

Mediadaten 2026



siehe Seite 23



Preisliste Nr. 33
gültig seit 01.01.2024



Sonderhefte
„Das Objektgeschäft 2026“ und
„VB Vorbeugender Brandschutz“
siehe Seiten 9–11

media2b.

media2business GmbH
10400 Berlin
Telefon 030 42151-334
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 2026“	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
- Dipl.-Ing. Renè Ebert**, VdZ Wirtschaftsvereinigung Gebäude und Energie e.V., Berlin
- Dipl.-Ing. Karl-Heinz Kolberg**, Ingenieur- und Sachverständigenbüro Energie- und Gebäudetechnik, Schorfheide-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 VdZ 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 Wohnungsbau- und -genossenschaften; Planungsabteilungen in Installationsbetrieben; Bauämter
- 4 Erscheinungsweise:** 9 × jährlich + 2 Sonderausgaben
- 5 Heftformat:** DIN A4
- 6 Jahrgang:** 80. Jahrgang 2026
- 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:** media2business GmbH
Am Friedrichshain 22
10407 Berlin
Telefon: 030 42151-0
www.tga-praxis.de
- 11 Herausgeber:** Dr.-Ing. Stefan Schlegel
- 12 Anzeigen:** Marco Fiolka (verantwortlich)  -344
E-Mail: marco.fiolka@media2b.de
- 13 Redaktion:** Silke Schilling (verantwortlich)  -386
E-Mail: silke.schilling@media2b.de

14 Umfangsanalyse 2024 = 10 Ausgaben, 2 Sonderhefte

Gesamtumfang:	920 Seiten = 100,0 %
Redaktionsteil	681 Seiten = 74,0 %
Anzeigenteil	239 Seiten = 26,0 %
davon: Stellen- und Gelegenheitsanzeigen	0 Seiten = 0,0 %
Verlagseigene Anzeigen	51,5 Seiten = 21,5 %
Einhefter	0 Seiten
Beilagen	7 Stück

15 Inhalts-Analyse des Redaktionsteils:

681,0 Seiten = 100,0 %

Heizungsanlagen und Komponenten	99,5 Seiten = 14,6 %
Regenerative Energien	40 Seiten = 5,9 %
Sanitäre Anlagen und Einrichtungen	75,5 Seiten = 11,1 %
Klima- und Lüftungsanlagen	55,5 Seiten = 8,1 %
Gebäudeautomation/MSR-Technik	29,5 Seiten = 4,3 %
Gebäudesicherheit	16 Seiten = 3,8 %
Installationstechnik	26,5 Seiten = 3,9 %
Brand- und Schallschutz	24,5 Seiten = 9,6 %
Produkte/Geräte/Armaturen/Zubehör	68 Seiten = 10,0 %
Software/BIM/Projektmanagement	64 Seiten = 9,4 %
Normen und Recht	43 Seiten = 6,3 %
Unternehmen/Veranstaltungen/Bücher	77,5 Seiten = 11,4 %
Sonstiges	51,5 Seiten = 7,6 %



Ausgabe	Werbeumfelder/Produktbereiche			Messen	
1 Januar/ Februar AS 29.01. ET 19.02.	Vorbericht zur Light+Building, Frankfurt/M. – Produkte und Trends Heizungstechnik – Thermografie und Heizungs-Check – Wärmepumpen, Hybridsysteme – Regelungseinrichtungen und hydraulischer Abgleich – Wohnungsstationen Sanitärtechnik – Vorwandtechnik für öffentliche Sanitäranlagen – Schwimmbadtechnik – Hauseinführungen, Wand- und Deckendurchführungen – Abwasserpumpen und Hebeanlagen	Gebäudeautomation – Bus-Systeme – Hausautomation/Smart Home-Systeme – Verbrauchsdatenerfassung mit Smart Metering – Gebäudeleittechnik/MSR-Technik – Lichtsteuerung, Energiemanagement	Top-Thema BIM, Projektmanagement, Software	SWISSBAU Basel 20.02.–23.02.2026 GeoTHERM Offenburg 26.02.–27.02.2026	
2 März AS 25.02. ET 10.03.	Hauptausgabe zur SHK+E Essen – Produkte und Trends Sanitärtechnik – Trinkwasserhygiene und Systemtechniken – Regelarmaturen und Installationstechnik – Bodenebene Duschen in der Hotellerie und in Krankenhäusern Heizungstechnik – Hybridlösungen – Fernwärmenetze – Hocheffizienzpumpen – Wärmepumpen, BHKWs, PV und Speicher	Klima- und Lüftungstechnik – kontrollierte Wohnungslüftung – RLT-Anlagen – Infektionsschutz (Schulen, Kitas) – Split-, Multi-Split- und VRV (F)-Anlagen – Radial- und Axialventilatoren	Top-Thema Heizungswasser-aufbereitung	Light+Building Frankfurt 08.03.–13.03.2026 SHK+E Essen 17.03.–20.03.2026 digitalBAU Köln 24.03.–26.03.2026	
3 April AS 19.03. ET 02.04.	Hauptausgabe zur IFH/Intherm, Nürnberg – Produkte und Trends Heizungstechnik – Flächenheizung und -kühlung, Regelsysteme – Abgasanlagen – mobile Heiz- und Klimazentralen – Strahlungsheizungen – Wärmepumpen Installationstechnik – Rohrsysteme und -materialien – Dämmung, Schallschutz, Brandschutz – Diffusionssicherheit von Kunststoffrohren	Sanitärtechnik – Duschabtrennungen – Badkeramiken für Hotelbäder – insbesondere Hygieneanforderungen – Schwimmbadtechnik – Berührungslose Armaturen – Schutz vor Kontaktinfektionen	Top-Thema Raumlufttechnik und -hygiene	IFH/Intherm Nürnberg 14.04.–17.04.2026	
Sonderheft AS 28.04. ET 21.05.	„VB Vorbeugender Brandschutz“ Sonderheft für den organisatorischen, baulichen & technischen Brandschutz Auflage: 20.000 Weitere Infos: siehe Seite 9				
4 Juni AS 29.05. ET 17.06.	Heizungstechnik – Hydraulischer Abgleich und EnEV – Wärmetauscher – Raum- und Zonenregelungssysteme – Boden-, Wand-, Deckenheiz- und -kühlsysteme – PV, Speichersysteme und Ladeinfrastruktur	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 Trinkwasser-hygiene	The smarter E Europe München 23.06.–25.06.2026 FeuerTRUTZ Nürnberg 24.06.–25.06.2026

Ausgabe	Werbeumfelder/Produktbereiche				Messen
5 Juli/ August AS 22. 07. ET 10. 08.	Wasseraufbereitung – Legionellenproblematik in haustechnischen Anlagen – Enthärtung/Entkalkung von Trinkwasseranlagen – Schwimmbadtechnik	Heizungstechnik – Dampf- und Spezialkesselanlagen – Units, Kaskaden- und Hybridlösungen – Heizen mit Flüssiggas und erneuerbaren Energien – Software und 3D-Visualisierung und BIM	Lüftungstechnik – dezentrale Lüftungstechnik – Hygiene in RLT-Anlagen/Infektionsschutz – Fettabscheider, Filter – Wärmetauscher	Top-Thema Regen- und Betriebswasser-nutzung 	
Sonderheft AS 21. 07. ET 14. 08.	„Das Objektgeschäft 2026“ Profitieren mit effizienter Gebäudetechnik Auflage: 20.000 Weitere Infos: siehe Seiten 10–11				
6 September AS 31. 08. ET 17. 09.	Heizungstechnik – Brennwert- und Speichertechnik – Sensoren und Fühler für die Heizungssteuerung – Mobile Heizzentralen – Verbrauchsdatenerfassung – Hybridsysteme, BHKWs, Wärmepumpen	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 Flächenheiz- und -kühlsysteme	security Essen Essen 20. 09.–23. 09. 2026
7 Oktober AS 14. 09. ET 01. 10.	Hauptausgabe zur Chillventa – Produkte und Trends Klima- und Lüftungstechnik – Energieeffiziente Ventilatoren – Brandschutzklappen – Mono-, Split- und Multisplit-Klimageräte – Kältemaschinen	Heizungstechnik – Klimadecken – Fernwärmetechnik – Hallenbeheizung und -lüftung – Thermostate und Ventile	Sanitärtechnik – Sanitärausstattung für den öffentlichen Bereich – Rückstauverschlüsse – Abwasser-Hebeanlagen – Reihen-Waschanlagen für öffentliche Bereiche	Top-Thema Wärmepumpen	gedatec Berlin Berlin 13. 10.–15. 10. 2026 Chillventa Nürnberg Nürnberg 13. 10.–15. 10. 2026
8 November AS 27. 10. ET 13. 11.	Hauptausgabe zur GET NORD, Hamburg – Produkte und Trends Heizungstechnik – PV und Stromspeicher zur Heizungsunterstützung – Brennwerttechnik – Mobile Heiz- und Klimazentralen – Konvektoren – Hybrid und H2 ready	Sanitärtechnik – Boden-, Dach- und Kellerabläufe – Grauwasseraufbereitung und -nutzung – Rohrdurchführungen – Fettabscheider	Gebäudeautomation – Wärmemengen- und Wasserverbrauchserfassung – Hausautomation – Thermostate, Ventile, Stellantriebe, Sensoren – Lichtsteuerung und Zutrittskontrolle – Brandschutz und Gebäudesicherheit	Top-Thema Barrierefreie Badgestaltung	GET Nord Hamburg Hamburg 19. 11.–21. 11. 2026 & Verleihung  DEUTSCHER TGA-AWARD
9 Dezember AS 25. 11. ET 14. 12.	Hauptausgabe zur BAU, München – Produkte und Trends Klima- und Lüftungstechnik – Kältemittel und Wärmepumpen – Klimatisierung von Industriehallen – Brandgas- und Entrauchungsanlagen/RWA – Luftleitungen und -durchlässe, Filtertechnik	Heizungstechnik – Wohnungsstationen – Regelung für Flächentemperierungssysteme – Hocheffizienzpumpen – Hygieneanforderungen an Heizkörper	Sanitärtechnik – Duschrinnen-Trends – Design im Bad – Lösungen für kleine Bäder – Vorwandtechnik	Top-Thema Berichterstattung DEUTSCHER TGA AWARD Smart Home/ Smart Building	BAU München München 11. 01.–15. 01. 2027

1 Auflagenkontrolle:

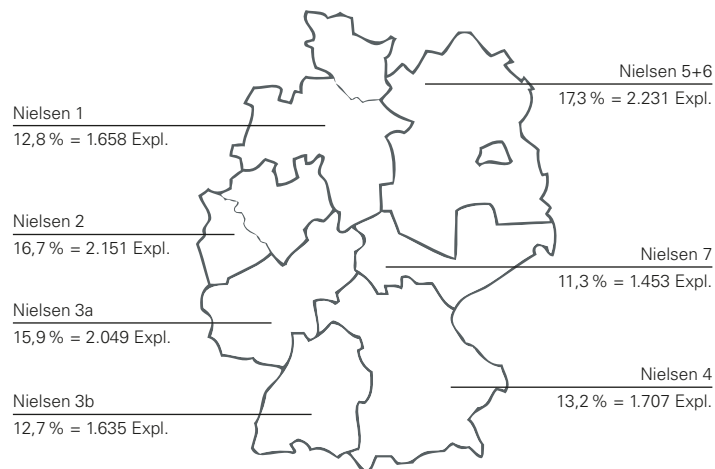
2 Auflagenanalyse: Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt (III/2024 bis II/2025)

Druckauflage	13.200		
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):	12.973	davon Ausland:	87
Verkaufte Auflage:	2.581	davon Ausland:	45
abonnierte Exemplare:	1.579	davon Mitgliederstücke:	1.179
Einzelverkauf:	0		
sonstiger Verkauf:	1.002		
Freistücke:	10.700		
Rest-, Beleg- und Archivexemplare:	227		

3 Geografische Verbreitungsanalyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	99,3	12.886
Ausland	0,7	87
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	12.973

3.1 Verbreitung nach Nielsengebieten:



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:

50.608

2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger:

(Wechsel nach jeder 3. Ausgabe)

47.275

2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

Verkaufte Auflage		2.581
davon: abonnierte Exemplare	1.579	
Einzelverkauf	0	
sonstiger Verkauf	1.002	
Freistücke		10.392
davon: ständige Freistücke	752	
wechselnde Freistücke	9.455	
Werbeexemplare	185	
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)		12.973
davon: Inland	12.886	
Ausland	87	

3 Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA)	12.973 = 100,0 %
Davon in der Untersuchung nicht erfasst:	185 = 1,4 %
Einzelverkauf	0
sonstiger Verkauf	1.002
Werbeexemplare	185
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA)	12.788 = 98,6 %

3.2 Tag der Datei-Auswertung:

22. Juli 2025

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/2024 bis II/2025

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	7.537
Wohnungsbaugesellschaften/-genossenschaften/-verwaltungen	9,8	1.271
Installationsbetriebe mit Planungsabteilung	15,1	1.959
kommunale oder staatliche Bauämter	3,8	493
Bauabteilungen in Banken, Versicherungen, Industrie, Produktion, Handel, Gewerbe, Post/Kirche/Militär	8,0	1.038
Handel mit Produkten der Gebäudetechnik	0,9	115
Verbände, PR/Marketing	4,1	534
Sonstiges	0,2	26
tatsächlich verbreitete Auflage	100,0	12.973

Tätigkeitsmerkmal: Stellung (Position) im Betrieb

	Anteil an TvA	
	%	Exemplare
Inhaber/Mitinhhaber	48,5	6.292
Vorstand/Geschäftsführer	12,1	1.570
Abteilungsleiter, Gruppenleiter, Projektleiter	17,5	2.270
Bereichs-, Amtsleiter	7,3	947
technischer Angestellter/Fachingenieur	8,8	1.142
Meister, Geselle, Monteur	1,4	182
Sonstiges	3,7	480
keine Angabe	0,7	90
tatsächlich verbreitete Auflage	100,0	12.973

Brandschutz geht alle an!

Brandschutz ist interdisziplinär und eine permanente Aufgabe, die ein gemeinsames Planen und Handeln voraussetzt. media2business 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 media2business-Verlagsgruppe für eine durchgängige Kommunikation, wenn es darum geht, den Brandschutz gewerkeübergreifend durchzusetzen.

Ansprechpartner: Marco Fiolka
E-Mail: marco.fiolka@media2b.de
Telefon: 030 42151-344

Termine:

Anzeigenschluss: 28.04.2026
Druckunterlagen: 06.05.2026
Erscheinen: 21.05.2026



Zeitschriftenformat:

210 mm breit x 297 mm hoch

Satzspiegel:

185 mm breit x 266 mm hoch

Formate und Preise:

	B x H Satzspiegel in mm	im Anschnitt* in mm	Preis 4-farbig in €
1/1 Seite	185 x 266	210 x 297	7.500,-
1/2 Seite hoch	90 x 266	105 x 297	3.900,-
1/2 Seite quer	185 x 130	210 x 146	3.900,-
1/3 Seite hoch	58 x 266	70 x 297	2.900,-
1/3 Seite quer	185 x 87	210 x 106	2.900,-
1/4 Seite Eckfeld	90 x 130	105 x 146	2.300,-
1/4 Seite quer	185 x 63	210 x 83	2.300,-
1/8 Seite Eckfeld	90 x 63	105 x 83	1.300,-
1/8 Seite quer	185 x 29	210 x 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 2026“ – 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, öffentliche Einrichtungen, SHK-Betriebe mit angeschlossener Planungsabteilung, Industrie und Banken usw.

Verbreitung:
Erhöhte Auflage:
20.000 verbreitete Exemplare

Zielgruppen- und Abonutzung der Titel von media2business:
„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 2026“:

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 09.06.2026 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@media2b.de

Ansprechpartner Anzeigen/Promotion:

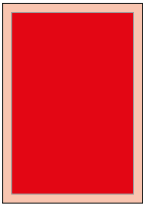
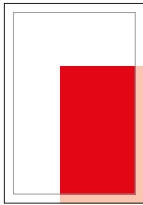
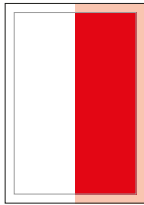
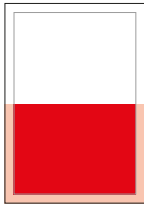
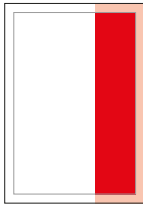
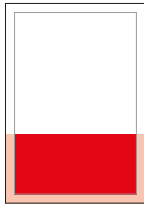
Marco Fiolka Telefon: 030 42151-344
E-Mail: marco.fiolka@media2b.de

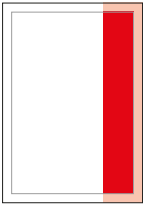
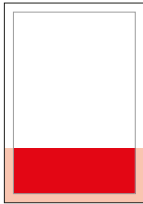
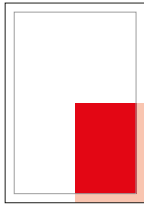
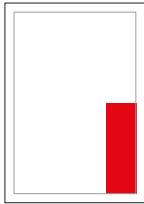
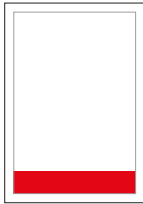
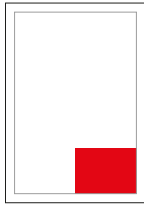
Termine:

Manuskripte: 09.06.2026
Anzeigenschluss: 21.07.2026
Druckunterlagen: 24.07.2026
Erscheinen: 14.08.2026

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,- €

2 Zuschläge:	4. Umschlagseite	7.250,- €
	2. Umschlagseite	7.250,- €
Platzierung	Titel	auf Anfrage
Farbe	Farbe wird über Farbzuschlag berechnet (nicht rabattierbar).	
	je Normalfarbe (Euroskala)	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@media2b.de

7 Zahlungs- bedingungen/ Zahlungs-: empfänger:	media2business GmbH
	Commerzbank
	Konto-Nr.: 976005900
	BLZ: 120 400 00
	IBAN: DE88 1204 0000 0976 0059 00
	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@media2b.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

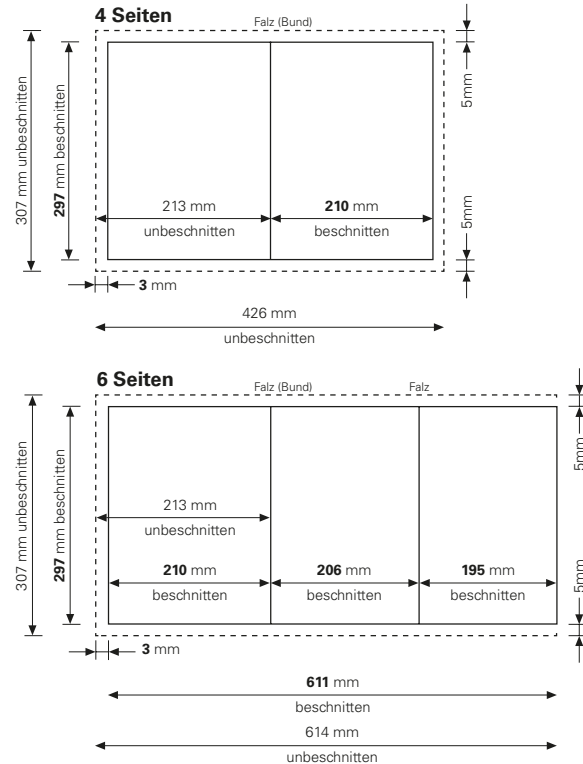
Technische Angaben:

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. Erschwernisse 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

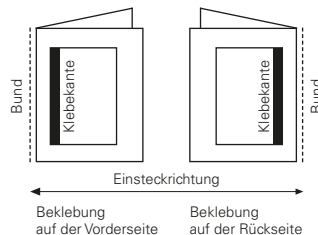
Benötigte Liefermenge: 13.500 Exemplare einschließlich Zuschuss

Anlieferungstermin:

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/2026,
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:	media2business GmbH 10400 Berlin · Deutschland Hausanschrift: Am Friedrichshain 22 · 10407 Berlin
Ansprechpartner Redaktion:	Silke Schilling, Chefredakteurin E-Mail: silke.schilling@media2b.de Telefon: 030 42151-386
Ansprechpartner Online-Werbung:	Marco Fiolka, Anzeigenleiter E-Mail: marco.fiolka@media2b.de Telefon: 030 42151-344
Zahlungs- bedingungen/ Zahlungs-: empfänger:	media2business GmbH Commerzbank Konto-Nr.: 976005900 BLZ: 120 400 00 IBAN: DE88 1204 0000 0976 0059 00 BIC: COBADEFFXXX UST-Ident-Nr.: DE 137189299 14 Tage nach Erhalt der Rechnung netto. Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

The screenshot displays the homepage of 'Moderne Gebäudetechnik', a TGA specialist journal. The header includes the site logo, navigation links (Aktuelles, Fachartikel, Magazin, etc.), and a newsletter sign-up box. A prominent advertisement for 'RadiCal 2' by ebmpapst highlights energy savings of 18%. Below this, several article teasers are visible, such as 'Regenwasser in der Schwammstadt' and 'Der Klassiker' featuring a book 'Das Objektgeschäft'. A search bar and a newsletter subscription form are located at the bottom of the page.

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@media2b.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 Hauptnavigation	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:	media2business GmbH 10400 Berlin · Deutschland Hausanschrift: Am Friedrichshain 22 10407 Berlin
Ansprechpartner Redaktion:	Silke Schilling, Chefredakteurin E-Mail: silke.schilling@media2b.de Telefon: 030 42151-386
Ansprechpartner Anzeigen:	Marco Fiolka, Anzeigenleiter E-Mail: marco.fiolka@media2b.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



Liebe Leserinnen und Leser,

willkommen zum ersten Newsletter nach der Sommerpause. Wir hoffen, Sie hatten etwas freie Zeit und auch die Möglichkeit, sie zielführend für Ihre Erholung und Entspannung zu nutzen. Wir möchten auf die neue Jahresausgabe des Sonderheftes **Das Objektgeschäft** hinweisen, das wir noch vor der Pause in die Druckerei gegeben hatten. Es eröffnet wie gewohnt mit diversen Fachartikeln: zu Raumluft- und Klimatechnik, Kältemitteln und Wärmepumpen, Cybersicherheit und mehr. Zahlreiche Projektberichte zeigen die Anwendungsbreite und den Erfolg von Produktinnovationen der Industrie. Auch die **Sommer-MGT**, traditionell und der Jahreszeit angepasst mit dem Top-Thema Regenwasser und wie man mit seinem Überfluss oder Mangel umgeht, ist zwischenzeitlich erschienen.

Beste Grüße

Silke Schilling, Chefredaktion Moderne Gebäudetechnik

Anzeige



Webinar: statisch, dynamisch oder thermisch-adaptiver Abgleich?

Der hydraulische Abgleich ist (gefühl) wie die Steuererklärung: Mitnichten kompliziert, fehlt es oft an der richtigen Informationsbasis. Je nach Gebäudetyp bzw. Heizungsanlage ist der hydraulische Abgleich nicht nur Stand der Technik, sondern auch für Fördergelder Pflicht. Im Markt kursiert Vieles: Vom einmaligen Abgleich bis hin zu Lösungen, die vollautomatisch funktionieren. Doch welches Verfahren eignet sich für welchen Einsatz? Das IMI Heimier-Webinar (23.9.25, 16 Uhr) liefert Antworten.

[weiterlesen >>](#)

AKTUELLE MELDUNG



CO₂-Preis:

ETS-2 kann Heizkosten signifikant nach oben treiben

Die künftig EU-weit einheitliche CO₂-Bepreisung kann für Vermieter wie Mieter erhebliche finanzielle Auswirkungen haben. Effizienzunternehmen raten zu

Termine Newsletter 2026:

Januar	22. 01. 2026
Februar	05. 02. 2026 12. 02. 2026 19. 02. 2026
März	05. 03. 2026 12. 03. 2026 19. 03. 2026 26. 03. 2026
April	02. 04. 2026 09. 04. 2026 23. 04. 2026
Mai	07. 05. 2026 21. 05. 2026
Juni	11. 06. 2026 25. 06. 2026
Juli	09. 07. 2026 23. 07. 2026
August	06. 08. 2026 20. 08. 2026
September	03. 09. 2026 10. 09. 2026 17. 09. 2026 24. 09. 2026
Oktober	01. 10. 2026 08. 10. 2026 22. 10. 2026 29. 10. 2026
November	05. 11. 2026 12. 11. 2026 26. 11. 2026
Dezember	10. 12. 2026

	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.

Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) für Anzeigen, Fremdbeilagen und Online-Werbung

1. **„Anzeigenauftrag“** im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung von Anzeigen und Fremdbeilagen in einer Druckschrift sowie über Online-Werbung zum Zweck der Verbreitung. Ein Abschluss erfolgt unter Beachtung der gemäßigte Preise zu gewöhnlichen Rabatte. Rechtverbindliche Anzeigenaufträge kommen erst durch schriftliche Bestätigung des Auftraggebers zustande.
2. **Abzug:** Anzeigen und Fremdbeilagen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abzug von Anzeigen und Fremdbeilagen innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwehnen, so ist der Auftraggeber verpflichtet, die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abzurufen und veröffentlicht zu wird.
3. **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 Preisliste abzurufen.
4. **Online-Werbung:** (z.B. Homepage, Newsletter, etc.) Der Auftraggeber hat während der gesamten Laufzeit des Auftrages die Webseiten bzw. Die Online-Werbung verlinkt werden soll, aufrecht zu erhalten. Vorbehaltlich entgegenstehender Individualvereinbarungen sind die vom Bannersterns Verlag für die Webseiten genannte Werte bei den Visits und Page Impressions maßgeblich.
5. **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 oder die Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unannehmbar ist oder Belangen durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandsfalls der Zeitung, der Zeitschrift oder des verlagserhaltenen 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.
6. **Anzeigenschluss:** In die in den Preislisten angegebenen Anzeigenschlüsse sind für den Verlag unverbindlich. Dem Verlag steht es frei, Anzeigenschlüsse termine kurzfristig, dem Produktionsprozess entsprechend, anzupassen.
7. **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 Rückträge, die nach dem Anzeigenschluss bzw. dem Beginn der Kampagne eingehen, werden frühestens für die nächste Print-Ausgabe bzw. Online-Kampagne wirksam. Anzeigenschluss nach Anzeigenschluss bzw. dem Beginn der Kampagne grundsätzlich nur aus wichtigem Grund gekündigt werden. Für die Kündigung reichen Telefax oder E-Mail.
8. **Platzierung von Anzeigen:** Anzeigen werden in bestimmten Nummern, Ausgaben oder an bestimmten Stellen der Druckschrift oder der Online-Medien veröffentlicht, in dem dies bei der Auftragserteilung schriftlich, auch per Telefax und E-Mail vereinbart und vom Verlag bestätigt wird. Rubrikanzeigen werden grundsätzlich nur in der jeweiligen Rubrik veröffentlicht. Sofern keine eindeutigen Platzierungsvorgaben gemacht werden, kann der Verlag die Platzierung frei bestimmen.
9. **Haftung für die Inhalte:** Der Auftraggeber trägt die Verantwortung 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 einer Gegenklage, die sich auf falschen Behauptungen der veröffentlichten Anzeige bezieht, zu tragen, und zwar nach Maßgabe des jeweils gültigen Anzeigenpreises. Der Auftraggeber übernimmt auch nach Auftragsende keine Ansprüche gegen den Verlag.
10. **Druckunterlagen:** Für die rechtzeitige und einwandfreie Lieferung des Anzeigentextes in Druckunterlagen, Belagen 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 und der Wunsch nach einer von 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 Datenmaterial 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 gesendet.
- Abdruckhöhe von Anzeigen:** Sind keine besonderen Größenvorschriften vereinbart oder vorgegeben, wird die Anzeige mit der für eine solche Anzeige üblichen Höhe abgedruckt und berechnet. Weicht bei einer fertig angelegten Druckvorlage 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.
- Probeabzug:** Vor der Druckfertigung werden die Druckvorlagen auf Vollständigkeit und die Fehlerlosigkeit geprüft. Der Auftraggeber ist verpflichtet, die bei der Übersendung des Probeabzugs gesetzte Frist mitzuteilen. Sendet der Auftraggeber den ihm rechtzeitig übermittelten Probeabzug nicht innerhalb der gesetzten Frist zurück, so gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge.
- Werden Druckvorlagen oder Online-Werbung digital:** z.B. Diskette, CD-ROM oder durch Fernübertragung z.B. ISDN, E-Mail papieren an den Verlag übergeben, gehen zusätzlich die folgenden Bestimmungen:
- 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. Anzeigenaufträge sollten nur mit geschlossenen Dateien digital übergeben werden, die der Verlag inhaltlich nicht ändern kann. Der Verlag kann offene Dateien z.B. unter Corel Draw, QuarkXPress, Freehand gespeicherte Dateien ablehnen. Der Verlag haftet nicht bei fehlerhafter Verarbeitung 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 Prüfdrucke müssen zur Kontrolle der Farbverbindlichkeit in der FOGRA/UGRA-Medienlinie in der aktuellen Version enthalten. Andrucke müssen einen offiziellen Druckkontrollstempel aufweisen. Ohne Farb-Proof des Auftraggebers sind Farbabweichungen unvermeidbar. Diese können keine Ersatzansprüche des Auftraggebers auslösen. In jedem Fall ist ein Ausdruck per Fax an den Verlag einzureichen, um sachliche Rückmeldung 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 Beilegung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
12. **Chiffrenzeilen:** Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen zur Abholung aufbewahrt bzw. dem Auftraggeber auf dem normalen Postweg weitergeleitet, auch wenn es sich um Anzeigen handelt, die nicht abzurufen sind. Anzeigen, die nicht abzurufen sind, werden dem Auftraggeber auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Nicht abgeholte Zuschriften vernichtet. Der Verlag behält sich im Interesse und zum Schutz des Auftraggebers das Recht vor, die eingehenden Angebote zur Ausschaltung von Missbrauch des Zifferndienstes zu Prüfzwecken zu öffnen. Der Auftraggeber kann den Verlag berechneten, Zuschriften auf Ziffernanzeigen zu öffnen.
13. **Errechnung Abnahmegebühren:** Bei der Errechnung der Abnahmegebühren werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
14. **Zusätzliche Satzkosten:** Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarte Druckunterlagen der Auftraggeber zu tragen. Gleiches gilt für vom Auftraggeber gelieferte Druckvorlagen, deren Behandlung oder nachträgliche Änderung zusätzliche Kosten verursachen.
15. **Nachlässe:** Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtschritte, 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.

16. **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.
17. **Abweichende Preise:** Für Anzeigen in Verlagsbeilagen und redaktionell gestaltete Anzeigen, Anzeigen in Sonderveröffentlichungen und Kollektiven sowie für die Onlinevererbung und für Anzeigen, welche nach Anzeigenschluss verkauft werden, kann der Verlag der Preisliste abweichende Preise festsetzen.
18. **Anzeigenschluss:** Der Auftraggeber ist verpflichtet, die Anzeigen innerhalb der in der Preisliste angegebenen Fristen zu liefern. Bei mehr als einer Anzeigenschlussfrist kann der Auftraggeber einen Anspruch auf Preisermäßigung hergeleitet werden, wenn die in der Preisliste garantierte verkaufte Auflage im Gesamtumsatz des vergangenen Inserationsjahres laut IWM-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 Anzeige vom Verlag zurücktreten konnte. Änderungen des Heftumfangs behält sich der Verlag vor.
19. **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.
20. **Bei Zahlungsverzug** oder Stellung wider die gesetzlichen Zinsen, im kaufmännischen Geschäftverkehr in Höhe von neun Prozentpunkten über dem Basiszinssatz der Europäischen Zentralbank ab Fälligkeit des Rechnungsbetrages, sowie einen Verzugschadenspauschale in Höhe von 40,00 € berechnete, die auf einem geschuldeten Betrag der Zahlungsvorgang von Unternehmen und Verbrauchern des weiteren Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungslauf von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offestehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
21. **Gewährleistung:** Bei fehlerhafter 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. Seit etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkannt, sondern werden dieselben erst bei der Produktion deutlich, so hat der Auftraggeber bei ungenügendem Abdruck keine Gewährleistungsansprüche. Das gleiche gilt bei Fehlern in wiederholt erscheinenden Anzeigen, wenn der Auftraggeber nur Drucklegung der Druckunterlagen auf der Grundlage der Druckunterlagen des Verlags und/oder der Druckunterlagen des Auftraggebers 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 unentscheidbare 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 glatte Wiedergabe der veröffentlichten Wiedergabe der Online-Werbung zu ermöglichen. Bei einem Ausfall des Servers über einen erheblichen Zeitraum (mehr als 10 % der Wochenzeit) einer zeitgebundenen Fechtung, wird der Verlag versuchen, den Ausfall an Medialeistung nachzurollen 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 Medialeistungen. 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 erreichbar innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der vertraglich vereinbarten Schaltung andauert. Beachtet der Auftraggeber diese Geschäftsbedingungen oder die Empfehlungen des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von digitalen Druckunterlagen und Online-Werbung, so steht ihm keine Ansprüche wegen fehlerhafter Anzeigenveröffentlichung zu. Der Verlag gewährleistet die drucktechnisch zeitbedingte bestmögliche Wiedergabe der Anzeige 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, in dem der Mangel festgestellt wurde, und der Reklamation. 22.a) **Zur Haftung**, gleich aus welchem Rechtsgrund einschließlich unerlaubter Handlungen, ist der Verlag nur verpflichtet, solche Schäden (1) durch schuldhafte Verletzung einer vertragsgegenständlichen Pflicht (Kardinalpflicht) durch den Verlag in eine des Erreichens des Vertragszwecks gefährdenden Weise verursacht werden oder (2) durch Fahrlässigkeit oder Vorsatz von dem Verlag zurückzuführen sind. b) **Haftet der Verlag gemäß Ziffer a) (1) für die Verletzung einer vertragsgegenständlichen Pflicht**, ohne dass ihm grobe Fahrlässigkeit oder Vorsatz zur Last fallen, ist die Haftung von dem Vertrag auf die vereinbarten Anzeigenpreise beschränkt. c) **Haftet der Verlag gemäß Ziffer a) (1) oder (2) für 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. d) **Die haftenden Schäden** umfassen den Gewinn und den vergeblichen Aufwendungen hatten der Vertrag nicht, sofern diese nicht auf Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit von Organen oder leitenden Angestellten des Verlags zurückzuführen sind. e) **Ansonsten ist jede Haftung** des Verlages auf solche typischen Schäden beschränkt, mit deren Eintritt der Vertrag nach den ihm bei Vertragsabschluss bekannten Umständen vernünftigerweise rechnen konnte. f) **Der Ausschluss** oder die Begrenzung von Ansprüchen kann, den vorstehenden Ziffern ab a) bis e) schließt Ansprüche gegen Mitarbeiter und Beauftragte des Verlags ein. g) **Eine Haftung** des Verlages wegen Personenschäden während zwischenzeitlicher Eigenschaften oder nach dem Produktionsgeschäft besteht unberührt. h) **Keine Ansprüche** des Auftraggebers bestehen für den Fall, dass die Nichtverfügbarkeit auf Arbeiten oder Wartungsaufgaben beruht, die lediglich im Interesse des Auftraggebers erfolgen. i) **Der Auftraggeber übernimmt keine Haftung** für Fehler aus telefonischen oder ferschriftlichen Übermittlungen jeder Art. Eine Haftung wird auch nicht übernommen, wenn die Haftung auf dem Verhalten des Auftraggebers beruht. Der Auftraggeber haftet dem Verlag für die Einhaltung der vereinbarten Zahlungsfristen. Die eventuell entstehenden Mehrkosten z.B. zur Nachbesserung der Druckunterlagen oder für Maschinenteile müssen weiterberechnet werden. j) **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-Selbstpreis gemäß der im Tarif festgelegten Verkaufsauflage zu bezahlen. k) **Erfüllungsrost 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 Verlags**
1. Die allgemeinen Geschäftsbedingungen, die Auftragsbestätigung und die jeweils gültige Preisliste sind für jeden Auftrag maßgebend. Abweichende Geschäftsbedingungen werden erst gültig durch schriftliche Bestätigung des Verlages.
2. Die **Werbungsmittel** 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 Mitteilungvergütung darf an die Auftraggeber weitergeben, ganz oder teilweise weitergegeben werden.
3. Bei Auftraggeber/Werbeagenturen, die zum ersten Mal mit dem Verlag in Geschäftsverbindung treten, kann **Vorauskasse** zum Anzeigenschlusstermin verlangt werden.
4. Der Auftraggeber überträgt der Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Print- und Online-Medien aller Art (inklusive Internet) erforderlichen unbeherrschten Nutzungs- und sonstigen Rechte, insbesondere zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Entnahme aus einer Datenbank und Abzug, 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@media2b.de

Arbeitsrecht



Elektrotechnik



Immobilien und Gebäudetechnik

