

MediaDaten

2020

TECHNIK⁺
EINKAUF



m_i connect

Inhalt

Print und Online

mi connect. Unser Nutzenversprechen, neu definiert. 3/9

FACHZEITSCHRIFT

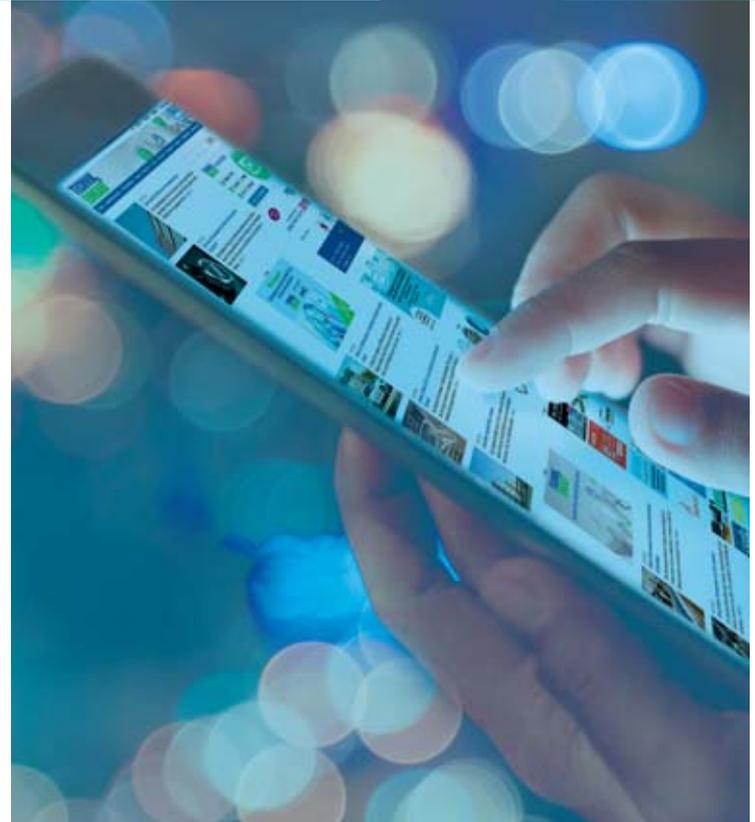
Titel-Porträt	10
Anzeigenpreisliste	11/12
Formate und technische Angaben	13/14
Rubrikanzeigen/Sonderwerbformen	15
Termin- und Themenplan	16/17
Auflagen- und Verbreitungs-Analyse	18
Empfänger-Struktur-Analyse	19/20
Beschreibung der Erhebungsmethode	21

WEBSITE

Porträt und technische Angaben	22/23
Preise/Werbeformen	24/25/26/27

NEWSLETTER

Preise/Werbeformen	28/29
Adressvermietung	30/31
AGB	32
TECHNIK+EINKAUF macht Ihre Werbung erfolgreicher	33
Ansprechpartner	34



Connecting People. Unser Job besteht darin, Wege zu finden, wie Sie und Ihre Zielgruppen erfolgreich zusammenkommen und neue Geschäfte generieren.

mi connect
steht für messbare
Erfolgsversprechen
an seine Kunden.

mi connect

Das zeichnet uns aus:

- Ein hervorragender Zielgruppenzugang
- Profundes Fachwissen
- Beispiellose Datentiefe und deren Nutzbarkeit

Unsere Audiences:



**AUTOMOBIL
PRODUKTION**

Top-Management-Ebene (Vorstände und Geschäftsführer) sowie Entscheider aus den Bereichen Einkauf, Entwicklung und Produktion bei OEM, Zulieferern und Ausrüstern.

fluid

- Konstrukteure
- Entwickler
- Unternehmensleiter
- technische Leiter
- Betriebsleiter
- Fokus: Hydraulik, Pneumatik

**TECHNIK
EINKAUF**

- technische Einkäufer
- strategische Einkäufer
- Konstrukteure
- Produktioner
- Geschäftsführer

reNEXT

- Konstruktionsleiter
- Entwickler
- Geschäftsführer
- Fokus: Maschinen-, Anlagenbau

-fertigung

- Produktionsleiter
- Facharbeiter
- Fokus: Metallbearbeitende Industrie

Instandhaltung

- Betriebsleiter
- Instandhaltungsleiter
- Produktionsleiter
- Serviceleiter
- Leiter Technik
- Fokus: Instandhaltung

Produktion

- Geschäftsführer/Inhaber
- CDOs/CIOs
- Produktionsleiter
- Konstruktionsleiter
- Logistikleiter
- Fertigungsleiter
- Technik-Vorstände

**werkzeug&
formenbau**

Entscheidungsträger in der Werkzeug-, Formen-, Gesenk- und Vorrichtungsbau-Branche

Search-Driven Content Campaigning



Mögliche Einzelziele

- Gewinnung von Leads/Prospects als Vertriebsunterstützung
- Optimierung des organischen Google-Rankings
- Opinion Leadership erzeugen in einem definierten Umfeld via smartem Storytelling
- Brand Awareness steigern



Kampagnenelemente

- Whitepaper
- Webinare
- Content-Placement
- Videos
- Best-Practice-Berichte / Kundenstimmen
- Podcasts



Audience und DMP

- Über die User Journey lernen wir unsere User täglich besser kennen, ermitteln Bedarfe und werden somit zum Business Enabler für unsere Kunden.
- Über eine eigene DMP und ein umfassendes Tech-Stack ermitteln wir Digital Look-Alikes, vergrößern unsere Verteiler sinnvoll und distribuieren Content 100% zielgruppengerecht.



Services

- SEO On-/Offsite-Monitoring als neutrale und unabhängige Instanz
- Onsite-Überwachung
 - Search Console Monitoring
 - Beratung im Crawl- und Indexierungsmanagement
 - Empfehlungsmanagement
 - Digitale Markenführung



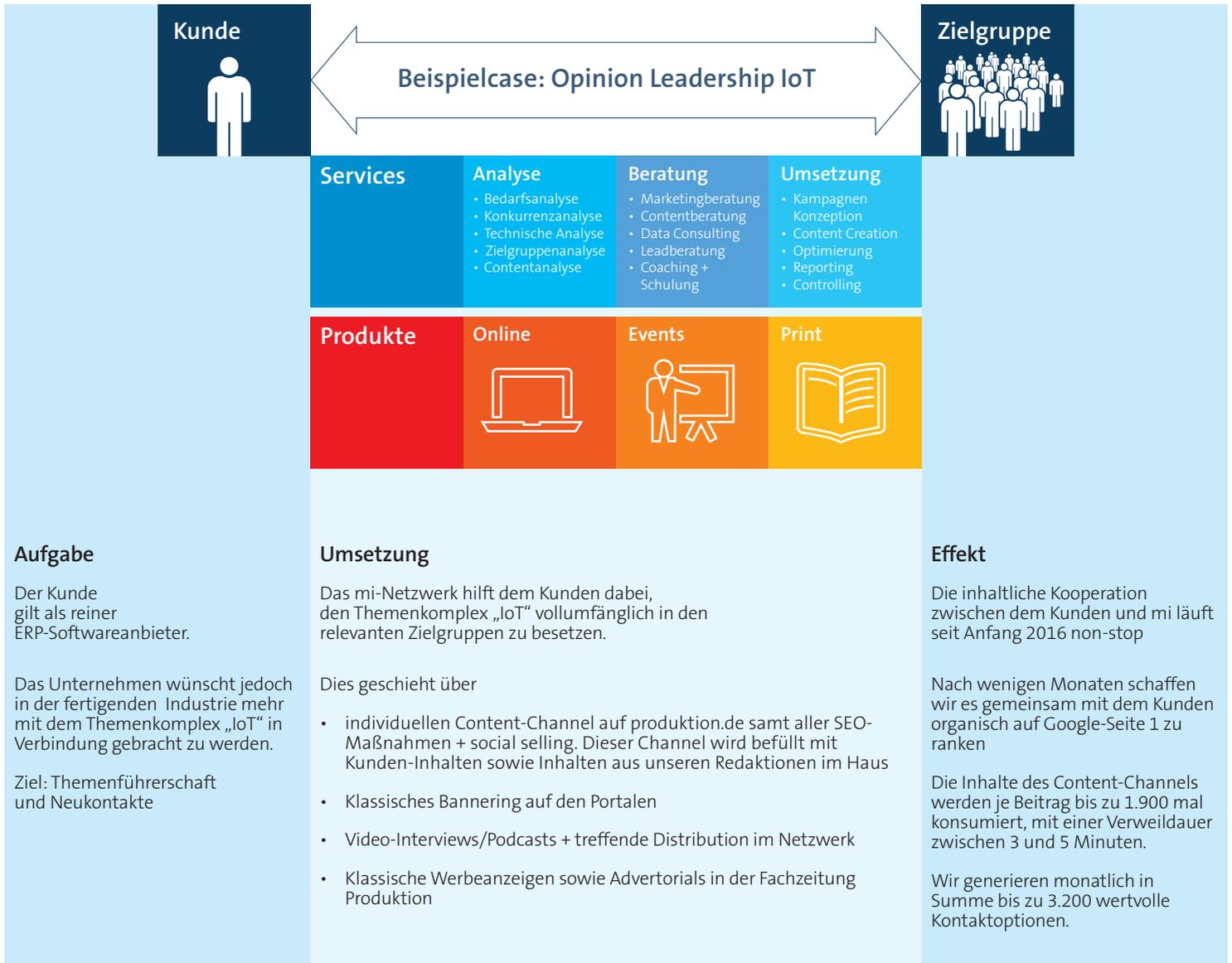
Vermarktung und Audience Analytics

- Die Vermarktung von Content ist essentiell.
- Wenn wir von Vermarktung sprechen, meinen wir die gezielte Distribution Ihrer Botschaft im mi-Netzwerk.
- Am meisten Traffic generieren wir direkt über Google, über unsere Newsletter sowie Social Channels wie XING und LinkedIn.
- Um effektiv und sinnvoll zu agieren, führen wir fundierte Audience Analytics durch: Wer konsumiert wann welche Inhalte in welchem Umfang?



Leistungen

- Platzierung von 1 bis maximal 3 Beiträgen/Monat
- Jeder neue Beitrag wird in einem Distribution-Flight per Newsletter und Social im Netzwerk promotet
- mi connect und dessen Netzwerk nehmen die Posts auf und erweitern die Distribution über die eigenen Kanäle: Newsletter + social selling.
- Klassisches Bannering im Netzwerk, um Promotion zu verstärken
- Monatsreporting mit allen Kennzahlen zur stetigen Kontrolle der Kampagne
- Mindestlaufzeit: 6 Monate



Referenzen:



- 1 Titel** TECHNIK+EINKAUF
- 2 Kurzcharakteristik**
TECHNIK+EINKAUF ist das Leitmedium für alle am industriellen Beschaffungsprozess beteiligten Entscheider. Der Querschnittstitel bedient die Informationsbedürfnisse von Einkäufern, bietet aber auch Einkaufs-Prozess-Wissen für Leiter von Produktion und Konstruktion sowie die Unternehmensführung. Einkaufsprozesse, Innovationen, Technologien, Produkte, Beschaffungsmärkte sowie Anbieter- und Marktübersichten stehen dabei im Fokus der Berichterstattung. Das verschafft den am Einkaufsprozess Beteiligten einen informativen Vorsprung, den sie praxisnah im Job umsetzen können. Denn diese an Bedeutung gewinnende Leserzielgruppe muss sich täglich mit Zeit-, Kosten- und Qualitätsdruck auseinandersetzen. Die Redaktion verfasst die exklusiven Inhalte dabei immer mit Blick auf die Zielgruppe und einem hohen journalistischen Anspruch. Dazu liefern Marktanalysen und Produktinfos die harten Fakten, während Expertentipps, Praxisbeispiele und Hintergrundinformationen diese Fakten für die Praxis und in das aktuelle Geschehen einordnen. Als verbindendes Element zieht sich dabei das Konzept der Total Cost of Ownership (TCO) durch das Magazin.
- 3 Zielgruppe** Am Beschaffungsprozess beteiligte Personen aus technischem und strategischem Einkauf, Konstruktion und Produktion sowie Geschäftsführer.
- 4 Erscheinungsweise** 6 x jährlich
- 5 Heftformat** DIN A4
- 6 Jahrgang** 16. Jahrgang 2020
- 7 Bezugspreis Jahresabonnement**
 Inland € 76,00 (zzgl. € 10 Versand & MwSt. = € 92,45)
 Ausland € 76,00 (zzgl. € 20 Versand & MwSt. = € 103,15)
 Einzelverkaufspreis € 16,00 (inkl. MwSt. & zzgl. Versand)
- 8 Organ** –
- 9 Mitgliedschaften** –
- 10 Unternehmen** verlag moderne industrie GmbH
 86895 Landsberg
 Postanschrift
 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@mi-connect.de
 E-Mail Sales sales.technikundeinkauf@mi-connect.de

11 Herausgeber verlag moderne industrie GmbH

12 Sales Gerald Zasche
 Telefon 081 91 / 125-337
 E-Mail gerald.zasche@mi-connect.de

13 Redaktion Kathrin Irmner
 Telefon 081 91 / 125-225
 E-Mail kathrin.irmner@mi-connect.de

14 Umfangsanalyse Juli 2018 – Juni 2019

Gesamtumfang	524 Seiten =	100,00 %
Redaktioneller Teil	415 Seiten =	79,20 %
Anzeigenteil	109 Seiten =	20,80 %
Beilagen	7 Stück	

15 Inhalt des redaktionellen Teils: Juli 2018 – Juni 2019

Rubriken	in Seiten	in %	Rubriken	in Seiten	in %
Technik	113	27,2	Titel/Einkaufsführer	24	5,8
Einkaufs-Praxis/Recht	85	20,5	Messeberichte	16	3,9
Produkte	39	9,4	Rohstoffe	10	2,4
Im Dialog/Interviews	30	7,2	Technik-Trend	10	2,4
Marktübersichten	27	6,5	Technik-Tipp	9	2,2
Markt & Technik	25	6,0	Sonstige Rubriken	27	6,5

1 Anzeigenpreise (alle Preise 4-farbig in EUR zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer)

Anzeigengröße	Formate Beite x Höhe in mm	Preis für Einzelschaltung	Einzelpreis bei * Abnahme 3 Schal- tungen	Preise komplett * für 3 Schaltungen	Einzelpreis bei* Abnahme 6 Schaltungen	Preise komplett * für 6 Schaltungen
2/1 Seite A4	420 x 297	15.280	13.920	41.760	13.200	79.200
1/1 Seite A4	178 x 257, 210 x 297	7.640	6.960	20.880	6.600	39.600
Juniorpage	126 x 178	4.240	3.865	11.595	3.665	21.990
1/2 Seite	86 x 257, 178 x 126	3.820	3.480	10.440	3.300	19.800
1/3 Seite	56 x 257, 178 x 83	2.550	2.325	6.975	2.205	13.230
1/4 Seite	41 x 257, 86 x 126, 178 x 62	1.910	1.740	5.220	1.650	9.900
1/8 Seite	41 x 126, 86 x 62, 178 x 29	955	870	2.610	825	4.950
Kataloganzeige	86 x 62	760	690	2.070	655	3.930
Anzeige Online-Shop	86 x 62	760	690	2.070	655	3.930
2-seitiger Einhefter	210 x 297	7.850	7.195	21.585	6.815	40.890
4-seitiger Einhefter	210 x 297	11.900	10.885	32.655	10.300	61.800
Anzeige Markt & Kontakt	55 x 50	250	215	645	210	1.260
Seite-3-Bild plus Beitrag	500 Zeichen Text plus Bild	1.910	1.740	5.220	1.650	9.900

* Auf diese Preise erhalten Sie zusätzlich den Mal-, Mengen- oder Kombirabatt. Die 3er- und 6er-Pakete sind innerhalb von 12 Monaten abzunehmen



2 Zuschläge

Platzierung	2. und 4. Umschlagseite	€ 7.950,-
	Bindende Platzierungsvorschriften (ab 1/4 Seite möglich)	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	

3 Rabatte

Abnahme innerhalb von 12 Monaten (Insertionsjahr)*			
Malstaffel		Mengenstaffel	
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			

4 Rubrikanzeigen

Stellenangebot	20 % Rabatt
Kataloganzeige:	siehe Seite 15, Blatt Rubrikanzeigen
Anzeige Online-Shop:	siehe Seite 15, Blatt Rubrikanzeigen
Markt & Kontakt-Anzeige:	siehe Seite 15, Blatt Rubrikanzeigen

5 Sonderwerbformen (Beispiele auf den Seite 15)

Bezugsquellen-Anzeige			
Markt&Kontakt	55 x 50 mm	€ 210,- bis	€ 250,-
Kataloganzeige	86 x 62 mm	€ 655,- bis	€ 760,-
Anzeige Online-Shop	86 x 62 mm	€ 655,- bis	€ 760,-
Seite-3-Bild plus Beitrag	500 Zeichen plus Bild	€ 1.650,- bis	€ 1.910,-
Einhefter	2-seitig	€ 7.850,-	
	4-seitig	€ 11.900,-	

Beilagen

– nicht rabattfähig –		
bis 25 g Gewicht	Auflage 19.500	€ 7.520,-
je weitere 5 g Gewicht		€ 395,-
Teilbeilagen nach Ihren Selektionsvorgaben		
bis 25 g Gewicht, je tausend		€ 402,-/‰
Mindestmenge 3.000 Stück		

Aufgeklebte Werbemittel

in Verbindung mit Anzeige	€ 1.910,-
maschinelle Verarbeitung	€ 815,-
manuelle Verarbeitung	€ 1.795,-

Banderole

– nicht rabattfähig – beidseitig nutzbar	
460 x 100 mm	Auflage 19.500
	€ 10.580,-

Gatefolder

inklusive 2. Umschlagseite	€ 21.180,-
----------------------------	------------

Beikleber

auf Anfrage

6 Kontakt

Beratung und Buchung:
Gerald Zasche, Projektmanager
Tel. 08191-125-337 / Fax. 08191-125-304
E-Mail: gerald.zasche@mi-connect.de

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

7 Zahlungs- bedingungen

netto innerhalb 14 Tagen nach Rechnungsdatum, bei
Vorauszahlung 2 % Skonto, bei Bankeinzug 3 % Skonto

Bankverbindung

HVB, BLZ: 70020270, Kto.: 15764474
IBAN: DE76 7002 0270 0015 7644 74
SWIFT (BIC): HYVEDEMMXXX



- | | |
|--|---|
| 1 Zeitschriftenformat Satzspiegel | 210 mm breit x 297 mm hoch
178 mm breit x 257 mm hoch
4 Spalten je 41 mm breit

Bei Anzeigen im Anschnitt müssen relevante Motivteile (Texte, Logos etc.) mit mindestens 5 mm Abstand zum Beschnitt und zum Bund angelegt werden. |
| 2 Druck- und Bindeverfahren | Umschlag und Inhalt im Bogenoffset (ISO 12647-2)
Rückstichheftung |
| 3 Profile | Inhalt: PSO LWC Improved (ECI)
Umschlag: ISO Coated v2 300 %
kostenloser Download der Profile:
http://www.eci.org/de/downloads |
| 4 Datenformate: | Anlieferung von Daten als PDF/X-1a (2001 oder 2003),
Bilder mindestens 300 dpi, Strichscans (z.B. Texte,
Grafiken) mindestens 800 dpi. Anlage im Originalformat
zzgl. 3 mm Beschnittzugabe und Schnittmarken. |
| 5 Proof: | für Farbanzeigen ist ein Farb-Proof mit Fogra
Medienkeil V3.0. mit Prüfprotokoll vom Kunden
mitzuliefern. Ansonsten bestehen keine
Ersatzansprüche des Kunden wegen etwaiger
Farbabweichungen. |
| 6 Datenarchivierung | Daten werden archiviert, unveränderte Wiederholungen sind deshalb in der Regel möglich. Eine Datengarantie wird jedoch nicht übernommen. |

- | | |
|-------------------------|--|
| 7 Gewährleistung | Bei Anlieferung von unvollständigen oder abweichenden Daten (Texte, Farben, Abbildungen) übernehmen wir keine Haftung für das Druckergebnis. |
|-------------------------|--|

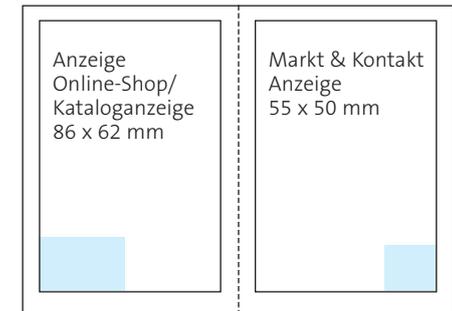
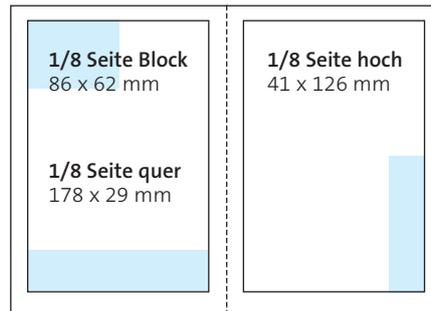
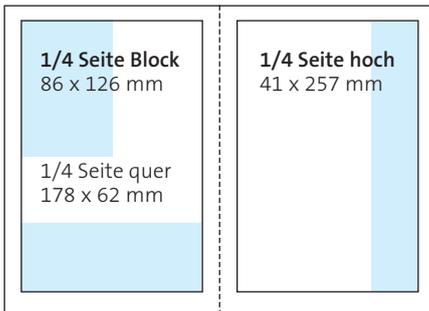
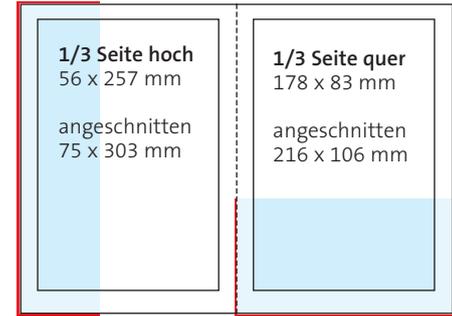
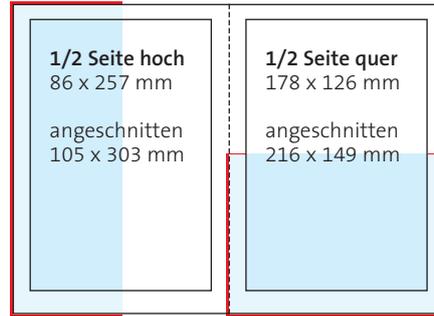
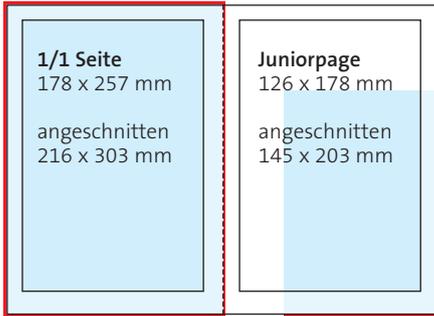
- | | |
|------------------|--|
| 8 Kontakt | Michaela Richter
Telefon: 08191/125-324
E-Mail: michaela.richter@mi-connect.de |
|------------------|--|

Beilagen/Einhefter/aufgeklebte Werbemittel

- | | |
|-------------------|---|
| Beilagen | Muster bei Auftragserteilung |
| Anliefertermin | 10 Tage vor Erscheinungstermin |
| Format | maximales Papierformat 200 mm x 290 mm |
| benötigte Auflage | 19.800 Exemplare |
| Einhefter | 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 Einhefter auf obiges Format gefalzt. |
| benötigte Auflage | 19.800 Exemplare |

Lieferanschrift, Beilagen und Einhefter

pva Druck und Medien-Dienstleistungen GmbH
Industriestraße 15, 76829 Landau/Pfalz
(mit Vermerk: T+E, Heft-Nr. ...)



Markt & Kontakt

Schutzabdeckungen



ARNOLD
Innovative Schutzabdeckungen

ARNO ARNOLD GMBH
Bieberer Straße 161 Tel. + 49 6104 4000 0
63179 Obertshausen Fax: + 49 6104 4000 99
www.arno-arnold.de info@arno-arnold.de

Beachten Sie auch die Online-Werbemöglichkeiten zu unseren Marktübersichten!

Schnell den richtigen Lieferanten finden

Präsentieren Sie Ihre Firmendaten und Ihr Firmenlogo in Ihrer Wunschrubrik. Sie mailen uns den Suchbegriff sowie Ihr Logo und alles Weitere erledigen wir für Sie.

Größe: 55 mm breit und 50 mm hoch.

Preise

1 Schaltung	€ 250,-
3 Schaltungen	€ 645,-*
6 Schaltungen	€ 1.260,-*

* abzüglich Mengenrabatt

Kataloganzeige oder Online-Shop

Licefa

Kunststoffverpackungen für die Industrie
Rund-/Rechteck-Membran Dosen, Sortimentskästen, Koffer + Einlagen + Ausstattung, Transport-/Lagerkästen, Aufbauschränke, Roll-Container, Neer-Schubladen, leitfähige Verpackungen, SMD-Boxen, tiefgezogene leitfähige Einlagen, Schaumstoff-/Tiefziehleinlagen

Katalog kostenlos www.licefa.de
LICFEA Kunststoffverarbeitung GmbH & Co. KG
Tel.: 0 52 22 28 04-0
Fax: 0 52 22 28 04-35
info@licefa.de

Der neue KATALOG ist da!

www.licefa.de

Wichtig: Beachten Sie auf Seite 25 die Online-Werbeform Katalog der Woche!

Kataloge und Prospekte gezielt präsentieren

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

Größe: 86 mm breit und 62 mm hoch.

Preise

1 Schaltung	€ 760,-
3 Schaltungen	€ 2.070,-*
6 Schaltungen	€ 3.930,-*

* abzüglich Mengenrabatt

Seite-3-Bild plus Beitrag

Produktbild

Produktbericht

Platzieren Sie auf der Seite 3 (Editorial) ein Produktbild. Dazu erhalten Sie in der Rubrik Produkte einen Produktbericht mit 500 Zeichen Text plus Bild.

Preise

1 Schaltung	€ 1.910,-
3 Schaltungen	€ 5.220,-*
6 Schaltungen	€ 9.900,-*

* abzüglich Mengenrabatt

Rubriken, die in jeder Ausgabe erscheinen:

Markt & Technik aktuell/Termine, Rohstoffe, Einkaufsführer mit Checkliste, T+E im Dialog: Die Reportage aus der Einkaufspraxis, Technik Trend, Technik Tipp, Einkäufer-Interview, Einkaufs-Praxis, Einkauf & Recht, Messebericht, Technik-Sonderthemen sowie neue Produkte.

Ausgabe	Sonderthemen	Messe-Special sowie weitere Messe-Termine		
Februar 1/2020 AS: 31.01.2020 ET: 25.02.2020 Themenschwerpunkt	Titelthema: Einkaufsführer Servobremsen Pumpen/Filter/Armaturen Schaltschränke/Gehäuse Mess- und Prüftechnik Leasing/Maschinenleasing/Finanzierung Unternehmensberatung im Einkauf Global Sourcing Automatisierung - Trends und Produkte	INTERNATIONALE EISENWARENMESSE Köln 01.-04.03.2020 LogiMAT Stuttgart 10.-12.03.2020 GrindTec Augsburg 18.-21.03.2020 BME e-LÖSUNGSTAGE Düsseldorf 24.-25.03.2020 Wire / Tube Düsseldorf 30.03.-03.04.2020		
April 2/2020 AS: 19.03.2020 ET: 15.04.2020 Themenschwerpunkt	Titelthema: Einkaufsführer Werkzeugmaschinen/Kühlschmierstoffe Personen-, Maschinen- und Anlagenschutz Betriebsausrüstung/Büroausstattung/Industriebedarf Korrosionsschutz/Oberflächentechnik C-Teile-Management Einkaufsstrategien Nutzfahrzeuge Reisekosten-Management Logistik/innerbetrieblicher Transport - Trends und Produkte	HANNOVER MESSE Hannover 20.-24.04.2020 IFAT München 04.-08.05.2020 Control Stuttgart 05-08.05.2020 interpack Düsseldorf 07.-13.05.2020		
Juni 3/2020 AS: 13.05.2020 ET: 09.06.2020 Themenschwerpunkt	Titelthema: Einkaufsführer Greifer Präzisionswerkzeuge Verbindungstechnik/Konstruktionselemente/Klebertechnik Automatisierung/Steuerungstechnik Drucklufttechnik/Hydraulik Supply-Chain-Management - SCM Fuhrpark-Management Spanende Fertigung - Trends und Produkte	automatica München 16.-19.06.2020 CastForge Stuttgart 16.-18.06.2020 LASYS Stuttgart 16.-18.06.2020 SENSOR+TEST Nürnberg 23.-25.06.2020		
September 4/2020 AS: 14.08.2020 ET: 08.09.2020 Themenschwerpunkt	Titelthema: Einkaufsführer Planetengetriebe Sensorik/Bildverarbeitung/RFID Elektrotechnik und Elektronik Blechbearbeitung/Umfarmtechnik/Sägetechnik Instandhaltung Einkaufs- und Unternehmenssoftware Supplier Relationship Management - SRM Prozesstechnik - Trends und Produkte	AMB Stuttgart 15.-19.09.2020 POWTECH Nürnberg 29.09.-01.10.2020 Motek Stuttgart 05.-08.10.2020 MSV Brunn 05.-09.10.2020 ALUMINIUM Düsseldorf 06.-08.10.2020 Fakuma Friedrichshafen 13.-17.10.2020 parts2clean Stuttgart 27.-29.10.2020		
Oktober 5/2020 AS: 18.09.2020 ET: 13.10.2020 Themenschwerpunkt	Titelthema: Einkaufsführer 3D-Druck Kunststoff Automation und Antriebstechnik Spanntechnik C-Teile-Management Betriebstechnik/Betriebsbedarf/Intralogistik Flottenmanagement Verhandlungsführung im Einkauf Rohstoffeinkauf - Metalle und Profile Automobiltechnik - Trends und Produkte Dieser Ausgabe liegt der Jahreskalender 2021 in Auflage von 19.500 Exemplaren bei. Informieren Sie sich über Ihren Werbeplatz.	EuroBLECH Hannover 27.-30.10.2020 FMB - Zuliefermesse Bad Salzflen 04.-06.11.2020 formnext Frankfurt 10.-13.11.2020 electronica München 10.-13.11.2020 BrauBeviale Nürnberg 10.-12.11.2020		
November 6/2020 AS: 15.10.2020 ET: 10.11.2020 Themenschwerpunkt	Titelthema: Einkaufsführer Sicherheitstechnik Logistik/Verpacken/Fördertechnik/Identtechnik Roboter, Montage- und Handhabungstechnik Werkstoffe/Halbzeuge/Gusstechnik Energie/Energieeinkauf Risiko-Management Medizintechnik - Trends und Produkte	BME-Symposium Berlin 11.-13.11.2020 MEDICA Düsseldorf 16.-19.11.2020 sps smart production solutions Nürnberg 24.-26.11.2020		



1 Auflagenkontrolle:



2 Auflagen-Analyse:

Exemplare pro Ausgabe im
Jahresdurchschnitt
01. Juli 2018 – 30. Juni 2019

Druckauflage:	21.275*		
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):	20.890	davon Ausland:	401
Verkaufte Auflage:	1.853	davon Ausland:	3
– Abonnierte Exemplare:	67	davon Mitgliederstücke:	0
– Zugriffsrecht im Abonnement Paid Content***:	68		
– Sonstiger Verkauf:	1.786		
– Einzelverkauf:	0		
Freistücke:	19.037		
Rest-, Archiv- und Belegexemplare:	385		

* geplante Druckauflage in 2020: 19.500 Exemplare

** Nicht analysierte Auflage wie z.B. Messe- und Kongressexemplare etc.

*** Unternehmensangabe

Die detaillierte Beschreibung der Erhebungsmethode finden Sie auf Seite 21

3 Geografische Verbreitungsanalyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	95,3	19.905
Ausland	1,9	401
Sonstige**	2,8	584
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	20.890

Verbreitung nach Bundesländer	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Baden-Württemberg	21,6	4.298
Bayern	16,7	3.312
Berlin, Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern	3,5	695
Bremen, Hamburg, Schleswig-Holstein	4,3	848
Hessen	7,3	1.460
Niedersachsen	7,5	1.499
Nordrhein-Westfalen	24,8	4.940
Rheinland-Pfalz	4,1	821
Saarland	1,2	245
Sachsen, Sachsen-Anhalt	6,1	1.221
Thüringen	2,9	566
Tatsächlich verbreitete Auflage Inland (tvA)	100,0	19.905

1.1 Branchen/Wirtschaftszweige

WZ 2008 Code	Empfängergruppen (lt. Klassifikation der Wirtschaftszweige 2008)	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
		%	Empfänger
20, 21	Chemische Industrie	4,7	981
22	Herstellung von Gummi- und Kunststoffwaren	7,5	1.560
24	Metallerzeugung und -bearbeitung	5,2	1.086
25	Herstellung von Metallerzeugnissen	17,2	3.588
28	Maschinenbau	34,2	7.156
27	Herstellung von Geräten der Elektrizitätserzeugung, -verteilung u.ä.	5,5	1.158
26.3	Telekommunikationstechnik	1,5	306
26.51, 26.6, 26.7, 32,5	Medizin-, Mess-, Steuer- und Regelungstechnik, Optik	7,7	1.607
29, 30	Herstellung von Kraftwagen und Kraftwagenteilen, Sonstiger Fahrzeugbau (Schiff-, Schienen-, Luft- und Raumfahrzeugbau)	8,5	1.787
	weitere Branchen (z.B. Datenverarbeitungsgeräte, wirtschaftliche Dienstleistungen)	5,2	1.077
	Sonstige*	2,8	584
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)		100,0	20.890

* Nicht analysierte Auflage wie z.B. Messe- und Kongressexemplare etc.

1.2 Größe der Wirtschaftseinheit

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Empfänger
1 – 99 Beschäftigte	46,1	9.625
100 – 199 Beschäftigte	15,1	3.153
200 – 499 Beschäftigte	14,2	2.979
500 – 999 Beschäftigte	6,7	1.404
1.000 und mehr Beschäftigte	8,1	1.687
Mitarbeiterzahl nicht bekannt	7,0	1.458
Sonstige*	2,8	584
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	20.890

* Nicht analysierte Auflage wie z.B. Messe- und Kongressexemplare etc.

2.1 Tätigkeitsmerkmal: Aufgabenbereich

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Empfänger
Einkauf (technischer und strategischer Einkauf)	44,0	9.204
Produktion (Technische Leiter, Instandhaltung, Produktionsleiter, Produktionsvorbereitung, Lagerhaltung, Transport)	16,8	3.507
Konstruktion (Konstruktion, Entwicklung, Forschung)	19,8	4.137
Unternehmensleitung (Inhaber, Vorstände, Geschäftsführer)	15,8	3.299
weitere Funktionen	0,8	159
Sonstige*	2,8	584
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	20.890

Die detaillierte Beschreibung der Erhebungsmethode finden Sie auf Seite 21



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

Total-Erhebung durch Dateiauswertung nach IVW-Richtlinien

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

1. Untersuchungsmethode

Empfänger-Struktur-Analyse durch Dateiauswertung – Total-Erhebung gemäß IVW-Richtlinien

2. Beschreibung der Empfängerschaft zum Zeitpunkt der Datenerhebung

2.1 Beschaffenheit der Datei

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

2.2 Gesamtzahl der Empfänger in der Datei

51.198

2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger

49.295

(Wechsel nach jeder zweiten Ausgabe)

2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen

– Verkaufte Auflage	1.853
davon: abonnierte Exemplare	67
Zugriffsrecht im Abonnement Paid Content*	68
Einzelverkauf	0
sonstiger Verkauf	1.786
– Freistücke	19.037
davon: ständige Freistücke	50
wechselnde Freistücke	18.602
Werbeexemplare	385

Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)

20.890

→ davon Inland

20.489

→ davon Ausland

401

3. Beschreibung der Untersuchung

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil)

Grundgesamtheit (tvA) 20.890 = 100,00 %

Davon in der Untersuchung nicht erfasst:

→ Werbeexemplare 385 = 1,84 %

Die Untersuchung repräsentiert
von der Grundgesamtheit (tvA) 20.505 = 98,16 %

3.2 Tag der Datei-Auswertung

02. August 2019

3.3 Beschreibung der Datenbasis

Für die Zuordnung der Empfänger zu den Kriterien Branchen, Betriebsgröße und Tätigkeitsmerkmale werden die Daten in unserem Adress- und Kundensystem laufend aktuell gepflegt und immer wieder den neuesten Markttrends mit kleinen Anpassungen aktuell gehalten.

3.4 Zielperson der Untersuchung

Die in der Datei erfassten persönlichen Empfänger in Institutionen.

3.5 Definition des Lesers

entfällt

3.6 Zeitraum der Untersuchung

von Juli 2018 bis Juni 2019

3.7 Durchführung der Untersuchung

mi connect GmbH

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

1 Web-Adresse	www.technikundeinkauf.de	6 Buchungen	Gerald Zasche, Tel. 0 81 91 / 125-337 gerald.zasche@mi-connect.de
2 Kurzcharakteristik Website	www.technikundeinkauf.de ist der Online-Auftritt des Magazins TECHNIK+EINKAUF. Aufgrund der hervorragenden Sichtbarkeit, z.B. bei Google, kommen aktuell über 70% der User über Suchmaschinen auf unser Portal. Die User finden hier aktuelle News, Trends, Einkaufsführer mit Checkliste für den Einkauf bestimmter Produkte, etwa 3.000 Marktübersichten, im Heftarchiv die Printausgabe als PDF.	7 Zugriffe (pro Monat)	Page Impressions: 137.530 Visits: 50.079 (Durchschnitt der letzten 6 Monate: von Januar 2019 bis einschl. Juni 2019 lt. IVW-Online-Prüfung) Aktuelle Daten finden Sie unter: http://ausweisung.ivw-online.de/
Newsletter	Wöchentlich montags und 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. 11.900 namentlich bekannte technische und strategische Einkäufer in der Industrie sowie Abonnenten aus Konstruktion, Produktion und Geschäftsführung.		
3 Zielgruppe	Alle am Beschaffungsprozess beteiligten Personen aus dem technischen und strategischen Einkauf sowie aus Produktion, Konstruktion und Geschäftsführung.	8 Datenanlieferung	mindestens 1 Woche vor Schaltbeginn per E-Mail an michaela.richter@mi-connect.de (animiertes) GIF-Format, JPG, HTML-Banner in den angegebenen Größen. Bilddateien bzw. Grafikdateien (auch Banner) immer als RGB (Farbschema). Maximale Dateigröße 50 KB, 72 dpi 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
4 Unternehmen	mi connect 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@mi-connect.de E-Mail Anzeigen sales.technikundeinkauf@mi-connect.de	9 Externer ADServer-Einsatz	Google Ad Manager
5 Redaktion	Kathrin Irmer, Tel. 0 81 91 / 125-225 kathrin.irmer@mi-connect.de	10 Zahlungsbedingungen	netto innerhalb 14 Tagen nach Rechnungsdatum, bei Vorauszahlung 2 % Skonto, bei Bankeinzug 3 % Skonto.
		11 Bankverbindungen	HVB, BLZ: 70020270, Kto.: 15764474 IBAN: DE76 7002 0270 0015 7644 74 SWIFT (BIC): HYVEDEMMXXX

Website: www.technikundeinkauf.de

The screenshot shows the homepage of the website. At the top, there is a banner for 'MEISTER FÜR PERFEKTE GEWINDE' with a 'Zum Shop' button. Below this is the main navigation bar with categories like 'Home', 'Marktübersichten', 'Einkaufsführer', 'Firmen', 'Produkte', 'Trends', 'Hilfeschritte', 'Rohstoffe', 'Ratgeber', 'Börsenmarkt', and 'Online-Shops'. The main content area features several news articles with images and headlines, such as 'Digitales Know-how: Trumpf kauft Teufel Solutions' and 'Weniger Steuern auf Elektroautos als Firmenwagen'. There are also promotional boxes for 'FLENDER' and 'Produktion' with a 'Jetzt testen!' button. A sidebar on the right contains a search bar and a section titled 'Ihre Lieferanten sofort finden'.

Newsletter TECHNIK+EINKAUF

The screenshot shows the content of a newsletter. At the top, there is a header with the 'TECHNIK+EINKAUF' logo and navigation links for 'Marktübersichten', 'Einkaufsführer', 'Rohstoffe', 'Ratgeber', and 'Online-Shops'. Below the header is a section for a 'KOSTENLOSES E-BOOK' titled 'KAPITEL 1: Integrierte Design-to-Manufacturing' with a 'JETZT HERUNTERLADEN' button. The main content area features an article titled 'DSGVO für Einkäufer: Das sollten Sie künftig beim Datenschutz beachten' with a 'Mehr' button. Below this are two more articles: 'Top 10: Die größten Managementberatungen' and 'Trump lässt Einfuhrzölle auf ausländische Autos prüfen'. At the bottom, there is a section for 'Deutschlands' with a 'Mehr' button and a small article about US trade protection.

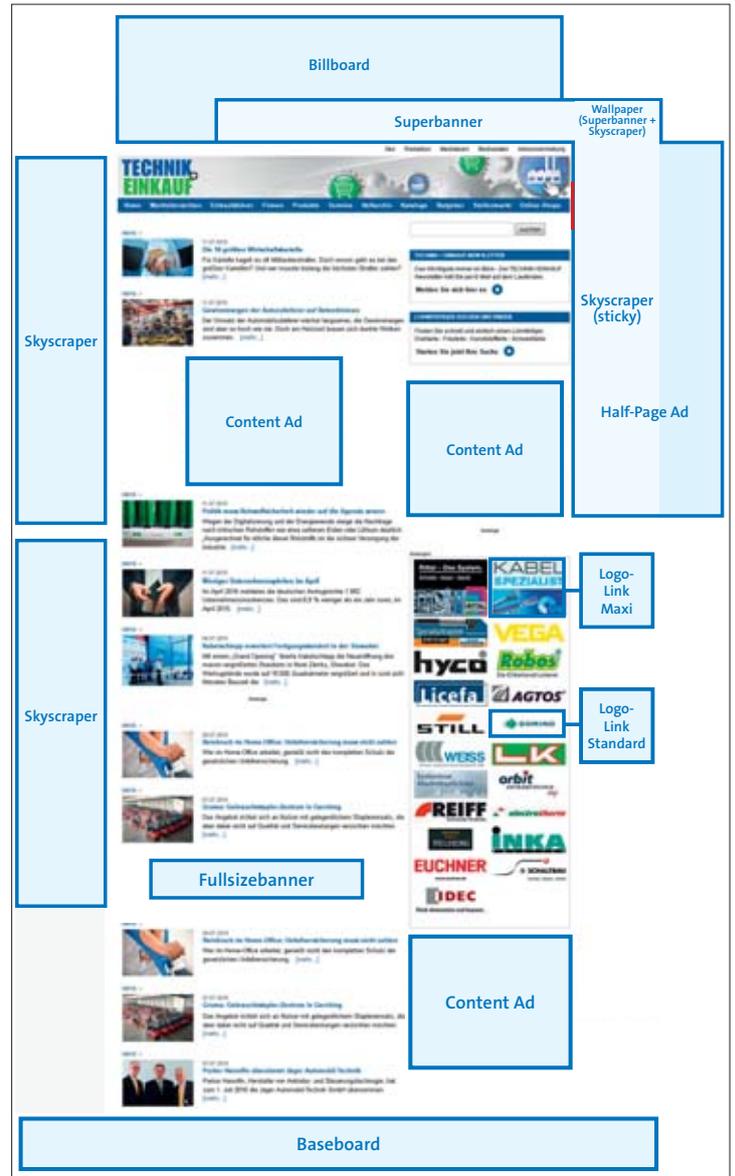
Werbeformen und Preise auf der Website

1. Banner auf der Website: www.technikundeinkauf.de

Werbeform	Format in Pixel (Breite x Höhe)	Preis/Laufzeit 20.000-30.000 Pl's/Woche
Fullsizebanner	468 x 60	€ 595,-/Woche
Content Ad/Medium Rectangle	300 x 250	€ 945,-/Woche
Sticky Skyscraper rechts	160 x 600	€ 1.180,-/Woche
Skyscraper Position 1 links	160 x 600	€ 945,-/Woche
Skyscraper Position 2 links	160 x 600	€ 795,-/Woche
Leaderboard/Superbanner	728 x 90	€ 1.180,-/Woche
Billboard	940 x 250	€ 1.995,-/Woche
Wallpaper	Skyscr.+Superb.	€ 1.995,-/Woche
Half-Page Ad	300 x 600	€ 1.635,-/Woche
Layer Ad	400 x 400	€ 2.070,-/Woche
Sitebar Ad	620 x 1200	€ 2.950,-/Woche
Baseboard	950 x 90	€ 1.995,-/Woche
Permanent-Banner Logo-Link statisch	145 x 56	€ 1.420,-/12 Monate
Permanent-Banner Logo-Link animiert	145 x 56	€ 1.905,-/12 Monate
Permanent-Banner Logo-Link Maxi stat.	145 x 122	€ 2.050,-/12 Monate
Permanent-Banner Logo-Link Maxi anim.	145 x 122	€ 2.675,-/12 Monate

2. Sonderwerbeformen auf der Website: www.technikundeinkauf.de

Werbeform	Beschreibung	Preis
Einkaufsführer/ Ratgeber Platziert in gleichnamiger Rubrik	Neutraler Beitrag (Einkaufsführer oder Ratgeber) Ihres Unternehmens mit ca. 6.000 Zeichen. z.B. „Was muss ich beim Einkauf/Einsatz von Schutzkleidung beachten?“ Dazu auch eine Checkliste mit wichtigen Punkten zum Einkauf dieses Produktes.	
Muster Teaserbanner:	a. Online-Stellung für 12 Monate b. dazu Teaserbanner je 4 Wochen auf Website und Newsletter c. Einkaufsführer plus Standalone-Newsletter d. Einkaufsführer plus Teaserbanner 4 Wochen sowie Standalone-Newsletter	€ 2.900,- € 3.990,- € 5.190,- € 6.390,-
Whitepaper-Vermarktung/ Gewinnspiel zur Leadgewinnung	<ul style="list-style-type: none"> Teaser-Box auf der Homepage für 3 Monate (ggf. in Rotation) 4 x Content Ad auf dem Newsletter Standalone-Newsletter 	€ 5.990,-
Webinar-/Seminarvermarktung zur Teilnehmergewinnung	<ul style="list-style-type: none"> Newsletter-Versand zur Bewerbung von Teilnehmern an eine definierte Zielgruppe (z.B. Einkäufer, GF, Betriebsleiter oder Konstrukteure) Teaser-Box/Content Ad für je 4 Wochen auf der Website und Newsletter Nutzung unserer Social-Media-Kanäle zur Bewerbung Nach dem Webinar: Online-Stellung der Webinar-Aufzeichnung mit Downloadmöglichkeit auf dem Portal von TECHNIK+EINKAUF. Die E-Mail-Adressen der Teilnehmer werden Ihnen zur Verfügung gestellt Preise und Möglichkeiten: a. Ihr Unternehmen ist Gastgeber und stellt Referenten b. TECHNIK+EINKAUF ist Gastgeber und stellt mit GoToWebinar die Software sowie einen Referenten	€ 8.900,- € 12.900,-
Advertorial auf Website Rubrik Home oder Produkte	a. Online-Stellung eines Beitrags mit ca. 2.000 Zeichen inkl. Bild für 12 Monate: b. mit Teaser-Box (Content Ad) je 2 Wochen auf Website und Newsletter: c. Advertorial plus Standalone-Newsletter: d. Advertorial plus Teaser-Box 2 Wochen sowie Standalone-Newsletter:	€ 1.900,- € 3.200,- € 4.390,- € 5.390,-
Produkt der Woche Seminar der Woche Veranstaltung der Woche Katalog der Woche Online-Shop der Woche Stellenangebot der Woche Gebrauchtmachine der Woche	Textblock mit ca. 2.000 Zeichen Text (ca. 530 x 230 Pixel) mit Foto (145 x 145) und Firmenlogo, Verlinkung zur kompletten Beschreibung sowie zu Ihrer Homepage. Dazu einmalig eine Textanzeige mit 380 Zeichen plus Bild (145 x 145) im Newsletter von TECHNIK+ EINKAUF (11.900 Empfänger). Beispiele siehe rechts Inkl. Printveröffentlichung in einer Ausgabe von TECHNIK+EINKAUF im Format 1/8-Block, 4-farbig, Beispiel-Anzeige „Katalog der Woche“ auf Seite 15	€ 1.290,-/Woche € 1.760,-/einmalig



Content-Werbeform "..." der Woche"

Online-Shop der Woche / Produkt der Woche / Katalog der Woche / Veranstaltung der Woche / Seminar der Woche / Gebrauchtmachine der Woche, Stellenangebot der Woche

a) Website



b) Newsletter



Werbeformen und Preise auf der Website

3. Online-Marktübersichten auf der Website: www.technikundeinkauf.de

Beschreibung der Datenbank

Mit der Suchmaschine von www.technikundeinkauf.de finden User genau den richtigen Anbieter. Etwa 3.000 Marktübersichten geben Auskunft zu den Marktführern der gesuchten Produkte. Wichtig: Diese Marktübersichten haben bei Google eine hervorragende Sichtbarkeit! Probieren Sie es aus und suchen Sie nach Produkten mit den Keywords: Anbieter, Lieferanten für, Einkauf, Marktübersicht, Hersteller oder Online-Shop, also z.B. „Anbieter Aluprofile!...“ Mit diesen Werbepaketen ist Ihr Unternehmen vor Ihren Marktbegleitern bestens sichtbar platziert:

Werbemöglichkeiten	Grundpreis pro Jahr für 1 Produkt bzw. 1 Marktübersicht	Preise pro Jahr für Ihre Verknüpfung in weiteren Marktübersichten		
		bis 10 Produkte/ Marktübersichten	bis 25 Produkte/ Marktübersichten	bis 50 Produkte/ Marktübersichten
Basiseintrag in einer Marktübersicht ohne Firmenlogo	EUR 230,-	je EUR 60,-	je EUR 50,-	je EUR 40,-
Basiseintrag in einer Marktübersicht inkl. Top-10-Platzierung mit Firmenlogo	EUR 375,-	je EUR 100,-	je EUR 85,-	je EUR 70,-
Premiumpaket – Top-10-Platzierung Premium-Firmenprofil mit max. 4000 Zeichen Text, Backlink, Firmenlogo, 2 Bilder (145 x 145 Pixel) und 2 PDFs (z.B. Kataloge)	EUR 630,-	je EUR 170,-	je EUR 150,-	je EUR 130,-
Goldpaket – Top-1-Platzierung Premiumpaket plus Headbanner (400 x 60 Pixel) im Header einer Marktübersicht	EUR 1.250,-	je EUR 430,-	je EUR 365,-	je EUR 300,-
Produktbild im Header einer Marktübersicht mit Nennung Ihres Unternehmens	EUR 500,-	je EUR 430,-	je EUR 365,-	je EUR 300,-



Goldpaket

Premiumpaket

Retargeting – Reichweitenverlängerung

**Minimieren Sie Streuverluste in der Online-Werbung.
Richten Sie Ihre Werbebotschaft gezielt an Ihre Wunschzielgruppe!**

Ablauf/Preis - Überall im Internet gezielt qualifizierte B2B-Nutzer spezifischer Branchen finden und mit Banner-Marketing erreichen: Wir markieren die Besucher von technik-einkauf.de und zeigen diesen Nutzern in Echtzeit Ihren Werbebanner auf anderen Portalen wie z. B. Bild.de, wetter.com, n24, AUTO SCOUT24, Sport1 und ca. 50 weiteren attraktiven Portalen. Damit erreichen Sie eine 8-10 Mal höhere Präsenz Ihrer Banner. Buchbar in Verbindung mit einem Skyscraper, Leaderboard, Billboard oder Medium Rectangle auf www.technikundeinkauf.de.

Preise:

Volumen	Gesamtpreis	TKP
50.000 Ad Impressions	EUR 3.000,-	EUR 60,-
100.000 Ad Impressions	EUR 5.000 €	EUR 50,-
150.000 Ad Impressions	EUR 6.000 €	EUR 40,-

Vorteile

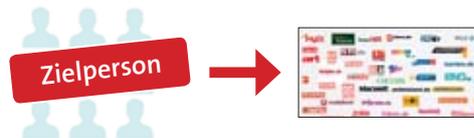
1. Extrem hohe Reichweite von bis zu 200.000 Ad Impressions pro Monat.
2. Gesteigerte Brand Awareness durch gesteigerte Kontakte des Users mit Ihrer Botschaft.
3. Steigerung Ihres Images durch Ihre Präsenz in hochwertigen ACOF-Umfeldern.
4. Maximale Kontrolle Ihrer Werbeinvestitionen durch genaue Reichweitemauswertung
 - Wo wurde der Banner ausgeliefert.
 - Wie oft wurde Ihr Banner ausgeliefert.
 - Wie oft hat eine Person durchschnittlich Ihren Banner gesehen.
 - Wie viele Personen haben auf Ihren Banner geklickt.
5. Keine Streuverluste oder überzogene Kosten bei der Buchung von Consumerportalen.

So funktioniert´s:

User aus Konstruktion, Produktion, Einkauf und Geschäftsführung besuchen ihre Wunschrubrik auf www.technikundeinkauf.de und werden bei diesem Besuch mit einem Cookie als Zielperson gekennzeichnet.



Diese User surfen weiter auf z.B. Bild.de, handelsblatt.de oder wissen.de.



Unser Dienstleister erkennt die Zielperson in Echtzeit anhand des Cookies und liefert Ihre Werbebotschaft an genau diese User während seines Aufenthalts auf den Consumerseiten.



Werbeformen im Newsletter von 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 personalisiert an ca. 11.900 technische und strategische Einkäufer in der Industrie sowie Abonnenten aus Konstruktion, Produktion und Geschäftsführung.



Werbeform	Beschreibung	Position/ Platzierung	Format in Pixel (Breite x Höhe)	Preis pro Woche
Leaderboard/ Superbanner		Top-Platzierung, ganze Breite	650 x 90	€ 915,-
Fullsizebanner		mittig zwischen den Texten	468 x 60	€ 615,-
Textanzeige	Bild (ca. 145 x 145 Pixel) plus 400 Zei- chen, inkl. Link auf Kunden-Website	als Textanzeige mittig		€ 970,-
Stellenanzeige	Bild (ca. 145 x 145 Pixel) plus 400 Zeichen, Link auf Stellenanzeige	als Textanzeige mittig		€ 970,-
Content Ad		mittig zwischen den Texten	300 x 250	€ 745,-
Exklusivbanner im Sonder-Newsletter				€ 1.180,-
Neben dem regulären Newsletter (donnerstags) versendet TECHNIK+EINKAUF montags einen Sonder-Newsletter mit einer Exklusiv-Meldung. Für € 1.180,-/Woche platzieren wir Ihren Superbanner im Format 650 x 90. In diesem Newsletter wird dann kein weiterer Banner platziert.				

Muster Textanzeige



Standalone-Newsletter Ihres Unternehmens

Versenden Sie über „TECHNIK+EINKAUF“ Ihren eigenen Firmen-Newsletter. Dabei bestimmen Sie die genaue Zielgruppe der Empfänger.

Standalone-Newsletter mit folgenden Empfänger-Zielgruppen

Paket 1: 5.050 Empfänger aus Einkauf und Geschäftsführung:	EUR 2.890,-*
Paket 2: 4.750 Empfänger aus Produktion und Betriebsleitung:	EUR 2.780,-*
Paket 3: 4.100 Empfänger aus Konstruktion und Entwicklung:	EUR 2.470,-*
Paket 4: 13.900 Empfänger aus Einkauf, Geschäftsführung, Produktion und Konstruktion:	EUR 4.180,-*

*Beachten Sie auf der Seite 25 auch die Content-Werbeformen Einkaufsführer, Whitepaper- und Webinarvermarktung, die Sie in Kombination mit einem Standalone-Newsletter buchen können.

Versand an Nichtöffner

Erneuter Versand mit neuem Betreff ca. 1-2 Wochen nach dem Erstversand: EUR 1.045,-

Individuelle Zielgruppe:

Auf Anfrage selektieren wir Ihnen auch Ihre Wunschzielgruppe nach Funktion oder Position, Betriebsgröße oder Branche: EUR 380,- je tausend, zzgl. einmalig EUR 990,-

A/B-Testing

Senden Sie uns für Ihren Newsletter gerne zwei unterschiedliche Betreffzeilen.

Erstellung Ihres Standalone-Newsletters

Für die Erstellung Ihres Standalone-Newsletters bieten wir 3 Möglichkeiten:

1. Template-Baukasten: Sie haben drei Layouts zur Auswahl
2. HTML-Datei: Ihre Datei mit HTML-Code der in unsere Vorlage eingebaut wird.
3. Programmierung des Newsletters durch uns: Anhand Ihrer Vorgaben programmieren wir Ihren Newsletter bei uns im Haus. Der Preis dafür beträgt inkl. zwei Korrekturschleifen zu EUR 800,-

Datenanlieferung

Anlieferung 2 Wochen vor Versandtermin.

Bilder als jpg, gif mit max. 650 px Breite (72 dpi/RGB-Farbraum) Texte als Word-Datei mit separater Angabe der Links/verlinkten Texten. Betreffzeile mit max. 60 Zeichen. Als HTML-Datei UTF8 kodiert mit max. 250 KB.

Fordern Sie den „Guideline Standalone-Newsletter“ an.

Report: Digital Procurement
 Alle Ergebnisse der globalen Studie für Sie!
 Jetzt downloaden!

Lediglich 16% der Unternehmen nutzen das volle Potenzial von digital Procurement Lösungen!

Lieber Einkäufer,

Digitale Transformation im Einkauf: Wie weit sind wir wirklich? Die neue Studie vom Bundesverband Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik e.V. (BME) und JAGGAER zeigt, dass die Mehrheit der Beschaffungsexperten das Potenzial digitaler Beschaffungstechnologien erkannt hat, jedoch nur 16% der Unternehmen ihre Datenintegration auf ein Level gebracht haben, um dieses Potenzial auch zu nutzen.

Holen Sie sich die neue Studie und erfahren Sie:

- Welche Herausforderungen Unternehmen gemeistert werden müssen, um eine erfolgreiche digitale Transformation sicherzustellen,
- welche neuen Technologien im Einkauf den meisten Wert bringen und
- warum viele Unternehmen an ihren Daten scheitern.

Jetzt gratis downloaden!

Erhalten Sie einen detaillierten Überblick über den aktuellen Stand der Digitalisierung im Einkauf, die potenziellen Auswirkungen neuer Technologien und die Investitionsprioritäten von Beschaffungsorganisationen auf der ganzen Welt.

Die Studie identifiziert und untersucht außerdem aktuelle Trends in der digitalen Beschaffung.

Entdecken Sie neue Wege, um die Leistung in Ihrem Einkauf nachhaltig zu steigern!

Mit freundlichen Grüßen,
 Thomas Dieringer
 Managing Director
 JAGGAER Austria GmbH

P.S.: Sie haben noch Fragen? Kontaktieren Sie uns gerne unter dach_sales@jaggaer.com

Bestands-
kunden
ausbauen

Kunden-
bindung
fördern

Neue
Kunden
generieren

Response-
quote
steigern

Vertriebserfolge steigern und neue Umsatzpotenziale erschließen

Post-Mailings sind der ideale Werbeträger, bieten umfangreiche, flexible Gestaltungsmöglichkeiten und sorgen so für eine hohe Aufmerksamkeit, speziell wenn sie in eine crossmediale Werbekampagne eingebunden werden. Profitieren Sie von unseren direkten Kontakten in die deutsche Industrie und sprechen Sie über 500.000 Entscheider gezielt und personalisiert an.

- **Hohe Adressaktualität** durch regelmäßigen Zeitschriftenversand
- **Exklusive Ansprechpartner** bis in die Fachbereiche durch kontinuierliche telefonische Adressqualifizierung
- **Personalisierte Ansprache** von Geschäftsführern, Entscheidern und Fachspezialisten
- **Flexible Adressnutzung** mit Einfach-, Mehrfach- oder Jahresnutzung
- **Abrechnung nach Nettoeinsatzmenge** durch Abgleich gegen Ihren Datenbestand

Sorglos-Service mit Zustellgarantie

- **Adressmiete auf den Punkt:** Die richtigen Kontakte für Ihre Ansprache
- **Mehr Zielgruppe:** Wir recherchieren für Sie zusätzliches Zielgruppenpotenzial
- **Full Service vom Profi:** Wir produzieren und versenden jährlich Millionen von Printprodukten
- **Zustellgarantie:** Unzustellbare Rückläufer werden Ihnen auf Wunsch bei einem Folgeauftrag gutgeschrieben

Wunschzielgruppe ohne Streuverluste

Nach folgenden Kriterien kann die Wunschzielgruppe ohne Streuverluste gefiltert und beliebig miteinander kombiniert selektiert werden:

- Leser einzelner oder mehrerer Fachzeitschriftentitel
- Branche und Nebenbranche nach WZ08
- Entscheider nach Position/Funktion im Unternehmen
- Betriebsgröße, Region (PLZ, Bundesland), national und international

Hochwertig, individuell, überraschend

- Ein persönliches Anschreiben wird mehr beachtet und bleibt länger präsent
- Print weckt Emotionen dank des haptischen Erlebnisses und auffallender Optik
- Vielfältige Gestaltungsmöglichkeiten der gedruckten Werbemittel sorgen für Aufmerksamkeit
- Die fokussierte Ansprache ist ideal zur Einbindung in crossmediale Werbekampagnen (z.B. über personalisierte Websites)
- Print wirkt und ist der perfekte Werbeträger zur Neukundengewinnung

JETZT kostenlos testen!

Wir ermitteln kostenlos und unverbindlich das Potenzial Ihrer Wunschzielgruppe.

Nehmen Sie Kontakt mit uns auf:

Adressmiete	Einzel- nutzung <small>(Preis je Nutzung)</small>	Zweifach- nutzung <small>(Preis je Nutzung)</small>	Dreifach- nutzung <small>(Preis je Nutzung)</small>	Jahresmiete <small>(pauschal)</small>
Datenbankpauschale	180,- €			
Firmenadresse + 1 Ansprechpartner	ab 0,24 €	ab 0,22 €	ab 0,19 €	ab 0,95 €
Mindestauftragswert	590,- € (inkl. Datenbank-/Selektionspauschale)			
Mindestabnahme	70 % der gelieferten Adressen (bei Adressabgleich)			

Alle Mietpreise je Nutzung, Jahresmiete pauschal und mengenabhängig
Preisangaben zzgl. ges. MwSt. Es gelten die Konditionen gem. Angebot/Auftragsbestätigung.

Optionaler Full Service – wir kümmern uns um ALLES!

Beratung
Wir beraten Sie bei der Zielgruppenauswahl, ermitteln kostenlos das Potenzial Ihrer Wunschzielgruppe und erstellen ein Angebot für Full Service-Leistungen.

Produktion
Wir übernehmen den Druck der Werbemittel, egal ob Standard- oder Sonderformate.

Adressabgleich
Wir übernehmen den Abgleich der gemieteten Adressen gegen Ihren Kundenbestand.

Lettershop
Wir übernehmen die Konfektionierung der Werbemittel, Portooptimierung und die Postauflieferung des Mailings.



Alexander Zöller
+49 81 91/125-345
alexander.zoeller@mi-connect.de



Marek Birkenhauer
+49 81 91/125-173
marek.birkenhauer@mi-connect.de

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

§ 1 Geltung, Ausschließlichkeit

1. Für die Annahme und die Veröffentlichung aller Werbeaufträge sowie Folgeaufträge gelten ausschließlich die vorliegenden AGB sowie die zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses aktuelle Preisliste des Unternehmens, deren Regelungen einen wesentlichen Vertragsbestandteil bilden. Die Geltung etwaiger AGB des Auftraggebers ist, sofern nicht übereinstimmend, ausgeschlossen.
2. Diese AGB gelten sinngemäß für Beilagenaufträge. Diese werden vom Unternehmen grundsätzlich erst nach Vorlage und Prüfung eines Modells angeschlossen.

§ 2 Angebot, Vertragsschluss

1. Abschluss im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist ein Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen, Fremdbeilagen oder sonstiger Werbemittel eines Werbungtreibenden oder sonstigen gewerblichen Inserenten in einer Druckschrift sowie sämtlichen elektronischen Veröffentlichungsformen zum Zweck der Verbreitung.
2. Aufträge für Werbemittel können persönlich, telefonisch, schriftlich, per Telefax, per E-Mail oder per Internet aufgegeben werden. Das Unternehmen haftet nicht für Übermittlungfehler.
3. Ein Vertrag kommt erst durch die schriftliche Auftragsbestätigung des Unternehmens zustande. Es gilt jeweils die im Zeitpunkt der Auftragserteilung gültige Preisliste.
4. Das Unternehmen ist berechtigt, Aufträge, auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Gesamtabschlusses, nach pflichtgemäßem Ermessen abzulehnen. Dies gilt insbesondere, wenn der Inhalt, die Informationen, Daten, Dateien und sonstigen Materialien („Vorlagen“) teils der Auftraggeber dem Unternehmen vollständig, fehler- und wirrenfrei und den vertraglichen Vereinbarungen entsprechend rechtzeitig zur Verfügung, deren Werbemittel in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde, deren Veröffentlichung für das Unternehmen 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 Fremdanzeigen enthalten. Das Unternehmen wird die Ablehnung unverzüglich nach Kenntniserlangung der betreffenden Inhalte mitteilen.

§ 3 Vertragsabwicklung

1. Aufträge sind innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzuwickeln, beginnend mit der ersten Schaltung (Veröffentlichung) des Werbemittels. Dies gilt für die Werbemittel, die in Form von Texten, Dateien, Daten, Dateien und sonstigen Materialien („Vorlagen“) teils der Auftraggeber dem Unternehmen vollständig, fehler- und wirrenfrei und den vertraglichen Vereinbarungen entsprechend rechtzeitig zur Verfügung, deren Werbemittel in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde, deren Veröffentlichung für das Unternehmen 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 Fremdanzeigen enthalten. Das Unternehmen wird die Ablehnung unverzüglich nach Kenntniserlangung der betreffenden Inhalte mitteilen.
2. Aufträge sind innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzuwickeln, beginnend mit der ersten Schaltung (Veröffentlichung) des Werbemittels. Dies gilt für die Werbemittel, die in Form von Texten, Dateien, Daten, Dateien und sonstigen Materialien („Vorlagen“) teils der Auftraggeber dem Unternehmen vollständig, fehler- und wirrenfrei und den vertraglichen Vereinbarungen entsprechend rechtzeitig zur Verfügung, deren Werbemittel in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde, deren Veröffentlichung für das Unternehmen 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 Fremdanzeigen enthalten. Das Unternehmen wird die Ablehnung unverzüglich nach Kenntniserlangung der betreffenden Inhalte mitteilen.
3. Kosten für die Anfertigung bestellter Vorlagen, Filme oder Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen trägt der Auftraggeber.
4. Probezüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit des zurückgesandten Abzugs. Wird der Abzug nicht an das Unternehmen zurückgeschickt, so gilt die Genehmigung des Werbemittels als erteilt.
5. Das Unternehmen liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Werbemittelbeleg. Kann ein Beleg nicht mehr beschaffen werden, tritt an seine Stelle eine Bescheinigung des Unternehmens über die Veröffentlichung und Verbreitung des Werbemittels.
6. Die Aufmachung und Kennzeichnung redaktionell gestalteter Werbemittel ist rechtzeitig vor Erscheinen mit dem Unternehmen abzustimmen. Textzeilenanzahl müssen sich schon durch ihre Grundrissform mit redaktionellen Teil unterscheiden. Das Unternehmen ist berechtigt, Werbemittel, die nicht als solche zu erkennen sind, 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 Einschreibebendungen handelt). Eine Gewähr für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Offerten übernimmt das Unternehmen jedoch nicht.
8. Die in der Preisliste ausgewiesenen Anzeigenschluss- und Erscheinungstermine sind für das Unternehmen unverbindlich. Dem Unternehmen ist es frei, diese kurzfristig aufzugeben.
9. Aufträge können nur rechtzeitig, spätestens zum Anzeigenschlusszeitpunkt 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 das Unternehmen 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 das Unternehmen von allen Ansprüchen Dritter gegenüber dem Werbemittel frei, einschließlich der angemessenen Kosten zur Rechtsverfolgung. Das Unternehmen ist nicht zur Prüfung verpflichtet, ob ein Werbemittel die Rechte Dritter beeinträchtigt. Wird das Unternehmen durch die rechtliche Entscheidung z. B. zum Abdruck einer Gegenandersetzung oder Berichtigung aufgrund des geschalteten Werbemittels verpflichtet, hat der Auftraggeber diese Veröffentlichung nach der gültigen Preisliste zu bezahlen.
11. Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen gegenüber dem Werbungtreibenden an die Preisliste des Unternehmens zu halten. Die vom Unternehmen gewährte Vermittlungsprovision errecknet sich aus dem Kundenkonto, also nach Abzug von Rabatt, Boni und Mängelschlass. Die Vermittlungsprovision fällt nur bei Vermittlung von Aufträgen Dritter an. Sie wird nur an dem Unternehmen anerkannte Werbeagenturen vergütet unter der Voraussetzung, dass der Auftrag unmittelbar von der Werbeagentur erteilt wird, ihr die Beschreibung der fertigen und druckreifen Druckunterlagen obliegt und eine Gewerbeanmeldung als Werbeagentur vorliegt. Dem Unternehmen steht es frei, Aufträge von Werbeagenturen abzulehnen, wenn Zweifel an der berufsmäßigen Ausübung der Agenturartigkeit oder der Bonität der Werbeagentur bestehen. Aufträge durch Werbeagenturen werden in deren Namen und auf deren Rechnung erteilt. Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Verfasser im Zweifel für die Werbeagentur zustande. Soll eine Werbeagentur Aufträge vergeben, muss dies gesondert unter namentlicher Nennung des Werbungtreibenden vereinbart werden. Das Unternehmen ist berechtigt, von der Werbeagentur einen Mandatsnachweis zu verlangen.

§ 4 Preise, Zahlungsbedingungen, Preisreimderung

1. Der Preis für die Veröffentlichung eines Werbemittels richtet sich nach der im Zeitpunkt der Auftragserteilung gültigen Preisliste. Für redaktionell gestaltete Werbemittel, Beilagen, Sonderveröffentlichungen und Kollektive, sowie Werbemittel, die nach Anzeigenschluss in Auftrag gegeben werden, kann das Unternehmen die Preisliste abweichende Preise festlegen. Preisänderungen für erteilte Aufträge sind gegenüber dem Unternehmen wirksam, wenn sie vom Unternehmen mindestens einen Monat vor Veröffentlichung des Werbemittels angekündigt worden. Im Falle einer Preisreihung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Erhalt der Mitteilung über die Preisreihung ausgeübt werden.
2. Die in der Preisliste bezeichneten Nachlässe werden nur dem Auftraggeber und nur für die innerhalb eines Jahres geschalteten Werbemittel gewährt („Anzeigengjahr“). Werbeplanrabatte gelten nur innerhalb eines Anzeigengjahres. Die Frist beginnt mit der Schaltung des ersten Werbemittels, wenn nicht anders vereinbart.

3. Bei Erweiterung des Auftrages entsteht ein Anspruch auf rückwirkenden Rabatt, sofern der Grundauftrag rabattfähig war. Der Anspruch erlischt, wenn er nicht spätestens einen Monat nach Ablauf des Anzeigengjahres geltend gemacht wird. Erreicht ein Auftrag nicht das vorhergesehene Auftragsvolumen, so wird er zu der jeweils gewährte Preisnachlass nachträglich in Rechnung gestellt.
4. Auftragsrechnungen sind innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung laufendfrist und Inkaassofort, sofern nichts anderes vereinbart ist. Die sog. Pre-Notifizationsfrist nach der SEPA-Basis-Lastschrift ist auf vier Tage verkürzt. Mahn- und Inkassofoten, die durch Zahlungsverzug entstehen, trägt der Auftraggeber. Das Unternehmen kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung eines laufenden Auftrages bis zur Behebung des Zahlungsverzugs und Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist das Unternehmen berechtigt, auch während der Laufzeit eines Gesamtabschlusses das Erscheinen weiterer Werbemittel abweichend von einem vereinbarten Zahlungsvertrag von einer Vorauszahlung und vom Ausgleich offener Rechnungsbeträge abhängig zu machen. Fehlerhafte Rechnungen können vom Unternehmen 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 mehrsteuerpflichtig sind, erfolgt die Rechnungsstellung ohne Mehrwertsteuerberechnung. Das Unternehmen ist zur Nachrechnung vom Auftraggeber innerhalb von sechs Monaten nach Abschluss der Aufträge verpflichtet. Die Preisliste des Auftraggebers ist zu Auslieferung der Aufträge zu prüfen. 7. Ausser Auftragsminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Werbemittel ein Anspruch auf Preisreimderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Schaltung beginnenden Anzeigengjahres 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 Auftragsminderung ist nur dann ein zur Preisreimderung berechtigter Mangel, wenn eine Auflage um mindestens 20 v. H. unterschritten wird. Darüber hinaus sind bei Abschluss Preisreimderungsansprüche ausgeschlossen, wenn das Unternehmen dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen des Werbemittels vom Vertrag zurücktreten konnte. Derartige Minderungsansprüche von Kaufleuten als Auftraggeber verjähren 12 Monate nach Veröffentlichung des Werbemittels.

§ 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 Unternehmens 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 des Auftraggebers für Mängel vom Auftraggeber innerhalb von sechs Monaten nach Abschluss der Aufträge wird durch die Nachlieferung geltend gemacht werden. Nicht offensichtliche Mängel muss der Auftraggeber spätestens sechs Monate nach Veröffentlichung der entsprechenden Druckschrift 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 der Werbemittels beeinträchtigt wurde. Der Anspruch auf Nachlieferung ist ausgeschlossen, wenn dies für das Unternehmen mit unverhältnismäßigen Kosten verbunden ist. Lässt das Unternehmen ein ihm gemessenes Fristverstreichen, 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 unentschiedenen Mängeln ist der Rücktritt ausgeschlossen. Gewährleistungsansprüche von Kaufleuten verjähren 12 Monate nach Erscheinen 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 bei der Herstellung zu tragen. Sind Mängel bei den Vorlagen nicht offenkundig, so hat der Auftraggeber bei der Veröffentlichung der nächstfolgenden Werbemittelschaltung auf den Fehler hinzuwirken.
5. Für vom Auftraggeber bereitgestelltes Material (Einhefter, Beilagen etc.) übernimmt das Unternehmen keine Gewähr für die Richtigkeit der als geliefert bezeichneten Mengen oder Qualitäten.

§ 6 Haftung, höhere Gewalt

1. Schadensersatzansprüche des Auftraggebers gegen das Unternehmen, gleich aus welchem Rechtsgrund, sind ausgeschlossen, insbesondere Ansprüche wegen Verzugs der Vergeltung vertraglicher Pflichten oder gewerblicher Schlichter Dritter sowie aus unerlaubter Handlung. Dies gilt nicht, wenn das Unternehmen, seine Vertreter oder seine Erfüllungsgeschäftlich vorstehend oder grob fahrlässig handelt oder leicht fahrlässig eine Vertragspflicht verletzen, die für die Erreichung des Vertragszwecks wesentlich ist, oder sich die Schadensersatzansprüche aus einer Beschaffenheitsgarantie ergeben. Haftet das Unternehmen dem Grunde nach, ist der Schadensersatzanspruch auf den vorhersehbaren Schaden begrenzt. Diese Haftungsgrenzung gilt nicht, wenn der Schaden durch vorsätzliches oder grob fahrlässiges Handeln des Unternehmens, seiner Vertreter oder Erfüllungsgehilfen verursacht wurde oder nach dem Produkthaftungsgesetz begründet ist oder sich aus der Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit ergibt. Soweit die Haftung des Unternehmens ausgeschlossen ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung seiner Mitarbeiter, Vertreter, Organe und Erfüllungsgehilfen. Alle Schadensersatzansprüche gegen das Unternehmen verjähren in zwölf Monaten nach dem Zeitpunkt, in dem der Auftraggeber von dem Anspruch begründenden Umständen Kenntnis erlangt hat oder hätte erlangen müssen.
2. Das Unternehmen wird im Falle höherer Gewalt und bei vom Unternehmen unverschuldeten Arbeitskämpfmassnahmen von der Verpflichtung zur Auftragserteilung frei. Schadensersatzansprüche bestehen deswegen nicht.

§ 7 Rechteinräumung

1. Das Unternehmen garantiert, dass er alle zur Schaltung, Veröffentlichung und Verbreitung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt. Er räumt dem Auftraggeber die für die zweckmäßige 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 Zuganglichmachen, Einstellen in einer Datenbank, Entnahme aus einer Datenbank und Bereitstellung zum Abruf, und zwar zeitlich, räumlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrages notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen ertlich unbegrenzt eingeräumt und berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie in allen bekannten Formen von Werbeträgern.

§ 8 Datenschutz

1. Die Datenverarbeitung erfolgt nach Maßgabe der geltenden Regelungen des Bundesdatenschutzgesetzes und der Europäischen Datenschutz-Grundverordnung. Die Verlag moderne industrie GmbH erhebt, verarbeitet und nutzt personenbezogene Daten des Kunden. Weitere Informationen zur Datenverarbeitung und zum Datenschutz sind in der Datenschutzerklärung der Verlag moderne industrie GmbH, die unter <https://www.mi-verlag.de/datenschutz> eingesehen werden können, enthalten.

§ 9 Außergerichtliche Online-Streitbeilegung

1. Die Europäische Kommission hat eine Plattform zur Online-Streitbeilegung eingerichtet. Diese erreichen Sie unter: <http://ec.europa.eu/consumers/odr>. Verbraucher können diese Plattform zur Beilegung von Streitigkeiten nutzen. Mit der Teilnahme an einer Streitbeilegungsverfahren vor einer Verbraucherschlichtungsstelle werden bereit und verpflichtet, außer es besteht eine gesetzliche Pflicht zur Teilnahme.

§ 10 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 Unternehmens. Gerichtsstand für Klagen gegen Kaufleute, juristische Personen des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliche Sondervermögen ist der Sitz des Unternehmens.



TECHNIK+EINKAUF erreicht die Beschaffungsentscheider aus der Technik sowie dem technischen und strategischen Einkauf. Nutzen Sie diese einmalige Zielgruppen-Kombination für Ihre erfolgreiche Werbung!

TECHNIK+EINKAUF macht Ihre Werbung erfolgreicher

Eine von teleRESEARCH durchgeführte Befragung hat ergeben, dass Media-Planer mit Fachzeitschriftenwerbung die Beschaffungsentscheider aus Technik und Einkauf gleichzeitig erreichen möchten. Auch bei Ihren Kunden wird bei der Beschaffung das Zusammenspiel zwischen der Technik und dem Einkauf immer wichtiger.

1. Beschaffungsentscheider erreichen

Der technische und strategische Einkauf gewinnt immer mehr an Bedeutung. TECHNIK+EINKAUF wird 2020 an über 9.000 technische und strategische Einkäufer geschickt. Kein anderes polytechnisches Magazin erreicht in diesem Maße Einkäufer und Techniker gleichzeitig. Vergleichen Sie dies mit den Media-Informationen der von Ihnen bisher belegten Zeitschriften.

2. Ausgewogene Berichterstattung

Die Leser von TECHNIK+EINKAUF schätzen die ausgewogene Berichterstattung zu Technik- und Einkaufsthemen. Verständlich geschrieben und gut lesbar, bietet TECHNIK+EINKAUF nützliche technische Hilfe für den Einkaufsprozess.

3. Die Rubriken

Die Rubriken Rohstoff-Indices, Technik Wiki, T+E-Dialog, Einkaufsrecht und Marktübersichten basieren auf den abgefragten Leserwünschen. Damit stellen wir sicher, dass die redaktionellen Inhalte von TECHNIK+EINKAUF weiterhin intensiv von den Entscheidern gelesen werden und die Vorstellungen an eine moderne Zeitschrift erfüllt werden.

4. Modernes Layout

Eine für die Zielgruppe optimierte Redaktion – kombiniert mit einem modernen Layout – sorgen dafür, dass Ihre Werbung in TECHNIK+EINKAUF erfolgreich platziert ist.

5. Ideale Print-/Online-Kombination

TECHNIK+EINKAUF bietet durch den hohen Informationswert im Heft und auf der Website eine ideale Print-/Online-Kombination. Die umfangreichen Marktübersichten, Rohstoff-Dossiers, Online-Shops der Industrie sowie die Checklisten für den Einkauf sind einmalige Informationsquellen.

6. Effektive Digitale Werbeformen

Besondere digitale Werbeformen helfen dabei, Ihre speziellen Kommunikationsziele zu erreichen. So hat TECHNIK+EINKAUF.de bei Google eine sehr hohe Relevanz, wenn nach Produkten gesucht wird. Sprechen Sie mit uns über:

Content Placement

Whitepaper-Vermarktung

Einkaufsführer/Ratgeber zu Ihren Produkten

Webinar-Begleitung/-Vermarktung

individuelle Standalone-Newsletter

Marktübersichtspakete

Reichweitenverlängerung

Kontakt

Matthias Piro
Head of Sales
0 81 91/1 25-167
matthias.piro@
mi-connect.de



Gerald Zasche
Projektmanager
Sales
0 81 91/1 25-3 37
gerald.zasche@
mi-connect.de



Christina Karge
Account Managerin
0 81 91/1 25-2 24
christina.karge@
mi-connect.de



Claus Wilk
Chefredakteur
0 81 91/1 25-3 29
claus.wilk@
mi-connect.de



Kathrin Irmer
verantwortliche
Redakteurin
0 81 91/1 25-2 25
kathrin.irmer@
mi-connect.de



Dörte Neitzel
Redakteurin
0 81 91/1 25-1 26
doerte.neitzel@
mi-connect.de



Sabine Tatzel
Assistentin Sales
0 81 91/1 25-3 70
sabine.tatzel@
mi-connect.de



Eva Fitzpatrick
Assistentin
Redaktion
0 81 91/1 25-4 42
eva.fitzpatrick@
mi-connect.de



Michaela Richter
Media
Administration
0 81 91/1 25-3 24
michaela.richter@
mi-connect.de



AUTOMOBIL
PRODUKTION

ARZT &
WIRTSCHAFT

fertigung

fluid

TECHNIK
EINKAUF

Instandhaltung

eeNEXT

Produktion

werkzeug &
formenbau

mi connect