEDIA GmbH & Co. KG
Geschäftsführer Stephan Behrens, Michael Bruns, Werner Pehland
- 8 **Verlag** **WEKA MEDIA GmbH & Co. KG**
Postanschrift Postfach 12 09, D-86426 Kissing
Hausanschrift Römerstraße 4, D-86438 Kissing
Fon +49.82 33.23-0
Fax +49.82 33.23-7111
Internet www.weka.de
E-Mail info@weka.de
- 9 **Redaktion**
 - Chefredakteur Christoph Maria Dauner, Dipl.-Betriebsw. (FH)
christoph.dauner@weka.de
 - Fachredakteure
 - Chef vom Dienst: Claudia Jamnitzky, Dipl.-Ing. (FH)
claudia.jamnitzky@weka.de
 - Günther Hartmann, Dipl.-Ing. Architektur
guenther.hartmann@weka.de

10 Anzeigen			
Anzeigenverkauf	Henriette Stoll-Loof +49.81 43.9315-10		
Anzeigendisposition	Daniela Bolleiner +49.82 33.23-7135 Amelia Pérez Moya +49.82 33.23-7132		
11 Vertrieb	Christoph Maria Dauner		
Abonnentenhotline	+49.82 33.23-40 40		
Fax	+49.82 33.23-72 30		
E-Mail	service.handwerk@weka.de		
12 Bezugspreis (inkl. MwSt.)			
Jahresabonnement	98,00 €		
Einzelverkaufspreis	12,80 €		
13 ISSN	0944-5749		
14 Umfangsanalyse	2010 = 11 Ausgaben		
Format der Zeitschrift	DIN A4		
Gesamtumfang	880,00 Seiten = 100,00 %	(mit Verbandsteil)	
Redaktioneller Teil	683,65 Seiten = 77,69 %		
Anzeigenteil	196,35 Seiten = 22,31 %		
Beilagen	27 Stück		
15 Inhaltsanalyse Redaktion	2010 = 683,65 Seiten		

nach Sachgebieten

Titel	11,00	Seiten	1,61 %
Editorial	11,00	Seiten	1,61 %

Inhalt	17,67	Seiten	2,58 %
Kurz und bündig	41,34	Seiten	6,05 %
Thema des Monats/Technik	158,98	Seiten	23,25 %
Messen	2,25	Seiten	0,33 %
Ingenieurholzbau	23,67	Seiten	3,46 %
Sanierung und Ausbau	21,00	Seiten	3,07 %
Details im Griff	18,00	Seiten	2,63 %
Management	26,73	Seiten	3,91 %
Meinung	2,00	Seiten	0,29 %
Büro kompakt	11,34	Seiten	1,66 %
Ihr gutes Recht	7,13	Seiten	1,04 %
Architektur	50,00	Seiten	7,31 %
Holzhäuser	11,52	Seiten	1,69 %
ZimmerMeisterDach	43,51	Seiten	6,36 %
Holzwelten	46,85	Seiten	6,85 %
Verband aktuell	72,00	Seiten	10,53 %
Fortbildung	15,68	Seiten	2,29 %
Tipps & Termine	5,34	Seiten	0,78 %
Produkte	22,67	Seiten	3,32 %
Unternehmen	27,00	Seiten	3,95 %
Bücher	2,75	Seiten	0,40 %
Produkt & Praxis	15,50	Seiten	2,27 %
Software	2,75	Seiten	0,40 %
Gewinnspiel	5,00	Seiten	0,73 %
Vorschau/Impressum	11,00	Seiten	1,61 %
Summe	683,65	Seiten	100 %

16 Auflagenkontrolle



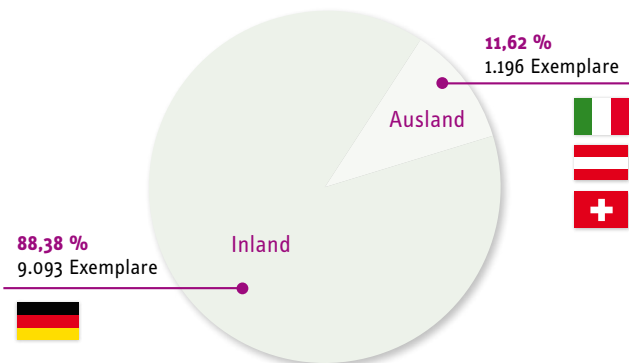
17 Auflagenanalyse

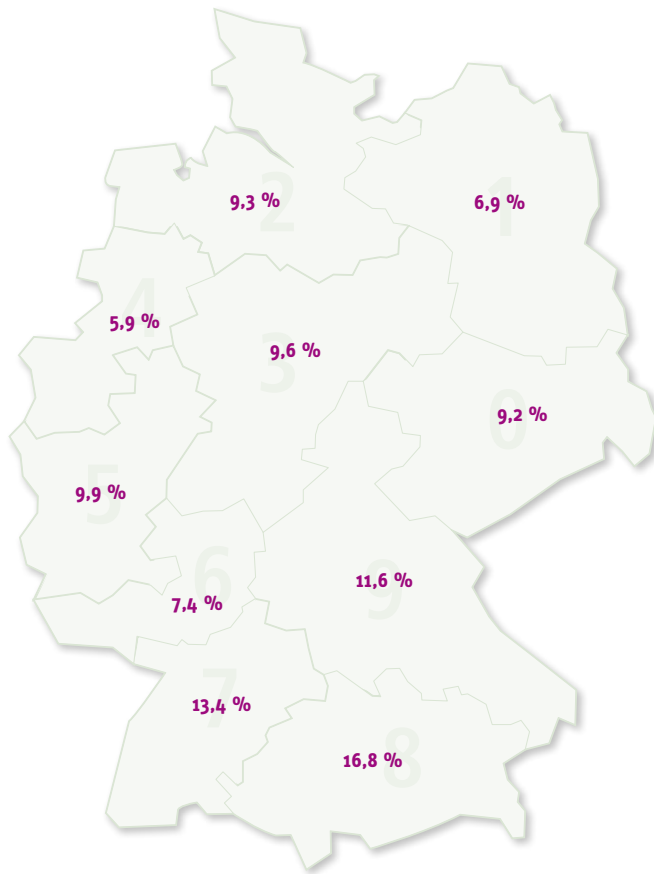
Exemplare pro Ausgabe im Durchschnitt für die Zeit vom 01.07.2010 bis 30.06.2011

Druckauflage	10.660		
tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	10.289	davon Ausland	1.196
verkaufte Auflage	2.602	davon Ausland	191
- abonnierte Exemplare	2.134	davon Mitgliederstücke	-
- Einzelverkauf	0		
- sonstiger Verkauf	468		
Freistücke	7.687	davon Ausland	978
Rest-, Archiv- und Belegexemplare	371		

18 Geografische Verbreitungsanalyse

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	88,38	9.093
Ausland	11,62	1.196
tatsächlich verbreitete Auflage	100	10.289





18.1 Verbreitung nach Postleitzahlgebieten

Postleitzahlgebiet	%	Exemplare
01000 - 09999	9,2	837
10000 - 19999	6,9	627
20000 - 29999	9,3	846
30000 - 39999	9,6	873
40000 - 49999	5,9	536
50000 - 59999	9,9	900
60000 - 69999	7,4	673
70000 - 79999	13,4	1.218
80000 - 89999	16,8	1.528
90000 - 99999	11,6	1.055
tatsächlich verbreitete Inlands-Auflage	100	9.093

18.2 Verbreitung im Ausland

Auslandgebiet	%	Exemplare
Österreich	78	932
Schweiz	8	96
Italien	10	120
sonstiges Ausland	4	48
verbreitete Auslandsauflage	100	1.196

19 Betriebliche Strukturdaten

19.1 Wirtschaftszweig

	Total in %
Zimmereibetrieb	62,1
Ingenieurbüro	4,7
Architekturbüro	2,0
Holzhandel	0,4
Zulieferindustrie des Zimmereihandwerkes	1,1
Verband/Innung (keine Ehrenämter)	2,0
Behörde/Amt	0,2
Fach-/Meisterschule	1,6
Fachhochschule/Hochschule	-
Wissenschaftliche Institute	0,2
Sonstige Nennungen (offene Abfrage)	
Dachdeckerei	21,1
Sonstiges	4,0
keine Angabe	0,7
Summe	100,0

19.2 Anzahl der Beschäftigten

	Total in %
1 bis 4 Beschäftigte	47,4
5 bis 9 Beschäftigte	27,9
10 bis 19 Beschäftigte	11,5
20 bis 29 Beschäftigte	5,2
30 bis 49 Beschäftigte	4,0
50 und mehr Beschäftigte	2,5
Ø anhand Klassenmitten	9,1
keine Angabe	1,4
Summe	100,0

20 Persönliche Strukturdaten

20.1 Alter

	Total in %
bis 19 Jahre	-
20 bis 29 Jahre	1,6
30 bis 39 Jahre	22,2
40 bis 49 Jahre	41,7
50 bis 59 Jahre	26,4
60 Jahre und älter	8,1
Ø in Jahren	46,1
Summe	100,0

20.2 Berufliche Ausbildung

	Total in %
Handwerkliche Ausbildung (Facharbeiterbrief)	88,1
Kaufmännische Ausbildung (Kaufmann, Betriebswirt des Handwerks/IHK)	25,5
Bautechniker	14,4
Meisterbrief	71,5
Gebäudeenergieberater	15,0
Restaurator im Zimmererhandwerk	9,0
Sonstige Nennungen (offene Abfrage)	
Architekt	1,6
Ingenieur	9,0
Holztechniker	1,3
Sachverständiger	1,8
Sonstiges	5,8
keine Angabe	0,5
Summe	243,5

20.3 Stellung im Betrieb

	Total in %
Inhaber, Mitinhaber, Geschäftsführer	83,1
Leitender Angestellter, Betriebsleiter, Abteilungsleiter	7,8
technischer bzw. kaufmännischer Angestellter	2,7
Facharbeiter	0,2
Sonstiges	4,8
keine Angabe	1,4
Summe	100,0

21 Nutzungsdaten

21.1 Nutzungsfrequenz

	Total in %
keine der letzten 11 Ausgaben	-
1-3 Ausgabe	19,1
4-6 Ausgaben	16,3
7-10 Ausgaben	12,5
alle 11 Ausgaben	52,1
Durchschnitt	8,1
Kernleser (10-11 Ausgaben)	54,3
Summe	100,0

21.2 Seitenkontaktchance

	Total in %
alle, fast alle Seiten (100)	41,0
drei Viertel aller Seiten (75)	16,4
die Hälfte aller Seiten (50)	25,7
ein Viertel aller Seiten (25)	10,8
nur wenige Seiten (10)	4,8
fast keine Seiten (5)	1,1
Seitenkontaktchance (Durchschnitt)	69,5
keine Angabe	0,2
Summe	100,0

21.2 Lesedauer

	Total in %
bis unter 15 Minuten	14,9
15 bis unter 30 Minuten	32,3
30 bis unter 45 Minuten	21,9
45 Minuten bis unter 1 Stunde	19,4
1 Stunde bis unter 1,5 Stunden	7,4
1,5 Stunden bis unter 2 Stunden	2,2
länger als 2 Stunden	1,1
Ø in Min. anhand Klassenmitten	38,7
keine Angabe	0,7
Summe	100,0

21.2 Geschätzte Anzahl weiterer Leser

	Total in %
niemand außer mir, gebe das Heft nicht weiter	28,4
ein weiterer Leser/-in	10,5
zwei weitere Leser/-innen	25,8
drei weitere Leser/-innen	16,7
vier bis fünf weitere Leser/-innen	11,3
sechs und mehr weitere Leser/-innen	5,6
Ø Anzahl weiterer Leser	2,2
keine Angabe	1,6
Summe	100,0

26 Titelbeurteilung

26.1 Berichterstattung zum Thema	Top Two in %
Baustoffe wie Dämmstoffe, Leimholz, Dachziegel, etc.	86,3
Holzhausbau	81,8
Bauphysik, wie Wärme-, Schall-, Brand- und Feuchteschutz	80,7
Dachausbau und Dacheindeckung	79,7
Bauen im Bestand wie Ausbau und Sanierung	77,9
Holzforschung bzw. Holzbauinnovationen	76,6
Klassische Zimmereiarbeiten	74,2
Ingenieurholzbau	73,7
Verbandsteil mit Nachrichten aus Verbänden und Normung	70,9
Architektur mit Objektvorstellungen, Entwurf und Gestaltung	70,2
Haustechnik im Holzbau mit Solartechnik, Heizung und Lüftung	63,7
Betriebsführung und Management	60,7

76,8 % der Leser sagen, *mikado* ist gut lesbar und verständlich geschrieben!



27 Titelprofil

	trifft ganz zu (%)
<i>mikado</i> ist gut lesbar und verständlich geschrieben	76,8
<i>mikado</i> hat ein ansprechendes Erscheinungsbild, ist klar und übersichtlich gegliedert	73,0
<i>mikado</i> kann man weiterempfehlen	71,2
<i>mikado</i> enthält fachlich kompetente Beiträge, berichtet objektiv und sachlich	61,4
Es macht Spaß, die Zeitschrift <i>mikado</i> zu lesen	50,4
<i>mikado</i> enthält nützliche Tipps und Anregungen für die berufliche Praxis, bietet häufig Problemlösungen	33,8

Top Two setzt sich aus den Bewertungen „sehr zufrieden/sehr gut“ und „zufrieden/gut“ zusammen.

1 Beschaffenheit der Datei

In der Empfängerdatei sind die Anschriften aller Empfänger aufgeführt. Aufgrund der postalischen Angaben kann die Datei nach Postleitzahlen bzw. Inlands- und Auslandsempfängern sortiert werden.

2 Untersuchungsmethode

Leser-Struktur-Analyse durch telefonische Erhebung – Stichproben-Erhebung

3 Tag der Stichprobenziehung

04.06.2009

4 Struktur der Empfängerschaft

a) Gesamtzahl Empfänger in der Datei 52.242

b) Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen

- verkaufte Auflage 2.803

- davon Normalabonnenten 2.181

- davon Mitglieder-Abonnenten 0

- davon Einzelverkauf 0

- davon sonstiger Verkauf 622

- ständige Freistücke 1.121

- wechselnde Freistücke 6.447

tatsächlich verbreitete Auflage (tvA) 10.371

davon Bundesrepublik Deutschland 9.253

davon Ausland 1.118

c) Gesamtzahl wechselnder Empfänger (Wechsel nach jeder Ausgabe) 48.318

5 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil)

Grundgesamtheit (tvA) 10.371 = 100,0 %

Davon in der Untersuchung nicht erfasst: Belegexemplare 597 = 5,8 %

nicht-deutschsprachiges Ausland 77 = 0,7 %

Mehrfachbezieher 661 = 6,4 %

Summe 1.335 = 12,9 %

Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA) 9.036 = 87,1 %

6 Beschreibung der Stichprobe

Random-Auswahl per Schrittziffer aus der Datei der Empfänger

Ausgangs-Stichprobe 412 = 100,0 %

Stichprobenneutrale Ausfälle Leser nicht zu ermitteln 27 = 6,6 %

Adresse/Telefonnummer falsch/nicht ermittelbar 33 = 8,0 %

Ausfälle gesamt 60 = 14,6 %

Brutto-Stichprobe 352 = 100,0 %

Ausfälle

Zielperson nicht erreicht 41 = 11,6 %

Zielperson verreist, krank 0 = 0,0 %

Beantwortung der Befragung verweigert 61 = 17,3 %

Ausfälle gesamt 102 = 29,0 %

Netto (auswertbare Fälle) 250 = 71,0 %

7 Zielperson der Untersuchung

Befragt wurde der hauptsächliche Leser

8 Definition des Lesers

Hauptsächlicher Leser

9 Durchführung der Untersuchung

/ Bielefeld

10 Zeitraum der Untersuchung

Die Durchführung der telefonischen Befragung erfolgte in der Zeit vom 08.06. bis 22.07.2009

Ausgabe Januar/Februar

Termine

Erscheinung: 13.01.12
Anzeigenschluss: 12.12.11

ERHÖHTE
AUFLAGE

Themen

Thema des Monats: Ingenieurholzbau


Brettschichtholz (Leimbinder), Gewerbebau, Mischbauten, Verbindungsmittel und -systeme, Anschlüsse, Projektbeispiele

Messe DACH+HOLZ International 2012

Ausstellerpläne und Hintergründe

Produkte-Spezial

Neuheiten und Trends auf der DACH+HOLZ International 2012

 **DACH+HOLZ International 2012**
31.01.-03.02.12 | Stuttgart

1/2

Messen/Ausstellungen

Swissbau | 17.-21.01.2012 | Basel

Deubau 2012 | 10.-14.01.2012 | Essen

Haus & Energie | 26.-29.01.2012 | Sindelfingen



DACH+HOLZ International 2012

31.01.-03.02.12 | Stuttgart

BauExpo 2012 | 09.-12.02.2012 | Gießen

KlimaHouse 2012 | 26.-29.01.2012 | Bozen

Deutscher Holzbautag | 31.01.-03.02.2012 | Stuttgart

Ausgabe März

Termine

Erscheinung: 05.03.12
Anzeigenschluss: 06.02.12

Themen

Thema des Monats: Wohnbau der Zukunft

Energie-Plus-Häuser, Gebäude in Passivhausstandard, Reihenhäuser, Mischbauweise, Bauprodukte, Dämmstoffe, Wärmepumpe, Photovoltaikanlagen, Solarthermie, Haustechnik, Planung, Konstruktion

Produkte Spezial

Haustechnik + Lüftungstechnik

Advertorial

Zimmereimaschinen

3

Ausgabe April

Termine

Erscheinung: 11.04.12
Anzeigenschluss: 12.03.12

Themen

Thema des Monats: Hallen- und Gewerbebau

Gewerbehallen, Öffentlicher Bau, Verwaltungsgebäude, Hallenbau, landwirtschaftliche Nutzbauten, Reithallen, Ingenieurholzbau

Advertorial

Rückblick Messe Dach+Holz International 2012

4

Ausgabe Mai

Termine

Erscheinung: 04.05.12
Anzeigenschluss: 04.04.12

Themen

Thema des Monats: Dachaufstockung

Dämmstoffe, Baustelleneinrichtung, Dachfenster, Gauben, Bauablauf, Bauprodukte, Baustellensicherheit, Trockenbausysteme, Baurecht, Konstruktionsdetails, Projektbeispiele

Marktumschau Dachziegel

Gestaltungsmöglichkeiten im Neubau und im Bestand

Dach-Produkte-Spezial

Effektiv sanieren – Ziegel, Dämmsysteme fürs Dach, Unterspannbahnen, Dacheindeckung, Dachfenster, Fassadenanschlüsse

5

Ausgabe Juni

THEMENHEFT

Termine

Erscheinung: 24.05.12
Anzeigenschluss: 25.04.12

Fokus-Thema

Großprojekte: Kultur-, Bildungs- und Sportbauten

Neubau- und Sanierungsprojekte, Ingenieurholzbau, Schul- und Verwaltungsbauten, Kindergärten, Hallenbau, Schwimmhallen, Turnhallen, öffentliche Gebäude, mehrgeschossige Holzbauten, Mischbauweisen

Zusatzzielgruppen:

- » Architekten
- » Bauämter
- » am Holzbau interessierte Bauherren

ERHÖHTE AUFLAGE

6

Messen/Ausstellungen

Internationale Holzbrückentage 2012 | 19.-20.04.2012 | Bad Wörishofen

Ausgabe Juli

Termine

Erscheinung: 15.06.12
Anzeigenschluss: 15.05.12

Themen

Thema des Monats: Mehrgeschossiger Holzbau

Brandschutz, Schallschutz, Aufbau, internationale Projektbeispiele, Statik, Konstruktionslösungen, Holzwerkstoffe, Bauordnung

Produkte Spezial

Verbindungsmitel - Trockenbau - Innenausbau

7

Ausgabe August

TOPTHEMA

Termine

Erscheinung: 03.08.12
Anzeigenschluss: 06.07.12

Themen

Thema des Monats: Haustechnik und Wohnkomfort

Lüftungstechnik, Wärmepumpen, Solarthermie, Photovoltaik, Energiesparfenster, Pelletheizung, Passivhäuser, Dämmsysteme, Wärmerückgewinnung, Fassadensystem, Isolierverglasung, Handwerkerkooperation, Plus-Energiehäuser

8

Ausgabe September

Termine

Erscheinung: 05.09.12
Anzeigenschluss: 06.08.12

Themen

Thema des Monats: Bauen im Bestand

Energetische Sanierungskonzepte, Anbauten, Dachaufstockungen, Brandschutzkonzepte für Bestandsbauten, Schallschutz

Zimmermeisterdach

Windsogicherung - so geht es richtig

Marktumschau

Software für Zimmereibetriebe

Advertorial

Wandaufbau und Dämmung

9

Messen/Ausstellungen

Intersolar 2012 | 13.-15.06.2012 | München

Internationale Holzmesse | 30.08.-02.09.2012 | Klagenfurt

KlimaEnergy | 22.-24.09.2012 | Bozen

Ausgabe Oktober

Termine

Erscheinung: 04.10.12
Anzeigenschluss: 05.09.12

Themen

Thema des Monats: Wohnen und Arbeiten – Mobile Bauten

Modulares Wohnen, Pavillons, temporäre Gebäude, Messebauten, Sonderbauten, Vorfertigung, Verbindungsmittel, Ecklösungen, Logistikabläufe, Transportvorschriften, Fundamentlösungen

Ingenieurholzbau

Brückenkonstruktionen, die es draufhaben

Produkte Spezial

Verbindungsmittel – Schrauben – Klammern

10

Ausgabe November

Termine

Erscheinung: 06.11.12
Anzeigenschluss: 08.10.12



Themen

Thema des Monats: Bauphysik

Wärmeschutz, Bausysteme/-materialien, Detaillösungen, Schallschutz, Brandschutz, Ausführungskonstruktionen, Bemessungshinweise

Produkte-Spezial

Dachziegel – Formen, Farben, Gestaltungsmöglichkeiten

Marktumschau

Zimmereimaschinen

11

Ausgabe Dezember

Termine

Erscheinung: 04.12.12
Anzeigenschluss: 06.11.12



Themen

Thema des Monats: Internationaler Holzbau

Projektbeispiele, Großbauten im öffentlichen und Gewerbebereich, Wohnbau, Bauprodukte, internationale Normung, Aus- und Weiterbildung für Zimmerer im Ländervergleich

Sanierung und Ausbau

Innendämmung für den Denkmalschutz

Zimmermeisterdach

Tageslichtplanung im Steildach



Internationales Holzbauforum Garmisch

12

Messen/Ausstellungen

Branchentag Holz | 02.-03.11.2012 | Köln

Internationales Holzbauforum 2012 | 5.-7. 12.2012 | Garmisch

<p>1 Auflage</p>	<p>Druckauflage 10.660 Exemplare</p> <p>tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt (lt. AMF-Schema 2, Ziffer 17) 10.289 Exemplare</p>	<p>4 Termine</p>	<p>Erscheinungsweise monatlich, 11 Ausgaben</p> <p>Erscheinungstermin jeweils zum Anfang des Monats</p> <p>Anzeigenschluss siehe Termin- und Themenplan</p>
<p>2 Zeitschriftenformat</p>	<p>DIN A4</p> <p>210 × 297 mm beschnitten</p> <p>216 × 305 mm unbeschnitten</p> <p>je 3 mm Beschnitt Bund/außen</p> <p>je 4 mm Beschnitt Kopf/Fuß</p>	<p>5 Verlag</p>	<p>Hausanschrift Römerstraße 4, D-86438 Kissing</p> <p>Postanschrift Postfach 12 09, D-86426 Kissing</p> <p>Internet www.mikado-online.de</p> <p>Anzeigenabteilung Fon +49.82 33.23-71 35</p> <p>Fax +49.82 33.23-71 11</p> <p>E-Mail ihre.werbung@weka.de</p>
<p>Satzspiegel</p>	<p>185 × 260 mm</p> <p>4 Spalten je 45 mm breit</p> <p>3 Spalten je 58 mm breit</p>	<p>6 Zahlungsbedingungen</p>	<p>10 Tage nach Rechnungsdatum</p> <p>2 % Skonto</p> <p>30 Tage netto</p> <p>3 % Skonto, Bankeinzug</p> <p>USt-Ident-Nr. DE 811257891</p>
<p>3 Druck- und Bindeverfahren, Druckunterlagen</p>	<p>Bogen-Offset, 70er-Raster, Euroskala</p> <p>Elektronische Datenanlieferung möglich (siehe Seite 24)</p> <p>Für grafische Bearbeitung der Druckunterlagen entstehen Verarbeitungs-kosten pro Anzeige von 45,00 €.</p>	<p>Bankverbindung</p>	<p>HypoVereinsbank Augsburg (BLZ 720 200 70) Konto-Nr. 2 263 408</p>
		<p>SWIFT-BIC</p>	<p>DRES DEFF 720</p>
		<p>IBAN</p>	<p>DE16 7208 0001 0108 6297 00</p>

7 Anzeigenpreise und Formate

Format	Breite × Höhe	s/w		4C
		Anzeigenteil €	Textteil €	Textteil €
1/1	185 × 260 (210 x 297)	-	3.070,00	4.870,00
3/4 quer	185 × 190 (210 x 209)	-	2.350,00	4.150,00
3/4 hoch	136 × 260 (146 x 297)	-	2.350,00	4.150,00
2/3 quer	185 × 168 (210 x 187)	-	2.110,00	3.910,00
2/3 hoch	122 × 260 (143 x 297)	-	2.110,00	3.910,00
1/2 quer	185 × 125 (210 x 144)	1.160,00	1.580,00	3.080,00
1/2 hoch	90 × 260 (102 x 297)	1.160,00	1.580,00	3.080,00
1/3 quer	185 × 90 (210 x 109)	790,00	1.050,00	2.550,00
1/3 hoch	58 × 260 (69 x 297)	790,00	1.050,00	2.550,00
1/4 quer	185 × 60 (210 x 79)	610,00	850,00	2.350,00
1/4 hoch	43 × 260 (54 x 297)	610,00	850,00	2.350,00
1/4 2-spaltig	90 × 125	610,00	850,00	2.350,00
1/8 quer	185 × 30	385,00	510,00	2.010,00
1/8 2-spaltig	90 × 60	385,00	510,00	2.010,00
1/8 1-spaltig	43 × 125	385,00	510,00	2.010,00
Grundpreis je mm-Zeile		3,40	4,40	

Berechnung des Anzeigenpreises: Grundpreis je mm-Zeile × mm-Höhe × Spaltenzahl

Bsp.: 3,40 € × 60 mm Höhe × 2 Spalten = 408,00 €

Die Mindestgröße für eine Anzeige im Textteil beträgt 1/8-Seite.

7a Vorzugsplatzierungen/Sonderwerbeformen

Platzierung	Format	Breite × Höhe	4C
			€
U2/U4	1/1	185 × 260	5.050,00
U3	1/1	185 × 260	4.950,00
Titelseitenumhelter	1/2 hoch	105 × 297	8.500,00
Inhaltsverzeichnis	1/2 hoch	90 × 260	3.720,00
Editorial	1/4 hoch	43 × 168	2.840,00
U2 + 1. rechte Seite	2/1		10.120,00
Juniorpage		150 × 210	4.300,00
Banderole um Heft	auf Anfrage		
Briefumschlag für Heft	auf Anfrage		
Inselanzeigen*	ab	43 × 45	960,00
Gewinnspiel	1/1	185 × 260	4.700,00

Weitere Sonderwerbeformen unbedingt anfragen! Siehe Informationsblatt Formate

* Mindestabnahme pro Ausgabe: 5 Anzeigen oder mindestens **4.800,00 €**

7b Kombipreise

Kombipreise mit anderen Publikationen – Print und Online – der WEKA MEDIA GmbH & Co. KG auf Anfrage.

8 Zuschläge

8.1 Farben

Farben nach Euroskala (je Farbe)	
1/1 bis 2/3	600,00 €
1/2 bis 1/8	500,00 €
Sonderfarben nach HKS und Pantone	900,00 €

8.2 Formate

angeschnittene Anzeigen	15 % Zuschlag auf s/w-Preis
Anzeigen über Bund	kein Zuschlag

9 Rubrikanzeigen (nicht rabattfähig, Preise pro Ausgabe und Rubrik)

Stellenangebote	Grundpreis pro mm Zeile	2,70 €
Stellengesuche	Grundpreis pro mm Zeile	2,00 €
Geschäftsverbindungen, Verkäufe	Grundpreis pro mm Zeile	2,70 €
Chiffregebühr inkl. Porto		8,00 €
bei grafischer Bearbeitung der Druckunterlagen pauschal		40,00 €

9.1 Branchenführer

Brancheneinträge (jeweils 1-spaltig)	
a) Höhe 3 cm	58,00 €
b) Höhe 4 cm	80,00 €
c) Höhe 5 cm	95,00 €
d) weitere Formate	
im mm-Preis (1-spaltig)	1,90 €

einmalige Gebühr für Logobearbeitung **33,00 €**
 Bezugszeitraum mindestens 11 Ausgaben

10 Sonderwerbformen

siehe Punkt 7a + 7b

11 Rabatte

Bei Abnahme innerhalb eines Insertionsjahres
 (Beginn mit dem Erscheinen der ersten Anzeige)

Malstaffel		Mengenstaffel	
3-maliges Erscheinen	3 %	3 Seiten	5 %
6-maliges Erscheinen	5 %	6 Seiten	10 %
9-maliges Erscheinen	10 %	9 Seiten	15 %
11-maliges Erscheinen	15 %	11 Seiten	20 %

12 Kombinationen

Weitere Entscheider im Bauhandwerk erreichen Sie mit den Publikationen der WEKA Media GmbH & Co. KG auf Anfrage.

13 Einhefter

2-seitig	3.680,00 €
4-seitig	6.900,00 €
6-seitig	10.200,00 €
8-seitig	13.700,00 €

14 Beilagen

bis 25 g pro Tsd. Stk. **305,00 €**
 über 25 g **auf Anfrage**

15 Aufgeklebte Werbemittel

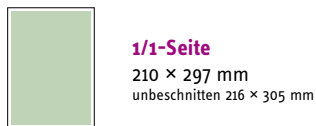
TOC ab	5.995,00 €
Post it	auf Anfrage

16 Lieferanschrift für Positionen 13 bis 15

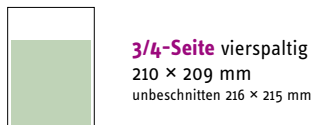
Erhalten Sie mit der Auftragsbestätigung.

Liefervermerk

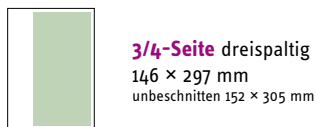
Für *mikado*, Ausgabe, Beilagen, Einhefter bzw. TOC-Titel, Anzahl der Exemplare auf der Palette, Anzahl der Paletten, Gesamtexemplarzahl, Absender und Empfänger.



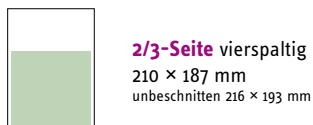
1/1-Seite
210 × 297 mm
unbeschnitten 216 × 305 mm



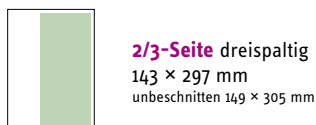
3/4-Seite vierspaltig
210 × 209 mm
unbeschnitten 216 × 215 mm



3/4-Seite dreispaltig
146 × 297 mm
unbeschnitten 152 × 305 mm



2/3-Seite vierspaltig
210 × 187 mm
unbeschnitten 216 × 193 mm



2/3-Seite dreispaltig
143 × 297 mm
unbeschnitten 149 × 305 mm



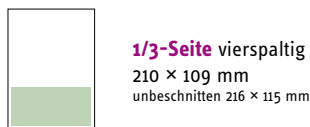
1/2-Seite vierspaltig
210 × 144 mm
unbeschnitten 216 × 150 mm



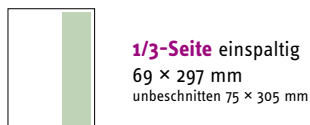
1/1-Seite
mit Tip on Card



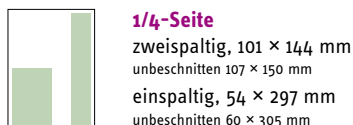
1/2-Seite zweispaltig
102 × 297 mm
unbeschnitten 108 × 305 mm



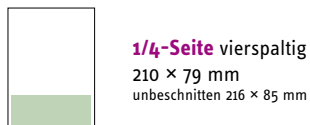
1/3-Seite vierspaltig
210 × 109 mm
unbeschnitten 216 × 115 mm



1/3-Seite einspaltig
69 × 297 mm
unbeschnitten 75 × 305 mm



1/4-Seite
zweispaltig, 101 × 144 mm
unbeschnitten 107 × 150 mm
einspaltig, 54 × 297 mm
unbeschnitten 60 × 305 mm



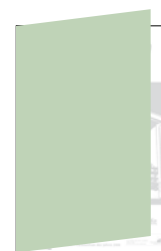
1/4-Seite vierspaltig
210 × 79 mm
unbeschnitten 216 × 85 mm

Sonderwerbeformate



Titelseitenumhefter

1 x 1/2-Seite
105 × 297 mm
unbeschnitten 111 × 305 mm



2 x 1/2-Seite 105 × 297 mm
unbeschnitten 111 × 305 mm

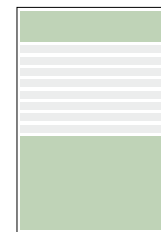
1 x 1/1-Seite 210 × 297 mm
unbeschnitten 216 × 305 mm



Banderole um Heft
Höhe kann abgestimmt werden



Gatefolder 3-seitig
420 × 297 mm
unbeschnitten 426 × 305 mm



Aufgeteiltes Format
Höhe kann abgestimmt werden



Post it
auf Redaktion

13 Einhefter

Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist die Vorlage eines verbindlichen Musters, notfalls eines Blindmusters, mit Größen- und Gewichtsangabe erforderlich. Einhefter 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. Einhefter sind unbeschnitten anzuliefern, mehrblättrige Einhefter müssen gefalzt angeliefert werden. Die Vorderseite des Einhefters ist zu kennzeichnen. Einhefter müssen nach Art und Ausführung so beschaffen sein, dass eine zusätzliche Aufbereitung und Bearbeitung entfällt. Erschwernisse und zusätzliche Falz- und Klebearbeiten werden gesondert berechnet.

Formate

1 Blatt (= 2 Seiten)

unbeschnitten 216 × 305 mm

2 Blatt (= 4 Seiten)

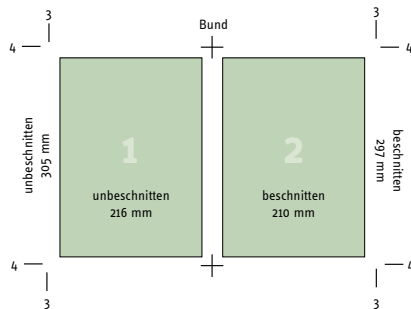
unbeschnitten 432 × 305 mm

3 Blatt (= 6 Seiten)

unbeschnitten 216 × 305 mm

4 Blatt (= 8 Seiten)

unbeschnitten 432 × 305 mm



Gewicht max. Papiergewicht 170 g/m²
 mind. Papiergewicht 80 g/m²

Preise

2-seitig	3.680,00 €
4-seitig	6.900,00 €
6-seitig	10.200,00 €
8-seitig	13.700,00 €

Benötigte Liefermenge
Anlieferungstermin

11.000 Exemplare
 14 Arbeitstage vor Erscheinen

14 Beilagen

Format max. 205 × 290 mm
 mind. 105 × 136 mm

Gewicht Standard bis 25 g
 weitere Gewichte auf Anfrage

Technische Daten

Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist die Vorlage eines verbindlichen Musters, notfalls eines Blindmusters mit Größen- und Gewichtsangabe erforderlich. Beilagen müssen den Postbestimmungen entsprechend so gestaltet sein, dass sie nicht mit dem Redaktionsteil verwechselt werden können. Die Platzierung von Beilagen erfolgt entsprechend den technischen Möglichkeiten. Beilagen werden lose eingelegt. Beilagen, die auf einem anderen Werkstoff als Papier gedruckt sind, können nur nach Vorlage eines verbindlichen Musters und vorheriger Zustimmung des Verlags und der Post angenommen werden.

Preise

Beilagengebühren bis 25 g: Gesamtgewicht pro Tsd. **305,00 €**
 (höhere Gewichte auf Anfrage), Beilagen werden nicht rabattiert.

Teilbeilage Österreich **1.000 Exemplare**
 sonstige Teilbeilagen ausschließlich auf Anfrage.

Beilagen mit Leporellofalz müssen manuell beigelegt werden. Preis auf Anfrage.

Benötigte Liefermenge
Anlieferungstermin

11.000 Exemplare
 14 Arbeitstage vor Erscheinen

15 Aufgeklebte Werbemittel

Format max. 125 × 290 mm
mind. 90 × 140 mm

Gewicht

- Beikleber (maschinell): max. 2 mm dick, max. 170 g/m²
- TOC 135 g/m²
- Einzelblätter 150 g/m²
- Scheckkartenformat 85 × 54 mm mind. 170 g/m²

Im Vorfeld ggf. mit Verlag abstimmen!

Technische Daten

Bei maschinell aufgeklebten Postkarten oder Warenmustern sollten die Klebekanten in Bundrichtung liegen. Aufgeklebte Postkarten, Warenmuster auf Einheftern oder ganzseitigen Anzeigen müssen zusätzlich wie Beilagen berechnet werden. Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist die Vorlage des Anzeigenmotivs mit aufgeklebter Postkarte (Standmuster, notfalls Blindmuster) erforderlich. Warenmuster können nur nach Vorlage eines verbindlichen Musters und vorheriger, vom Verlag bei der Post einzuholender Zustimmung angenommen werden.

Preise in Kombination mit mindestens 1/1-Seite Anzeige: **ab 5.995,00 €**
auf redaktionellem Teil: auf Anfrage

Benötigte Liefermenge 11.000 Exemplare
Anlieferungstermin 14 Arbeitstage vor Erscheinen

16 Lieferanschrift für Positionen 13 bis 15

Erhalten Sie mit der Auftragsbestätigung.

Liefervermerk

Für *mikado*, Ausgabe, Beilagen, Einhefter bzw. TOC-Titel, Anzahl der Exemplare auf der Palette, Anzahl der Paletten, Gesamtexemplarzahl, Absender und Empfänger.

Allgemeines für Einhefter, Beihefter, TOC

Zur Erfüllung des Auftrags sind dem Verlag drei Wochen vor Erscheinen fünf Muster zu überlassen. Beilagen und 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.

Verpackung für Einhefter, Beihefter, TOC

Je nach Beschaffenheit des Produkts in Kartons oder auf Paletten. In Kartons sind die Objekte in der gleichen Richtung liegend spielfrei durch Zwischenstege und -böden gegen Verrutschen gesichert mit einer Griffhöhe von mindestens 100 mm zu verpacken. Auf Paletten dürfen die Objekte innerhalb einer Lage nicht kreuzweise liegen, jede Lage sollte einen mindestens 2 mm starken Zwischenboden aufweisen.

Gestreckte Paletten müssen unbedingt einen Ecken- und Kantenschutz aufweisen. Die Anlieferung erfolgt ausschließlich mit Europaletten im Austausch.

► Allgemeines

Bitte liefern Sie uns Ihre Anzeigen unbedingt in den gebuchten Formaten. Bei randabfallenden Anzeigen beachten Sie eine Beschnittzugabe von 3 mm pro randabfallender Kante. Texte sollten einen Mindestabstand von 3 mm bis zur Papierkante haben. Bitte vermeiden Sie feine negative Schriften (mind. 8 pt.). Alle Farbbilder müssen im CMYK-Modus eingebunden sein. Der maximale Farbauftrag sollte 320 % nicht überschreiten. Wir empfehlen zur Herstellung der Daten ein professionelles DTP- oder Grafikprogramm.

► Datenformate

Bitte senden Sie uns Ihre Daten als hochauflösende PDF/X3-Datei. Sollte Ihr Programm keinen X3-Standard unterstützen, dann erstellen Sie Ihre PDF-Datei mit der Distiller-Voreinstellung „Druckvorstufe“. Bitte überprüfen Sie Ihre Daten in Adobe Acrobat mit einem Preflight auf X3-Standard.

Weitere Infos zur Erstellung von PDF-Dateien finden Sie auf:

- www.poppmedia.de/service.html

Sollten Sie keine PDF-Datei herstellen können, senden Sie uns eine Bilddatei (TIFF- oder JPEG-Datei ohne Komprimierungsverlust mit 600 dpi Auflösung). Farbanzeigen müssen ebenfalls im CMYK-Modus angeliefert werden.

► Datenübermittlung

Bitte senden Sie uns eine CD-ROM mit Belegausdruck oder Farbproof.

► Belegausdrucke/Proofs

Der Proof muss beschriftet sein mit Anzeigenname und Ausgabe, Telefonnummer und Name des Herstellers. Der Kontaktproof muss 1 : 1 vom angelieferten Datensatz gefertigt sein und den Ugra/Fogra-Medienkeil enthalten. Ausdrücke von Tintenstrahldruckern und Farblaserdruckern werden nicht als farbverbindlich akzeptiert, dienen aber zur Überprüfung auf Vollständigkeit.

Alternativ senden Sie Ihre Daten per E-Mail (max. 8 MB) an folgende Adresse:

- daniela.bolleininger@weka.de ■ amelia.perez-moya@weka.de

► Farbprofil

Europe ISO Coated FOGRA27

Bei Farbanzeigen senden Sie bitte Andrucke/Proofs möglichst gleichzeitig per Post an den Verlag: WEKA MEDIA GmbH & Co. KG, Anzeigenabteilung *mikado*.

► Datenfernübertragung

Popp Media Service
Fon +49.8 21.56 75 -111
Fax +49.8 21.56 75 -112
ISDN +49.8 21.56 75 -113

E-Mail: Kleinere Dateien (bis 8 MB unbedingt gezippt mit WinZip 7.0 oder 8.0) können auch per E-Mail an den Verlag überstellt werden an folgende Adresse:

- daniela.bolleininger@weka.de ■ amelia.perez-moya@weka.de

Parallel zur Datenübertragung benötigen wir ein Fax mit Motivkopie, Ordnernamen, Ansprechpartnern und Telefonnummer. Ein Proof muss parallel nachgereicht werden. Größere Datenmengen können Sie auch per Webbrowser auf folgenden Server laden:

<http://popp.lisardo-daten.de/> (Daten unbedingt richtig benennen!)

► Dateibezeichnung

Bitte benennen Sie Ihre Datei in nachstehender Weise:

- Name_Anzeigenkunde.Dateiformat

► Auftrag

Diese Angaben ersetzen nicht den schriftlichen Auftrag.

1 Webadresse (URL) <http://www.mikado-online.de>

2 Kurzcharakteristik

2.1 mikado-online.de

mikado-online.de ist das Internetportal für Zimmerei- und Holzbaubetriebe im deutschsprachigen Raum. Es informiert über Holztechnik und Betriebsführung.

Besondere Features

- ▶ *mikado* als E-Paper zum Blättern
- ▶ Aktuelle Meldungen auf einen Blick
- ▶ Exklusive Infos für Abonnenten
- ▶ Jobbörse für Holzbauer
- ▶ *mikado* vor Ort: Bildergalerie
- ▶ *mikado* Archiv
- ▶ Frage des Monats
- ▶ Gewinnspiel
- ▶ *mikado* Newsletter 2 × im Monat

2.2 mikado-einkaufsfuehrer.de (URL <http://www.mikado-einkaufsfuehrer.de>)

Der *mikado*-einkaufsführer bietet einen strukturierten Überblick über alle Produktgruppen, die erfolgreiche Holzbaubetriebe brauchen. Die große Kombi: Ihr Eintrag im *mikado* Booklet + Ihre umfangreiche Firmenpräsentation – 1 ganzes Jahr lang – im *mikado* Einkaufsführer (online). Weitere Infos auf Seite 26.



Ihre Vorteile mit einem Eintrag

- ▶ Präsentation Ihrer Produkthighlights auf der idealen Plattform
- ▶ Ihre Zielgruppe ist nur einen Klick von Ihrer Homepage entfernt
- ▶ Professionelle Suchmaschinenoptimierung (SEO) für Ihren Eintrag

3 Zielgruppe

Entscheider in Zimmerer- und Holzbaubetrieben, Holzbauingenieure und -architekten, Hersteller und Händler von Baustoffen, -elementen und Fertigungsmitteln, Mitglieder der Innungen, Verbände und Ausbildungsstätten.

4 Verlag

WEKA MEDIA GmbH & Co. KG
Postanschrift
Hausanschrift
Fon
Internet
E-Mail

Postfach 12 09, D-86426 Kissing
Römerstraße 4, D-86438 Kissing
+49.82 33.23-0
www.weka.de
info@weka.de

5 Ansprechpartner

Daniela Bolleiningner
Fon
E-Mail

+49.82 33.23-71 35
daniela.bolleiningner@weka.de

Amelia Pérez-Moya
Fon
E-Mail

+49.82 33.23-71 32
amelia.perez-moya@weka.de

6 Zugriffskontrolle -

7 Zugriffe www.mikado-online.de (März 2011)

Unique User	▶ 4.091
Page Impressions	▶ 23.017

Die aktuellen Zahlen erhalten Sie unter:
 +49.8233.23-71 35 / E-Mail an daniela.bolleiningner@weka.de oder
 +49.8233.23-71 32 / E-Mail an amelia.perez-moya@weka.de

8 Datenanlieferung

mindestens 3 Arbeitstage vor Schaltbeginn
 per E-Mail an daniela.bolleiningner@weka.de oder amelia.perez-moya@weka.de
 GIF-Format, maximale Dateigröße 15 KB

9 Externer AdServer-Einsatz

AdTech-Server, Neu-Isenburg

10 Werbeformen und Preise**10.1 Standardwerbeformen**

Werbeform	Format	Platzierung	Zeitraum	Preise
Full Size Banner	468 × 60 Px	Homepage	Monat	425,00 €
Half Size Banner	234 × 60 Px	Homepage	Monat	225,00 €
Vertical Wall Paper	200 × 600 Px	Homepage	Monat	425,00 €
Skyscraper	120 × 600 Px	Homepage	Monat	375,00 €

10.2 Sonderwerbeformen

Werbeform	Platzierung	Zeitraum	Preise
Flash Layer <small>(nur in Kombination mit Banner)</small>	Homepage	Monat	475,00 €
Page Peel	Homepage	Monat	auf Anfrage
Logo Eintrag	E-Paper	Ausgabe	950,00 €
Anwender Videos	Homepage	Monat	1.175,00 €
Produktempfehlung	Homepage	Monat	875,00 €
Anzeige als News	Homepage	2 Wochen Monat	575,00 € 975,00 €
Anzeige im Newsletter	Newsletter	1 × im Monat 2 × im Monat	575,00 € 975,00 €
Gewinnspiel-Paket			4.700,00 €
Anwender-Paket			1.950,00 €

10.3 Preise *mikado*-einkaufsführer

Werbeform	Platzierung	Zeitraum	Preise
XXL-Eintrag	<i>mikado</i> -einkaufsführer	1 Jahr	auf Anfrage
Premium-Eintrag	<i>mikado</i> -einkaufsführer	1 Jahr	auf Anfrage
Standard-Eintrag	<i>mikado</i> -einkaufsführer	1 Jahr	auf Anfrage

11 Kombipreise

Kombipreise mit anderen Publikationen – Print und Online – der WEKA MEDIA GmbH & Co. KG auf Anfrage

12 Zahlungsbedingungen

zehn Tage nach Rechnungsdatum
2 % Skonto, 30 Tage netto
3 % Skonto, Bankeinzug
USt-Ident-Nr. DE 811257891

Bankverbindung

HypoVereinsbank Augsburg
(BLZ 720 200 70) Konto-Nr. 2263408

SWIFT-BIC

DRES DEFF 720

IBAN

DE16 7208 0001 0108 6297 00

www.mikado-einkaufsfuehrer.de

Der erfolgreiche Einkaufsführer für den gesamten Bereich Holzbau, Ausbau und Dach!
Mit **4.068** echten Besuchern, Zugriffen aus **insgesamt 51 Ländern** und somit die Plattform für Ihre länderübergreifenden Kontakte.

Unsere Top-20-Länderzugriffe sind:

Deutschland, gefolgt von Österreich, Niederlande, Schweiz, Belgien, Polen, Dänemark, Ungarn, China, USA, Rumänien, Schweden, Norwegen, Slowenien, Spanien, Tschechien, Griechenland und Russland.

Als Unternehmermagazin liefert *mikado* griffige Informationen für die Holzbaupraxis. Der *mikado*-Einkaufsführer bietet einen strukturierten Überblick über alle Produktgruppen, die erfolgreiche Holzbaubetriebe brauchen. Im *mikado*-Einkaufsführer finden Zulieferer eine Plattform, um ihre Produkt-Highlights den *mikado*-Lesern vorzustellen. Mit einem Klick erreichen die Besucher des *mikado*-Einkaufsführers die Homepage der Anbieterfirmen, wo detaillierte Produktinformationen bereitstehen. Die Internet-Auftritte der Anbieter überzeugen optisch, strukturell und inhaltlich – schließlich bewerben sich alle vertretenen Zulieferfirmen um den *mikado*-web-award, der jedes Jahr an die beste Homepage der Holzbranche verliehen wird.

Zugriffe aus **51 Ländern**
zeigen **Erfolg!**



Selbstverständlich mit Volltextsuche und zusätzlich übersichtlich aufgliedert in folgende sieben Rubriken:

- ▶ **Holzbau:** Abbinddienstleistungen, Bauplatten, Bausysteme, Beschläge, Brettschichtholz, Brettspertholz, Fassaden, Fenster, Fertigmauteile, Folien, Holzwerkstoffe, Konstruktionsvollholz, Verbindungsmittel
- ▶ **Dachprodukte:** Abdichtungen Befestigungsmittel, Dacheindeckungen, Dachfenster, Dämmstoffe, Klebänder, Unterspannbahnen
- ▶ **Innenausbau:** Bodenbeläge, Decken, Estriche, Gipsfaserplatten, Profile, Raumfarben, Trockenbausysteme
- ▶ **Haustechnik:** BUS-Systeme, Elektrik, Heizungssysteme, Lüftungsanlagen, Photovoltaik, Solarthermie, Wärmepumpen
- ▶ **Maschinen & Werkzeuge:** Handmaschinen, Montagehilfen, stationäre Maschinen, Werkzeuge
- ▶ **Software:** Abbindsoftware, CAD-Software, Kalkulationssoftware
- ▶ **Sonstige:** Anstriche, Fertiggeller, Finanzierungspartner, Fuhrpark

Präsentieren Sie umfangreich Ihre Firma und Ihre Produkte ein ganzes Jahr - Laufzeitbeginn jeweils im November.

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitschriften und Zeitungen sowie in allen elektronischen Formen

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten (im Folgenden Kunde genannt) in Druckschriften des Verlags oder der Vertrag über die Befügung von Beilagen zu solchen Druckschriften zum Zweck der Verbreitung.
2. In einem Anzeigenauftrag werden alle innerhalb von zwölf Monaten erscheinenden Anzeigen einbezogen. Die Laufzeit des Anzeigenauftrags beginnt mit dem Erscheinen der ersten Anzeige.
3. Anzeigen werden an bestimmten Positionen nur aufgenommen, wenn diese Sonderplatzierungen jeweils vom Verlag schriftlich bestätigt wurden. Bei Belegung von Umschlagseiten können diese Sonderplatzierungen nur garantiert werden, wenn der Kunde einen Gatefold bucht. Andernfalls sind diese Sonderplatzierungen nur verbindlich, wenn kein anderer Kunde einen Gatefold bucht.
4. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Positionen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Kunden noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist.
5. Abbestellungen von Anzeigenaufträgen müssen bis zum Anzeigenschluss erfolgen. Der Verlag kann die entstandenen Satz- und Produktionskosten dem Kunden in Rechnung stellen. Für Anzeigen mit Sonderplatzierungen (auch Umschlagseiten und Sonderformate) besteht kein Rücktrittsrecht.
6. Wird ein Anzeigenauftrag nicht komplett erfüllt, so erstattet der Kunde dem Verlag die Differenz zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass. Beruht die Nichterfüllung auf vom Verlag zu vertretende Umstände, so besteht keine Erstattungspflicht.
7. Der Verlag ist berechtigt, Anzeigenaufträge und einzelne Aufträge im Rahmen eines bestehenden Vertrags wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen abzulehnen. Das gilt namentlich dann, wenn der Inhalt gegen gesetzliche Bestimmungen oder behördliche Anordnungen verstößt oder für den Verlag unzumutbar ist. Der Verlag teilt dem Kunden die Ablehnung eines Auftrags unverzüglich mit.
8. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Modells 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.
9. Der Kunde stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter aus Verstößen der Anzeigen oder Fremdbeilagen gegen gesetzliche Vorschriften, insbesondere des Wettbewerbs- und Urheberrechts, frei.
10. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als solche erkennbar sind, werden vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
11. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen (inkl. farbevidentem Proof) oder der Beilage hat der Kunde Sorge zu tragen. Die Kosten für Entwürfe, Reinzeichnungen und dergleichen sind in den Anzeigenpreisen nicht enthalten. Soweit der Kunde die Druckunterlagen nicht zur Verfügung stellt, übernimmt er die Kosten für die Beschaffung.
12. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Kunde trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzugs gesetzten Frist mitgeteilt werden. Kosten für die vom Kunden gewünschten oder zu vertretenden Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Kunde zu tragen.
13. Sind keine besonderen Größenvorschriften vorgegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
14. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.
15. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrags werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlags über die Veröffentlichung der Anzeige.
16. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Kunden zurückgesandt. Der Verlag bewahrt die Druckunterlagen längstens bis zu drei Monate nach Erfüllung des Auftrags auf.

17. Der Kunde 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 Kunde das Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrags.
18. Schadensersatzansprüche aus positiver Vertragsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen. Für Fehler jeder Art aus telefonischer Übermittlung haftet der Verlag nur bei Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit.
19. Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlags für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt.
20. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von einfachen Erfüllungsgehilfen. In den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts beschränkt.
21. Wurden Anzeigenmotive vom Kunden unkörperlich, d.h. digital übermittelt, so ist die Haftung des Verlags für ganz oder teilweise unleserliche, unrichtige oder unvollständige Wiedergaben der entsprechenden Anzeige ausgeschlossen.
22. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.
23. Falls der Kunde nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung vor Veröffentlichung der Anzeige, möglichst aber zum Termin der 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.
24. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen.
25. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Kunden ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprüngliches vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrags und von dem Ausgleich offener Rechnungen abhängig zu machen.
26. Werbungsmittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlags zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlergebühr darf an den Kunden weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.
27. 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 Kunden 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.
28. Rechtsanwendung, Gerichtsstand, Schlussbestimmung
Es findet ausschließlich das Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss der Bestimmungen des Einheitlichen Gesetzes über den internationalen Kauf beweglicher Sachen sowie über den Abschluss von internationalen Kaufverträgen über bewegliche Sachen Anwendung. Erfüllungsort ist Kissing. Ist der Kunde Vollkaufmann oder eine öffentlich-rechtliche juristische Person, ist der ausschließliche Gerichtsstand München.
Der Verlag kann unter Kaufleuten aus dem Gerichtsstand des Anspruchsgegners wählen. Änderungen des Vertrags bedürfen der Schriftform. Mündliche Nebenabreden einschließlich der Abbedingung der Schriftform bedürfen zur Erlangung der Gültigkeit der Schriftform. Sollten Teile dieses Vertrags ganz oder teilweise unwirksam sein, so wird die Wirksamkeit im Übrigen nicht berührt. Die Vertragsparteien verpflichten sich, in diesem Fall die unwirksame Vereinbarung durch eine solche zu ersetzen, die dem Vertragszweck weitgehend entspricht und wirksam ist.

dachbau magazin

Unternehmermagazin für Dachdeckerbetriebe

ein weiterer TOP-Werbeträger
aus dem Hause WEKA!

Das **dachbaumagazin** ist die Fachzeitschrift für den erfolgreichen Unternehmer im Dachdeckerhandwerk. Der Fokus der Redaktion liegt immer auf der praxisgerechten Berichterstattung mit direktem Nutzen für die tägliche Unternehmerpraxis.

**dachbaumagazin informiert praxisorientiert,
konstruktiv und unabhängig über:**

- ▀ Dachtechnik
- ▀ Dacharchitektur
- ▀ Betriebsführung
- ▀ Betriebsausstattung

▀ Auflage 10.200

▀ 9 x im Jahr

**Fordern Sie unsere
Mediadaten an!**



www.dachbaumagazin.de

Das Internetportal für Dachdeckerbetriebe im deutschsprachigen Raum

www.dachbaumagazin-einkaufsfuehrer.de

Der Einkaufsführer für den kompletten Dachbereich