

Mediadaten 2025



Preisliste Nr. 33
gültig seit 01.01.2024



Sonderhefte
„Das Objektgeschäft 2025“ und
„VB Vorbeugender Brandschutz“
siehe Seiten 9–11

huss

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

www.tga-praxis.de

Fachzeitschrift

1	Titel-Porträt	Seite 3
T	Termin- und Themenplan	Seite 4–5
2	Auflagen- und Verbreitungsanalyse	Seite 6–7
	Empfänger-Struktur-Analyse	Seite 8
SH	Sonderheft „VB Vorbeugender Brandschutz“	Seite 9
SH	Sonderheft „Das Objektgeschäft 2025“	Seite 10–11
P	Preisliste	Seite 12–13
F	Formate und technische Angaben	Seite 14–16

Online-Werbung

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

DEUTSCHER TGA-AWARD

Seite 23

Die Medienmarke

Zielgruppe

Ingenieur- und Planungsbüros der Technischen Gebäudeausrüstung; Architekten, die sich mit der TGA befassen; Planungsabteilungen in Wohnungsbaugesellschaften und -genossenschaften; Planungsabteilungen in Installationsbetrieben; Bauämter, Energieagenturen, relevante Industrieunternehmen, Sachverständige für SHK-Technik

Themenspektrum

Planer-Zeitschrift für sämtliche die Gebäudetechnik umfassenden Bereiche: Sanitär, Heizung, Klima, Lüftung, Elektro, baulicher Brand- und Schallschutz, Gebäudeautomation

Crossmediales Angebot

Breites Zusatzangebot via Website, Newsletter, fachspezifische Sonderhefte und Auslobung **DEUTSCHER TGA-AWARD**



www.deutscher-tga-award.de

Der Herausgeberbeirat der Moderne Gebäudetechnik unterstützt fachlich die Redaktion bei der Themenauswahl, -vorbereitung und -umsetzung:

- Dipl.-Ing. Arch. Anja Beecken**, Gesellschaft von Architekten und Energieberatern, Berlin
Dr.-Ing. Olaf Böttcher, Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung im BBR, Berlin
Dr.-Ing. Lothar Breidenbach, Bundesverband der Deutschen Heizungsindustrie (BDH), Köln
Dipl.-Kfr. Carola Daniel, Gesamtverband Gebäudetechnik VGT, Berlin
Dr.-Ing. Martin Donath, ratiomodo Ingenieurgesellschaft, Ostseebad Nienhagen
Prof. Dr.-Ing. Klaus Knoll, Öffentlich bestellter und vereidigter Sachverständiger für Heizungs-, Sanitär- und Raumlufttechnik, Leipzig
Dipl.-Ing. Karl-Heinz Kolberg, Ingenieur- und Sachverständigenbüro Energie- und Gebäudetechnik, Schorffheide-Finowfurt
Axel Kuntze, Technische Messungen, Energieberatung im Anlagenbereich, Duisburg
RA Christopher Nierhaus, Fachanwalt für Bau- und Architektenrecht, Hamburg
Prof. Dr.-Ing. Bert Oschatz, ITG Institut für Technische Gebäudeausrüstung, Dresden
Dr. Martin Sabel, Bundesverband Wärmepumpe, Berlin
Dipl.-Ing. Oliver Solcher, Ingenieurbüro für Wärmetechnik und Fachverband Luftdichtheit im Bauwesen, Berlin
Dipl.-Geograph Dietmar Sperfeld, fbr – Bundesverband für Betriebs- und Regenwasser e.V., Darmstadt
RA Jens J. Wischmann, Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft, Bonn und Geschäftsführer VdZ Wirtschaftsvereinigung Gebäude und Energie e.V., Berlin



- 1 Titel:** **Moderne Gebäudetechnik**
- 2 Kurzcharakteristik:** Praxisjournal für Planer der Technischen Gebäudeausrüstung (TGA)
- 3 Zielgruppe:** Ingenieur- und Planungsbüros der Technischen Gebäudeausrüstung; Architekten, die sich mit der TGA befassen; Planungsabteilungen in Wohnungsbaugesellschaften und -genossenschaften; Planungsabteilungen in Installationsbetrieben; Bauämter
- 4 Erscheinungsweise:** 9 × jährlich + 2 Sonderausgaben
- 5 Heftformat:** DIN A4
- 6 Jahrgang:** 79. Jahrgang 2025
- 7 Bezugspreis:**
- | | |
|---|----------|
| Jahresabonnement Inland | 120,00 € |
| zuzüglich 9,00 € Porto- und Versandanteil | |
| Jahresabonnement Ausland | 136,00 € |
| inklusive Versandkosten | |
| Einzelverkaufspreis | 16,00 € |
| zuzüglich 1,80 € Porto- und Versandanteil | |
- 8 Organ:** Kooperation mit Deutsche Gesellschaft für LichtTechnik+LichtGestaltung, BWP, VGT
- 9 Mitgliedschaft/Teilnahme:**  
- 10 Verlag:** HUSS-MEDIEN GmbH
Am Friedrichshain 22
10407 Berlin
Telefon: 030 42151-0
www.tga-praxis.de
- 11 Herausgeber:** Dipl.-Ing. (FH) Christoph Huss

- 12 Anzeigen:** Marco Fiolka (verantwortlich)  -344
E-Mail: marco.fiolka@hussmedien.de
- Anne C. Mutschall  -247
E-Mail: anne.mutschall@hussmedien.de
- 13 Redaktion:** Silke Schilling (verantwortlich)  -386
E-Mail: silke.schilling@hussmedien.de
- 14 Umfangsanalyse 2023 = 10 Ausgaben, 3 Sonderhefte**
- | | |
|--|-----------------------------|
| Gesamtumfang: | 965 Seiten = 100,0 % |
| Redaktionsteil | 773,5 Seiten = 80,1 % |
| Anzeigenteil | 191,5 Seiten = 19,9 % |
| davon: Stellen- und Gelegenheitsanzeigen | 1,0 Seiten = 0,1 % |
| Verlagseigene Anzeigen | 21 Seiten = 11,0 % |
| Einhefter | 0 Seiten |
| Beilagen | 7 Stück |
- 15 Inhalts-Analyse des Redaktionsteils:** **773,5 Seiten = 100,0 %**
- | | |
|------------------------------------|-----------------------|
| Heizungsanlagen und Komponenten | 147,5 Seiten = 19,1 % |
| Regenerative Energien | 27 Seiten = 3,5 % |
| Sanitäre Anlagen und Einrichtungen | 74,5 Seiten = 9,6 % |
| Klima- und Lüftungsanlagen | 98 Seiten = 12,7 % |
| Gebäudeautomation/MSR-Technik | 38,5 Seiten = 4,6 % |
| Gebäudesicherheit | 19 Seiten = 2,6 % |
| Installationstechnik | 41 Seiten = 5,3 % |
| Brand- und Schallschutz | 80 Seiten = 10,3 % |
| Produkte/Geräte/Armaturen/Zubehör | 63,5 Seiten = 8,2 % |
| Software/BIM/Projektmanagement | 33,5 Seiten = 4,3 % |
| Normen und Recht | 36 Seiten = 4,7 % |
| Unternehmen/Veranstaltungen/Bücher | 72 Seiten = 9,3 % |
| Sonstiges | 43 Seiten = 5,6 % |

Ausgabe	Werbeumfelder/Produktbereiche				Messen
1 Januar/ Februar AS 28.01. ET 14.02.	Vorbericht zur ISH Frankfurt – Produkte und Trends Heizungstechnik – Thermografie und Heizungs-Check – Hybridsysteme/Brennwerttechnik – Regelungseinrichtungen und hydraulischer Abgleich – Wohnungsstationen Sanitärtechnik – Vorwandtechnik für öffentliche Sanitäranlagen – Schwimmbadtechnik – Hauseinführungen, Wand- und Deckendurchführungen – Abwasserpumpen und Hebeanlagen Klima- und Lüftungstechnik – kontrollierte Wohnungslüftung – RLT-Anlagen – Infektionsschutz (Schulen, Kitas) – Split-, Multi-Split- und VRV (F)-Anlagen – Radial- und Axialventilatoren Top-Thema BIM, Projektmanagement, Software	BAU München 13.01.–17.01.2025 GeoTHERM Offenburg 20.02.–21.02.2025			
2 März AS 20.02. ET 11.03.	Hauptausgabe zur ISH Frankfurt – Produkte und Trends Sanitärtechnik – Trinkwasserhygiene und Systemtechniken – Regalarmaturen und Installationstechnik – Bodenebene Duschen in der Hotellerie und in Krankenhäusern Heizungstechnik – Hybridlösungen – Energieeffiziente Heizkörper – Hocheffizienzpumpen – Wärmepumpen, BHKWs, PV und Speicher – Festbrennstoffheizungen (Pellets, Hackschnitzel, Scheitholz) – mobile Heiz- und Kältezentralen Gebäudeautomation – Bus-Systeme – Hausautomation/Smart Home-Systeme – Verbrauchsdatenerfassung mit Smart Metering – Gebäudeleittechnik/MSR-Technik – Lichtsteuerung, Energiemanagement Top-Thema Raumlufttechnik und -hygiene	ISH Frankfurt 17.03.–21.03.2025			
3 April/Mai AS 09.04. ET 30.04.	Sanitärtechnik – Duschabtrennungen – Badkeramiken für Hotelbäder – insbesondere Hygieneanforderungen – Schwimmbadtechnik – Berührungslose Armaturen – Schutz vor Kontaktinfektionen Heizungstechnik – Wärmepumpen, BHKW, KWK – Abgasanlagen und Schornsteintechnik – Biomasse-Heizungen – Fernwärmetechnik – Hybridheizungen – Heizungswasseraufbereitung Klima- und Lüftungstechnik – Luftbe- und -entfeuchtung – RLT-Anlagen – Infektionsschutz (Schulen, Kitas) – Split-, Multi-Split- und VRV (F)-Anlagen – Hallenlüftung und -klimatisierung – Kontrollierte Wohnungslüftung Top-Thema Renenerative Energien (PV, PVT, Solarthermie, Speicher, Energiemanagement, Ladeinfrastruktur, Wasserstoff)	The Smarter E mit ees und Intersolar Europe München 07.05.–09.05.2025			
Sonderheft AS 06.05. ET 02.06.	„VB Vorbeugender Brandschutz“ Sonderheft für den organisatorischen, baulichen & technischen Brandschutz Weitere Infos: siehe Seite 9				
4 Juni AS 26.05. ET 18.06.	Heizungstechnik – Hydraulischer Abgleich und EnEV – Strahlungsheizungen – Raum- und Zonenregelungssysteme – Flächensysteme: Boden-, Wand-, Deckenheiz- und -kühlsysteme – Regelsysteme Sanitärtechnik – Vorwandtechnik – Flachdachentwässerung – Hebeanlagen und Pumpen – Sanitärtechnik für öffentliche und halböffentliche Bereiche Brandschutz und Gebäudesicherheit – Zutrittskontrollsysteme, Datensicherheit – Brandschutz für PV-Anlagen und Speichersysteme – Brandschutz und Installation – Abschottungen, Dämmung, Schallschutz – RWA-Anlagen, Brandgas- und Entrauchungsventilatoren – Rauchmelder Top-Thema Trinkwasserhygiene	FeuerTRUTZ Nürnberg 25.06.–26.06.2025			



Ausgabe	Werbeumfelder/Produktbereiche				Messen
5 Juli/ August AS 29. 07. ET 15. 08.	Wasseraufbereitung – Legionellenproblematik in haustechnischen Anlagen – Enthärtung/Entkalkung von Trinkwasseranlagen – Grau- und Regenwassernutzung – Schwimmbadtechnik	Heizungstechnik – Dampf- und Spezialkesselanlagen – Units, Kaskaden- und Hybridlösungen – Schichtenspeicher – Software und 3D-Visualisierung und BIM	Lüftungstechnik – dezentrale Lüftungstechnik – adiabte Gebäudekühlung – Fettabscheider, Filter – Wärmetauscher	Top-Thema Regen- und Betriebswasser-nutzung	
Sonderheft AS 29. 07. ET 21. 08.	„Das Objektgeschäft 2025“ Profitieren mit effizienter Gebäudetechnik Auflage: 20.000 Weitere Infos: siehe Seiten 10–11				
6 September AS 29. 08. ET 17. 09.	Heizungstechnik – Brennwert- und Speichertechnik – Sensoren und Fühler für die Heizungs-steuerung – Mobile Heizzentralen – Verbrauchsdatenerfassung – Absorptionswärmepumpen	Sanitärtechnik – Konzepte für Krankenhäuser und Schulen – Infektionsschutz – Barrierefreiheit und Vandalensicherheit – Sanitärkeramik und Armaturen – Duschrinnen	Klima- und Lüftungstechnik – Luftführung-, -verteilung und -regulierung – Kontrollierte Wohnungslüftung mit Wärmerückgewinnung – Luftbe- und -entfeuchtungssysteme	Top-Thema Wärmepumpen	
7 Oktober AS 29. 09. ET 17. 10.	Klima- und Lüftungstechnik – Energieeffiziente Ventilatoren – Brandschutzklappen – Mono-, Split- und Multisplit-Klimageräte – Kältemaschinen, Wärmepumpen, adiabate Kühlung	Heizungstechnik – Klimadecken und Betonkernaktivierung – Fernwärmetechnik – Hallenbeheizung und -lüftung – Thermostate und Ventile	Sanitärtechnik – Sanitärausstattung für den öffentlichen Bereich – Rückstauverschlüsse – Abwasser-Hebeanlagen – Reihen-Waschanlagen für öffentliche Bereiche	Top-Thema Flächenheiz- und -kühlsysteme	
8 November AS 27. 10. ET 13. 11.	Heizungstechnik – PV und Stromspeicher zur Heizungs-unterstützung – Brennwerttechnik – Mobile Heiz- und Klimazentralen – Konvektoren – Hybrid und H2 ready	Sanitärtechnik – Boden-, Dach- und Kellerabläufe – Grauwasseraufbereitung und -nutzung – Rohrdurchführungen – Fettabscheider	Gebäudeautomation – Wärmemengen- und Wasserverbrauchs-erfassung – Hausautomation – Thermostate, Ventile, Stellantriebe, Sensoren – Lichtsteuerung und Zutrittskontrolle – Brandschutz und Gebäudesicherheit	Top-Thema Barrierefreie Badgestaltung	
9 Dezember AS 24. 11. ET 11. 12.	Klima- und Lüftungstechnik – Kältemittel und Wärmepumpen – Klimatisierung von Industriehallen – Brandgas- und Entrauchungsanlagen/ RWA – Luftleitungen und -durchlässe, Filtertechnik	Heizungstechnik – Wohnungsstationen – Regelung für Flächentemperierungs-systeme – Hocheffizienzpumpen – Hygieneanforderungen an Heizkörper	Sanitärtechnik – Duschrinnen-Trends – Design im Bad – Lösungen für kleine Bäder – Vorwandtechnik	Top-Thema Smart Home/ Smart Building	

1 Auflagenkontrolle:

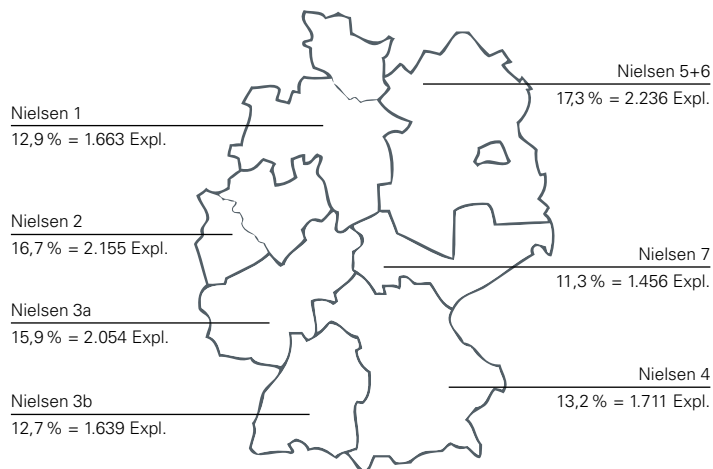
2 Auflagenanalyse: Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt
(III/2022 bis I/2023)

Druckauflage	13.200		
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):	13.004	davon Ausland:	88
Verkaufte Auflage:	2.304	davon Ausland:	39
abonnierte Exemplare:	1.345	davon Mitgliederstücke:	924
Einzelverkauf:	0		
sonstiger Verkauf:	959		
Freistücke:	10.700		
Rest-, Beleg- und Archivexemplare:	196		

3 Geografische Verbreitungsanalyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	99,3	12.916
Ausland	0,7	88
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	13.004

3.1 Verbreitung nach Nielsen-gebieten:



Beschreibung der Erhebungsmethode zur Verbreitungsanalyse (AMF-Schema 2, Ziffer 3)

1 Untersuchungsmethode:

Verbreitungsanalyse durch Dateiauswertung – Total-Erhebung

2 Beschreibung der Empfängerschaft zum Zeitpunkt der Datenerhebung:

2.1 Beschaffenheit der Datei:

In der Empfängerdatei sind die Anschriften aller Empfänger erfasst.

2.2 Gesamtzahl Empfänger in der Datei:

51.963

2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger:

(Wechsel nach jeder 3. Ausgabe)

48.915

2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

Verkaufte Auflage		2.304
davon: abonnierte Exemplare	1.345	
Einzelverkauf	0	
sonstiger Verkauf	959	
Freistücke		10.700
davon: ständige Freistücke	744	
wechselnde Freistücke	9.783	
Werbeexemplare	173	
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)		13.004
davon: Inland	12.916	
Ausland	88	

3 Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA)		13.004 = 100,0 %
Davon in der Untersuchung nicht erfasst:		173 = 1,3 %
Einzelverkauf	0	
sonstiger Verkauf	959	
Werbeexemplare	173	
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA)		12.831 = 98,7 %

3.2 Tag der Datei-Auswertung:

30. Juni 2023

3.3 Beschreibung der Datenbasis:

Die Auswertung basiert auf der Gesamtdatei. Die ermittelten Anteile für die Verbreitungsgebiete wurden auf die tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt gemäß AMF-Ziffer 2 projiziert.

3.4 Zielperson der Untersuchung:

entfällt

3.5 Definition des Lesers:

entfällt

3.6 Zeitraum der Untersuchung:

III/2023 bis I/2024

3.7 Durchführung der Untersuchung:

Verlag

Branchen, Wirtschaftszweige, Fachrichtungen, Berufsgruppen

Empfängergruppen (laut Klassifikation der Wirtschaftszweige)	Anteil an TvA	
	%	Exemplare
TGA- und Fachplanungsbüros/Ingenieur- und Architekturbüros für technische Fachplanung	58,1	7.555
Wohnungsbaugesellschaften/-genossenschaften/-verwaltungen	9,8	1.274
Installationsbetriebe mit Planungsabteilung	15,1	1.964
kommunale oder staatliche Bauämter	3,8	494
Bauabteilungen in Banken, Versicherungen, Industrie, Produktion, Handel, Gewerbe, Post/Kirche/Militär	8,0	1.040
Handel mit Produkten der Gebäudetechnik	0,9	117
Verbände, PR/Marketing	4,1	533
Sonstiges	0,2	26
tatsächlich verbreitete Auflage	100,0	13.004

Tätigkeitsmerkmal: Stellung (Position) im Betrieb

	Anteil an TvA	
	%	Exemplare
Inhaber/Mitinhhaber	48,5	6.307
Vorstand/Geschäftsführer	12,1	1.573
Abteilungsleiter, Gruppenleiter, Projektleiter	17,5	2.276
Bereichs-, Amtsleiter	7,3	950
technischer Angestellter/Fachingenieur	8,8	1.144
Meister, Geselle, Monteur	1,4	182
Sonstiges	3,7	481
keine Angabe	0,7	91
tatsächlich verbreitete Auflage	100,0	13.004

Brandschutz geht alle an!

Brandschutz ist interdisziplinär und eine permanente Aufgabe, die ein gemeinsames Planen und Handeln voraussetzt. HUSS-MEDIEN hat schon heute verschiedene Medien in den Kompetenzfeldern Planen, Bauen, Verwalten und Betreiben von Immobilien. Eine einzigartige Kombination, die immer wieder Berührungspunkte mit dem Brandschutz hat. Das ist die Basis für unsere Publikation

VB Vorbeugender Brandschutz.

Nutzen Sie die Erfahrung und die Markenbekanntheit der Fachmedien aus der Huss-Verlagsgruppe für eine durchgängige Kommunikation, wenn es darum geht, den Brandschutz gewerkeübergreifend durchzusetzen.



Ansprechpartner:

Marco Fiolka
E-Mail: marco.fiolka@hussmedien.de
Telefon: 030 42151-344
Anne C. Mutschall
E-Mail: anne.mutschall@hussmedien.de
Telefon: 030 42151-247

Termine:

Anzeigenschluss: 06.05.2025
Druckunterlagen: 15.05.2025
Erscheinen: 02.06.2025

Zeitschriftenformat:

210 mm breit × 297 mm hoch

Satzspiegel:

185 mm breit × 266 mm hoch

Formate und Preise:

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

* zuzüglich 3 mm Beschnitt

Zuschläge:

Anschnitt 10 % vom Grundpreis
Platzierung 10 % vom Grundpreis

Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

„Das Objektgeschäft 2025“ – Profitieren mit effizienter Gebäudetechnik

Deutschlands **einzigartige Sonderpublikation** zum Thema Objektgeschäft im öffentlichen Bereich, im Wirtschafts- und Industriebau.

Anhand Beispiel gebender Referenz-Reportagen aus den Bereichen:

- Büro/Verwaltung:** Bürogebäude, Verwaltungsbauten, Banken, Versicherungen
- Hotel/Gastronomie:** Hotels, Restaurants, Großküchen, Lounges, Wellnessbereiche
- Bildung/Gesundheit:** Kitas, Schulen, Hochschulen, Krankenhäuser, Arztpraxen, Senioren- und Pflegeheime, Sporteinrichtungen

- Wohnungs- und Immobilienwirtschaft:** Wohnsiedlungen, gewerbliche Immobilien
- Industrie:** Produktions-, Dienstleistungs- und Verwaltungsgebäude

erhält die Industrie Gelegenheit, sich mit innovativen Produkten und Dienstleistungen für das Objektgeschäft als kompetenter Partner zu empfehlen. Modernisierungen und Neubauten unter den Aspekten der Energieoptimierung, der Kosteneinsparung für Wasser, Heizung und Betrieb werden beleuchtet, aber auch Hygiene- und Behaglichkeitsanforderungen.



Zielgruppe/Leserschaft: Fachplaner, Architekten, technische Entscheider in Bauämtern, der Wohnungswirtschaft, Schulen, Kitas, Hotels, Krankenhäusern, Feuerwehren, öffentlichen Einrichtungen, SHK-Betriebe mit angeschlossener Planungsabteilung, Industrie und Banken usw.

Verbreitung:
Erhöhte Auflage:
20.000 verbreitete Exemplare

Zielgruppen- und Abonutzung der Titel von HUSS-Medien:
„Moderne Gebäudetechnik“, „Immobilien vermieten & verwalten“, „ep ELEKTROPRAKTIKER“

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

Gliederung der Sonderausgabe „Das Objektgeschäft 2025“:

Teil 1 – Grundlagen des Objektgeschäfts und Know-how bei öffentlichen Ausschreibungen, Aspekte der Förderprogramme des Bundes und der Länder.

Teil 2 – Promotion-Aktion: für die Praxis nachvollziehbare Referenz-Reportagen zum Thema Neubau oder Modernisierung.
Hier könnte sich Ihr Unternehmen mit einem Objektbericht präsentieren.

Inhalt: Heizungstechnik, sanitäre Anlagen, luft- und klimatechnische Projekte/Objekte unter Einbeziehung energieeffizienter Produkte, regenerativer Energien und Regelungstechnik zur Energieeinsparung.

Jede Reportage beinhaltet: Projekt, Betreiber, Realisierungszeitraum, Ausrüstungen, Produkte und Leistungen, Highlights des Projektes: z. B. Energieeinsparung, CO₂-Reduzierung oder technische Raffinessen etc. (2 Druckseiten $\hat{=}$ circa 6.000 Zeichen; Manuskript bitte bis spätestens 16.06.2025 an uns).

Teil 3 – 1/2-seitige Firmenprofile der Anbieter:

Ihre Firma wird dargestellt mit: Firmenlogo 4c, Anschrift und Kommunikationsdaten, Gründungsjahr, Geschäftsführung, Niederlassungen, Beschäftigtenzahl, Jahresumsatz, Produkt- und Dienstleistungsprogramm, Kernkompetenzen, Referenzen im Bereich Objektgeschäft, Ansprechpartner (Wir geben Hilfe bei der inhaltlichen und technischen Erstellung Ihres Firmenprofils und senden Ihnen gerne diverse Muster).

Grundpaket

im Teil 2: circa 2-seitige Objektreportage

im Teil 3: 1/2-seitiges Firmenprofil

- + 10 Beleghefte
- + PDF vom Firmenprofil
- + Online-Advertorial des Objektberichtes mit Verlinkung zu Ihrem Firmenprofil
- + Post über SocialMediaKanäle (z.B. LinkedIn)
- + Firmenprofil 1 Jahr online abrufbar

Preis: 2.400,- €

Achtung: Vorteil für Anzeigenkunden:

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

Ansprechpartner Redaktion:

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

Ansprechpartner Anzeigen/Promotion:

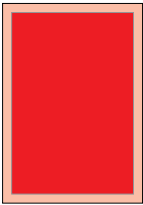
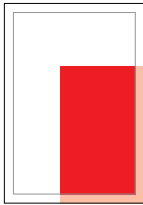
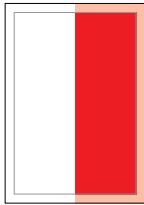
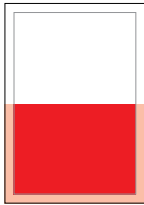
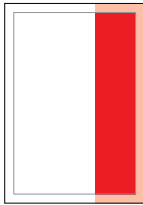
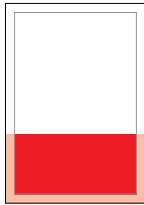
Marco Fiolka Telefon: 030 42151-344
E-Mail: marco.fiolka@hussmedien.de
Anne C. Mutschall Telefon: 030 42151-247
E-Mail: anne.mutschall@hussmedien.de

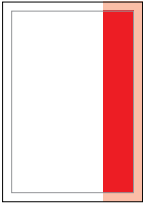
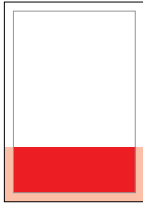
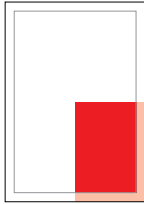
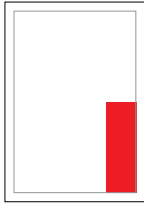
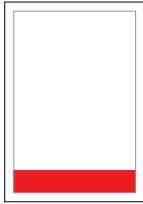
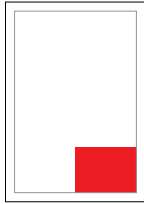
Termine:

Manuskripte: 16.06.2025
Anzeigenschluss: 29.07.2025
Druckunterlagen: 06.08.2025
Erscheinen: 21.08.2025

1 Anzeigenpreise und Formate (Zuschläge nicht rabattierbar):

Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

						
	1/1 Seite	Juniorpage	1/2 Seite hoch	1/2 Seite quer	1/3 Seite hoch	1/3 Seite quer
im Satzspiegel	185 × 266 mm	135 × 185 mm	90 × 266 mm	185 × 130 mm	58 × 266 mm	185 × 85 mm
im Anschnitt*	210 × 297 mm	153 × 202 mm	103 × 297 mm	210 × 148 mm	70 × 297 mm	210 × 99 mm
sw-Preis	5.560,- €	3.330,- €	2.910,- €	2.910,- €	2.040,- €	2.040,- €
Preis 2-farbig	5.960,- €	3.730,- €	3.310,- €	3.310,- €	2.440,- €	2.440,- €
Preis 4-farbig	6.760,- €	4.530,- €	4.110,- €	4.110,- €	3.240,- €	3.240,- €

						
	1/4 Seite hoch	1/4 Seite quer	1/4 Seite Standard	1/8 Seite hoch	1/8 Seite quer	1/8 Seite Standard
im Satzspiegel	43 × 266 mm	185 × 63 mm	90 × 130 mm	43 × 130 mm	185 × 30 mm	90 × 63 mm
im Anschnitt*	52 × 297 mm	210 × 74 mm	103 × 148 mm	52 × 148 mm	210 × 49 mm	105 × 74 mm
sw-Preis	1.610,- €	1.610,- €	1.610,- €	840,- €	840,- €	840,- €
Preis 2-farbig	2.010,- €	2.010,- €	2.010,- €	1.050,- €	1.050,- €	1.050,- €
Preis 4-farbig	2.810,- €	2.810,- €	2.810,- €	1.540,- €	1.540,- €	1.540,- €

Formate: Breite × Höhe

Millimeterpreis je Spalte: 730 € (4-spaltig) · 9,30 € (3-spaltig)

* zuzüglich 3 mm Beschnitt an allen Heftaußenkanten, Zuschlag: 10 % vom Grundpreis

**2 Zuschläge:
Platzierung**

4. Umschlagseite	7.250,- €
2. Umschlagseite	7.250,- €
Titel	auf Anfrage

Farbe

Farbe wird über Farbzuschlag berechnet (nicht rabattierbar).	
je Normalfarbe (Eurosкала)	400,- €
Zuschlag 4-farbig	1.200,- €
je Sonderfarbe HKS	820,- €
Sonderfarbe Pantone	auf Anfrage

Format

angeschnittene Anzeigen	10 % vom Grundpreis
bindende Platzierung	10 % vom Grundpreis

3 Rabatte:

Bei Abnahme innerhalb 12 Monaten (Insertionsjahr):

Malstaffel		Mengenstaffel	
bei 3 Anzeigen	5 %	2 Seiten	5 %
bei 6 Anzeigen	8 %	4 Seiten	8 %
bei 9 Anzeigen	10 %	6 Seiten	10 %

Auf Farb-/Anschnittzuschläge, Ad Specials und
Beilagen sowie Stellenanzeigen kein Nachlass.

4 Rubriken:

Stellenangebote (pro mm und Spalte)	5,00 €
Stellengesuche (pro mm und Spalte)	4,00 €
Chiffregebühr	20,00 €

**5 Sonder-
werbeformen:**

Beihefter

2-seitig (unbeschnitten: 213 × 307 mm)	5.780,- €
4-seitig (unbeschnitten: 426 × 307 mm)	9.830,- €
(andere Beihefterumfänge auf Anfrage)	

Beilagen (lose eingelegt, nicht rabattierbar)

bis 25 g	‰ 345,- €
bis 50 g	‰ 480,- €
	zuzüglich Mehrporto

Aufgeklebte Postkarten, Warenmuster u. a.

(nicht rabattierbar)	
Preis (maschinelle Klebung)	‰ 95,- €
	zuzüglich Mehrporto

6 Kontakt:

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

**7 Zahlungs-
bedingungen/
Bankverbindung:**

Commerzbank
Konto-Nr.: 976005902
BLZ: 120 400 00
IBAN: DE34 1204 0000 0976 0059 02
BIC: COBADEFFXXX
UST-Ident-Nr.: DE 137189299
14 Tage nach Erhalt der Rechnung netto.
Alle Preise verstehen sich zuzüglich
der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

- 1 Zeitschriftenformat:** 210 mm breit x 297 mm hoch, DIN A4
unbeschnitten: 216 mm breit x 303 mm hoch
- Satzspiegel:** 185 mm breit x 266 mm hoch
2 Spalten à 90 mm Breite
3 Spalten à 58 mm Breite
- 2 Druck- und Bindeverfahren:** Offsetdruck, Rückstichheftung
Bevorzugt werden digitale Druckunterlagen verwendet. Die Anfertigung sämtlicher Druckvorlagen, auch digitale Daten, wird berechnet.
- 3 Datenübermittlung:** **FTP:** Ihre FTP-Zugangsdaten erhalten Sie per E-Mail von Ihrem Ansprechpartner in unserem Haus.
E-Mail: Per E-Mail übermittelte Daten dürfen die Größe von 15 MB nicht überschreiten und sollten gepackt sein (zip/sit-Format).
Datenträger: CD-ROM, Daten-DVD
Angaben zum Datenversand: Zusammen mit den Daten werden alle Informationen über Zeitschrift/ Titel, Absender/Firma, Betriebssystem, verwendete Programmversionen, Dateinamen und Farben benötigt.
Auf dem Postweg versendete Daten schicken Sie bitte ebenso an die Anzeigenabteilung.
- 4 Datenformate:** Für den Offsetdruck geeignete, hochaufgelöste Dateien im PDF-Format (pdf 1.3) mit eingebetteten Schriften (PDFX-1a, PDFX-3 oder PDFX4)
Die Annahme offener Daten ist möglich.
Für offene Daten gilt: Alle verwendeten Schriften und Schriftschnitte, auch in EPS-Files enthaltene, müssen dem Auftrag beigelegt sein.
Bilder und Grafiken müssen im CMYK-Modus zur Verfügung gestellt werden.

5 Farben:

Programme: InDesign, Illustrator, Photoshop QuarkXpress.
Daten aus anderen Programmen nur auf Anfrage.

Der Druck erfolgt nach der Eurokala im Prozessstandard Offsetdruck (PSO) mit den Grundfarben Cyan, Magenta, Gelb und Schwarz.

Profile: ISOcoated_v2_eci.icc (in der Regel Papiertyp 1 Fogra 39L).
Das entsprechende Profil zur Bildseparation und PDF-Ausgabe finden Sie auf der Internetseite des ECI (www.eci.org).

6 Proof:

Von jeder Seite wird ein farbverbindliches Proof nach „Medienstandard Druck“ (bvdn) oder je Farbe ein sw-Ausdruck benötigt mit jeweiliger Angabe der Farbe (EURO-Skala, HKS, Pantone).
Farbandrucke vom Farbkopierer sind nicht farbverbindlich für den Druck.

7 Datenarchivierung:

Daten werden archiviert, unveränderte Wiederholungen sind deshalb in der Regel möglich.
Eine Datengarantie wird jedoch nicht übernommen.

8 Gewährleistung:

Nur was auf dem Datenträger vorhanden ist, kann verarbeitet werden. Für Abweichungen in Texten, Abbildungen und insbesondere Farben übernimmt der Verlag keine Haftung.

9 Kontakt:

Technische Information zum digitalen Datenversand:
Anzeigenabteilung Moderne Gebäudetechnik
Am Friedrichshain 22, 10407 Berlin
Telefon: 030 42151-344
Telefax: 030 42151-207
E-Mail: marco.fiolka@hussmedien.de

Beihefter:

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

Formate:

unbeschnitten

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

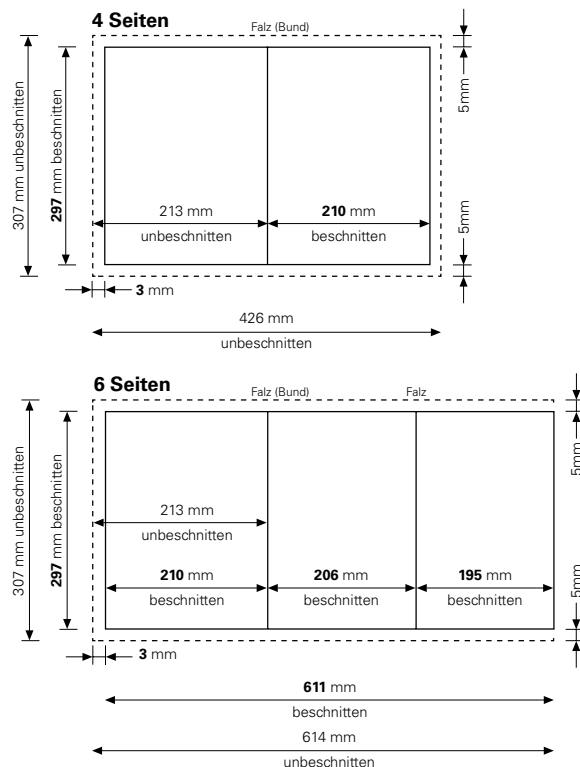
Technische Angaben:

Beihefter sind unbeschnitten anzuliefern, mehrblättrige Beihefter müssen gefalzt angeliefert werden.
Die Vorderseite des Beihefters ist zu kennzeichnen. Beihefter müssen in der Art und Ausführung so beschaffen sein, dass eine zusätzliche Aufbereitung und Bearbeitung entfällt. Erschwerisse und zusätzliche Falz- und Klebearbeiten werden gesondert berechnet.

Benötigte Liefermenge: 13.500 Exemplare einschließlich Zuschuss

Anlieferungsstermin: Bis spätestens 10 Arbeitstage vor Erscheinen des betreffenden Heftes.

Beschnittschema Rückstichheftung:



- Beilagen:** Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist die Vorlage eines verbindlichen Musters mit Größen- und Gewichtsangabe bis spätestens Anzeigenschluss der jeweiligen Ausgabe erforderlich. Beilagen dürfen nur für das Verkaufsprogramm eines Werbungtreibenden werben. Sie müssen den Postbestimmungen entsprechend so gestaltet sein, dass sie nicht mit dem Redaktionsteil verwechselt werden können. Die Platzierung von Beilagen erfolgt den technischen Möglichkeiten entsprechend.
- Beilagenhinweis:** Ein Beilagenhinweis wird kostenlos im Inhaltsverzeichnis aufgenommen.
- Benötigte Auflage:** 13.500 Exemplare einschließlich Zuschuss
- Anliefertermin:** Bis spätestens 10 Arbeitstage vor Erscheinen des betreffenden Heftes.
- Format:** Maximal 205 mm breit x 290 mm hoch
- Technische Angaben:** Beilagen müssen so beschaffen sein, dass eine zusätzliche Bearbeitung entfällt. Erschwernisse und zusätzliche Arbeiten (z. B. Falzen) werden gesondert in Rechnung gestellt. Beilagen, die auf einem anderen Werkstoff als Papier gedruckt sind, können nur nach Vorlage eines verbindlichen Musters und vorheriger Zustimmung des Verlages und der Post angenommen werden.

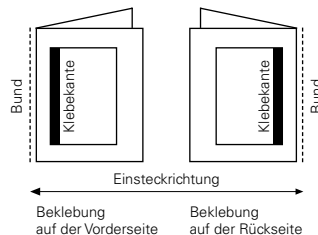
- Aufgeklebte Postkarten:** Aufgeklebte Postkarten (Mindestpapiergewicht 150 g/m²) und Warenmuster auf Einheftern oder ganzseitigen Anzeigen müssen zusätzlich als Beilagen berechnet werden. Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist die Vorlage des Anzeigenmotivs mit aufgeklebter Postkarte (Standmuster), notfalls eines Blindmusters, erforderlich. Warenmuster können nur nach vorher vom Verlag einzuholender Zustimmung der Post (gegen Vorlage eines verbindlichen Musters) angenommen werden.

- Formate:** Für aufgeklebte Postkarten gelten die Postvorschriften. Maximalgröße für aufgeklebte Warenmuster: 25 cm², Maximallänge einer Kante: 6 cm

- Benötigte Liefermenge:** 13.500 Exemplare einschließlich Zuschuss

- Anlieferungsfrist:** Bis spätestens 10 Arbeitstage vor Erscheinen des betreffenden Heftes.

- Technische Angaben:** Bei aufgeklebten Postkarten sollten die Klebekanten in Bundrichtung liegen.



- Versandanschrift:** Möller Pro Media GmbH
Zeppelinstraße 6
16356 Ahrensfelde/OT Blumberg

- Liefervermerk:** Für Moderne Gebäudetechnik Nr. X/2025, Name des Kunden, Bezeichnung der Drucksache, Auflagenhöhe, Lieferanzahl der Paletten/Pakete

Sonderwerbeformen Moderne Gebäudetechnik

Das Online-Advertorial (Native Advertising, Content Marketing)

Mit einem Online-Advertorial auf tga-praxis.de haben Sie die Möglichkeit, Ihre Werbebotschaft mittels Text und Bild gezielt im redaktionellen Umfeld von Moderne Gebäudetechnik zu platzieren.

Sie sprechen unsere Leser in ihrem gewohnten Leseumfeld an und erzeugen eine sehr hohe Aufmerksamkeit sowie Kommunikationsbreite innerhalb unserer hochwertigen Zielgruppe.

Leistungen

- 3.500 bis 6.000 Zeichen
- Überschrift (maximal 85 Zeichen)
- Aufmacherbild (900 × 600 Pixel)
- 1 bis 5 weitere Bilder (900 Pixel breit, Bildunterschrift maximal 200 Zeichen)
- Backlinks, Dateianhänge, Videos (Youtube- oder Vimeo-Link)

Platzierung

- Teaser-Platzierung auf der Startseite als 2. News mit Bild, Überschrift, Teaser-Text (150 Zeichen) und Link zum Advertorial
- Header-Teaser oberhalb der Navigationsleiste mit Link zum Advertorial

Ihre Vorteile

- Exklusivität
- Professionelles Reporting am Kampagnenende

Konditionen

Laufzeit: 1 Monat
Preis: 4.600,- €

Die Native TextAd (Native Advertising, Lead- und Traffic-Generierung)

Das Textbanner mit Bild ist eine native Werbeform, die direkt im redaktionellen Bereich unserer Webpräsenz platziert ist und eine überdurchschnittliche Aufmerksamkeit garantiert.

Leistungen

- Überschrift (circa 30 Zeichen inklusive Leerzeichen), Teasertext (circa 100 Zeichen inklusive Leerzeichen), Bild (im Seitenverhältnis 3:2, 540 × 360 Pixel) und externe Verlinkung nach Wunsch
- Werbeformat mit „Look & Feel“ eines Redaktionsbeitrags
- Neben Image-Kampagnen besonders geeignet für Lead- bzw. Traffic-Generierung

Platzierung

- Platzierung auf der Startseite als 5. bzw. 8. News (hier wird der Text als Teaser gekürzt)
- Innerhalb jeder Newsansicht oberhalb oder unterhalb des Newstextes (hier erscheint der vollständige Text)

Ihre Vorteile

Professionelles Reporting nach Laufzeitende mit Impressions, Klicks und CTR

Konditionen

Laufzeit: 1 Monat
Preis: 1.350,- €

Web-Adresse:	www.tga-praxis.de
Kurzcharakteristik:	Tagesaktuelle News aus der Branche, Abruf von Fachartikeln, Archiv, Produktnews, Firmendatenbank mit über 1.000 Unternehmensdaten, Firmenprofile, Fach-Links, aktuelle Termine/Messen, Kongresse, Tagungen
Zielgruppe:	TGA-Fachplaner in Ingenieurbüros, Architekten, Planer in der Wohnungswirtschaft, Planer in SHK-Betrieben, kommunale Bauämter
Verlag:	HUSS-MEDIEN GmbH 10400 Berlin · Deutschland Hausanschrift: Am Friedrichshain 22 10407 Berlin
Ansprechpartner Redaktion:	Silke Schilling, Chefredakteurin E-Mail: silke.schilling@hussmedien.de Telefon: 030 42151-386
Ansprechpartner Online-Werbung:	Marco Fiolka, Anzeigenleiter E-Mail: marco.fiolka@hussmedien.de Telefon: 030 42151-344
Zahlungs- bedingungen/ Bankverbindung:	Commerzbank Konto-Nr.: 976005902 BLZ: 120 400 00 IBAN: DE34 1204 0000 0976 0059 02 BIC: COBADEFFXXX UST-Ident-Nr.: DE 137189299 14 Tage nach Erhalt der Rechnung netto. Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

Moderne Gebäudetechnik
Das Praxisjournal für die TGA-Fachplanung

Jetzt neu: MGT-Abo Rabatt
Jetzt testet »

Vorbeugender Brandschutz
Die neue Ausgabe 2024 ist da!

Aktuelles | Fachartikel | Magazin | Print und Digital Abo | Veranstaltungen | DEUTSCHER TGA-ANWARD

Wahre Größe zeigt unser ego

Der ePP60-RF mit innovativem, leistungstärkerem eco-Motor und neuer Funkblende. LÜFTEN – NEXT GENERATION

Unser Zahl der Woche zur Woche der Wärmepumpe

Die Wärmepumpe erweist sich 2023 als klarer Favorit bei den Bauherren in Deutschland. Rund zwei Drittel der Neubauten in Deutschland werden mit Elektro-Wärmepumpen beheizt.

Übersicht von elektronischen Wärmepumpen

EVBS präsentiert Auswahl von Werkzeugen zur Visualisierung elektronischer Rechnungen

Ab dem 01.01.2025 wird die elektronische Rechnung für Geschäftszusammenhänge zwischen Unternehmen zur Pflicht.

Personale

Neue integrale Tandem-Spitze bei ATP in Frankfurt/Main

Seit März dieses Jahres ist Dirk Bohnstedt, Geschäftsführer/Ingenieur bei ATP Frankfurt, gemeinsam mit Matthias Koch, Geschäftsführer/Architekt, bildet er nun die integrale Doppelspitze...

The Smarter E

Mehr als 90% der Ausstellungsfläche vergeben

Der weltweite Boom und die weiter anwachsenden Kosten der Erneuerbaren beschleunigen der EE-Messe The Smarter E bereits jetzt fast ausverkaufte Standflächen.

Rabatte: Bei Abnahme innerhalb 12 Monaten (Insertionsjahr):

Malstaffel

bei 3 Schaltungen 5 %
bei 6 Schaltungen 8 %
bei 9 Schaltungen 10 %
bei 12 Schaltungen 12 %

Rubriken: gesamte Website im Rotationsverfahren
mit höchstens 3 weiteren Bannern oder exklusiv

Dateiformate: GIF, JPG, PNG maximal 100 kB
HTML/HTML5, Javascript
Die Dateigröße versteht sich als Summe
aus Quellcode und eingebetteten Grafiken.
Dauer der Animation 15 Sekunden

Bei HTML5 Versionen:

- als Redirect und in ein iframe gekapselt
- gemeinsamer Verzeichnispfad
- nur eine HTML-Datei, die als Werbemittel fungiert, oberhalb der Ressourcendateien
- relative Verknüpfungen untereinander

Lieferadresse: Bitte senden Sie die Werbemittel für Ihre Kampagne
an folgende E-Mail-Adresse:
marco.fiolka@hussmedien.de

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

**Bei Anlieferung benötigen wir die erforderlichen
Meta-Informationen:**

- Kundenname
- Buchungszeitraum
- Platzierung auf der Site
- Ansprechpartner
- Klick-URL
- Kampagnenname
- belegte Site
- Werbeformat
- Motivname (optional)
- Alt-Text (optional)

Reporting:

Sie erhalten auf Wunsch eine Auswertung
der Ad-Impressions und Ad-Clicks.

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

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

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

- Name:** Moderne Gebäudetechnik
- Kurzcharakteristik:** Der Newsletter von „Moderne Gebäudetechnik“ erscheint 14-täglich mit Top-News für Planer aus der TGA-Branche mit ausgewählten Fachbeiträgen und Produktinfos und aktuellen Terminen.
- Zielgruppe:** TGA-Fachplaner in Ingenieurbüros, Architekten, Planer in SHK-Betrieben und in der Wohnungswirtschaft, Bauämter, Sachverständige
- Erscheinungsweise:** 14-täglich
- Verlag:** HUSS-MEDIEN GmbH
10400 Berlin · Deutschland
Hausanschrift:
Am Friedrichshain 22
10407 Berlin
- Ansprechpartner
Redaktion:** Silke Schilling, Chefredakteurin
E-Mail: silke.schilling@hussmedien.de
Telefon: 030 42151-386
- Ansprechpartner
Anzeigen:** Marco Fiolka, Anzeigenleiter
E-Mail: marco.fiolka@hussmedien.de
Telefon: 030 42151-344
- Rabatte:** Bei Abnahme innerhalb 12 Monaten (Insertionsjahr):

Malstaffel

bei 3 Schaltungen	5 %
bei 6 Schaltungen	8 %
bei 9 Schaltungen	10 %
bei 12 Schaltungen	12 %



Moderne Gebäudetechnik

Das Praxisjournal für die TGA-Fachplanung





Sehr geehrte Damen und Herren,

morgen, am Donnerstag, ist es soweit: Die Fachzeitschrift **Bild** Ing. wie **Moderne Gebäudetechnik** Teil des Gebäude-Clusters bei der HUSS-MEDIEN GmbH, verleiht **die BIM-Lösung Awards!**

Sieben Start-ups werden in den zwei Kategorien **BIM & Infrastruktur** und **ESG & Nachhaltigkeit** pitchen. Das Juryvoting und das Publikumsvoting fließen jeweils zu 50 % in die Entscheidung ein.

Die Veranstaltung wird **live** übertragen. Wir laden Sie herzlich dazu ein! Ihre Silke Schilling
Chefredaktion **Moderne Gebäudetechnik**

AKTUELLE MELDUNG



Stromnetzausbau:
Verbände ermitteln Technologiebedarfe bis 2045

Für die Einbindung zahlreicher neuer EE-Anlagen werden bis 2045 als 500.000 km Kabel und rund 500.000 Transformatoren benötigt. **Wachstums**

Werden Sie Fachplaner für Photovoltaik-Anlagen!



Qualifizieren Sie sich ab 04.12.24 berufsbegleitend mit EIPOS zum „**Fachplaner für PV-Anlagen**“. Eignen Sie sich Fachwissen zur Planung, Errichtung, Wartung und Beurteilung von PV-Anlagen an. Sie lernen, LV zu erstellen, aktuelle Normen anzuwenden und Komponenten fachgerecht auszuwählen. Im Fokus stehen Systemarchitektur, Technik, Integration und Konfiguration von Erzeugern, Verbraucher- und Speichersystemen. Sie erlangen Fachwissen, um **unabhängige Projekte** für Gewerbe-/Industriebetriebe, Mehrfamilienhäuser, Quartiere/kommunale Einrichtungen planen zu können.

wachstums

Termine
Newsletter 2025:

Januar	23. 01. 2025
Februar	06. 02. 2025 20. 02. 2025 27. 02. 2025
März	06. 03. 2025 13. 03. 2025 27. 03. 2025
April	10. 04. 2025 24. 04. 2025 30. 04. 2025
Mai	15. 05. 2025 28. 05. 2025
Juni	12. 06. 2025 26. 06. 2025
Juli	10. 07. 2025 24. 07. 2025
August	07. 08. 2025 21. 08. 2025
September	04. 09. 2025 18. 09. 2025
Oktober	02. 10. 2025 16. 10. 2025 30. 10. 2025
November	13. 11. 2025 27. 11. 2025
Dezember	11. 12. 2025

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

* Weitere Formate auf Anfrage.

- „Anzeigenauftrag“** im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung von Anzeigen und Fremdbeilagen in einer Druckschrift oder über Online-Werbung zum Zweck der Verbreitung. Ein Abschluss erfolgt unter Beachtung der gemäß Präliste zu gewährenden Rabatte. Rechtverbindliche Anzeigenaufträge kommen erst durch schriftliche Bestätigung des Auftraggebers zustande.
- Abwurf:** Anzeigen und Fremdbeilagen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abwurf der Anzeigen nicht ausdrücklich festgelegt, so ist der Auftraggeber innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.
- Bei Abschlüssen** ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in der Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannten Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen zu den vertraglich vereinbarten Konditionen bzw. nach Präliste abzurufen.
- Online-Werbung:** Im t.b. Homepage, Newsletter, etc., bestimmt, ist der Auftraggeber verpflichtet, die Online-Werbung während der gesamten Laufzeit des Vertrages die Webseiten bzw. die von der Online-Werbung verteilten Medien zu betreiben, auf der die Online-Werbung veröffentlicht wird, aufrecht zu erhalten. Vorbehaltlich entgegenstehender Individualvereinbarungen sind die vom Bannerstern des Verlags genannten Werte bei den Visits und Page Impressions maßgeblich.
- Ablehnung von Aufträgen:** Der Verlag ist berechtigt, Anzeigenaufträge – auch einzelne Aufträge im Rahmen eines Gesamtauftrages – nach sachgemäßem Ermessen abzulehnen. Dies gilt insbesondere, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt, vom deutschen Werberecht in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wird, die Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unannehmbar ist oder Belangen durch Format oder Aufnahme beim Leser den Eindruck eines Bestandsfalls der Zeitung, der Zeitschrift oder des verlagsergebenen Online-Angebots erwecken oder Fremdanzeigen enthalten. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich nach Kenntniserlangung des betreffenden Inhalts mitgeteilt. Online-Werbeformen, die im Widerspruch zu diesen Bestimmungen stehen, können auch nachträglich aus dem Online-Angebot entfernt werden.
- Anzeigenschluss:** In die in den Prälisten angegebenen Anzeigenschlüsse sind für den Verlag unverbindlich. Dem Verlag steht es frei, Anzeigenschlüsse termine kritisch, dem Produktionsprozess entsprechend, anzupassen.
- Das Storno** von bereits gebuchten Aufträgen durch den Auftraggeber ist bis 14 Tage vor Anzeigenschluss (Print) bzw. Beginn der Kampagne (Online) möglich. Danach fallen Stornogebühren in Höhe von 50 % des Bruttopreises an. Bei Stornierungen nach Anzeigenschluss werden 100 % Stornogebühr vom Gesamtpreis fällig. Kündigungen und Rücktritte, die nach dem Anzeigenschluss bzw. dem Beginn der Kampagne eingehen, werden frühestens für die nächste Print-Ausgabe bzw. Online-Kampagne wirksam. Anzeigenaufträge nach Anzeigenschluss bzw. dem Beginn der Kampagne grundsätzlich nur aus wichtigem Grund gekündigt werden. Für die Kündigung reichen Telefax oder E-Mail.
- Platzierung von Anzeigen:** Anzeigen werden in bestimmten Nummern, Ausgaben oder an bestimmten Stellen der Druckschrift oder der Online-Medien veröffentlicht, in die sie bei der Auftragserteilung schriftlich, auch per Telefax und E-Mail vereinbart und vom Verlag bestätigt wird. Rubrikanzeigen werden grundsätzlich nur in jeweiligen Rubrik veröffentlicht. Sofern keine eindeutigen Platzierungsvorgaben gemacht werden, kann der Verlag die Platzierung frei bestimmen.
- Haftung für die Inhalte:** Der Auftraggeber ist für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der Anzeige und/oder der Online-Werbung sowie hinsichtlich der hierfür zur Verfügung gestellten Materialien. Er stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter frei, die in diesem Zusammenhang etwa geltend gemacht werden (inklusive der Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung), auch wenn der Auftrag storniert sein sollte. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Durch Erteilung eines Anzeigenauftrages verpflichtet sich der Inserent, die Kosten der Veröffentlichung gegenüberzustellen, die sich aus tatsächlichen Behauptungen der veröffentlichten Anzeige beziehen, zu tragen, und zwar nach Maßgabe des jeweils gültigen Anzeigenpreises. Der Auftraggeber ist auch gegenüber dem Auftraggeber haftbar für Ansprüche gegen den Verlag.
- Druckunterlagen:** Für die rechtzeitige und einwandfreie Lieferung des Anzeigentextes in Druckunterlagen, Beilagen sowie in der Online-Werbung ist der Auftraggeber verantwortlich. Die Friststermine für Druckunterlagen sind der jeweiligen Anzeigenpreisliste des Verlags zu entnehmen.
- Gefahrübergang:** ist mit Eingang der Unterlagen beim Verlag oder der Online-Werbung. Die Übersendung von mehr als zwei Farbvorgaben, die nicht terminierte Lieferung der Druckunterlagen nach Wunsch nach Ende der Vorlage abweichenden Druckwiedergabe können Auswirkungen auf Platzierung und Druckqualität verursachen und schließen spätere Reklamationen aus. Somit möglich, wird der Verlag jedoch für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen unverzüglich Ersatz anfordern.
- Rücksendung:** Druckunterlagen werden nur auf besondere Aufforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet sechs Wochen nach der Veröffentlichung der Anzeige. An den Verlag übermittelte Datenträger mit Druckvorlagen gehen in das Eigentum des Verlages über. Sie werden nur auf ausdrücklichen Wunsch und gegen eine Gebühr von 5,00 € an den Auftraggeber auf dessen Risiko zurück geschickt.
- Abdruckhöhe von Anzeigen:** Sind bei besonderen Größenvorschriften vereinbart oder vorgegeben, wird die Anzeige mit der für eine solche Anzeige üblichen Höhe abgedruckt und berechnet. Weicht bei einer fertig angelegten Anzeige die Abdruckhöhe von der bestellten Abdruckhöhe im Auftrag ab, gilt das Maß der in Abdruck gebrachten Anzeihenöhe. Angefangene Millimeter werden dabei auf volle Millimeter nach oben gerundet.
- Probabdruck:** Vor der Druckfertigung werden die fertigen Anzeigen zum Preis der Fertigung kostenlos als Fotokopie oder als PDF-Datei innerhalb der bei der Übersendung des Probabzugsbestellens freizusetzenden Frist mitgeteilt. Sendet der Auftraggeber den ihm rechtzeitig übermittelten Probabzug nicht innerhalb der gesetzten Frist zurück, so gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probabzüge.
- Werden Druckvorlagen oder Online-Werbung digital:** z.B. Diskette, CD-ROM oder durch Fernübertragung z.B. ISDN, E-Mail papieren an den Verlag übermitteln, gehen zusätzlich die folgenden Bestimmungen mit:
- Datenschutz:** Bei digitalen Medien zusammengehörenden Dateien hat der Auftraggeber dafür Sorge zu tragen, dass diese Dateien innerhalb eines gemeinsamen Verzeichnisses (Ordner) gesendet bzw. gespeichert werden. Anzeigenvorgaben sollten nur mit geschlossenen Dateien digital übergeben werden, die der Verlag inhaltlich nicht ändern kann. Der Verlag kann offene Dateien z.B. unter Color Express, Freehand (gespeicherte Dateien) abfragen. Der Verlag haftet nicht bei fehlerhafter Veröffentlichung von Anzeigen (Print), die mit offenen Dateien übermittelt werden.
- Online-Werbung** darf nach Absprache mit dem Verlag nur in geeigneten Datenformaten angeliefert werden. Die Vorgaben des Verlags zu beachten. Der Verlag haftet nicht für fehlerhaft angelieferte Dateien.
- Farbanzeigen:** Bei digital übermittelten Druckvorlagen für Farbanzeigen ist vom Auftraggeber ein Farb-Proof mitzuliefern. Digital erstellte Proofdrücke müssen zur Kontrolle der Farbverbindlichkeit im FOGRA/UGRA-Medienkoll in der aktuellen Version enthalten. Andrucke müssen einen offiziellen Druckkontrollstempel aufweisen. Ohne Farb-Proof des Auftraggebers sind Farbanzeigen unvermeidbar. Diese können keine Ersatzansprüche des Auftraggebers auslösen. In jedem Fall ist ein Ausdruck per Fax an den Verlag anzugeben, um die sachliche Richtigkeit überprüfen zu können. Ein Korrekturfuss muss vom Auftraggeber ausdrücklich angefordert werden. Nur bei richtiger Farbanpassung ist eine farblich richtige Umsetzung in üblichen Toleranzen gewährleistet.
- Computerviren:** Der Auftraggeber haftet dafür, dass die übermittelten bzw. gespeicherten Dateien frei von Computerviren sind. Der Verlag ist berechtigt, Dateien mit Computerviren zu löschen, ohne dass dem Auftraggeber hieraus Ansprüche entstünden. Der Verlag behält sich zudem vor, den Auftraggeber auf Schadensersatz in Anspruch zu nehmen, wenn durch solche durch den Auftraggeber infizierten Computerviren dem Verlag Schaden entstünden.
- Anzeigenbeleg:** Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg in Kopie. 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 Bezeichnung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
- Chiffrenzeilen:** Die Eingänge auf Chiffrenzeilen werden vier Wochen zur Abholung aufbewahrt bzw. dem Auftraggeber auf dem normalen Postweg weitergeleitet, auch wenn es sich um den Versand von Zeitungs- oder Zeitschriftenanzeigen handelt. Wenn die Chiffrenzeilen nicht abgeholt werden, werden die Chiffrenzeilen nicht abgeholt. Das Verbleibende des Chiffrenzeilen wird dem Auftraggeber zum Schutz des Auftraggebers das Recht vor, die eingehenden Angebote zur Ausstellung von Mißbrauch des Zeitungsdienstes zu Prüfzwecken zu öffnen. Der Auftraggeber kann den Verlag berechneten, Zuschriften auf Anzeigenzeilen zu öffnen.
- Errechnung Abnahmehemmnisse:** Bei der Errechnung der Abnahmehemmnissen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
- Zusätzliche Satzkosten:** Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Druckunterlagen der Auftraggeber zu tragen. Gleiches gilt für vom Auftraggeber gelieferte Druckvorlagen, deren Behandlung oder nachträgliche Änderung zusätzliche Kosten verursachen.
- Nachlässe:** Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtschritten, den Unterschied zwischen dem gewählten und dem tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.

- Preisänderungen:** Bei Änderung der Anzeigenpreise treten die neuen Bedingungen auch für laufende Aufträge – sofern keine anders lautende, schriftliche Vereinbarung getroffen wurde – mit dem Einführungstermin des neuen Tarifs in Kraft.
- Abweichende Preise:** Für Anzeigen in Verlagsbeilagen und redaktionell gestaltete Anzeigen, Anzeigen in Sonderveröffentlichungen und Kollektiven sowie für die Onlineverbreitung und für Anzeigen, welche nach Anzeigenschluss verkauft werden, kann der Verlag die Preise abweichende Preise festsetzen.
- Anzeigenmengen:** Der Auftraggeber ist verpflichtet, die Anzeigenmengen, die er bei der Bestellung angegeben hat, zu befolgen. Bei mehreren Anzeigen ein Anspruch auf Preisermäßigung hergestellt werden, wenn die in der Preisliste garantierte verkaufte Auflage im Gesamtumsatz des vergangenen Inserationshalbes laut IVW-Meldungen um 30 % unterschritten wird. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisermäßigungen und Schadenersatzansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Auflage vom Verlag zurücktreten konnte. Änderungen des Heftumfangs behält sich der Verlag vor.
- Rechnungen** sind innerhalb von 14 Tagen nach Rechnungslegung zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Der Verlag ist berechtigt, fehlerhafte Rechnungen innerhalb von sechs Monaten nach Rechnungsstellung zu korrigieren.
- Bei Zahlungsverzug** oder Stellung wider die gesetzlichen Zinsen, im kaufmännischen Geschäftskreise höher in Höhe von neun Prozentpunkten über dem Basiszinssatz der Europäischen Zentralbank ab Fälligkeit der Rechnungsbeträge, sowie einen Verzugszuschusspauschale in Höhe von 40,00 € berechnen, die auf einen geschuldeten Betrag der Zahlungserfüllung der Unternehmen und Verbrauchern bis zu zweigen Kosten der Rechtsverfolgung. Die Pauschale fällt auch bei verspäteter Abschlags- oder Ratenzahlungen an. (§ 288 BGB n.F.) Zahlungsverzug betragen im kaufmännischen Geschäftskreise längstens 60 Tage, es sei denn, darüber hinaus gehende Zahlungsfristen sind für den Gläubiger nicht grob unbillig. Ist der Auftraggeber Verbraucher liegt der Zinssatz im Verzugsfall bei 5 Prozentpunkten über dem jeweiligen Basiszinssatz. Dies gilt auch im Fall der Stellung. Die Geldtendenz eines weiteren Verzugszuschusses behält sich der Verlag gegenüber Unternehmen und Verbrauchern vor. Den Vertragspartnern bleibt es jedoch vorbehalten, im einzelnen einen niedrigeren oder einen höheren Schatz nachzuweisen. Der Verlag kann die Zahlungsverzug von Unternehmen und Verbrauchern bis zu weiteren Aufträgen bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungszug von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offestehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
- Gewährleistung:** Bei fehlerhaftem Abdruck einer Anzeige trotz rechtzeitiger Lieferung einwandfreier Druckunterlagen und rechtzeitiger Reklamation kann der Auftraggeber den Abdruck einer einwandfreien Ersatzanzeige (Nachherführung) oder Minderung des Anzeigenpreises in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt ist, verlangen. Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden dieselben erst bei der Produktion deutlich, so hat der Auftraggeber bei unangemessenem Mangel keine Gewährleistungsansprüche. Das gleiche gilt bei Fehlern in wiederholt erscheinenden Anzeigen, wenn der Auftraggeber nur Drucklegung der Druckunterlagen auf Vollständigkeit und Richtigkeit zu überprüfen. Die Gewährleistung bei **Online-Werbung** auf solche Fehler in der Wiedergabe der Online-Werbeform beschränkt, die in der Einflussgröße des Verlags, d.h. insbesondere auf dem Server des Verlags entstehen bzw. begründet sind. Die Gewährleistung gilt ferner nicht für unentschuldeten Fehler, z.B. dann, wenn die Beeinträchtigung bei der Wiedergabe der Online-Werbeform deren Zweck nicht wesentlich beeinträchtigt. Dem Auftraggeber ist bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, jederzeit eine gleichzeitige vollständige Wiedergabe der Online-Werbung zu ermöglichen. Bei einem Ausfall des Servers über einen erheblichen Zeitraum (mehr als 10 % der gebuchten Zeit) einer zeitgebundenen Feinabrechnung, wird der Verlag versuchen, den Ausfall an Medialektion nachzuerufen oder die Zeit der Insertion zu verlängern, sofern dies den Interessen des Auftraggebers nicht zuwiderläuft. Im Falle des Scheiterns einer Nachlieferung innerhalb der ursprünglich gebuchten Insertion bzw. nach Verlängerung des Insertionszeitraumes, entfällt die Zahlungspflicht des Auftraggebers für die in dem Zeitraum nicht realisierten bzw. durchschnittlich nicht angefallenen Medialektionen. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen. Im Übrigen liegt ein Fehler nicht vor bei einem Ausfall des vom Verlag genutzten Servers, der nicht länger 24 Stunden fortlaufend innerhalb von 30 Tagen nach dem Ausfall der Online-Werbung durch den Auftraggeber behoben wird. Beachtet der Auftraggeber diese Geschäftsbedingungen und die Empfehlungen des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von digitalen Druckunterlagen und Online-Werbung nicht, so stehen ihm keine Ansprüche wegen fehlerhafter Anzeigenveröffentlichung zu. Der Verlag gewährleistet die drucktechnisch zeitbedingte bestmögliche Wiedergabe der Anzeigen im Rahmen der durch die Druckvorlagen gegebenen Möglichkeiten. **Reklamationen** offensichtlicher Mängel müssen vom Auftraggeber spätestens innerhalb von vier Wochen nach Veröffentlichung schriftlich geltend gemacht werden. Sämtliche Gewährleistungsansprüche verjähren mit Ablauf des 31. Dezember des Jahres auf die Veröffentlichung der entsprechenden Anzeige oder Beilage folgenden Jahres.
- Zur Haftung**, gleich aus welchem Rechtsgrund einschließlich unerlaubter Handlungen, ist der Verlag nur verpflichtet, solche Schäden (1) durch schuldhafte Verletzung einer vertragswesentlichen Pflicht (Kardinalpflicht) durch den Verlag in eine das Erreichen des Vertragszwecks gefährdenden Weise verursacht werden oder (2) durch Fahrlässigkeit oder Vorsatz von dem Verlag zurückzuführen sind.
- h) Hat der Verlag gemäß Ziffer a) (1) für die Verletzung einer vertragswesentlichen Pflicht, ohne dass ihm grobe Fahrlässigkeit oder Vorsatz zur Last fallen, ist die Haftung von dem Vertrag auf die vereinbarten Anzeigenpreise beschränkt.
- i) Hat der Verlag gemäß Ziffer a) (1) oder (2) grobe Fahrlässigkeit oder Vorsatz von Mitarbeitern, die nicht Organe oder leitende Angestellte des Verlags sind, ist die Haftung des Verlags ebenfalls auf die vereinbarten Anzeigenpreise begrenzt.
- j) Die geltenden Schäden, die dem Auftraggeber, entgegen dem Gewissen, durch grobe Fahrlässigkeit oder Vorsatz des Verlags verursacht werden, werden durch grobe Fahrlässigkeit von Organen oder leitenden Angestellten des Verlags zurückzuführen sind.
- k) Ansonsten ist jede Haftung des Verlages auf solche typischen Schäden beschränkt, mit deren Eintritt der Verlag nach den ihm bei Vertragsabschluss bekannten Umständen vernünftigerweise rechnen konnte.
- l) Der Ausschluss oder die Begrenzung von Ansprüchen gem. den vorstehenden Ziffern a) bis e) schließt Ansprüche gegen Mitarbeiter und Beauftragte des Verlags ein. Alle Haftung des Verlages wegen Personenschäden, Fehlens zugehöriger Eigenschaften oder nach dem Produktionsgeschäft bleibt unberührt.
- m) Keine Ansprüche des Auftraggebers bestehen für den Fall, dass die Nichtverfügbarkeit auf Arbeiten oder Wartungsaufgaben beruht, die lediglich im Interesse des Auftraggebers erfolgen.
- n) Der Verlag übernimmt keine Haftung für Fehler aus telefonischen oder fernschriftlichen Übermittlungen jeder Art. Eine Haftung wird auch nicht übernommen, wenn der Auftraggeber an den Verlag eine fehlerhafte Anzeige übermitteln sollte, die der Reklamation bedürftig ist, wenn der Auftraggeber eine fehlerhafte Anzeige übermitteln sollte. Die eventuell entstehenden Mehrkosten z.B. zur Nachbesserung der Druckunterlagen oder für Maschinenteile müssen weiterberechnet werden.
- Fälle höherer Gewalt** wie z.B. Arbeitskampfmassnahmen, Beschlagnahme, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung oder Betriebsstörungen entbinden den Verlag von der Verpflichtung auf Erfüllung von Aufträgen und Leistung von Schadenersatz. Kann der Verlag dennoch die Aufträge mit 80 % der verkauften Auflage erfüllen, so hat der Verlag Anspruch auf die Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen. Geringere Leistungen sind nach dem Tausender-Streiteinsatz gemäß der im Tarif vereinbarten Auftragsaufträge zu bezeichnen.
- Erfüllungsort und Gerichtsstand** ist der Sitz des Verlags, soweit hierüber eine Vereinbarung gesetzlich zulässig ist. Auf den Vertrag findet deutsches Recht Anwendung, wobei zwingendes Verbraucherrecht des Landes, in dem Sie sich gewöhnlich aufhalten, anwendbar bleibt.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

- Die allgemeinen Geschäftsbedingungen**, die Auftragbestellung und die jeweils gültigen Preisliste sind für jeden Auftrag maßgebend.
- Abweichende Geschäftsbedingungen** werden erst gültig durch schriftliche Bestätigung des Verlages.
- Die Werbungsmitteiler und Werbeagenturen** sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungsstrebenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber weitergeleitet werden, ganz oder teilweise weitergegeben werden.
- Bei Auftraggebern/Werbeagenturen**, die zum ersten Mal mit dem Verlag in Geschäftsverbindung treten, muss ein **Vorausssage** bis zum Anzeigenschluss mitm Verlageinreichen.
- Der Auftraggeber** überträgt der Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Print- und Online-Medien aller Art (inklusive Internet) erforderlichen unbeherrschlichen Nutzungs- und sonstigen Rechte, insbesondere zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Entnahme aus einer Datenbank und Abwurf, und zwar zeitlich, inhaltlich und örtlich unbegrenzt in dem für die Durchführung der Aufträge notwendigen Umfang. Der Auftraggeber garantiert, dass er die Nutzungsrechte frei von Rechten Dritten an den Verlag überträgt, andernfalls er den Verlag von allen Rechten Dritter freistellt, einschließlich der Kosten für die Rechtsverfolgung.



Im November 2026 wird der **DEUTSCHE TGA-AWARD** als die nationale Auszeichnung für TGA-Planer und herstellende Unternehmen der TGA-Branche, die sich durch herausragendes Engagement im Sinne einer nachhaltigen Zukunft in unserer Branche verdient gemacht haben, verliehen. Hinter ihm stehen neben der Zeitschrift „**Moderne Gebäudetechnik**“ viele Partner aus den Bereichen TGA-Fachplanung, Wohnungswirtschaft, Wirtschaftsvereinigungen und -verbände sowie Partner aus der Industrie.

Wir möchten Ihnen die Möglichkeit bieten, sich als **offizieller Sponsor** des **DEUTSCHEN TGA-AWARD** (Auslobung 2026) zu bewerben. Als Sponsor erhält Ihre Firma die einmalige Gelegenheit, sich einem breiten Fachpublikum als Förderer von innovativen und zukunftsfähigen TGA-Projekten vorzustellen. Sie sorgen so nicht nur für Kundenbindung und Erschließung weiterer Marktpotenziale, sondern für einen merklichen Aufmerksamkeitsschub für Ihr Unternehmen.

Wir bitten jedoch um Verständnis, dass wir aus jeder Teil-Branche nur eine Firma als Sponsor zulassen können (z. B. Lüftungstechnik, Klimatechnik, Gebäudeautomation, Sanitärtechnik usw.).

Sponsoring-Paket: **DEUTSCHER TGA-AWARD** – gilt für die Auslobung 2026

Zeitraum: Sponsoring bis zur Preisverleihung im November 2026

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

Kontakt:

Marco Fiolka

Telefon: 030 42151-344

E-Mail: marco.fiolka@hussmedien.de

Anne C. Mutschall

Telefon: 030 42151-247

E-Mail: anne.mutschall@hussmedien.de

HUSS-MEDIEN GmbH

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



HUSS-VERLAG GmbH

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



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

Bestellen Sie noch heute Ihr Probeexemplar und die aktuellen Mediadaten!

