

Technik und Wirtschaft für die deutsche Industrie

Produktion

www.produktion.de

Stemmen Produktion (Haupt) · Chemie (Haupt) · Metall (Haupt) · Holz (Haupt) · Textil (Haupt)

Stemmen Seite 4 bis 6
Stemmen Seite 10 bis 12
Stemmen Seite 14 bis 16

Bis 15. November
www.ladik.de
jahres.de

Interview Reis Robotics:
Dr. Michael Wenzel

Industriestandort: Bayern
Ist auf Rekordkurs

Robotik: Leichtgewichte
für den Mittelstand

Special Blechbearbeitung:
Alternativen zum Laser

IM FOKUS

Cemat-Rekord: Besucher
zur HAPPIE aus Ausland

HANNOVER (M). Mit mehr als 1.000 Hilfswerkzeugen, gestiegener Innovationsaktivität und Fortschrittskonzepte ist am Freitag die Cemat - die Weltleitmesse der Werkzeugmaschinen der Metallindustrie in Hannover zu Ende gegangen. **Seite 6**

**Deutscher Elektromarkt
steht an vierter Stelle**

HANNOVER (M). Die internationale Elektromesse ist mit einem Rekordumsatz von 2,8 Milliarden Euro der größte Wirtschaftsausschuss weltweit. Am Freitag haben China, USA, Japan und Deutschland die wichtigsten Branchen aus der Chemie, aus der Automobilindustrie. **Seite 6**

Maschinenbau-Trends

ROCHEM (M). Laut Osnabrücker Studie sind 2012 die größten Wirtschaftsausschüsse weltweit. Die Maschinenbau-Trends sind: China, USA, Japan und Deutschland. Die wichtigsten Branchen aus der Chemie, aus der Automobilindustrie. **Seite 6**

Schneller!

VEROS-HSA plus
Das Roboterschnittwerkzeug für
geringeren Platzbedarf
von bis zu 90%
SCHUNK
Spezialwerkzeuge für die
Produktion

ZAHLE DER WOCHE

1084 ...
Anzahl der Besucher zur Fachmesse Cemat. Der Vorstand des Gesamtverbandes der Deutschen Maschinenbauhersteller (VDMA) hat die Teilnehmerzahl der Cemat auf 1084 geschätzt.

ZITIERTE

„Jahres-Sonderbilanz lassen wir erst im nächsten Jahr veröffentlichen.“
Markus Pöhl, Leiter Bereich Marketing Network bei Hilti.

SERVICE

Die Produktion ist ein...
www.produktion.de

MASCHINENBAU-AKTIEINDEX

Schnelle Erholung treibt den Automobil- und Maschinenbau an

ROCHEM (M). Die Entwicklung des Maschinenbau-Aktienindex im vergangenen Jahr zeigt, wie stark das produzierende Gewerbe in Deutschland vom Wirtschaftsaufschwung profitiert.

LANDESBERG. Der Maschinenbauindex ist in die drei vergangenen Monate wieder gestiegen. Der VDMA hat die Entwicklung des Maschinenbauindex im vergangenen Jahr auf 11,8 Prozent gesteigert. Die wichtigsten Branchen aus der Chemie, aus der Automobilindustrie. **Seite 6**



Sören Mitterer, CEO Röchling Group

Die Entwicklung des Maschinenbau-Aktienindex im vergangenen Jahr zeigt, wie stark das produzierende Gewerbe in Deutschland vom Wirtschaftsaufschwung profitiert. Der VDMA hat die Entwicklung des Maschinenbauindex im vergangenen Jahr auf 11,8 Prozent gesteigert. Die wichtigsten Branchen aus der Chemie, aus der Automobilindustrie. **Seite 6**

Die Entwicklung des Maschinenbau-Aktienindex im vergangenen Jahr zeigt, wie stark das produzierende Gewerbe in Deutschland vom Wirtschaftsaufschwung profitiert. Der VDMA hat die Entwicklung des Maschinenbauindex im vergangenen Jahr auf 11,8 Prozent gesteigert. Die wichtigsten Branchen aus der Chemie, aus der Automobilindustrie. **Seite 6**

KOSTENINNOVATION

Elektro-Auto für 5000 Euro – Batterie wird geleast

ROCHEM (M). Die Entwicklung des Maschinenbau-Aktienindex im vergangenen Jahr zeigt, wie stark das produzierende Gewerbe in Deutschland vom Wirtschaftsaufschwung profitiert. Der VDMA hat die Entwicklung des Maschinenbauindex im vergangenen Jahr auf 11,8 Prozent gesteigert. Die wichtigsten Branchen aus der Chemie, aus der Automobilindustrie. **Seite 6**



Das Thema Kosteninnovation steht laut Professor Achim Kempner im Vordergrund.

Die Entwicklung des Maschinenbau-Aktienindex im vergangenen Jahr zeigt, wie stark das produzierende Gewerbe in Deutschland vom Wirtschaftsaufschwung profitiert. Der VDMA hat die Entwicklung des Maschinenbauindex im vergangenen Jahr auf 11,8 Prozent gesteigert. Die wichtigsten Branchen aus der Chemie, aus der Automobilindustrie. **Seite 6**

EMERSON (M). Die Entwicklung des Maschinenbau-Aktienindex im vergangenen Jahr zeigt, wie stark das produzierende Gewerbe in Deutschland vom Wirtschaftsaufschwung profitiert. Der VDMA hat die Entwicklung des Maschinenbauindex im vergangenen Jahr auf 11,8 Prozent gesteigert. Die wichtigsten Branchen aus der Chemie, aus der Automobilindustrie. **Seite 6**

LANDESBERG. Der Maschinenbauindex ist in die drei vergangenen Monate wieder gestiegen. Der VDMA hat die Entwicklung des Maschinenbauindex im vergangenen Jahr auf 11,8 Prozent gesteigert. Die wichtigsten Branchen aus der Chemie, aus der Automobilindustrie. **Seite 6**

Die Entwicklung des Maschinenbau-Aktienindex im vergangenen Jahr zeigt, wie stark das produzierende Gewerbe in Deutschland vom Wirtschaftsaufschwung profitiert. Der VDMA hat die Entwicklung des Maschinenbauindex im vergangenen Jahr auf 11,8 Prozent gesteigert. Die wichtigsten Branchen aus der Chemie, aus der Automobilindustrie. **Seite 6**

Die Entwicklung des Maschinenbau-Aktienindex im vergangenen Jahr zeigt, wie stark das produzierende Gewerbe in Deutschland vom Wirtschaftsaufschwung profitiert. Der VDMA hat die Entwicklung des Maschinenbauindex im vergangenen Jahr auf 11,8 Prozent gesteigert. Die wichtigsten Branchen aus der Chemie, aus der Automobilindustrie. **Seite 6**

Die Entwicklung des Maschinenbau-Aktienindex im vergangenen Jahr zeigt, wie stark das produzierende Gewerbe in Deutschland vom Wirtschaftsaufschwung profitiert. Der VDMA hat die Entwicklung des Maschinenbauindex im vergangenen Jahr auf 11,8 Prozent gesteigert. Die wichtigsten Branchen aus der Chemie, aus der Automobilindustrie. **Seite 6**

Die Entwicklung des Maschinenbau-Aktienindex im vergangenen Jahr zeigt, wie stark das produzierende Gewerbe in Deutschland vom Wirtschaftsaufschwung profitiert. Der VDMA hat die Entwicklung des Maschinenbauindex im vergangenen Jahr auf 11,8 Prozent gesteigert. Die wichtigsten Branchen aus der Chemie, aus der Automobilindustrie. **Seite 6**

Die Entwicklung des Maschinenbau-Aktienindex im vergangenen Jahr zeigt, wie stark das produzierende Gewerbe in Deutschland vom Wirtschaftsaufschwung profitiert. Der VDMA hat die Entwicklung des Maschinenbauindex im vergangenen Jahr auf 11,8 Prozent gesteigert. Die wichtigsten Branchen aus der Chemie, aus der Automobilindustrie. **Seite 6**

Die Entwicklung des Maschinenbau-Aktienindex im vergangenen Jahr zeigt, wie stark das produzierende Gewerbe in Deutschland vom Wirtschaftsaufschwung profitiert. Der VDMA hat die Entwicklung des Maschinenbauindex im vergangenen Jahr auf 11,8 Prozent gesteigert. Die wichtigsten Branchen aus der Chemie, aus der Automobilindustrie. **Seite 6**

Die Entwicklung des Maschinenbau-Aktienindex im vergangenen Jahr zeigt, wie stark das produzierende Gewerbe in Deutschland vom Wirtschaftsaufschwung profitiert. Der VDMA hat die Entwicklung des Maschinenbauindex im vergangenen Jahr auf 11,8 Prozent gesteigert. Die wichtigsten Branchen aus der Chemie, aus der Automobilindustrie. **Seite 6**

Die Entwicklung des Maschinenbau-Aktienindex im vergangenen Jahr zeigt, wie stark das produzierende Gewerbe in Deutschland vom Wirtschaftsaufschwung profitiert. Der VDMA hat die Entwicklung des Maschinenbauindex im vergangenen Jahr auf 11,8 Prozent gesteigert. Die wichtigsten Branchen aus der Chemie, aus der Automobilindustrie. **Seite 6**

Die Entwicklung des Maschinenbau-Aktienindex im vergangenen Jahr zeigt, wie stark das produzierende Gewerbe in Deutschland vom Wirtschaftsaufschwung profitiert. Der VDMA hat die Entwicklung des Maschinenbauindex im vergangenen Jahr auf 11,8 Prozent gesteigert. Die wichtigsten Branchen aus der Chemie, aus der Automobilindustrie. **Seite 6**

Die Entwicklung des Maschinenbau-Aktienindex im vergangenen Jahr zeigt, wie stark das produzierende Gewerbe in Deutschland vom Wirtschaftsaufschwung profitiert. Der VDMA hat die Entwicklung des Maschinenbauindex im vergangenen Jahr auf 11,8 Prozent gesteigert. Die wichtigsten Branchen aus der Chemie, aus der Automobilindustrie. **Seite 6**

Die Entwicklung des Maschinenbau-Aktienindex im vergangenen Jahr zeigt, wie stark das produzierende Gewerbe in Deutschland vom Wirtschaftsaufschwung profitiert. Der VDMA hat die Entwicklung des Maschinenbauindex im vergangenen Jahr auf 11,8 Prozent gesteigert. Die wichtigsten Branchen aus der Chemie, aus der Automobilindustrie. **Seite 6**

Die Entwicklung des Maschinenbau-Aktienindex im vergangenen Jahr zeigt, wie stark das produzierende Gewerbe in Deutschland vom Wirtschaftsaufschwung profitiert. Der VDMA hat die Entwicklung des Maschinenbauindex im vergangenen Jahr auf 11,8 Prozent gesteigert. Die wichtigsten Branchen aus der Chemie, aus der Automobilindustrie. **Seite 6**

Die Entwicklung des Maschinenbau-Aktienindex im vergangenen Jahr zeigt, wie stark das produzierende Gewerbe in Deutschland vom Wirtschaftsaufschwung profitiert. Der VDMA hat die Entwicklung des Maschinenbauindex im vergangenen Jahr auf 11,8 Prozent gesteigert. Die wichtigsten Branchen aus der Chemie, aus der Automobilindustrie. **Seite 6**

Die Entwicklung des Maschinenbau-Aktienindex im vergangenen Jahr zeigt, wie stark das produzierende Gewerbe in Deutschland vom Wirtschaftsaufschwung profitiert. Der VDMA hat die Entwicklung des Maschinenbauindex im vergangenen Jahr auf 11,8 Prozent gesteigert. Die wichtigsten Branchen aus der Chemie, aus der Automobilindustrie. **Seite 6**

Technik und Wirtschaft für die deutsche Industrie
Produktion
MAGAZIN
Siehe Seiten 14/15.

MEDIA

Informationen Print + Online

Titel-Porträt	2
Preise	3/4
Sonderwerbformen	5
Formate und technische Angaben	6/7
Termin- und Themenplan	8/9/10/11
Redaktionsplan	12/13
Produktion MAGAZIN	14/15
Produktion Veranstaltungen	16
Auflagenanalyse	17
Empfängeranalyse	18/19
Online-Werbung	20/21/22/23
AGB	24
Gesprächspartner	25/26

m-verlag
moderne industrie

erfolgsmedien für experten

Mediengruppe SV Süddeutscher Verlag



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

- 1 Titel:** Produktion
- 2 Kurzcharakteristik:**
Die Fachzeitung Produktion erreicht mit ihrem Themen-Mix aus Technik und Wirtschaft die ganze Entscheider-Kette der verarbeitenden Industrie von Fachkräften und Spezialisten (Markenentscheider) über Leiter von Fertigung und produktionsnahen Abteilungen wie Konstruktion und Logistik (Mengen- und Technologie-Entscheider) bis zu Geschäftsführern und Technik-Vorständen (Finanzentscheider). Produktion unterstützt sie mit Technik-Know-How und Produkt-Informationen im Shop Floor, mit Praxis-Beispielen und Management-Tipps bei der Prozess-Optimierung und mit Wettbewerbs- und Marktanalysen bei unternehmerischen Entscheidungen.

Die Stärken des Fachtitels Produktion liegen in seiner großen Industrie-Reichweite, im zielgruppengenaue Themen-Spektrum, der hohen Qualität seiner faktischen Berichterstattung und der großen Aktualität in Verbindung mit zeitungstypisch schnellem Überblick.

- 3 Zielgruppe:** siehe „Kurzcharakteristik“
- 4 Erscheinungsweise:** wöchentlich, Donnerstag
- 5 Heftformat:** 285 mm breit, 400 mm hoch
- 6 Jahrgang:** 51. Jahrgang 2012
- 7 Bezugspreis:** (inkl. Versandkosten und MwSt.)
 Jahresabonnement Inland € 99,80
 Ausland € 104,00
 Einzelverkaufspreis (zzgl. Versandkosten) € 2,80
- 8 Organ:** –
- 9 Mitgliedschaften:** –

- 10 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.produktion.de
 E-Mail: Redaktion: redaktion@produktion.de
 Anzeigen: anzeigen@produktion.de

11 Herausgeber: verlag moderne industrie GmbH

12 Anzeigen: Michael Klotz, Anzeigenleiter
 Telefon: 0 81 91 / 125-167
 E-Mail: michael.klotz@produktion.de

13 Redaktion: Eduard Altmann, Chefredakteur
 Telefon: 0 81 91 / 125-681
 E-Mail: redaktion@produktion.de

14 Umfangsanalyse: 2010 = 42 Ausgaben + Sonderausgaben
 Gesamtumfang: 1.428 Seiten = 100,0 %
 Redaktioneller Teil: 1.071 Seiten = 75,0 %
 Anzeigenteil: 357 Seiten = 25,0 %
 Beilagen: 40 Stück

15 Inhalts-Analyse Redaktion: 1.071 Seiten = 100 %

Wirtschaft: 439 Seiten = 41,0 %
 (Wirtschaftsfakten, Management, Unternehmen und Branchen, Produktivität und IT, Geld und Recht, Nachrichten, Karriere)

Technik: 632 Seiten = 59,0 %
 (Meldungen und Nachrichten, Trends und Reports, F&E, Praxis, Neue Produkte, Specials, Office Tools)



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

1 Anzeigenpreise und Formate (siehe auch Seite 2 „Formate“)

	Anzeigengröße	Formate Breite x Höhe in mm	Preise inkl. Farbzuschlägen
Zeitungsformate	2/1 Seite	534 x 371	22.800
	1/2 Seite Panorama	534 x 183	18.220
	1/1 Seite	249 x 371	11.400
	2/5 Seite hoch	97 x 371	6.000
	1/2 Seite quer	249 x 183	9.150
	1/3 Seite quer	249 x 120	6.280
	1/4 Seite quer	249 x 89	4.000
	1/8 Seite quer	249 x 42	2.050
Magazinformate (A4-Format)	A4 Doppelseite	432 x 280	19.860
	A4 Seite	198 x 280	9.930
	Juniorspage	148 x 201	5.080
	1/2 Seite A4 quer	198 x 137	4.680
	1/2 Seite A4 hoch	97 x 280	4.680
	1/3 Seite A4 quer	198 x 90	3.150
	1/3 Seite A4 hoch	72 x 280	3.150
	1/3 Seite A4 Block	97 x 201	3.150
	1/4 Seite A4 quer	198 x 67	2.000
	1/4 Seite A4 hoch	47 x 280	2.000
	1/4 Seite A4 Block	97 x 137	2.000
	1/8 Seite A4 quer	198 x 32	1.015
	1/8 Seite A4 hoch	47 x 137	1.015
	1/8 Seite A4 Block	97 x 67	1.015
	1/16 Seite A4 Block	47 x 67	510

Alle Anzeigenpreise in € inklusive Farbzuschläge und zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer.

1.1 mm-Preis:
(Mindestgröße 30 mm) € 9,98

2 Zuschläge: (nicht rabattierbar)

Zuschläge für Platzierungen

Bindende Platzierungsvorschriften ab 400 mm Fläche möglich: 10 %

3 Rabatte (bei Abnahme innerhalb eines Jahres*)

Malstaffel	Mengenstaffel		
bei 3 Anzeigen	3 %	ab 3.300 mm	10 %
bei 6 Anzeigen	5 %	ab 6.600 mm	15 %
bei 12 Anzeigen	10 %	ab 9.900 mm	20 %
bei 24 Anzeigen	15 %	ab 13.200 mm	25 %

*Mehrjahresabschlüsse auf Anfrage

4 Rubrikanzeigen:

- Stellenanzeigen: auf Anfrage
- Kataloganzeigen mit Kennziffern: € 725,-



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

5 Sonderwerbeformen:

- Exklusive Titelseitenplatzierung: 47 mm breit x 50 mm hoch € 1.630,-
- Inselanzeige, 47 mm breit x 50 mm hoch € 1.220,-
- Banderole um Produktion (Format 430 x 105 mm) € 13.950,-
inkl. Druck- und Klebekosten.
Teilbelegung: € 380,-/%, Mindestmenge 10.000 Stück.
Preis für Banderole ist nicht rabattfähig.
- 1/1 Tunnelanzeige (sechsspaltige Anzeige über Bund,
links und rechts davon bleiben je 2 Spalten Redaktion bestehen): € 19.240,-
- 1/2 Tunnelanzeige (wie vorstehend, nur halbe Höhe): € 10.160,-
- Unternehmensprofil (Format 198 x 90 mm): € 2.020,-
- weitere Sonderwerbeformen siehe Seite 5

Einhefter:

nicht möglich (siehe Beilagen)

Beilagen:

- max. Beilagenformat 190 x 275 mm
(nicht rabattfähig, aber Teilbeilagen nach Ihrer Wunschselektion möglich)
- bis zu 25 g Gewicht inklusive Postgebühren € 11.030,-
 - bis zu 30 g Gewicht inklusive Postgebühren € 11.700,-
- Teilbeilagen nach Ihren Selektionsvorgaben bis 25 g Gewicht: € 290,-/‰
je weitere 5 wg zzgl. € 11,-/‰

Mindestmenge 3.000 Stück.

Aufgeklebte Postkarten:

In Verbindung mit Anzeige oder Einhefter. Preise auf Anfrage.

6 Kontakt:

Anzeigenleitung

Michael Klotz
Telefon 0 8191/125-167
michael.klotz@produktion.de

Anzeigendisposition

Renate Guggemos
Telefon 0 8191/125-323
renate.guggemos@produktion.de

7 Zahlungs- bedingungen:

netto innerhalb 30 Tage 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

Lieferanschrift für Beilagen:

westermann druck GmbH
Georg-Westermann-Allee 66
38104 Braunschweig

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! 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 20–23.

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 (siehe Seiten 25/26).

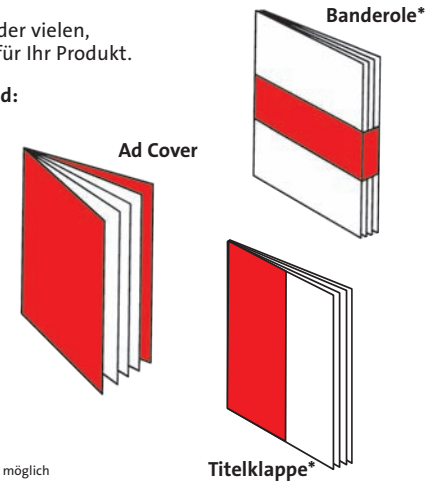
Sonderwerbformen

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

* nur bei A4-Magazinen möglich



Ad Cover: Dieser 4-seitige Bogen wird um den regulären Heftumschlag herumgelegt.

Titelklappe: Das Magazin wird mit einem das halbe Cover abdeckendem Umhefter ummantelt (bei Klammerheftung) oder erhält eine nur auf dem Cover aufgebraachte 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) 125-304

- 1 Zeitschriftenformat:** 285 mm breit, 400 mm hoch (Tabloid)
Satzspiegel: 249 mm breit, 371 mm hoch
 5 Spalten je 47 mm breit

2 Druck- und Bindeverfahren

- Druckverfahren:** Rollen-Offset Heatset
Bindeverfahren: –

- 3 Datenübermittlung:** renete.guggemos@produktion.de
 für Rückfragen: Tel. 08191/125-323

- 4 Datenformate:** Anlieferung von Daten im PDF-Format, Version 1.3 (PDF/X-1a), mit Acrobat Distiller ab Version 4.0 erzeugt und mit rastermoduliertem Proof. Bilddaten hochauflösend mindestens 300 dpi, Auflösung für 60er Raster, Farbmodell immer CMYK (nie RGB oder LAB-Elemente). Bitmap (Strichscans) sollten eine Auflösung von mindestens 800 dpi haben. Das Format angelegt in Originalmaßen plus Beschnittmarken.

- 5 Farben:** Bei digital übermittelten Druckvorlagen für Farbanzeigen ist gleichzeitig ein Farb-Proof mit Fogra Medienkeil Version 2.0 oder 3.0 und einem Proof- bzw. Messprotokoll (= Zertifikat) vom Kunden mitzuliefern. Ansonsten bestehen keine Ersatzansprüche des Kunden wegen etwaiger Farbabweichungen.

- 6 Proof:** Nach FOGRA-Standard. Mit FOGRA Medienkeil 2.0 oder 3.0 nach Standard, **PSO_LWC_Standard_eci.icc** für Inhalt in der Regel Papiertyp 3 FOGRA 46L – nach Standard, **ISOcoated_v2_eci.icc** für Umschlag in der Regel Papiertyp 2 FOGRA 39L – nach Standard.

Weitere Informationen über Voreinstellungen des PDF-Formates unter www.pdf-club.de oder technische Hotline **0 8191 125-338**

- 7 Datenarchivierung:** Daten werden archiviert. Unveränderte Wiederholungen sind deshalb in der Regel möglich. Eine Datengarantie wird jedoch nicht übernommen.

- 8 Gewährleistung:** 1. Für die Aufnahme von Anzeigen in bestimmte Nummern oder Ausgaben oder an bestimmten Plätzen wird keine Gewähr geleistet.

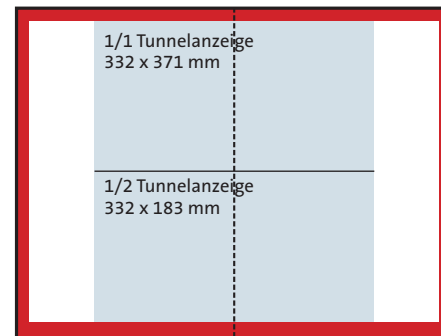
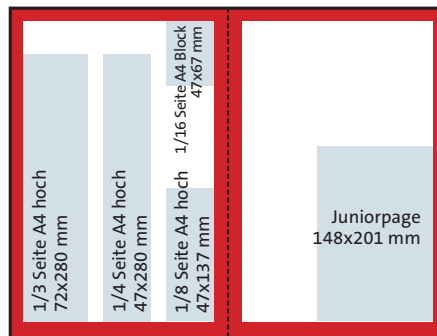
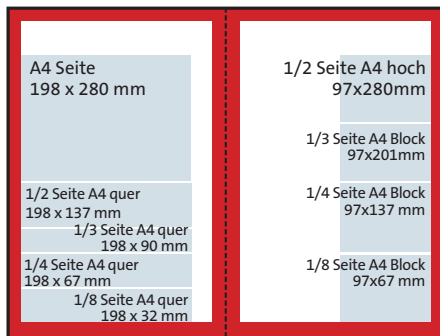
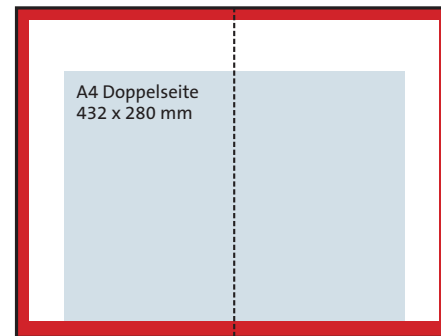
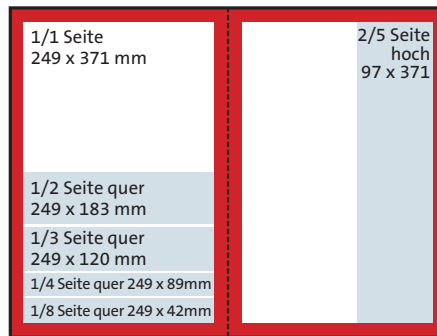
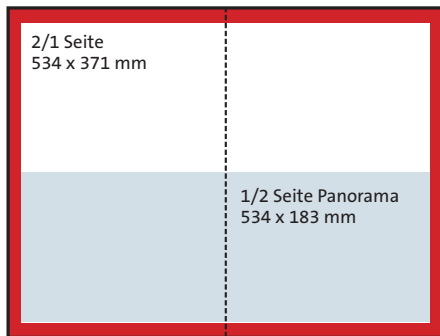
2. Der Verlag gewährleistet die drucktechnisch einwandfreie Wiedergabe der Anzeigen entsprechend Ausdruck auf Auflagenpapier. Voraussetzung ist die Zusendung geeigneter Druckvorlagen (vgl. Angaben in Preisliste).
3. Farbanzeigen: Bei digital übermittelten Druckvorlagen für Farbanzeigen ist gleichzeitig 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 fehlerhaftem Abdruck einer Anzeige, trotz rechtzeitiger Lieferung einwandfreier Druckvorlagen und rechtzeitiger Reklamation, kann der Auftraggeber den Abdruck einer einwandfreien Ersatzanzeige (Nacherfüllung) verlangen. Der Anspruch auf Nacherfüllung ist ausgeschlossen, wenn dies für den Verlag mit unverhältnismäßigen Kosten verbunden ist. Lässt der Verlag eine ihm gesetzte angemessene Frist verstreichen, so hat der Auftraggeber das Recht vom Vertrag zurückzutreten oder Zahlungsminderung in dem Ausmaß geltend zu machen, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Gewährleistungsansprüche von Kaufleuten als Auftraggeber verjähren innerhalb 12 Monate nach Veröffentlichung der entsprechenden Anzeige oder Beilage.
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.

9 Kontakt:

Anzeigen disposition:
 Renate Guggemos
 Telefon 08191/125-323
renate.guggemos@produktion.de



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



Alle Anzeigenpreise in € inklusive Farbzuschläge und zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer.



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

Monat	Ausgabe	Erscheinungstermin	Anzeigenschluss	Wirtschaft & Management	Technik	Messen 2012	
				in allen Ausgaben mit folgenden Rubriken			
				Nachrichten Wirtschaftsfakten Unternehmen und Märkte Management Energie-Effizienz	Trends und Reports F&E Konstruktion (Produkte & Praxis) Fertigung (Produkte & Praxis) Automation (Produkte & Praxis) Energie-Effizienz Office Tools	Zu den wichtigsten und größten Messen in der Industrie veröffentlicht Produktion umfangreiche Specials und Sonderteile mit allen wichtigen Informationen und Nachrichten rund um die jeweilige Messe.	Zu den aufgeführten Fachmessen und Events erscheinen Messevorschauen inklusive der zu erwartenden Messeneuheiten.
				Schwerpunkt-Themen		Messe-Specials	Messe-Termine
Januar	1-2	12.01.	19.12.	Industrie-Trends 2012	Werkstoffe Rohstoffe, Metalle, Nichtmetalle, Gusstechnik, Halbzeuge, Leichtbau		EUROGUSS, Nürnberg, 17.–19.01.
	3	19.01.	02.01.		Qualitätssicherung Mess- und Prüftechnik, Sensorik, Bildverarbeitung, Software	NORTEC	Kongress der Weltmarktführer, Schwäbisch Hall, 25.01.–26.01. NORTEC, Hamburg, 25.–28.01.
	4	26.01.	10.01.	IT für die Industrie ERP/PPS, BDE, MES	Konstruktion Antriebstechnik, Industrieelektronik, Fluidtechnik, Pumpen, Filter, Armaturen		
Februar	5	02.02.	17.01.	Logistik	Materialfluss Lagertechnik, Fördertechnik, Flurförderzeuge, Krane/Hebezeuge, Ident-, Wäge- und Verpackungstechnik		E-world energy & water, Essen, 07.-09.02.
	6	09.02.	24.01.	Copy-Test	Spanende Fertigung Werkzeugmaschinen, Präzisionswerkzeuge, Spanntechnik, Sägetechnik, Kühlschmierstoffe		
	7	16.02.	31.02.	Produktionsmittel für regenerative Energien	Roboter, Montage- und Handhabungstechnik	METAV	METAV, Düsseldorf, 28.02.–03.03.
	8	23.02.	07.02.	Industriestandort Nordrhein-Westfalen	Betriebstechnik Drucklufttechnik, Heizung/Klima/ Lüftung, Reinigung, Instandhaltung, Betriebsausrüstung Personen-/Maschinen-/Anlagenschutz		
März	9	01.03.	14.02.	Copy-Test	Automatisierung Antriebstechnik, Steuer- und Regeltechnik, Feldbusse, Sensoren, Bildverarbeitung, Roboter, Montage- und Handhabungstechnik	CeBIT	CeBIT, Hannover, 06.–10.03. USETEC, Köln, 05.–07.03. Int. Eisenwarenmesse, Köln, 04.–07.03.
	10	08.03.	21.02.		Blechbearbeitung Umform- und Lasertechnik, Wasserstrahlschneiden	LogiMAT Grindtec	LogiMAT, Stuttgart, 13.–15.03. Grindtec, Augsburg, 14.–17.03.
	11	15.03.	28.02.	Karriere: MBA	Computer Automation/IT-Hardware Gehäuse, IPC's, Netzteile, Bedienpanels, Embedded Systems		
	12	22.03.	06.03.		Fertigungstechnik Verbindungstechnik, Schweißen/Schneiden	wire/Tube	wire/tube, Düsseldorf, 26.–30.03.
	13	29.03.	13.03.	Logistik	Oberflächentechnik Reinigen, Trocknen, Beschichten	Messenachlese METAV	
April	14	05.04.	20.03.	Finanzierung	Betriebstechnik Drucklufttechnik, Heizung/Klima/ Lüftung, Reinigung, Instandhaltung, Betriebsausrüstung Personen-/Maschinen-/Anlagenschutz		
	15	12.04.	23.03.		Spanende Fertigung Werkzeugmaschinen, Präzisionswerkzeuge, Spanntechnik, Sägetechnik, Kühlschmierstoffe	Hannover Messe	Hannover Messe, 23.–27.04. Light + Building, Frankfurt, 15.–20.04.
	Sonderausgabe	12.04.	20.03.	Produktion MAGAZIN – Der offizielle Messeführer zur Hannover Messe 2012 (nähere Infos auf Seite 14/15)			
	16	19.04.	30.03.	IT für die Industrie PLM, MES, ERP/PPS	Roboter, Montage- und Handhabungstechnik	Hannover Messe	Hannover Messe, 23.–27.04.
Mai	17	26.04.	10.04.	Elektromobilität	Konstruktion Antriebstechnik, Industrieelektronik, Fluidtechnik, Pumpen, Filter, Armaturen		
	18	03.05.	16.04.	Logistik	Fertigungstechnik Verbindungstechnik, Schweißen/Schneiden	Control	Control, Stuttgart, 08.–11.05. RapidTech, Erfurt, 08.–09.05.
	19	10.05.	23.04.	Industriestandort Bayern	Blechbearbeitung Umform- und Lasertechnik, Wasserstrahlschneiden	AUTOMATICA	AUTOMATICA, München, 22.–25.05.
	20	16.05.	27.04.		Oberflächentechnik Reinigen, Trocknen, Beschichten Computer Automation/IT-Hardware Gehäuse, IPC's, Netzteile, Bedienpanels, Embedded Systems	AUTOMATICA	AUTOMATICA, München, 22.–25.05. Sensor + Test, Nürnberg, 22.–24.05. Optatec, Frankfurt, 22.–25.05.
	21	24.05.	07.05.		Automatisierung Antriebstechnik, Steuer- und Regeltechnik, Feldbusse, Sensoren, Bildverarbeitung, Roboter, Montage- und Handhabungstechnik	Messenachlese Hannover Messe	
	22	31.05.	11.05.	Produktionsmittel für regenerative Energien	Spanende Fertigung Werkzeugmaschinen, Präzisionswerkzeuge, Spanntechnik, Sägetechnik, Kühlschmierstoffe		
Juni	23	06.06.	18.05.	IT für die Industrie ERP/PPS, SCM, BDE	Werkstoffe Rohstoffe, Metalle, Nichtmetalle, Gusstechnik, Halbzeuge, Leichtbau		O&S/Lasys, Stuttgart, 12.–14.06. Intersolar, München, 13.–15.06.
	24	14.06.	25.05.		Materialfluss Lagertechnik, Fördertechnik, Flurförderzeuge, Krane/Hebezeuge, Ident-, Wäge- und Verpackungstechnik	ACHEMA	ACHEMA, Düsseldorf, 18.–22.06. Stanztec, Pforzheim, 19.–21.06.
	25	21.06.	04.06.		Automatisierung Antriebstechnik, Steuer- und Regeltechnik, Feldbusse, Sensoren, Bildverarbeitung, Roboter, Montage- und Handhabungstechnik	Messenachlese AUTOMATICA	
	Sonderausgabe	27.06.	04.06.	Produktion MAGAZIN – Die Besten Produkte 1 (nähere Infos auf Seite 14/15)			
	26	28.06.	12.06.		Betriebstechnik Drucklufttechnik, Heizung/Klima/Lüftung, Reinigung, Instandhaltung, Betriebsausrüstung Personen-/Maschinen-/Anlagenschutz		



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

Monat	Ausgabe	Erscheinungstermin	Anzeigenschluss	Wirtschaft & Management	Technik	Messen 2012	
				in allen Ausgaben mit folgenden Rubriken			
				Nachrichten Wirtschaftsfakten Unternehmen und Märkte Management Energie-Effizienz	Trends und Reports F&E Konstruktion (Produkte & Praxis) Fertigung (Produkte & Praxis) Automation (Produkte & Praxis) Energie-Effizienz Office Tool	Zu den wichtigsten und größten Messen in der Industrie veröffentlicht die Wirtschaftszeitung Produktion umfangreiche Specials und Sonderteile mit allen wichtigen Informationen und Nachrichten rund um die jeweilige Messe.	Zu den aufgeführten Fachmessen und Events erscheinen Messevorschauen inklusive der zu erwartenden Messeneuheiten.
				Schwerpunkt-Themen		Messe-Specials	Messe-Termine
Juli	27	05.07.	19.06.		Spanende Fertigung Werkzeugmaschinen, Präzisionswerkzeuge, Spanntechnik, Sägetechnik, Kühlschmierstoffe		
	28	12.07.	26.06.		Roboter, Montage- und Handhabungstechnik Computer Automation/IT-Hardware Industrieelektronik, Gehäuse, IPC's, Netzteile, Bedienpanels, Embedded Systems		
	29	19.07.	03.07.	Elektromobilität	Konstruktion Antriebstechnik, Industrieelektronik, Fluidtechnik, Pumpen, Filter, Armaturen		
	30	26.07.	10.07.	IT für die Industrie ERP, PLM, MES, BDE	Blechbearbeitung Umform- und Lasertechnik, Wasserstrahlschneiden		
August	31	02.08.	17.07.	Industrie-Trends	Fertigungstechnik Verbindungstechnik, Schweißen/Schneiden		
	32	09.08.	24.07.		Materialfluss Lagertechnik, Fördertechnik, Flurförderzeuge, Krane/Hebezeuge, Ident-, Wäge- und Verpackungstechnik		
	33	16.08.	30.07.	Industriestandort Baden-Württemberg	Betriebstechnik Drucklufttechnik, Heizung/Klima/Lüftung, Reinigung, Instandhaltung, Betriebsausrüstung Personen-/Maschinen-/Anlagenschutz		
	34	23.08.	06.08.	IT für die Industrie PLM, MES, ERP/PPS	Automatisierung Antriebstechnik, Steuer- und Regeltechnik, Feldbusse, Sensoren, Bildverarbeitung, Roboter, Montage- und Handhabungstechnik		
	35	30.08.	13.08.		Werkstoffe Rohstoffe, Metalle, Nichtmetalle, Gusstechnik, Halbzeuge, Leichtbau		
September	36	06.09.	21.08.		Blechbearbeitung Umform- und Lasertechnik, Wasserstrahlschneiden	AMB	AMB, Stuttgart, 18.–22.09.
	Sonderausgabe	10.09.	16.08.	Produktion MAGAZIN – Der Messeführer zur AMB 2012 (nähere Infos auf Seite 14/15)			
	37	13.09.	28.08.	Produktionsmittel für regenerative Energien	Oberflächentechnik Reinigen, Trocknen, Beschichten	AMB	AMB, Stuttgart, 18.–22.09. HUSUM Wind, Husum, 18.–22.09.
	38	20.09.	04.09.	Karriere: MBA	Materialfluss Lagertechnik, Fördertechnik, Flurförderzeuge, Krane/Hebezeuge, Ident-, Wäge- und Verpackungstechnik		FachPack, Nürnberg, 25.–27.09. Security, Essen, 25.–28.09.
	39	27.09.	11.09.		Qualitätssicherung Mess- und Prüftechnik, Sensorik, Bildverarbeitung, Software	Motek	Motek, Stuttgart, 08.–11.10.
Oktober	Sonderausgabe	02.10.	07.09.	Produktion MAGAZIN – Der offizielle Messeführer zur Motek 2012 (nähere Infos auf Seite 14/15)			
	40	04.10.	17.09.	Logistik	Fertigungstechnik Verbindungstechnik, Schweißen/Schneiden	Motek	Motek, Stuttgart, 08.–11.10. Bondexpo/Microsys, Stuttgart, 08.–11.10. COMPOSITES/ALUMINIUM, Essen, 09.–11.10.
	41	11.10.	24.09.	Finanzierung	Betriebstechnik Drucklufttechnik, Heizung/Klima/Lüftung, Reinigung, Instandhaltung, Betriebsausrüstung Personen-/Maschinen-/Anlagenschutz	Messenachlese AMB	MAINTAIN, München, 16.–18.10. Fakuma, Friedrichshafen, 16.–20.10. BVL-Kongress, Berlin, 17.–19.10.
	42	18.10.	01.10.	IT für die Industrie ERP/PPS, SCM, BDE	Oberflächentechnik Reinigen, Trocknen, Beschichten	EuroBLECH	EuroBLECH, Hannover, 23.–27.10. it & business/parts2clean, Stuttgart, 23.–25.10. MATERIALICA, München, 23.–25.10.
	43	25.10.	09.10.	Elektromobilität	Computer Automation/IT-Hardware Gehäuse, IPC's, Netzteile, Bedienpanels, Embedded Systems		
	44	31.10.	15.10.		Roboter, Montage- und Handhabungstechnik	Messenachlese Motek	Vision, Stuttgart, 06.–08.11. FMB, Bad Salzuflen, 07.–09.11.
	45	08.11.	22.10.		Spanende Fertigung Werkzeugmaschinen, Präzisionswerkzeuge, Spanntechnik, Sägetechnik, Kühlschmierstoffe		electronica, München, 13.–16.11.
Dezember	Sonderausgabe	12.11.	18.10.	Produktion MAGAZIN – Die Besten Produkte 2 (nähere Infos auf Seite 14/15)			
	46	15.11.	29.10.		Konstruktion Antriebstechnik, Industrieelektronik, Fluidtechnik, Pumpen, Filter, Armaturen	Messenachlese EuroBLECH	
	47	22.11.	06.11.	IT für die Industrie MES	Materialfluss Lagertechnik, Fördertechnik, Flurförderzeuge, Krane/Hebezeuge, Ident-, Wäge- und Verpackungstechnik	EuroMold/ SPS/IPC/DRIVES	EuroMold, Frankfurt, 27.–30.11. SPS/IPC/DRIVES, Nürnberg, 27.–29.11.
	48	29.11.	13.11.		Roboter, Montage- und Handhabungstechnik		
	49	06.12.	20.11.	Logistik	Blechbearbeitung Umform- und Lasertechnik, Wasserstrahlschneiden		
50	13.12.	27.11.		Spanende Fertigung Werkzeugmaschinen, Präzisionswerkzeuge, Spanntechnik, Sägetechnik, Kühlschmierstoffe			
51-52	20.12.	04.12.	Sonderveröffentlichung Die Fabrik des Jahres 2012	Automatisierung Antriebstechnik, Steuer- und Regeltechnik, Feldbusse, Sensoren, Bildverarbeitung, Roboter, Montage- und Handhabungstechnik	Messenachlese SPS/IPC/DRIVES		



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

Zusätzlich zu den unten aufgeführten Themen veröffentlicht die Redaktion in nahezu jeder Ausgabe innerhalb der Rubriken Trend & Reports, Konstruktion, Fertigung und Automation selbstrecherchierte und anwenderbezogene Beiträge. Darüber hinaus erscheinen aktuelle Produktneuvorstellungen. Die Berichterstattung zu Wirtschaft und Management beinhaltet Trends, Analysen, Unternehmen und Märkte sowie Prognosen. Diese Beiträge sind aus Gründen der Aktualität nicht planbar und deshalb im Redaktionsplan nicht abgebildet.

Schwerpunkt-Thema	Jan.	Febr.	März	April	Mai	Juni	Juli	Aug.	Sept.	Okt.	Nov.	Dez.
Antriebstechnik	4		9	17	19, 20, 21	25	29	34	36, 37, 39	40	46, 47	51-52
Blechbearbeitung/Umformtechnik			10		19	24	30		36	42	46	49
Computer Automation/IT-Hardware			11		20		28			43		
Drucklufttechnik		8		14		26		33		41		
Elektromobilität				17			29		37			
Energietechnik		5				23			37			
Finanzierung				14						41		
Fluidtechnik	4			17		24	29		39	40	46	
Heizung/Klima/Lüftung		8		14		26		33		41		
Identtechnik		5				24		32	38		47	
Instandhaltung		8		14		26		33		41		
IT für die Industrie	4		9	16		23	30	34		42	47	
Karriere/MBA			11						38			
Kühlschmierstoffe	4	6, 7	13	15	22		27		36, 37	41	45	50
Lasertechnik			10		19	24	30		36	42	46	49
Logistik		5	10, 13		18					40, 41		49
Materialfluss		5	10			24		32	38	41	47	
Oberflächentechnik			13		20	23			37	42		
Personen-/Maschinen-/Anlagenschutz		8		14		26		33		41		
Präzisionswerkzeuge/Spanntechnik	1-2, 4	6, 7	13	15	22		27		36, 37	41	45, 48	50
Produktionsmittel für regenerative Energien		7			22				37			
Pumpen/Filter/Armaturen	4			17			29				46	
Qualitätssicherung/Mess- und Prüftechnik	3				18				39			
Roboter, Montage- und Handhabungstechnik		7	9	16	19, 20, 21	25	28	34	39	40, 42, 44	48	51-52
Sägetechnik		6, 7		15	22		27		36, 37	41	45	50
Schweißen und Schneiden			12		18	23		31		40	46	
Sensorik/Bildverarbeitung	3		9		20, 21	25		34	39	40	47	51-52
Steuerungstechnik			9	15, 16	21	25		34			47	51-52
Verbindungstechnik			12		18			31		40, 42	46	
Verpackungstechnik		5				24		32	38		47	
Wasserstrahlschneiden			10		19	24	30		36	42	46	49
Werkstoffe/Halbzeuge/Gusstechnik	1-2					23		35		40		
Werkzeugmaschinen/ CNC-Steuerungen	1-2, 4	6, 7	13	15	22		27		36, 37	41	45, 48	50



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

Messeführer (mit Messe- und Hotelverteilung)



1 Hannover Messe

Erscheinungstermin: 12. April 2012
Anzeigenschluss: 20. März 2012

2 AMB Stuttgart

Erscheinungstermin: 10. September 2012
Anzeigenschluss: 16. August 2012

3 Motek Stuttgart

Erscheinungstermin: 02. Oktober 2012
Anzeigenschluss: 07. September 2012

Auflage:
je 40.000 Exemplare

Die Kombination aus Technik-Highlights, Messeservice und Tipps für den Messeabend ist einzigartig. Ebenso die Verbreitung: Vor der Messe und auch während der Messe, u. a. in den zahlreichen Messehotels. So sprechen Sie als Aussteller wichtige Investitionsentscheider rechtzeitig, aber auch noch kurzfristig an – zu Hannover Messe, AMB und Motek.

Verbreitung nach Branchen/Wirtschaftszweigen

	Exemplare
Messe- und Hotelverbreitung	7.958
Maschinenbau	8.225
Elektrotechnik, Elektrizitätserzeugung (Geräte)	2.535
Medizin / MSR-Technik / Optik	1.317
Herstellung von Metallerzeugnissen	4.735
Herstellung von Kraftwagen/-teilen, sonst. Fahrzeugbau	2.773
Herstellung von Gummi- und Kunststoffwaren	2.835
Chemische Industrie	2.658
Metallerzeugung und -bearbeitung	2.410
Sonstige Branchen	4.270
Rest-, Archiv- und Belegexemplare	284
Summe	40.000

Anzeigengröße	Formate (Breite x Höhe in mm)	Preise inkl. Farbzuschläge
2/1 Seite	432 x 303*	19.860,-
1/1 Seite	178 x 257	9.930,-
Juniorpage	126 x 178	5.080,-
1/2 Seite	86 x 257 / 178 x 126	4.680,-
1/3 Seite	56 x 257 / 178 x 83	3.420,-
1/4 Seite	41 x 257 / 86 x 126 / 178 x 62	2.020,-
1/8 Seite	41 x 126 / 86 x 62 / 178 x 29	1.015,-
Unternehmensprofil	178 x 83	2.020,-
2-seitiger Beihefter		11.370,-

Alle Preise in Euro und zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer.
(* inkl. 3 mm Beschnitt)

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. Weitere Informationen über Voreinstellungen des PDF-Formates unter www.pdf-club.de oder technische Hotline (0 81 91) 1 25-3 38

Die besten Produkte (mit Kennziffern)



1 Erscheinungstermin: 27. Juni 2012

Anzeigenschluss: 04. Juni 2012

2 Erscheinungstermin: 12. November 2012

Anzeigenschluss: 18. Oktober 2012

Auflage:
je 50.000 Exemplare

„Time is money“. Unter dieser Devise stehen die Kennzifferausgaben „Die besten Produkte“. Die schnelle Suche nach interessanten Produkten hat hier System. Präzise die Aufteilung nach Konstruktion, Fertigungstechnik, Automatisierung, Materialfluss, Betriebstechnik und Sicherheit.

Jetzt mit Effizienz-Navi und Top-10-Ranking der meistgelesenen Produkte auf www.produktion.de

Verbreitung nach Branchen/Wirtschaftszweigen

	Exemplare
Maschinenbau	14.650
Elektrotechnik, Rundfunk-/Nachrichtentechnik	3.870
Herstellung von Metallerzeugnissen	8.854
Chemische Industrie	3.021
Herstellung von Kraftwagen/-teilen, sonst. Fahrzeugbau	3.120
Herstellung von Gummi- und Kunststoffwaren	3.311
Metallerzeugung und -bearbeitung	1.810
Holz-, Papier- und Druckgewerbe, inkl. Möbel	1.408
Ernährungsgewerbe, Tabakverarbeitung, Getränke	3.064
Medizin / MSR-Technik / Optik	3.780
Sonstige Branchen	2.797
Rest-, Archiv- und Belegexemplare	315
Summe	50.000

Anzeigengröße	Formate (Breite x Höhe in mm)	Preise inkl. Farbzuschläge
2/1 Seite	432 x 303*	21.250,-
1/1 Seite	178 x 257	10.620,-
Juniorpage	126 x 178	5.480,-
1/2 Seite	86 x 257 / 178 x 126	5.030,-
1/3 Seite	56 x 257 / 178 x 83	3.750,-
1/4 Seite	41 x 257 / 86 x 126 / 178 x 62	2.150,-
1/8 Seite	41 x 126 / 86 x 62 / 178 x 29	1.090,-
Unternehmensprofil	178 x 83	2.150,-
2-seitiger Beihefter		12.300,-

Alle Preise in Euro und zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer.
(* inkl. 3 mm Beschnitt)

Rabatte in Kombination mit Produktion

Malstaffel		Mengenstaffel	
3-maliges Erscheinen	3 %	3 Seiten	10 %
6-maliges Erscheinen	5 %	6 Seiten	15 %
12-maliges Erscheinen	10 %	12 Seiten	20 %

Lieferanschrift für Einhefter, Beilagen und Beikleber:

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

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



Die Fabrik des Jahres/CEO

Der renommierte Wettbewerb wurde 1992 von Produktion und der Unternehmensberatung A.T. Kearney initiiert und ist Deutschlands ältester und härtester Benchmark-Wettbewerb für die verarbeitende Industrie. Ziel ist es, Spitzenleistungen von produzierenden Unternehmen in Deutschland und Europa zu identifizieren und auszuzeichnen. Die „Fabrik des Jahres“ würdigt Spitzenleistungen in der Fabrik, der Award Global Excellence in Operations (GEO) prämiert hervorragende Leistungen in der gesamten Wertschöpfungskette. Von einer Teilnahme profitieren alle teilnehmenden Unternehmen, unabhängig vom Gewinn einer Auszeichnung. Die Gewinner werden in einem Sonderheft von Produktion vorgestellt und auf einem Kongress ausgezeichnet. Aktuelle Infos zum Wettbewerb erhalten Sie unter www.fabrik-des-jahres.de.



Maschinenbau Gipfel

VDMA, VDW und Produktion laden 2012 zum sechsten Mal nach Berlin ein. Innerhalb weniger Jahre hat sich der Maschinenbau-Gipfel als das wichtigste Branchentreffen etabliert. Der große Erfolg der Unternehmen und ihre wirtschaftliche Stärke haben wesentlich dazu beigetragen, dass die Branche gerade in der Hauptstadt selbstbewusst auftreten kann und von der Politik wahrgenommen wird. Im Fokus des Maschinenbau-Gipfels stehen Märkte, Innovationen, Managementstrategien, Finanzierungsinstrumente, Wirtschaftspolitik, um nur einige Stichworte zu nennen. Hinzu kommt: Der Maschinenbau-Gipfel ist die Basis für ein gutes Netzwerk! Laufend aktuelle Infos zum nächsten Maschinenbau Gipfel lesen Sie unter www.maschinenbau-gipfel.de



Deutscher Kongress der Weltmarktführer

Deutschland ist als Wirtschafts Nation abhängig von der Exportstärke seiner Industrie. Eine zentrale Säule dieses weltweiten Erfolges sind neben den DAX-Konzernen die zahlreichen Weltmarktführer aus dem Mittelstand. Der 2. Deutsche Kongress der Weltmarktführer zeigt, wo für diese deutsche Industrie-Elite die zukünftigen Herausforderungen liegen – und warum sie keine Angst davor haben muss. Hochrangige Politiker, renommierte Wirtschaftsexperten und vor allem Weltmarktführer selbst liefern den Teilnehmern des Kongresses Antworten und Aussichten für die aktuellen und kommenden Auseinandersetzungen um Kunden, Märkte und Ressourcen. Der Kongress findet am 25. und 26. Januar 2012 in Schwäbisch Hall statt. Laufend aktuelle Infos unter www.weltmarktfuehrer-kongress.de.

Präsentieren Sie Ihr Unternehmen auf den Veranstaltungen von Produktion!
Detaillierte Informationen zu Ausstellung und Sponsoring erhalten Sie gerne von Viktoria Wegel unter Telefon 08191/125-501 oder E-Mail viktoria.wegel@sv-veranstaltungen.de.



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

1 Auflagenkontrolle:



2 Auflagen-Analyse:

Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt
(01. Juli 2010 – 30. Juni 2011)

Druckauflage: 40.060

Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):	39.780	davon Ausland:	167
---	--------	----------------	-----

Verkaufte Auflage:	3.748	davon Ausland:	95
– Abonnierte Exemplare:	1.223	davon Mitgliederstücke:	–
– Sonstiger Verkauf:	2.525		
– Einzelverkauf:	0		

Freistücke: 36.032

Rest-, Beleg- und Archivexemplare: 280

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

Die detaillierte Beschreibung der Erhebungsmethode finden Sie auf Seite 19

3 Geografische Verbreitungsanalyse:

Wirtschaftsraum:	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	98,3	39.096
Ausland	0,4	167
Sonstige*	1,3	517
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	39.780

Verbreitung nach Bundesländern:	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Baden-Württemberg	22,4	8.758
Bayern	16,2	6.333
Berlin	1,4	547
Brandenburg	1,2	469
Bremen	0,6	235
Hamburg	1,2	469
Hessen	7,2	2.815
Mecklenburg-Vorpommern	0,7	274
Niedersachsen	7,0	2.737
Nordrhein-Westfalen	25,9	10.126
Rheinland-Pfalz	4,6	1.798
Saarland	1,2	469
Sachsen	4,1	1.603
Sachsen-Anhalt	1,6	626
Schleswig-Holstein	2,2	860
Thüringen	2,5	977
Tatsächlich verbreitete Auflage Inland (tvA)	100,0	39.096



1.1 Branchen/Wirtschaftszweige

WZ 2008 Code	Empfängergruppen (lt. Klassifikation der Wirtschaftszweige 2008)	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
		%	Empfänger
28	Maschinenbau	28,3	11.258
25	Herstellung von Metallerzeugnissen	20,0	7.956
19.2, 20, 21	Mineralölverarbeitung, Chemische Industrie	7,5	2.983
35.1, 27	Energieversorgung, Elektrizitätserzeugung, Herstellung von Geräten der Elektrizitätserzeugung	7,6	3.023
26.51, 26.6, 26.7, 32.5	Medizin-, Mess-, Steuer- und Regeltechnik, Optik	7,9	3.143
22	Herstellung von Gummi- und Kunststoffwaren	7,0	2.785
29, 30	Herstellung von Kraftwagen und Kraftwagenteilen, Sonstiger Fahrzeugbau (inkl. Schiff-, Schienen-, Luft- und Raumfahrzeugbau)	5,6	2.228
24	Metallerzeugung und -bearbeitung	4,9	1.949
10, 11	Ernährungsgewerbe	3,0	1.193
26.2, 26.3	Herstellung von Datenverarbeitungsgeräten, Telekommunikationstechnik	2,4	955
16, 17, 18	Holz-, Papier- und Druckgewerbe	1,5	597
	Weitere Branchen	3,0	1.193
	Sonstige*	1,3	517
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)		100,0	39.780

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

1.2 Größe der Wirtschaftseinheit

		Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
		%	Empfänger
bis 49	Beschäftigte	29,9	11.894
50 – 99	Beschäftigte	17,4	6.922
100 – 199	Beschäftigte	17,2	6.842
200 – 499	Beschäftigte	15,9	6.325
500 – 999	Beschäftigte	8,0	3.183
1.000 und mehr	Beschäftigte	8,6	3.421
Mitarbeiterzahl nicht bekannt		1,7	676
Sonstige*		1,3	517
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)		100,0	39.780

2.1 Tätigkeitsmerkmal: Position im Betrieb

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Empfänger
Unternehmensleitung (Inhaber, Vorstände, Geschäftsführer, Ndl.-Werks-, Betriebsleitung)	41,0	16.310
Abteilungs- und Bereichsleitung davon: Fertigungs- und Produktionsleitung (Technische Leiter, Produktionsleiter, AV-Leiter, Lagerleiter) davon: Leitung Konstruktion, Entwicklung und MSR (Konstruktion, Entwicklung, Forschung, Versuch)	41,7 30,7	16.588 12.212
Projektleitung / Fachkraft	14,3	5.689
weitere Positionen	1,7	676
Sonstige*	1,3	517
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	39.780

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

Beschreibung der Erhebungsmethode

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

Total-Erhebung durch Dateiauswertung nach IVW-Richtlinien

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

1. Untersuchungsmethode:

Empfänger-Struktur-Analyse durch Dateiauswertung – Total-Erhebung

2. Beschreibung der Empfängerschaft zum Zeitpunkt der Datenerhebung:

2.1 Beschaffenheit der Datei

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

2.2 Gesamtzahl der Empfänger in der Datei:

99.283

2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger:

(Wechsel nach jeder dritten Ausgabe)

94.032

2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

– Verkaufte Auflage	3.748
davon: abonnierte Exemplare	1.223
Einzelverkauf	0
sonstiger Verkauf	2.525
– Freistücke	36.032
davon: ständige Freistücke	1.503
wechselnde Freistücke	34.249
Werbeexemplare	280
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	39.780
→ davon Inland	39.613
→ davon Ausland	167

3. Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA) 39.780 = 100,00 %

Davon in der Untersuchung nicht erfasst:

→ Werbeexemplare 280 = 0,70 %

Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA) 39.500 = 99,30 %

3.2 Tag der Datei-Auswertung: 01.08.2011

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:

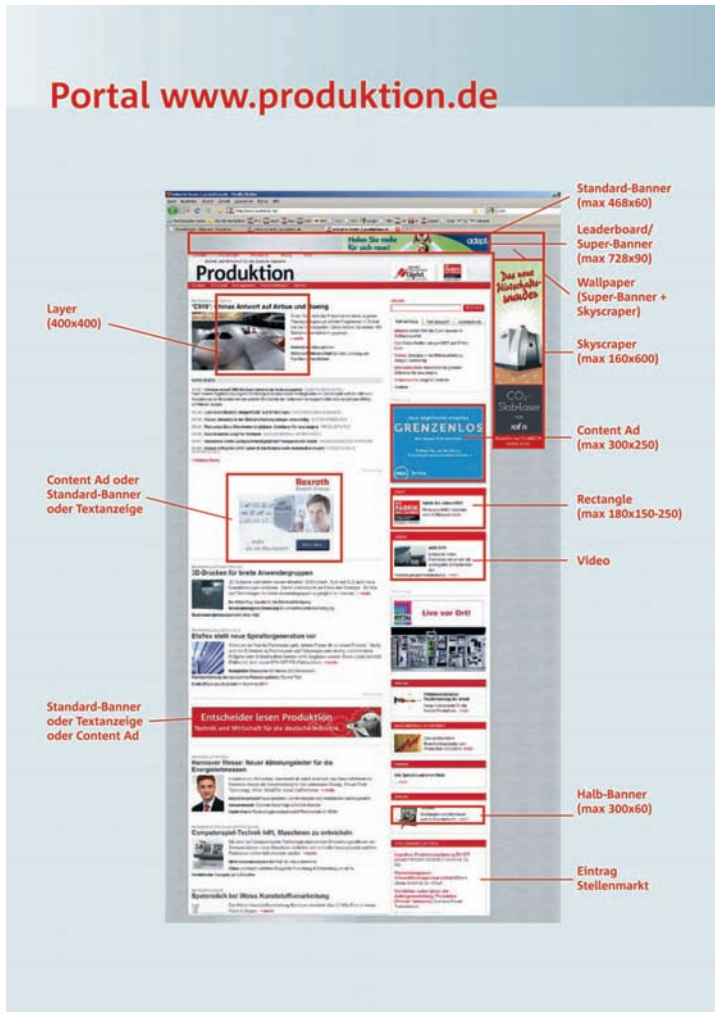
(1. Juli 2010 – 30. Juni 2011)

3.7 Durchführung der Untersuchung:

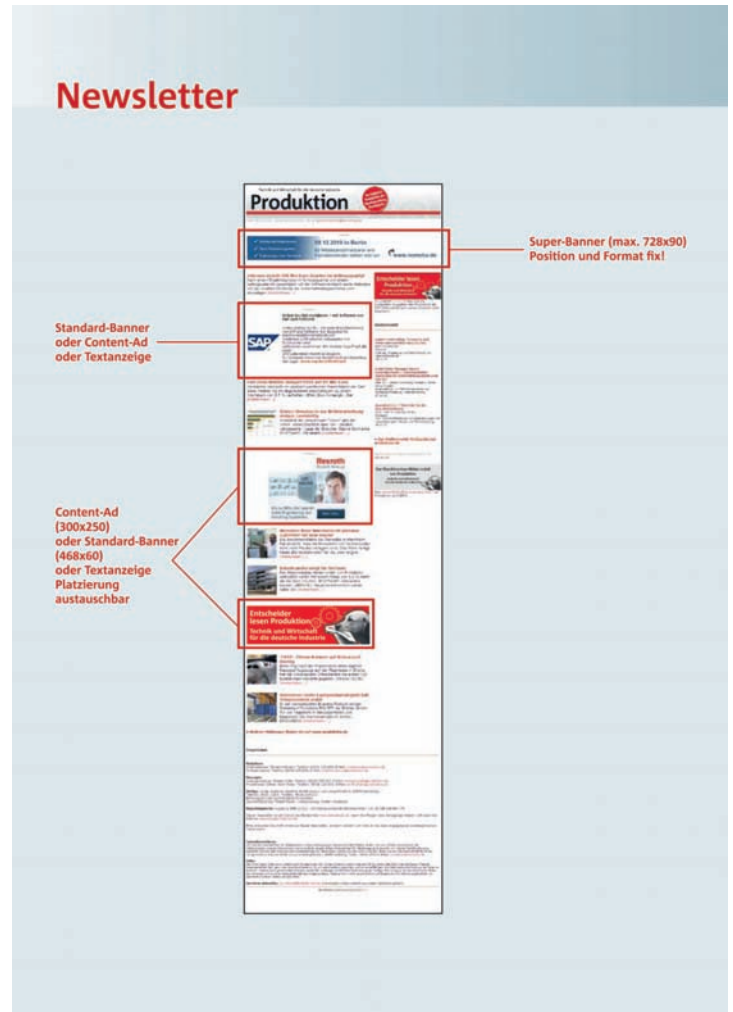
Verlag

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

Portal www.produktion.de



Newsletter



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 22.000 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 potenziellen Kunden leicht gefunden.

Microsite

Wir erstellen für Sie Ihre eigene „Mini-Homepage“ auf unseren Portalen. Diese Microsites sind 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. Microsites stellen eine hocheffiziente Möglichkeit dar, Ihre Themen oder Kampagnen gezielt, schnell und kostensparend zu unterstützen. Sie stellen damit eine ideale Ergänzung für den längerfristigen Eintrag im businessDIRECTory dar.

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 Website ins Bild zu setzen. Sie haben noch kein Video Ihres Unternehmens? Kein Problem: Wir erstellen für Sie eine professionelle Firmenpräsentation oder Produktvorstellung!

ALLES AN SEINEM PLATZ – UNSER
NEUES MEDIADATENPORTAL

mediadaten.mi-verlag.de



Preise und technische Informationen

Homepage/Portal	Format in Pixel	Preis pro Woche
Standard Banner	468 x 60	€ 690,-
Leaderboard/Superbanner	728 x 60 bis 90	€ 1.470,-
Skyscraper	120 bis 160 x 600	€ 1.150,-
Wallpaper	Skyscraper + Leaderboard	€ 2.990,-
Rectangle	180 x 150	€ 735,-
Content-Ad	300 x 250	€ 1.470,-
Layer	400 x 400	€ 2.625,-

Newsletter (Erscheinung täglich – Montag bis Freitag)

Werbeform	Format in Pixel	Preis pro Woche	Preis pro Monat
Content Ad	GIF 300 x 250	€ 1.000,-	€ 1.960,-
Head-Banner	GIF 468 x 60	€ 800,-	€ 1.560,-
Standard Banner oder Textanzeige	GIF 468 x 60	€ 800,-	€ 1.560,-
Super-Banner	GIF 728 x 60-90	€ 1.000,-	€ 1.960,-
Rectangle	GIF 250 x 100	€ 800,-	€ 1.560,-

Sonderwerbeform: Ihr eigener Firmen-Newsletter

Bereits ab EUR 850,- je Tausend E-Mails versenden wir Ihren Firmen-Newsletter an die von Ihnen definierte Zielgruppe. Die Kombination mit anderen Fachtiteln aus dem verlag moderne industrie ist möglich. Die aktuelle Abonnenten-Zahlen nennt Ihnen Ihr zuständiger Mediaberater gerne.

Sonderwerbepformen

Werbeform	Leistung	Preise
WebVideo	Onlinestellung zu Ihrem Profileintrag und in der Video-Datenbank	€ 850,- (Preis für 1/2 Jahr)
Microsite	Erstellung der Microsite inkl. Teaserbanner (250 x 100 px) auf der Homepage	€ 1.200,- (Preis pro Monat)

Weitere Sonderwerbepformen auf Anfrage

Einträge im Firmenverzeichnis businessDIRECTory:

Werbeform	Leistung	Preis pro Jahr
Standard-Eintrag (Selbst-Eingabe und -Pflege)	Einordnung der Firma durch vorgegebene Produktkategorien (Postadresse + E-Mail)	kostenloser Datenbankeintrag
Plus-Eintrag mit Zugriffsstatistik bei Selbstpflege	Standard-Eintrag + Tel- und Fax-Nr, Link zur Homepage, Logo + Freitext zum Produktprogramm	€ 250,-
Profi-Eintrag mit Zugriffsstatistik bei Selbstpflege	Plus-Eintrag + Firmenporträt + Ansprechpartner + Link zur Niederlassung etc.	€ 400,-
Profi PLUS wie Profi-Eintrag + Banner-Reporting	Profi-Eintrag + Firmenlogo als Klein-Banner (60 x 20 Pixel)	€ 350,- Aufpreis monatlich

Rabatte:

Kombipreise Webseite + Newsletter auf Anfrage

Zugriffskontrolle: –

Zugriffe (pro Monat): Visits 129.946
Page Impressions (bereinigt, ohne Suchmaschinen) 179.512
Stand: 07/2011, Quelle: Google Analytics

Die jeweils aktuellen Daten zu den Online-Werbepformen und Zugriffszahlen finden Sie im Internet unter www.produktion.de/media/mediadaten.

Datenanlieferung: mindestens 1 Woche vor Schaltbeginn per E-Mail an renate.guggemos@produktion.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 50 KB
Newsletter nur GIF-Format möglich!

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.produktion.de/media>

Externer AdServer-Einsatz: OpenAdstream von RealMedia

Ansprechpartner:

Erich Elster

Telefon +49 (0)8191/125-816

E-Mail: erich.elster@produktion.de

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

§ 1 Geltung, Ausschließlichkeit

1. Für die Annahme und die Veröffentlichung aller Werbeaufträge sowie Folgeaufträge gelten ausschließlich die vorliegenden AGB sowie die zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses aktuelle Preisliste des 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 und Prüfung eines Moders angenommen.

§ 2 Angebot, Vertragsschluss

1. Aufträge für Werbemittel können persönlich, telefonisch, schriftlich, per Telefax, per E-Mail oder per Internet aufgegeben werden. Der Verlag haftet nicht für Übermittlungfehler.

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 Gesamtabschlusses, nach pflichtgemäßem Ermessen abzulehnen. Dies gilt insbesondere, wenn deren Inhalt gegen gesetzliche Bestimmungen verstößt oder von deutschen Presse- oder Werbegericht 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 erweckt oder Fremdzugänge enthält. Der Verlag wird die Ablehnung unverzüglich nach Kenntniserrlangung der betreffenden Inhalte mitteilen.

§ 3 Preise, Zahlungsbedingungen, Preisermäßigung

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 Aktive, sowie Werbemittel, welche nach Anzeigenschluss verkandt werden, kann der Verlag von der Preisliste abweichend Preisfestlegen. Preisänderungen für erteilte Aufträge sind gegenüber Unternehmern wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens zwei Monate vor Veröffentlichung des Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preisänderung stellt dem Auftraggeber ein Rücktrittrecht aus. Das Rücktrittrecht 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 (Anzeigenblätter, Wiederholungsanträge) gelten nur innerhalb eines Anzeigenjahres. Die Frist beginnt mit der Schaltung des ersten Werbemittels, wenn nicht anders vereinbart.

3. Bei Erweiterung des Auftrages entsteht ein Anspruch auf rückwirkenden Rabatt, sofern der Grundauftrag rabattfähig war. Der Anspruch erfolgt, wenn er nicht spätestens einen Monat nach Ablauf des Anzeigenjahres geltend gemacht wird. Erreicht ein Auftrag nicht das vorhergesehene Auftragsvolumen, so wird der zu viel gewährte Preisnachlass nachträglich in Rechnung gestellt.

4. Bei Berechnungen aus dem Preisliste erschließen, zum Empfang der Rechnung laufende Frist zu bezahlen, sofern nichts anderes vereinbart ist. Mahn- und Inkassokosten, die durch Zahlungsverzug entstehen, trägt der Auftraggeber. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung eines laufenden Auftrags bis zur Zahlung zurückstellen und Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Gesamtabschlusses das Erscheinen weiterer Werbemittel abweichend von einem vereinbarten Zahlungsverzug von einer Vorauszahlung um vom Ausgleich offener 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 Nachberechnung der Mehrwertsteuer berechtigt, wenn die Finanzverwaltung die Steuerpflicht des Werbemittels bejaht.

7. Aus einer Aufgabenermäßigung kann bei einem Abschluss über mehrere Werbemittel ein Anspruch auf Preisermäßigung hergeleitet werden, wenn ein Gesamtabschluss über ein Anzeigenjahr 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 Aufgabenermäßigung ist nur dann ein Preisänderung berechtigter Mangel, wenn eine zugesicherte Auflage um mindestens 20 v. H. unterschritten wird.

8. Darüber hinaus sind bei Abschluss Preiserminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass diese von Erreichung des Werbemittels zum Vertrag zurücktreten konnte.

9. Gewährleistungsansprüche vom Kaufverboten auf das Auftraggeber verjähren 12 Monate nach Veröffentlichung des Werbemittels.

§ 4 Vertragsabwicklung

1. Aufträge sind innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzuklären, beginnend mit der ersten Schaltung des Werbemittels.

2. Alle für die Werbemittel erforderlichen Inhalte, Informationen, Daten, Dateien und sonstigen Materialien („Vorlagen“) stellt der Auftraggeber dem Verlag vollständig, fehler- und virenfrei und den vertraglichen Vereinbarungen entsprechend rechtzeitig zur Verfügung. Werden Vorlagen digital (z. B. per CD-ROM) an den Verlag übermittelt, sind sie nur zum geschlossenen Zweck 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 Core Draw, QuarkPress, Freehand gespeicherte Dateien) übermittelt werden. Zusammengehörende Dateien sind vom Auftraggeber in einem gemeinsamen Verzeichnis (Ordner) zu senden bzw. zu speichern. Bei digital übermittelten Druckvorlagen für Farbanzeigen hat der Auftraggeber gleichzeitig ein Farb-Proof und ein Proof-bzw. Messprotokoll mitzulefern. Ansonsten bestehen keine Ersatzansprüche des Auftraggebers wegen etwaiger Farbabweichungen. Der Auftraggeber haftet dafür, dass die übermittelten Dateien frei von Computerviren sind.

3. Die Haftung für die Verbreitung von Computerviren ohne die Zustimmung des Auftraggebers ist ausgeschlossen. Die Haftung für die Verbreitung von Ersatzansprüchen vor, wenn die Computerviren beim Verlag weiteren Schaden 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.

4. Kosten für die Anfertigung, Filme oder Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen trägt der Auftraggeber.

5. Probeabzüge 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 des Werbemittels als erteilt.

6. Der Verlag liefert mit der Rechnung die Wunsch eines Werbemittelbeleg, kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, tritt an seine Stelle eine Bescheinigung des Verlages über die Herstellung und Verbreitung.

7. Die Aufmachung und Kennzeichnung redaktionell gestalteter Werbemittel ist rechtzeitig vor Erscheinen mit dem Verlag abzustimmen. Textzeilenanzahl müssen sich schon durch ihre Grundschrift vom redaktionellen Teil unterscheiden. Der Verlag ist berechtigt, Werbemittel, die nicht als solche zu erkennen sind, deutlich als Werbung zu kennzeichnen.

7. Zuschriften auf Chiffreanzeigen werden bis vier Wochen nach Veröffentlichung der Anzeige aufbewahrt und dem Auftraggeber auf normalem Postwege zugesandt (auch wenn es sich um Express- oder Einschreibebriefungen 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 durch Produktionsänderung entsprechend anzupassen.

9. Aufträge können nur 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 des Werbemittels verantwortlich. Er stellt den Verlag von 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 Gegenäußerung oder Berichtigung aufgrund des geschalteten Werbemittels verpflichtet, hat der Auftraggeber diese Veröffentlichung nach der gültigen Preisliste zu bezahlen.

11. Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen gegenüber den Werbungtreibenden 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 Werbeagenturen vergütet unter der Voraussetzung, dass der Auftrag unmittelbar von der Werbeagentur erteilt wird, ihr die Beschaffung der fertigen und druckreifen Druckunterlagen obliegt und eine Gewerbeanmeldung als Werbeagentur vorliegt. Dem Verlag steht es frei, Aufträge von Werbeagenturen abzulehnen, wenn Zweifel an der berufsmäßigen Ausübung der Agentur Tätigkeit oder der Bonität der Werbeagentur bestehen. Aufträge 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 Werbungtreibender Auftraggeber werden, muss es gesondert unter namentlicher Nennung des Werbeagenturen benannt 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. 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 Druckausgabe reklamieren. Wichtige Reklamationen sind nur bei dringenden Umständen und nach Vorlage eines dringenden Bescheides über die Reklamation – kann der Auftraggeber eine einwöchige Ersatzschaltung (Nacherfüllung) verlangen, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Der Anspruch auf Nacherfüllung ist ausgeschlossen, wenn dies für den Verlag mit unverhältnismäßigen Kosten verbunden ist. Lässt der Verlag eine ihm gesetzte angemessene Frist verstreichen, 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 Zahlungsminderung in dem Ausmaß geltend zu machen, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Bei unwesentlichen Mängeln ist der Rücktritt ausgeschlossen. Geltend zu machen ist die Zahlungsminderung innerhalb von zwei Wochen nach Veröffentlichung des Werbemittels.

4. Sind Mängel bei den Vorlagen nicht sofort, sondern erst bei der Verarbeitung erkennbar, so hat der Auftraggeber dadurch entstehende Mehrkosten oder Verluste 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 Werbebeschaltungen, wenn der Auftraggeber nicht rechtzeitig vor Veröffentlichung der nächstfolgenden Werbebeschaltung 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 Verlag, seine Vertreter oder Erfüllungsgehilfen haben vorsätzlich oder grob fahrlässig gehandelt oder eine Vertragspflicht leicht fahrlässig verletzt, die für die Erreichung des Vertragszwecks wesentlich ist, oder die Schadensersatzansprüche resultieren aus einer Beschaffenheitsgarantie. Soweit der Auftraggeber dem Verlag ein Schadensersatzanspruch auf den vorhersehenden Schaden bekennt. Diese Haftungsbegrenzung gilt nicht für 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 den Anspruch begründenden Umständen Kenntnis erlangt hat oder hätte erlangen müssen. Dies gilt nicht für Ansprüche aus unerlaubter oder vorsätzlicher Handlung. Resultieren die Schadensersatzansprüche aus dem Produkthaftungsgesetz, findet vorstehende Haftungsbegrenzung keine Anwendung. Gleiches gilt bei der Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit. Soweit die Haftung des Verlages ausgeschlossen ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung seiner Angestellten, Arbeitnehmer, Mitarbeiter, Vertreter und Erfüllungsgehilfen.

2. Der Verlag wird im Falle höherer Gewalt und bei vom Verlag unverschuldeter Arbeitskampfmäßnahmen von der Verpflichtung zur Auftragserteilung frei, Schadensersatzansprüche bestehen deswegen nicht.

§ 7 Rechteeröffnung

1. Der Auftraggeber garantiert, dass er alle zur Schaltung, Veröffentlichung und Verbreitung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt. Er räumt dem Verlag die 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, Verbreitung, zu öffentlichem Zugänglichmachen, Einstellen in einer Datenbank, Entnahme aus einer Datenbank und Bereitstellen zum Abrufen und zwar zeitlich, räumlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen orts unbegrenzt eingeräumt und berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie in allen bekannten Formen von Werbeträgern.

§ 8 Speicherung von Auftragsdaten

Der Verlag speichert im Rahmen der Geschäftsbeziehungen die Auftragsdaten mithilfe der elektronischen Datenverarbeitung nach den gesetzlichen Bestimmungen des Bundesdatenschutzgesetzes. Der Verlag ist berechtigt, Bruttowebumsätze und vergleichbar relevante Daten des Auftraggebers für die Auftragsabwicklung und -unterstützung zu verwenden, die er für die Erhebung und Auswertung solcher Informationen beschäftigen. Diese Daten werden dort aggregiert und in anonymisierter Form in den Markt kommuniziert.

§ 9 Erfüllungsort, Gerichtsstand

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

Stand: Juli 2011

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

Anzeigen ☎ 0 81 91/125-0 · Fax -304
E-Mail: anzeigen@produktion.de

Anzeigenleitung:

Michael Klotz michael.klotz@produktion.de ☎-167

Anzeigenverkauf:

Klaus Peter Egger klaus-peter.egger@produktion.de ☎-497

Bettina Fischer bettina.fischer@produktion.de ☎-844

Christina Karge christina.karge@produktion.de ☎-224

Bernadette Kraus bernadette.kraus@produktion.de ☎-231

Gerald Zasche gerald.zasche@produktion.de ☎-337

Verkauf Online:

Erich Elster erich.elster@produktion.de ☎-816

Anzeigendisposition:

Renate Guggemos rene.guggemos@produktion.de ☎-323

Anzeigenassistentz:

Sabine Tatzel sabine.tatzel@produktion.de ☎-370

Verlagsvertretung

Italien:

Casiraghi Pubblicitá Internazionale
Via Cardano 81
22100 Como
☎ 0039/031 161407, Fax: 0039/031 261380
E-Mail: info@casiraghi.info

Vertrieb 0 81 91 / 125-0 · Fax -555

Alexander Zöller ☎-345

Herstellung 0 81 91 / 125-0 · Fax -575

Andrea de Paly ☎-386
Carmen Lauter ☎-169



Michael Klotz
Anzeigenleitung
0 81 91 / 125-1 67
michael.klotz@
produktion.de



Klaus Peter Egger
Mediaberatung
0 81 91 / 125-4 97
klaus-peter.egger@
produktion.de



Erich Elster
Mediaberatung
0 81 91 / 125-8 16
erich.elster@
produktion.de



Bettina Fischer
Mediaberatung
0 81 91 / 125-8 44
bettina.fischer@
produktion.de



Verena Förg
Mediaberatung
0 81 91 / 125-3 66
verena.foerg@
produktion.de



Christina Karge
Mediaberatung
0 81 91 / 125-2 24
christina.karge@
produktion.de



Bernadette Kraus
Mediaberatung
0 81 91 / 125-2 31
bernadette.kraus@
produktion.de



Gerald Zasche
Mediaberatung
0 81 91 / 125-3 37
gerald.zasche@
produktion.de



Eduard Altmann
Chefredaktion
0 81 91 / 125-6 81
redaktion@
produktion.de



Susanne Bader
Redaktion Technik
0 81 91 / 125-8 12
susanne.bader@
produktion.de



Klaus Hiemer
Redaktion Technik
0 81 91 / 125-3 59
klaus.hiemer@
produktion.de



Gunnar Knüppfer
Red. Wirtschaft
0 81 91 / 125-1 07
gunnar.knuepffer@
produktion.de



Annika Mentgen
Redaktion Technik
0 81 91 / 125-4 93
annika.mentgen@
produktion.de



Sebastian Moser
Redaktion Technik
0 81 91 / 125-4 43
sebastian.moser@
produktion.de



Dietmar Poll
Redaktion Technik
0 81 91 / 125-6 95
dietmar.poll@
produktion.de



Sabine Spinnarke
Redaktion Technik
0 81 91 / 125-4 45
sabine.spinnarke@
produktion.de



Claus Wilk
Red. Wirtschaft
0 81 91 / 125-3 29
claus.wilk@
produktion.de



Andreas Karius
Content Manager Online
0 81 91 / 125-8 39
andreas.karius@
produktion.de



Tanja Hinz
Assistenz
0 81 91 / 125-3 10
tanja.hinz@
produktion.de



Johanna Hummel
Assistenz
0 81 91 / 125-4 42
johanna.hummel@
produktion.de



Sabine Tatzel
Assistenz
0 81 91 / 125-3 70
sabine.tatzel@
produktion.de



Renate Guggemos
Anzeigendisposition
0 81 91 / 125-3 23
renate.guggemos@
produktion.de