

CUBE

Das Magazin
für Architektur,
modernes Wohnen
und Lebensart

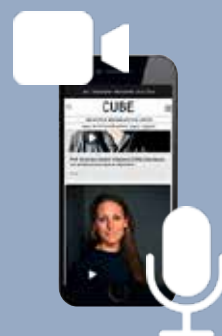
Gültig ab Januar 2025

NEU:
SEO-Marketing
und Podcasts

MEDIADATEN



2025



MEDIENÜBERSICHT

CUBE METROPOL- MAGAZINE

CUBE Metropol-
magazine – 4 x im Jahr
in **8 Metropolregionen**
mit eigenständigen
Ausgaben

Seite 3-5



BERLIN, DÜSSELDORF, FRANKFURT/RHEIN-MAIN,
HAMBURG, KÖLN BONN, MÜNCHEN, RUHRGEBIET
UND STUTT GART

CUBE SELECT

CUBE Select – 4 x im
Jahr **bundesweit** mit
einer Auswahl hoch-
wertiger Wohnarchitek-
tur im ausgewählten
Zeitschriftenhandel

Seite 6



CUBE INSPIRE CUBE REAL ESTATE

4 x im Jahr gibt es die
Professional-Magazine
CUBE Inspire (3 x) und
CUBE Real Estate (1x)
im postalischen
Direktversand

Seite 7-8



CUBE DIGITAL

**Website, Newsletter,
SEO-Marketing, Podcast,
Innovations-Videos**
mit über 7.500
Architekturberichten
und ca. 120.000
Impressions im Monat

Seite 10-17



SONSTIGES

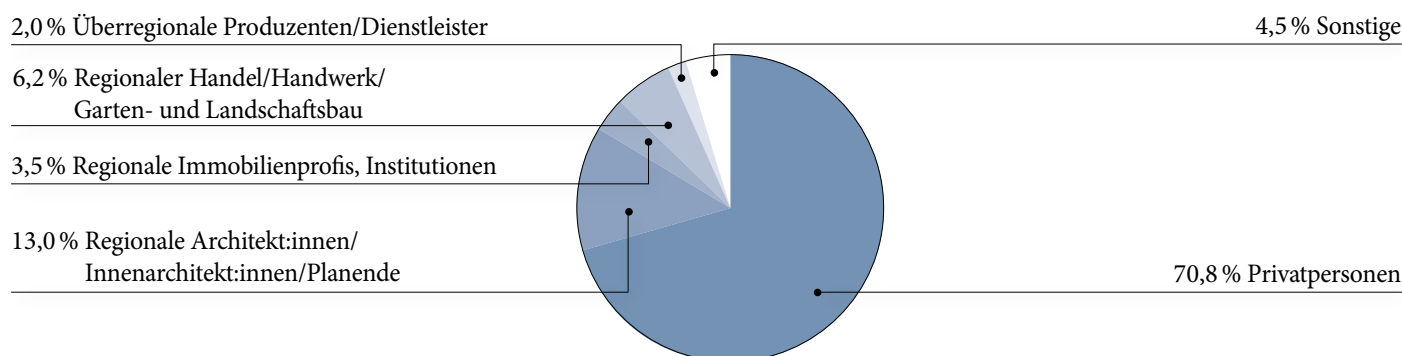
Ansprechpartner:innen, allgemeine Verlagsinformationen,
Geschäftsbedingungen

Seite 18-19

| | | |
|---------------------------------------|---|---------------|
| LESERSCHAFT | einkommensstarke Privatpersonen, Architektur- und Immobilienprofis | |
| ANZAHL EIGENSTÄNDIGER MAGAZINE | 8 – Berlin, Düsseldorf, Frankfurt/Rhein-Main, Hamburg, Köln Bonn, München, Ruhrgebiet und Stuttgart | |
| ERSCHEINUNGSWEISE | 4x pro Jahr | |
| ERSCHEINUNGSGEBIETE | jeweilige Metropolregion | |
| JAHRGANG | 16. Jahrgang seit 2009 | |
| AUFLAGE | Gesamtauflage 64.000 Exemplare pro Ausgabe/Quartal, 8.000 Exemplare pro Metropolausgabe | |
| HEFTFORMAT | DIN A4 (210 x 297 mm) | |
| JAHRESABONNEMENT | Inland 32 Euro (inkl. MwSt. und Versandkosten) Ausland (EU) 46,80 Euro (inkl. MwSt. und Versandkosten) | |
| ONLINE | www.cube-magazin.de | |
| UMFANG | Ausgaben 2023 | 35 Ausgaben |
| | Gesamtseitenzahl 2023 | 2.584 Seiten |
| | Ø Seitenzahl 2023 | Ø 73,8 Seiten |
| ONLINE MAGAZINE | www.cube-magazin.de/digitale-print-ausgaben | |

| | |
|--|---|
| Anteil nach Geschlecht: | Gelesen wird: |
| 61,0 % männlich | 38,5 % komplett, das ganze Heft |
| 39,0 % weiblich | 40,6 % mehr als die Hälfte |
| Durchschnittsalter: | 20,8 % nur einzelne Artikel |
| 50,9 Jahre | Das Magazin wird: |
| Monatliches Nettoeinkommen über 5.000 Euro: | 62,1 % aufbewahrt |
| 32,2 % | 26,1 % weitergegeben |
| Wohnsituation: | 11,8 % sonstiges |
| 40,3 % zur Miete | Insgesamt bewerte ich das Magazin mit der Schulnote: |
| 46,8 % eigenes Haus | Privatpersonen: 1,9 |
| 12,9 % Eigentumswohnung | Architekt:innen: 2,1 |
| Durchschnittliche Anzahl an Leser:innen pro Exemplar: | |
| 2,8 Privatpersonen | |
| 3,5 Architekt:innen | |

LESERSCHAFTSSTRUKTUR (Durchschnittswert aller 8 Metropolititel)



* Quelle: CUBE-Leseranalyse vom 2022, 140 Teilnehmer:innen, 24 geschlossene und offene Fragen, schriftliche und Online-Befragung

| METROPOLTITEL | Frühjahrs- ausgabe 01/2025 | Sommer- ausgabe 02/2025 | Herbst- ausgabe 03/2025 | Winter- ausgabe 04/2025 |
|--------------------------|---|---|---|---|
| DÜSSELDORF | RS/AS: 03.02.25 DUS: 10.02.25 ET: ab 25.02.25 | RS/AS: 22.04.25 DUS: 28.04.25 ET: ab 13.05.25 | RS/AS: 21.07.25 DUS: 28.07.25 ET: ab 19.08.25 | RS/AS: 06.10.25 DUS: 13.10.25 ET: ab 28.10.25 |
| FRANKFURT/ RHEIN-MAIN | RS/AS: 03.02.25 DUS: 10.02.25 ET: ab 25.02.25 | RS/AS: 22.04.25 DUS: 28.04.25 ET: ab 13.05.25 | RS/AS: 18.08.25 DUS: 25.08.25 ET: ab 09.09.25 | RS/AS: 03.11.25 DUS: 10.11.25 ET: ab 25.11.25 |
| KÖLN BONN | RS/AS: 03.02.25 DUS: 10.02.25 ET: ab 25.02.25 | RS/AS: 22.04.25 DUS: 28.04.25 ET: ab 13.05.25 | RS/AS: 21.07.25 DUS: 28.07.25 ET: ab 19.08.25 | RS/AS: 06.10.25 DUS: 13.10.25 ET: ab 28.10.25 |
| HAMBURG | RS/AS: 17.02.25 DUS: 24.02.25 ET: ab 11.03.25 | RS/AS: 05.05.25 DUS: 12.05.25 ET: ab 28.05.25 | RS/AS: 04.08.25 DUS: 11.08.25 ET: ab 26.08.25 | RS/AS: 20.10.25 DUS: 27.10.25 ET: ab 11.11.25 |
| MÜNCHEN | RS/AS: 17.02.25 DUS: 24.02.25 ET: ab 11.03.25 | RS/AS: 05.05.25 DUS: 12.05.25 ET: ab 28.05.25 | RS/AS: 18.08.25 DUS: 25.08.25 ET: ab 09.09.25 | RS/AS: 20.10.25 DUS: 27.10.25 ET: ab 11.11.25 |
| RUHRGEBIET | RS/AS: 17.02.25 DUS: 24.02.25 ET: ab 11.03.25 | RS/AS: 05.05.25 DUS: 12.05.25 ET: ab 28.05.25 | RS/AS: 04.08.25 DUS: 11.08.25 ET: ab 26.08.25 | RS/AS: 20.10.25 DUS: 27.10.25 ET: ab 11.11.25 |
| STUTTGART | RS/AS: 03.03.25 DUS: 10.03.25 ET: ab 25.03.25 | RS/AS: 19.05.25 DUS: 26.05.25 ET: ab 10.06.25 | RS/AS: 18.08.25 DUS: 25.08.25 ET: ab 16.09.25 | RS/AS: 03.11.25 DUS: 10.11.25 ET: ab 25.11.25 |
| BERLIN | RS/AS: 03.03.25 DUS: 10.03.25 ET: ab 25.03.25 | RS/AS: 19.05.25 DUS: 26.05.25 ET: ab 10.06.25 | RS/AS: 04.08.25 DUS: 11.08.25 ET: ab 26.08.25 | RS/AS: 03.11.25 DUS: 10.11.25 ET: ab 25.11.25 |

RS/AS = Redaktionsschluss/Anzeigenschluss, DUS = Druckunterlagenschluss, ET = Erscheinungstermin

VERSAND EINER BEILAGE zusammen mit einem Metropolmagazin an Architekturbüros

Empfänger:innen: Inhaber:innen von Architektur- und Innenarchitekturbüros sowie Immobilienprofis einer Metropolregion und Umgebung. Siehe Aufstellung Seite 5 „Anzahl der Professionals in den 8 Metropolregionen“

a.) Architekturmailing:

z. B. Ausgabe Hamburg 1.583 Empfänger:innen
Versand einer kundenseitig gestellten Beilage oder eines Produktmusters (**max. 200 g/DIN A4**) **zusammen** mit dem Magazin, zusätzlicher Hinweis auf diese Beilage im beiliegenden Mailing-Anschreiben plus ein redaktioneller Bericht (1 Seite) im Magazin.
Kosten pro Mailing: **3,40 Euro**
Gesamtkosten: 5.382 Euro (1.583 x 3,40 Euro)

b.) Architekturbeilage:

z. B. Ausgabe Hamburg 1.583 Empfänger:innen
Versand einer kundenseitig gestellten Beilage oder eines Flyers (**max. 30 g/max. 200 x 280 mm**) innen im Magazin eingelegt.
Kosten pro Mailing: **1,50 Euro**
Gesamtkosten: 2.374 Euro (1.583 x 1,50 Euro)

VERSANDTERMINE der Metropolmagazine an Architekturprofis

| | Ausgabe 01/2025 | Ausgabe 02/2025 | Ausgabe 03/2025 | Ausgabe 04/2025 |
|-------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Anlieferung Beilage bis | bis 01.04.25 | bis 17.06.25 | bis 09.09.25 | bis 02.12.25 |
| Versand ab | ab 08.04.25 | ab 24.06.25 | ab 16.09.25 | ab 09.12.25 |

Beilagen für das Architekturmailing bzw. die Architekturbeilage bitte direkt an den Verlag senden: bl communication GmbH, Briedestr. 1-9, 40599 Düsseldorf

WERBEMÖGLICHKEITEN

in den CUBE Metropolititeln: Berlin, Düsseldorf, Frankfurt Rhein-Main, Hamburg, Köln Bonn, München, Ruhrgebiet und Stuttgart

PREISE
IN EURO¹
(Belegung
pro Titel)

GESAMT-
BELEGUNG²
IN EURO¹
(einmalig
alle 8 Titel)

Kombirabatt

Folgende Rabatte werden bei gleichzeitiger Belegung mehrerer CUBE-Metropolititel innerhalb von 12 Monaten eingeräumt:

PRO TITEL – EINMALIGE BELEGUNG

| | | |
|--|-------|--------|
| 1/2 Seite Anzeige (hoch oder quer) 2. Hefthälfte | 1.500 | 10.000 |
| 1/1 Seite Anzeige (Innenteil) | 2.600 | 19.000 |
| 1/1 Seite Advertorial (Innenteil) ³ | 2.600 | 19.000 |
| 1/1 Seite Anzeige (2. oder 3. Umschlagseite) ⁴ | 3.200 | - |
| 1/1 Seite Anzeige (4. Umschlagseite) ⁴ | 3.900 | - |
| 2/1 Seiten Anzeige (Innenteil) | 3.600 | 24.500 |
| 2/1 Seiten Immobilien-Advertorial (Innenteil) ³ | 3.600 | 24.500 |
| Beileger bis max. 30 g ⁵ , max. 280 x 200 mm | 2.600 | 19.000 |

¹ Alle Preise in Euro zzgl. der jeweils geltenden Mehrwertsteuer. Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen (siehe Seite 19). Beauftragten Werbeagenturen und Mediamittlern räumen wir eine Mittlerprovision in Höhe von 15 % auf den möglicherweise um Mengen- oder Kombirabatt reduzierten Nettopreis ein.

² Bei bereits rabattierten Paketpreisen einer Gesamtbelegung aller Metropolmagazinen ist kein Abzug von Rabatten mehr möglich.

³ Preise inkl. Layout- und Texterstellung, rechtstheftreies Bildmaterial wird kundenseitig gestellt. Hierbei gehen wir davon aus, dass wir die gestellten Bebilderungen in den gedruckten und digitalen CUBE Medien (einschließlich Social-Media) einsetzen können, ohne dass wir Rechte Dritter verletzen bzw. dem Verlag Kosten entstehen.

⁴ Soweit noch verfügbar.

⁵ Jede weitere 10g Gewicht kosten 200 Euro zusätzlich.

* Die aufgeführten Preise gelten unter Vorbehalt. Falls sich für den Verlag wesentliche Bedingungen wie z. B. Druckpreise ändern sollten, behält sich der Verlag eine Anpassung der Preise vor.

| | |
|---|-----|
| Belegung von 2 Titeln (z. B. Hamburg und Berlin) | 4 % |
| Belegung von bis zu 6 Titeln | 6 % |
| Belegung von 7 oder mehr Titeln | 8 % |

Mengenrabatt

Folgende Rabatte werden bei Belegung mehrerer Ausgaben innerhalb von 12 Monaten (4 Ausgaben) eingeräumt:

| | |
|---|-----|
| Belegung von 2 Ausgaben (z. B. Frühjahr und Sommer) | 4 % |
| Belegung von 3 Ausgaben (z. B. Frühjahr, Sommer, Herbst) | 6 % |
| Belegung von 4 Ausgaben (Frühjahr, Sommer, Herbst, Winter) | 8 % |

Anzeigenformate siehe Seite 9

ANZAHL DER PROFESSIONALS⁷ IN DEN 8 METROPOLREGIONEN (Stand September 2024)

| TITEL | GESAMT |
|----------------------|---------------|
| BERLIN | 1.909 |
| DÜSSELDORF | 1.417 |
| FRANKFURT/RHEIN-MAIN | 1.404 |
| HAMBURG | 1.583 |
| KÖLN BONN | 1.458 |
| MÜNCHEN | 1.601 |
| RUHRGEBIET | 1.315 |
| STUTT GART | 1.503 |
| GESAMT | 12.190 |

ZUSÄTZLICHE SCHWERPUNKTTHEMEN⁶

| AUSGABE | SCHWERPUNKTTHEMEN |
|--------------------|--|
| 01/2025 (März) | Outdoor und Sonnenschutz/Regenerative Energien |
| 02/2025 (Juni) | Hospitality |
| 03/2025 (August) | Office/Regenerative Energien |
| 04/2025 (November) | Retail/Kamine und Öfen |

⁶ Diese Themen werden in allen 8 Metropolmagazinen als redaktionelle Themenstrecke behandelt.

⁷ Professionals: Inhaber:innen von Architektur- und Innenarchitekturbüros, Immobilienentwickler:innen aus den Erscheinungsgebieten



BUNDESWEITES PREMIUMMAGAZIN

CUBE Select wendet sich mit dem Kernthema hochwertige Wohnarchitektur- und Innenarchitekturprojekte an Privatpersonen. Weitere Themengebiete sind Classic Cars, Luxushotels, Kunst und Kultur, Chronographen, Weinkultur und Architekturreisen. CUBE Select wird bundesweit im gehobenen Pressehandel, im Bahnhofs- und Flughafenbuchhandel und im Abonnement vertrieben sowie zudem per Post an die Inhaber:innen von 950 Top-Wohnarchitektur- und Innenarchitekturbüros¹ in Deutschland versendet.

Ansichtsexemplar unter:

<https://www.cube-magazin.de/mediadaten/>

| | |
|---------------------------------|---|
| LESERSCHAFT | Einkommensstarke Privatpersonen |
| AUFLAGE | 8.000 Exemplare |
| ERSCHEINUNGSWEISE | 4x pro Jahr |
| ERSCHEINUNGSGEBIET | Deutschlandweit |
| DRUCKUNTERLAGENSCHLUSS | Jeweils 21 Tage vor Erscheinen der Ausgabe |
| VERKAUFSPREIS EINZELHEFT | 6,50 Euro, 32 Euro im Jahresabo (Inlandspreise) ² |
| HEFTFORMAT | 230x297 mm |
| VERTRIEB (a) | Zeitschriftenhandel, Bahnhofs- und Flughafenbuchhandel, Abonnement |
| VERTRIEB (b) | Versand als elektronisches Blättermagazin an Inhaber:innen der 950 Top-Wohnarchitektur- und Innenarchitekturbüros ¹ in Deutschland |

¹ Das sind diejenigen Büros, die in den letzten 15 Jahren bereits einmal eine Villa oder ein Luxusapartment im CUBE Magazin präsentiert haben.

² Auslandspreise gerne auf Anfrage.

PREISE*

Anzeigenformate siehe Seite 9

| WERBUNG/PLATZIERUNG | PREISE IN EURO ^{1, 2} | MENGENRABATTE (bei Mehrfachbelegung von CUBE Select innerhalb von 12 Monaten) |
|--|-----------------------------------|---|
| 1/2 Seite Anzeige (hoch oder quer) | 2.600 | 2 Anzeigen 4 % |
| 1/1 Seite Anzeige / Advertorial ³ | 4.800 | 3 Anzeigen 6 % |
| 2/1 Seiten Anzeige / Advertorial ³ | 6.800 | 4 Anzeigen 8 % |
| 1/1 Anzeige 2. Umschlagseite oder 3. Umschlagseite ⁴ | 5.600 | |
| 1/1 Anzeige 4. Umschlagseite ⁴ | 6.200 | |
| BEILAGEN | | |
| a.) Beilage Gesamtausgabe (Gewicht bis 30 g, max. Format 220 x 290 mm) | 4.800 | |
| b.) Architekturbeilage im Direktversand an 950 Architekturbüros (Gewicht bis max. 200 g, max. Format 210 x 297 mm) | 3.200 | |

¹ Alle Preise zzgl. MwSt.

² Beauftragten Werbeagenturen und Mediamittlern räumen wir eine Mittlerprovision in Höhe von 15 % auf den Nettopreis ein.

³ Preise inkl. Layout- und Texterstellung, rechtsfreies Bildmaterial wird kundenseitig gestellt. Hierbei gehen wir davon aus, dass wir die gestellten Bebilderungen in den gedruckten und digitalen CUBE Medien (einschl. Social-Media) einsetzen können, ohne dass wir Rechte Dritter verletzen bzw. dem Verlag Kosten entstehen.

⁴ Soweit noch verfügbar.

* Die aufgeführten Preise gelten unter Vorbehalt. Falls sich für den Verlag wesentl. Bedingungen wie z. B. die Druckpreise ändern sollten, behält sich der Verlag eine Anpassung der Preise vor.

ERSCHEINUNGSTERMINE

| | Frühjahrsausgabe | Sommerausgabe | Herbstausgabe | Winterausgabe |
|-------------|------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| CUBE SELECT | RS/AS: 17.03.25 | RS/AS: 02.06.25 | RS/AS: 01.09.25 | RS/AS: 17.11.25 |
| | DUS: 24.03.25 | DUS: 09.06.25 | DUS: 08.09.25 | DUS: 24.11.25 |
| | ET: ab 15.04.25 | ET: ab 01.07.25 | ET: ab 30.09.25 | ET: ab 16.12.25 |

RS/AS = Redaktionsschluss/Anzeigenschluss, DUS = Druckunterlagenschluss, ET = Erscheinungstermin

INSPIRE (PROFESSIONALS)



BUNDESWEITE ARCHITEKTUR- UND INNENARCHITEKTUR-PUBLIKATION

CUBE Inspire rückt dreimal pro Jahr ein aktuelles Architekturthema in den Fokus, das für Architekten:innen und Innenarchitekt:innen von hoher Relevanz ist. Zusammen mit den acht CUBE-Metropolausgaben wird CUBE Inspire per Direktversand an Architekt:innen und Innenarchitekt:innen versandt. Das Magazin ist für Markenhersteller eine hervorragende Möglichkeit, um in einem hochattraktiven redaktionellen Umfeld Referenzprojekte oder Produktneuheiten zu präsentieren.

Ansichtsexemplar unter:

<https://www.cube-magazin.de/mediadaten/>

| | |
|-------------------------------|---|
| LESERSCHAFT | Architekt:innen und Innenarchitekt:innen |
| AUFLAGE | 12.000 Exemplare |
| ERSCHEINUNGSWEISE | 3 x pro Jahr |
| ERSCHEINUNGSGEBIET | Deutschlandweit |
| DRUCKUNTERLAGENSCHLUSS | Jeweils 14 Tage vor Erscheinen der Ausgabe |
| HEFTFORMAT | DIN A4 (210 x 297 mm) |
| FOCUSTHEMEN 2025 | 1. Ausgabe (April) – Office 2. Ausgabe (Juli) – Hospitality 3. Ausgabe (Dezember) – Lighting |
| VERTRIEB | Postalischer Direktversand an Inhaber:innen von 12.000 Architektur- und Innenarchitekturbüros (in ganz Deutschland) |

PREISE*

| WERBUNG/PLATZIERUNG | PREISE IN EURO ¹ | Anzeigenformate siehe Seite 9 |
|--|-----------------------------|---|
| Innenseiten | | ERSCHEINUNGSTERMINE |
| 1/2 Seite Anzeige (hoch oder quer) | 2.600 | Frühjahrsausgabe Nr. 1/2025 (Office) |
| 1/1 Seite Anzeige/Advertorial ² | 3.600 | RS/AS: 17.03.25 |
| 2/1 Seiten Anzeige/Advertorial ² | 4.800 | DUS: 24.03.25 |
| | | ET: ab 15.04.25 |
| Sonderplatzierungen³ | | Sommerausgabe Nr. 2/2025 (Hospitality) |
| 1/1 Anzeige auf Umschlagseite U2 oder U3 ³ | 4.200 | RS/AS: 02.06.25 |
| 1/1 Anzeige auf Umschlagseite U4 ³ | 5.200 | DUS: 09.06.25 |
| Beileger (bis max. 30 g, Format max. 290 x 200 mm) | 3.600 | ET: ab 01.07.25 |
| Kombinationen | | Winterausgabe Nr. 4/2025 (Lighting) |
| Kombi 1: 1/1 Anzeige in CUBE Inspire + 1/2 Produkt-PR in allen 8 CUBE-Metropolmagazinen | 5.200 | RS/AS: 17.11.25 |
| Kombi 2: Doppelseite (2/1) bestehend aus 1/1 Advertorial + 1/1 Experteninterview + Podcast in digitalen CUBE Medien (Website, Social Media) | 5.300 | DUS: 24.11.25 |
| Kombi 3: 1/2 Anzeige in CUBE Inspire + 1/2-seitige Produkt-PR in 4 von 8 Metropolmagazinen (nach Wahl) | 3.400 | ET: ab 09.12.25 |

¹ Alle Preise zzgl. MwSt. Beauftragten Werbeagenturen und Mediamittlern räumen wir eine Mittlerprovision in Höhe von 15% auf den Nettopreis ein.

² Preise inkl. Layout- und Texterstellung, rechtfreies Bildmaterial wird kundenseitig gestellt. Hierbei gehen wir davon aus, dass wir die gestellten Bebilderungen in den gedruckten und digitalen CUBE Medien (einschl. Social-Media) einsetzen können, ohne dass wir Rechte Dritter verletzen bzw. dem Verlag Kosten entstehen. ³ Soweit noch verfügbar.

* Die aufgeführten Preise gelten unter Vorbehalt. Falls sich für den Verlag wesentliche Bedingungen wie z. B. die Druckpreise ändern sollten, behält sich der Verlag eine Anpassung der Preise vor.

REAL ESTATE (PROFESSIONALS)



BUNDESWEITES ARCHITEKTURMAGAZIN

CUBE Real Estate gibt zu einem Leitthema einen Überblick über anspruchsvolle Großprojekte und Quartiersentwicklungen. Die Leserschaft setzt sich aus Profis der Architektur, Immobilien- und Baubranche zusammen. Wir zeigen anhand von ausgewählten Leuchtturmprojekten, dass hochwertige und nachhaltige Architektur ein zugkräftiges Argument für erfolgreiche Stadt- und Standortentwicklung ist. Das Magazin ist ein geeignetes Umfeld, um eine hochattraktive Zielgruppe auf eine Marke, ein Immobilienprojekt, einen exklusiven Standort oder eine für Architekt:innen interessante Leistung aufmerksam zu machen – absolut zielgenau und zu attraktiven Konditionen.

Ansichtsexemplar unter:

<https://www.cube-magazin.de/mediadaten/>

| | |
|---------------------------|---|
| LESERSCHAFT | Architekturbüros, Immobilienentwickler:innen, Bauindustrie, städtische Institutionen und Wirtschaftsunternehmen |
| AUFLAGE | 12.000 Exemplare |
| ERSCHEINUNGSGEBIET | Deutschlandweit |
| ERSCHEINUNGSWEISE | 1 x pro Jahr (ab 23.09.2025) |
| HEFTFORMAT | DIN A4 (210x297 mm) |
| FOCUSTHEMA IN 2025 | Green Architecture/Serielle und modulare Architektur |
| VERTRIEB | Postalischer Direktversand an 12.000 Profis (ohne Streuverluste) |

PREISE*

| WERBUNG/PLATZIERUNG | PREISE IN EURO ¹ |
|---|-----------------------------|
| 1/2 Seite Anzeige (hoch/quer) | 2.600 |
| 1/1 Seite Anzeige/Advertorial ² | 3.600 |
| 2/1 Seiten Advertorial ² | 4.800 |
| Doppelseite (2/1) bestehend aus einem Advertorial ² + Expert:inneninterview + Podcast in digitalen CUBE Medien (Website, Social Media) | 5.200 |
| Sonderplatzierungen³ | |
| 1/1 Seite Umschlagseite U2 oder U3 ³ | 4.600 |
| 1/1 Seite Umschlagseite U4 ³ | 5.600 |
| Beileger (bis max. 30 g, Format max. 290 x 200 mm) | 3.600 |

Anzeigenformate siehe Seite 9

| Kombinationen ¹ | |
|---|--------------|
| CUBE Real Estate und ausgewähltes Metropolmagazin in Euro | |
| Kombi 1: 1/1 Advertorial/Anzeige in einem Metropolmagazin 2025 (z. B. CUBE Hamburg) + 1/1 Advertorial/Anzeige im Metropolenteil CUBE Real Estate | 6.200 |
| Kombi 2: 2/1 Advertorial in einem Metropolmagazin 2025 (z. B. CUBE Hamburg) + 2/1 Advertorial in CUBE Real Estate | 7.200 |

¹ Alle Preise zzgl. MwSt. Beauftragten Werbeagenturen und Mediamittlern räumen wir eine Mittlerprovision in Höhe von 15 % auf den Nettopreis ein.

² Preise inkl. Layout- und Texterstellung, rechtefreies Bildmaterial wird kundenseitig gestellt. Hierbei gehen wir davon aus, dass wir die gestellten Bebilderungen in den gedruckten und digitalen CUBE Medien (einschließlich Social-Media) einsetzen können, ohne dass wir Rechte Dritter verletzen bzw. dem Verlag Kosten entstehen.

³ Soweit noch verfügbar.

* Die aufgeführten Preise gelten unter Vorbehalt. Falls sich für den Verlag wesentliche Bedingungen wie z. B. die Druckpreise ändern sollten, behält sich der Verlag eine Anpassung der Preise vor.

ERSCHEINUNGSTERMIN

Anzeigenschluss 25.08.25

Druckunterlagenabschluss 01.09.25

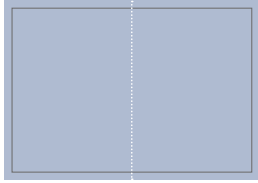
erscheint ab 23.09.25

ANZEIGENFORMATE

CUBE Metropolmagazin, CUBE Real Estate, CUBE Inspire: **210 x 297 mm**, CUBE Select: **230 x 297 mm**

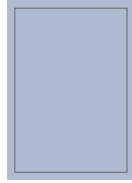
ANZEIGEN IM ANSCHNITT

2/1 Seiten¹



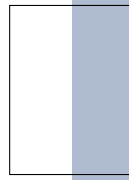
420 x 297 mm
Select 460 x 297 mm

1/1 Seite¹



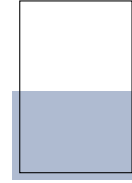
210 x 297 mm
Select 230 x 297 mm

1/2 Seite hoch^{1/3}



102 x 297 mm
Select 110,5 x 297 mm

1/2 Seite quer^{1/3}



210 x 150 mm
Select 230 x 150 mm

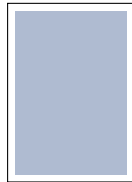
ANZEIGEN IM SATZSPIEGEL

2/1 Seiten²



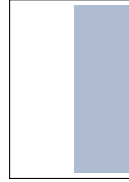
400 x 275 mm
Select 432 x 297 mm

1/1 Seite²



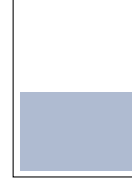
188 x 275 mm
Select 198 x 275 mm

1/2 Seite hoch^{2/3}



92 x 275 mm
Select 96,5 x 275 mm

1/2 Seite quer^{2/3}



188 x 135 mm
Select 198 x 135 mm

¹ Angeschchnittene Anzeigen bitte zuzüglich jeweils 3 mm Beschnittzugabe an allen Außenseiten.

² Druckunterlagen mit Schnittmarken, zur exakten Platzierung, anliefern.

³ Im vorderen Hefeteil sind nur ganzseitige Anzeigen möglich.

TECHNISCHE DETAILS/ANLIEFERUNG BEILAGEN UND BEIHEFTER

Datenübertragung/Datenträger:

- per E-Mail: media@cube-magazin.de
- WeTransfer oder Dropbox usw.

Datenformat:

Vorzugsweise PDF/X-3 oder PDF/X-4.
Alle verwendeten Schriftarten sind einzubetten.

Profile:

Farb-Modus CMYK, 300 dpi,
Strich in Bitmap-Modus, mind. 1.200 dpi.
Beschnitt: mindestens 3 mm pro Anschnittkante.
Profil CUBE: ISO Coated v2 300 % (ECI)

Zur farblichen Abstimmung:

Für alle Anzeigen sind farbverbindliche Vorlagen erforderlich:
Digitalproofs (mit Ugra/FOGRA Medienkeil V 2.0)

Wir gehen davon aus, dass es sich bei den uns überlassenen Dateien um Kopien handelt und übernehmen keine Haftung für deren Aufbewahrung.

BEILEGER/BEIHEFTER

Liefertermin 2 Wochen vor Hefterscheinungstermin in der Zeit von 8–17 Uhr frei Haus.

Lieferadresse:

Zeitfracht Medien GmbH
Emmericher Straße 10, 90411 Nürnberg, Deutschland

Der Lieferschein sollte AUSSEN auf der Palette oder einem Karton angebracht sein (bitte NICHT in einen Karton legen).

Er muss folgende Informationen enthalten:

- Kunde/Auftraggeber
- CUBE Zeitschriftentitel und Ausgabe (z. B. CUBE Berlin Nr. 3/2025)
- Liefermengen (Gesamtgewicht, Anzahl der Gebinde (Paletten oder Kartons))
- Adresse und Telefonnummer des Anlieferers

ARCHITEKTENMAILING

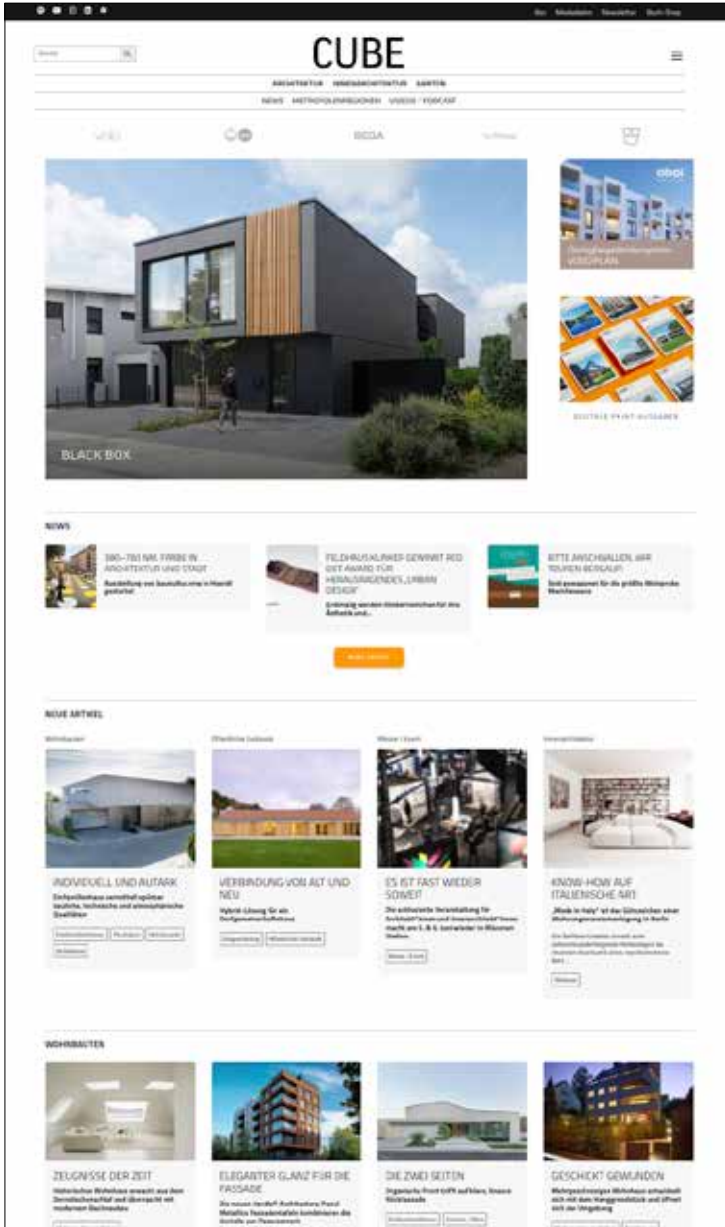
Liefertermin 1 Woche vor Versandtermin in der Zeit von 9–17 Uhr frei Haus.

Lieferadresse:

b1 communication GmbH
Briedestraße 1–9, 40599 Düsseldorf, Deutschland

WEBSITE

www.cube-magazin.de / HOME



Leistungsdaten

URL: www.cube-magazin.de

Impressions pro Monat: 120.000

Klicks pro Monat: 25.000

Sitzungsdauer: 2,09 Minuten

Ahrefs Domain Rating: 69 (siehe Seite 14)

www.cube-magazin.de / HOME

Kosten Rectangle-Anzeige A-C*:

- Mindestlaufzeit: 1 Monat
- Position A: 1.500 Euro pro Monat
- Position B: 1.200 Euro pro Monat
- Position C: 1.000 Euro pro Monat

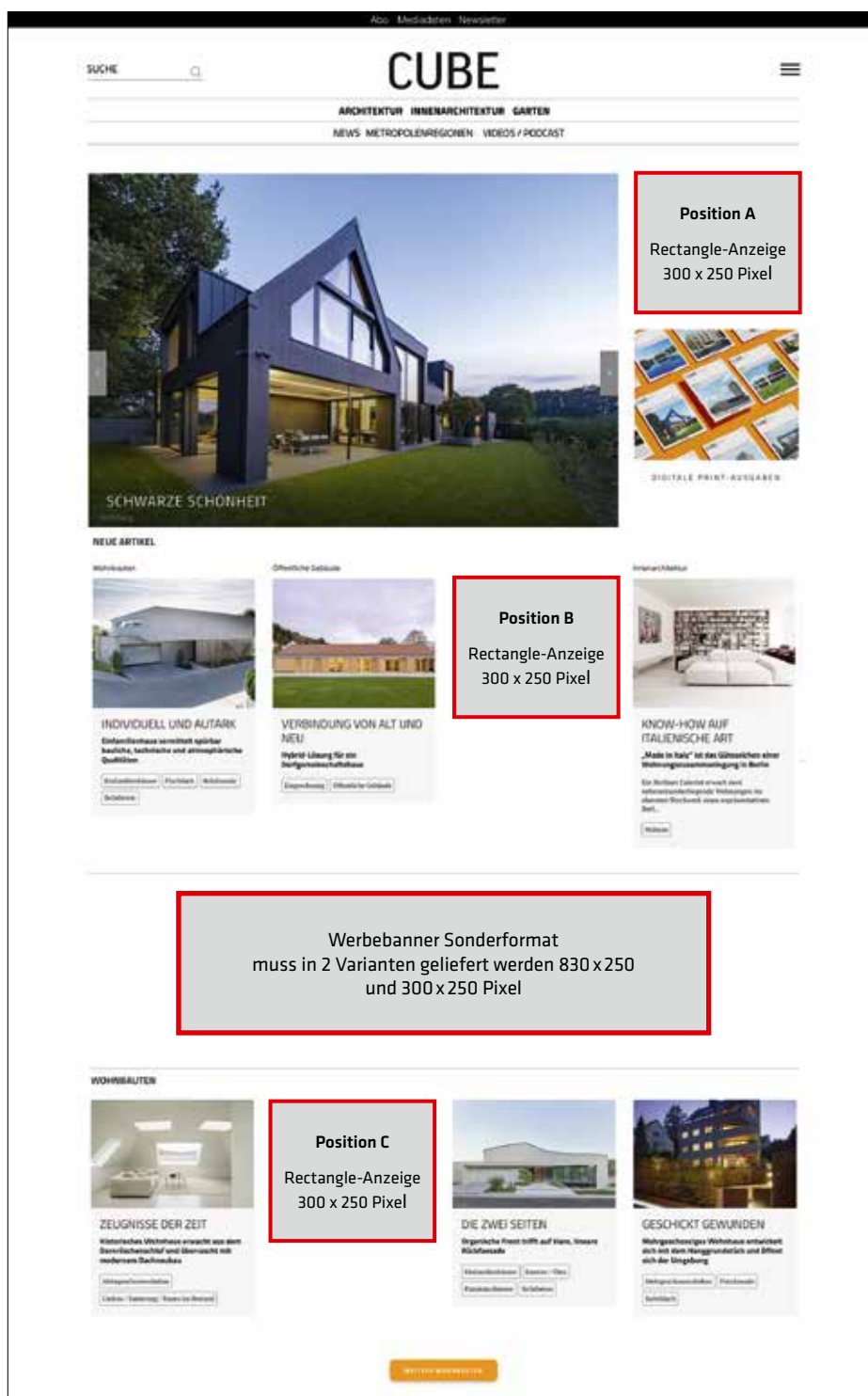
Format Rectangle-Anzeige A-C:

- 300 x 250 Pixel (Breite x Höhe)
- als JPEG oder HTML5

Werbepbanner Sonderformat D:

- Mindestlaufzeit: 1 Monat
- Kosten: 1.500 Euro pro Monat
- 830 x 250 Pixel (Breite x Höhe)
für Desktop-Ansicht
- 300 x 250 Pixel für Mobile-Ansicht
- als JPEG oder HTML5

* Alle Kosten zzgl. MwSt.



www.cube-magazin.de / Übersichtsseite **ARCHITEKTUR**

www.cube-magazin.de / Übersichtsseite **INNENARCHITEKTUR**

www.cube-magazin.de / Übersichtsseite **GARTEN**

Advertorials

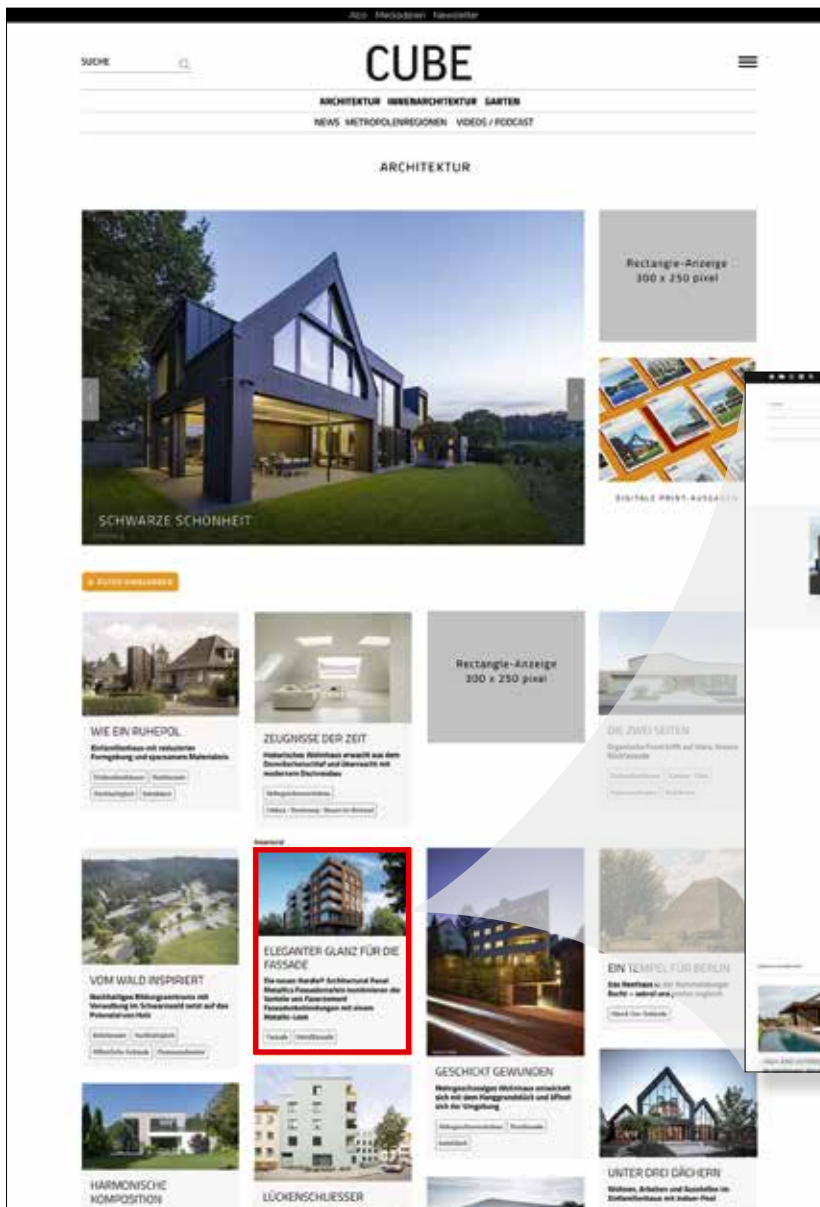
Konditionen:

- Mindestlaufzeit: 1 Monat
- Kosten: 900 Euro pro Monat zzgl. MwSt.
- Berichte werden jeweils mit der Kunden-Domain abgebunden – in Form eines DoFollow-Links zur Kunden-Website
- Platzierung: inhaltsabhängig auf Übersichtsseite in *Architektur*, *Innenarchitektur* oder *Garten* (Zuordnung erfolgt durch den Verlag)

Voraussetzungen:

- Gestaltung und Texterstellung durch den Verlag, keine werbliche Sprache oder z. B. Versalien-Schreibweisen
- Bestandteile: Artikel-Teaser und Artikelseite
- Artikel-Teaser: Head / Subhead / 1. Satz Copytext
- Artikelseite: max. Bildanzahl: 8, max. Zeichenzahl: 1.500
- 1 Korrekturlauf
- Professionelle Bilder werden kundenseitig gestellt und sind rechtfrei vom Verlag uneingeschränkt einsetzbar, ohne das dem Verlag hierbei Kosten entstehen bzw. Rechte Dritter verletzt werden

Artikel-Teaser



Artikelseite

www.cube-magazin.de / **KATEGORIE**

Themenbezogene Logo-Platzierung z. B. in allen Objektberichten einer Website-Kategorie oder eines Themas, z. B. Einfamilienhäuser (>500 Objektberichte) oder Satteldach (>138 Objektberichte)

Konditionen:

- Mindestlaufzeit: 1 Monat
- Kosten: 900 Euro pro Monat zzgl. MwSt.


Platzierung/Leistung:

- Hersteller-Logo wird unter den Artikeln einer definierten Kategorie oder einem Thema platziert (z. B. *Einfamilienhäuser*)

Startseite / München / Zurückhalten und besonders zugleich

ZURÜCKHALTEND UND BESONDERS ZUGLEICH

Ein Harlachinger Einfamilienhaus besticht mit großzügigem Inneren



Direkt im Anschluss an das kleinbürgerliche, einstige Arbeiterviertel Giesing hat sich das gehobere Wohnviertel Harlaching mit Kolonien aus Einfamilienhäusern und Villen entwickelt. Zoo, Krankenhaus und Isarauen – um die drei wichtigsten Highlights zu nennen, machen Harlaching zu einer begehrten Wohngegend. Hier haben die Münchner Architekten Jacob & Spreng ein neues Einfamilienhaus errichtet, das sich deutlich von den Nachbargebäuden unterscheidet, ohne als Fremdkörper wahrgenommen zu werden. Sein Flachdach, die Holzverschalung, großformatige rechteckige Fenster und das Eingangstor aus Metall sind zunächst die äußeren Merkmale. Mehr ist für Passant:innen nicht zu sehen. Dennoch lassen sich ein großzügiges Inneres und ein Garten erahnen. Das Erdgeschoss verfügt über einen offenen Grundriss, in dem sich die Funktionen Eingangsbereich, Kochen, Essen, Wohnen und Arbeiten um einen freistehenden Kubus aneinanderreihen. Der hölzerne, grün gebeizte Kubus hat es in sich: Er beherbergt unterschiedliche Funktionen, die beinahe unsichtbar integriert sind. Er birgt auf jeder Seite eine seinen Gegenüber im Raum adäquate Funktion. Der Kücheneiseln gegenüber bietet er zum Beispiel Raum für Anrichte, Küchengeräte und Stauraum. Zum Flur hin reihen sich eine Schrankwand, weitere Nebenräume und ein Aufzug aneinander. Die Gestaltung des Interieurs, der Wohnlandschaft, geschah in enger Zusammenarbeit mit Thatenboest Interior. Eine gerade Treppe, begleitet durch ein Oberlicht im Dach, führt ins Obergeschoss. Hier liegen die Privaträume, das Schlafzimmer mit offener Ankleide, Bad und Dusche. Mit viel Gespür sind Farbgebung und der Einsatz besonderer Materialien aufeinander abgestimmt. Sogar der Windkeller, hinter Glas im Untergeschoss, hat ein wohnliches Ambiente und bietet so Aufenthaltsqualität für bestimmte Anlässe.

Die wahre Offenbarung ist die Rückseite des Hauses: Sie öffnet sich über Eck und holt mit ihrer bodentiefen Verglasung viel Licht ins Innere. Eine hölzerne Terrasse, in die ein Pool eingelassen ist, bietet Raum zum Sonnen oder Dank eines Vordaches auch Schatten. Hier wird gegessen, gegrillt, relaxt oder gearbeitet. Alle Tätigkeiten könnten, wenn die Witterung es zulässt, nach draussen verlagert werden. Das Einfamilienhaus ist so konzipiert, dass bei vermehrtem Platzbedarf ein Staffelngeschoss hinzugefügt werden kann. Dies wurde von Anfang an mitgeplant, ohne dass der potenzielle Ausbau dem Ist-Zustand anzuferken wäre. Die Erweiterung ist im Bedarfsfall mit sehr geringem Aufwand möglich. Zuletzt sei noch das umfangreiche Energiekonzept erwähnt. Es besteht aus einer Kombination von Luftwärmepumpe, Photovoltaik und einer kontrollierten Lüftungsanlage mit Wärmerückgewinnung – so ist für jegliche Wetterlage Vorsoege getroffen.

www.jacobundspreng.de

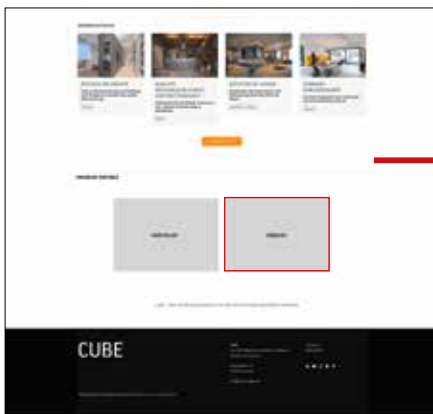
VELUX

AM WERBUNGSMATERIALIEN VERWENDET **EBENFALLS INTERESSANT**

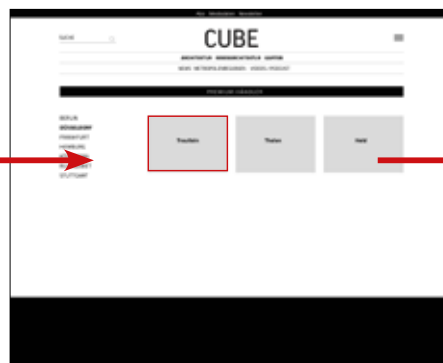
| | | | |
|---|--|--|--|
| <p>Architektur: Jacob & Spreng Architekten www.jacobundspreng.de</p> | <p>Innenarchitektur: Thatenboest Interior www.thatenboest.com</p> | <p>Außenanlagen: Schlitzler www.schlitzler.de</p> | <p>Dachdecker: Leth www.sprengler-leth.de</p> |
| <p>Elektronik: Elektro Almsenbiter</p> | <p>Energieberatung: EKG Kraft</p> | <p>Malerarbeiten: Stefani & Iskander</p> | <p>Fliesenlegearbeiten: Roni Tiesm</p> |

www.cube-magazin.de / **HOME**

Hersteller-/Marken-Portrait mit Referenzobjekten



Startseite



Übersichtsseite



Hersteller-/Marken-Portrait

Anlegen einer SEO-optimierten Kundenseite auf der CUBE-Website samt DoFollow-Link zur Website des Kunden.

Die CUBE-Website hat ein überdurchschnittliches Ahrefs Domain Rating von 69. Der Ahrefs Domain Rating beeinflusst das Ranking bei Google. Folglich sind alle Links von redaktionellen Beiträgen, die von der CUBE-Website ausgehen, mittelfristig ein „Booster“ für eine gute Google-Platzierung.

Wir bieten Unternehmen damit eine Möglichkeit, ihre Platzierung im Google-Ranking mittelfristig zu verbessern. Wir gestalten hierfür eine SEO-optimierte „Landing-Page“, die durch regelmäßiges Befüllen mit kundenseitig zur Verfügung gestellten, redaktionellen Beiträgen wie Referenzberichten, Expertenbeiträgen oder Produkt-News bestückt und mit DoFollow-Link zur Kunden-Website verknüpft wird.

Die Mindestlaufzeit beträgt ein Jahr, da SEO-Effekte erst dann erwartet werden können.

Konditionen:

- Mindestlaufzeit: 1 Jahr
- Kosten pro Jahr: 2.400 Euro zzgl. MwSt.

Leistungsumfang:

- Gestaltung und Texterstellung der Kundenseite (2 Bilder, Textlänge: ca. 1.000 Zeichen).
- Einpflegen von bis zu 8 redaktionellen Beiträgen pro Jahr, z. B. Referenzberichten, Interviews und Produktvorstellungen, rechtfreies und professionelles Bild- und Textmaterial wird kundenseitig gestellt, Aufbereitung durch den Verlag.
- Platzierung der neuen redaktionellen Beiträge auf Übersichtsseite Architektur, Innenarchitektur oder Garten.
- Verlinkung aller Beiträge mit Kunden-Website mittels Suchmaschinen-relevanten DoFollow-Link.

NEWSLETTER (wöchentlich)

The newsletter layout for 'CUBE' consists of several sections:

- CUBE** (Header)
- Eigenständiger Solitär**: A photograph of a modern villa with a white facade and large windows. Below the image is the headline 'Eigenständiger Solitär', a subline 'Eine zeitgemäße, kubische und klar strukturierte Villa in einem ehemaligen Kurort', and a 'Mehr erfahren' button.
- Gelungene Konversion**: A photograph of a modern multi-story apartment building. Below the image is the headline 'Gelungene Konversion', a subline 'Mehr Wohnraum durch zeitgemäße Bauten, die sich in die gewachsene Stadt einfügen', and a 'Mehr erfahren' button.
- Anzeige**: A red-bordered box containing the text 'Bildformat Newsletter: 600 x 400 Pixel'. A pink arrow points from this box to a separate box on the right.
- Hier steht die Headline (optional)**: A section with the subline 'Hier steht eine längere Subline (optional)'.
- powered by Troldekt**: A logo for Troldekt at the bottom.

Leistungsdaten:

- Empfänger: ca. 6.000
- durchschnittliche Klickrate: 14,5 %
- 80% der Newsletter-Abonent:innen sind Architekt:innen bzw. Innenarchitekt:innen

Rectangle-Anzeige

Konditionen:

- Kosten in Euro ¹: 900 pro Belegung

Platzierung/Leistung:

- Belegung des 3. Feldes mit einer Rectangle-Anzeige ²
- Format: 600 x 400 Pixel
- Verlinkung auf Kunden-Website

**Verlinkung auf
Website
des Kunden**

Logo-Sponsoring

Längerfristiges Sponsoring des wöchentlichen Newsletters durch Integration eines Kundenlogos ² (DoFollow-Link zur Kunden-Website)

Konditionen ¹:

- Halbes Jahr: **3.900 Euro** (= 26 Newsletter-Belegungen)
- Ganzes Jahr: **5.200 Euro** (= 52 Newsletter-Belegungen)

¹ Alle Preise zzgl. MwSt.

² Rechtfreies Bildmaterial wird kundenseitig gestellt. Hierbei gehen wir davon aus, dass wir die gestellten Bilder in den gedruckten und digitalen CUBE Medien (einschließlich Social-Media) einsetzen können, ohne dass wir Rechte Dritter verletzen bzw. dem Verlag Kosten entstehen.

SOCIAL MEDIA



Instagram

Follower: 6.240

Content-Reichweite:

- erreichte Konten: 31.340¹
- Impressions: 112.194¹
- Profilaufrufe: 2.554¹

Content-Interaktionen:

Konten, die interagiert haben:

- 2.979¹
- 52,4 % Follower¹
- 47,6 % Nicht-Follower¹



Facebook

Follower: 424¹

Reichweite: 1.324¹

Content-Interaktionen: 210¹



LinkedIn

Follower: 839

Reaktionen: 283¹

Seitenaufrufe: 498¹



Youtube

Abonnenten: 125

Aufrufe: 7.534¹

Impressionen: 87.229¹



Spotify

Follower: 103

Wiedergaben: 2.262



¹ pro Quartal

PODCASTS UND INNOVATIONSVIDEOS

PODCAST/EXPERT:INNEN-INTERVIEW

Ausführliche Interviews mit Fachexpert:innen, Designer:innen oder Architekt:innen durch CUBE-Redaktion. Durchführung auf Messen oder per Videokonferenz.



Michael Schmutzer und Sabine Sauber



Multimedia Einsatz

INTERVIEW

Lässt sich definieren, welche Determinanten für realistische Arbeitszeiten ausreicht in der Praxis liegen?

Schmutzer: Ich glaube, dass die Fiktion, die die Unternehmen ihren Mitarbeitern zur Verfügung stellen, sich vollständig einem Konzept der Kontrolle und Kontrolle weihen. Die große Herausforderung wird sein, Dinge nicht mehr so perfekt fertig zu machen, weil wir gar nicht wissen, was wir in einem Leben für uns selbst tun wollen. Es gibt momentan keine Hinweise für das Bild der Zukunft. Es gibt die Fiktion unserer Freiheit werden. Man muss überlegen, welche Macht man haben möchte, auch wenn man eine reglementierte Verantwortung in eine professionellere Arbeitswelt bringen. Hier empfiehlt sich eine Mischung von Prävention, um nicht zu problematisieren.

Sauber: Wichtig ist zu verstehen, für gibt nicht die Idee Antwort auf die richtige Arbeitszeit, die jetzt und in Zukunft bestehen wird. Die Aufgaben ändern sich zunehmend und es werden immer auch die Anforderungen an die Räume und Tools.

Was heißt das ganzheitlich für Architekt:innen und Innenarchitekt:innen?

Schmutzer: Das ist ein Prozess, der über den Prozess der Arbeit geht. Es gibt immer noch in Richtung Architektur, in dem ein total bedrucktes werden sollte. Das heißt nicht, dass wir nur noch Wohnraumempfehlungen machen, es geht darum um die Fiktion der Unternehmensmarke. Darüber hinaus geht der Trend in Richtung Produktivität der Teilnehmenden aus dem unternehmerischen Bereich. Die strategische Zusammenfassung von Teams erfordert dann mehr Ressourcen.

Stellen wir uns einmal vor, dass bei der Gestaltung einer neuen Arbeitswelt alles richtig gemacht wurde. Welche konkreten Vorteile entstehen?

Schmutzer: Kurz gesagt: Es kommt für alle Beteiligten zu besseren Ergebnissen. Aber auch anderen Lebensqualitätsaspekten, einer höheren Motivation und einer ganzheitlichen und einem Wohlbefinden, das das bereits bestehende Maß an Flexibilität ausbalanciert.

Sauber: Das ist ein Prozess, der über den Prozess der Arbeit geht. Es gibt immer noch in Richtung Architektur, in dem ein total bedrucktes werden sollte. Das heißt nicht, dass wir nur noch Wohnraumempfehlungen machen, es geht darum um die Fiktion der Unternehmensmarke. Darüber hinaus geht der Trend in Richtung Produktivität der Teilnehmenden aus dem unternehmerischen Bereich. Die strategische Zusammenfassung von Teams erfordert dann mehr Ressourcen.

Was ist die Idee der Design Offices mit nur einem Wert bestimmenden Mitarbeiter:in?

Schmutzer: Produktivität.

Die New Work Bewegung ist aus dem Jahr 2014, aber noch immer in einer starken Dynamik. Wo stehen die Innovationen?

Sauber: Es ist ein Prozess, der über den Prozess der Arbeit geht. Es gibt immer noch in Richtung Architektur, in dem ein total bedrucktes werden sollte. Das heißt nicht, dass wir nur noch Wohnraumempfehlungen machen, es geht darum um die Fiktion der Unternehmensmarke. Darüber hinaus geht der Trend in Richtung Produktivität der Teilnehmenden aus dem unternehmerischen Bereich. Die strategische Zusammenfassung von Teams erfordert dann mehr Ressourcen.

Ist der Begriff New Work richtig besetzt?

Sauber: Wir haben eine riesige Vielfalt an Dingen, die unter dem Begriff New Work zusammengefasst werden können. Es ist ein Prozess, der über den Prozess der Arbeit geht. Es gibt immer noch in Richtung Architektur, in dem ein total bedrucktes werden sollte. Das heißt nicht, dass wir nur noch Wohnraumempfehlungen machen, es geht darum um die Fiktion der Unternehmensmarke. Darüber hinaus geht der Trend in Richtung Produktivität der Teilnehmenden aus dem unternehmerischen Bereich. Die strategische Zusammenfassung von Teams erfordert dann mehr Ressourcen.

Expert:innen-Interview im Magazin mit Verlinkung mittels QR-Code auf Podcast mit vollständigem Interview



Podcast auf CUBE-Website
<https://www.cube-magazin.de/videos-podcasts/>

INNOVATIONSVIDEOS

Produziert durch professionelles TV-Team beim Kunden oder auf Messen. Kurzdarstellung erklärungsbedürftiger Produkte im Film im Verlagslayout. Länge ca. 60-90 Sekunden im Format 16:9.



Multimedia Einsatz

ENERGIE

EFFIZIENTE KOMBINATION

Wärmepumpe plus Holzfeuertaste

Wärmepumpen sind gefragter denn je. Bei höheren Außentemperaturen sind jedoch ihre Effizienz und Strombedarf niedrig. BIEUNER bietet mit einer besonderen Kombination das Angebot aus der Kombination aus Holzfeuertaste und Wärmepumpe. Durch die Kombination sind zwei wesentliche Vorteile verbunden. Durch die Holzfeuertaste wird die Wärmepumpe mit dem natürlichen Holzfeuertaste gespeist. Das Holzfeuertaste speist die Wärmepumpe mit dem natürlichen Holzfeuertaste. Durch die Holzfeuertaste wird die Wärmepumpe mit dem natürlichen Holzfeuertaste gespeist. Das Holzfeuertaste speist die Wärmepumpe mit dem natürlichen Holzfeuertaste.

INNENBELEUCHTUNG

LICHT. NEU GEDACHT.

Ein Münchner Unternehmen bietet eine ganz neue Dimension der Lichtplanung und -gestaltung.

Wir wissen nicht, wie die Zukunft aussieht. - So wie wir gestalten. Mit der innovativen, intelligenten Technologie hat das Münchner Unternehmen die Beleuchtung neu definiert. So kann Licht unabhängig von räumlichen Gegebenheiten und individuellen Präferenzen, in allen erdenklichen Umgebungen eingesetzt werden. Mit 2015 wurden wir von der renommierten Zeitschrift 'The Economist' als 'The Future of Lighting' bezeichnet. Die Ergebnisse sind das Ergebnis von Licht-Technologie, die nicht nur die Beleuchtung, sondern auch die Gestaltung von Innenräumen revolutioniert hat.

Die innovative Licht-Technologie ist ein Ergebnis der Zusammenarbeit von SparkShell und dem renommierten Unternehmen 'The Future of Lighting'.

Das Unternehmen hat die Beleuchtung neu definiert. So kann Licht unabhängig von räumlichen Gegebenheiten und individuellen Präferenzen, in allen erdenklichen Umgebungen eingesetzt werden. Mit 2015 wurden wir von der renommierten Zeitschrift 'The Economist' als 'The Future of Lighting' bezeichnet. Die Ergebnisse sind das Ergebnis von Licht-Technologie, die nicht nur die Beleuchtung, sondern auch die Gestaltung von Innenräumen revolutioniert hat.

Produktbericht halbseitig oder ganzseitig mit Verlinkung mittels QR-Code auf Innovationsvideo mit gleichem Thema

VIDEO

Florian Iichmann von Ambricht

Mit der Lichtbox Technologie hat Ambricht die Lichtplanung neu definiert. So kann Licht unabhängig von räumlichen Gegebenheiten und individuellen Präferenzen, in allen erdenklichen Umgebungen eingesetzt werden. Mit 2015 wurden wir von der renommierten Zeitschrift 'The Economist' als 'The Future of Lighting' bezeichnet. Die Ergebnisse sind das Ergebnis von Licht-Technologie, die nicht nur die Beleuchtung, sondern auch die Gestaltung von Innenräumen revolutioniert hat.

Innovationsvideo auf CUBE-Website

Die Podcasts und Innovationsvideos werden als Ergänzung eines Präsenzpakets in den CUBE-Print- und Digitalmedien vom Verlag produziert und auch den Partnern zur freien Verfügung gestellt.

Gerne unterbreiten wir Ihnen hierfür ein auf Sie zugeschnittenes Angebot.

KONTAKT/VERLAGSINFORMATION



Deutschland Sales Director

Gerrit Menke
Telefon +49 211 650 264-12
menke@cube-magazin.de



Deutschland West

Cordula Hüwels
Telefon +49 201 420 456
Mobil +49 177 400 07 68
huewels@cube-magazin.de



Deutschland Ost/Mitte

Andrea Falkenberg
Telefon +49 250 923 098 67
Mobil +49 162 292 83 34
falkenberg@cube-magazin.de



Deutschland Nord

Tina Morgenstern
Mobil +49 172 399 888 9
morgenstern@cube-magazin.de



Deutschland Süd

Angela Müller
Telefon +49 8171 9113 900
Mobil +49 170 202 002 9
a.mueller@cube-magazin.de



Schweiz

Martina Kummer
Telefon +41 71 672 77 66
Mobil +41 78 720 66 70
kummer@cube-magazin.de

Verlagsanschrift

b1 communication GmbH
Briedestraße 1-9, D-40599 Düsseldorf
Telefon +49 211 650 264-0
Telefax +49 211 650 264-20
info@cube-magazin.de
Sitz und Registergericht:
Düsseldorf, HRB 64429
USt-IdNr. DE 23 7980267

Geschäftsführung

Gerrit Menke, Folker Willenberg

Chefredaktion

Gerrit Menke (verantwortlich)
Folker Willenberg (verantwortlich)

Vertrieb

b1 communication GmbH
Briedestraße 1-9, D-40599 Düsseldorf
Telefon +49 211 650 264-0
info@cube-magazin.de

Bankverbindung

Sparkasse Bochum
IBAN: DE27 4305 0001 0001 4777 28
BIC: WELADED1BOC

Rechnungen sind am Erscheinungstag der Ausgabe zur Zahlung fällig, in der die Anzeige veröffentlicht wird, spätestens innerhalb von 14 Tagen nach Rechnungserhalt.

Im Übrigen gilt Ziffer 12 der Allgemeinen Geschäftsbedingungen (siehe Seite 19)

Urheber- und Verlagsrecht

Die Zeitschrift und alle einzelnen, in ihr enthaltenen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Wir weisen darauf hin, dass in den Artikeln enthaltene Bilder überwiegend dem Urheberrecht Dritter unterliegen. Mit Annahme des Manuskripts gehen das Recht zur Veröffentlichung sowie die Rechte zur Übersetzung, zur Vergabe von Nachdruckrechten, zur elektronischen Speicherung in Datenbanken, zur Herstellung

von Sonderdrucken, Fotokopien und Mikrokopien an den Verlag über (mit Ausnahme der Bilder). Jede Verwertung außerhalb der durch das Urheberrechtsgesetz festgelegten Grenzen ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig. In der unaufgeforderten Zusendung von Beiträgen und Informationen an den Verlag liegt das jederzeit widerrufliche Einverständnis, die zugesandten Beiträge und Informationen in Datenbanken einzustellen, die von Verlagen oder von kooperierenden Dritten geführt werden.

Gebrauchsnamen

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen und dergleichen in dieser Zeitschrift berechtigt nicht zu der Annahme, dass solche Namen ohne Weiteres von jedermann benutzt werden dürfen. Oft handelt es sich um gesetzlich geschützte, eingetragene Warenzeichen, auch wenn sie nicht als solche gekennzeichnet sind.

© b1 communication GmbH

Allgemeine Geschäftsbedingungen

1. Anzeigenauftrag im Sinne dieser allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) ist der Vertrag über die Schaltung einer oder mehrerer Printanzeigen, Fremdbeilagen (Beikleber, Beihefter, Warenmuster etc.) sowie Online-Fremdbeilagen unter Beachtung der aktuellen Konditionenübersicht, wobei rechtsverbindliche Anzeigenaufträge jeweils erst durch schriftliche Bestätigung des Auftrags zustande kommen.

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

3. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 1 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen zu den vertraglich vereinbarten Konditionen abzurufen.

4. Platzierung von Anzeigen: Anzeigen werden in bestimmten Nummern, Ausgaben oder an bestimmten Stellen der Druckschrift oder Internetseite veröffentlicht, wenn dies bei der Auftragserteilung schriftlich vom Verlag bestätigt wird. Sofern keine eindeutigen Platzierungsvorgaben gemacht werden, kann der Verlag die Platzierung frei bestimmen.

5. 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 Rückerstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt oder Streik im Risikobereich des Verlages beruht.

Anzeigenbuchungen sind mit Annahme durch den Verlag bindend. Bei Stornierungen nach Anzeigenannahme fallen 30 % pauschalisierte Stornogebühren an. In der Zeit von 4 Wochen bis Anzeigenschluss fallen bei Stornierung 50 % pauschalisierte Stornokosten an. Bei Stornierungen nach Anzeigenschluss fallen pauschalisierte Stornokosten von 75 % an.

6. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen 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.

7. Die Schlusstermine für Druckunterlagen sind der schriftlichen Auftragsbestätigung des Verlages zu entnehmen. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Werden Druckunterlagen oder Onlinewerbeformen digital oder durch Fernübertragung papierlos an den Verlag übermittelt, gelten folgende Bestimmungen:

Anzeigenvorlagen sollen nur mit geschlossenen Dateien digital übermitteln werden, die der Verlag inhaltlich nicht ändern kann. Der Verlag kann offene Dateien ablehnen. Der Verlag haftet nicht bei fehlerhafter Veröffentlichung von Anzeigen (Print), die mit offenen Dateien übermittelt werden. Zusammengehörige Dateien sind vom Kunden in einem gemeinsamen Verzeichnis (Ordner) zu senden bzw. zu speichern. Der Auftraggeber haftet dafür, dass die übermittelten bzw. gespeicherten Dateien frei von Computerviren sind. Der Verlag ist berechtigt, Dateien mit Computerviren zu löschen, ohne dass dem Auftraggeber hieraus Ansprüche entstünden. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet 6 Wochen nach der Veröffentlichung der Anzeige. An den Verlag übermittelte Disketten oder CD-Rom mit Druckvorlagen gehen in das Eigentum des Verlages über. Sie werden nur auf ausdrücklichen Wunsch oder gegen eine Versandgebühr von 5,00 Euro an den Auftraggeber auf dessen Risiko zurückgesandt.

8. 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/Herkunft gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben 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 aber Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

9. 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.

10. Bei fehlerhaftem Abdruck einer Anzeige trotz rechtzeitiger Lieferung einwandfreier Druckvorlagen kann der Auftraggeber den Abdruck einer einwandfreien Ersatzanzeige (Nacherfüllung) verlangen oder Zahlungsminderung, indes allein in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Der Verlag hat das Recht, eine Ersatzanzeige zu verweigern, wenn diese einen Aufwand erfordert, der unter Beachtung des Inhalts des Schuldverhältnisses und der Gebote von Treu und Glauben in einem groben Missverhältnis zu dem Leistungsinteresse des Auftraggebers steht, oder diese für den Verlag nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich wäre.

Lässt der Verlag eine ihm für die Ersatzanzeige oder die Veröffentlichung des anderen Werbemittels gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht mangelfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rück-

gängigmachung des Anzeigenauftrages. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige ist die Rückgängigmachung des Anzeigenauftrages ausgeschlossen. Reklamationen bei nicht offensichtlichen Mängeln müssen binnen eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn geltend gemacht werden.

Der Verlag haftet für sämtliche Schäden, gleich ob aus vertraglicher Pflichtverletzung oder aus unerlaubter Handlung nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen:

Bei grober Fahrlässigkeit beschränkt sich die Haftung im kaufmännischen Verkehr auf den Ersatz des typischen vorhersehbaren Schadens; diese Beschränkung gilt nicht, soweit der Schaden durch leitende Angestellte des Verlages verursacht wurde.

Bei einfacher Fahrlässigkeit haftet der Verlag nur, wenn eine wesentliche Vertragspflicht verletzt, eine Garantie übernommen oder arglistig getäuscht wurde. In solchen Fällen ist die Haftung auf den typischen vorhersehbaren Schaden beschränkt.

Im Falle einer Haftung nur für den typischen vorhersehbaren Schaden besteht keine Haftung für mittelbare Schäden, Mangelfolgeschäden oder entgangenen Gewinn.

Bei Ansprüchen nach dem Produkthaftungsgesetz sowie bei einer Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit haftet der Verlag nach den gesetzlichen Vorschriften.

11. Der Verlag garantiert keine Mindestauflage. Aus einer Auflagenminderung kann ein Anspruch auf Preisermäßigung nicht hergeleitet werden.

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 ersichtlichen vom Empfang der Rechnung an laufende Frist zu zahlen, sofern nicht im Einzelfall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist.

13. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug 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 offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

14. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

15. Der Verlag liefert auf Wunsch ein Belegexemplar an die Rechnungsadresse. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

16. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Im Geschäftsverkehr mit Vollkaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand 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 der gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsabschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

Allgemeine Geschäftsbedingungen für das Zeitschriften-Abonnement „CUBE“

§ 1 Geltungsbereich der AGB

Die nachfolgenden allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten für sämtliche mit dem Unternehmer geschlossenen Zeitschriften-Abonnement-Verträge. Abweichende Geschäftsbedingungen des Kunden sowie mündliche Nebenabreden erfahren keinerlei Gültigkeit.

§ 2 Zustandekommen eines Abonnement-Vertrages

Der Abonnementvertrag kommt erst mit Zugang einer schriftlichen Bestätigung der Bestellung beim Kunden über das vom Kunden ausgewählte Abonnement zustande.

§ 3 Vertragspartei

Das Abonnement wird abgeschlossen zwischen
b1 communication GmbH, Briedestraße 1-9,
D-40599 Düsseldorf und dem Abonnenten.

§ 4 Vertriebspartner

b1 communication GmbH setzt keinen Partner zum Vertrieb des CUBE Abonnements ein. Abo-Vertragsabschlüsse können nur mit b1 communication GmbH in schriftlicher Form vereinbart werden.

§ 5 Widerrufsrecht bei telefonischen Bestellungen

Allein auf telephonischem Wege durch Verbraucher mit b1 communication GmbH geschlossene Zeitschriften-Abonnement-Verträge können widerrufen werden. Im übrigen besteht ein Widerrufsrecht nach den gesetzlichen Bestimmungen.

§ 6 Lieferbedingungen

Die Lieferung der Zeitschrift erfolgt grundsätzlich an die vom Besteller angegebene Lieferanschrift. Zustellungsmängel sind schriftlich anzuzeigen sind.

§ 7 Zahlungsbedingungen

Die Zahlung der Abo-Gebühren ist im Voraus vor Lieferung der Zeitschrift fällig. Die Zahlung ist innerhalb von 14 Tagen nach Abschluss

des Abonnement-Vertrages auf das in der Rechnung genannte Konto oder per Bankeinzug zu zahlen.

§ 8 Vertragsdauer und Vertragsbeendigung

Der Abonnement-Vertrag wird auf 1 Jahr geschlossen. Dabei verlängert sich der Vertrag um jeweils ein weiteres Jahr, wenn er nicht schriftlich mit einer Frist von einem Monat zum Abonnementende gekündigt wird. Das Recht zur Kündigung aus wichtigem Grund bleibt unberührt.

§ 9 Datenschutz

b1 communication GmbH berücksichtigt die Vorschriften des Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG). Alle personenbezogenen Daten, die zur Erfüllung des Abonnements notwendig sind, werden mithin unter Berücksichtigung der datenschutzrechtlichen Bestimmungen gespeichert. Eine Weitergabe an Dritte erfolgt durch den Unternehmer nur im Rahmen der gesetzlichen Vorgaben, insbesondere im Rahmen von Strafverfahren.

§ 10 Schlussbestimmungen

Änderungen und Ergänzungen des Vertrages, einschließlich der Schriftformklausel selbst und bedürfen der Schriftform. Sollte eine Bestimmung des Vertrages ganz oder teilweise unwirksam sein oder werden, so berührt dies nicht die Wirksamkeit und Durchführbarkeit der übrigen Bestimmungen.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen

a) Bei Tarifänderungen für Anzeigen- und Beilagenpreise treten die neuen Bedingungen auch für laufende Aufträge sofort in Kraft.

b) Mit der Erteilung eines Anzeigenauftrages erkennt der Auftraggeber die allgemeinen und die zusätzlichen Geschäftsbedingungen so wie die Preisliste des Verlages an. Der erteilte Anzeigenauftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich.

c) Nach Anzeigenschluss sind Änderungen von Platzierungen, Größen, Formaten und der Wechsel von Farben nicht mehr möglich. Bei fernmündlich aufgegebenen Anzeigen oder fernmündlich erteilten Korrekturen haftet der Verlag nicht für die Richtigkeit der Wiedergabe. Eine Haftung wird ebenfalls ausgeschlossen, wenn sich Mängel ander Druckvorlage erst bei der Reproduktion oder beim Druck zeigen. Der Werbungstreibende hat bei ungenügendem Abdruck dann keine Ansprüche. Eventuell entstehende Mehrkosten müssen weiter berechnet werden.

d) Abbestellungen von Anzeigen oder Beilagen müssen schriftlich oder durch Vorlage des Personalausweises erfolgen.

e) Die Werbemittel und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungstreibenden an die Preislisten des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mitteilungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

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 dieser 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.

g) Für Druckunterlagen jeglicher Art erlischt nach 12 Wochen nach Erscheinungstermin die Aufbewahrungspflicht, sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen ist.

h) Bei Anlieferung fertiger Filmsätze gelten für die technische Abwicklung besondere Bedingungen, welche auf Anfrage vom Verlag mitgeteilt werden.

i) Bei Konkursen und Zwangsvergleich entfällt jeglicher Nachlass.

j) Für Sonderveröffentlichungen und Sonderrubriken, für Kollektive und Anzeigenpreise behält sich der Verlag das Recht vor, besondere bzw. abweichende Preise festzulegen.

k) Der Preis für Anzeigen und Beilagen von Auftraggebern aus dem Verbreitungsgebiet (Ortspreis) kann von solchen Unternehmen in Anspruch genommen werden, die ihren Sitz oder ihre Niederlassung im Verbreitungsgebiet des Verlages haben. Sind Anzeigen des vorgenannten Kundenkreises über Werbemittel abzurechnen, so gelten nicht die Preise für Ortskunden, sondern die Grundpreise.

l) Der Verlag ist berechtigt, nach ausdrücklicher Genehmigung des Werbungstreibenden, erteilte Anzeigenaufträge auch in Online-Diensten des Verlages zu veröffentlichen.

m) Die vom Verlag gestalteten, gesetzten und veröffentlichten Anzeigen dürfen nur mit ausdrücklicher Zustimmung des Verlages reproduziert und nachgedruckt werden. Der Verlag behält sich vor, die für die Herstellung von Anzeigen entstandenen Repro-Kosten dem Auftraggeber zu berechnen.

n) Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, Arbeitskampf, Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen – sowohl im Betrieb des Verlages als auch in fremden Betrieben, derer sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeit bedient – sind Schadensersatzansprüche gegen den Verlag wegen gänzlichem oder teilweise Nichterscheins der Druckschrift bzw. der Anzeigen, ausgeschlossen.

o) Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden dieselben erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Auftraggeber bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche.

