

2011



MEDIA Informationen Print + Online

AMF 1: Titelporträt	2
Sonderwerbformen	3
Preise	4/5
Formate	6
Markt & Kontakt	7
Termin- und Themenplan	8/9
Online-Werbung	10/11
AMF 2: Auflagenanalyse	12
AMF 3-E: Empfängeranalyse	13/14
Kurzfassung Erhebungsmethode	15
AGBs	16
Gesprächspartner	18



mi verlag
moderne industrie

erfolgsmedien für experten

Mediengruppe **SV** Süddeutscher Verlag

1 Kurzcharakteristik:

werkzeug&formenbau ist ein meinungsbildendes, kritisches und unabhängiges Premiummagazin für die Werkzeug-, Formen-, Gesenk- und Vorrichtungsbau-Branche. Inhaltlich ist **werkzeug&formenbau** an den Kernprodukten der Branche ausgerichtet und damit ein Spiegelbild der beruflichen Welt seiner Empfänger. Das Magazin bietet seinen Lesern daher einen einzigartigen, schnellen und direkten Zugriff auf branchenrelevante Informationen.

Durch die ganzheitliche Darstellung der technologischen und organisatorischen Prozesskette in Form von Hintergrundartikeln, Trendreportagen, Anwenderstorys und Produktberichten bietet **werkzeug&formenbau** zudem die Basis zur wirtschaftlichen Optimierung von Arbeitsabläufen.

2 **Erscheinungsweise:** 5x jährlich (siehe Themenplan)

3 **Jahrgang:** 21. Jahrgang 2011

4 **Web-Adresse (URL):** www.werkzeugundformenbau.de

5 **Mitgliedschaften:** –

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.werkzeugundformenbau.de
E-Mail: Redaktion: richard.pergler@mi-verlag.de
Anzeigen: thomas.seidel@mi-verlag.de

9 Redaktion:

Richard Pergler
Telefon: 0 81 91 / 125-697
E-Mail: richard.pergler@mi-verlag.de

10 Anzeigen:

Helmut Schempp
Telefon: 0 81 91 / 125-449
E-Mail: helmut.schempp@mi-verlag.de

Thomas Seidel
Telefon: 0 81 91 / 125-412
E-Mail: thomas.seidel@mi-verlag.de

11 Vertrieb:

Telefon: 0 61 23 / 92 38-257

12 Bezugspreis:

(inkl. Versandkosten und MwSt.)
Jahresabonnement Inland € 72,80
Ausland € 79,00
Einzelverkaufspreis (zzgl. Versandkosten) € 15,00

13 ISSN:

0934-0912

14 Umfangsanalyse:

2009 = 5 Ausgaben

Format der Zeitschrift: DIN A4
Gesamtumfang: 364 Seiten = 100,0 %
Redaktioneller Teil: 269 Seiten = 73,9 %
Anzeigenteil: 95 Seiten = 26,1 %
Beilagen/Einhefter: 1 Stück

15 Inhalts-Analyse Redaktion:

2009 = 269 Seiten

Fertigungstechnik/Werkzeugmaschinen 66 Seiten = 24,4 %
Steuerungen, Qualitätssicherung 25 Seiten = 9,3 %
CAD/CAM, Entwicklung 83 Seiten = 30,8 %
Betriebs- und Fertigungsorganisation 22 Seiten = 8,1 %
Normalien, Betriebsausrüstung, Werkstoffe 28 Seiten = 10,6 %
Nachrichten, Produktinformationen 34 Seiten = 12,5 %
Trendberichte, Veranstaltungen, Kommentare 11 Seiten = 4,3 %

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! Der verlag moderne industrie und Hühlig Verlag bieten Ihnen den Zugriff auf eine aktuelle Adressdatenbank mit über 400.000 Ansprechpartnern. Selektionen nach Wirtschaftszweigen, Funktionen, Positionen, Betriebsgröße 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 Verlag

Nähere Informationen entnehmen Sie bitte dem Sonderblatt „Online-Werbung“, Seite 10 und 11.

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!

Süddeutscher Verlag Veranstaltungen GmbH

Die Süddeutscher Verlag Veranstaltungen GmbH (SVV) vereint unter einem Dach vier starke Marken für hochkarätige Veranstaltungen und Events: management information center, managerakademie, SZ Business Golf Cup und SZ-Events. Über 100 Fachveranstaltungen, Events und Sportveranstaltungen profitieren von der Nähe und der Kooperation mit den Medien des Süddeutschen Verlages, darunter eine große Anzahl an Fachinformationsangeboten und natürlich die *Süddeutsche Zeitung*. Darüber hinaus plant und organisiert die SVV die verschiedensten Events im Kundenauftrag als Dienstleistung. Nähere Informationen erhalten Sie unter www.sv-veranstaltungen.de.

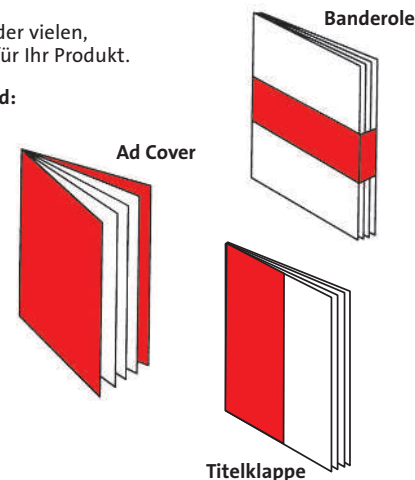
Weitere Informationen zu allen Sonderwerbformen erhalten Sie von Ihrem Verkaufsteam!

Sonderwerbformen

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

Unsere Sonderwerbformen sind:

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



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

Titelklappe: Das Magazin wird mit einem das halbe Cover abdeckendem Umhefter ummantelt (bei Klammerheftung) oder erhält eine nur auf dem Cover aufgebrauchte Klappe (bei Klebebindung).

Banderole: Die Banderole wird als bedruckter Papierstreifen um die Zeitschrift/Zeitung gelegt und auf der Rückseite verschlossen.



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: 10.324 Exemplare
Tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt: 10.063 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: Bogen-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 25-3 38

4 Termine: siehe Termin- und Themenplan
Erscheinungsweise: 5 x jährlich
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.werkzeugundformenbau.de
Anzeigenabteilung: Thomas Seidel, Helmut Schempp
Telefon: 0 81 91 / 1 25-4 12
Telefax: 0 81 91 / 1 25-4 83
E-Mail: thomas.seidel@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 13801

7 Anzeigenformate (s. Info-Blatt Seite 6) und 4c-Preise (voll rabattfähig):

Format	Breite x Höhe in mm	Preise in €
1/1 Seite	178 x 257	5.380,-
2/3 Seite	116 x 257 / 178 x 169	3.830,-
1/2 Seite	86 x 257 / 178 x 126	3.220,-
1/3 Seite	56 x 257 / 178 x 83	2.290,-
1/4 Seite	86 x 126 / 178 x 62 / 41 x 257	1.580,-
1/8 Seite	41 x 126 / 86 x 62 / 178 x 29	1.060,-

Sonstige Formate:

Berechnung nach mm-Preis (Spaltenbreite 41 mm)

ab 300 mm € 5,23

bis 300 mm € 6,53

(Mindestgröße 50 mm)

Vorzugsplätze:

2. Umschlagseite – 4c € 5.990,-

4. Umschlagseite – 4c € 5.990,-

8 Schwarz/weiß-Anzeigen: auf Anfrage

8.1 Einzelfarbzuschläge:

je Skalenfarbe für 1/1 Seite € 410,-

je Skalenfarbe für kleinere Formate € 360,-

8.2 Zuschläge für Platzierungen:

Platzierungsvorschriften ab 1/2 Seite 10 %

9 Rubrikanzeigen:

Stellenangebot: 20 % Rabatt auf den regulären Preis (siehe Punkt 7+8)

Stellensuche: 50 % Rabatt auf den regulären Preis (siehe Punkt 7+8)

10 Sonderwerbformen (s. auch Seite 3):

Sonderdrucke und PDF's 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:

Umfang	Papiergewicht	bis 170 g/m ²	über 170 g/m ²
2 Seiten		4.750,-	4.950,-
4 Seiten		8.080,-	8.340,-

weitere Formate auf Anfrage.

Anlieferung: Muster bei Auftragserteilung. Auflage bis 14 Tage vor Erscheinen.

Format unbeschnitten 216 mm breit, 305 mm hoch.

Kopfbeschnitt 5 mm. Mehrseitige Beihefter auf obiges Format gefalzt.

14 Beilagen:

(nicht rabattfähig und nur für Gesamtauflage)

bis zu 25 g Gewicht € 4.040,-

je weitere 25 g Gewicht € 2.020,-

(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 € 1.060,-

Zuzüglich Klebekosten

– für maschinelle Verarbeitung € 450,-

– für manuelle Verarbeitung € 1.000,-

16 Lieferanschrift für Einhefter, Beilagen und Beikleber:

Kessler Druck + Medien, Michael-Schäffer-Straße 1, D-86399 Bobingen
(mit Vermerk: für W&F, Heft Nr. ...)



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

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

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

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

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

*angeschnitten

1/8 Seite Block 86 x 62 mm 105 x 85 mm* (inkl. 3 mm Beschnitt)	1/8 Seite hoch 41 x 126 mm 60 x 149 mm* (inkl. 3 mm Beschnitt)
1/8 Seite quer 178 x 29 mm 216 x 52 mm* (inkl. 3 mm Beschnitt)	

*angeschnitten



online + print: bei Ihrer Zielgruppe präsent!

- Rubrikwahl nach Rücksprache
- Ergänzungsmöglichkeit des Eintrages durch Ihr persönliches Logo (auch in Farbe möglich)
- Standardeintrag kostenfrei auf www.werkzeugundformenbau.de
- Monatliche Neuaufnahme möglich

Preise*:

mm-Preis	€ 2,46 pro Ausgabe und Rubrik
Farblogo	€ 25,- pro Ausgabe
Link im Online-Guide	€ 60,- pro Link (€ 10,- pro Monat)

Alle Preise verstehen sich zzgl. MwSt.

*Ihr Eintrag ist weder rabatt-, noch provisionsfähig.

Erscheinungsweise: 5 Ausgaben pro Jahr

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

Bei Rückfragen: Thomas Seidel
 Telefon: 0 81 91/1 25-4 12
 Telefax: 0 81 91/1 25-4 83
 E-Mail: thomas.seidel@mi-verlag.de

Eintragungs-/Berechnungsbeispiele:

Adresseintrag

SFR Formenbau GmbH
 Hans-Böckler-Straße 28
 72770 Reutlingen
 Tel. (0 71 21) 5 14 94-60
 Fax (0 71 21) 5 14 94-61
www.sfrformenbau.de
sfr@sfrformenbau.de

mm-Preis:	€ 2,46
Adresse:	23 mm Höhe
Gesamt:	€ 56,58

(pro Rubrik und Ausgabe)

Adresseintrag mit
 Ihrem Firmenlogo und
 Ihrem Zusatztext

SCHUMAG

Schumag AG
 Nerscheider Weg 170
 52076 Aachen
 Tel. (0 24 08) 12-2 80
 Fax (0 24 08) 12-2 85
www.schumag.de
nt-sales@schumag.de

- Normalien für den Werkzeug- und Formenbau
- Sonderteile nach Kundenzeichnungen

mm-Preis:	€ 2,46
Adresse + Logo	
+ Zusatzeintrag:	45 mm Höhe
+ Farbe:	€ 25,00
Gesamt:	€ 135,70

(pro Rubrik und Ausgabe)

Logos
 auch in Farbe
 möglich!

Adresseintrag mit
 Ihrem Firmenlogo



Entwicklungs- und Vertriebs- GmbH & Co. KG
 Tel. (07 51) 5 60 50-0
www.pfleghar.de
 Fräsmaschinen, HSC Spindeln,
 MDE, BDE, CAM-Software

mm-Preis:	€ 2,46
Adresse + Logo:	26 mm Höhe
Gesamt:	€ 63,96

(pro Rubrik und Ausgabe)

Originalschrift:

Helvetica medium cond., 8,5 Pkt.
 (Beispiele um 40 % verkleinert.)

Termine		1/11 Februar	2/11 April	3/11 Juni	4/11 September	5/11 November
	Anzeigenschluss	25.01.2011	28.03.2011	06.06.2011	23.08.2011	28.10.2011
	Erscheinungstermin	16.02.2011	20.04.2011	29.06.2011	15.09.2011	22.11.2011
Messen/ Sonderthemen		5-Achs-BAZ	Medizintechnik	CAD/CAM	EMO, Hannover Innovationswegweiser	EuroMold, Frankfurt Innovationswegweiser
Ständige Rubriken	Technologien					
<ul style="list-style-type: none"> • SPRITZEN & GIESSEN • PRESSEN & UMFORMEN • ENGINEERING & DIENSTLEISTUNG • TRENDS & INNOVATIONEN • SERIE: BENCHMARK – LERNEN VON DEN BESTEN 	C-Techniken:					
	• CAD/CAM	●	●	●	●	●
	• Simulation		●		●	●
	• Reverse Engineering	●		●		●
	Produktentwicklung					
	• Rapid Manufacturing	●	●	●	●	●
	• Rapid Tooling		●	●	●	●
	• Rapid Prototyping	●	●	●		●
	Spanende Fertigungsverfahren					
	• Drehen		●	●	●	
	• Fräsen	●	●	●	●	●
	• Schleifen	●			●	
	• HSC-Bearbeitung	●	●	●	●	●
	• 5-Achs-Bearbeitung	●	●	●	●	●
	• Hartbearbeitung		●	●	●	
	Werkzeugtechnik					
	• Fräsen	●	●	●	●	●
	• Drehen		●	●	●	
	• Schleifen			●	●	
	• Bohren/Tiefbohren		●		●	●
	• Spanntechnik	●		●	●	●
	EDM					
	• Senkerodieren	●	●	●	●	●
	• Drahterodieren	●		●	●	●
	• Komponenten		●			●
	Spanntechnik			●		
	Laser					
	• Auftragsschweißen	●		●		●
	• Schneiden	●			●	●
	• Beschriften			●	●	●
	Wasserstrahlschneiden			●		●
	Steuerungs- und Antriebstechnik	●		●	●	
Messtechnik/Qualitätssicherung	●	●	●		●	
Fertigungsplanung						
• PPS			●		●	
• ERP		●	●	●	●	
• BDE/MDE	●	●	●		●	
Komponenten						
• Werkstoffe	●	●	●	●	●	
• Normalien	●	●	●		●	
• Heißkanaltechnik	●	●	●	●	●	
• KSS/MMKS		●	●		●	
Marktbilder		5-Achs-BAZ		CAD/CAM-Systeme		Laserauftrags-schweißen

*Innovationswegweiser: DIN A5-Vollbeilage in werkzeug&formenbau und fertigung; Gesamtauflage = 29.500 Exemplare; siehe Umschlagklappe Seite 17.

Messen/In- und Ausland

"Z"	Leipzig	01. – 04.03.2011
CeBit	Hannover	01. – 05.03.2011
metall München	München	16. – 19.03.2011
Med Tec	Stuttgart	22. – 24.03.2011
Hannover Messe	Hannover	04. – 08.04.2011
Control	Stuttgart	03. – 06.05.2011
Stanz Tec	Pforzheim	22. – 24.06.2011
EMO	Hannover	19. – 24.09.2011
Fakuma	Friedrichshafen	18. – 22.10.2011
Euromold	Frankfurt	30.11. – 03.12.2011
BLECHEXPO	Stuttgart	06. – 09.12.2011

werkzeug & formenbau

Ansprechpartner Redaktion:

Richard Pergler (Verantwortlicher Redakteur)
Tel.: 0 81 91/125-6 97, Fax: 0 81 91/125-8 22
E-Mail: richard.pergler@mi-verlag.de

Ansprechpartner Anzeigen:

Helmut Schempp (Leitung)
Tel.: 0 81 91/125-4 49, Fax: 0 81 91/125-4 83
E-Mail: helmut.schempp@mi-verlag.de

Thomas Seidel
Tel.: 0 81 91/125-4 12, Fax: 0 81 91/125-4 83
E-Mail: thomas.seidel@mi-verlag.de

Unser Onlineangebot

- 1 Web-Adresse:** www.werkzeugundformenbau.de
- 2 Kurzcharakteristik:** Internet-Angebot der B-to-B-Kommunikation für Entscheider und Anwender aus den Bereichen Werkzeug-, Formen-, Gesenk- und Vorrichtungs-bau. Täglich aktuelle Nachrichten, zudem Produkt- und Firmendatenbank, Marktübersichten und Hintergrundberichte.
- 3 Zielgruppe:** Entscheider und Anwender aus den Bereichen Werkzeug-, Formen-, Gesenk- und Vorrichtungs-bau



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	€ 80,-
Skyscraper	Rechts neben der Webseite	Alle Rubriken oder nur Thema oder nur Homepage	120 bis 160 x 600	€ 140,-
Leaderboard od. Superbanner	Top	Alle Rubriken oder nur Thema oder nur Homepage	728 x 60 bis 90	€ 150,-
Rectangle	Rechts oben	Alle Rubriken oder nur Thema oder nur Homepage	180 x 150	€ 60,-
Wallpaper	Top	Alle Rubriken oder nur Thema oder nur Homepage	Skyscraper + Leaderboard	€ 290,-

Sonderwerbformen:

Werbeform	Laufzeit	Leistung	Platzierung	Preis
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 Printanzeige, Partnerlinks, Microsites, Banner- und Newsletterwerbung. Selbstverständlich sind auch eigene Kombinationen möglich. Bitte wenden Sie sich an Ihren Mediaberater

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 (bereinigt, ohne Suchmaschinen)
6.870

Datenanlieferung:

mindestens 1 Woche vor Schaltbeginn per E-Mail an thomas.seidel@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

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

Externer AdServer-Einsatz: OpenAdstream von RealMedia

Ansprechpartner: Thomas Seidel Tel. +49 (0)8191/125-412
E-Mail: thomas.seidel@mi-verlag.de

16 Auflagenkontrolle:			
17 Auflagenanalyse:	Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt (1. Juli 2009–30. Juni 2010)		
Druckauflage:	10.324		
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):	10.063	davon Ausland:	266
Verkaufte Auflage:	946	davon Ausland:	88
– Abonnierte Exemplare:	562	davon Mitgliederstücke:	0
– Sonstiger Verkauf:	384		
– Einzelverkauf:	0		
Freistücke:	9.117		
Rest-, Beleg- und Archivexemplare:	261		

18 Geographische Verbreitungsanalyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	93,2	9.374
Ausland	2,6	266
Sonstige*	4,2	423
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	10.063

Verbreitung nach Nielsen-Gebieten:	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Nielsen-Gebiet 1 Hamburg, Bremen, Schleswig-Holstein, Niedersachsen	8,5	797
Nielsen-Gebiet 2 Nordrhein-Westfalen	25,2	2.362
Nielsen-Gebiet 3a Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland	14,8	1.387
Nielsen-Gebiet 3b Baden-Württemberg	23,0	2.156
Nielsen-Gebiet 4 Bayern	16,8	1.575
Nielsen-Gebiete 5–7 Berlin und neue Bundesländer	11,7	1.097
Tatsächlich verbreitete Auflage Inland (tvA)	100,0	9.374

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

19 Branchen/Wirtschaftszweige/Fachrichtungen/Berufsgruppen

Nr. der Klassifikation WZ 2008	Empfängergruppen (lt. Klassifikation der Wirtschaftszweige, WZ 2008)	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
		%	Empfänger
	Selbständige Unternehmen des Werkzeug- und Formenbaus	33,5	3.371
	Unternehmen mit eigenem Werkzeug-, Formen- oder Vorrichtungsbau in folgenden Branchen	61,2	6.159
22	Herstellung von Gummi- und Kunststoffwaren	26,8	1.650
24.4, 24.5	Erzeugung und Bearbeitung von Metall, Gießereien	9,6	591
25, 25.5	Herstellung von Metallerzeugnissen, Schmiede-, Press-, Zieh- und Stanzteile	27,7	1.706
28	Maschinenbau	15,8	973
26, 27, 32.5	Medizin-, Mess-, Steuer- und Regelungstechnik, Optik Elektrotechnik, Elektronik	14,9	919
29, 30	Herstellung von Kraftwagen und Kraftwagenteilen, sonstiger Fahrzeugbau (Schiff-, Schienen-, Luft- und Raumfahrzeugbau)	5,2	320
71.12	Ingenieurbüros für technische Fachplanung	1,1	110
	Sonstige*	4,2	423
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)		100,0	10.063

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

20 Größe der Wirtschaftseinheit

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Empfänger
1–99 Beschäftigte	46,3	4.659
100–199 Beschäftigte	15,3	1.539
200–499 Beschäftigte	18,5	1.862
500–999 Beschäftigte	9,0	906
1.000 und mehr Beschäftigte	6,7	674
Sonstige*	4,2	423
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	10.063

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

21.1 Tätigkeitsmerkmal: Aufgabenbereich

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Empfänger
Unternehmensleitung / Technische Leitung	39,2	3.944
Leitung Werkzeugbau inkl. selbständiger Werkzeug- und Formenbauer	44,0	4.428
Entwicklung / Konstruktion	12,6	1.268
Sonstige*	4,2	423
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	10.063

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

1. Untersuchungsmethode

Empfänger-Struktur-Analyse durch Dateiauswertung – Total-Erhebung

2. Beschreibung der Empfängerschaft zum Zeitpunkt der Datenerhebung:

2.1. Beschaffenheit der Datei

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

2.2. Gesamtzahl Empfänger in der Datei: 18.733

2.3. Gesamtzahl wechselnder Empfänger: 14.595

2.4. Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

– Verkaufte Auflage	946
davon: abonnierte Exemplare	562
Einzelverkauf	0
sonstiger Verkauf	384

– Freistücke	9.117
davon: ständige Freistücke	3.192
wechselnde Freistücke	5.664
Werbeexemplare	261

Tatsächlich verbreitet Auflage (tvA)	10.063
→ davon Inland	9.797
→ davon Ausland	266

3. Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil)

Grundgesamtheit (tvA)	10.063 = 100 %
Davon in der Untersuchung nicht erfasst:	
→ Werbeexemplare	261 = 2,59 %
Die Untersuchung repräsentiert a von der Grundgesamtheit (tvA)	9.802 = 97,41 %

3.2 Tag der Datei-Auswertung: 01.08.2010

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.

3.4 Zielperson der Untersuchung:

Die in der Datei erfassten persönlichen Empfänger in Institutionen.

3.5 Definition des Lesers: entfällt

3.6 Zeitraum der Untersuchung: Juni 2010

3.7 Durchführung der Untersuchung: Verlag

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

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

§ 1 Geltung, Ausschließlichkeit

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

§ 2 Angebot, Vertragschluss

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

§ 3 Preise, Zahlungsbedingungen, Preisminderung

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

§ 4 Vertragsabwicklung

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

Weitergabe der Offerten übernimmt der Verlag jedoch nicht.

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

§ 5 Mängelgewährleistung

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

§ 6 Haftung

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

§ 7 Rechteinräumung

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

§ 8 Speicherung von Auftragsdaten

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

§ 9 Erfüllungsort, Gerichtsstand

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

Stand: Juli 2010

werkzeug & formenbau



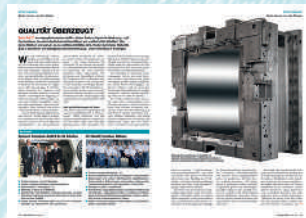
Trendreport

Ausführliche Hintergrundinformationen zu brandheißen Themen: Von der Redaktion recherchiert und aufbereitet.



Benchmark

Lernen von den Besten der Branche.
Erfolgsrezepte exklusiv in werkzeug&formenbau



Umfragen + Tagungen

Seriös recherchiert – heiß diskutiert



Der Innovationswegweiser

werkzeug & formenbau

—fertigung



Der **praktische Messeführer** im Format DIN A5 (= ½ DIN A4) erscheint als Vollbeilage in beiden Magazinen.

1. zur EMO im September
2. zur Euromold im November

Gesamtauflage: 29.500 Exemplare
Mögliche Formate auf DIN A4 – 4c / Preise

- a) 1/2: € 3.340,-
- b) 1/4: € 1.680,-

1 Anzeige – 2 Zielgruppen



Richard Pergler
Redaktion (verantwortlich)
Tel.: 0 81 91/1 25-6 97
E-Mail: richard.pergler@mi-verlag.de



Wolfgang Pittrich
Redaktion
Tel.: 0 81 91/1 25-3 43
E-Mail: wolfgang.pittrich@mi-verlag.de



Jürgen Gutmayr
Redaktion
Tel.: 0 81 91/1 25-5 45
E-Mail: juergen.gutmayr@mi-verlag.de



Veronika Gabler
Sekretariat
Tel.: 0 81 91/1 25-4 85
E-Mail: veronika.gabler@mi-verlag.de



Helmut Schempp
Anzeigenleitung
Tel.: 0 81 91/1 25-4 49
E-Mail: helmut.schempp@mi-verlag.de



Thomas Seidel
Anzeigenverkauf
Tel.: 0 81 91/1 25-4 12
E-Mail: thomas.seidel@mi-verlag.de



Susanne Guggenberger
Anzeigendisposition
Tel.: 0 81 91/1 25-8 32
E-Mail: susanne.guggenberger@mi-verlag.de