

2010

7.5%

**technik+
EINKAUF**

www.technik+einkauf.de

Beschaffung in
Konstruktion und
Produktion

Prozessindustrie

**Jetzt sparen
mit Automation**

TCO-Aspekte, Wireless und Sensorik
bestimmen technisch die Zukunft



Pumpenratgeber
Internet als Einkaufshelfer

Reifenproduktion
Mit einheitlicher Programmierumgebung

mi verlag
moderne industrie
erfolgsmedien für experten

Sonderteil Messe Achema
Seite 34

MEDIA

Informationen Print + Online

Titelporträt	2
Preise	3/4
Formate	5
Rubrikanzeigen	6/7
Online-Werbung	8/9
Sonderwerbformen	10
Auflagenanalyse	11
Empfängeranalyse	12
Termin- und Themenplan	13
AGB	14
Gesprächspartner	16

mi verlag
moderne industrie

erfolgsmedien für experten

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

1 Kurzcharakteristik:

technik+EINKAUF Prozessindustrie beschäftigt sich als Fachzeitschrift für die Verfahrenstechnik ganzheitlich mit dem Beschaffungsprozess und all seinen Entscheidern. Dabei schlägt technik+EINKAUF Prozessindustrie als abteilungsübergreifender Team-Titel die Brücke zwischen den am „System Beschaffung“ beteiligten Entscheidern in Einkauf, Konstruktion und Produktion. Mit zunehmendem Wettbewerb steigen Kosten-, Zeit- und Qualitätsdruck ständig. Wachsende Kosten erfordern deshalb die Optimierung von Engineering und Prozess. technik+EINKAUF Prozessindustrie verschafft der Technik zu diesem Zweck mehr Einkaufskompetenz, dem Einkauf mehr Technik-Wissen und dem ganzen Entscheider-Team mehr Effizienz. Als verbindendes Element zieht sich das System-Konzept Total Cost of Ownership (TCO), also die ganzheitliche Betrachtung der gesamten Wertschöpfungskette durchs ganze Blatt: Aktuelle Trend-Berichte, Markt-Analysen, Verfahren und Prozesse sowie Produkt-Infos liefern dabei die Hard-Facts. Über die Soft-Facts informieren Experten-Tipps, Praxis-Beispiele und Hintergrund-Berichte.

2 Erscheinungsweise:

3 x jährlich

3 Jahrgang:

4. Jahrgang 2010

4 Web-Adresse (URL):

www.technikundeinkauf.de

5 Mitgliedschaften:

Media-Datenbank der Deutschen Fachpresse

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 / 125-304

Internet:

www.technikundeinkauf.de

E-Mail Redaktion:

redaktion@technikundeinkauf.de

Anzeigen:

anzeigen@technikundeinkauf.de

9 Redaktion:

Telefon:

Ernst Woisetschläger

0 81 91 / 125-225

E-Mail:

ernst.woisetschlaeger@technikundeinkauf.de

10 Anzeigen:

Telefon:

Gerald Zasche

0 81 91 / 125-337

E-Mail:

gerald.zasche@technikundeinkauf.de

11 Vertrieb:

Telefon: 0 61 23/92 38-257

12 Einzelverkaufspreis

€ 15,- (zzgl. Versandkosten)

13 ISSN:

1860-1901

14 Umfangsanalyse:

September 2008 – April 2009

15 Inhalt des redaktionellen Teils: September 2008 – April 2009

Gesamtumfang:	170 Seiten =	100,00 %
Redaktioneller Teil:	132 Seiten =	77,65 %
Anzeigenteil:	38 Seiten =	22,35 %
Beilagen:	2 Stück	

Rubriken	in Seiten	in %
Markt & Technik	7,8	5,9
Titelgeschichte	10,0	7,6
Einkaufs-Praxis	18,3	13,9
Messen	9,0	6,8
Management	3,5	2,7
Technik	24,6	18,6
Technik-Trend	9,8	7,4
Technik-Tipp	2,5	1,9
Technik Sonderthema	11,3	8,6
Produkte	14,3	10,8
Sonstige Rubriken	20,9	15,8

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

1 Druckauflage:	12.800 Exemplare
Tatsächlich verbreitete Auflage:	12.539 Exemplare
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: Klebebindung
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: 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. Maßprotokoll (= 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 **(08191) 125-875**

7 Anzeigenpreise: (Alle Preise 4-farbig in EUR zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer.)

Anzeigengröße	Formate Breite x Höhe in mm	Preis für Einzelschaltung	Einzelpreis bei * Abnahme 3 Schaltungen	Preise komplett * für 3 Schaltungen
2/1 Seite A 4	420 x 297	11.625	11.045	33.135
1/1 Seite A 4	178 x 257	5.810	5.525	16.575
Juniorpage	126 x 178	3.220	3.060	9.180
1/2 Seite	86 x 257, 178 x 126	2.910	2.770	8.310
1/3 Seite	56 x 257, 178 x 83	1.940	1.845	5.535
1/4 Seite	41 x 257, 86 x 126, 178 x 62	1.455	1.385	4.155
1/8 Seite	41 x 126, 86 x 62, 178 x 29	730	695	2.085
Unternehmensprofil	178 x 83	1.455	1.385	4.155
Kataloganzeige	86 x 50	575	550	1.650
2-seitiger Beihefter	210 x 297	6.220	5.915	17.745
4-seitiger Beihefter	210 x 297	9.470	9.000	27.000
Anzeige Markt & Kontakt	60 x 50	175	170	510

4 Termine:	Ausgabe	Erscheinungstermin	Anzeigenschluss
	1	13.04.2010	17.03.2010
	2	09.09.2010	17.08.2010
	3	03.11.2010	07.10.2010

Erscheinungsweise: 3 x jährlich

5 Verlag: verlag moderne industrie GmbH
Hausanschrift: Justus-von-Liebig-Str. 1, 86899 Landsberg
Postanschrift: 86895 Landsberg
Internet: www.technikundeinkauf.de
Anzeigen: Gerald Zasche
Telefon: 081 91 / 125-3 37
Telefax: 081 91 / 125-3 04
E-Mail: gerald.zasche@technikundeinkauf.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 13801

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

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

8 Zuschläge und Platzierungen:

8.1 Farbzuschläge: alle Preise sind inkl. Farbzuschlag

8.2 Sonderplatzierungen:

Bindende Platzierungsvorschriften 10 %
Inselanzeigen auf Anfrage

8.3 Vorzugsplatzierungen

2. Umschlagseite € 6.400,-

8.4 Sonstige Formate:

Berechnung nach mm-Preis (Spaltenbreite 41 mm)
ab 300 mm € 5,90
bis 300 mm € 6,25

9 Rubrikanzeigen:

Stellenangebot: 20 % Rabatt auf den regulären Preis (siehe Punkt 7)
Stellensuche: 50 % Rabatt auf den regulären Preis (siehe Punkt 7)
Bezugsquellen-Anzeige: siehe Seite 7 Anzeige Markt & Kontakt
Unternehmensprofil: siehe Seite 6, Blatt Rubrikanzeigen
Kataloganzeige: siehe Seite 7, Blatt Rubrikanzeigen

10 Sonderwerbformen:

Siehe Punkt 9. Weitere (Banderole etc.) 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 %

*Mehrjahresabschlüsse auf Anfrage

Eine Kombination mit den sechs regulären Ausgaben von technik+EINKAUF ist möglich.

12 Kombinationen:

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

13 Einhefter:

Umfang	Papiergewicht	bis 90 g/m ²	bis 120 g/m ²	bis 170 g/m ²	über 170 g/m ²
2 Seiten		€ 6.220,-	€ 6.525,-	€ 6.750,-	€ 7.140,-
4 Seiten		€ 9.330,-	€ 9.795,-	€ 10.135,-	€ 10.720,-
6 Seiten		€ 11.660,-	€ 12.245,-	€ 12.665,-	€ 13.400,-
8 Seiten		€ 14.000,-	€ 14.695,-	€ 15.200,-	€ 16.080,-

Anlieferung: Muster bei Auftragserteilung. Auflage bis 24 Tage vor Erscheinen. Format unbeschnitten 216 mm breit, 306 mm hoch (Beschnittzugabe Kopf 6 mm, links, unten und rechts je 3 mm). Mehrseitige Beihefter auf obiges Format gefalzt.

14 Beilagen:

(nicht rabattfähig)
bis zu 25 g Gewicht € 5.810,-
je weitere 5 g Gewicht € 380,-
(Preise einschl. Portoanteil)
max. Papierformat 200 x 290 mm
Teilbeilagen nach Ihren Selektionsvorgaben bis 25 g Gewicht: € 455,-/-%
Mindestmenge: 3.000 Stück
Anlieferung: Muster bei Auftragserteilung.
Auflage bis 10 Tage vor Erscheinen.

15 Aufgeklebte Werbemittel:

In Verbindung mit Anzeige oder Einhefter € 1.455,-
Zuzüglich Klebekosten
– für maschinelle Verarbeitung € 538,-
– für manuelle Verarbeitung € 1.210,-

16 Lieferanschrift für Positionen 13–15:

Vogel Druck und Medienservice GmbH
Warenannahme, Leibnizstraße 5, 97205 Höchberg

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

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

<p>Unternehmensprofil*</p> <p>178 x 83 mm davon 10 mm als Dachzeile</p>	<p>Markt & Kontakt Anzeige* 60 x 50 mm</p> <p>Kataloganzeige 86 x 50 mm</p>
--	---

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

Flexible Werbemöglichkeiten

Unternehmensprofil

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

– verkleinert –

Unternehmensprofil – damit Kunden Ihr Haus und Ihr Produktportfolio besser kennen lernen

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

Größe:
178 mm breit und 83 mm hoch

Preise:
1 Schaltung € 1.455,-
3 Schaltungen € 4.155,- *
alle Preise inkl. Farbe!

* abz. 3 % Mengenrabatt

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

Markt & Kontakt

Mess-, Steuer- und Regeltechnik

Bürkert GmbH & Co. KG
Fluid Control Systems
Christian-Bürkert-Straße 13-17
74653 Ingelfingen
Tel.: 0 79 40/10-111
Fax: 0 79 40/10-448
www.buerkert.de
info@de.buerkert.com



Für die schnelle Suche nach dem richtigen Lieferanten

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

Größe:
60 mm breit und 50 mm hoch.

Preise:
1 Schaltung € 175,-
3 Schaltungen € 510,- abz. 3 % Mengenrabatt
alle Preise inkl. Farbe!

Kataloganzeige



System-Klimatisierung

Klima-Lösungen mit Tipps auf 300 Seiten

Mit seinem neuen Handbuch „System-Klimatisierung“ bietet Rittal ein Standardwerk für die Klimatechnik. Auf über 300 Seiten erhält der Leser umfassende Produkt-Informationen sowie praktische Tipps zur richtigen Auslegung von Klimälösungen für die Industrie und IT.

Kennziffer 101

So bringen Sie Ihre Kataloge und Prospekte gezielt an Interessenten

Einfacher geht's nicht:

Neu: Sie entscheiden, ob Ihr Katalog in Print/Online oder nur Online auf www.technikundeinkauf.de präsentiert wird.

Größe:
86 mm breit und 50 mm hoch.

Preise Print inkl. Online:
1 Schaltung € 570,- (inkl. 4 Monate Online)
3 Schaltungen € 1.650,-* (inkl. 12 Monate Online)

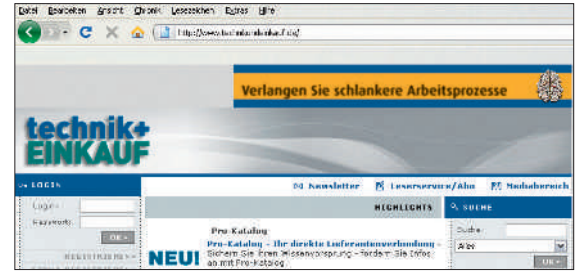
Preise Online:
für 6 Monate: € 295,-
für 12 Monate: € 490,-

*abz. 3 % Mengenrabatt



Unser Onlineangebot

- Web-Adresse:** www.technikundeinkauf.de
- Kurzcharakteristik:** technikundeinkauf.de ist der Online-Auftritt vom Magazin technik+EINKAUF sowie technik+EINKAUF Prozessindustrie. Die User finden hier aktuelle News, Trends, Fachbeiträge und eine Produkt- und Firmendatenbank sowie ein Volltext-Archiv mit Suchfunktionen. Begleitende Angebote wie Termin- und Messekalender, Kataloganzeigen sowie ein Stellenmarkt runden das Angebot sinnvoll ab.
- Zielgruppe:** technik+EINKAUF spricht als spezieller „Team-Titel“ die Entscheider in Einkauf, Konstruktion und Produktion an.



Kataloganzeigen

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

Das neue technik+EINKAUF Katalogportal:

- Ihr Katalog steht bis zu 12 Monaten 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: 295,00 € für 6 Monate
490,00 € für 12 Monate

Banner und Newsletteranzeigen:

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	€ 100,-
Drittelbanner (=Seitenbanner)	Links oder rechts	Alle Rubriken oder nur Thema oder nur Homepage	156 x 60	€ 60,-
Skyscraper	Rechts neben der Webseite	Alle Rubriken oder nur Thema oder nur Homepage	120 bis 160 x 600	€ 180,-
Leaderboard od. Superbanner	Top	Alle Rubriken oder nur Thema oder nur Homepage	728 x 60 bis 90	€ 200,-
Rectangle	Rechts oben	Alle Rubriken oder nur Thema oder nur Homepage	180 x 150	€ 80,-
Wallpaper	Top	Alle Rubriken oder nur Thema oder nur Homepage	Skyscraper + Leaderboard	€ 380,-

Sonderwerbformen:

Werbeform	Laufzeit	Leistung	Platzierung	Preis
WebVideo	1 Jahr	Plus-Eintrag + 1 Video	BusinessDirectory, Produkt/Artikel	€ 800,-
	1 Jahr	Profi-Eintrag + 1 Video	BusinessDirectory, Produkt/Artikel	€ 950,-
		Verlängerung um 1 Jahr (außer Microsite)	Wie oben genannt	€ 550,-
	1 Monat	Microsite + 1 Video	Microsite, Hinweis auf der Homepage	€ 1.350,-
		Pro zusätzliches Video (BusinessDirectory / Microsite)	Wie oben genannt	€ 250,-
		Umformatierungen (Formatumwandlung)		€ 150,-
Microsite	1 Monat		Microsite, Hinweis auf der Homepage	€ 800,-
Partnerlink	1 Woche	Direktlink auf Ihre Website	Unter „News“ oder „Produkte“	€ 200,-

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 (s. Seite 16)

WebVideo

Nutzen Sie die medialen Möglichkeiten des Internets durch die Integration eines Videofilms in Kombination mit Ihrem Firmeneintrag im BusinessDirectory oder Ihrer Microsite. Ob Imagefilm als Firmenpräsentation oder Produktvorstellung – WebVideo bietet Ihnen zahlreiche Einsatzmöglichkeiten, Ihr Unternehmen auf unserer Webseite ins Bild zu setzen.



BusinessDirectory

Auf der Webseite können Sie in der Rubrik „Firmen“ Ihr Firmenprofil eintragen und den passenden Produktgruppen zuordnen. Damit verstärken Sie Ihre Online-Präsenz wirkungsvoll: Ihre Firmeninformationen, Kontaktdaten und Logo werden von unserer Redaktion zusätzlich mit allen Artikeln, News, Produktberichten und Terminen verlinkt, die über Ihre Firma bei uns erstellt wurden. Der Eintrag steigert Ihre Platzierung bei Suchanfragen – sowohl auf unserer Webseite als auch auf Suchmaschinen wie Google. Mehr als 22.250 Unternehmen sind bereits in der Firmendatenbank aufgelistet und können kostenlos abgerufen werden. Bis zu 60% der AdImpressions entfallen auf die Firmendatenbank – Ihre Firma und Ihr Angebot wird so von potentiellen Kunden leicht gefunden.

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 gepflegt	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 %
6 Banner	5 %
9 Banner	10 %

Rabatt gilt bei Schaltung innerhalb von 12 Monaten auf den Grundpreis und für unterschiedliche Positionen, bei gleicher Position nur für unterschiedliche Kampagnen.

Zugriffskontrolle:

Zugriffe (pro Monat):	Page Impressions ¹ (bereinigt, ohne Suchmaschinen) 14.900	Unterschiedliche Besucher 5.200
-----------------------	---	------------------------------------

Monatsdurchschnitt 04-06/2009

¹ Pls können von 2 unterschiedlichen Quellen stammen: von Nutzern, die die Seite aktiv aufrufen, und von so genannten Webspidern (auch Web-Crawler oder Robots genannt), wie sie von Suchmaschinen wie Google zur Seitenerfassung eingesetzt werden.

Datenanlieferung:

mindestens 1 Woche vor Schaltbeginn per E-Mail an anzeigen@technikundeinkauf.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

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

Externer AdServer-Einsatz: OpenAdstream von RealMedia

Ansprechpartner: Gerald Zasche Tel. +49 (0)8191/125-337
E-Mail: gerald.zasche@technikundeinkauf.de

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

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.

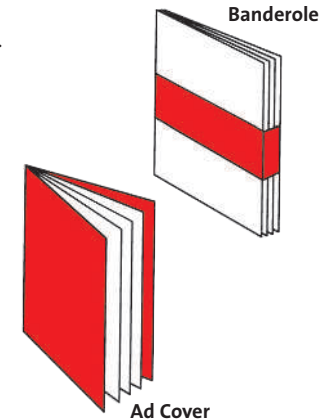
Weitere Informationen zu allen Sonderwerbformen erhalten Sie von Ihrem Verkaufsteam!

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!

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

17 Auflagen-Analyse:

Exemplare pro Ausgabe im
Jahresdurchschnitt
(01. Juli 2008 – 30. Juni 2009)

Druckauflage:	12.800		
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):	12.539	davon Ausland:	481
Rest-, Archiv- und Belegexemplare:	261		

18 Geographische Verbreitungsanalyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	95,4	11.958
Ausland	3,8	481
Sonstige*	0,8	100
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	12.539

Verbreitung nach Bundesländern:

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Baden-Württemberg	24,0	2.870
Bayern	16,2	1.937
Berlin, Brandenburg	2,0	239
Bremen, Hamburg, Schleswig-Holstein	4,5	538
Hessen	8,3	993
Mecklenburg-Vorpommern	0,6	72
Niedersachsen	7,1	849
Nordrhein-Westfalen	25,0	2.989
Rheinland-Pfalz	4,0	478
Saarland	1,3	156
Sachsen, Sachsen-Anhalt	5,0	598
Thüringen	2,0	239
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA) Inland	100,0	11.958

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

19 Branchen/Wirtschaftszweige/Fachrichtungen/Berufsgruppen

Nr. der Klassifikation	Empfängergruppen (lt. Klassifikation der Wirtschaftszweige, WZ 2008)	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
		%	Empfänger
WZ 2008			
20, 21	Chemie- und Pharmaindustrie	36,2	4.539
28	Anlagen- und Maschinenbau	25,0	3.135
10, 11	Ernährungsgewerbe	14,0	1.755
22	Herstellung von Gummi- und Kunststoffwaren	11,5	1.442
26.51, 26.6, 26.7, 32.5	Mess-, Steuer- und Regelungstechnik, Medizin, Optik	5,3	665
27, 26.3	Geräte der Elektrizitätserzeugung und -verteilung, Telekommunikationstechnik	2,6	326
69	Wirtschaftliche Dienstleister	2,5	314
	weitere Branchen	2,1	263
	Sonstige*	0,8	100
Tatsächlich verbreitete Auflage		100,0	12.539

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

20 Größe der Wirtschaftseinheit

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Empfänger
1 – 49 Beschäftigte	4,3	539
50 – 99 Beschäftigte	20,8	2.608
100 – 199 Beschäftigte	21,8	2.734
200 – 499 Beschäftigte	23,0	2.884
500 – 999 Beschäftigte	12,0	1.505
1000 und mehr Beschäftigte	16,1	2.019
Mitarbeiterzahl nicht bekannt	1,2	150
Sonstige*	0,8	100
Tatsächlich verbreitete Auflage	100,0	12.539

21.1 Tätigkeitsmerkmal: Aufgabenbereich

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Empfänger
Einkauf	40,3	5.054
Konstruktion (Konstruktion, Entwicklung, Forschung)	30,2	3.787
Produktion (Technische Leiter, Instandhaltung, Produktionsvorbereitung, Lagerhaltung, Transport)	24,2	3.034
Unternehmensleitung (Inhaber, Vorstände, Geschäftsführer)	2,5	313
weitere Funktionen	2,0	251
Sonstige*	0,8	100
Tatsächlich verbreitete Auflage	100,0	12.539

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.

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

Rubriken, die in jeder Ausgabe erscheinen	Ausgabe Anzeigenschluss (AS) Erscheinungstermin (ET)	Sonderthemen dieser Ausgabe	Messeberichte
Markt & Technik aktuell	April 1/2010 AS: 17.03.2010 ET: 13.04.2010	Prozessautomation Wägen/Dosieren sowie Abfüllen/ Verpacken MSR-Technik, Durchflussmessung Schüttguttechnik Prozess- und IT-Software	Interkama, Hannover 19.–23.04.2010 POWTECH/TechnoPharm, Nürnberg 27.–29.04.2010 Control, Stuttgart 04.–07.05.2010 SENSOR+TEST, Nürnberg 18.–20.05.2010
Trendbeitrag			
Titelgeschichte			
Einkaufs-Praxis	September 2/2010 AS: 17.08.2010 ET: 09.09.2010	Prozessautomation/ Prozessleitsysteme Armaturen/Ventile/Rohre/ Schläuche/Dichtungen Antriebstechnik MSR-Technik, Füllstandsmessung Dosieren/Filtern/Fördern/Mischen/ Sieben	IFAT, München 13.–17.09.2010 MOTEK, Stuttgart 13.–16.09.2010 FachPack, Nürnberg 28.–30.09.2010 BIOTECHNIKA, Hannover 05.–07.10.2010
Technik Prozessindustrie			
Messen			
Technik Sonderthemen			
Produkte	November 3/2010 AS: 07.10.2010 ET: 03.11.2010	Prozessautomation Pumpen/Kompressoren/ Vakuumtechnik Sicherheit und Ex-Schutz Umwelttechnik/Entsorgung Anlagen- und Apparatebau	Brau Bevale, Nürnberg 10.–12.11.2010 SPS/IPC/DRIVES, Nürnberg 23.–25.11.2010
Unternehmens-Profile			
Bezugsquellen Markt&Kontakt			

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 Modells 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 Preis 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 Bestands teils der Zeitung erwecken oder Fremdanzeigen enthalten. Der Verlag hat die Ablehnung unverzüglich nach Kenntnis erlangung der betreffenden Inhalte zu erklären.

§ 3 Preise, Zahlungsbedingungen, Preisreduzierung

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 Ercheinen der ersten Anzeige, wenn nicht anders vereinbart.
3. Bei Erweiterung des Auftrags besteht 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 gewährt der Verlag dem Auftraggeber ein Skonto in Höhe von 2 % des Rechnungsbetrags. Bei der Einräumung einer Einzugsvollmacht erhöht sich der Skontozusatz auf 3 % des Rechnungsbetrags.
5. Zahlungen müssen kosten- und spesenfrei 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 Aufgabeminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisreduzierung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Inserationsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Aufgabeminderung ist nur dann ein zur Preisreduzierung 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 Auftrags.
3. Kosten für die Anfertigung bestellter Vorlagen, Filme oder Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ungenügend versäuberter 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 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. Textilanzeigen müssen sich schon durch ihre Grundrissform mit redaktionellen Text unterscheiden. Der Verlag ist berechtigt, Anzeigen, die nicht als solche zu erkennen sind, deutlich als Werbung zu kennzeichnen.
7. Zuschriften auf Chiffrenzetteln 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 sich nur rechtzeitig, spätestens zum Anzeigenschlusstermin, und schriftlich, per Telefax oder E-Mail gekündigt werden. Ist die Anzeige bereits in Druck gegeben, hat der Auftraggeber die Anzeige zu bezahlen. Ansonsten kann der Verlag die Erstattung der bis zur Kündigung angefallenen Kosten nach den gesetzlichen Vorschriften verlangen.

10. Der Auftraggeber ist für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der Anzeige verantwortlich. Er stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter wegen der Veröffentlichung der Anzeige frei, einschließlich der angemessenen Kosten zur Rechtsverfolgung. 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 Gegenstandslage aufgrund 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 Verlags 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 Werbeunternehmen abzulehnen, wenn Zweifel an der berufsmäßigen Ausübung der Agentur Tätigkeit 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. Anzeigen 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 drucken, ist die Frist zu verstehen, von welcher er die Nacherfüllung, ist die Nacherfüllung dem Auftraggeber nicht zumutbar oder schlägt sie fehl, so hat der Auftraggeber das Recht, vom Vertrag zurückzutreten oder Zahlungskosten 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 Verlags 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 beim Druckvorgang deutlich, so hat der Kunde bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche.
6. Beachtet der Kunde die Empfehlungen des Verlags 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 Verlags 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 Arbeitskampfmäßnahmen 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 öffentlich-rechtliche Sonderverwaltungen ist Landsberg am Lech.

Stand: Juli 2009

ZWEI FACHVERLAGE - EIN ZIEL

Bei **Hüthig und verlag moderne industrie** steht qualifiziertes Fachwissen im Fokus. Ob Buch oder Fachzeitschrift, Online-Service oder Kongress: Erklärtes Ziel ist es, die Experten ihres Faches in ihrem Erfolg zu fördern.

Das Medien-Portfolio bedient mit seinen starken Print- und Onlinemarken nahezu alle Branchen der Industrie. 29 anerkannte Fachzeitschriften, hervorragend recherchiert, aktuell und spannend geschrieben. Erstellt von erfahrenen, engagierten Redakteuren, die praxisorientiert denken und ihre Zielgruppe genau kennen.

Hüthig und verlag moderne industrie bieten: Wissen und Kompetenz - Tradition und Qualität - Vielfalt und Ideenreichtum. Wir beweisen es Ihnen gerne!

Kontakt: Ulrike Frisch,
Tel.: 08191/125-461,
E-Mail ulrike.frisch@mi-verlag.de



aerotec
antriebspraxis
ARZT & WIRTSCHAFT
AUTOMOBIL-PRODUKTION
cleantech JOURNAL
fertigung
fluid
Instandhaltung
ke KONSTRUKTION & ENGINEERING
Materialfluss
meditec INTERNATIONAL
Produktion
Produktion Magazin
technik+EINKAUF
technik+EINKAUF Prozessindustrie
werkzeug&formenbau

AUTOMOBIL-ELEKTRONIK
CHEMIE TECHNIK
elektronik industrie
elektronikJOURNAL
IEE Automatisierung + Datentechnik
KGK Kautschuk Gummi Kunststoffe
KI – Kälte . Luft . Klimatechnik
MedPLAST
neue verpackung
packaging international
Pharma+Food
PLASTVERARBEITER
productronic

 **verlag
moderne industrie**

 **Hüthig**

erfolgsmedien für experten

verlag moderne industrie GmbH
Justus-von-Liebig-Str. 1
86899 Landsberg
Tel. 0 81 91 / 125-0,
Fax 0 81 91 / 125-444
www.mi-verlag.de

Hüthig GmbH
Im Weiher 10
69121 Heidelberg
Tel. 0 62 21/489-0,
Fax: 0 62 21/489-279
www.huethig.de



Michael Klotz
Anzeigenleitung
Tel.: 0 81 91/1 25-167
Fax: 0 81 91/1 25-3 04
E-Mail: michael.klotz@produktion.de



Gerald Zasche
Projektmanager
Tel.: 0 81 91/1 25-3 37
Fax: 0 81 91/1 25-3 04
E-Mail: gerald.zasche@technikundeinkauf.de



Grit Albacete-Lopez
Anzeigenverkauf
Tel.: 0 81 91/1 25-2 31
Fax: 0 81 91/1 25-3 04
E-Mail: grit.albacete-lopez@produktion.de



Eduard Altmann
Chefredaktion
Tel.: 0 81 91/1 25-6 81
Fax: 0 81 91/1 25-3 12
E-Mail: redaktion@produktion.de



Ernst Woisetschläger
Verantwortlicher Redakteur
Tel.: 0 81 91/125-2 25
Fax: 0 81 91/125-3 12
E-Mail: ernst.woisetschlaeger@technikundeinkauf.de



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