

2010

Preis stabil
in 2010!

Mechanik Elektrik Mechatronik 0309

antriebs praxis

Juni 2009 - 67993 - www.antriebspraxis.de
Einzelverkaufspreis 15,- Euro



Titelthema 20

Vorteil durch gute Führung
Was Profilschiene-Führungen leisten

Seite 16
Dynamik neu definiert
Entwicklungstrends bei Servomotoren

Seite 28
Pfiffiges Bremsenkonzept
Noch erhebliches Optimierungspotenzial

Seite 44
In Innovationen investiert
Steckverbinder in der Antriebstechnik

Rundtschrantriebe
Seite 14

mi verlag
moderne industrie
erfolgsmedien für experten



MEDIA

Informationen Print + Online

AMF 1: Titelporträt	2
Preise	3/4/6
Formate	5
Sonderwerbeformen	7
Online-Werbung	8/9
Markt & Kontakt	10
AMF 2: Auflagenanalyse	11
AMF 3-E: Empfängeranalyse	12/13/14
Kurzfassung Erhebungsmethode	15
Termin- und Themenplan	16/17
Punktmatrix Themen und Termine	18
AGBs	19
Sonderausgaben	21
Gesprächspartner	22

mi verlag
moderne industrie

erfolgsmedien für experten

1 Kurzcharakteristik:

Das Herzstück jeder Maschine ist die Antriebstechnik – ohne sie bewegt sich nichts. antriebspraxis richtet sich an die Konstrukteure und Entwickler im Maschinen- und Anlagenbau, die Bewegungsfunktionen realisieren bzw. antriebstechnische Komponenten und Systeme in ihren Maschinen und Anlagen verwenden. antriebspraxis bietet zu den Themenfeldern elektrische und mechanische Antriebstechnik, Mechatronik und Automatisierungstechnik auf Praxisnutzen und Anwendererfahrung basierende Informationstiefe. Das Online-Angebot von antriebspraxis ist eingebunden in www.konstruktion.de, eines der umfangreichsten Konstruktionsportale. Hier kann der Leser auf die Beiträge aller bisherigen Ausgaben zugreifen, oder die von ke KONSTRUKTION & ENGINEERING, antriebspraxis und fluid gespeiste Produkt- und Herstellerdatenbank durchsuchen. So ist eine gezielte und umfassende Themenrecherche möglich.

2 Erscheinungsweise: 7x jährlich (siehe Themenplan)

3 Jahrgang: 6. Jahrgang 2010

4 Web-Adresse (URL): www.antriebspraxis.de

5 Mitgliedschaften: FIPS, Media-Datenbank der Deutschen Fachpresse
Online-Leserdienst klick

6 Organ: –

7 Herausgeber: verlag moderne industrie GmbH

8 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 / 125-483
Internet: www.antriebspraxis.de
E-Mail: Redaktion: anp@mi-verlag.de
Anzeigen: anp-anz@mi-verlag.de

**9 Leitender Chefredakteur
Konstruktionsmedien:
Chefredakteur:**

Wolfgang Kräußlich, ☎-667
E-Mail: wolfgang.kraeusslich@mi-verlag.de

Franz Graf, ☎-401
E-Mail: franz.graf@mi-verlag.de

Redaktion:
Joachim Vogl, ☎-163
E-Mail: joachim.vogl@mi-verlag.de

10 Anzeigen:

Anzeigenleitung:
Frank Henning, ☎-162
E-Mail: frank.henning@mi-verlag.de

Anzeigenverkauf:
Martina Lechner, ☎-317
E-Mail: martina.lechner@mi-verlag.de

Telefon: 0 61 23/ 92 38-257

11 Vertrieb:

12 Bezugspreis: (inkl. Versandkosten und MwSt.)

Jahresabonnement	Inland	€ 68,-
	Ausland	€ 86,-
Einzelverkaufspreis (zzgl. Versandkosten)		€ 15,-

13 ISSN: 1860-5230

14 Umfangsanalyse: 2008 = 5 Ausgaben + 1 Sonderausgabe

Format der Zeitschrift:	DIN A4	
Gesamtumfang:	472 Seiten =	100,0 %
Redaktioneller Teil:	341 Seiten =	72,2 %
Anzeigenteil:	131 Seiten =	27,8 %
Beilagen:	2 Stück	

15 Inhalts-Analyse Redaktion: 2008 = 341 Seiten

Nachrichten, Meldungen, Kommentare	9 Seiten =	2,7 %
Wirtschaft, Management	8 Seiten =	2,4 %
Fachbeiträge, Reportagen, Interviews	241 Seiten =	70,6 %
Perspektiven, Trendberichte	44 Seiten =	13,0 %
Produktinformationen	39 Seiten =	11,3 %

7 Anzeigenpreise (Formate siehe Seite 5):

Alle Preise zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer.

s/w-Anzeigen	Grundpreis	3% Rabatt	5% Rabatt	10% Rabatt	15% Rabatt	20% Rabatt
1/1 Seite	4.600,00	4.462,00	4.370,00	4.140,00	3.910,00	3.680,00
2/3 Seite	3.090,00	2.997,30	2.935,50	2.781,00	2.626,50	2.472,00
1/2 Seite	2.350,00	2.279,50	2.232,50	2.115,00	1.997,50	1.880,00
Junior Page	2.820,00	2.735,40	2.679,00	2.538,00	2.397,00	2.256,00
1/3 Seite	1.580,00	1.532,60	1.501,00	1.422,00	1.343,00	1.264,00
1/4 Seite	1.220,00	1.183,40	1.159,00	1.098,00	1.037,00	976,00
1/8 Seite	660,00	640,20	627,00	594,00	561,00	528,00

Farb-Anzeigen	Grundpreis	3% Rabatt	5% Rabatt	10% Rabatt	15% Rabatt	20% Rabatt
1/1 Seite	5.450,00	5.312,00	5.220,00	4.990,00	4.760,00	4.530,00
2/3 Seite	3.940,00	3.847,30	3.785,50	3.631,00	3.476,50	3.322,00
1/2 Seite	3.100,00	3.029,50	2.982,50	2.865,00	2.747,50	2.630,00
Junior Page	3.570,00	3.485,40	3.429,00	3.288,00	3.147,00	3.006,00
1/3 Seite	2.160,00	2.112,60	2.081,00	2.002,00	1.923,00	1.844,00
1/4 Seite	1.540,00	1.503,40	1.479,00	1.418,00	1.357,00	1.296,00
1/8 Seite	840,00	820,20	807,00	774,00	741,00	708,00

Anschnittzuschlag 10 % von s/w-Grundpreis

8 Zuschläge und Platzierungen:

8.1 Farbzuschläge 4c: (nicht rabattierbar)

1/1 Seite	€ 850,-
1/2 Seite	€ 750,-
1/3 Seite	€ 580,-
1/4 Seite	€ 320,-
1/8 Seite	€ 180,-

8.2 Bindende Platzierungsvorschriften: (nicht rabattiert)

ab 1/2 Seite 10 % auf den s/w Grundpreis

8.3 Vorzugsplatzierungen:

2. Umschlagseite	€ 5.750,-
3. Umschlagseite	€ 5.290,-
4. Umschlagseite	€ 5.750,-

8.4 Sonstige Formate:

Berechnung nach mm-Preis (Spaltenbreite 41 mm)

	s/w	4c
ab 300 mm	€ 4,50	€ 5,30
bis 300 mm (Mindestformat 50 mm)	€ 5,60	€ 7,00

8.5 Anschnittzugabe: 10 % auf den s/w Grundpreis

9 Rubrikanzeigen:

Stellenangebot:	20 % Rabatt auf den regulären Preis (siehe Punkt 7)
Stellengesuche:	50 % Rabatt auf den regulären Preis (siehe Punkt 7)
Markt & Kontakt:	siehe gesondertes Blatt Markt & Kontakt

10 Sonderwerbformen:

Sonderdrucke und PDFs auf Anfrage

11 Rabatte (bei Abnahme innerhalb eines Jahres)

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 %

12 Kombinationen:

Anzeigenkombinationen mit den verlag moderne industrie-Zeitschriften sind jederzeit möglich. Kombirabatt auf Anfrage.

13 Einhefter:

Einhefter	bis 90g	bis 120g	bis 170g	über 170g
2 Seiten	5.060	5.290	5.520	5.750
4 Seiten	7.590	7.940	8.280	8.630
6 Seiten	10.250	10.710	11.180	11.640
8 Seiten	12.900	13.490	14.080	14.660

Anlieferung: Muster bei Auftragserteilung. Auflage bis 14 Tage vor Erscheinen. Format unbeschnitten 216 mm breit, 306 mm hoch. Kopfbeschnitt 6 mm. Mehrseitige Beihefter auf obiges Format gefalzt.

14 Beilagen: (nicht rabattfähig und nur für Gesamtauflage)

bis zu 25 g Gewicht	€ 4.600,-
je weitere 25 g Gewicht	€ 2.350,-

(Preise einschl. Portoanteil)
max. Papierformat 20 x 29 cm

Anlieferung: Muster bei Auftragserteilung.
Auflage bis 10 Tage vor Erscheinen.

15 Aufgeklebte Postkarten:

In Verbindung mit Anzeige oder Einhefter	€ 1.220,-
Zuzüglich Klebekosten	
– für maschinelle Verarbeitung	€ 720,-
– für manuelle Verarbeitung	€ 1.600,-

16 Lieferanschrift für Einhefter, Beilagen und Beikleber:

Vogel Druck und Medienservice GmbH
Warenannahme, Leibnitzstraße 5, 97204 Höchberg

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

<p>2/3 Seite hoch 117 x 257 mm</p> <p>angeschnitten 136 x 303 mm (inkl. 3 mm Beschnitt)</p>	<p>2/3 Seite quer 178 x 169 mm</p> <p>angeschnitten 216 x 194 mm (inkl. 3 mm Beschnitt)</p>
--	--

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

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

<p>1/4 Seite Block 86 x 126 mm 105 x 149 mm* (inkl. 3 mm Beschnitt)</p> <p>1/4 Seite quer 178 x 62 mm 216 x 85 mm* (inkl. 3 mm Beschnitt)</p>	<p>1/4 Seite hoch 41 x 257 mm 60 x 303 mm* (inkl. 3 mm Beschnitt)</p>
---	--

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

*angeschnitten

verlag moderne industrie GmbH, Justus-von-Liebig-Str. 1, 86899 Landsberg, Telefon (0 81 91) 125-0, Telefax (0 81 91) 125-483

1 Auflage:
Druckauflage: 15.314 Exemplare
Tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt: 14.937 Exemplare
(lt. AMF-Schema 2, Ziffer 17)

2 Zeitschriftenformat: DIN A4, 210 mm breit, 297 mm hoch
Satzspiegel: 178 mm breit, 257 mm hoch
4 Spalten je 41 mm breit

3 Druckverfahren: Rollen-Offset
Bindeverfahren: Rücken-Drahtung
Druckunterlagen: 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.
Farbanzeigen: Bei digital übermittelten Druckvorlagen für Farbanzeigen ist gleichzeitig ein Farb-Proof mit Fogra Medienkeil Version 2.0 oder 2.2 und einem Proof- bzw. Messprotokoll (= Zertifikat) vom Kunden mitzuliefern. Ansonsten bestehen keine Ersatzansprüche des Kunden wegen etwaiger Farbabweichungen.
Vorgaben für das Proof: Nach FOGRA-Standard. Mit FOGRA Medienkeil 2.0 oder 2.2 nach Standard, ISOwebcoated.icc für Inhalt in der Regel Papiertyp 3 FOGRA 28L – 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 oder technische Hotline **(0 81 91) 1 25-8 75**

4 Termine: siehe Redaktionsplan
Erscheinungsweise: 2-monatlich
Erscheinungstermin: siehe Termin- und Themenplan
Anzeigenschluss: 4 Wochen vor Erscheinen

5 Verlag: verlag moderne industrie GmbH
Hausanschrift: Justus-von-Liebig-Str. 1
86899 Landsberg
Postanschrift: 86895 Landsberg
Internet: www.antriebspraxis.de
Anzeigenabteilung: Frank Henning, Martina Lechner
Telefon: 0 81 91 / 1 25-3 17
Telefax: 0 81 91 / 1 25-4 83
E-Mail: frank.henning@mi-verlag.de,
martina.lechner@mi-verlag.de

6 Zahlungsbedingungen: netto innerhalb 30 Tagen nach Rechnungsdatum, bei Vorauszahlung 2 % Skonto, bei Bankeinzug 3 % Skonto

Bankverbindungen: Sparkasse Landsberg
BLZ 700 520 60
Kto. 37754

Postbank München
BLZ 700 100 80
Kto. 786 13 801

verlag moderne industrie GmbH, Justus-von-Liebig-Str. 1, 86899 Landsberg, Telefon (0 81 91) 125-0, Telefax (0 81 91) 125-483

Adressvermietung

Optimieren Sie Ihre Direktmailing-Aktionen! verlag moderne industrie und Hühlig bieten Ihnen den Zugriff auf eine aktuelle Adressdatenbank mit rund 500.000 Ansprechpartnern. Selektionen nach Wirtschaftszweigen, (z.B. Maschinenbau, Fahrzeugbau), Funktionen (z.B. Unternehmensleitung, Konstruktion, Entwicklung), Positionen (z.B. Werks-Betriebsleitung, Abteilungsleitung, Fachkraft), Betriebsgröße (z.B. ab 50 Mitarbeiter bis 1000 Mitarbeiter) oder regionaler Verbreitung liefern Ihnen exakt die gewünschte Zielgruppe. Gerne erstellen wir Ihnen für Ihre Werbeaktion ein Angebot.

Wenn keine abweichende Vereinbarung über Mehrfachverwendung getroffen wird, sind alle gelieferten Adressen nur zur einmaligen Nutzung bestimmt.

Online-Werbung auf den Fachportalen von verlag moderne industrie und Hühlig

Nähere Informationen entnehmen Sie bitte dem Sonderblatt „Online-Werbung“, Seite 8 und 9.

Sonderdrucke

Ziehen Sie einen Doppelnutzen aus Ihrem Beitrag in unseren Zeitungen und Zeitschriften. Sonderdrucke sind die ideale Ergänzung Ihrer Werbemaßnahmen. Journalistisch objektiv und überzeugend! Senden Sie einen Nachdruck Ihres Beitrags an Kunden, verteilen Sie ihn auf Messen oder über Ihren Außendienst!

mic – management information center GmbH

Die mic GmbH plant, konzipiert und organisiert unter den Marken mic und managerakademie Kongresse, Seminare und Tagungen in den Bereichen Medizin, Umwelt/Sicherheit, Energie, Automobil, Industrietechnik, Produktion und Verkehr/Logistik, Finanzen/Banken/Versicherungen sowie Marketing/Kommunikation. Viele Veranstaltungen bieten zudem anspruchsvolle Fachausstellungen und Firmenpräsentationen. Darüber hinaus planen und organisieren mic und managerakademie auf den jeweiligen Kunden zugeschnittene Veranstaltungsformate auch als Dienstleistung für Interessenten aus Industrie, Wirtschaft und Wissenschaft.

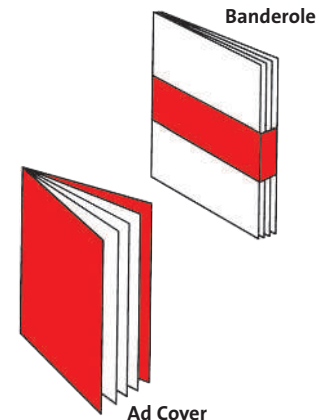
Weitere Informationen zu allen Sonderwerbformen erhalten Sie von Ihrem Verkaufsteam!

Sonderwerbformen

Entdecken und nutzen Sie eine der vielen, kreativen Sonderwerbformen für Ihr Produkt.

Unsere Sonderwerbformen sind:

Ad Cover	Postkarten-Beihefter
Titelklappe	Single-Page-Beihefter
Gatefolder	Halbseitiger Beihefter
Banderole	Poster-Beihefter
Vollbeilage	Beikleber
Teilbeilage	Geschlossene Anzeige
Altarfalz-Beihefter	Anzeigenstrecke
Stufen-Beihefter	Sonderfarben



Ad Cover: Drumherum – aber nicht außen vor!

Dieser 4-seitige Bogen wird um den regulären Heftumschlag herumgelegt. Nur bei Klammerheftung möglich!

Banderole: Um diesen Eyecatcher kommt man nicht drum herum!

Auf der Titelseite kann z. B. auf eine Anzeigenseite im Heft verwiesen werden. Die Banderole wird mit Klebestreifen auf der Rückseite verschlossen. Sie ist in verschiedenen Breiten erhältlich.

Informieren Sie sich über Insertionsmöglichkeiten und Themenvorschau!

Unser Onlineangebot

- 1 Web-Adresse (URL):** www.konstruktion.de
- 2 Kurzcharakteristik:** Eines der umfangreichsten Konstruktionsportale für Entscheider aus den Bereichen Konstruktion und Entwicklung in Maschinen- und Anlagenbau. Die User finden hier schnell alle Informationen, die sie für ihre tägliche Arbeit benötigen. Die aktuelle Produkt- und Firmendatenbank, Marktübersichten, Hintergrundberichte, der Stellenmarkt und ein wöchentlicher Newsletter runden das Angebot sinnvoll ab.
- 3 Zielgruppe:** Konstrukteure und Entwickler

Microsite

Wir erstellen für Sie Ihre eigene „Mini-Homepage“ auf unserem Portal. Diese Microsite ist während der gesamten Laufzeit im redaktionellen Inhaltsbereich der Webseiten integriert und auch über die Hauptnavigation verlinkt. Die Integration Ihrer Videos und wichtiger Dokumente erweitert Ihre Präsentation zu einem umfassenden Angebot

Banner

Imagegewinn und vielfältiger Gestaltungsspielraum für Ihre grafischen Online-Anzeigen, vom klassischen Headbanner bis zum prägnanten, die Seite umgreifenden Wallpaper: Eine Vielzahl an Formaten und Platzierungen steht zur Präsentation Ihrer Aktivitäten im passenden thematischen Umfeld zur Verfügung. Erhöhen Sie die Reichweite Ihrer Website und Ihrer Aktionen. Durch eine themenspezifische Platzierung bietet sich die Möglichkeit, die Klickrate zu erhöhen und Ihre Streuverluste so zu verringern.

Banner und Newsletteranzeigen auf www.konstruktion.de:

Werbeform	Position	Platzierung	Format in Pixel (Breite x Höhe)	Preis/Woche
Auf der Webseite:				
Fullsizebanner (= Headbanner)	Top	Alle Rubriken oder nur Thema oder nur Homepage	468 x 60	€ 660,-
Drittelbanner (= Seitenbanner)	Links oder rechts	Alle Rubriken oder nur Thema oder nur Homepage	156 x 60	€ 400,-
Skyscraper	Rechts neben der Webseite	Alle Rubriken oder nur Thema oder nur Homepage	120 bis 160 x 600	€ 1.100,-
Leaderboard od. Superbanner	Top	Alle Rubriken oder nur Thema oder nur Homepage	728 x 60 bis 90	€ 1.400,-
Wallpaper	Top/Rechts	Alle Rubriken oder nur Thema oder nur Homepage	Skyscraper + Leaderboard	€ 2.850,-
Rectangle	Rechts oben	Alle Rubriken oder nur Thema oder nur Homepage	180 x 150	€ 400,-

Kataloganzeigen:

Wir helfen Ihnen, Ihren Katalog nun ganz groß und zielgruppengerecht zu präsentieren!

Das neue antriebspraxis Katalogportal:

- Ihr Katalog ein ganzes Jahr online
- Verlinkung zu Ihrem Standard-, Plus- oder Profieintrag
- Katalogbild (150x150 Pixel; JPEG-/GIF-Datei)
- Text bis max. 500 Zeichen u. Ansprechpartner mit persönlicher E-Mail-Adresse
- Preis: nur 99,00 €/jährlich

Ihr Vorteilspaket:

- 12 Monats-Eintrag in der Rubrik "Markt & Kontakt" (1-spaltig/35 mm)
- Kataloganzeige im Katalogportal auf www.konstruktion.de
- Paketpreis: 499,90 €

Crossmediapakete:

Speziell auf Ihr persönliches Marketingziel genau abgestimmte preisgünstige Angebote aus Print- und Online-Werbung. Die Crossmedia-Angebote bestehen z.B. aus Printanzeigen, Partnerlinks, Microsites, Banner- und Newsletterwerbung. Selbstverständlich sind auch eigene Kombinationen möglich. Bitte wenden Sie sich an Ihren Mediaberater.



Firmeneinträge

Werbeform	beinhaltet	Format	Preis pro Jahr
Im Firmenverzeichnis businessDIRECTory:			
Standard-Eintrag	Postadresse, Einordnung der Firma durch vorgegebene Produktkategorien, E-Mail	Datenbankeintrag zum Eingeben und selbst Pflegen	kostenlos
Plus-Eintrag	Standard UND Tel.-Nr. und Fax-Nr. Link zur Homepage, Logo, Freitext zum Produktprogramm, online Zugriffsstatistik	Mit Zugriffsstatistik, wenn der Eintrag selbst gepflegt wird	€ 250,-
Profi-Eintrag	Plus-Eintrag UND Firmenportrait, besondere Ansprechpartner mit Name, Mail und Tel.-Nr. sowie Links zu Verkaufsbüros oder Filialen	Mit Zugriffsstatistik, wenn der Eintrag selbst gepflegt wird	€ 400,-

Rabatte:

Kombi-Rabatt Print/Online: 5 %
Mengenstaffel für Online-Schaltungen

3 Banner	3 %	Rabatt gilt bei Schaltung innerhalb von 12 Monaten auf den Grundpreis und für unterschiedliche Positionen, bei gleicher Position nur für unterschiedliche Kampagnen.
6 Banner	5 %	
9 Banner	10 %	

Zugriffskontrolle:

-

Zugriffe (pro Monat):

Page Impressions¹
(bereinigt, ohne Suchmaschinen)
58.300
Monatsdurchschnitt 04-06/2008

Datenanlieferung:

mindestens 1 Woche vor Schaltbeginn per E-Mail an martina.lechner@mi-verlag.de

Banner: (animiertes) GIF-Format, JPG, Flash-, HTML-, DHTML-Banner in den unten angegebenen Größen Bilddateien bzw. Grafikdateien (auch Banner) immer als RGB (Farbschema). Maximale Dateigröße 20 KB

Videos: Anlieferung als Flash oder Windows Media Video (WMV) je nach Datengröße per Mail, CD-ROM/DVD oder Download-Link. Maximale Videolänge 5 Minuten. Überlängen nach Vereinbarung

Externer AdServer-Einsatz: OpenAdstream von RealMedia

Ansprechpartner: **Martina Lechner** Tel. +49 (0)8191/125-317
E-Mail: martina.lechner@mi-verlag.de

online + print: bei Ihrer Zielgruppe präsent!

- Freie Rubrikwahl
- Ergänzungsmöglichkeit des Eintrages durch Ihr persönliches Logo (auch in Farbe möglich)
- Kostenlose Veröffentlichung im Online-Guide auf www.antriebspraxis.de (Standard-Firmeneintrag)
- Monatliche Neuaufnahme möglich

Preise*:

mm-Preis	€ 2,46 pro Ausgabe und Rubrik
Farblogo	€ 25,- pro Ausgabe
Plus-Eintrag online	€ 50,- pro Jahr, anstelle € 250,- Beinhaltet Link zu Ihrer Homepage, Tel.-Nr., Fax-Nr. und Firmenlogo Alle Preise verstehen sich zzgl. MwSt.

*Ihr Eintrag ist nicht rabatt- und nicht provisionsfähig.

Erscheinungsweise: 7 Ausgaben pro Jahr

Kündigungsfristen: Ihr Eintrag kann zum 15.05. bzw. 15.11. gekündigt werden. Andernfalls verlängert sich der Eintrag um weitere 6 Monate.

Bei Rückfragen: Martina Lechner
Telefon 0 81 91/1 25-3 17
Telefax 0 81 91/1 25-4 83
E-Mail martina.lechner@mi-verlag.de

Eintragungs-/Berechnungsbeispiele:

Adresseintrag

Getriebe

Bonfiglioli Getriebe GmbH
Hamburger Straße 18
41540 Dormagen
Tel. (0 21 33) 50 26-0
Fax (0 21 33) 50 26-10
www.bonfiglioli.de
bonfiglioli.getriebe@bonfiglioli.de

mm-Preis:	€ 2,46
Adresse:	23 mm Höhe
Gesamt:	€ 56,58
(pro Rubrik und Ausgabe)	

Adresseintrag mit Ihrem Firmenlogo

Linearfürungen

isel®
From Components to Systems

isel Germany AG
Bürgermeister-Ebert-Str. 40
36124 Eichenzell
Tel.: (0 66 59) 981-0
Fax: (0 66 59) 981-776
www.isel-germany.de
automation@isel.com

mm-Preis:	€ 2,46
Adresse + Logo:	31 mm Höhe
Gesamt:	€ 76,26
(pro Rubrik und Ausgabe)	

Adresseintrag mit Ihrem Firmenlogo und Ihrem Zusatztext

SPS




Jetter
Automation. Made easy.

Jetter AG
Gräterstr. 2
71642 Ludwigsburg
Tel. (0 71 41) 25 50-0
Fax (0 71 41) 25 50-425
www.jetter.de
info@jetter.de
Integrierte Steuerungstechnik:
Steuern, Antreiben, Bedienen und Vernetzen mit einem System und einer Software.

mm-Preis:	€ 2,46
Adresse + Logo	71 mm Höhe
+ Zusatzbeitrag:	71 mm Höhe
Gesamt:	€ 174,66
(pro Rubrik und Ausgabe)	



Die Beispielanzeigen sind **nicht** in Originalgröße dargestellt.
Verkleinerungsfaktor: 60 %

16 Auflagenkontrolle:			
17 Auflagen-Analyse:	Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt (1. Juli 2008 – 30. Juni 2009)		
Druckauflage:	15.314		
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):	14.937	davon Ausland:	135
Verkaufte Auflage:	1.760	davon Ausland:	23
– Abonnierte Exemplare:	110	davon Mitgliederstücke:	–
– Sonstiger Verkauf:	1.650		
– Einzelverkauf:	0		
Freistücke:	13.177		
Rest-, Beleg- und Archivexemplare:	377		

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

18 Geographische Verbreitungsanalyse:

Wirtschaftsraum:	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage %	
Inland	93,6	13.977
Ausland	0,9	135
Sonstige*	5,5	825
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	14.937
Verbreitung nach Nielsen-Gebieten:	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage %	
Nielsen-Gebiet 1 Hamburg, Bremen, Schleswig-Holstein, Niedersachsen	10,2	1.527
Nielsen-Gebiet 2 Nordrhein-Westfalen	21,6	3.220
Nielsen-Gebiet 3a Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland	11,6	1.730
Nielsen-Gebiet 3b Baden-Württemberg	26,1	3.906
Nielsen-Gebiet 4 Bayern	15,9	2.376
Nielsen-Gebiete 5 – 7 Berlin und neue Bundesländer	8,1	1.220
Ausland	0,9	135
Sonstige*	5,5	825
Rundungsdifferenz	0,1	–2
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	14.937

Neu: Optimierte Vertriebsstruktur seit Juli 2009

Um antriebspraxis noch Zielgruppen genauer zu platzieren, haben wir die Vertriebsstruktur überarbeitet

19 Branchen / Wirtschaftszweige / Fachrichtungen / Berufsgruppen

Nr. der Klassifikation WZ 2008	Empfängergruppen (lt. Klassifikation der Wirtschaftszweige, WZ 2008)	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage**	
		%	Empfänger
28	Maschinenbau (z. B. Herstellung von Werkzeugmaschinen, land- und forstwirtschaftlichen Maschinen, Bau- und Baustoffmaschinen, Maschinen für Papiererzeugung, Maschinen zur Kunststoffverarbeitung u.v.m., inkl. Windkraftanlagen)	64,3	9.602
27	Herstellung von elektrischen Ausrüstungen	17,5	2.614
26.51, 26.6, 26.7, 32.5	Medizin-, Mess-, Steuer- u. Regelungstechnik, Optik	7,4	1.105
29, 30	Herstellung von Kraftwagen, sonstiger Fahrzeugbau	2,7	403
72, 71.12	Forschung und Entwicklung, Ingenieurbüros	1,3	194
	Weitere Branchen	1,3	194
	Sonstige*	5,5	825
	Tatsächlich verbreitete Auflage	100,0	14.937

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

**VERLAGSANGABE: Neustrukturierung der Empfängergruppen ab Juli 2009

20 Größe der Wirtschaftseinheit

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage**	
	%	Empfänger
1 – 49 Beschäftige	18,3	2.730
50 – 199 Beschäftige	29,8	4.451
200 – 499 Beschäftige	27,6	4.123
ab 500 Beschäftige	17,9	2.674
Betriebsgröße nicht erhoben/bekannt	0,9	134
Sonstige*	5,5	825
Rundungsdifferenz		
Tatsächlich verbreitete Auflage	100,0	14.937

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

**VERLAGSANGABE: Neustrukturierung der Empfängergruppen ab Juli 2009

21.1 Tätigkeitsmerkmal: Funktion im Betrieb

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage**	
	%	Empfänger
Unternehmensleitung / Technische Leitung	16,7	2.494
Konstruktion und Entwicklung	68,6	10.244
Forschung	4,1	612
Produktion und Instandhaltung	2,9	433
weitere Funktionen (Produktmanagement und Projektierung, Einkauf)	2,2	329
Sonstige*	5,5	825
Rundungsdifferenz		
Tatsächlich verbreitete Auflage	100,0	14.937

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

**VERLAGSANGABE: Neustrukturierung der Empfängergruppen ab Juli 2009

Vertriebsstruktur bis Ausgabe 03/2009

19 Branchen / Wirtschaftszweige / Fachrichtungen/Berufsgruppen

Nr. der Klassifikation WZ 2008	Empfängergruppen (lt. Klassifikation der Wirtschaftszweige, WZ 2008)	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
		%	Empfänger
28	Maschinenbau (z. B. Herstellung von Werkzeugmaschinen, land- und forstwirtschaftlichen Maschinen, Bau- und Baustoffmaschinen, Maschinen für Papiererzeugung, Maschinen zur Kunststoffverarbeitung u.v.m. inkl. Windkraftanlagen)	69,0	10.300
27	Herstellung von elektrischen Ausrüstungen	12,3	1.834
26.51, 26.6, 26.7, 32.5	Medizin-, Mess-, Steuer- u. Regelungstechnik, Optik	4,6	677
29, 30	Herstellung von Kraftwagen, sonstiger Fahrzeugbau	1,7	254
72, 71.12	Forschung und Entwicklung, Ingenieurbüros	1,4	213
	Weitere Branchen	5,5	817
	Sonstige*	5,5	825
	Rundungsdifferenz	0	17
	Tatsächlich verbreitete Auflage	100,0	14.937

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

- 21.2 Tätigkeitsmerkmal: Stellung (Position) im Betrieb
- 22 Bildung/Ausbildung: Berufliche Stellung
- 23 Alter
- 24 Gemeindegrößenklassen

Nicht erhoben, weil der Nutzungswert dieser Fachzeitschrift beim Empfänger hiervon nicht abhängig ist.

Kurzfassung der Erhebungsmethode

<p>1. Untersuchungsmethode Empfänger-Struktur-Analyse durch Dateiauswertung – Total-Erhebung</p> <p>2. Beschreibung der Empfängerschaft zum Zeitpunkt der Datenerhebung:</p> <p>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. Inland- und Auslands-empfängern sortiert werden. Ergänzt sind in der Datei erfasst: Branchenzugehörigkeit, Betriebsgrößenklassen und Tätigkeitsmerkmale.</p> <p>2.2. Gesamtzahl Empfänger in der Datei: 23.869</p> <p>2.3. Gesamtzahl wechselnder Empfänger: 21.753</p> <p>2.4. Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Verkaufte Auflage 1.760 <ul style="list-style-type: none"> davon: abonnierte Exemplare 110 Einzelverkauf 0 sonstiger Verkauf 1.650 – Freistücke 13.177 <ul style="list-style-type: none"> davon: ständige Freistücke 356 wechselnde Freistücke 12.444 Werbeexemplare 377 <p>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA) 14.937</p> <ul style="list-style-type: none"> → davon Inland 14.802 → davon Ausland 135 	<p>3. Beschreibung der Untersuchung:</p> <p>3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil) Grundgesamtheit (tvA) 14.937 = 100 % Davon in der Untersuchung nicht erfasst: – Werbeexemplare 377 = 2,52 % Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA) 14.560 = 97,48 %</p> <p>3.2 Tag der Datei-Auswertung: 01.08.2009</p> <p>3.3 Beschreibung der Datenbasis: Für die Zuordnung der Empfänger zu den Merkmalen Branchen, Betriebsgröße und Tätigkeitsmerkmale wurden die bei der Vertriebsunion Meynen in Eltville gespeicherten Daten verwendet.</p> <p>3.4 Zielperson der Untersuchung: Die in der Datei erfassten persönlichen Empfänger in Institutionen.</p> <p>3.5 Definition des Lesers: entfällt</p> <p>3.6 Zeitraum der Untersuchung: Juni 2009</p> <p>3.7 Durchführung der Untersuchung: Verlag</p> <p>Diese Untersuchung entspricht in der Anlage, Durchführung und Berichterstattung dem ZAW-Rahmenschema für Werbeträger-Analysen in der aktuellen Fassung.</p>
---	--



Ausgabe	For- schung + Entwick- lung	In der Praxis				Tools/ Dienst- leistungen	Messen	
Anzeigenschluss: (AS) Erscheinungstermin: (ET)		Elektrische Antriebstechnik	Mechanische Antriebstechnik	Automatisierungs- technik	Mechatronik			
Februar 01/2010 AS: 28.01.2010 ET: 22.02.2010	Themen aus Hochschulen/Forschungseinrichtungen, Verbänden und Unternehmen (z. B. E-Motive, Green Automation, Cleantec)	Sonderteil: Retrofit				Engineering Tools, FEM, Simulation, Entwicklungsdienstleister, Entwicklungsmethoden, Know-how-Transfer, Entwicklungspartnerschaften, Auswahl- und Auslegungshilfen	METAV, Düsseldorf 23.02. – 27.02.2010	
April 02/2010 AS: 17.03.2010 ET: 13.04.2010		Rotatorische Direktantriebe Energiesparmotoren Kleinmotoren Elektrozylinder Servoregler	Wälzlager Gleitlager Kupplungen Welle-Nabe- Verbindungen Ketten	Motion Control Entwicklungs-Software Industrial Ethernet Panel-PC	Drehgeber Positionierantriebe Längenmesssysteme Sensorik im Getriebe		Hannover Messe 19.04. – 23.04.2010 bauma, München 19.04. – 25.04.2010	
Juni 03/2010 AS: 10.05.2010 ET: 07.06.2010		Servomotoren AC/DC-Motoren Schrittmotoren Linearantriebe Frequenzumrichter Motorstarter	Getriebe Linearführungen Getriebemotoren Bremsen Riemen	Industrie-PC Integrierte Steuerungs- und Motionlösungen CNC-Steuerungen	Integrierte Antriebstechnik Rückführungssysteme Hybridantriebe Condition Monitoring Systeme		AUTOMATICA, München 08.06. – 11.06.2010 Intersolar, München 09.06. – 11.06.2010	
Sonderausgabe antriebspraxis KOMPENDIUM AS: 27.07.2010 ET: 19.08.2010		Sonderausgabe „antriebspraxis KOMPENDIUM“ Das Handbuch für die tägliche Arbeit von Konstrukteuren, Entwicklern und Einkäufern. Mit einer umfassenden Zusammenstellung sämtlicher Komponenten für die elektrische und mechanische Antriebstechnik;					Inhalte: Marktberichte, Branchen-Reports, Technik-Trendberichte, Marktübersichten, Lieferantenverzeichnis.	
September 04/2010 AS: 17.08.2010 ET: 09.09.2010		Servomotoren Energiesparmotoren AC/DC-Motoren Trommelmotoren Bremswiderstände Stellantriebe Schrittmotoren	Getriebe Kupplungen Getriebemotoren Welle-Nabe- Verbindungen Gleitlager	Roboter-Controller Integrierte Steuerungs- und Motionlösungen Industrial Ethernet	Condition Monitoring Systeme Längenmesssysteme Antriebsautomation		Motek, Stuttgart 13.09. – 16.09.2010 HUSUM WindEnergy, Husum 21.09. – 25.09.2010 K 2010, Düsseldorf 27.10. – 03.11.2010	
November 05/2010 AS: 15.10.2010 ET: 10.11.2010		Elektrozylinder Frequenzumrichter Motorstarter Servoregler Schwenk-/Drehantriebe	Getriebemotoren Linearführungen Bremsen Riemen Schmierstoffe	Motion Control Embedded Systeme CNC-Steuerungen CANbus Industrie-PC	Hybridantriebe Drehgeber Rückführungssysteme Sensor-Lagereinheiten		COMPAMED, Düsseldorf 17.11. – 19.11.2010 SPS/IPC/Drives, Nürnberg 23.11. – 25.11.2010	
Sonderausgabe Portrait einer Branche AS: 18.11.2010 ET: 13.12.2010		Sonderausgabe „Portrait einer Branche“ • Firmenportraits mit detaillierten Produktbeschreibungen • Anbieter- und Adressverzeichnis			Aus den Bereichen • Elektrische Antriebstechnik • Mechanische Antriebstechnik • Fluidtechnische Antriebstechnik			



verlag moderne industrie GmbH, Justus-von-Liebig-Str. 1, 86899 Landsberg, Telefon (0 81 91) 125-0, Telefax (0 81 91) 125-483

Ausgabe	1	2	3	4	5
Elektrische Antriebstechnik					
AC/DC-Motoren		•		•	
Bremswiderstände				•	
Elektrozylinder	•				•
Energiesparmotoren	•			•	
Frequenzrichter		•			•
Industrie-Dieselmotoren			•		
Kleinmotoren	•				
Linearantriebe		•			
Motorstarter		•			•
Rotatorische Direktantriebe	•		•		
Schrittmotoren		•		•	
Schwenk-/Drehantriebe					•
Servomotoren		•		•	
Servoregler	•		•		•
Steckverbinder			•		
Stellantriebe				•	
Trommelmotoren				•	
Mechanische Antriebstechnik					
Bremsen		•			•
Getriebe		•		•	
Getriebemotoren		•		•	•
Gleitlager	•			•	
Ketten	•		•		
Kupplungen	•		•	•	
Linearführungen		•			•
Riemen		•			•
Schmierstoffe			•		•
Spindelhubgetriebe			•		

Ausgabe	1	2	3	4	5
Wälzlager		•	•		
Welle-Nabe-Verbindungen	•			•	
Zahnräder			•		
Automatisierungstechnik					
Bildverarbeitung			•		
CANbus					•
CNC-Steuerungen		•			•
Embedded Systeme					•
Entwicklungs-Software	•				
Industrial Ethernet	•		•	•	
Industrie-PC		•			•
Integrierte Steuerungs- und Motionlösungen		•		•	
I/O-Systeme			•		
Motion Control	•		•		•
Panel-PC	•				
Roboter-Controller				•	
Mechatronik					
Antriebsautomation				•	
Condition Monitoring Systeme		•		•	
Drehgeber	•		•		•
Hybridantriebe		•			•
Integrierte Antriebstechnik		•			
Intelligenz im Motor			•		
Längenmesssysteme	•			•	
Positionierantriebe	•		•		
Rückführungssysteme		•			•
Sensoren im Getriebe	•				
Sensor-Lagereinheiten			•		•

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen, Beilagen 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 Verlages, deren Regelungen einen wesentlichen Vertragsbestandteil bilden. Die Gültigkeit etwaiger AGB des Auftraggebers ist, soweit sie mit diesen AGB nicht übereinstimmen, ausgeschlossen.
2. Diese AGB gelten sinngemäß für Beilagenaufträge. Diese werden vom Verlag grundsätzlich erst nach Vorlage eines Musters angenommen.

§ 2 Angebot, Vertragsschluss

1. Aufträge für Anzeigen 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, Anzeigenaufträge, 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 Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde, deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder Beilagen durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandsfelds der Zeitung erwecken oder Fremdanzeigen enthalten. Der Verlag hat die Ablehnung unverzüglich nach Kenntnislerlangung der betreffenden Inhalte zu erklären.

§ 3 Preise, Zahlungsbedingungen, Preisminderung

1. Der Preis für die Veröffentlichung einer Anzeige richtet sich nach der zurzeit gültigen Preisliste. Bei Änderung der Anzeigenpreisliste gelten die neuen Bedingungen auch für laufende Verträge.
2. Die in der Preisliste bezeichneten Nachlässe werden nur dem Auftraggeber und nur für die innerhalb eines Jahres erscheinenden Anzeigen gewährt (Anzeigenjahr). Wiederholungsabrate gelten nur innerhalb eines Anzeigenjahres. Die Frist beginnt mit dem Erheben der ersten Anzeige, wenn nicht anders vereinbart.
3. Bei Verweigerung 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 Anzeigenjahres geltend gemacht wird. Erreicht ein Auftrag nicht das vorhergesehene Auftragsvolumen, so wird der zuviel gewährte Preisnachlass nachträglich in Rechnung gestellt.
4. Der Rechnungsbetrag ist netto (ohne Abzug) innerhalb von 30 Tagen ab Rechnungsdatum zur Zahlung fällig. Bei Vorauskasse erhöht sich der Verlag dem Auftraggeber ein Skonto in Höhe von 2 % des Rechnungsbetrages. Bei der Einräumung einer Einzugswahlmacht gewährt sich der Skontozugang auf 3 % des Rechnungsbetrages.
5. Zahlungen müssen kosten- und sperrfrei auf die in der Rechnung angegebenen Bankkonten des Verlages geleistet werden.
6. Bei Zahlungsverzug werden Zinsen entsprechend § 288 BGB berechnet. Mahn- und Inkassokosten, die durch Zahlungsverzug entstehen, trägt der Auftraggeber. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung eines laufenden Auftrags bis zur Bezahlung zurückstellen und Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Abschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen abweichend von einem ursprünglich vereinbarten Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Anzeigenentgelts und vom Ausgleich offener Rechnungsbeträge abhängig zu machen. Fehlerhafte Anzeigenrechnungen können innerhalb von sechs Monaten nach Rechnungsstellung korrigiert werden.
7. Sämtliche Preise verstehen sich zuzüglich Mehrwertsteuer in gesetzlicher Höhe am Tag der Rechnungsstellung.
8. Bei Anzeigenaufträgen aus dem Ausland, die nicht mehrwertsteuerpflichtig sind, erfolgt die Rechnungsstellung ohne Mehrwertsteuerberechnung. Der Verlag ist zur Nachberechnung der Mehrwertsteuer berechtigt, wenn die Finanzverwaltung die Steuerpflicht der Anzeige bejaht.
9. Aus einer Auftragsminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit dem ersten Anzeige beginnenden Inserationsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auftragsminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigter Mangel, wenn eine zugesicherte Auflage um mindestens 20 % unterschritten wird.

§ 4 Vertragsabwicklung

1. Anzeigenaufträge sind innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzuwickeln, beginnend mit dem Erscheinen der ersten Anzeige.
2. Für die rechtzeitige Lieferung fehlerfreier Druckvorlagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckvorlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet für die belegte Ausgabe übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Druckvorlagen werden nur auf besondere Aufforderung an den Auftraggeber zurückgesandt, andernfalls gehen sie in das Eigentum des Verlages über. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet sechs Monate nach Ablauf des Auftrages.
3. Kosten für die Anfertigung bestellter Vorlagen, Filme oder Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen vereinbarungsgemäß vereinbarten Ausführungen trägt der Auftraggeber.
4. Probeaufträge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit des zurückgesandten Abzugs. Wird der Abzug nicht fristgemäß an den Verlag zurückgeschickt, so gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt.
5. Komplette Belegexemplare liefert der Verlag auf Anfrage nur ab viertelseitigen Anzeigen.
6. Die Aufmachung und Kennzeichnung redaktionell gestalteter Anzeigen ist rechtzeitig vor Erscheinen mit dem Verlag abzustimmen. Textileinlagen müssen sich schon durch ihre Grundschrift vom redaktionellen Text unterscheiden. Der Verlag ist berechtigt, Anzeigen, die nicht als solche zu erkennen sind, deutlich als Werbung zu kennzeichnen.
7. Zuschriften auf Chiffrenzettelungen werden bis vier Wochen nach Veröffentlichung der Anzeige aufbewahrt und dem Auftraggeber auf normalem Postwege zugesandt (auch wenn es sich um Express- oder Einschreibesendungen 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. Anzeigenaufträge können nur rechtswirksam spätestens zum Anzeigenschlussstermin, 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 der Anzeige verantwortlich. Er stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter wegen der Veröffentlichung der Anzeige frei, einschließlich der angemessenen Kosten zur Rechtsverteidigung. Der Verlag ist nicht zur Prüfung verpflichtet, ob ein Anzeigenauftrag die Rechte Dritter beeinträchtigt. Wird der Verlag durch gerichtliche Verfügung z.B. zum Abdruck einer Gegenandstellung aufgefordert, der geschalteten Anzeige verpflichtet, hat der Auftraggeber die Kosten nach der gültigen Anzeigenpreisliste zu tragen.

11. Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen gegenüber den Werbungstreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Vermittlungsprovision errechnet sich aus dem Kundennetto, also nach Abzug von Rabatt, Boni und Mängelnachlass. Die Vermittlungsprovision fällt nur bei Vermittlung von Aufträgen Dritter an. Sie wird nur an vom Verlag anerkannte Werbeunternehmen vergütet unter der Voraussetzung, dass der Auftrag unmittelbar von der Werbeagentur erteilt wird, ihr die Beschaffung der fertigen und druckreifen Druckunterlagen obliegt und eine Gewerbeabmeldung als Werbeagentur vorliegt. Dem Verlag steht es frei, Aufträge von Werbeagenturen abzulehnen, wenn Zweifel an der berufsmäßigen Ausübung der Agenturtypik oder der Bonität der Werbeagentur bestehen. Anzeigenaufträge durch Werbeagenturen 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 Werbungstreibender Auftraggeber werden, muss dies gesondert unter namentlicher Nennung des Werbungstreibenden vereinbart werden. Der Verlag ist berechtigt, von der Werbeagentur einen Mandatsnachweis zu verlangen.

§ 5 Mängelgewährleistung

1. Für die Aufnahme von Anzeigen in bestimmte Nummern oder Ausgaben oder an bestimmten Plätzen wird keine Gewähr geleistet.
2. Der Verlag gewährleistet die drucktechnisch einwandfreie Wiedergabe der Anzeigen entsprechend Ausdruck auf Auflagenpapier. Voraussetzung ist die Zusendung geeigneter Druckvorlagen (vgl. Angaben in Preisliste).
3. Farbanzeigen: Bei digital übermittelten Druckvorlagen für Farbanzeigen ist gleichzeitig ein Farb-Proof vom Kunden mitzuliefern. Ansonsten bestehen keine Ersatzansprüche des Kunden wegen etwaiger Farbabweichungen.
4. Reklamationen müssen vom Auftraggeber 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 Druckschrift reklamieren. Bei fehlerhafter Abdruck einer Anzeige, trotz rechtzeitiger Lieferung einwandfreier Druckvorlagen und rechtzeitiger Reklamation, kann der Auftraggeber den Abdruck einer einwandfreien Ersatzanzeige verlangen. Der Anspruch auf Nacherfüllung ist ausgeschlossen, wenn dies für den Verlag mit unverhältnismäßigen Kosten verbunden ist. Lässt der Verlag eine Ersatzanzeige in gleicher Frist vorreichen, verweigert er die Nacherfüllung, ist die Nacherfüllung dem Auftraggeber nicht zumutbar oder schlägt sie fehl, so hat der Auftraggeber das Recht, vom Vertrag zurückzutreten oder Zahlungsminderungen in dem Ausmaß geltend zu machen, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Gewährleistungsansprüche von Kaufleuten verjähren 12 Monate nach Veröffentlichung der entsprechenden Anzeige. Beachtet der Auftraggeber die Empfehlungen des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von digitalen Druckunterlagen nicht, stehen ihm keine Ansprüche wegen fehlerhafter Anzeigenveröffentlichung zu. Dies gilt auch, wenn er sonstige Regelungen dieser AGB der Preisliste nicht beachtet.
5. Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden diese erst bei Druckvorgang deutlich, so hat der Kunde bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche.
6. Beachtet der Kunde die Empfehlungen des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von digitalen Druckunterlagen nicht, so stehen ihm keine Ansprüche wegen fehlerhafter Anzeigenveröffentlichung zu.
7. Der Kunde haftet dafür, dass die übermittelten Dateien frei von Computerviren sind. Dateien mit Computerviren kann der Verlag löschen, ohne dass der Kunde hieraus Ansprüche herleiten könnte. Der Verlag behält sich zudem Ersatzansprüche vor, wenn die Computerviren beim Verlag weiteren Schaden verursachen.
8. 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. Der Verlag haftet für vorsätzlich oder grob fahrlässig verursachte Schäden, für Schäden aus schuldhafter Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit sowie für Schäden aufgrund mindestens leicht fahrlässiger Verletzung einer Pflicht, die für die Erreichung des Vertragszwecks von wesentlicher Bedeutung ist (Kardinalspflicht). Die Schadensersatzpflicht ist - abgesehen von der Haftung für Vorsatz und schuldhafter Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit - auf den vorhersehbaren, typischerweise eintretenden Schaden beschränkt. Im Übrigen sind Schadensersatzansprüche des Kunden in dem Umfang unabhängig vom Rechtsgrund ausgeschlossen. Soweit die Haftung des Verlages nach den vorstehenden Regelungen ausgeschlossen oder beschränkt ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung seiner Mitarbeiter, Vertreter und Erfüllungsgehilfen. Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz bleibt unberührt. Schadensersatzansprüche gegen den Verlag verjähren, abgesehen von Ansprüchen aus unerlaubter oder vorsätzlicher Handlung, in 12 Monaten nach dem Zeitpunkt, in dem der Auftraggeber von den den Anspruch begründenden Umständen Kenntnis erlangt hat oder hätte erlangen müssen.
2. Der Verlag wird im Falle höherer Gewalt und bei vom Verlag unverschuldeter Arbeitskampfmäßigkeiten von der Verpflichtung zur Auftragsbefreiung frei; Schadensersatzansprüche bestehen deswegen nicht.

§ 7 Speicherung von Kundendaten

Der Verlag speichert im Rahmen der Geschäftsbeziehungen die Kundendaten mit Hilfe der elektronischen Datenverarbeitung nach den gesetzlichen Bestimmungen des Bundesdatenschutzgesetzes.

§ 8 Erfüllungsort, Gerichtsstand

1. Sollten eine oder mehrere Bestimmungen des Werbeauftrags/dieser AGB unwirksam sein oder werden, so wird dadurch die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen nicht berührt. Eine unwirksame Bestimmung wird vielmehr im Wege der ergänzenden Vertragsauslegung durch eine solche Regelung ersetzt, die dem von den Vertragspartnern mit der unwirksamen Bestimmung verfolgten wirtschaftlichen Zweck möglichst nahe kommt. Entsprechendes gilt für die Ausfüllung etwaiger Regelungslücken.
2. Änderungen der Bestimmungen des Werbeauftrags/dieser AGB und die Abbedingung des Schrift-/Textformerfordernisses bedürfen der Schrift-/Textform.
3. Es gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechts und unter Ausschluss von Kollisionsrecht. Erfüllungsort ist Landsberg am Lech. Gerichtsstand für Klagen gegen Kaufleute, juristische Personen des öffentlichen Rechts oder öffentliche rechtliche Sonderverbände ist Landsberg am Lech.

Stand: Juli 2009



Mechanik Elektrik Mechatronik 03.09

antriebspraxis

June 2009 07503 - www.antriebspraxis.de
Druckvertriebspreis 10,- Euro

Thema 20
Vorteil durch gute Führung
120t Profilschienenführungen lösen

Seite 16
Dynamik
Riss definiert
Entwicklungsprozess
bei Schienenstahl

Seite 28
Pflitziges
Bremsschneckenkonzept
Nicht selbstlöschende
Hitzschutzgasentlastung

Seite 44
In Innovationen
investiert
Schienenbauer in
R&D-Aktivitäten

RSB Verlag
Innovative Technologie
auf gemessener Basis

Reisebuch
Seite 11

antriebslos?

Mit antriebspraxis finden Sie garantiert Ihren richtigen Antrieb!

verlag moderne industrie GmbH, Justus-von-Liebig-Str. 1, 86899 Landsberg, Telefon (0 81 91) 125-0, Telefax (0 81 91) 125-483



antriebspraxis KOMPENDIUM

Konstrukteure und Entwickler leben von Innovationen. Mit dem antriebspraxis KOMPENDIUM bieten wir einen Überblick über die Leistungsspektren der Anbieter von elektrischer und mechanischer Antriebstechnik.

antriebspraxis KOMPENDIUM, das Handbuch für die tägliche Arbeit von Konstrukteuren, Entwicklern und Einkäufern.

Anzeigenschluss: 23.07.2010

Erscheinungstermin: 19.08.2010



Porträt einer Branche

Das Porträt einer Branche liefert einen Querschnitt des Markts der elektrischen, mechanischen und fluidischen Antriebstechnik.

Mit einem Firmenporträt oder einem Advertorial haben Sie die Möglichkeit, das Leistungsspektrum Ihres Unternehmens und Ihrer Produkte den Konstrukteuren und Entwicklern näher zu bringen.

Anzeigenschluss: 17.11.2010

Erscheinungstermin: 12.12.2010

Diese Sonderausgaben sind nicht IVW geprüft.



Frank Henning
Anzeigenleitung
Tel.: 0 81 91/1 25-162
frank.henning@mi-verlag.de



Martina Lechner
Medienberaterin
Tel.: 0 81 91/1 25-3 17
martina.lechner@mi-verlag.de



Gabriele Otto
Anzeigenassistentz
Tel.: 0 81 91/1 25-4 39
gabriele.otto@mi-verlag.de



Regine Russek
Anzeigendisposition
Tel.: 0 81 91/1 25-3 38
regine.russek@mi-verlag.de



Wolfgang Kräußlich
Leitender Chefredakteur
Konstruktionsmedien
Tel.: 0 81 91/1 25-667
wolfgang.kraeusslich
@mi-verlag.de



Franz Graf
Chefredaktion
Tel.: 0 81 91/1 25-4 01
franz.graf@mi-verlag.de



Joachim Vogl
Redaktion
Tel.: 0 81 91/1 25-163
joachim.vogl@mi-verlag.de



Luitgard Ludwig
Redaktionsassistentz
Tel.: 0 81 91/1 25-3 52
luitgard.ludwig@mi-verlag.de



Christine Nollberg
Redaktionsassistentz
Tel.: 0 81 91/1 25-3 52
christine.nollberg@mi-verlag.de