

Lüftung/Klima · Heizung/Sanitär  
Gebäudetechnik

## MEDIAINFORMATIONEN 2019



# HLH 2019

Die **HLH** ist mit einer **Auflage** von **12.000** Exemplaren, davon **8.253 abonniert**, der führende Werbeträger in der Zielgruppe Fachingenieure und Fachplaner Technische Gebäudeausrüstung in Deutschland. Dies bestätigt die Reichweitenanalyse Agla SHK 2002, durchgeführt von TNS EMNID. Die **HLH** erreicht 7.463 Ingenieure des VDI Verein Deutscher Ingenieure im Bereich Technische Gebäudeausrüstung – eine Zielgruppe mit großer Produkt-Entscheidungskompetenz. Die hochkarätige Leserschaft und die seit vielen Jahren hohe redaktionelle Qualität machen die **HLH** zu einem leistungsstarken Werbeträger im TGA-Markt.



## Das redaktionelle Konzept

Die **HLH**, die Planer-Zeitschrift für die Technische Gebäudeausrüstung, informiert in grundlegenden Fachaufsätzen, anwendungsorientierten Berichten und produktspezifischen Meldungen über:

- Heiztechnik (Wärmeerzeugung und -verteilung)
- Raumluftechnik (Lüftung/Klima/Kälte/Reinraum)
- Sanitärtechnik (vorgefertigte Installationen, Wasserver- und entsorgung sowie Aufbereitungen, Armaturen)
- Gebäudetechnik, Facility-Management

Übergreifend hierzu werden Entwicklungen aus der Mess-, Steuer- und Regelungstechnik sowie der Gebäudeautomation behandelt.

## Die Organschaft

Die **HLH** ist Organ des Fachbereichs Technische Gebäudeausrüstung der VDI-Gesellschaft Bauen und Gebäudetechnik.

Der Fachbereich TGA der VDI-GBG verfolgt das Ziel, ihren 7.463 Ingenieuren neue technisch-wissenschaftliche Erkenntnisse zu erschließen. Sie bietet ihnen die Möglichkeit, durch aktive Mitarbeit in Arbeitskreisen, Richtlinienausschüssen und bei Tagungen die Weiterentwicklung des Fachgebietes TGA, auch auf internationaler Ebene, zu beeinflussen.



**1 Kurzcharakteristik**

HLH ist Organ des Fachbereichs Technische Gebäudeausrüstung (VDI-TGA) der VDI-Gesellschaft Bauen und Gebäudetechnik.

HLH informiert alle Ingenieure aus den Bereichen Planung, Ausführung und Anwendung und damit die entscheidenden Fachleute der technischen Gebäudeausrüstung über das fachliche Gesamtgeschehen auf den Gebieten Lüftung/Klima, Heizung/Sanitär, Gebäudetechnik.

Die technisch-wissenschaftlich oder praktisch orientierten Autorenbeiträge der Fachzeitschrift HLH werden ergänzt durch Kurzberichte über aktuelle Entwicklungen, Nachrichten aus Wirtschaft und Industrie, Informationen aus Institutionen und Verbänden sowie Veröffentlichungen über Ausstellungen und Tagungen.

- 2 Erscheinungsweise:** monatlich
- 3 Jahrgang:** 70. Jahrgang 2019
- 4 Web-Adresse:** www.hlh.de
- 5 Mitgliedschaft:** –
- 6 Organ:** Der Fachbereich Technische Gebäudeausrüstung der VDI-Gesellschaft Bauen und Gebäudetechnik veröffentlicht in der HLH seine offiziellen Mitteilungen
- 7 Herausgeber:** Verein Deutscher Ingenieure e.V.
- 8 Verlag:** VDI Fachmedien GmbH & Co. KG  
 Postanschrift: Postfach 10 10 22, 40001 Düsseldorf  
 Hausanschrift: VDI-Platz 1, 40468 Düsseldorf  
 Telefon: (02 11) 61 03-0  
 Telefax: (02 11) 61 03-3 00
- 9 Redaktion:** Marc Daniel Schmelzer (Chefredakteur)  
 E-Mail: hlh@vdi-fachmedien.de  
 Telefon: (02 11) 61 03-4 62

**10 Anzeigen:**

CrossMediaConsulting  
 Wolfgang Ernd GmbH  
 Luruper Chaussee 125, 22761 Hamburg  
 Joanna Klingbiel  
 jklingbiel@cmc-web.de  
 Telefon: +49 (0) 40 / 881 449-3 70  
 Fax: +49 (0) 40 / 881 449-1 1

**11 Vertrieb:**

Sonja Müller  
 Telefon: (02 11) 61 03-1 40  
 E-Mail: leserservice@vdi-fachmedien.de

**12 Bezugspreis:**

Jahresabonnement (Inland)	inkl. Versandk. u. MwSt.	€ 213,50
Jahresabonnement (Ausland)	inkl. Versandk. exkl. MwSt.	€ 236,00
Einzelverkaufspreis		€ 21,00

**13 ISSN:**

1436-5103

**14 Umfangs-Analyse 2017 = 12 Ausgaben**

<b>Format der Zeitschrift:</b>	DIN A4	
<b>Gesamtumfang:</b>	908 Seiten =	100,0 %
<b>Redaktioneller Teil:</b>	783 Seiten =	86,2 %
<b>Anzeigenteil:</b>	125 Seiten =	13,8 %
davon		
Stellen- und		
Gelegenheitsanzeigen:	4 Seiten =	3,2 %
Einhefter-/Durchhefter:	0 Seiten =	– %
Verlagseigene Anzeigen:	27 Seiten =	21,6 %
<b>Beilagen:</b>	1 Stück	

} vom Anz.-  
Umfang

VDI Fachmedien GmbH & Co. KG · Postfach 10 10 22 · 40001 Düsseldorf · Telefon (02 11) 61 03-3 80 · Telefax (02 11) 61 03-3 00 · E-Mail: anzeigenabwicklung@vdi-fachmedien.de

**1 Auflagenkontrolle:**



**2 Auflagen-Analyse:**

Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt  
1. Juli 2017 bis 30. Juni 2018

<b>Druckauflage:</b>	12.000	
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):</b>	11.741	davon Ausland: 284
<b>Verkaufte Auflage:</b>	8.255	davon Ausland: 278
– Abbonierte Exemplare:	8.253	davon Mitgliederstücke: 7.463
– Sonstiger Verkauf:	2	
– Einzelverkauf:	0	
<b>Freistücke:</b>	3.486	
<b>Rest-, Archiv- und Belegexemplare:</b>	259	

**3 Geographische Verbreitungs-Analyse:**

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	97,6	11.457
Ausland	2,4	284
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)</b>	<b>100,0</b>	<b>11.741</b>

## Verbreitungs- und Empfänger-Struktur-Analyse (AMF-Schema 2 und 3-E)

### Totalerhebung durch Dateiauswertung nach IVW-EDA-Richtlinien

Beschreibung der Erhebungsmethode zur Verbreitungs- und Empfänger-Struktur-Analyse (AMF-Schema 2, Ziffer 3 und AMF-Schema 3-E, Ziffer 1.1 bis 2.1)

#### 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. Aufgrund der vorhandenen postalischen Angaben kann die Datei nach Postleitzahlen bzw. Inlands- und Auslandsempfängern sortiert werden. Ergänzend sind in der Datei erfasst: Branchenzugehörigkeit, Betriebsgrößenklassen und Tätigkeitsmerkmale.

**2.2 Gesamtzahl Empfänger in der Datei:** 13.158

**2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger:** 2.108

##### 2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

– Verkaufte Auflage	8.066
davon: abonnierte Exemplare	8.064
Einzelverkauf	–
sonstiger Verkauf	2
– Freistücke	3.730
davon: ständige Freistücke	131
wechselnde Freistücke	3.450
Werbeexemplare	149
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	11.796
→ davon Inland	11.522
→ davon Ausland	274

#### 3 Beschreibung der Untersuchung:

##### 3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA)	11.796 = 100 %
Davon in der Untersuchung nicht erfasst:	151 = 1,5 %
→ Einzelverkauf	–
→ sonstiger Verkauf	2
→ Werbeexemplare	149
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA)	11.645 = 98,7 %

**3.2 Tag der Datei-Auswertung:** 08. August 2018

##### 3.3 Beschreibung der Datenbasis:

Die Auswertung basiert auf der Gesamtdatei. Die ermittelten Anteile für die Verbreitung im Inland und im Ausland 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:** August 2018

**3.7 Durchführung der Untersuchung:** Springer-VDI-Verlag

## Kurzfassung der Erhebungsmethode zur Leser-Struktur-Analyse (AMF-Schema 3-1)

### 1. Untersuchungsmethode:

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

### 2. Beschaffenheit der Datei:

In der Empfängerdatei sind die Anschriften aller Abonnenten und Empfänger von ständigen und wechselnden Freistücken auf EDV erfasst. Aufgrund der vorhandenen postalischen Angaben kann die Datei nach Postleitzahlen bzw. nach Ländern sortiert werden.

### 3. Tag der Stichproben-Ziehung: 25. Juni 2001

### 4. Struktur der Empfängerschaft:

a) Gesamtzahl der Empfänger in der Datei		19.998
b) Gesamtzahl wechselnder Empfänger	9.567	
c) Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:		
Verkaufte Auflage		8.683
davon: abonnierte Exemplare	8.862	
Einzelverkauf	–	
sonstiger Verkauf	–	
Freistücke		3.127
davon: ständige Freistücke	144	
wechselnde Freistücke	2.800	
Werbeexemplare	183	
Tatsächlich verbreitete Auflage (tVA)		11.810
davon: Inland	11.804	
davon: Ausland	6	

### 5. Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tVA) 11.804 = 100,0 %

Davon in der Untersuchung nicht erfasst:

Empfänger Ausland	496 = 4,2 %
Buchhandel (Deutschland)	59 = 0,5 %
Sonstiger Verkauf (Deutschland)	24 = 0,2 %
ausgelegte Freistücke/Probeexemplare	933 = 7,9 %
	1.499 = 12,7 %

Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tVA) 10.305 = 87,3 %

### 6. Beschreibung der Stichproben-Erhebung:

Einfache Random-Auswahl aus der Datei der Abonnenten/Empfänger von Freistücken.

Ausgangs-Stichprobe:	415 Fälle = 100,0 %
Adressenbezogene Ausfälle:	61 Fälle = 14,7 %
Empfänger nicht zu ermitteln/verstorben bzw. Firma erloschen	26 Fälle = 6,3 %
Adresse/Telefonnummer falsch/nicht ermittelbar	35 Fälle = 8,4 %
Brutto-Stichprobe:	354 Fälle = 100,0 %
Ausfälle:	104 Fälle = 29,4 %
Zielperson nicht erreicht	63 Fälle = 17,8 %
Zielperson verreist, krank	3 Fälle = 0,8 %
Beantwortung der Befragung verweigert	38 Fälle = 10,7 %
Netto-Stichprobe (auswertbare Fälle)	250 Fälle = 70,6 %

### 7. Zielperson der Untersuchung:

Befragt wurde der hauptsächliche Leser der **HLH – Lüftung/Klima, Heizung/Sanitär, Gebäudetechnik**

### 8. Definition des Lesers:

hauptsächlicher Leser der Fachzeitschrift **HLH – Lüftung/Klima, Heizung/Sanitär, Gebäudetechnik**

### 9. Schwankungsbreite:

Die maximale gemäß ZAW anzugebende Schwankungsbreite beim Mittelwert von 50 % (höchster theoretischer Wert) bei einer 90 %igen Sicherheit und bei 250 ausgewerteten Nettofällen beträgt: +/- 5,2 %.

### 10. Durchführung der Untersuchung:

TNS EMNID, Institut für Markt- und Meinungsforschung, Bielefeld

### 11. Befragungszeitraum: 27. 06. bis 30.07.2001

#### Gewichtung

Proportionalgewichtung der disproportionalen Stichprobe

**Diese Untersuchung entspricht in der Anlage, Durchführung und Berichterstattung dem ZAW-Rahmenschema für Werbeträger-Analysen in der aktuellen Fassung.**

### 1.1 Branchen / Wirtschaftszweige Unternehmenstypen

Empfängergruppen		Anteil der ermittelten Leser (WLK)	
WZ 2008 Code	(lt. Klassifikation der Wirtschaftszweige 2008)	%	Projektion (circa)
74.20.5	Ingenieurbüros für technische Fachplanung	52	5.963
74.2	Architektur- und Ingenieurbüros	7	803
45.33.0	Planungsabteilung von Handel, Gewerbe, Dienstleistung	16	1.835
	Planungsabteilung von Ämtern, Behörden	4	459
	Installationsbetrieb mit Planungsabteilung	7	803
	Betrieb im Anlagenbau	6	688
	Forschung und Lehre	3	344
	Sonstige	5	573
		100	11.468

### 1.2 Größe der Wirtschaftseinheit

	Anteil der ermittelten Leser (WLK)	
	%	Projektion (circa)
1-9 Beschäftigte	51	5.849
10-19 Beschäftigte	10	1.147
20-49 Beschäftigte	9	1.032
50-99 Beschäftigte	7	803
100-199 Beschäftigte	4	459
200-499 Beschäftigte	8	917
500 und mehr Beschäftigte	11	1.261
	100	11.468

## 2.1 Tätigkeitsmerkmale

### 2.1.1 Tätigkeitsmerkmal: Aufgabenbereich

	Anteil der ermittelten Leser (WLK)	
	%	Projektion (circa)
Heizungstechnik	78	8.945
Lüftungstechnik	80	9.174
Klimatechnik	74	8.486
Sanitärtechnik	62	7.110
Kältetechnik	62	7.110
Mess-, Steuer-, Regeltechnik	60	6.881
Solartechnik	63	7.225
Gebäude-Leittechnik	51	5.849
Brandschutz	70	8.028
Facility Management	22	2.523
Elektro-, Sicherheits-, Kommunikationstechnik	34	3.899

Mehrfachnennungen (100 % = 11.804 Leser)

### 2.1.2 Tätigkeitsmerkmal: Position im Betrieb

	Anteil der ermittelten Leser (WLK)	
	%	Projektion (circa)
Inhaber, Mitinhaber, Vorstand, Geschäftsführer	51	5.849
Bereichs-, Amtsleiter	8	917
Abteilungsleiter, Gruppenleiter, Projektleiter	14	1.606
Technischer Angestellter: Fachingenieur	18	2.064
Sonstiger techn. Angestellter	3	344
Sonstiges	6	688
	100	11.468

## 2.2 Sozio-Demografie

### 2.2.1 Schulabschluss und berufliche Ausbildung

	Anteil der ermittelten Leser (WLK)	
	%	Projektion (circa)
Hauptschule, Volksschule	1	115
Fachschule, Handelsschule	7	803
Abitur	6	688
Ingenieurwissenschaftlicher Fachhochschul- oder Hochschul-/ Universitätsabschluss	75	8.601
sonstiger Fachhochschul- oder Hochschul-/ Universitätsabschluss	9	1.032
keine Angaben	2	229
	100	11.468

### 2.2.2 Alter

Das Merkmal wurde nicht erhoben

### 4.1 Media-Profil

Seitenkontakchance	Anteil der ermittelten Leser (WLK) in %
alles oder fast alles gelesen	48
etwa drei Viertel gelesen	12
etwa die Hälfte gelesen	20
etwa ein Viertel gelesen	14
nur wenig gelesen	6
	100

Seitenkontakchance: 71%

Lesezeit	Anteil der ermittelten Leser (WLK) in %
bis 15 Minuten	16
16 bis 30 Minuten	34
31 bis 45 Minuten	17
46 Minuten bis 1 Stunde	18
1 bis 1,5	7
1,5 bis 2	5
mehr als 2 Stunden	3
	100

Durchschnitt: 40 Minuten

Beruflicher Nutzen	Anteil der ermittelten Leser (WLK) in %
sie nutzt mir regelmäßig (1+2)	55
sie nutzt mir gelegentlich (3)	34
sie nutzt mir selten (4)	11
sie nutzt mir nie (5+6)	0
	100

Durchschnitt: 2,5

(Bewertung nach Schulnoten  
1 = sehr gut, 6 = ungenügend)

Titelprofil	Anteil der ermittelten Leser (WLK) in %		
	Trifft ganz zu	Trifft teilweise zu	Trifft nicht zu
Enthält fachlich kompetente Beiträge	96	4	0
Kann man weiterempfehlen	91	8	1
Informiert umfassend und vollständig	89	9	2
Klar und übersichtlich gegliedert	86	13	1
Gut lesbar, verständlich geschrieben	82	16	2
Anregungen lassen sich in die berufliche Praxis umsetzen	81	16	2
Es macht Spaß, die HLH zu lesen	80	17	3
Aufmachung und layout sind abwechslungsreich gemacht	72	23	5
Beinhaltet informative Produktanzeigen	70	24	6
Unabhängige, kritische Berichterstattung	69	25	6

Mehrfachnennungen

**Auflage:**

Druckauflage: 12.000 Exemplare  
Tatsächlich verbreitete Auflage im  
Jahresdurchschnitt (lt. AMF-Schema 2, Ziffer 2): 11.741 Exemplare

**Zeitschriftenformat:** DIN A4 (210 mm breit, 297 mm hoch)  
**Satzspiegel:** 185 mm breit, 270 mm hoch  
4 Spalten zu je 45 mm

**Druckunterlagen:**

Digitale Daten bevorzugt, möglichst PDF-Dateien  
(siehe Seite „Informationen zur digitalen Anzeigenübermittlung“, S. 20)

**Termine:**

**Erscheinungsweise:** 12 x jährlich  
**Erscheinungstermin:** s. Termin- und Themenplan  
**Anzeigenschluss:** s. Termin- und Themenplan

**1 Anzeigenformate und Preise:**

Format	Breite x Höhe in mm *			Grundpreis s/w	2-farbig	3-farbig	4-farbig
1/1 Seite	185 x 270			€ 4.632,00	€ 5.032,00	€ 5.432,00	€ 5.832,00
2/3 Seite	185 x 174	122 x 270		€ 3.088,00	€ 3.488,00	€ 3.888,00	€ 4.288,00
1/2 Seite	185 x 130	90 x 270		€ 2.316,00	€ 2.716,00	€ 3.116,00	€ 3.516,00
Junior page	130 x 185			€ 2.316,00	€ 2.716,00	€ 3.116,00	€ 3.516,00
1/3 Seite	185 x 87	58 x 270		€ 1.544,00	€ 1.944,00	€ 2.344,00	€ 2.744,00
1/4 Seite	185 x 63	90 x 130	45 x 270	€ 1.158,00	€ 1.558,00	€ 1.958,00	€ 2.358,00
1/8 Seite	185 x 30	90 x 63	45 x 130	€ 579,00	€ 979,00	€ 1.379,00	€ 1.779,00

**Verlag:**

VDI Fachmedien GmbH & Co. KG  
Hausanschrift: VDI-Platz 1, 40468 Düsseldorf  
Postanschrift: Postfach 10 10 22, 40001 Düsseldorf  
Internet: www.hlh.de

**Anzeigen:**

CrossMediaConsulting Wolfgang Ernd GmbH  
Luruper Chaussee 125, 22761 Hamburg  
Joanna Klingbiel · jklingbiel@cmc-web.de  
Telefon: +49 (0) 40 / 881 449-370  
Fax: +49 (0) 40 / 881 449-11

**Zahlungsbedingungen:**

14 Tage nach Rechnungsdatum netto, bei Vorauszahlung oder Bankab-  
buchung 2 % Skonto. Auf Postgebühren bei Beilagen wird kein Skonto  
gewährt. UStIdent.-Nr.: DE 812109115

**Bankverbindung:**

Commerzbank AG, Düsseldorf  
SWIFT/BIC-Code: DRES DE FF 300  
IBAN: DE69 3008 0000 0212 1724 00

\* siehe Seite „Standard-Formate für Anzeigen“, S. 19; Sonderformate auf Anfrage

## 2 Zuschläge:

(nicht rabattfähig)

### Farbzuschläge:

je Farbe, unabhängig vom Format

Primärfarben nach Euroskala	€ 400,00
Sonderfarben	€ 450,00

### Vorzugsplatzierungen:

(werden nur ganzseitig vergeben)

II., IV. Umschlags., 1. rechte S.	Zuschläge: € 100,00
III. Umschlagseite	€ 50,00
Einschaltstellen im Textteil	€ 100,00
Seite gegenüber Textbeginn	€ 100,00
Seite gegenüber Textschluss	€ 75,00

### Formatzuschläge:

Für angeschnittene Anzeigen  
und für Bunddurchdruck

Beschnittzugabe: 3 mm an allen Heftaußenkanten € 100,00

## 3 Rabatte: bei Abnahme innerhalb eines Jahres

Malstaffel		Mengestaffel	
3 Anzeigen	3 %	3 Seiten	5 %
6 Anzeigen	5 %	6 Seiten	10 %
9 Anzeigen	10 %	9 Seiten	15 %
12 Anzeigen	15 %	12 Seiten	20 %

**Kombinationen:** Bei Anzeigenaufträgen für mehrere Fachzeitschriften des Verlages wird ein Kombinationsrabatt gewährt.

## 4 Rubrikanzeigen:

Stellengesuche	pro mm (45 mm breit)	€ 2,00
Chiffregebühr		€ 7,00
Stellenangebote	pro mm (45 mm breit)	€ 4,00
An-/Verkäufe	pro mm (45 mm breit)	€ 4,00
Chiffregebühr		€ 9,00

Alle o.g. Preise verstehen sich zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer

## 5 Sonderwerbformen:

auf Anfrage

a) Einhefter:	Umfang	Berechnungsbasis	Preis
	1 Blatt	1 Seite	€ 4.632,00
auf DIN A 4 gefalzt	2 Blatt	2 Seiten	€ 9.264,00
	3 Blatt	2,5 Seiten	€ 11.580,00
auf DIN A 4 gefalzt	4 Blatt	3 Seiten	€ 13.896,00

Format für 1 Blatt unbeschnitten 216 mm breit x 303 mm hoch. Rabattierung nach der Mengestaffel, auch in Kombination mit Anzeigen.

**Erforderliche Auflage:** 12.100 Exemplare

### b) Beilagen:

Nur Inlandsauflage. Format bis zu 200 x 290 mm, max. 4 Seiten  
Umfang. Gewicht bis 25 g: € 350,00 o/oo. Preise inkl. Postentgelte.  
Preise für Beilagen mit höherem Gewicht und Umfang auf Anfrage.  
Beilagen nicht rabattierbar.

**Erforderliche Auflage:** 12.000 Exemplare

### c) Aufgeklebte Werbemittel:

Aufkleben von Postkarten € 42,00 o/oo.  
Aufkleben von Gegenständen (z. B. Muster/Proben, CD-ROM/DVD) auf  
Anfrage.  
Aufkleben von Druckerzeugnissen oder Gegenständen zusätzlich  
€ 52,00 o/oo Klebekosten.  
Aufgeklebte Werbemittel nur in Verbindung mit einer Trägeranzeige.

### Lieferanschrift für Positionen a) bis c):

Kliemo AG, Hütte 53, B-4700 Eupen, Belgien  
(Bitte Zeitschrift und Ausgabe vermerken)

## Termin- und Themenplan 2019

				Heiztechnik		Raumluftechnik		Elektrotechnik	Sanitärtechnik			
				<b>Heizkörper und Wärmeverteilung</b> Radiatoren, Flächenheizkörper, Konvektoren, Fußboden- und Deckenheizungen, Heizungsverteiler, Umwälzpumpen, Rohrleitungen, Armaturen	<b>Wärmeerzeuger</b> Heizkessel, Brenner und Feuerungen, Wärmepumpen, Schornsteine, Solarsysteme	<b>Klima- und Lüftungstechnik, Reinraumtechnik</b> Anlagen – Systeme – Verfahren	<b>Anlagenkomponenten</b> Ventilatoren, Luftfilter, Luftkanäle, Wärmetauscher, Kältemaschinen, Wärmerückgewinnung	<b>Elektroanlagen, Elektroinstallationen, Lichttechnik, Aufzugstechnik, Brandschutz, Sicherheitstechnik, Facility Management, Photovoltaik</b>	<b>Sanitäre Einrichtungen</b> Armaturen, Brausen, Thermostate, Bäder, Duschen, Toiletten, sanitärtechnisches Zubehör, Schwimmbadtechnik, Be- und Entwässerungsanlagen, Trinkwassersysteme	<b>Installationstechnik</b> Vorwandinstallation, vorgefertigte Sanitärinstallationen, Unterputz-Körper, Rohre, Wärmedämmung von Rohrleitungen, Befestigungs- und Schallschutzeinrichtungen, Brandschutz, Abwasser-/Regenwassernutzung		
				<b>Raum- und Gebäudeautomation (MSR- und Leittechnik)</b> HLK-Regler, Thermostatventile, Wärmemengenzähler, Heizkostenverteiler, Facility Management, IT-Technik								
<b>1</b>	<b>11.1.</b>	30.1.	<b>FeuerTRUTZ</b> Nürnberg 20.–21.2.	<b>Sonderthema Heiztechnik</b> Wärmepumpen/ geothermische Heizsysteme	<b>Entwicklungsstand            Gebäudeautomation – Messen/Steuern/Regeln            Elektrotechnik in der TGA            Smart Metering, Facility Management            IT-Lösungen</b>			<b>Fachreport Sanitärtechnik I</b> Sanitärtechnische Konzepte für Krankenhäuser und Pflegeeinrichtungen				
GET Nord Messenachbericht												
<b>2</b>	<b>8.2.</b>	27.2.	<b>ISH</b> Frankfurt/M. 11.–15.3.	<b>Sonderausgabe Entwicklungen, Trends, Prognosen in der Heiz-, Lüftungs-, Klima- und Sanitärtechnik</b> Mit ISH-Sonderteil und Special zur Aircontec								
ISH Messeausgabe												
<b>3</b>	<b>5.3.</b>	25.3.		<b>Fachreport Heiztechnik I</b> Vom Kessel bis zum Schornstein, optimierte Systemtechnik	<b>Sonderteil Brandschutz</b> Entrauchung, Lüftungs-/Brandschutzklappen, Brandmeldesysteme, Löschanlagen		Modernisierung von Trinkwasseranlagen im Wohn- und Nichtwohnbau					
<b>4</b>	<b>5.4.</b>	26.4.	<b>Intersolar</b> München 15.–17.5.	<b>Sonderausgabe Energieeinsparung in der Heiz-, Klima- und Sanitärtechnik</b> Mit Sonderteil „Erneuerbare Energien“ zur Intersolar								
Intersolar Messeausgabe 1. ISH Messenachbericht												
<b>5</b>	<b>7.5.</b>	27.5.	<b>Serviparc</b> Frankfurt/M. 25.–26.6.	BHKW, Kraft-Wärme- Kopplung, Großheizkessel	Wärmeübertragung und -verteilung, Nahwärmesysteme	<b>Sonderteil</b> Lüftung – Klima – Kälte		Software für TGA-Planer		Hotelbäder		
2. ISH Messenachbericht												
<b>6</b>	<b>7.6.</b>	28.6.		Biomasseheizung	<b>Fachreport Heiztechnik II</b> Heiz- und Kühlflächensysteme Klimatisieren mit Bauteilen		Kontrollierte Wohnungslüftung	Tageslichtnutzung und künstliche Beleuchtung		<b>Fachreport Sanitärtechnik II</b> Sanitärtechnische Konzepte für Schwimmbäder, Sport-/Freizeitstätten und Schulen		
Intersolar Berichtsausgabe 3. ISH Messenachbericht												

## Termin- und Themenplan 2019

				Heiztechnik		Raumluftechnik		Elektrotechnik	Sanitärtechnik	
				Heizkörper und Wärmeverteilung Radiatoren, Flächenheizkörper, Konvektoren, Fußboden- und Deckenheizungen, Heizungsverteiler, Umwälzpumpen, Rohrleitungen, Armaturen	Wärmeerzeuger Heizkessel, Brenner und Feuerungen, Wärmepumpen, Schornsteine, Solarsysteme	Klima- und Lüftungstechnik, Reinraumtechnik Anlagen – Systeme – Verfahren	Anlagenkomponenten Ventilatoren, Luftfilter, Luftkanäle, Wärmetauscher, Kältemaschinen, Wärmehückgewinnung	Elektroanlagen, Elektroinstallationen, Lichttechnik, Aufzugstechnik, Brandschutz, Sicherheitstechnik, Facility Management, Photovoltaik	Sanitäre Einrichtungen Armaturen, Brausen, Thermostate, Bäder, Duschen, Toiletten, sanitärtechnisches Zubehör, Schwimmbadtechnik, Be- und Entwässerungsanlagen, Trinkwassersysteme	Installationstechnik Vorwandinstallation, vorgefertigte Sanitärinstallationen, Unterputz-Körper, Rohre, Wärmedämmung von Rohrleitungen, Befestigungs- und Schallschutzeinrichtungen, Brandschutz, Abwasser-/ Regenwassernutzung
				Raum- und Gebäudeautomation (MSR- und Leittechnik) HLK-Regler, Thermostatventile, Wärmemengenzähler, Heizkostenverteiler, Facility Management, IT-Technik						
7	12.7.	31.7.		Wärmemengenzähler, Heizkostenverteiler, Thermostatventile, MSR-Technik		Energieoptimierte Luft- und Klimatechnik		Photovoltaik Energiespeicher	Wasseraufbereitung/ Trinkwasserbehandlung	Regen- und Abwassernutzung, Dachentwässerung
8	9.8.	29.8.		CO <sub>2</sub> -neutrale Wärmeversorgung	Abwärmernutzung	<b>Sonderteil</b> Luft- und Brandschutztechnik Ventilatoren			Löschanlagen	Vorwandinstallation und Rohre
9	6.9.	25.9.	VDI-GBG- Jahrestagung Dresden 26.–28.9.	<b>Sonderausgabe: Konzepte zur Gebäude- und Anlagenmodernisierung</b> Energetische Gebäudemodernisierung						
10	7.10.	24.10.		<b>Fachreport Heiztechnik III</b> Heizsysteme für Hallen und Großräume		<b>Sonderteil</b> Klima Kälte		Haus- und Gebäude- automation	Barrierefreie Sanitäräume	Trinkwasserinstallationen im Wohnbau
11	5.11.	25.11.		Verbrauchserfassung	<b>Sonderteil</b> Digitale Mess-, Steuer- und Regelungstechnik		Hygiene in der Raumluftechnik, Reinraumtechnik	IT-Lösungen für die Gebäudetechnik	<b>Fachreport Sanitärtechnik III</b> Modernisierung von sanitären Anlagen im öffentlichen und halböffentlichen Bereich	
12	26.11.	16.12.		Forschungsstand Heiztechnik	Solarsysteme mit Wärmernutzung	Neue Trends und Entwicklungen in der Klima- und Lüftungstechnik		Aufzugstechnik	<b>Sonderthema Hygiene</b> Sichere Trinkwasserinstallationen	

# Ergebnisse der Reichweitenanalyse AgLa SHK

## HLH hat unter den Planer-Zeitschriften ...

**... die größte Reichweite:** 11.470 Leser

**... den günstigsten Tausender-Kontakt-Preis:** € 399,84

**... die meisten Leser mit Entscheidungskompetenz:**

Heizungstechnik	11.070 Entscheider und Berater
Lüftungstechnik	10.600 Entscheider und Berater
Sanitärtechnik	10.420 Entscheider und Berater
Klimatechnik	10.030 Entscheider und Berater

**Weitere herausragende Werte:**

- HLH-Leser in TGA-Fachplanungsabteilungen/TGA-Fachingenieurbüros
- ... betreuen im Durchschnitt ein Bauvolumen von € 6,2 Mio.
- ... planen im Durchschnitt ein Investitionsvolumen von € 371.400,-
- ... haben ein überdurchschnittliches Bildungsniveau: 85,3 % verfügen über einen Studienabschluss

# K1-Werte (Reichweite)

**Definition K1-Wert:** Der K1-Wert gibt Auskunft über die Reichweite bei einmaliger Anzeigenschaltung. Er zeigt die Kontaktwahrscheinlichkeit der durchschnittlichen Ausgabe einer Fachzeitschrift.

Reine TGA-Planer-Titel	K1-Wert (Reichweite)	
	in % der Grundgesamtheit	Leser
<b>HLH</b>	<b>10,8</b>	<b>11.470</b>
TAB	9,9	10.490
CCI	– *	– *

\* nicht an der Untersuchung beteiligt

Alle untersuchten Titel	K1-Wert (Reichweite)	
	in % der Grundgesamtheit	Leser
Baumetall	5,3	5.610
HeizungsJournal	32,6	34.500
HLH	10,8	11.470
IKZ-Haustechnik	38,3	40.520
Moderne Gebäude-Technik	12,0	12.740
RAS International	10,8	11.420
Sanitär + Heizungstechnik	19,5	20.700
Sanitär & Heizungs-Report	32,4	34.320
SBZ	49,2	52.110
SI Informationen	29,0	30.700
TAB Technik am Bau	9,9	10.490
Werkstatt + Montagepraxis	16,3	17.290

Quelle: Reichweitenanalyse AgLa SHK, TNS Emnid

# Ergebnisse der Reichweitenanalyse AgLa SHK 2002

## K1-Werte Entscheidungskompetenz

**HLH-Leser verfügen über eine hohe Entscheidungskompetenz:**

In der Zielgruppe ‚Alle Entscheider‘ erreicht die HLH herausragende Werte.

Entscheidungs-/ Planungsgebiete	HLH	TAB	CCI
	Reichweite (K1-Wert) Entscheider + Berater netto	Reichweite (K1-Wert) Entscheider + Berater netto	Reichweite (K1-Wert) Entscheider + Berater netto
<b>Sanitärtechnik</b>	<b>10.420</b>	9.600	– *
<b>Heizungstechnik</b>	<b>11.070</b>	10.090	– *
<b>Lüftungstechnik</b>	<b>10.600</b>	9.640	– *
<b>Klimatechnik</b>	<b>10.030</b>	9.500	– *
Brandschutz	<b>10.140</b>	9.130	– *
Verbrauchserfassungsgeräte	<b>10.280</b>	8.820	– *
Rohre und Fernleitungen	<b>10.180</b>	8.560	– *
Gebäudeleittechnik/ Gebäudeautomation	<b>9.980</b>	8.710	– *
Mess-, Prüf-, Steuer- und Regelungstechnik	<b>9.850</b>	8.970	– *
EDV	<b>9.050</b>	8.120	– *

\* nicht an der Untersuchung beteiligt

Quelle: Reichweitenanalyse AgLa SHK 2002, TNS EMNID

# Tausender-Kontakt-Preise

**Definition Tausender-Kontakt-Preis:** Der Tausender-Kontakt-Preis (TKP) gibt Auskunft über das Preis-Leistungs-Verhältnis einer Zeitschrift als Werbeträger und ist eine der wichtigsten Planzahlen für die Mediaplanung. Er zeigt, mit welchen Kosten 1.000 Kontakte erzielt werden können.

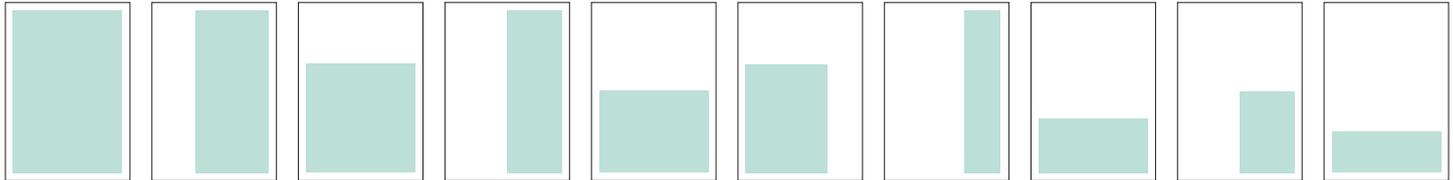
Reine TGA-Planer-Titel	Reichweite (K1-Wert) bzw. Kontakte	Preis 1/1 Seite 4c (brutto)	Tausender-Kontakt-Preis in €
<b>HLH</b>	<b>11.470</b>	<b>4.587,00</b>	<b>399,84</b>
TAB	10.490	5.380,00	512,81
CCI	– *	– *	– *

\* nicht an der Untersuchung beteiligt

Alle untersuchten Titel	Reichweite (K1-Wert) bzw. Kontakte	Preis 1/1 Seite 4c (brutto)	Tausender-Kontakt-Preis in €
Baumetall	5.610	2.455,00	437,82
HeizungsJournal	34.500	5.166,00	149,72
HLH	11.470	4.587,00	399,84
IKZ-Haustechnik	40.520	5.260,00	129,82
Moderne Gebäude-Technik	12.740	4.465,00	350,44
RAS International	11.420	4.420,00	386,87
Sanitär + Heizungstechnik	20.700	5.780,00	279,26
Sanitär & Heizungs-Report	34.320	6.000,00	174,81
SBZ	52.110	5.368,00	103,02
SI Informationen	30.700	5.860,00	190,88
TAB Technik am Bau	10.490	5.380,00	512,81
Werkstatt + Montagepraxis	17.290	5.250,00	303,59

Quelle: Reichweitenanalyse Agla SHK 2002, TNS EMNID

im Satzspiegel



<b>1/1 Seite</b> 185 mm breit 270 mm hoch	<b>2/3 hoch</b> 122 mm breit 270 mm hoch	<b>2/3 quer</b> 185 mm breit 174 mm hoch	<b>1/2 hoch</b> 90 mm breit 270 mm hoch	<b>1/2 quer</b> 185 mm breit 130 mm hoch	<b>Junior Page</b> 130 mm breit 185 mm hoch	<b>1/3 hoch</b> 58 mm breit 270 mm hoch	<b>1/3 quer</b> 185 mm breit 87 mm hoch	<b>1/4 hoch</b> 90 mm breit 130 mm hoch	<b>1/4 quer</b> 185 mm breit 63 mm hoch
---	--	--	---	--	---	---	---	---	---

im Anschnitt

alle Formate zzgl. 3 mm Beschnitt an allen Heftaußenkanten



<b>1/1 Seite</b> 210 mm breit 297 mm hoch	<b>2/3 hoch</b> 132 mm breit 297 mm hoch	<b>2/3 quer</b> 210 mm breit 192 mm hoch	<b>1/2 hoch</b> 100 mm breit 297 mm hoch	<b>1/2 quer</b> 210 mm breit 144 mm hoch	<b>Junior Page</b> 140 mm breit 202 mm hoch	<b>1/3 hoch</b> 72 mm breit 297 mm hoch	<b>1/3 quer</b> 210 mm breit 102 mm hoch	<b>1/4 hoch</b> 102 mm breit 142 mm hoch	<b>1/4 quer</b> 210 mm breit 79 mm hoch
---	--	--	--	--	---	---	--	--	---

Sonder-Formate/Sonder-Werbeformen

Teilen Sie uns Ihre Wünsche zu Sonder-Formaten und Sonder-Werbeformen mit.  
Wir unterbreiten Ihnen gerne ein Angebot.

VDI Fachmedien GmbH & Co. KG, Anzeigenabwicklung, VDH-Platz 1 · 40468 Düsseldorf · Telefon (02 11) 61 03-3 80 · Telefax (02 11) 61 03-3 00, E-Mail: [anzeigenabwicklung@vdi-fachmedien.de](mailto:anzeigenabwicklung@vdi-fachmedien.de)

### Datenformate

- **PDF-Dateien** (bevorzugt):  
Druckfähige PDF (PDF/X-4:2010)
- **EPS, TIFF, JPEG** (alternativ):  
Auflösung: mindestens 300 dpi Auflösung, angelegt im 4-Farb-Modus (CMYK)  
– Schriften: in Pfade umgewandelt oder vollständig eingebettet

#### Bitte beachten Sie:

Bei Anzeigen mit Anschnitt mindestens 3 mm Beschnitt an allen Heftaußenkanten berücksichtigen.

### Dateiübertragung

- **per E-Mail:** [anzeigenabwicklung@vdi-fachmedien.de](mailto:anzeigenabwicklung@vdi-fachmedien.de)
- **auf einem Datenträger:** (CD + USB-Stick)
- **per Download**

#### Damit wir Ihre Anzeigen richtig zuordnen und prüfen können:

- Bei der Übermittlung per FTP-Transfer oder E-Mail: Die Dateien und Verzeichnisse müssen eindeutige Auftragsbezeichnungen haben, d.h. den Namen der Zeitschrift und Ihren Firmennamen enthalten.

1 **Web-Adresse:**

www.hlh.de

2 **Kurzcharakteristik:**

In Ergänzung zur Printausgabe finden unsere Leser unter www.hlh.de die Heftinhalte in einer modernen digitalen Aufbereitung. Tagesaktuelle Branchen-News, ein Heftarchiv sowie ein Sach- und Autorenregister runden das Angebot ab.

3 **Zielgruppe:**

Ingenieure aus den Bereichen Planung, Ausführung und Anwendung und die entscheidenden Fachleute der technischen Gebäudeausrüstung

4 **Verlag:**

VDI Fachmedien GmbH & Co. KG

**Ansprechpartner  
Redaktion:**

Marc Daniel Schmelzer (Chefredakteur)  
E-Mail: hlh@vdi-fachmedien.de  
Telefon: (02 11) 61 03-4 62

**Ansprechpartner  
Onlinewerbung:**

CrossMediaConsulting  
Wolfgang Ernd GmbH  
Luruper Chaussee 125  
22761 Hamburg  
Joanna Klingbiel  
jklingsbiel@cmc-web.de  
Telefon: +49 (0) 40/881 449-370  
Fax: +49 (0) 40/881 449-11

**Nutzungsdaten (AMF-Schema N)**

1 **Zugriffskontrolle:**

Google Analytics  
Visits: 3.845

2 **Nutzungsdaten:**

Page impressions: 7.590  
(Basis Juli 2018)



The screenshot shows the HLH website interface. At the top, there is a navigation bar with the HLH logo, a search bar, and login options. Below the navigation bar, there is a main content area with an editorial section titled "Nur im System geht's voran" featuring a photo of Marc Daniel Schmelzer. Below the editorial, there is a section titled "Fehlerhafte Installationen schaden der Energiewende" with a bar chart showing the number of heat pumps installed from 2016 to 2018. The chart shows a steady increase in installations, with a significant jump in 2018. To the right of the main content, there is a sidebar with a search bar and a list of "BRANCHENNEWS" and "VERANSTALTUNGEN".

**BRANCHENNEWS**

- 21. August 2018 **Talente finden und fördern**
- 20. August 2018 **Publikation zur Orientierung bei Raumklimageräten**
- 17. August 2018 **Wissenschaftliche Kompetenz gebündelt**
- 16. August 2018 **Barrierefreies Bauen im Aufwind**

**VERANSTALTUNGEN**

- 25. Januar 2019 **5. Schweizer Hygienetagung 2019**  
Ort: CH-Luzern
- 17. Dezember 2018 - 21. Dezember 2018 **Praxis an Kälteanlagen**  
Ort: Stutensee
- 10. Dezember 2018 - 11. Dezember 2018

## 1 Preise und Werbeformen:

Werbeform	Format	Preis pro Monat
Medium Rectangle	300 x 250 px, max. 40 KB	€ 1.490,00
Superbanner	728 x 90 px, max. 40 KB	€ 2.490,00
Skyscraper	160 (200) x 600 px, max. 40 KB	€ 2.490,00
Wallpaper	diverse Formate	auf Anfrage
Billboard	937 x 200 (250) px, max. 80 KB	€ 3.490,00
Halfpage Ad	300 x 600 px, max. 50 KB	€ 3.490,00
Sitebar Ad	diverse Formate, max. 80 KB	auf Anfrage

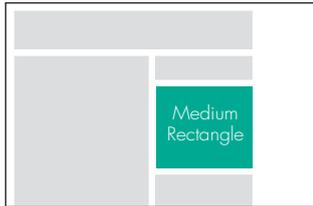
## 2 Rabattstaffel Online:

Malstaffel	Mengenstaffel	Rabatt
6 Monate	2 Banner	5 %
9 Monate	3 Banner	10 %
12 Monate	4 Banner	15 %

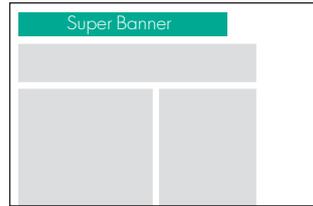
## 3 Zahlungsbedingungen:

Commerzbank AG, Düsseldorf  
 SWIFT-Code: DRESDEFF300  
 IBAN: DE27300800000213604100

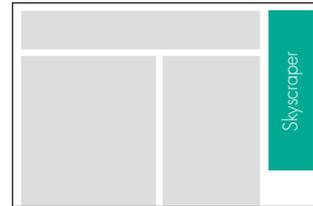
1 Bannerformate:



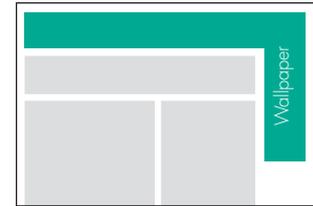
Format/Größe: 300 x 250 Pixel  
Datenvolumen bis: 40 KB



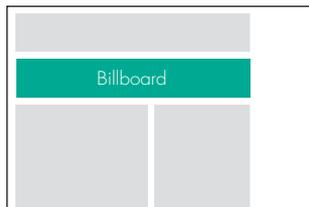
Format/Größe: 728 x 90 Pixel  
Datenvolumen bis: 40 KB



Format/Größe: 1 60 (200) x 600 Pixel  
Datenvolumen bis: 40 KB



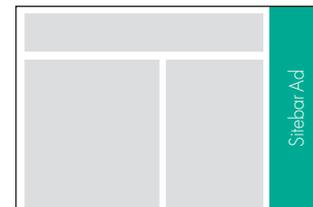
Format/Größe: diverse Formate



Format/Größe: 937 x 200 (250) Pixel  
Datenvolumen bis: 80 KB



Format/Größe: 300 x 600 Pixel  
Datenvolumen bis: 50 KB



Format/Größe: diverse Formate  
Datenvolumen bis: 80 KB



**1 Dateiformate:**

JPG oder GIF.

**2 Lieferadresse:**

dbriere@vdi-fachmedien.de

**3 Lieferfrist:**

Standard-Werbeformen: min. 3 Werktage

Alle anderen: min. 5 Werktage

**4 Technischer Support:**

(02 11) 61 03-2 15

Um Werbemittel eindeutig zuordnen zu können, geben Sie bitte immer folgende Informationen bei der Anlieferung an:

- Kundenname
- Kampagnenname
- Buchungszeitraum
- Belegte Website
- Platzierung auf der Website
- Werbeformat
- Ansprechpartner für Rückfragen
- Motivname (optional)

VDI Fachmedien GmbH & Co. KG · Postfach 10 10 22 · 40001 Düsseldorf · Telefon (02 11) 61 03-3 80 · Telefax (02 11) 61 03-3 00 · E-Mail: anzeigenabwicklung@vdi-fachmedien.de

ACO Passavant GmbH, Stadtlengsfeld  
AFRISO-EURO-INDEX GmbH, Güglingen  
Airflow Lufttechnik GmbH, Rheinbach  
AL-KO THERM GmbH Maschinenfabrik, Jettingen-Scheppach  
Allmess GmbH, Oldenburg  
AquaTherm GmbH, Attendorn  
Belimo Stellantriebe Vertriebs GmbH, Stuttgart  
Benzing Lüftungssysteme GmbH, Villingen-Schwenningen  
BerlinerLuft Technik GmbH, Berlin  
Best GmbH, Isernhagen  
Bosch Industriekessel GmbH, Gunzenhausen  
August Brötje GmbH, Rastede  
BV-CONTROL AG, Fehrlorlf, Schweiz  
COLT International GmbH, Kleve  
Condair GmbH, Garching-Hochbrück  
Daikin Airconditioning Germany GmbH, Unterhaching  
Danfoss GmbH, Offenbach  
DEKRA Automobil GmbH, Stuttgart  
Dennert Baustoffwelt GmbH + Co. KG, Schlüsselfeld  
Deutsche Messe AG, Hannover  
Deutsche Rockwool GmbH + Co. KG, Gladbeck  
ebm-papst Muldingen GmbH & Co. KG, Muldingen  
EIPOS e. V., Dresden  
E.ON Energie Deutschland GmbH, Essen  
ELYSATOR Engineering GmbH, Abstatt  
Egon Zehnder International GmbH, München  
ETH Haustechnik GmbH, Nürnberg  
Fränkische Rohrwerke GmbH + Co. KG, Königsberg  
Franke Aquarotter, Ludwigsfelde  
F.W. Oventrop GmbH + Co. KG, Olsberg  
Geberit Vertriebs GmbH, Pfullendorf  
Gebr. Kemper GmbH + Co. KG, Olpe  
Gebr. Stöckel KG, Darmstadt  
GHM Gesellschaft für Handwerksmessen mbH, München  
Giacomini GmbH, Waldbrohl  
Grundfos GmbH, Erkrath  
Gruner AG, Wehingen

Halstrup-Walcher GmbH, Kirchzarten  
Hans Sassenrath + Co. KG, Korschenbroich  
HEINEMANN GmbH, Dießen  
Helios Ventilatoren GmbH + Co. KG, Villingen-Schwenningen  
Herstellerverband RLT-Geräte e.V. Germering  
Hitachi Air Conditioning Europe SAS, Düsseldorf  
Hochschule für Technik, Stuttgart  
Honeywell GmbH Haustechnik, Mosbach  
HOWATHERM Klimatechnik GmbH, Brücken  
Hosch Gebäudeautomation GmbH, Teltow  
Hoval (Deutschland) GmbH, Rottenburg  
IMI Hydronic Engineering Deutschland GmbH, Erwitte  
INNOWATECH GmbH, Empingen  
JUMO GmbH + Co. KG, Fulda  
Kaimann GmbH, Hövelhof  
Kelvion Holding GmbH, Bochum  
KERMI GmbH, Plattling  
Kuno Engels Vertriebs GmbH, Leichlingen  
KSB Aktiengesellschaft, Frankenthal  
KWV Deutschland GmbH, Mertingen  
Lamilux Heinrich Strunz GmbH, Rehau  
Linear GmbH, Aachen  
LUNOS Lüftungstechnik GmbH, Berlin  
Mail GmbH, Donaueschingen  
Meibes System-Technik GmbH, Gerichshain  
Maschinenfabrik Gg. Kiefer GmbH, Stuttgart  
Mepa - Pauli und Menden GmbH, Rheinbreitbach  
Max Weishaupt GmbH, Schwendi  
Messe Essen GmbH, Essen  
Messe Frankfurt GmbH, Frankfurt  
Messe Nürnberg GmbH, Nürnberg  
MH-Software GmbH, Karlsruhe  
Oppermann Regelgeräte GmbH, Leinfelden-Echterdingen  
Mitsubishi Electric Europe B.V., Ratingen  
ORCA Software GmbH, Rosenheim  
Oventrop GmbH + Co. KG, Olsberg  
Panasonic Marketing Europe GmbH, Wiesbaden

Reflex Winkelmann GmbH, Ahlen  
Remko GmbH + Co. KG, Lage  
RENTSCHLER REVEN Lüftungssysteme GmbH, Sersheim  
Rosenberg Ventilatoren GmbH, Künzelsau  
Roth Werke GmbH, Dautphetal  
Schako Metallwarenfabrik Ferdinand Schad KG, Kolbingen  
Scheer + Klimke AG, Neu-Ulm  
Schell GmbH + Co. KG Armaturentechnologie, Olpe  
Schüco Polymer Technologies KG, Weißenfels  
Schütz GmbH + Co. KGaA, Selters  
Sensomatik AG, Beckenried, Schweiz  
Siegnaia-Aubi KG, Wilsdorf  
SEW GmbH, Kempen  
STIEBEL ELTRON GmbH + Co. KG, Holzminden  
Siemens Building Technologies GmbH & Co. oHG, Frankfurt  
Stulz GmbH, Hamburg  
Systemair GmbH, Boxberg  
Technische Hochschule Köln, Köln  
Technische Universität München, München  
Theodor Heimeier Metallwerk GmbH, Erwitte  
TROX GmbH, Neukirchen-Vlyun  
TUV NORD Akademie GmbH + Co. KG, Hamburg  
TUV NORD Systems GmbH + Co. KG, Essen  
Uponor GmbH, Haßfurt  
Vacurant Heizsysteme GmbH, Bad Lippspringe  
Vaillant Deutschland GmbH + Co. KG, Remscheid  
Victaulic Europe bvba, Nazareth, Belgien  
VenturisIT GmbH, Bad Soden  
Viega GmbH + Co. KG, Attendorn  
waf.berlin GmbH, Berlin  
Viessmann Werke GmbH + Co. KG, Allendorf  
WAGO Kontakttechnik GmbH + Co. KG, Minden  
Wieland-Werke AG, Ulm  
WILO SE, Dortmund  
Wolf GmbH, Mainburg  
Ziehl-Abegg AG, Künzelsau  
Zehnder Group Deutschland GmbH, München

# VDI fachmedien

## Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen

**Ziffer 1** „Anzeigenauftrag“ im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten in der Druckschrift zum Zweck der Verbreitung. Für die Abwicklung eines Anzeigenauftrages sind ausschließlich diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen maßgeblich. Abweichende Bedingungen des Auftraggebers finden auch dann keine Anwendung, wenn der Verlag im Einzelfall nicht widerspricht.

**Ziffer 2** Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, ist es der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeigen abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.

**Ziffer 3** Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.

**Ziffer 4** Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.

**Ziffer 5** Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtenmaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.

**Ziffer 6** Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht eindeutig als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

**Ziffer 7** Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsfällen, Annahmestellen oder Vertretern abgegeben werden.

Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdbeilagen enthalten, werden nicht angenommen.

Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

**Ziffer 8** Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen, ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an.

Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.

**Ziffer 9** Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages.

Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungserletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Aufgabenteilung – ausgeschlossen; Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seiner gesetzlichen Vertreter und Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt.

Im kaufmännischen Geschäftsverkehr hat der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts beschränkt.

Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

**Ziffer 10** Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzugs gesetzten Frist mitgeteilt werden.

**Ziffer 11** Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

**Ziffer 12** Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt.

Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichem vom Empfang der Rechnung an laufende Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

**Ziffer 13** Bei Zahlungserfolg oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungserfolg die weitere Ausführung des laufenden 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 Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offestehender Rechnungen abhängig zu machen.

**Ziffer 14** Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. 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 Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

**Ziffer 15** Kosten für die Anfertigung bestellter Lithos, Filme und Vorlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

**Ziffer 16** Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preiserminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamt durchschnitt des mit der ersten Auflage beginnenden Inserationsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder – wenn eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preiserminderung berechtigender Mangel, wenn sie bei einer Auflage bis zu 50 000 Exemplare 20 v.H., bei einer Auflage bis zu 100 000 Exemplare 15 v.H., bei einer Auflage bis zu 500 000 Exemplare 10 v.H., bei einer Auflage über 500 000 Exemplare 5 v.H., beträgt. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preiserminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, daß dieser vor Erscheinen der Anzeigen vom Vertrag zurücktreten konnte.

**Ziffer 17** Bei Chiffreanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Chiffreanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet.

**Ziffer 18** Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.

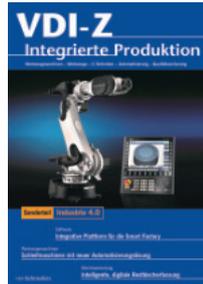
**Ziffer 19** Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Gerichtsstand ist der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsabschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes gelegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

## Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

- a) Anzeigenaufträge durch eine Agentur werden in deren Namen und auf deren Rechnung angenommen. Die Werbemittel und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Preislisten des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlervergütung [15 % auf Kundennetto = Bruttotarifpreis abzüglich kundenorientierter Rabatte] darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.
- b) Die allgemeinen und zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages gelten sinngemäß auch für Aufträge über Fremdbeilagen, Beikleber, Beihelfer oder technische Sonderausführungen. Jeder Auftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich.  
Die Haftung des Verlages ist auf den Nettopreis für das Beilagen, Beikleben oder Beihelfen beschränkt.
- c) Ansprüche auf Schadensersatz wegen Verlust, Fehlleitung oder Verzögerung in der Zusendung von Schriften auf Chiffreanzeigen sind ausgeschlossen.
- d) Falls eine Druckschrift ihr Erscheinen einstellt oder unterbricht, ohne dass dies vom Verlag zu vertreten ist, kann der Auftraggeber für Aufwendung an Text, Grafik, Herstellung von Druckunterlagen usw., die dadurch gegenstandslos werden, keinerlei irgendwede geartete Forderung stellen.  
Im übrigen gilt Ziffer 9 der Allgemeinen Geschäftsbedingungen.
- e) Höhere Gewalt, Betriebsstörungen usw. entbinden den Verlag von den eingegangenen Verpflichtungen.
- f) Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen. Dem Auftraggeber obliegt es, den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen, die diesen aus der Ausführung des Auftrages, auch wenn er storniert sein sollte, gegen den Verlag erwachsen. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Erscheinen stornierte Anzeigen, so stehen auch dem Auftraggeber daraus keinerlei Ansprüche gegen den Verlag zu.
- g) Eine Änderung der Anzeigenpreisliste gilt ab Inkrafttreten auch für laufende Aufträge.
- h) Bei Konkursen und Zwangsvergleichen der Auftraggeber entfällt jeglicher Nachlass.
- i) Wenn für konzernangehörige Firmen die gemeinsame Rabattierung beansprucht wird, ist die schriftliche Bestätigung einer Kapitalbeteiligung von mindestens 50 % erforderlich.
- j) Die Übersendung von mehr als zwei Farbvorlagen, die nicht termingerechte Lieferung der Druckunterlagen und der Wunsch nach einer von der Vorlage abweichenden Druckvermüßgabe können Auswirkungen auf Platzierung und Druckqualität verursachen und schließen spätere Reklamationen aus. Der Verlag muß sich die Berechnung entstehender Mehrkosten vorbehalten.
- k) Der Verlag ist berechtigt, die bezüglich der Geschäftsbeziehung oder im Zusammenhang mit dieser erhaltenen Daten über den Geschäftspartner, gleich ob diese vom Geschäftspartner selbst oder von Dritten stammen, im Sinne des Bundesdatenschutzgesetzes zu verarbeiten.

# Zielgruppen-Kompetenz

Konstruktion · Produktion · Technische Sicherheit · Bau · Energie · Umwelt · Logistik



VDI fachmedien

VDI Fachmedien GmbH & Co. KG  
HLH  
Telefon (02 11) 61 03-3 80  
www.hlh.de

Anzeigen HLH:  
CrossMediaConsulting  
Wolfgang Ernd GmbH  
Luruper Chaussee 125  
22761 Hamburg

Joanna Klingbiel  
jklingsbiel@cmc-web.de  
Telefon: +49 (0) 40 / 881 449-370  
Fax: +49 (0) 40 / 881 449-11