

MEDIADATEN 2025

Zielgruppe

- Handwerk, das gewerkeübergreifend im Neubau, im Ausbau und in der Sanierung tätig ist



bauhandwerk
DAS PROFIMAGAZIN FÜR AUSBAU, NEUBAU UND SANIERUNG

Bauhandwerk.de

bau || || verlag



Markenprofil	03		
PRINT		PORTFOLIO	
Termin- und Themenplan	05	Kommunikationspakete	26
Alphabetischer Themenplan	09	Leadgenerierung	27
Auflagen- und Verbreitungs-Analyse	10	Video-Advertorial	28
Preise und Formate	11	Events	29
Formate und technische Angaben	13	Creative	30
Leser-Struktur-Analyse	14		
Verlinkung im E-Paper	16	DER BAUVERLAG	
		Standort und Geschäftsführung	32
		Kontakte	33
		Weitere Marken	35
DIGITAL			
Website Nutzungsdaten	18		
Website Preise, Formate und technische Angaben	19		
Website Technische Angaben	20		
Newsletter Terminplan	21		
Newsletter Preise, Formate und technische Angaben	22		
Online-Advertorial	23		
Einkaufsführer Bau	24		



bauhandwerk

bauhandwerk ist die führende Marke für Fachinformationen für Inhaber von Handwerksbetrieben, Handwerksmeisterinnen und Techniker, die Gewerke übergreifend im Neubau, im Ausbau und in der Sanierung tätig sind. In jeder gedruckten Ausgabe der Marke stellen wir mindestens eine Baustelle prozessorientiert vor. In den Themenrubriken Ausbau, Fassade, Bauteenschutz, Bauelemente, Werkzeuge, Nutzfahrzeuge und Betriebsführung wird das gesamte Arbeitsspektrum der auf diesen Gebieten tätigen Gewerke aufgezeigt. Diese Inhalte und weitere aktuelle Meldungen bieten wir auf www.bauhandwerk.de. Auf www.youtube.com/bauhandwerk stellen wir in ausführlichen Videos die Montage von Bauteilen, die Funktionsweise von Werkzeugen und die Ausführung von Handwerkstechniken vor. Kurze, knappe Infos gibt es auf Xing, Facebook und Instagram. Außerdem verschicken wir monatlich einen Newsletter mit ausgewählten Top-Themen.



199.510

Exemplare / Jahr

verbreitete Auflage 19.951
davon E-Paper 6.846
Erscheinungsweise 10x / Jahr



1.967.244

Sichtkontakte Website / Jahr

Page Impressions 163.937 / Monat
Visits 130.631 / Monat
Unique User 58.561 / Monat



71.136

Newsletter Empfänger / Jahr

Empfänger 5.928 / Ausgabe
Öffnungsrate netto 26,7 %
Erscheinungsweise 12x / Jahr



8.400

Follower Soziale Netzwerke

PRINT

Termin- und Themenplan	05
Alphabetischer Themenplan	09
Auflagen- und Verbreitungs-Analyse	10
Preise und Formate	11
Formate und technische Angaben	13
Leser-Struktur-Analyse	14
Verlinkung im E-Paper	16



ET = Erscheinungstermin, RS = Redaktionsschluss, AS = Anzeigenschluss

Heft-Nr. Monat	Termine	Heftschwerpunkte					Nutzfahrzeuge	Betriebsführung	Messen / Veranstaltungen
		Ausbau	Fassade	Bautenschutz	Bauelemente	Werkzeuge			
11/2024 November	ET: 04.11.2024 RS: 03.09.2024 AS: 10.10.2024	Trockenbau, Akustik, Decken, Treppen, Estrich, Sanierung	Naturstein, Ziegel, Putz, Stuck, Farbe, Denkmalschutz	Reparieren, Reini- gung, Abdichtung, Festigung, Umnut- zung			Test, Ladung, Versi- cherung, Betrieb	Recht, Manage- ment, Aus- und Weiterbildung	
12/2024 Dezember	ET: 02.12.2024 RS: 02.10.2024 AS: 08.11.2024	Innendämmung, Holz, Putz, Farbe, Lack, Böden	WDVS, VHF, Gerüst, Ökologisch Bauen, Außendäm- mung, Sanierung		Fenster, Dach- fenster, Türen, Denkmalschutz, Brandschutz, Glas	Befestigen, Fräsen, Schleifen, Schrauben, Messen, Saugen		Mitarbeiter, Versi- cherung, Marketing, Berufsbekleidung Messevorbericht zur BAU München	13.-17.01.2025 BAU , München

Die Redaktion behält sich aus Gründen der Aktualität Themenänderungen vor.

ET = Erscheinungstermin, RS = Redaktionsschluss, AS = Anzeigenschluss

Heft-Nr. Monat	Termine	Heftschwerpunkte						Nutzfahrzeuge	Betriebsführung	Messen / Veranstaltungen
		Ausbau	Fassade	Bautenschutz	Bauelemente	Werkzeuge				
1-2/2025 Januar- Februar	ET: 24.02.2025 RS: 20.12.2024 AS: 31.01.2025	Trockenbau, Decken, Treppen, Holz, Böden, Lack, Umbau	WDVS, Außen- dämmung, Putz, Farbe	Abdichtung, Instandsetzung, Sanierung, Denk- malschutz				Technik, Ausstat- tung, Anhänger, Antrieb	Recht, Manage- ment, Büro	13.-17.01.2025 BAU , München
3/2025 März	ET: 14.03.2025 RS: 14.01.2025 AS: 20.02.2025	Estrich, Akustik, Innendämmung, Farbe, Holz, Brandschutz	Putz, Stuck, Farbe, Fachwerk, Fugen, Sanierung		Fenster, Dach- fenster, Türen, Brandschutz, Verschattung	Bohren, Schrauben, Schneiden, Sägen			Mitarbeiter, Versicherung, Marketing, Berufsbekleidung	
4/2025 April	ET: 01.04.2025 RS: 02.02.2025 AS: 10.03.2025	Trockenbau, Farbe, Putz, Zargen, Akustik, Decken, Umbau	WDVS, VHF, Ökologisch Bauen, Gerüst	Umnutzung, Restau- rierung, Reinigung, Sanierung		Steigtechnik – Leitern und Aufstiegshilfen	Test, Ausstattung, Elektromobilität, Flotte	Recht, Aus- und Weiterbildung, EDV		
5/2025 Mai	ET: 02.05.2025 RS: 04.03.2025 AS: 07.04.2025	Innendämmung, Gerüst, Sanierung, Holz, Akustik, Brandschutz	Putz, Stuck, Brand- schutz, Farbe		Fenster, Türen, Zargen, Glas, Brandschutz	Befestigen, Fräsen, Schleifen, Schrauben, Messen, Saugen, Bohren		Berufsbekleidung, Gesundheitsschutz, Arbeitssicherheit		
6/2025 Juni	ET: 02.06.2025 RS: 05.04.2025 AS: 08.05.2025	Trockenbau, Decken, Estrich, Böden, Umbau	WDVS, Außen- dämmung, Putz, Farbe, Fugen	Abdichtung, Instandsetzung, Sanierung, Denk- malschutz			Technik, Ladung, Leasing, Versiche- rung	Recht, Manage- ment, Aus- und Weiterbildung		

Die Redaktion behält sich aus Gründen der Aktualität Themenänderungen vor.

ET = Erscheinungstermin, RS = Redaktionsschluss, AS = Anzeigenschluss

Heft-Nr. Monat	Termine	Heftschwerpunkte					Nutzfahrzeuge	Betriebsführung	Messen / Veranstaltungen
		Ausbau	Fassade	Bautenschutz	Bauelemente	Werkzeuge			
7-8/2025 Juli- August	ET: 14.07.2025 RS: 15.05.2025 AS: 20.06.2025	Innendämmung, Farbe, Putz, Akustik, Ökologisches Bauen, Umbau	Naturstein, Ziegel, Denkmalschutz, Reinigung	Abdichtung, Sanie- rung, Umnutzung, Restaurierung		Spritzen, Mischen, Rühren, Streichen, Rollen, Glätten, Spachteln		Mitarbeiter, Versicherung, Marketing, EDV	
9/2025 September	ET: 01.09.2025 RS: 05.07.2025 AS: 08.08.2025	Trockenbau, Akustik, Decken, Brandschutz, Böden, Sanierung, Holz	WDVS, Außen- dämmung, Fachwerk, Fugen, Putz, Farbe		Fenster, Dach- fenster, Türen, Beschläge, Vergla- sung, Zargen	Steigtechnik – Leitern und Aufstiegshilfen	Test, Elektro- mobilität, Flotte, Ausstattung	Recht, Aus- und Weiterbildung, Berufsbekleidung	
10/2025 Oktober	ET: 01.10.2025 RS: 05.08.2025 AS: 09.09.2025	Innendämmung, Farbe, Lack, Stuck, Umbau	Gerüst, Ökolo- gisches Bauen, Brandschutz	Sanierung, Restaurierung, Instandsetzung		Bohren, Schrauben, Schneiden, Sägen		Gesundheitsschutz, Arbeitssicherheit, Versicherung	
11/2025 November	ET: 03.11.2025 RS: 03.09.2025 AS: 09.10.2025	Trockenbau, Akustik, Decken, Treppen, Estrich, Sanierung	Naturstein, Ziegel, Putz, Stuck, Farbe, Denkmalschutz	Reparieren, Reini- gung, Abdichtung, Festigung, Umnut- zung			Test, Ladung, Versi- cherung, Betrieb	Recht, Manage- ment, Aus- und Weiterbildung	04. -07.11.2025 A+A – Messe und Kongress für Arbeitsschutz und Arbeitssicherheit Düsseldorf
12/2025 Dezember	ET: 01.12.2025 RS: 02.10.2025 AS: 07.11.2025	Innendämmung, Holz, Putz, Farbe, Lack, Böden	WDVS, VHF, Gerüst, Ökologisch Bauen, Außendäm- mung, Sanierung		Fenster, Dach- fenster, Türen, Denkmalschutz, Brandschutz, Glas	Befestigen, Fräsen, Schleifen, Schrauben, Messen, Saugen		Mitarbeiter, Versi- cherung, Marketing, Berufsbekleidung	

Die Redaktion behält sich aus Gründen der Aktualität Themenänderungen vor.

ET = Erscheinungstermin, RS = Redaktionsschluss, AS = Anzeigenschluss

Heft-Nr. Monat	Termine	Heftschwerpunkte						Nutzfahrzeuge	Betriebsführung	Messen / Veranstaltungen
		Ausbau	Fassade	Bautenschutz	Bauelemente	Werkzeuge				
1-2/2026 Januar- Februar	ET: 02.02.2026 RS: 01.12.2025 AS: 09.01.2026	Trockenbau, Decken, Treppen, Holz, Böden, Lack, Umbau	WDVS, Außen- dämmung, Putz, Farbe	Abdichtung, Instandsetzung, Sanierung, Denk- malschutz			Technik, Ausstat- tung, Anhänger, Antrieb	Recht, Manage- ment, Büro	24.-27.02.2026 DACH+HOLZ Köln	
3/2026 März	ET: 02.03.2026 RS: 02.01.2026 AS: 06.02.2026	Estrich, Akustik, Innendämmung, Farbe, Holz, Brandschutz	Putz, Stuck, Farbe, Fachwerk, Fugen, Sanierung		Fenster, Dach- fenster, Türen, Brandschutz, Verschattung	Bohren, Schrauben, Schneiden, Sägen		Mitarbeiter, Versicherung, Marketing, Berufsbekleidung	24.-27.03.2026 FENSTERBAU FRONTALE Nürnberg 24.-27.03.2026 HOLZ-HANDWERK Nürnberg	

Die Redaktion behält sich aus Gründen der Aktualität Themenänderungen vor. Der vollständige Termin- und Themenplan 2026 erscheint in den Mediadaten 2026.

Auf einen Blick die wichtigsten redaktionellen Themenschwerpunkte und die entsprechenden Ausgaben der *bauhandwerk* in denen wir darüber berichten:

Thema	Ausgaben
Abdichtung	1-2, 6, 7-8, 11
Akustik	1-2, 4, 5, 7-8, 9
Anhänger	1-2
Arbeitssicherheit	5, 10
Ausstattung Kfz	1-2, 4, 9
Außendämmung	1-2, 6, 9, 12
Befestigen	5, 12
Beschläge	9
Berufsbekleidung	3, 5, 10, 12
Böden	3, 6, 9, 12
Bohren	3, 5, 10
Brandschutz	3, 5, 9, 10, 12
Dachfenster	3, 9, 12
Decken	1-2, 4, 6, 9, 11
Denkmalschutz	1-2, 6, 7-8, 11, 12
Estrich	3, 6, 11
EDV	4, 7-8
Elektromobilität	4, 9
Fachwerk	3, 9
Farbe	1-2, 3, 4, 5, 6, 7-8, 9, 10, 11, 12
Fenster	3, 5, 9, 12
Festigung	11

Thema	Ausgaben
Fräsen	5, 12
Fugen	3, 6, 9
Gerüst	4, 5, 10, 12
Gesundheitsschutz	5, 10
Glätten	7-8
Glas	5, 12
Holz	1-2, 3, 5, 9, 12
Innendämmung	3, 5, 7-8, 10, 12
Instandsetzung	1-2, 6, 10
Lack	1-2, 10, 12
Leitern	4, 9
Management	1-2, 6, 11
Marketing	3, 7-8, 12
Messen	5, 12
Mischen	7-8
Naturstein	7-8, 11
Ökologisch Bauen	4, 7-8, 10, 12
Putz	1-2, 3, 4, 5, 6, 7-8, 9, 11, 12
Recht	1-2, 4, 6, 9, 11
Reinigung	4, 7-8, 11
Reparieren	11
Restaurierung	4, 7-8, 10
Rollen	7-8

Thema	Ausgaben
Rühren	7-8
Sanierung	1-2, 4, 6, 10, 12
Saugen	5, 12
Schleifen	5, 12
Schneiden	3, 10
Schrauben	3, 5, 10, 12
Spachteln	7-8
Streichen	7-8
Spritzen	7-8
Stuck	3, 5, 10, 11
Transporter	1-2, 4, 6, 9, 12
Treppen	1-2, 11
Trockenbau	1-2, 4, 6, 9, 11
Türen	3, 5, 9, 12
Umbau	1-2, 4, 6, 7-8, 10
Umnutzung	4, 7-8, 11
Verglasung	9
Verschattung	3
Versicherung	3, 7-8, 10, 12
VHF	4, 12
WDVS	1-2, 4, 6, 9, 12
Zargen	5, 9
Ziegel	7-8, 11

Änderungen vorbehalten. Produktmeldungen werden in jeder Ausgabe veröffentlicht, auch unabhängig von Themenschwerpunkten.

Bitte senden Sie Ihre Presstexte inklusive druckfähigem Bildmaterial bis zum Redaktionsschluss der jeweiligen Ausgabe an: Thomas.Wieckhorst@bauverlag.de

Auflagenkontrolle:



Auflagen Analyse:

Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt
(1. Juli 2023 bis 30. Juni 2024)

Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):	19.951	davon Ausland:	35
- davon E-Paper	6.846	davon Ausland:	14
Verkaufte Auflage:	808	davon Ausland:	24
Abonnierte Exemplare:	802	davon Ausland:	0
Sonstiger Verkauf:	6		
Einzelverkauf:	0		
Freistücke:	19.143	davon Ausland:	11
Rest-, Archiv- und Belegexemplare:	195		

Geografische Verbreitungs-Analyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%*	Exemplare
Inland	99,8	19.916
Ausland	0,2	35
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	19.951

* Die Prozentwerte wurden auf eine Nachkommastelle gerundet.

Kurzfassung der Erhebungsmethode:













1. Methode: Verbreitungsanalyse durch Dateiauswertung – Totalerhebung
 2. Grundgesamtheit: tvA 19.951 = 100 %
 3. Stichprobe: Totalerhebung
 4. Zielperson der Untersuchung: entfällt
 5. Zeitraum der Untersuchung: August 2024
 6. Durchführung der Untersuchung: Bauverlag BV GmbH
- Die detaillierte Erhebungsmethode können Sie beim Verlag anfordern.

Verbreitung nach Nielsen-Gebieten/Bundesländern:

Vertrieb	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%*	Exemplare
Nielsen-Gebiet I		
Schleswig-Holstein	3,3	664
Hamburg	1,5	306
Niedersachsen	8,7	1.742
Bremen	0,6	113
Nielsen-Gebiet II		
Nordrhein-Westfalen	20,5	4.088
Nielsen-Gebiet IIIa		
Hessen	7,2	1.430
Rheinland-Pfalz	5,7	1.135
Saarland	1,2	235
Nielsen-Gebiet IIIb		
Baden-Württemberg	14,1	2.822
Nielsen-Gebiet IV		
Bayern	16,7	3.341
Nielsen-Gebiet V		
Berlin	3,1	621
Nielsen-Gebiet VI		
Mecklenburg-Vorpommern	1,8	358
Brandenburg	3,4	688
Sachsen-Anhalt	2,4	482
Nielsen-Gebiet VII		
Thüringen	3,3	667
Sachsen	6,1	1.224
Tatsächlich verbreitete Inlands-Auflage	99,8	19.916

* Die Prozentwerte wurden auf eine Nachkommastelle gerundet.

Anzeigenpreise, Satzspiegel- und Anschnitt- (zuzüglich 3 mm Beschnitt an allen Seiten) Format

<p>2/1 Seite</p>  <p>Anschnitt: 420 x 297 mm</p> <p>Preis (s/w bis 4c) 17.080,00 €</p>	<p>1/1 Seite</p>  <p>Anschnitt: 210 x 297 mm</p> <p>Preis (s/w bis 4c) 9.070,00 €</p>	<p>Juniorpage</p>  <p>Anschnitt: 148 x 210 mm</p> <p>Preis (s/w bis 4c) 5.390,00 €</p>	<p>1/2 Seite, quer</p>  <p>Anschnitt: 210 x 145 mm</p> <p>Preis (s/w bis 4c) 5.280,00 €</p>	<p>1/2 Seite, hoch</p>  <p>Anschnitt: 100 x 297 mm</p> <p>Preis (s/w bis 4c) 5.280,00 €</p>												
<p>1/3 Seite, hoch</p>  <p>Anschnitt: 70 x 297 mm</p> <p>Preis (s/w bis 4c) 4.250,00 €</p>	<p>1/3 Seite, quer</p>  <p>Anschnitt: 210 x 100 mm</p> <p>Preis (s/w bis 4c) 4.250,00 €</p>	<p>1/4 Seite, hoch</p>  <p>Anschnitt: 52 x 297 mm</p> <p>Preis (s/w bis 4c) 3.680,00 €</p>	<p>1/4 Seite, quer</p>  <p>Anschnitt: 210 x 74 mm</p> <p>Preis (s/w bis 4c) 3.680,00 €</p>	<p>1/4 Seite, Eckfeld</p>  <p>Anschnitt: 100 x 145 mm</p> <p>Preis (s/w bis 4c) 3.680,00 €</p>												
<p>1/8 Seite, hoch</p>  <p>Anschnitt: 52 x 145 mm</p> <p>Preis (s/w bis 4c) 2.720,00 €</p>	<p>1/8 Seite, quer</p>  <p>Anschnitt: 210 x 50 mm</p> <p>Preis (s/w bis 4c) 2.720,00 €</p>	<p>1/8 Seite, Eckfeld</p>  <p>Anschnitt: 100 x 74 mm</p> <p>Preis (s/w bis 4c) 2.720,00 €</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Format</th> <th>s/w bis 4c</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Advertorial 1/1 Seite*</td> <td>9.070,00 €</td> </tr> <tr> <td>Advertorial 1/2 Seite**</td> <td>5.280,00 €</td> </tr> <tr> <td>Titelseite</td> <td>10.930,00 €</td> </tr> <tr> <td>Titelstory Grundpreis</td> <td>18.340,00 €</td> </tr> <tr> <td>Titelstory Messepreis Ausgabe 1 BAU</td> <td>22.925,00 €</td> </tr> </tbody> </table>		Format	s/w bis 4c	Advertorial 1/1 Seite*	9.070,00 €	Advertorial 1/2 Seite**	5.280,00 €	Titelseite	10.930,00 €	Titelstory Grundpreis	18.340,00 €	Titelstory Messepreis Ausgabe 1 BAU	22.925,00 €
Format	s/w bis 4c															
Advertorial 1/1 Seite*	9.070,00 €															
Advertorial 1/2 Seite**	5.280,00 €															
Titelseite	10.930,00 €															
Titelstory Grundpreis	18.340,00 €															
Titelstory Messepreis Ausgabe 1 BAU	22.925,00 €															

* Preiszuschlag bei Gestaltung durch den Verlag 500,00 €; ** Preiszuschlag bei Gestaltung durch den Verlag 250,00 €
Alle Preise zzgl. 19 % Mehrwertsteuer. Agenturprovision: 15 %. Die allgemeinen Geschäftsbedingungen finden Sie unter: <https://bauverlag.de/agb>

Zuschläge:
Platzierung: 2., 3. und 4. Umschlagseite 710,00 €
Bindende Platzierungsvorschriften: 20 %

Farbe: je Sonderfarbe 1.160,00 €

Rabatte: bei Abnahme innerhalb von 12 Monaten
(Insertionsjahr, Beginn mit dem Erscheinen der ersten Anzeige)

Malstaffel		Mengenstaffel	
3 maliges Erscheinen	3 %	3 Seiten	5 %
6 maliges Erscheinen	5 %	6 Seiten	10 %
12 maliges Erscheinen	10 %	12 Seiten	15 %
18 maliges Erscheinen	15 %	18 Seiten	20 %
24 maliges Erscheinen	20 %	24 Seiten	25 %

Crossmedia-Rabatt

Rabatte für Werbung print und online sowie crossmediale Kampagnen auf Anfrage.

Beilagen und technische Zusatzkosten werden nicht rabattiert.

Rubriken: (nicht rabattierbar)

Stellenangebote s/w	pro Höhe mm (1spaltig, 44 mm breit)	6,40 €
Stellenangebote farbig	pro Höhe mm (1spaltig, 44 mm breit)	11,50 €
Stellengesuche s/w	pro Höhe mm (1spaltig, 44 mm breit)	3,60 €
Gelegenheitsanzeige, An-/Verkauf s/w	pro Höhe mm (1spaltig, 44 mm breit)	6,40 €

Ab einem Print-Wert von 1.250,00 € stellen wir die Anzeige 4 Wochen ohne zusätzliche Berechnung auf www.bauhandwerk.de online.

Sonderwerbformen: **Beihefter** (Standmuster - Vorderseite/Rückseite - erforderlich!)
2-seitig 6.830,00 €
4-seitig 12.590,00 €
(weitere auf Anfrage)

Rabatt laut Mengenstaffel: 1 Blatt = 1 Anzeigenseite
Einhefter bitte im unbeschnittenen Format von 231 mm Breite und 303 mm Höhe (vier- und mehrseitig: gefalzt) anliefern.

Beilagen (nicht rabattierbar)
lose eingelegt, maximale Größe 205 x 290 mm

Gewicht der Beilage	Preis %
Vollbeilage bis 25 g und 2 mm Stärke (höhere Gewichte und Stärken auf Anfrage)	350,00 €
Print-Teilbeilage bis 25 g und 2 mm Stärke (höhere Gewichte und Stärken auf Anfrage)	410,00 €

Bei Teilbelegung: Selektionskosten pro Sektion 160,00 €

Beikleber	Preis %
Postkarte	100,00 €
Warenprobe, sonstige Beikleber	auf Anfrage

Technische Kosten sind nicht provisionsberechtigt und nicht rabattierbar.

Benötigte Liefermenge: gemäß Auftragsbestätigung
Lieferanschrift: westermann druck GmbH
Georg-Westermann-Allee 66
Tor 1 / Name Auftragsbetreuer
38104 Braunschweig

Liefervermerk: „Für bauhandwerk Ausgabe ...“

Informationen zu weiteren Sonderwerbformen erhalten Sie gerne von uns. Sprechen Sie uns einfach an, gerne realisieren wir Ihre individuellen Kundenwünsche.

Zeitschriftenformat:	DIN A4 (210 mm breit x 297 mm hoch; unbeschnitten: 216 mm breit x 303 mm hoch)
Satzspiegel:	190 mm breit x 271 mm hoch 4 Spalten à 45 mm
Druck- und Bindeverfahren:	Offsetdruck, Klebebindung
Datenübermittlung:	- Übertragung per FTP: auf Anfrage - Per E-Mail (bis 10 MB): order.management@bauverlag.de Bei größeren Datenmengen wenden Sie sich bitte an: Sandra Pohlmann Telefon: +49 5241 2151-4848
Datenformate:	Bitte liefern Sie die Dateien in der Größe des Anzeigenformats als PDF/X3 oder PDF/X4. Wir erwarten ein PDF mit eingebetteten Schriften, ausschließlich CMYK-Elementen und Bildern in einer Auflösung von 300 dpi. Anzeigen im Anschnittformat müssen mit 3 mm gefüllter Beschnittzugabe an allen Kanten angelegt sein. Eventuelle Beschnittzeichen müssen mit einem Abstand von mindestens 3 mm zum Nettoformat angelegt sein. Relevante Informationen müssen auf allen vier Seiten mindestens 3 mm vom Seitenrand entfernt stehen. Bei Buchung der 2. sowie 3. Umschlagsseite ist ein Mindestabstand zum Bund von 8 mm einzuhalten.
Farben:	Der Farbmodus ist CMYK. Das Farbprofil ist ISO Coated v2 300%. Bei Verwendung von RGB-Farben kommt es zu Farbdifferenzen.

Datenannahme/-archivierung: Alle Dateien, die an uns gesendet werden, müssen Kopien sein, die Originale sollten zur Sicherheit bis zum jeweiligen Erscheinen des Heftes bei Ihnen gespeichert bleiben. Die Dokumente und Verzeichnisse müssen eine eindeutige Auftrags- und Seitenbezeichnung haben. Vermeiden Sie in Ihren Dateinamen nach Möglichkeit Sonderzeichen, Leerzeichen und Umlaute.

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

Gewährleistung: Die Gewähr für Reproqualität und korrekte Datenübermittlung übernimmt der Auftraggeber. Auf die Anlieferung fehlerhafter Daten zurückzuführende Abweichungen stellen für den Auftraggeber keinen Grund zur Reklamation dar. Leichte Tonwertabweichungen sind im Toleranzbereich des Druckverfahrens begründet.

Zahlungsbedingungen: Rechnungsnetto innerhalb von 10 Tagen nach Rechnungsdatum,
USt-Ident-Nr. DE 813382417

Bankverbindung: Bauverlag BV GmbH, Gütersloh
Sparkasse Gütersloh-Rietberg
IBAN: DE46 4785 0065 0018 0329 62
BIC: WELADED1GTL

Betriebliche Strukturdaten

Branchen / Wirtschaftszweige / Unternehmenstypen	Anteil der ermittelten Leser	
	%	Projektion (ca.)
Handwerksbetrieb	88,8	21.263
Architekturbüro	3,2	766
Bauträgergesellschaft	2,0	479
Planungsabteilung in Unternehmen	0,8	192
Baugewerbe	1,2	287
Sonstige	4,0	958
	100,0	23.945

Betriebliche Strukturdaten

Größe der Wirtschaftseinheit nach Beschäftigten	Anteil der ermittelten Leser	
	%	Projektion (ca.)
bis 4 Mitarbeiter	53,2	12.739
5 bis 9 Mitarbeiter	28,4	6.800
10 bis 19 Mitarbeiter	10,0	2.395
20 bis 49 Mitarbeiter	3,2	766
50 bis 99 Mitarbeiter	0,8	192
100 und mehr Mitarbeiter	1,2	287
keine Angabe	3,2	766
	100,0	23.945

Betriebliche Strukturdaten

Hauptsächliches Gewerk	Anteil der ermittelten Leser	
	%	Projektion (ca.)
Maler und Lackierer	24,0	5.747
Bautischler/-schreiner	23,2	5.555
Bauunternehmer (Maurer, Fuger-, Roh-, Betonbauer)	17,6	4.214
Stuckateur	8,4	2.011
Trocken- und Akustikbauer	4,0	958
Fußbodenbau	3,6	862
Möbeltischler	2,8	670
Zimmerer	1,2	287
Dachdecker	1,2	287
Sonstiges Gewerk	2,0	479
keine Angabe	0,8	192
Kein Handwerksbetrieb	11,2	2.683
	100,0	23.945

Betriebliche Strukturdaten

Weitere Gewerke	Anteil der ermittelten Leser	
	%	Projektion (ca.)
Trocken- und Akustikbauer	31,6	7.567
Maler und Lackierer	26,4	6.321
Fußbodenbau	22,0	5.268
Bautischler/-schreiner	20,0	4.789
Stuckateur	19,6	4.693
Bauunternehmer (Maurer, Fuger-, Roh-, Betonbauer)	16,8	4.023
Holz- und Bautenschützer, Bauabdichtung	13,6	3.257
Estrichleger	11,6	2.778
Zimmerer	7,2	1.724
Dachdecker	3,6	862
Sonstiges Gewerk	9,6	2.299
keine Angabe	18,0	4.310
Kein Handwerksbetrieb	11,2	2.683

Mehrfachnennungen (100,0 % =23.945)

Betriebliche Strukturdaten

Ausgeführte Baumaßnahmen	Anteil der ermittelten Leser	
	%	Projektion (ca.)
Schall- und Wärmedämmung	50,8	12.164
Trockenbauarbeiten	44,4	10.632
Putzarbeiten	41,2	9.865
Abdichtungsarbeiten	41,2	9.865
Anbringen von WDVS	38,4	9.195
Malerarbeiten Fassade	36,0	8.620
Aufbau von Arbeitsgerüsten	35,6	8.524
Malerarbeiten Innen	33,6	8.046
Innenausbauten Holz	31,6	7.567
Fenster- und Türeneinbau	28,8	6.896
Fenster- und Türenbau	22,8	5.459
Fugarbeiten	21,2	5.076
Fachwerksanierungsarbeiten	20,8	4.981
Parkettlegearbeiten	19,2	4.597
Stuckarbeiten	18,4	4.406
Akustikbauarbeiten	15,2	3.640
Estrichlegearbeiten	14,0	3.352
Fliesenlegearbeiten	12,0	2.873
Dachdeckungs- und Dachdichtungsarbeiten	6,8	1.628
Mauer- und Betonarbeiten	4,0	958
Erd-, Abbrucharbeiten	1,6	383

Mehrfachnennungen (100,0 % = 23.945)

Kurzfassung der Erhebungsmethode:

1. Methode: Leser-Struktur-Analyse durch telefonische Erhebung - Stichproben-Erhebung
2. Grundgesamtheit: Grundgesamtheit (tvA): 23.945 = 100%. In der Untersuchung nicht erfasst: 3.088 = 12,9%
3. Stichprobe: 250 Netto-Interviews, 70,4% Ausschöpfung, Randomauswahl
4. Zielperson der Untersuchung: befragt wurde der hauptsächliche Leser im WLK
5. Zeitraum der Untersuchung: 14.12.2011 bis 06.02.2012
6. Durchführung der Untersuchung: TNS Emnid Medien- und Sozialforschung GmbH, Bielefeld

Persönliche Strukturdaten

Stellung im Betrieb	Anteil der ermittelten Leser	
	%	Projektion (ca.)
Inhaber, Geschäftsführer	86,0	20.593
Polier, Bauleiter, Meister	5,2	1.245
Geselle	0,4	96
kaufmännischer Angestellter	3,2	766
technischer Angestellter	3,6	862
Sonstige	1,6	383
	100,0	23.945

Persönliche Strukturdaten

Entscheidungskompetenz	Anteil der ermittelten Leser	
	%	Projektion (ca.)
entscheidet allein	78,4	18.773
entscheidet mit anderen	29,6	7.088
gibt Anregungen und berät	61,2	14.654
spricht Empfehlungen aus	50,4	12.068
ist nicht an Entscheidungen beteiligt	2,8	670
trifft auf den Arbeitsbereich nicht zu	1,2	287

Mehrfachnennungen (100,0 % = 23.945)

Nutzungsdaten

Seitenkontaktchance	Anteil der ermittelten Leser	
	%	Projektion (ca.)
alle oder fast alle Seiten	48,4	11.589
etwa drei Viertel	13,2	3.161
etwa die Hälfte	21,6	5.172
etwa ein Viertel	10,8	2.586
nur wenige, mehr zufällig	5,6	1.341
fast keine oder keine	0,4	96

Seitenkontaktchance

Mehrfachnennungen (100,0 % = 23.945)

Die detaillierte Erhebungsmethode können Sie beim Verlag anfordern.

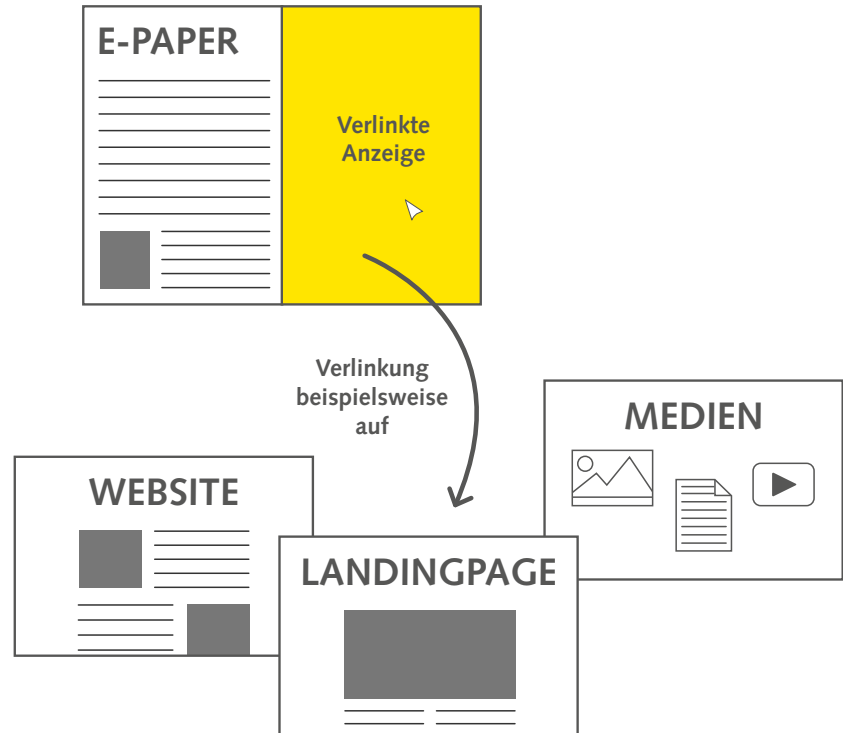
Verlinkung im E-Paper

Steigern Sie die Effektivität Ihrer Werbekampagne durch Verlinkung Ihrer Anzeige in unserem E-Paper (epaper.bauhandwerk.de).

Die Verlinkung von Anzeigen im E-Paper bietet folgende Vorteile:

- **Interaktivität:** Leser können direkt auf Anzeigen klicken, um weitere Informationen zu erhalten oder Produkte online zu kaufen.
- **Verbesserte Nutzererfahrung:** Leser erhalten direkten Zugang zu relevanten Inhalten oder Produkten.
- **Erweiterter Informationsgehalt:** Anzeigen können durch Verlinkungen zusätzliche Informationen oder Medien auf Webseiten bereitstellen

Preis: 390,00 €

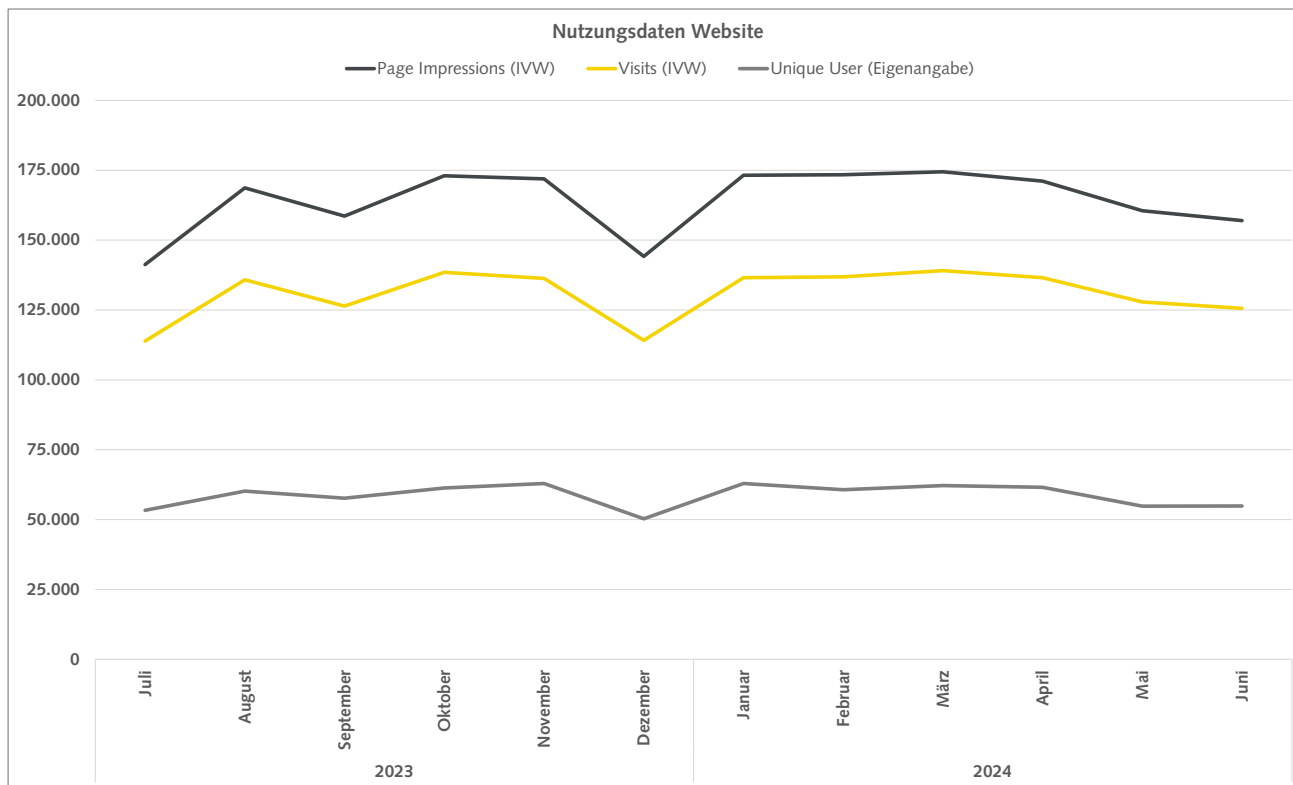


DIGITAL

Website Nutzungsdaten	18
Website Preise, Formate und technische Angaben	19
Website Technische Angaben	20
Newsletter Terminplan	21
Newsletter Preise, Formate und technische Angaben	22
Online-Advertorial	23
Einkaufsführer Bau	24



Zugriffskontrolle: 



Quelle für Page Impressions und Visits: IVW, für Unique User: Google Analytics/Eigenangabe

Preise und Werbeformen (Preis für 28 Tage / 4 Wochen):

Werbeform	Platzierung Desktop und Tablet	Größe in Pixel (BxH) Desktop und Tablet	Platzierung Mobile	Größe in Pixel (B x H) Mobile	Preis für 28 Tage / 4 Wochen
Fullsize Banner	Im Content	468 x 60	Im Content	300 x 50 (6:1)	1.008,00 €
Superbanner	Am Kopf der Website	728 x 90	Im Content	300 x 50 (6:1)	1.260,00 €
Medium Rectangle	Im Content/ Marginalspalte	300 x 250	Im Content	300 x 250	1.764,00 €
Skyscraper	Rechts vom Content	120 x 600 (sticky möglich)	Im Content	300 x 50 (6:1)	1.512,00 € 1.638,00 € (sticky)
Ad Bundle	Abwechselnd nach Verfügbarkeit	468 x 60 120 x 600 300 x 250	Im Content	300 x 250	1.512,00 €
Wide Skyscraper	Rechts vom Content	160 x 600 (sticky möglich)	Im Content	300 x 50 (6:1)	1.764,00 € 1.890,00 € (sticky)
Half Page	Rechts vom Content	300 x 600 (sticky möglich)	Im Content	300 x 600	2.016,00 € 2.142,00 € (sticky)
Billboard	Unter der Navigation, nicht auf der Startseite	970 x 250	Im Content	300 x 75 (4:1)	2.520,00 €
Wallpaper	Über und neben dem Content	728 x 90 und 120 x 600	Im Content	300 x 250	2.268,00 €
Expandable Wallpaper	Über und neben dem Content	728 x 90 und 120 x 600 (300 x 600)	Im Content	300 x 600	2.520,00 €
OnlinePLUS	Ergänzung eines bestehenden Online-Beitrags/Advertorials	Fotos, Videos, PDFs	Ergänzung eines bestehenden Online-Beitrags/Advertorials	Fotos, Videos, PDFs	1.890,00 €
Microsite	Eigene Navigation innerhalb der Website	Individuell	Eigene Navigation innerhalb der Website	Individuell	11.046,00 € (Preis für 12 Wochen)
Stellenangebot	Im Stellenmarkt	Individuell	Im Stellenmarkt	Individuell	1.250,00 €

Alle Display-Banner rotieren mit max. 2 weiteren Bannern auf der gleichen Position. Bitte liefern Sie immer das jeweilige Desktop- und Mobile-Format an. Weitere Formate auf Anfrage.
Alle Preise zzgl. 19% MwSt., Agenturprovision: 15%. Unsere technischen Spezifikationen mit Darstellung der Formate finden Sie unter <https://bauverlag.de/downloads/datenblatt-online.pdf>.
Die allgemeinen Geschäftsbedingungen finden unter <https://bauverlag.de/agb>

Rabatte:
bei Abnahme innerhalb von 12 Monaten (Insertionsjahr)

Malstaffel	
12 Wochen	5 %
26 Wochen	10 %
52 Wochen	15 %

Sonderwerbformen:
Zusatzoptionen
Wallpaper: farbiger, klickbarer Hintergrund
30% Aufschlag

Informationen zu weiteren Online-Sonderwerbformen erhalten Sie gerne von uns.
Sprechen Sie uns einfach an, gerne realisieren wir Ihre individuellen Kundenwünsche.

Dateiformate: JPG, GIF, Flash, HTML-Tag, Redirect-Tag
Größe: max. 100 kB je Werbeform

Die für jedes Werbemittel angegebenen kB-Angaben sind Maximalgrößen und verstehen sich als die Gesamtsumme aller Daten, die das Werbemittel definieren (inkl. nachzuladende Dateien, Sniffer Code, Bilder, Flash, etc.).

Die detaillierten technischen Spezifikationen für alle Online-Werbemittel (Layer Ad, Wallpaper etc.) entnehmen Sie bitte unserem Datenblatt unter www.bauverlag.de/downloads/datenblatt-online.pdf.

Sie erhalten eine Auswertung der Ad-Impressions und Ad-Clicks nach Kampagnenende.

Lieferadresse: Bitte senden Sie die Werbemittel für Ihre Kampagne an order.management@bauverlag.de

Lieferfrist: 7 Werktage 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 der Anlieferung benötigen wir die erforderlichen Meta-Informationen:

- belegte Site
- Kundenname
- Auftragsnummer
- Ziel-URL
- Buchungszeitraum
- Werbeformat
- Motivname
- Ansprechpartner für Rückfragen

Newsletter-Ausgaben	Erscheinungs-termin	Buchungs-schluss
Januar	07.01.2025	17.12.2024
Februar	03.02.2025	23.01.2025
März	03.03.2025	20.02.2025
April	01.04.2025	21.03.2025
Mai	02.05.2025	22.04.2025
Juni	02.06.2025	21.05.2025
Juli	01.07.2025	20.06.2025
August	13.08.2025	04.08.2025
September	01.09.2025	21.08.2025
Oktober	01.10.2025	22.09.2025
November	03.11.2025	23.10.2025
Dezember	01.12.2025	20.11.2025



Dateiformate:

JPG oder statische GIF, max. 20 kB (ohne Animationen)

Die detaillierten technischen Spezifikationen für alle Online-Werbemittel entnehmen Sie bitte unserem Datenblatt unter www.bauerlag.de/downloads/datenblatt-online.pdf.

Format des Newsletters:

HTML oder Text

Lieferadresse:

Bitte senden Sie die Werbemittel für Ihre Kampagne an order.management@bauerlag.de

Lieferfrist:

7 Werktage 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 der Anlieferung benötigen wir die erforderlichen MetaInformationen:

- belegter Newsletter
- Kundenname
- Auftragsnummer
- Klick-URL
- Ansprechpartner für Rückfragen

Sie erhalten eine Auswertung der Empfänger, Öffnungen des Newsletters und der Ad-Clicks.

Empfänger: Der bauhandwerk Newsletter erreicht Führungskräfte und Inhaberinnen und Inhaber von Handwerksbetrieben, die gewerkeübergreifend im Neubau, im Ausbau und in der Sanierung tätig sind.

Verbreitung: 5.928 Empfänger
Öffnungsrate netto: 26,7 %
(Quelle: Inxmail, Durchschnitt pro Monat Juli 2023 bis Juni 2024)

Preise und Werbeformen:

Textanzeige Premium



- 1. Textanzeige im Newsletter
- Überschrift bis 50 Zeichen
- Text bis 500 Zeichen
- 1 Foto (275 x 255 Pixel)

Platzierung:
im Content

Preis:
1.080,00 €

Textanzeige



- Überschrift bis 50 Zeichen
- Text bis 500 Zeichen
- 1 Foto (275 x 255 Pixel)

Platzierung:
im Content

Preis:
900,00 €

Medium Rectangle

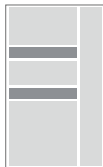


Format:
300 x 250 px

Platzierung:
im Content

Preis:
1.080,00 €

Fullsize Banner



Format:
468 x 60 px

Platzierung:
im Content

Preis:
720,00 €

Skyscraper



Format:
120 x 600 px

Platzierung:
rechts neben dem Content

Preis:
900,00 €

Wide Skyscraper



Format:
160 x 600 px

Platzierung:
rechts neben dem Content

Preis:
1.080,00 €

Newsletter Takeover



- bis zu 4 Textanzeigen
- 3 Fullsize Banner
- 1 Skyscraper

Platzierung:
im Content, exklusiv

Preis:
6.680,00 €

Stellenangebot



- Überschrift bis 50 Zeichen
- Text bis 500 Zeichen
- 1 Foto (275 x 255 Pixel)

Platzierung:
im Content

Preis:
900,00 €

Rabatte:

bei Abnahme innerhalb von
12 Monaten (Insertionsjahr)

Malstaffel

3 Schaltungen	5 %
6 Schaltungen	10 %
12 Schaltungen	15 %

Online-Advertorial

Zeigen Sie unseren Usern Ihre Kompetenz bei einem Thema, stellen Sie Ihre Problemlösungsfähigkeiten unter Beweis oder erklären Sie ausführlich die Vorteile Ihres Produktes – die Anlässe für ein Online-Advertorial können vielfältig sein. Das Online-Advertorial wird mit einem umfangreichen 4-wöchigen Kommunikationspaket beworben, bestehend aus folgenden Komponenten:

- dauerhafter Online-Beitrag auf **www.bauhandwerk.de** (bleibt auch nach den 4 Wochen weiterhin über die Suche auffindbar)
- redaktioneller Teaser auf der Startseite mit Verlinkung auf den Online-Beitrag (nach Verfügbarkeit)
- Medium Rectangle mit Platzierung auf der kompletten Website als Teaser mit Verlinkung auf den Online-Beitrag
- 1 Textanzeige im **bauhandwerk Newsletter** mit Verlinkung auf den Online-Beitrag
- beworbener Facebook- und Instagram-Post über die beiden Social Media-Kanäle der **bauhandwerk** mit Verlinkung auf den Online-Beitrag

Preis: 3.402,00 € zzgl. MwSt.
(Preis für 28 Tage / 4 Wochen)



Suchen? Finden!

Lassen auch Sie sich von den Marktakteuren der Bau- und Immobilienwirtschaft finden.

EINKAUFSFÜHRER BAU

Der Bauverlag EINKAUFSFÜHRER BAU ist die Online-Suchmaschine für die Profis am Bau. Diese suchen und finden auf www.EINKAUFSFUEHRER-BAU.de Hersteller zu allen Bauprodukten.

HANDWERKSBEREIBE, INGENIEURINNEN UND INGENIEURE
(aus den Bereichen Maler, Stuck, Putz, Trockenbau, Tischler, Dach- und Holzbau, Elektro, SHK, Metallbau)

BAUUNTERNEHMEN (im Hoch-, Tief-, Straßen-, GaLa- und Tunnelbau)

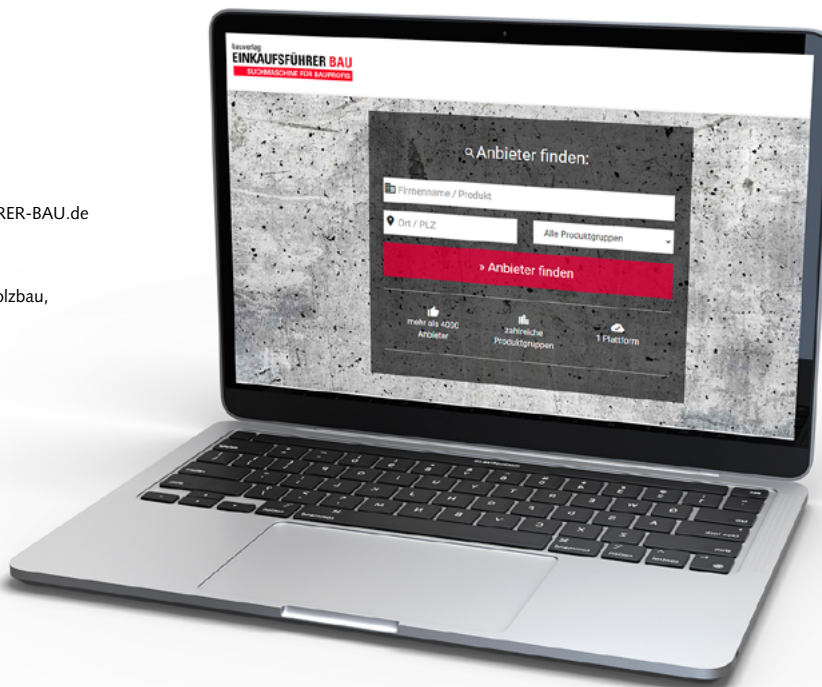
HANDEL
(Baumaschinen, Baustoffe, Dachbaustoffe, Tiefbaustoffe)

FACILITY MANAGER UND WOHNUNGSUNTERNEHMEN

ARCHITEKTINNEN UND PLANENDE BAUINGENIEURE

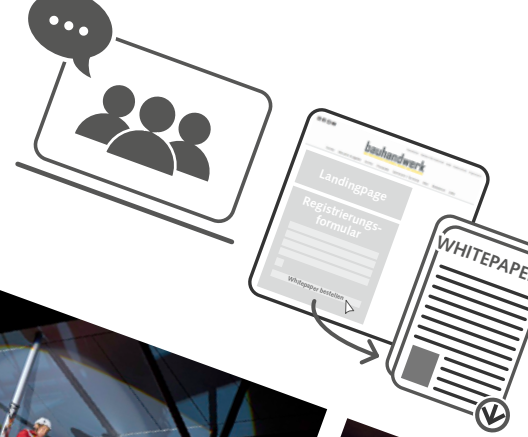
Angebot jetzt anfordern!

Narin Yelman
Sales Manager
Telefon: +49 5241 2151-4433
E-Mail: narin.yelman@bauverlag.de



PORTFOLIO

Kommunikationspakete	26
Leadgenerierung	27
Video-Advertorial	28
Events	29
Creative	30



Unsere Kommunikationspakete kombinieren – abgestimmt auf Ihr Kommunikationsziel – passende Werbemaßnahmen miteinander, damit Ihre Zielgruppe umfassend angesprochen wird.

Branding-Paket Online



Halfpage Ad auf
www.bauhandwerk.de



Wide Skyscraper im
bauhandwerk Newsletter

Laufzeit 4 Wochen
Preis: 2.786,40 € zzgl. MwSt.

Produktwerbung-Paket Crossmedia



Online-Advertorial auf
www.bauhandwerk.de



1/2 Seite Advertorial oder
Anzeige in der Printausgabe
von bauhandwerk

Laufzeit 4 Wochen
Preis: 7.813,80 € zzgl. MwSt.

Weitere Pakete mit passenden Digital- und Printformaten schnüren wir für Sie gerne auf Anfrage.

Gewinnen Sie wertvolle Leads mit der starken Medienmarke bauhandwerk!

Webinar

Wählen Sie ein interessantes Thema, erstellen Sie einen spannenden Vortrag und lassen Sie das Webinar durch unsere kompetente Fachredaktion der **bauhandwerk** moderieren und vom erfahrenen Event-Team des Bauverlags organisieren. Sie erhalten die Kontaktdaten der Teilnehmer.

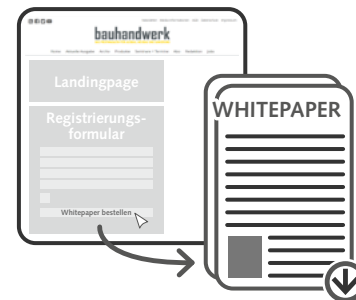
Preis: 6.490,00 €*



Whitepaper

Veröffentlichen Sie Ihre neutral gehaltenen, fachlich fundierten Informationen zu einem für die Zielgruppe interessanten Thema in einem nutzwertigen Whitepaper auf **bauhandwerk.de**. Interessierte User bestellen das Whitepaper, Sie erhalten im Nachgang die Kontaktdaten.

Preis: auf Anfrage



Fordern Sie auch unsere ausführlichen Info-Flyer an!

*Preis zzgl. 19% MwSt., keine AE/Rabatte.

Bitte beachten Sie, dass wir eine Vorlaufzeit von 8 Wochen benötigen. Die allgemeinen Geschäftsbedingungen finden Sie unter <https://bauverlag.de/agb>.



Video-Advertorials, die überzeugen!

Bewegte Bilder ziehen die Aufmerksamkeit auf sich. Inhalte und Produkte können lebendiger und emotional in Szene gesetzt werden; dadurch werden sie leichter wahrgenommen.

Im Gegensatz zu klassischen Werbespots vermitteln Video-Advertorials Informationen, Tipps oder Geschichten, die für den Zuschauer wertvoll erscheinen, während sie gleichzeitig subtil ein Produkt, eine Dienstleistung oder eine Marke fördern.

Der Fokus liegt oft darauf, dem Publikum nützliche Inhalte zu bieten und gleichzeitig das Bewusstsein für die beworbene Marke zu stärken, ohne dass die Werbung im Vordergrund steht.

Der Bauverlag besitzt nicht nur den Zugang zur Zielgruppe, sondern auch die Expertise, eine individuelle Storyline perfekt und maßgeschneidert für den Kunden in der Bauwirtschaft umzusetzen. Die Marken des Bauverlages liefern zudem Neutralität und Glaubwürdigkeit für Ihre Kommunikationsziele.

Wann realisieren wir unser gemeinsames Videoprojekt?

Kontaktieren Sie uns



Erdal Top
Director Video & Digital Services
Telefon: +49 5241 2151-3344
E-Mail: erdal.top@bauverlag.de



bau|||verlag Events

Networking für Architektur und Bau

Das Portal für Networking in Architektur und Bauwirtschaft

85 Veranstaltungen organisiert und plant der Bauverlag jährlich. Dazu gehören Eigenveranstaltungen, wie Kongresse, Messen und Fachforen. Darüber hinaus werden Kundenveranstaltungen konzipiert, geplant und durchgeführt.

Unsere Events bieten Ihnen

- Networking und Informationstransfer
- Kontakt zu Ihrer Zielgruppe und Top-Entscheidern in Architektur und Bauwirtschaft
- Neutrale Fachvorträge zu Trends und Entwicklungen
- intensiven Gedanken- und Informationsaustausch
- vertiefende Informationen durch begleitende Fachausstellungen
- neue, innovative Diskussions- und Präsentationsformate

Erweitern Sie Ihr Netzwerk. Nutzen Sie den fachlichen Austausch mit Kollegen und Branchen-Experten!

Kontaktieren Sie uns



Rainer Homeyer-Wenner
Head of Events
Telefon: +49 5241 2151-3311
E-Mail: rainer.homeyer-wenner@bauverlag.de



Malte Kienitz
Event Manager
Telefon: +49 5241 2151-2424
E-Mail: malte.kienitz@bauverlag.de



Heike Carpenter
Assistenz Eventmanagement
Telefon: +49 5241 2151-1155
E-Mail: heike.carpenter@bauverlag.de



Ihr Partner für Content-Marketing, individuelle Kommunikationslösungen und Networking

Wir unterstützen Sie dabei, Ihre Zielgruppe mit dem Besonderen zu erreichen. In enger Abstimmung mit unseren Fachredaktionen entwickeln wir für Sie maßgeschneiderte Online- und Printformate sowie Fachveranstaltungen.

Bauverlag Creative bietet Ihnen

- Supplements, Broschüren, Whitepaper
- Webseiten und Microsites
- Redaktionelle Videos und Imagefilme
- Social-Media-Content
- Moderation- und Veranstaltungsmanagement

Werden Sie sichtbar. Nutzen Sie die Reichweite und Kanäle des Bauverlags!

Kontaktieren Sie uns



Christian Ippach
Bauverlag Creative
Telefon: +49 5241 2151-7799
E-Mail: christian.ippach@bauverlag.de

DER BAUVERLAG

Standort und Geschäftsführung	32
Kontakte	33
Weitere Marken	35



Bauen. Wissen. Leidenschaft.

Architektur / Aufbereitung & Recycling / Baustoffe / Bauunternehmen / Stellenmarkt / Technische Gebäudeausrüstung / Verarbeiter / Wohnungs- und Immobilienwirtschaft



Michael Voss,
Herausgeber, Geschäftsführer
Telefon: +49 5241 2151-5511
E-Mail: michael.voss@bauverlag.de



Boris Schade-Bünsow
Geschäftsführer
Telefon: +49 30 88410626
E-Mail: boris.schade-buensow@bauwelt.de
Foto: © Jasmin Schuller

Bauverlag BV GmbH
Friedrich-Ebert-Straße 62
33330 Gütersloh
Telefon: 05241 2151 1000
E-Mail: info@bauverlag.de

www.bauverlag.de



Thomas Wieckhorst
Chefredakteur bauhandwerk
Telefon: +49 5241 2151-1133
E-Mail: thomas.wieckhorst@bauverlag.de



Bärbel Ellermann
Head of Job Market
Telefon: +49 5241 2151-1919
E-Mail: baerbel.ellermann@bauverlag.de



Ariane Ewers-Busche
Sales Manager Job Market
Telefon: +49 5241 2151-3000
E-Mail: stellenmarkt@bauverlag.de



Christiane Klose
Sales Manager Job Market
Telefon: +49 5241 2151-3000
E-Mail: stellenmarkt@bauverlag.de



Denise Spindelndreier
Sales Manager Job Market
Telefon: +49 5241 2151-3000
E-Mail: stellenmarkt@bauverlag.de

Wir planen mit Ihnen Ihre Zielgruppenansprache – rufen Sie uns an oder senden Sie eine E-Mail!



Bernd Fenske
Key Account Manager
Telefon: +49 89 24440-7344
E-Mail: bernd.fenske@bauverlag.de



Axel Gase-Jochens
Head of Digital Sales
Telefon: +49 5241 2151-2727
E-Mail: axel.gase-jochens@bauverlag.de



Stefan Hoffmann
Head of Sales Operations
Telefon: +49 5241 2151-4747
E-Mail: stefan.hoffmann@bauverlag.de



Andreas Kirchgessner
Key Account Manager
Telefon: +49 5241 2151-4411
E-Mail: andreas.kirchgessner@bauverlag.de



Oliver Kugel
Senior Sales Manager
Telefon: +49 5241 2151-3131
E-Mail: oliver.kugel@bauverlag.de



Sandra Pohlmann
Sales Service Manager
Telefon: +49 5241 2151-4848
E-Mail: sandra.pohlmann@bauverlag.de



Erdal Top
Key Account Manager
Telefon: +49 5241 2151-3344
E-Mail: erdal.top@bauverlag.de

Wir planen mit Ihnen Ihre Zielgruppenansprache – rufen Sie uns an oder senden Sie eine E-Mail!

