

# 2012

01/11  
Ausgabe 1 / März / VKZ 67503  
www.technikundinkauf.de

**technik+  
EINKAUF**

Beschaffung in  
Konstruktion und  
Produktion

**Prozessindustrie**



**Kaufberatung  
Schaltschränke**

Fokus auf Versorgungssicherheit  
Interview mit Dr. Guido Stannek, Sartorius AG

Kräftiger im Schwerlastbereich  
Optimierte Wälzlager für starke Belastungen

Neuer Servomotor für Foodbranche  
Längere Lebenszeit bei niedrigeren Materialkosten

**antriebstechnik**  
Seite 30 – 35

**mi** verlag  
moderne industrie  
erfolgsmedien für experten

# MEDIA

## Informationen Print + Online

### FACHZEITSCHRIFT

Titel-Porträt	2
Anzeigenpreisliste	3/4
Formate und technische Angaben	5/6
Termin- und Themenplan	7
Rubrikanzeigen/Sonderwerbformen	8/9
Auflagen- und Verbringungs-Analyse	10
Empfänger-Struktur-Analyse	11
<b>HOMEPAGE</b>	
Porträt und technische Angaben	12
Preise/Werbformen	13/14
<b>NEWSLETTER</b>	
Preise/Werbformen	15/16
AGB	17
Gesprächspartner	18

**mi** verlag  
moderne industrie

erfolgsmedien für experten

Mediengruppe **SV** Süddeutscher Verlag

verlag moderne industrie GmbH, Justus-von-Liebig-Str. 1, 86899 Landsberg, Telefon (0 81 91) 125-0, Telefax (0 81 91) 125-304

- 1 Titel** technik+EINKAUF Prozessindustrie
- 2 Kurzcharakteristik**  
technik+EINKAUF Prozessindustrie beschäftigt sich als Fachzeitschrift für die Verfahrenstechnik ganzheitlich mit dem Beschaffungsprozess und all seinen Entscheidern. Dabei schlägt technik+EINKAUF Prozessindustrie als abteilungsübergreifender Team-Titel die Brücke zwischen den am „System Beschaffung“ beteiligten Entscheidern in Einkauf, Konstruktion und Produktion. Mit zunehmendem Wettbewerb steigen Kosten-, Zeit- und Qualitätsdruck ständig. Wachsende Kosten erfordern deshalb die Optimierung von Engineering und Prozess. technik+EINKAUF Prozessindustrie verschafft der Technik zu diesem Zweck mehr Einkaufskompetenz, dem Einkauf mehr Technik-Wissen und dem ganzen Entscheider-Team mehr Effizienz. Als verbindendes Element zieht sich das System-Konzept Total Cost of Ownership (TCO), also die ganzheitliche Betrachtung der gesamten Wertschöpfungskette durchs ganze Blatt: Aktuelle Trend-Berichte, Markt-Analysen, Verfahren und Prozesse sowie Produkt-Infos liefern dabei die Hard-Facts. Über die Soft-Facts informieren Experten-Tipps, Praxis-Beispiele und Hintergrund-Berichte.
- 3 Zielgruppe**  
Am Beschaffungsprozess beteiligte Personen aus technischem und strategischem Einkauf sowie aus Konstruktion und Produktion in der Prozessindustrie und deren Zulieferbranchen.
- 4 Erscheinungsweise** 2 x jährlich plus Achema-Spezial
- 5 Heftformat** DIN A 4
- 6 Jahrgang** 6. Jahrgang 2012
- 7 Bezugspreis** € 15,- (zzgl. Versandkosten)
- 8 Organ** –
- 9 Mitgliedschaften** –
- 10 Verlag** verlag moderne industrie GmbH  
Postanschrift 86895 Landsberg  
Hausanschrift Justus-von-Liebig-Str. 1, 86899 Landsberg

Telefon 081 91 / 125-0  
Telefax 081 91 / 125-304  
Internet www.technikundeinkauf.de  
E-Mail Redaktion redaktion@technikundeinkauf.de  
Anzeigen anzeigen@technikundeinkauf.de

- 11 Herausgeber** verlag moderne industrie GmbH
- 12 Anzeigen**  
Telefon Gerald Zasche  
E-Mail 081 91 / 125-337  
gerald.zasche@technikundeinkauf.de
- 13 Redaktion**  
Telefon Kathrin Irmer  
E-Mail 081 91 / 125-225  
kathrin.irmer@technikundeinkauf.de
- 14 Umfangsanalyse**  
September 2010 – März 2011

Gesamtumfang	156 Seiten =	100,00 %
Redaktioneller Teil	114 Seiten =	73,08 %
Anzeigenteil	42 Seiten =	26,92 %
Beilagen	3 Stück	

- 15 Inhalts-Analyse Redaktion** September 2010 bis März 2011 = 114 Seiten
- |                                |             |        |
|--------------------------------|-------------|--------|
| Markt & Technik                | 9 Seiten =  | 7,9 %  |
| Titelgeschichte                | 5 Seiten =  | 4,4 %  |
| Einkaufs-Praxis/Einkaufsführer | 33 Seiten = | 28,9 % |
| Messen                         | 2 Seiten =  | 1,8 %  |
| Technik                        | 27 Seiten = | 23,7 % |
| Technik-Trend                  | 6 Seiten =  | 5,3 %  |
| Technik-Tipp                   | 4 Seiten =  | 3,5 %  |
| Technik Sonderthema            | 12 Seiten = | 10,5 % |
| Produkte                       | 7 Seiten =  | 6,1 %  |
| Sonstige Rubriken              | 9 Seiten =  | 7,9 %  |

**1 Anzeigenpreise Sonderausgaben Prozessindustrie (alle Preise 4-farbig in EUR zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer)**  
**a. Standardformate**

Anzeigengröße	Formate Breite x Höhe in mm	Preis für Einzelschaltung	Einzelpreis bei Abnahme 3 Schaltungen*	Preise komplett für 3 Schaltungen
2/1 Seite A 4	420 x 297	12.200	11.590	34.770
1/1 Seite A 4	178 x 257	6.100	5.795	17.385
Juniorpage	126 x 178	3.375	3.205	9.615
1/2 Seite	86 x 257, 178 x 126	3.050	2.900	8.700
1/3 Seite	56 x 257, 178 x 83	2.035	1.935	5.805
1/4 Seite	41 x 257, 86 x 126, 178 x 62	1.525	1.450	4.350
1/8 Seite	41 x 126, 86 x 62, 178 x 29	765	725	2.175
Unternehmensprofil Standard	178 x 83	1.525	1.450	4.350
Unternehmensprofil Maxi	178 x 126	2.035	1.935	5.805
Unternehmensprofil XXL	178 x 257	3.050	2.900	8.700
Kataloganzeige	86 x 61	600	570	1.710
2-seitiger Beihefter	210 x 297	6.460	6.135	18.405
4-seitiger Beihefter	210 x 297	9.750	9.260	27.780
Anzeige Markt & Kontakt	60 x 50	185	180	540

\* Auf diese Preise erhalten Sie zusätzlich den Mal-, Mengen- oder Kombirabatt

**b. Sonderformate**

Berechnung nach mm-Preis (Spaltenbreite 41 mm)  
ab 300 mm € 6,20  
bis 300 mm € 6,55

verlag moderne industrie GmbH, Justus-von-Liebig-Str. 1, 86899 Landsberg, Telefon (0 81 91) 125-0, Telefax (0 81 91) 125-304

<b>2 Zuschläge</b>		
Platzierung	2. und 4. Umschlagseite Bindende Platzierungsvorschriften ab ¼ Seite möglich	€ 6.720,-  10 % Aufschlag
	Inselanzeigen	auf Anfrage
Farbe	alle Preise sind inkl. Farbzuschlag	
Anschnitt	für Anzeigen im Anschnitt (ab 1/3 Seite möglich) wird kein Anschnittzuschlag erhoben	

<b>3 Rabatte</b>	Abnahme innerhalb von 12 Monaten (Insertionsjahr)*			
	<b>Malstaffel</b>		<b>Mengestaffel</b>	
	ab 3 Anzeigen	3 %	ab 3 Seiten	10 %
	ab 6 Anzeigen	5 %	ab 6 Seiten	15 %
	ab 12 Anzeigen	10 %	ab 12 Seiten	20 %
	* Mehrjahresabschlüsse auf Anfrage			

<b>4 Rubrikanzeigen</b>	Stellenangebot	20 % Rabatt
	Stellengesuch	50 % Rabatt
	Unternehmensprofil: siehe Seite 8, Blatt Rubrikanzeigen	
	Kataloganzeigen: siehe Seite 9, Blatt Rubrikanzeigen	
	Bezugsquellen-Anzeige: siehe Seite 9, Blatt Rubrikanzeigen	

<b>5 Sonderwerbformen</b>	Unternehmensprofile		
	Standard	178 x 83 mm	€ 1.450,- bis € 1.525,-
	Maxi	178 x 126 mm	€ 1.935,- bis € 2.035,-
	XXL	178 x 257 mm	€ 2.900,- bis € 3.050,-

<b>Bezugsquellen-Anzeige</b>		
Markt&Kontakt	60 x 50 mm	€ 180,- bis € 185,-

<b>Kataloganzeige</b>		
Inkl. Online	86 x 61 mm	€ 570,- bis € 600,-

<b>Beihefter</b>		bis 170 g/m <sup>2</sup>	ab 170 g/m <sup>2</sup>
	2-seitig	€ 6.135,-	€ 6.460,-
	4-seitig	€ 9.260,-	€ 9.750,-

<b>Beilagen</b>	– nicht rabattfähig –		
	bis 25 g Gewicht	€ 6.100,-	
	je weitere 5 g Gewicht	€ 385,-	
	Teilbeilagen nach Ihren Selektionsvorgaben		
	bis 25 g Gewicht je tausend		
	Mindestmenge 3.000 Stück	€	475,- %

<b>Aufgeklebte Werbemittel</b>	In Verbindung mit Anzeige	€ 1.480,-
	maschinelle Verarbeitung	€ 548,-
	manuelle Verarbeitung	€ 1.235,-

<b>Banderole</b>	480 x 80 mm, beidseitig nutzbar	€ 7.075,-
------------------	---------------------------------	-----------

<b>Titelklappe</b>	aufgeklebt 105 x 230 mm	€ 7.075,-
--------------------	-------------------------	-----------

<b>Gatefolder</b>	plus 2. und 3. Umschlagseite	€ 17.820,-
-------------------	------------------------------	------------

<b>Beikleber</b>	auf Anfrage	
------------------	-------------	--

<b>6 Kontakt</b>	Beratung und Buchung: Gerald Zasche, Projektmanager Tel. 08191-125-337 / Fax. 08191-125-304 E-Mail: gerald.zasche@technikundeinkauf.de
------------------	---

Datenanlieferung, Rechnungen, Belege:  
Michaela Richter, Anzeigendisposition  
Tel. 08191-125-324 / Fax. 08191-125-165  
E-Mail: michaela.richter@mi-verlag.de

<b>7 Zahlungsbedingungen</b>	netto innerhalb 30 Tagen nach Rechnungsdatum, bei Vorauszahlung 2 % Skonto, bei Bankinzug 3 % Skonto
------------------------------	--

<b>Bankverbindung</b>	Sparkasse Landsberg, BLZ 700 520 60, Kto. 37 754 Postbank München, BLZ 700 100 80, Kto. 78 613 801
-----------------------	---

verlag moderne industrie GmbH, Justus-von-Liebig-Str. 1, 86899 Landsberg, Telefon (0 81 91) 125-0, Telefax (0 81 91) 125-304

- 1 Zeitschriftenformat** 210 mm breit x 297 mm hoch, DIN A 4  
unbeschnitten: 216 mm breit x 303 mm hoch
- Satzspiegel** 178 mm breit x 257 mm hoch  
4 Spalten je 41 mm breit
- 2 Druck- und Bindeverfahren**
- Druckverfahren** Rollen-Offset
- Bindeverfahren** Klebebindung
- 3 Datenübermittlung** per E-Mail an: michaela.richter@mi-verlag.de  
bei Rückfragen: Michaela Richter Tel. 08191-125-324
- 4 Datenformate:** Anlieferung von Daten im PDF-Format, Version 1.3 (PDF/X-1a), mit Acrobat Distiller ab Version 4.0 erzeugt und mit rastermoduliertem Proof. Bilddaten hochauflösend mindestens 300 dpi, Auflösung für 60er Raster, Farbmodell immer CMYK (nie RGB oder LAB-Elemente). Bitmap (Strichscans) sollten eine Auflösung von mindestens 800 dpi haben. Das Format angelegt in Originalmaßen plus Beschnittzugaben und Beschnittmarken.
- 5 Farben:** Bei digital übermittelten Druckvorlagen für Farbanzeigen ist gleichzeitig ein Farb-Proof mit Fogra Medienkeil Version 2.0 oder 3.0 und einem Proof- bzw. Messprotokoll (= Zertifikat) vom Kunden mitzuliefern. Ansonsten bestehen keine Ersatzansprüche des Kunden wegen etwaiger Farbabweichungen.
- 6 Proof:** Nach FOGRA-Standard. Mit FOGRA Medienkeil 2.0 oder 3.0 nach Standard, **PSO\_LWC\_Standard\_eci.icc** für Inhalt in der Regel Papiertyp 3 FOGRA 46L – nach Standard, **ISOcoated\_v2\_eci.icc** für Umschlag in der Regel Papiertyp 2 FOGRA 39L – nach Standard.  
Weitere Informationen über Voreinstellungen des PDF-Formates unter [www.pdf-club.de](http://www.pdf-club.de) oder technische Hotline **+49 (0) 8191 125-338**

- 7 Datenarchivierung** Daten werden archiviert. Unveränderte Wiederholungen sind deshalb in der Regel möglich. Eine Datengarantie wird jedoch nicht übernommen.
- 8 Gewährleistung** Bei Anlieferung von unvollständigen oder abweichenden Daten ( Texte, Farben, Abbildungen) übernehmen wir keine Haftung für das Druckergebnis.
- 9 Kontakt** Michaela Richter, Anzeigendisposition  
Tel. 08191-125-324  
Mail: michaela.richter@mi-verlag.de

### Beilagen/Beihefter/aufgeklebte Werbemittel

- Beilagen** Muster bei Auftragserteilung  
Anliefertermin 10 Tage vor Erscheinungstermin  
Format maximales Papierformat 200 mm x 290 mm  
benötigte Auflage 13.100 Exemplare
- Beihefter** Muster bei Auftragserteilung  
Anliefertermin 24 Tage vor Erscheinen  
Format unbeschnitten 216 mm breit, 306 mm hoch,  
Beschnittzugabe Kopf 6 mm, links, unten und rechts  
je 3 mm. Mehrseitige Beihefter auf obiges Format  
gefalzt.  
benötigte Auflage 13.100 Exemplare

### Lieferanschrift, Beilagen und Einhefter

Vogel Druck und Medienservice GmbH, Warenannahme,  
Leibnizstraße 5, 97204 Höchberg  
Anlieferung Montag bis Freitag von 8-16 Uhr möglich!

verlag moderne industrie GmbH, Justus-von-Liebig-Str. 1, 86899 Landsberg, Telefon (0 81 91) 125-0, Telefax (0 81 91) 125-304

<p><b>1/1 Seite</b> 178 x 257 mm</p> <p>angeschnitten 216 x 303 mm (inkl. 3 mm Beschnitt)</p>	<p><b>Junior-Page</b> 126 x 178 mm</p> <p>angeschnitten 145 x 203 mm (inkl. 3 mm Beschnitt)</p>
---	---

<p><b>1/2 Seite hoch</b> 86 x 257 mm</p> <p>angeschnitten 105 x 303 mm (inkl. 3 mm Beschnitt)</p>	<p><b>1/2 Seite quer</b> 178 x 126 mm</p> <p>angeschnitten 216 x 149 mm (inkl. 3 mm Beschnitt)</p>
---	--

<p><b>1/3 Seite hoch</b> 56 x 257 mm</p> <p>angeschnitten 75 x 303 mm (inkl. 3 mm Beschnitt)</p>	<p><b>1/3 Seite quer</b> 178 x 83 mm</p> <p>angeschnitten 216 x 106 mm (inkl. 3 mm Beschnitt)</p>
--	---

<p><b>1/4 Seite Block</b> 86 x 126 mm</p> <p><b>1/4 Seite quer</b> 178 x 62 mm</p>	<p><b>1/4 Seite hoch</b> 41 x 257 mm</p>
--	--

<p><b>1/8 Seite Block</b> 86 x 62 mm</p> <p><b>1/8 Seite quer</b> 178 x 29 mm</p>	<p><b>1/8 Seite hoch</b> 41 x 126 mm</p>
---	--

<p><b>Unternehmensprofile*</b></p> <p>178 x 83 mm 178 x 126 mm oder 178 x 257 mm davon 10 mm als Dachzeile</p>	<p><b>Markt &amp; Kontakt Anzeige*</b> 60 x 50 mm</p> <p><b>Kataloganzeige</b> 86 x 61 mm</p>
--	---

\*Fordern Sie per Mail eine Leerdatei zum Erstellen Ihrer Druckunterlagen an.

— Anschnittformate inkl. 3 mm Beschnittzugabe

Rubriken, die in jeder Ausgabe erscheinen	Ausgabe Anzeigenschluss (AS) Erscheinungstermin (ET)	Sonderthemen dieser Ausgabe	Messeberichte
Markt & Technik aktuell	<b>April</b> AS: 20.03.2012 ET: 12.04.2012	Prozessautomation Energie/Energie-Einkauf Pumpen/Kompressoren/Vakuumtechnik Antriebstechnik/Fördertechnik Prozess- und IT-Software Labor- und Analysetechnik	Analytica, München 17.-23.04.2012 Hannover Messe 23.-27.04.2012 IFAT ENTSORGA, München 07.-11.05.2012 Control, Stuttgart 08.-11.05.2012 SENSOR+TEST, Nürnberg, 22.-24.05.2012
Trendbeitrag			
Titelgeschichte/Einkaufsführer			
Technik-Tipp	<b>Überrauflage mit 26.500 Exemplaren !!</b>		
Einkaufs-Praxis	<b>Juni</b> <b>Integrierter 16-seitiger Sonderteil</b> <b>Achema in der regulären Ausgabe</b> <b>technik+EINKAUF 3 2012</b> AS: 16.05.2012 ET: 11.06.2012	In der regulären Juni-Ausgabe von technik+EINKAUF erscheint ein mindestens 16-seitiger Sonderteil zur Messe Achema. Damit erreicht Ihre Werbung neben der Prozessindustrie auch die weiteren Kernbranchen der verarbeitenden Industrie.	ACHEMA, Frankfurt 18.-22.06.2012 Trends und Neuheiten der Achema
Technik Prozessindustrie			
Messen			
Technik Sonderthema	<b>Oktober</b> AS: 04.10.2012 ET: 29.10.2012	Armaturen/Ventile/Rohre/Schläuche/Dichtungen MSR-Technik, Füllstandsmessung Wägen/Dosieren/Filtern/Mischen/Sieben Arbeitssicherheit und Ex-Schutz Umwelttechnik/Entsorgung Abfüllen/Verpacken/Kennzeichnen/Lagern	Brau Beviale, Nürnberg 14.-16.11.2012 SPS/IPC/DRIVES, Nürnberg 27.-29.11.2012 Vision, Stuttgart, 06.–08.11.2012 BME-Symposium Berlin November 2012
Produkte			
Unternehmensprofile			
Bezugsquellen Markt&Kontakt			

## Flexible Werbemöglichkeiten

Unternehmensprofil Standard

**Unternehmensprofil –**  
damit Kunden Ihr Haus und Ihr Produkt-  
portfolio besser kennen lernen

EBRO ARMATUREN Gebr. Bröer GmbH, Hagen	Branche	Unternehmensdaten
	<p><b>Produktprogramm:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zentrische und exzentrische Absperr- und Regelklappen</li> <li>• Stoffschieber</li> <li>• Antriebe</li> <li>• Automatisierungstechnik</li> </ul> <p><b>Ihre Einsatzgebiete:</b> Chemische und petrochemische Industrie, Wasser- und Abwassertechnik, Pneumatische Fördertechnik, Schiffbau, Offshore, Schwerindustrie, Kraftwerkstechnik, Nahrungsmittelindustrie, Gebäudetechnik, Papierindustrie</p>	<p><b>Geschäftsführer:</b> Peter Bröer, Dirk Mischnick Umsatz 2008: 151 Mio Euro Gründungsjahr: 1972 Niederlassungen: Europa, Naher Osten, Asien, Australien, USA, Südamerika Produktionsstandorte: Deutschland, Italien, Thailand, China Zertifiziert nach DIN EN ISO 9001</p> <p><b>Adresse:</b> EBRO ARMATUREN Gebr. Bröer GmbH Karlstr. 8, 58135 Hagen Tel.: 02331 904-0 Fax: 02331 904-111 EMail post@ebro-armaturen.com Internet: www.ebro-armaturen.com</p>
 <p>Ein Unternehmen der Bröer Gruppe</p>		

– verkleinert –

Präsentieren Sie zu günstigen Konditionen und in ansprechendem Layout Ihr Produktspektrum, die Vorteile Ihrer Produkte, ein Produkt- oder Firmenfoto sowie Ihre Unternehmensdaten. Und das alles in Farbe!

Wählen Sie zwischen den Formaten Standard, Maxi und XXL Ihr Unternehmensprofil aus.

Alle Preise 4-farbig

Standard – 178 mm breit und 83 mm hoch  
1 Schaltung € 1.525,-  
3 Schaltungen € 4.350,-\*

Maxi – 178 mm breit und 126 mm hoch  
1 Schaltung € 2.035,-  
3 Schaltungen € 5.805,-\*

XXL – 178 mm breit und 257 mm hoch  
1 Schaltung € 3.050,-  
3 Schaltungen € 8.700,-\*

\*abzüglich 3 % Mengenrabatt

## Markt & Kontakt

**Feuchtemessung**



**MICHELL**  
Instruments

**Michell Instruments GmbH**  
Industriestraße 27  
D-61381 Friedrichsdorf  
Tel.: +49 (0) 6172 5917-0  
Fax: +49 (0) 6172 591799  
[www.michell.de](http://www.michell.de)  
[info@michell.de](mailto:info@michell.de)

Für die schnelle Suche nach dem richtigen Lieferanten

Präsentieren Sie für die schnelle Suche Ihre Firmendaten und Ihr Firmenlogo in Farbe. In einer 10 mm hohen Dachzeile steht dabei der Suchbegriff, den Sie selbst bestimmt haben. Einfacher geht's nicht: Sie mailen uns Ihre Unternehmensdaten mit Suchbegriff sowie Ihr Logo und alles Weitere erledigen wir für Sie.

### Größe

60 mm breit und 50 mm hoch.

### Preis inkl. Farbe

1 Schaltung	€ 185,-
3 Schaltungen	€ 540,- (abz. 3 % Mengenrabatt)

## Kataloganzeige

- verkleinert -
Licefa



**Verpackungskatalog 2011 von Licefa**

Einkäufer von Industrie, Handel, Dental und Werbung finden von Rund- und Rechteckdosen, Sortiments- und Transportkästen bis zu Kunststoffkolfern praktische Verpackungslösungen.

Kostenlos unter [www.licefa.de](http://www.licefa.de)

Licefa Kunststoffverarbeitung GmbH + Co. KG  
Lemgoer Straße 11  
32108 Bad Salzuffen  
Tel./Fax 05222 2804-0, -35  
[info@licefa.de](mailto:info@licefa.de)

[www.licefa.de](http://www.licefa.de)

### So bringen Sie Ihre Kataloge und Prospekte gezielt an Interessenten

Einfacher geht's nicht:

Von Ihrer Katalogtitelseite mailen Sie eine Datei (jpg oder tif) mit mindestens 300 dpi und 5 cm Breite. Dazu Ihren Text zur Katalogbeschreibung mit maximal 250 Zeichen. Alles Weitere erledigen wir für Sie.

**Wichtig:** Sie entscheiden, ob Ihr Katalog in Print/Online oder nur Online auf [www.technikundeinkauf.de](http://www.technikundeinkauf.de) präsentiert wird.

**Größe:** 86 mm breit und 61 mm hoch.

### Preise Print inkl. Online

1 Schaltung	€ 600,-	(inkl. 4 Monate Online)
3 Schaltungen	€ 1.710,-*	(inkl. 12 Monate Online)

\* abz. 3 % Mengenrabatt

### Preise Online

**Auch als Blätterfunktion möglich**

für 6 Monate	€ 310,-
für 12 Monate	€ 515,-

verlag moderne industrie GmbH, Justus-von-Liebig-Str. 1, 86899 Landsberg, Telefon (0 81 91) 125-0, Telefax (0 81 91) 125-304

<b>1 Auflagenkontrolle</b>	–		
<b>2 Auflagen-Analyse</b>	Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt (01. Juli 2010 – 30. Juni 2011)		
<b>Druckauflage</b>	12.800		
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)</b>	12.590	davon Ausland:	308
<b>Rest-, Beleg- und Archivexemplare</b>	210		

### 3 Geografische Verbreitungsanalyse

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	97,9	12.282
Ausland	2,4	308
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)</b>	<b>100,0</b>	<b>12.590</b>

Verbreitung nach Bundesländern	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Baden-Württemberg	23,9	2.936
Bayern	15,8	1.941
Berlin, Brandenburg	1,7	209
Bremen, Hamburg, Schleswig-Holstein	4,5	553
Hessen	8,1	995
Mecklenburg-Vorpommern	0,5	61
Niedersachsen	7,3	897
Nordrhein-Westfalen	25,6	3.144
Rheinland-Pfalz	4,4	540
Saarland	1,2	147
Sachsen, Sachsen-Anhalt	5,1	626
Thüringen	1,9	233
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA) Inland</b>	<b>100,0</b>	<b>12.282</b>

### 1.1 Branchen/Wirtschaftszweige

WZ 2008 Code	Empfängergruppen (lt. Klassifikation der Wirtschaftszweige 2008)	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
		%	Empfänger
20, 21	Chemie- und Pharmaindustrie	39,4	4.960
28	Anlagen- und Maschinenbau	22,7	2.858
10, 11	Ernährungsgewerbe	15,0	1.889
22	Herstellung von Gummi- und Kunststoffwaren	10,6	1.335
26.51, 26.6, 26.7, 32.5	Mess-, Steuer- und Regelungstechnik, Medizin, Optik	5,1	642
27, 26.3	Geräte der Elektrizitätserzeugung und -verteilung, Telekommunikationstechnik	2,6	327
69	Wirtschaftliche Dienstleister	2,6	327
	weitere Branchen	2,0	252
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)</b>		<b>100,0</b>	<b>12.590</b>

### 1.2 Größe der Wirtschaftseinheit

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Empfänger
1 – 99 Beschäftigte	26,0	3.273
100 – 199 Beschäftigte	21,5	2.707
200 – 499 Beschäftigte	23,0	2.896
500 – 999 Beschäftigte	12,4	1.561
1.000 und mehr Beschäftigte	15,8	1.989
Mitarbeiterzahl nicht bekannt	1,3	164
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)</b>	<b>100,0</b>	<b>12.590</b>

### 2.1 Tätigkeitsmerkmal: Aufgabenbereich

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Empfänger
<b>Einkauf</b>	44,4	5.590
<b>Konstruktion</b> (Konstruktion, Entwicklung, Forschung)	28,5	3.588
<b>Produktion</b> (Technische Leiter, Instandhaltung, Produktionsvorbereitung, Lagerhaltung, Transport)	22,4	2.820
<b>Unternehmensleitung</b> (Inhaber, Vorstände, Geschäftsführer)	2,8	353
<b>weitere Funktionen</b>	1,9	239
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)</b>	<b>100,0</b>	<b>12.590</b>

verlag moderne industrie GmbH, Justus-von-Liebig-Str. 1, 86899 Landsberg, Telefon (0 81 91) 125-0, Telefax (0 81 91) 125-304

**1 Web-Adresse** www.technikundeinkauf.de

**2 Kurzcharakteristik**

**Homepage** www.technikundeinkauf.de ist der Online-Auftritt des Magazins technik+EINKAUF sowie der Sonderausgaben technik+EINKAUF Prozessindustrie. Die User finden hier aktuelle News, Trends, Fachbeiträge, Kataloge, Marktübersichten, Videos, Stellenanzeigen, eine Checkliste für den Einkauf bestimmter Produkte sowie eine Produkt- und Firmendatenbank. Ein Terminkalender mit Messe- und Seminartermine sowie das Heftarchiv mit Blätterausgaben runden das Angebot sinnvoll ab.

**Newsletter** Wöchentlich donnerstags erscheint der technik+EINKAUF-Newsletter mit wichtigen Informationen rund um das Thema Einkauf und Technik. Dazu Nachrichten, Trends und Neuheiten. Der Versand geht derzeit an ca. 7.500 namentlich bekannte technische und strategische Einkäufer in der Industrie sowie Abonnenten aus Konstruktion, Produktion und Geschäftsführung.

**3 Zielgruppe** Alle am Beschaffungsprozess beteiligten Personen, besonders aus dem technischen und strategischen Einkauf aber auch aus Produktion und Konstruktion.

**4 Verlag** verlag moderne industrie GmbH  
Postanschrift 86895 Landsberg  
Hausanschrift Justus-von-Liebig-Str. 1, 86899 Landsberg  
Telefon 0 81 91 / 125-0  
Telefax 0 81 91 / 125-304  
Internet www.technikundeinkauf.de  
E-Mail Redaktion redaktion@technikundeinkauf.de  
E-Mail Anzeigen anzeigen@technikundeinkauf.de

**5 Redaktion**

Telefon Kathrin Irmer  
0 81 91 / 125-225  
E-Mail kathrin.irmer@technikundeinkauf.de

**6 Anzeigen**

Telefon Gerald Zasche  
0 81 91 / 125-337  
E-Mail gerald.zasche@technikundeinkauf.de

**7 Zugriffe  
(pro Monat)**

Page Impressions: 33.500  
Unterschiedliche Besucher: 20.530  
(Durchschnitt Januar bis Juni 2011)

**8 Datenanlieferung**

mindestens 1 Woche vor Schaltbeginn per E-Mail an michaela.richter@mi-verlag.de  
**Banner** (animiertes) GIF-Format, JPG, Flash-, HTML-, DHTML-Banner in den angegebenen Größen. Bilddateien bzw. Grafikdateien (auch Banner) immer als RGB (Farbschema). Maximale Dateigröße 20 KB, 72 dpi  
**Videos** Maximale Videolänge 5 Minuten. High Quality 760 KBit, 25 Frames/sec. Zusätzliches Eingangsbild/Logo als jpg-Grafik im Format 390 x 240 Pixel.

Weitere Informationen zur Datenanlieferung und den technischen Spezifikationen finden Sie online im Mediabereich unter <http://www.technikundeinkauf.de>  
OpenAdstream von RealMedia

**9 Externer  
ADServer-Einsatz**

**10 Zahlungs-  
bedingungen** netto innerhalb 30 Tagen nach Rechnungsdatum,  
bei Vorauszahlung 2 % Skonto, bei Bankeinzug 3 % Skonto.

**11 Bankverbindungen** Sparkasse Landsberg, BLZ 700 520 60, Kto. 37 754  
Postbank München, BLZ 700 100 80, Kto. 78 613 801

## Werbeformen und Preise auf der Homepage

### 1. Banner auf der Homepage: [www.technikundeinkauf.de](http://www.technikundeinkauf.de)

Werbeform	Beschreibung	Position/Platzierung Alle Banner sind auf allen Seiten sichtbar	Format in Pixel (Breite x Höhe)	Preis/Laufzeit
Logo-Link statisch	Firmenlogo + Direktlink auf Ihre Website	rotierend rechts/links	156 x 60	€ 400,-/6 Monate € 600,-/12 Monate
Logo-Link maxi statisch	Firmenlogo + Direktlink auf Ihre Website	rotierend rechts/links	156 x 120	€ 600,-/6 Monate € 900,-/12 Monate
Logo-Link animiert	Firmenlogo + Direktlink auf Ihre Website	rotierend rechts/links	156 x 60	€ 550,-/6 Monate € 850,-/12 Monate
Logo-Link maxi animiert	Firmenlogo + Direktlink auf Ihre Website	rotierend rechts/links	156 x 120	€ 750,-/6 Monate € 1.150,-/12 Monate
Drittelbanner	statisch oder animiert	rechte Seite über den Logo-Links	156 x 60	€ 90,-/Woche
Fullsize-/Headbanner	statisch oder animiert	Headbanner neben technik+EINKAUF Logo	468 x 60	€ 150,-/Woche
Content AD	Textanzeige mit Foto	mittig – nur auf der Startseite	400 x 250 bis 400	€ 300,-/Woche
Block-Banner	statisch oder animiert	mittig – nur auf der Startseite	400 x 250 bis 400	€ 300,-/Woche
Skyscraper Position 1	statisch oder animiert	rechter Rand oben	120 bis 160 x 600	€ 270,-/Woche
Skyscraper Position 2	statisch oder animiert	rechter Rand unter Skyscraper 1	120 bis 160 x 600	€ 180,-/Woche
Leaderboard/Superbanner	statisch oder animiert	oberste Anzeige, komplette Breite	728 x 60 bis 90	€ 300,-/Woche
Wallpaper	Skyscraper + Superbanner	oberste Anzeige und Skyscraper 1	Skyscraper+Superb.	€ 550,-/Woche

verlag moderne industrie GmbH, Justus-von-Liebig-Str. 1, 86899 Landsberg, Telefon (0 81 91) 125-0, Telefax (0 81 91) 125-304

## 2. Sonderwerbformen auf der Homepage: [www.technikundeinkauf.de](http://www.technikundeinkauf.de)

Werbeform	Beschreibung	Preis/Laufzeit
Kataloganzeige	In der Rubrik „Kataloge Prospekte zum Blättern“ steht unter der von Ihnen ausgesuchten Rubrik die Titelseite Ihres Kataloges. Dazu ein Text mit max. 500 Zeichen sowie Ansprechpartner und persönlicher E-Mail-Adresse.	€ 310,-/6 Monate € 515,-/12 Monate
Blätterprospekt	Wie oben nur Katalog oder Prospekt als Blätterversion	€ 310,-/6 Monate € 515,-/12 Monate
WebVideo	Unter der Rubrik Videos sieht der User rotierend Ihr Firmen- oder Produktvideo Zusätzlich integrierter Link auf Ihre Homepage Jedes weitere Video Auf der Startseite von <a href="http://www.technikundeinkauf.de">www.technikundeinkauf.de</a> platziert	€ 850,-/12 Monate € 100,-/12 Monate € 600,-/12 Monate € 200,-/Woche
BusinessDirectory	<b>Standard-Eintrag:</b> Postadresse, Einordnung der Firma durch vorgegebene Produktkategorien, E-Mail <b>Plus-Eintrag:</b> wie oben plus Telefon- und Faxnummer, Link zur Homepage, Firmenlogo, Freitext zum Produktprogramm, online Zugriffsstatistik wenn Eintrag selbst gepflegt wird <b>Profi-Eintrag:</b> wie oben plus Firmenportrait, besondere Ansprechpartner mit Name, Mail und Telefonnummer sowie Links zu Verkaufsbüros oder Filialen.	kostenlos € 270,-/12 Monate € 425,-/12 Monate
Stellenmarkt	Platzieren Sie in der Rubrik „Stellenmarkt“ Ihre offenen Stellen als PDF oder Word-Datei	€ 825,-/6 Wochen
Seminare/ Veranstaltungen/ Termine	Tragen Sie in dieser Rubrik Ihre Hausmesse, Eröffnungen, Seminare, Tagungen oder Produktvorstellung ein	1 – 4 Einträge je € 50,- 5 – 9 Einträge je € 40,- 10–19 Einträge je € 35,- ab 20 Einträge je € 30,-
Microsite	Erstellung einer Mini-Homepage integriert auf unserer Homepage	€ 800,-/4 Wochen
Inhalt-Link	Eine von Ihnen gewünschte Rubrik (z. B. Werkzeugmaschinen) verlinkt direkt auf Ihre Homepage	€ 1.250,-/6 Monate € 2.100,-/12 Monate
Marktübersicht-Eintrag	Firmenlogo, Top-3-Platzierung, Plus-Eintrag im BusinessDirectory sowie 3-zeiliger Zusatztext	€ 500,-/12 Monate € 750,-/24 Monate

### Muster: Kataloganzeige

**WERMA Signaltechnik GmbH + Co. KG**



Optische & Akustische Signalgeräte  
In unserem neuen Katalog finden Sie

- ... mehr

### Muster: Video



berndorf  
BAND  
Click to play...  
Continuous Reliability

### Muster: BusinessDirectory

**AMF ANDREAS MAIER GmbH & Co. KG**

**Anschrift:** Waiblinger Str. 116  
70734 Fellbach  
Deutschland

**Postfach:** Fellbach  
70707 Fellbach

**Telefon:** +49 711 5766-196

**Fax:** +49 711 575725

**Homepage:** [www.amf.de](http://www.amf.de)



## Onlineangebot auf dem Newsletter technik+EINKAUF

Wöchentlich donnerstags erscheint der technik+EINKAUF-Newsletter mit wichtigen Informationen rund um das Thema Einkauf und Technik. Dazu Nachrichten, Trends und Neuheiten. Der Versand geht an ca. 7.500 namentlich bekannte technische und strategische Einkäufer in der Industrie.



## Banner und Textanzeigen auf dem Newsletter

Werbeform	Be- schreibung	Position/Platzierung	Format in Pixel (Breite x Höhe)	Preis/ Laufzeit
Superbanner		Top-Platzierung, ganze Breite	728 x 90	€ 1.050,-/ 4 Wochen
Headbanner		direkt unter dem Superbanner	468 x 60	€ 850,-/ 4 Wochen
Fullsizebanner		unten	468 x 60	€ 750,-/ 4 Wochen
Textanzeige	Bild plus 400 Zeichen	als Textanzeige unten		€ 750,-/ 2 Wochen € 1.050,-/ 4 Wochen
Stellenanzeige	Bild plus 400 Zeichen	als Textanzeige "Stellen- anzeige der Woche"		€ 750,-/ 2 Wochen € 1.050,-/ 4 Wochen
Content AD		auf Platz des Fullsizebanners	300 x 250	€ 1.050,-/ 4 Wochen
Banner-Block/ Logo-Link		rechte Spalte	250 x 90	€ 850,-/ 4 Wochen

alle Preise zzgl. MwSt.



## Anzeige: „Innovationen in der Verbindungstechnik“ am 25.05.2011 in Dortmund

Vor dem Hintergrund der wachsenden Bedeutung von Kosten- und Zeitoptimierung beim Thema Verbindungstechnik richtet sich diese Veranstaltung an Akteure aus dem Bereich Konstruktion, Entwicklung sowie Einkauf. [mehr...](#)

Anzeige



## Eigener Firmen-Newsletter

Versenden Sie über „technik+EINKAUF“ Ihren eigenen Firmen-Newsletter. Dabei bestimmen Sie die genaue Zielgruppe der Empfänger. Sie wählen aus Funktion, Position, Branche, Gebiet und Firmengröße Ihre Wunschzielgruppe und wir selektieren Ihr Potenzial. Ihr Text mit max. 3 Fotos wird unter dem Header von „technik+EINKAUF“ verschickt. Sie erhalten dazu einen Super- oder Headbanner sowie einen Banner-Block mit 250 x 90 Pixel. Die Preise für einen einmaligen Versand sind wie folgt:

1.000 bis 2.499 Aussendungen:	EUR 850,- je tausend Mails
2.500 bis 4.999 Aussendungen:	EUR 680,- je tausend Mails
5.000 bis 9.999 Aussendungen:	EUR 540,- je tausend Mails
10.000 bis 14.999 Aussendungen:	EUR 450,- je tausend Mails
Ab 15.000 Aussendungen:	EUR 395,- je tausend Mails

zzgl. einmalige Datenbankpauschale von EUR 125,- je Aussendung

## Datenanlieferung

**Banner** GIF-Format, JPG, Flash-, HTML-, DHTML-Banner in den angegebenen Größen. Bilddateien bzw. Grafikdateien (auch Banner) immer als RGB (Farbschema). Maximale Dateigröße 20 KB, 72 dpi  
Banner für Newsletter: nicht animiert  
Weitere Informationen zur Datenanlieferung und den technischen Spezifikationen finden Sie online im Mediabereich unter <http://www.technikundeinkauf.de>

**Externer ADServer-Einsatz** OpenAdstream von RealMedia



# Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen, Beilagen, Digital- und Online-Werbemittel

## § 1 Geltung, Ausschließlichkeit

1. Für die Annahme und die Veröffentlichung aller Werbetaufträge gelten ausschließlich die vorliegenden AGB sowie die zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses aktuelle Preisliste des Verlages, deren Regelungen einen wesentlichen Vertragsbestandteil bilden. Die Gültigkeit gegenüber AGB des Auftraggebers ist, soweit nicht ausdrücklich bestimmt, ausgeschlossen.
2. Diese AGB gelten sinngemäß für Beilagenaufträge. Diese werden vom Verlag grundsätzlich erst nach Vorlage und Prüfung eines Musters angenommen.

## § 2 Angebot, Vertragsschluss

1. Aufträge für Werbemittel können persönlich, telefonisch, schriftlich, per Telefax, per E-Mail oder per Internet aufgegeben werden. Der Verlag haftet nicht für Übermittlungsfehler.
2. Ein Vertrag kommt erst durch die schriftliche Auftragsbestätigung des Verlages zustande. Es gilt jeweils die im Zeitpunkt des Vertragsschlusses gültige Preisliste.
3. Der Verlag ist berechtigt, Aufträge, auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Gesamtab schlusses, nach pflichtgemäßem Ermessen abzulehnen. Dies gilt insbesondere, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder vom deutschen Presse- oder Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde, deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines redaktionellen Beitrags erwecken oder Fremdzensuren enthalten könnten. Die Ablehnung wird dem Auftraggeber unverzüglich nach Kenntniserlangung der betreffenden Inhalte mitteilen.

## § 3 Preise, Zahlungsbedingungen, Preisminderung

1. Der Preis für die Veröffentlichung eines Werbemittels richtet sich nach dem Zeitpunkt der Auftragserteilung gültigen Preisliste. Für redaktionell gestaltete Werbemittel, Beilagen, Sonderveröffentlichungen und Kollektive, sowie Werbemittel, welche nach Anzeigenschluss verkauft werden, kann der Verlag von der Preisliste abweichende Preise festlegen. Preisänderungen für erteilte Aufträge sind gegenüber Unternehmern wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens einen Monat vor Veröffentlichung des Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preisänderung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Erhalt der Mitteilung über die Preisänderung ausgeübt werden.
2. Die in der Preisliste bezeichneten Nachlässe werden nur dem Auftraggeber und nur für die innerhalb eines Jahres geschalteten Werbemittel gewährt („Anzeigenjahr“). Wiederholungsabatte gelten nur innerhalb eines Anzeigenjahres. Die Frist beginnt mit der Schaltung des ersten Werbemittels, wenn nicht anders vereinbart.
3. Die Erweiterung des Auftrages ist ein Anspruch auf rückwirkenden Rabatt, sofern der Grundauftrag rabattfähig war. Der Anspruch erlischt, wenn er nicht spätestens einen Monat nach Ablauf des Anzeigenjahres geltend gemacht wird. Erreicht ein Auftrag nicht das vorhergesagte Auftragsvolumen, so wird der zu viel gewährte Preisnachlass nachträglich in Rechnung gestellt.
4. Auftragsrechnungen sind innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung laufenden Frist zu bezahlen, sofern nichts anderes vereinbart ist. Mahn- und Inkassokosten, die durch Zahlungsverszug entstehen, trägt der Auftraggeber. Der Verlag kann bei Zahlungsverszug die weitere Ausführung eines laufenden Auftrags bis zur Bezahlung zurückstellen und Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Gesamtab schlusses das Erscheinen weiterer Werbemittel abweichend von einem vereinbarten Zahlensystem und vom Ausgleich früher Rechnungsbeträge abhängig zu machen. Fehlerhafte Rechnungen können vom Verlag innerhalb von sechs Monaten nach Rechnungsstellung korrigiert werden.
5. Sämtliche Preise verstehen sich zuzüglich Mehrwertsteuer in gesetzlicher Höhe am Tag der Rechnungsstellung.
6. Bei Aufträgen aus dem Ausland, die nicht mehrwertsteuerpflichtig sind, erfolgt die Rechnungsstellung ohne Mehrwertsteuerberechnung. Der Verlag ist zur Nachberechtigung berechtigt, wenn die Finanzverwaltung die Steuerpflicht des Werbemittels bejaht.
7. Aus einer Aufgabenerminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Werbemittel ein Anspruch auf Preiserminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdrucknachlass dies mit der ersten Schaltung beginnenden Anzeigenjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder – falls eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittliche verkaufte (falls keine verkaufte vorhanden, die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Aufgabenerminderung ist nur dann ein Verstoß gegen die Zahlungsbedingungen, wenn die Auflage innerhalb von 20 U. unterschritten wird.
8. 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 des Werbemittels vom Vertrag zurücktreten konnte.

## § 4 Vertragsabwicklung

1. Aufträge sind innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzuwickeln, beginnend mit der ersten Schaltung des Werbemittels.
2. Alle für die Werbemittel erforderlichen Informationen, Daten, Dateien und sonstigen Materialien („Verlagssendungen“) stellt der Auftraggeber dem Verlag vollständig, fehler- und virentfrei und den vertraglichen Vereinbarungen entsprechend rechtzeitig zur Verfügung. Werden Vorlagen digital (z. B. per CD-ROM oder E-Mail) an den Verlag übermittelt, sind sie nur mit geschlossenen Dateien zu übertragen, also mit solchen Dateien, die der Verlag inhaltlich nicht ändern kann. Der Verlag haftet nicht bei fehlerhafter Veröffentlichung von Werbemitteln, die mit offenen Dateien (z. B. unter Corel Draw, QuarkPress, Freehand gespeicherte Dateien) übermittelt werden. Zusammengehörende Dateien sind vom Auftraggeber in einem gemeinsamen Ordner zu speichern. Ordner und Dateien sind als Druckdateien zu kennzeichnen. Bei digital übermittelten Druckvorlagen hat der Auftraggeber gleichzeitig ein Farb-Proof und ein Proof-Web-Messprotokoll zu liefern. Ansonsten bestehen keine Ersatzansprüche des Auftraggebers wegen etwaiger Farbabweichungen. Der Auftraggeber haftet dafür, dass die übermittelten Dateien frei von Computerviren sind. Dateien mit Computerviren kann der Verlag löschen, ohne dass der Auftraggeber hieraus Ansprüche herleiten könnte. Der Verlag behält sich zudem Ersatzansprüche vor, wenn die Computerviren beim Verlag weiteren Schäden verursachen. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Vorlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet für die belegte Ausgabe übliche Qualität im Rahmen der durch die Vorlagen gegebenen Möglichkeiten. Vorlagen werden nur auf besondere Aufforderung an den Auftraggeber zurückgesandt, andernfalls gehen sie in das Eigentum des Verlages über. Die Pflicht zur Aufbewahrung aller zugesandten Unterlagen endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.
3. Kosten für die Anfertigung besteller Vorlagen, Filme oder Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen trägt der Auftraggeber.
4. Probezugriffe werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit des zurückgesandten Auftrags. Wird der Abzug von Probezügen an den Verlag gewünscht, so gilt die Genehmigung des Werbemittels als erteilt.
5. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Werbemittelbeleg. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, tritt an seine Stelle eine Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung des Werbemittels.
6. Die Aufmachung und Kennzeichnung redaktionell gestalteter Werbemittel ist rechtzeitig vor Erscheinen mit dem Verlag abzustimmen. Textilanzeigen müssen sich schon durch ihre Grundstruktur vom redaktionellen Teil unterscheiden. Der Verlag ist berechtigt, Werbemittel, die nicht als solche zu erkennen sind, deutlich als Werbung zu kennzeichnen.
7. Zuschriften auf Chiffreanzeigen werden bis vier Wochen nach Veröffentlichung der Anzeige aufbewahrt und dem Auftraggeber auf normalem Postwege zugesandt (auch wenn es sich um Express- oder Einschreibsendungen handelt). Eine Gewähr für die Verwahrung und rechtzeitige

Weitergabe der Offerten übernimmt der Verlag jedoch nicht.

8. Die in der Preisliste ausgewiesenen Anzeigenschlüsse und Erscheinungstermine sind für den Verlag unverbindlich. Dem Verlag steht es frei, diese kurzfristig dem Produktionsablauf entsprechend anzupassen.
9. Aufträge können nur rechtzeitig, spätestens zum Anzeigenschlusstermin, und schriftlich, per Telefax oder E-Mail gekündigt werden. Ist die Anzeige bereits in Druck gegeben, hat der Auftraggeber die Anzeige zu bezahlen. Ansonsten kann der Verlag die Erstattung der bis zur Kündigung angefallenen Kosten nach den gesetzlichen Vorschriften verlangen.
10. Der Auftraggeber ist für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit des Werbemittels verantwortlich. Er stellt den Verlag an allen Ansprüchen Dritter wegen der Veröffentlichung des Werbemittels frei, einschließlich der angemessenen Kosten zur Rechtsverfolgung. Der Verlag ist nicht zur Prüfung verpflichtet, ob ein Werbemittel die Rechte Dritter beeinträchtigt. Wird der Verlag durch gerichtliche Entscheidung z. B. zum Abdruck einer Gegendarstellung oder Berichtigung aufgrund des geschalteten Werbemittels verpflichtet, hat der Auftraggeber diese Veröffentlichung nach der gültigen Preisliste zu bezahlen.
11. Der Auftraggeber ist verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen gegenüber den Werbungsleitenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Vermittlungsprovision errechnet sich nach dem Kundennetto, also nach Abzug von Rabatt, Boni und Mängelanzahl. Die Vermittlungsprovision fällt nur bei Vermittlung von Aufträgen Dritter an. Sie wird nur an vom Verlag anerkannte Werbengeschäften vergütet unter der Voraussetzung, dass der Auftrag unmittelbar von der Werbeagentur erteilt wird, ihn die Beschaffung der fertigen und druckreifen Druckunterlagen obliegt und eine Gewerbeanmeldung als Werbeagentur vorliegt. Dem Verlag steht es frei, Aufträge von Werbungsleitern abzulehnen, wenn Zweifel an der berufsmäßigen Ausübung der Agenturaktivität oder der Bonität der Werbeagentur bestehen. Aufträge durch Werbungsleitern werden in deren Namen und auf deren Rechnung erteilt. Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag daher im Zweifel mit der Werbeagentur zustande. Soll ein Werbungsleitender Auftraggeber werden, muss dies gesondert unter namentlicher Nennung des Werbungsleitenden vereinbart werden. Der Verlag ist berechtigt, von der Werbeagentur einen Mandatsnachweis zu verlangen.

## § 5 Mängelgewährleistung

1. Für die Aufnahme von Werbemitteln in bestimmte Nummern oder Ausgaben oder an bestimmten Plätzen wird keine Gewähr geleistet.
2. Beachtet der Auftraggeber die Empfehlungen des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von Vorlagen nicht, so stehen ihm keine Ansprüche wegen fehlerhafter Veröffentlichung zu. Dies gilt auch, wenn er sonstige Regelungen dieser AGB oder der Preisliste nicht beachtet.
3. Die Haftung für fehlerhafte Veröffentlichungen kann bei offensichtlichen Mängeln spätestens innerhalb von zwei Wochen nach Eingang der Rechnung geltend gemacht werden. Nicht offensichtliche Mängel muss der Auftraggeber spätestens ein Jahr nach Veröffentlichung der entsprechenden Druckscrift reklamieren. Bei fehlerhafter Wiedergabe des Werbemittels – trotz rechtzeitiger Lieferung einwandfreier Vorlagen und rechtzeitiger Reklamation – kann der Auftraggeber eine einwandfreie Ersatzschaltung (Nachlieferung) verlangen, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Der Anspruch auf Nachlieferung ist ausgeschlossen, wenn dies für den Verlag mit unverhältnismäßigen Kosten verbunden ist. Im Falle der Verzug und die gesetzte angemessene Frist verstreichen, verweigert er die Nachlieferung, ist die Nachlieferung dem Auftraggeber nicht zumutbar oder schlägt sie fehl, so hat der Auftraggeber das Recht, vom Vertrag zurückzutreten oder Zahlungsminderung in dem Ausmaß geltend zu machen, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Bei unwesentlichen Mängeln ist der Rücktritt ausgeschlossen. Gewährleistungsansprüche von Kaufleuten verjähren 12 Monate nach Veröffentlichung des Werbemittels.
4. Sind Mängel bei den Vorlagen nicht sofort, sondern erst bei der Verarbeitung erkennbar, so hat der Auftraggeber dadurch entstehende Mehrkosten oder Verluste zu tragen. Sind Mängel bei den Vorlagen nicht offenkundig, so hat der Auftraggeber bei ungenügender Veröffentlichung keine Ansprüche. Das Gleiche gilt bei Fehlern in wiederholten Werbeschaltungen, wenn der Auftraggeber nicht rechtzeitig vor Veröffentlichung der nächstfolgenden Werbeschaltung auf den Fehler hinweist.
5. Für vom Auftraggeber bereitgestelltes Material (Einhefter, Beilagen etc.) übernimmt der Verlag keine Gewähr für die Richtigkeit der als geliefert bezeichneten Mengen oder Qualitäten.

## § 6 Haftung

1. Schadensersatzansprüche des Auftraggebers gegen den Verlag sind unabhängig vom Rechtsgrund, insbesondere aufgrund Verzug, der Verletzung vertraglicher Pflichten, der Verletzung gewerblicher Schutzrechte Dritter und unerlaubter Handlung ausgeschlossen, es sei denn, der Verstoß gegen die Vertragsbedingungen hat vorsätzlich oder grob fahrlässig gehandelt oder eine Vertragspflicht leicht fahrlässig verletzt, die für die Erreichung des Vertragszwecks wesentlich ist, oder die Schadensersatzansprüche resultieren aus einer Beschaffenheitsgarantie. Soweit der Verlag dem Grunde nach haftet, wird der Schadensersatzanspruch auf den vorhersehbaren Schaden begrenzt. Diese Haftungsgrenzung gilt nicht vor Vorsatz oder wenn das den Schaden auslösende Ereignis durch den Verlag, seine Vertreter oder Erfüllungsgehilfen grob fahrlässig verursacht wurde. Alle Schadensersatzansprüche gegen den Verlag verjähren in 12 Monaten nach dem Zeitpunkt, in dem der Auftraggeber von den Ansprüchen begründeten Kenntnis erlangt hat oder hätte erlangen müssen. Dies gilt nicht für Ansprüche aus unerlaubter oder vorsätzlicher Handlung. Resultieren die Schadensersatzansprüche aus dem Produkthaftungsgesetz, findet vorstehende Haftungsgrenzung keine Anwendung. Gleiches gilt bei der Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit. Soweit die Haftung des Verlages ausgeschlossen ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung seiner Angestellten, Arbeitnehmer, Mitarbeiter, Vertreter und Erfüllungsgehilfen.
2. Der Verlag wird im Falle höherer Gewalt und bei vom Verlag unverschuldeter Arbeitskämpfmaßnahmen von der Verpflichtung zur Auftragserteilung frei; Schadensersatzansprüche bestehen deswegen nicht.

## § 7 Rechteinräumung

1. Der Auftraggeber garantiert, dass er alle zur Schaltung, Veröffentlichung und Verbreitung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt. Er räumt dem Verlag für die zweckgemäße Nutzung des Werbemittels in den jeweiligen Werbeträgern erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte ein, insbesondere die jeweils erforderlichen Rechte zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Bearbeitung, zu öffentlichem Zugänglichmachen, Einstellen in einer Datenbank, Entnahme aus einer Datenbank und Bereithalten zum Abrufen und zwar zeitlich, räumlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen orts- und zeitlich eingegrenzt und berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie in allen bekannten Formen von Werbeträgern.

## § 8 Speicherung von Auftragsdaten

1. Der Verlag speichert im Rahmen der Geschäftsbeziehungen die Auftragsdaten mithilfe der elektronischen Datenverarbeitung nach den gesetzlichen Bestimmungen des Bundesdatenschutzgesetzes. Der Verlag ist berechtigt, Bruttowerbeumsätze und vergleichbar relevante Daten des Auftraggebers auf Produktebene zur Veröffentlichung an Unternehmen weiterzuleiten, die sich mit der Erhebung und Auswertung solcher Informationen beschäftigen. Diese Daten werden dort aggregiert und in anonymisierter Form in den Markt kommuniziert.

## § 9 Erfüllungsort, Gerichtsstand

1. Es gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechts und unter Ausschluss von Kollisionsrecht. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlegers. Gerichtsstand für Klagen gegen Kaufleute, juristische Personen des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliche Sondervermögen ist der Sitz des Verlegers.

Stand: Juli 2011



Michael Klotz  
Anzeigenleitung  
Tel.: 0 81 91/125-1 67  
Fax: 0 81 91/125-3 04  
E-Mail: michael.klotz@produktion.de



Gerald Zasche  
Projektmanager/Anzeigen  
Tel.: 0 81 91/125-3 37  
Fax: 0 81 91/125-3 04  
E-Mail: gerald.zasche@technikundeinkauf.de



Eduard Altmann  
Chefredaktion  
Tel.: 0 81 91/125-6 81  
Fax: 0 81 91/125-3 12  
E-Mail: redaktion@produktion.de



Kathrin Irmer  
verantwortliche Redakteurin  
Tel.: 0 81 91/125-2 25  
Fax: 0 81 91/125-3 12  
E-Mail: kathrin.irmer@technikundeinkauf.de



Michaela Richter  
Anzeigendisposition  
Tel.: 0 81 91/125-3 24  
Fax: 0 81 91/125-1 65  
E-Mail: michaela.richter@mi-verlag.de