

# 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		
<b>PRINT</b>		<b>PORTFOLIO</b>	
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	<b>DER BAUVERLAG</b>	
		Standort und Geschäftsführung	32
<b>DIGITAL</b>		Kontakte	33
Website Nutzungsdaten	18	Weitere Marken	35
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](http://www.bauhandwerk.de). Auf [www.youtube.com/bauhandwerk](http://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				
<b>11/2024</b> <b>November</b>	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	
<b>12/2024</b> <b>Dezember</b>	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 <b>BAU</b> , 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				
<b>1-2/2025</b> 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 <b>BAU</b> , München
<b>3/2025</b> 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	
<b>4/2025</b> 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	
<b>5/2025</b> 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	
<b>6/2025</b> 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			
<b>7-8/2025</b> <b>Juli- August</b>	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	
<b>9/2025</b> <b>September</b>	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	
<b>10/2025</b> <b>Oktober</b>	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	
<b>11/2025</b> <b>November</b>	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 <b>A+A – Messe und Kongress für Arbeitsschutz und Arbeitssicherheit</b> Düsseldorf
<b>12/2025</b> <b>Dezember</b>	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 <b>DACH+HOLZ</b> 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 <b>FENSTERBAU</b> <b>FRONTALE</b> Nürnberg  24.-27.03.2026 <b>HOLZ-HANDWERK</b> 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](mailto: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
<b>Nielsen-Gebiet I</b>		
Schleswig-Holstein	3,3	664
Hamburg	1,5	306
Niedersachsen	8,7	1.742
Bremen	0,6	113
<b>Nielsen-Gebiet II</b>		
Nordrhein-Westfalen	20,5	4.088
<b>Nielsen-Gebiet IIIa</b>		
Hessen	7,2	1.430
Rheinland-Pfalz	5,7	1.135
Saarland	1,2	235
<b>Nielsen-Gebiet IIIb</b>		
Baden-Württemberg	14,1	2.822
<b>Nielsen-Gebiet IV</b>		
Bayern	16,7	3.341
<b>Nielsen-Gebiet V</b>		
Berlin	3,1	621
<b>Nielsen-Gebiet VI</b>		
Mecklenburg-Vorpommern	1,8	358
Brandenburg	3,4	688
Sachsen-Anhalt	2,4	482
<b>Nielsen-Gebiet VII</b>		
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><b>2/1 Seite</b></p>  <p>Anschnitt: 420 x 297 mm</p> <p>Preis (s/w bis 4c) 17.080,00 €</p>	<p><b>1/1 Seite</b></p>  <p>Anschnitt: 210 x 297 mm</p> <p>Preis (s/w bis 4c) 9.070,00 €</p>	<p><b>Juniorpage</b></p>  <p>Anschnitt: 148 x 210 mm</p> <p>Preis (s/w bis 4c) 5.390,00 €</p>	<p><b>1/2 Seite, quer</b></p>  <p>Anschnitt: 210 x 145 mm</p> <p>Preis (s/w bis 4c) 5.280,00 €</p>	<p><b>1/2 Seite, hoch</b></p>  <p>Anschnitt: 100 x 297 mm</p> <p>Preis (s/w bis 4c) 5.280,00 €</p>												
<p><b>1/3 Seite, hoch</b></p>  <p>Anschnitt: 70 x 297 mm</p> <p>Preis (s/w bis 4c) 4.250,00 €</p>	<p><b>1/3 Seite, quer</b></p>  <p>Anschnitt: 210 x 100 mm</p> <p>Preis (s/w bis 4c) 4.250,00 €</p>	<p><b>1/4 Seite, hoch</b></p>  <p>Anschnitt: 52 x 297 mm</p> <p>Preis (s/w bis 4c) 3.680,00 €</p>	<p><b>1/4 Seite, quer</b></p>  <p>Anschnitt: 210 x 74 mm</p> <p>Preis (s/w bis 4c) 3.680,00 €</p>	<p><b>1/4 Seite, Eckfeld</b></p>  <p>Anschnitt: 100 x 145 mm</p> <p>Preis (s/w bis 4c) 3.680,00 €</p>												
<p><b>1/8 Seite, hoch</b></p>  <p>Anschnitt: 52 x 145 mm</p> <p>Preis (s/w bis 4c) 2.720,00 €</p>	<p><b>1/8 Seite, quer</b></p>  <p>Anschnitt: 210 x 50 mm</p> <p>Preis (s/w bis 4c) 2.720,00 €</p>	<p><b>1/8 Seite, Eckfeld</b></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><b>Advertorial 1/1 Seite*</b></td> <td>9.070,00 €</td> </tr> <tr> <td><b>Advertorial 1/2 Seite**</b></td> <td>5.280,00 €</td> </tr> <tr> <td><b>Titelseite</b></td> <td>10.930,00 €</td> </tr> <tr> <td><b>Titelstory Grundpreis</b></td> <td>18.340,00 €</td> </tr> <tr> <td><b>Titelstory Messepreis</b> Ausgabe 1 BAU</td> <td>22.925,00 €</td> </tr> </tbody> </table>		Format	s/w bis 4c	<b>Advertorial 1/1 Seite*</b>	9.070,00 €	<b>Advertorial 1/2 Seite**</b>	5.280,00 €	<b>Titelseite</b>	10.930,00 €	<b>Titelstory Grundpreis</b>	18.340,00 €	<b>Titelstory Messepreis</b> Ausgabe 1 BAU	22.925,00 €
Format	s/w bis 4c															
<b>Advertorial 1/1 Seite*</b>	9.070,00 €															
<b>Advertorial 1/2 Seite**</b>	5.280,00 €															
<b>Titelseite</b>	10.930,00 €															
<b>Titelstory Grundpreis</b>	18.340,00 €															
<b>Titelstory Messepreis</b> 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](http://www.bauhandwerk.de) online.

**Sonderwerbformen:**

<b>Beihefter</b> (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

Postkarte	Preis %
Warenprobe, sonstige Beikleber	100,00 € 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.**

<b>Zeitschriftenformat:</b>	DIN A4 (210 mm breit x 297 mm hoch; unbeschnitten: 216 mm breit x 303 mm hoch)
<b>Satzspiegel:</b>	190 mm breit x 271 mm hoch 4 Spalten à 45 mm
<b>Druck- und Bindeverfahren:</b>	Offsetdruck, Klebebindung
<b>Datenübermittlung:</b>	- 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
<b>Datenformate:</b>	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.
<b>Farben:</b>	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:** Rechnungsn netto 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
	<b>100,0</b>	<b>23.945</b>

## 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
	<b>100,0</b>	<b>23.945</b>

## 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
	<b>100,0</b>	<b>23.945</b>

## 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
	<b>100,0</b>	<b>23.945</b>

## 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.

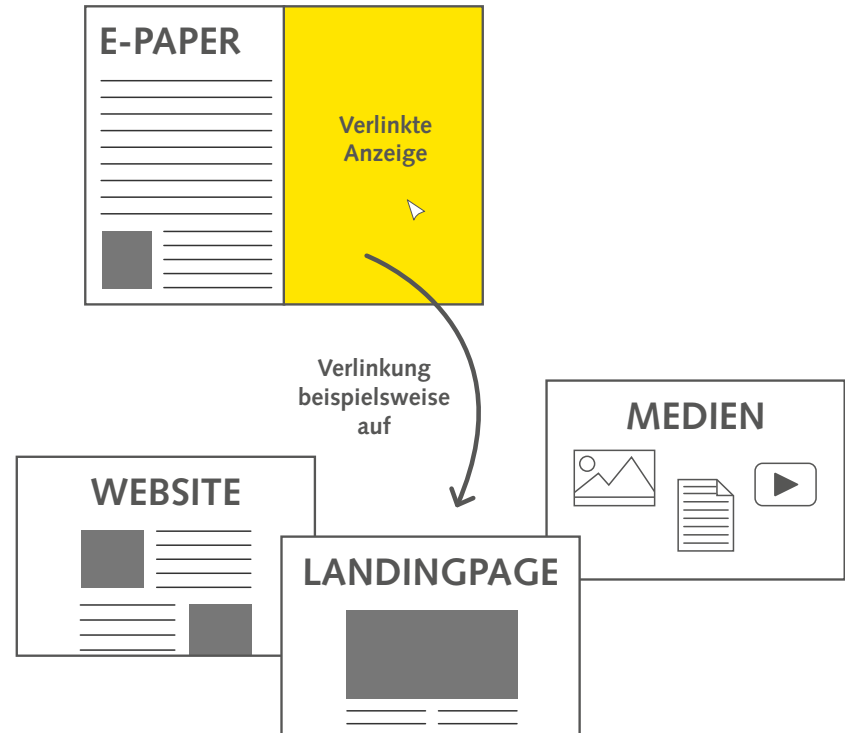
### Verlinkung im E-Paper

Steigern Sie die Effektivität Ihrer Werbekampagne durch Verlinkung Ihrer Anzeige in unserem E-Paper ([epaper.bauhandwerk.de](http://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 €





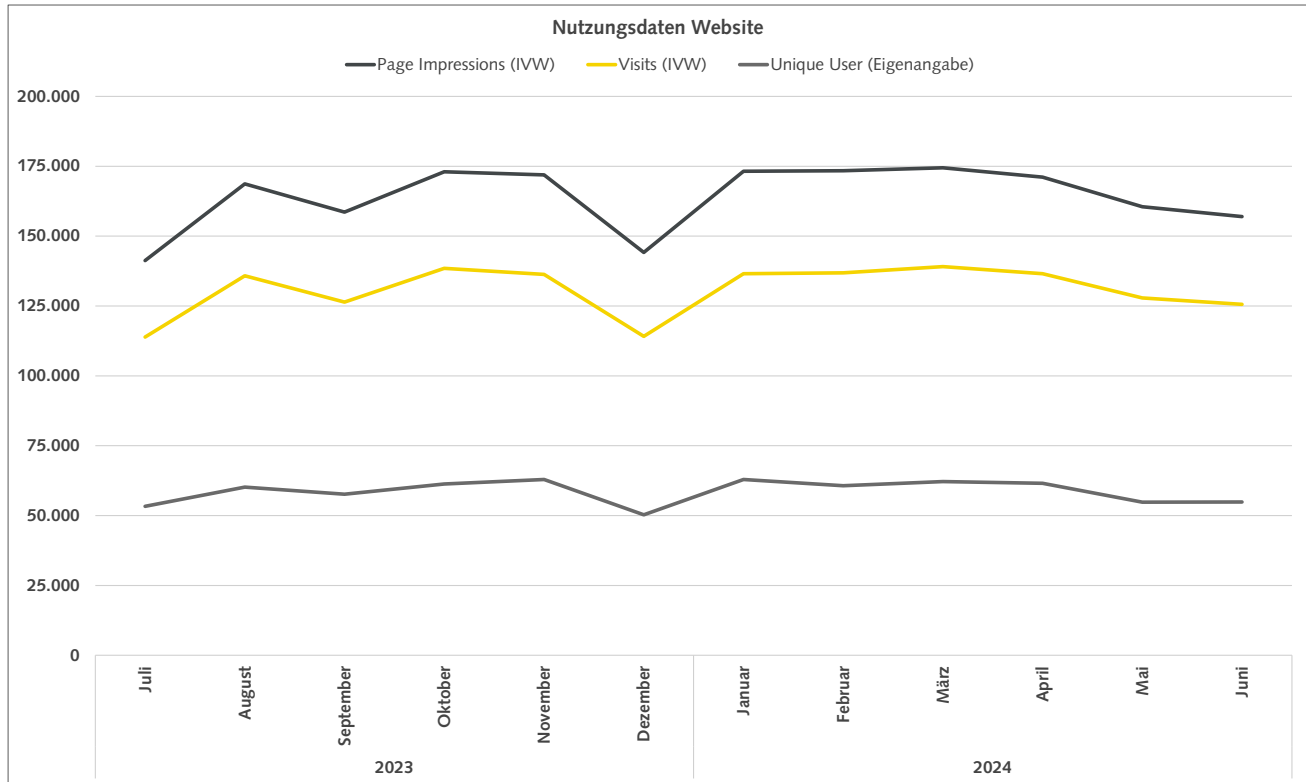
# DIGITAL

---

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](http://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](mailto: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.bauverlag.de/downloads/datenblatt-online.pdf](http://www.bauverlag.de/downloads/datenblatt-online.pdf).

**Format des Newsletters:**

HTML oder Text

**Lieferadresse:**

Bitte senden Sie die Werbemittel für Ihre Kampagne an [order.management@bauverlag.de](mailto: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 MetaInformationen:

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

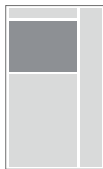
Sie erhalten eine Auswertung der Empfänger, Öffnungen des Newsletters und der Ad-Clicks.

**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

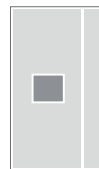


- Überschrift bis 50 Zeichen
- Text bis 500 Zeichen
- 1 Foto (275 x 255 Pixel)

**Platzierung:**  
im Content

**Preis:**  
900,00 €

#### Medium Rectangle

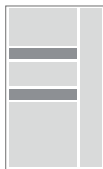


**Format:**  
300 x 250 px

**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](http://www.EINKAUFSFUEHRER-BAU.de) Hersteller zu allen Bauprodukten.

#### HANDWERKSBEREICHE, 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](mailto: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](http://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](http://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.

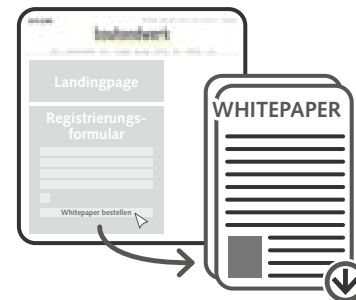
Preis: 6.490,00 €\*



#### 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](mailto: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](http://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!

