

# MEDIA DATEN 2018

## PRINT + ONLINE

Titelporträt	2
Formate und technische Angaben	3-4
Anzeigen-Preisliste	5-6
Markt & Kontakt	7
Termin- und Themenplan	8-9
Sonderhefte	10
AGB	11
Online-Werbung/Newsletter	12-15
Content-Marketing	16-17
Adressvermietung	18-19
Auflagenanalyse	20
Empfängeranalyse	21-22
Beschreibung der Erhebungsmethode	23
Ansprechpartner	24



**mj** 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) 125-485, Telefax (0 81 91) 125-483

- 1 Titel:** fertigung
- 2 Kurzcharakteristik:**  
Im Mittelpunkt der Berichterstattung steht die Frage: Mit welchen Maschinen, Werkzeugen und Verfahren kann der metallbearbeitende Betrieb in der heutigen Zeit seine Produktivität erhöhen, um wettbewerbsfähig zu bleiben? Ausschlaggebend dafür ist die ganzheitliche Betrachtung des Fertigungsprozesses – von der Maschinentechologie hin zu Ablauforganisation und Betriebstechnik. Praxisbezogene Reportagen mit Nutzwertkästen, Produktberichte, Hintergrundartikel sowie Maschinenvergleiche nehmen aktuelle Trends und Entwicklungen auf und bewerten sie in Richtung Praxistauglichkeit. **fertigung** ist deshalb eine unverzichtbare Entscheidungshilfe, wenn es um Produktionsmittel-Investitionen für die Metallbearbeitung geht.
- 3 Zielgruppe:** Metallbearbeitende Industrie; vom Produktionsleiter bis zum „Mann an der Maschine“.
- 4 Erscheinungsweise:** 9x jährlich, inkl. 3 Ausgaben "fertigung extra" (siehe Themenplan)
- 5 Heftformat:** DIN A4
- 6 Jahrgang:** 46. Jahrgang 2018
- 7 Bezugspreis Jahresabonnement:**  
Inland € 129,- (zzgl. € 12,- Versand & MwSt. = € 151,30)  
Ausland € 129,- (zzgl. € 24,- Versand & MwSt. = € 164,14)  
Einzelverkaufspreis € 16,- (inkl. MwSt. & zzgl. Versand)
- 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 / 125-483  
Internet: www.fertigung.de
- 11 Herausgeber:** verlag moderne industrie GmbH
- 12 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
- 13 Redaktion:** Richard Pergler (Ltd. Chefredaktion)  
Telefon: 0 81 91 / 125-697  
E-Mail: richard.pergler@mi-verlag.de  
Jürgen Gutmayr (verantwort.)  
Telefon: 0 81 91 / 125-545  
E-Mail: juergen.gutmayr@mi-verlag.de  
Melanie Fritsch  
Telefon: 0 81 91 / 125-170  
E-Mail: melanie.fritsch@mi-verlag.de  
Julia Dusold  
Telefon: 0 81 91 / 125-466  
E-Mail: julia.dusold@mi-verlag.de
- 14 Umfangsanalyse:** 2016 = 11 Ausgaben, inkl. 2 Sonderausgaben
- |                      |               |         |
|----------------------|---------------|---------|
| Gesamtumfang:        | 1113 Seiten = | 100,0 % |
| Redaktioneller Teil: | 891 Seiten =  | 80,1 %  |
| Anzeigenteil:        | 222 Seiten =  | 19,9 %  |
| Beilagen/Einhefter:  | 21 Stück      |         |
- 15 Inhalts-Analyse Redaktion:** 2016 = 891 Seiten
- |   |              |        |
|---|--------------|--------|
| Maschinentechnik und Verfahren                    | 268 Seiten = | 30,1 % |
| Wasserstrahlschneiden, Lasertechnik               | 14 Seiten =  | 1,6 %  |
| Präzisionswerkzeuge und Zubehör                   | 233 Seiten = | 26,1 % |
| Steuerungs-, Antriebs- und Messtechnik            | 80 Seiten =  | 9,0 %  |
| Fertigungsorganisation, CAD/CAM                   | 41 Seiten =  | 4,6 %  |
| Betriebstechnik (Handling, Kühlschmierstoffe)     | 45 Seiten =  | 5,0 %  |
| Produktberichte                                   | 131 Seiten = | 14,7 % |
| Kommentare, Hintergrundberichte, Marktübersichten | 22 Seiten =  | 2,5 %  |
| Rubriken (Editorial, Journal etc.)                | 57 Seiten =  | 6,4 %  |

**1 Zeitschriftenformat:** DIN A4, 210 mm breit, 297 mm hoch

**Satzspiegel:** 178 mm breit, 257 mm hoch  
4 Spalten je 41 mm breit

---

**2 Druck- und Bindeverfahren**

**Druckverfahren:** Rollen-Offset

**Bindeverfahren:** Klebebindung

---

**3 Datenübermittlung:** regine.russek@mi-verlag.de

---

**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 Beschnittzugaben und 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\_Improved\_eci.icc** für Inhalt in der Regel Papiertyp 3 FOGRA 45L – nach Standard, **ISOcoated\_v2\_eci.icc** für Umschlag in der Regel Papiertyp 2 FOGRA 39L – nach Standard.

---

**7 Daten-  
archivierung**

Daten werden archiviert, unveränderte Wiederholungen sind deshalb in der Regel möglich. Eine Datengarantie wird jedoch nicht übernommen.

---

**8 Gewährleistung**

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

---

**9 Kontakt**

Regine Russek, Anzeigendisposition  
Telefon: 08191/125-338  
E-Mail: regine.russek@mi-verlag.de

---

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

<b>2/3 Seite hoch</b> 116 x 257 mm  angeschnitten 136 x 303 mm (inkl. 3 mm Beschnitt)	<b>2/3 Seite quer</b> 178 x 169 mm  angeschnitten 216 x 194 mm (inkl. 3 mm Beschnitt)
--	--

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

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

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

\*angeschnitten

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

\*angeschnitten

**1 Anzeigenformate und Preise (siehe auch Seite 4 „Informationsblatt Formate“)**  
Alle Anzeigenpreise in EUR inklusive Farbzuschläge und zzgl. gesetzlicher MwSt.

Anzeigengröße	Satzspiegelformate (B x H in mm)	Anschnittformate (B x H in mm)	Preise inkl. Farbzuschlag
1/1-Seite	178 x 257	216 x 303	5.980,-
2/3-Seite hoch	117 x 257	136 x 303	4.220,-
2/3-Seite quer	178 x 169	216 x 194	4.220,-
Juniorpage	126 x 178	145 x 203	3.530,-
1/2-Seite hoch	86 x 257	105 x 303	3.530,-
1/2-Seite quer	178 x 126	216 x 149	3.530,-
1/3-Seite hoch	56 x 257	75 x 303	2.560,-
1/3-Seite quer	178 x 83	216 x 106	2.560,-
1/4-Seite hoch	41 x 257	60 x 303	1.790,-
1/4-Seite quer	178 x 62	216 x 85	1.790,-
1/4-Seite Block	86 x 126	105 x 149	1.790,-
1/8-Seite hoch	41 x 126	60 x 149	1.280,-
1/8-Seite quer	178 x 29	216 x 52	1.280,-
1/8-Seite Block	86 x 62	105 x 85	1.280,-

**1.1 Sonstige Formate:** Berechnung nach mm-Preis (Spaltenbreite 41 mm)

ab 300 mm	€ 5,52
bis 300 mm	€ 6,90

**2 Zuschläge Vorzugsplätze:**

2. Umschlagseite	€ 6.500,-
4. Umschlagseite	€ 6.500,-
Seite 5 (Inhalt): 1/3-hoch	€ 3.200,-

**3 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 %

**4 Rubrikanzeigen:**

Stellenangebot: 20 % Rabatt auf den regulären Preis (siehe Punkt 1, bzw. 1.1)  
Stellengesuche: 50 % Rabatt auf den regulären Preis (siehe Punkt 1, bzw. 1.1)

**5 Sonderwerbeformen:** Sonderdrucke und PDFs auf Anfrage  
**Einhefter:**

Umfang	Papiergewicht	bis 170 g/m <sup>2</sup>	über 170 g/m <sup>2</sup>
2 Seiten		5.570,-	5.850,-
4 Seiten		8.960,-	9.860,-

Weitere Formate auf Anfrage.

Anlieferung: Muster bei Auftragserteilung. Auflage bis 14 Tage vor Erscheinen.  
Format unbeschnitten 216 mm breit, 303 mm hoch.  
Kopfbeschnitt 3 mm. Mehrseitige Beihefter auf obiges Format gefalzt.

verlag moderne industrie GmbH, Justus-von-Liebig-Str. 1, 86899 Landsberg, Telefon (0 81 91) 125-485, Telefax (0 81 91) 125-483

### Beilagen: (nicht rabattfähig und nur für Gesamtauflage)

bis zu 25 g Gewicht € 4.420,-  
je weitere 25 g Gewicht € 2.210,-  
(Preise einschl. Portoanteil)  
max. Papierformat 20 x 29 cm

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

### Aufgeklebte Werbemittel:

In Verbindung mit Anzeige oder Einhefter € 1.470,-  
Zuzüglich Klebekosten  
– für maschinelle Verarbeitung € 770,-  
– für manuelle Verarbeitung € 1.700,-

### Lieferanschrift, Beilagen und Einhefter:

pva, Druck und Medien-Dienstleistungen GmbH, Herr Hans Beitler,  
Industriestraße 15, 76829 Landau/Pfalz (mit Vermerk: für fertigung, Heft-Nr.

## 6 Sonderwerbeformen: Entdecken und nutzen Sie eine der vielen, kreativen Sonderwerbeformen für Ihr Produkt.



### Banderole um fertigung

Format 460 x 100 mm, inkl. Druck und Klebekosten € 8.600,-



### Gatefolder

ausklappbare Anzeigenseite auf der  
2. Umschlagseite Werbefläche: ca. 3 DIN A4-Seiten € 18.200,-



### Titelklappe

Klappe um das Heft mit 1/2 Seite auf der Titelseite  
und ganzer Seite auf der 4. Umschlagseite  
Werbefläche: ca. 1,5 DIN A4-Seiten € 10.700,-

### Weitere Sonderwerbeformen sind:

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

## 7 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!

## 8 Kontakt:

### Verkaufsleitung

Helmut Schempp  
Telefon:  
+49 (0) 8191/125-449  
helmut.schempp@  
mi-verlag.de

### Mediaberatung

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

### Anzeigendisposition

Regine Russek  
Telefon:  
+49 (0) 8191/125-338  
regine.russek@  
mi-verlag.de

## 9 Zahlungsbedingungen:

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

### Bankverbindung:

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

## Bei Ihrer Zielgruppe präsent!

- Rubrikwahl nach Rücksprache
- Ergänzungsmöglichkeit des Eintrages durch Ihr persönliches Logo (auch in Farbe möglich)
- Monatliche Neuaufnahme möglich

**Preise\*:**  
mm-Preis € 2,46 pro Ausgabe und Rubrik  
Farblogo € 25,- pro Ausgabe  
Alle Preise verstehen sich zzgl. MwSt.

\*Ihr Eintrag ist weder rabatt- noch provisionsfähig.

**Erscheinungsweise:** 9 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

**Alesa AG**  
Schulstraße 11  
CH-5707 Seengen  
Tel. (0041 62) 7 67 62 62  
Fax (0041 62) 7 67 62 82  
www.alesa.ch  
info@alesa.ch

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

### Adresseintrag mit Ihrem Firmenlogo



**QUADRAMO KG**  
Präzisionswerkzeuge  
Am Brunnenhof 14  
58332 Schwelm  
Tel. (0 23 36) 92 89-5  
Fax (0 23 36) 92 89-66

mm-Preis: € 2,46  
Adresse + Logo: 26 mm Höhe  
Gesamt: € 63,96  
(pro Rubrik und Ausgabe)

Adresseintrag mit  
Ihrem Firmenlogo und  
Ihrem Zusatztext

**Prinzbach**

**Prinzbach HM-Sonderwerkzeuge  
GmbH & Co. KG**  
Archimedestraße 2  
77933 Lahr  
Tel. (0 78 21) 9 54 89-0  
Fax (0 78 21) 9 54 89-29  
www.prinzbach.de  
info@prinzbach.de  
HM-Sonderwerkzeuge  
HM-Grenzlehrdorne

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!

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

Themen	Monat/ Ausgabe	Jan./Feb.	März	April	Mai	Juni	Juli/August	September	Okt./November	Dezember
		1-2/18	3/18	4/18	5/18	6/18	7-8/18	9/18	10-11/18	12/18
		Anzeigenschluss	23.01.	12.02.	26.03.	24.04.	01.06.	17.07.	17.08.	19.10.
Erscheinungstermin	15.02.	07.03.	18.04.	17.05.	26.06.	09.08.	11.09.	13.11.	11.12.	
Messen/ Veranstaltungen		Metav	GrindTec Schleifen	Control			AMB	AMB		
"fertigung extra"					werkstück- spannen	werkzeuge 1/18	D+A+CH* 23. Internat. Supplement	Innovations- wegweiser** (DIN A5)		werkzeuge 2/18
<b>Ständige Rubriken</b>	<b>Technologien</b>									
Der Branchenreport	Drehen	●	●	●	●		●	●	●	
	Fräsen	●	●	●	●		●	●	●	
	Bohren	●	●	●			●	●	●	
	Schleifen	●	●		●		●	●	●	
	Sägen	●	●					●	●	
Motoren + Fahrzeugbau	Bearbeitungszentren	●	●	●	●		●	●	●	
	HSC/HPC	●	●				●	●	●	
	Werkzeugtechnik	●	●	●	●		●	●	●	
Maschinen + Anlagenbau	Trockenbearbeitung	●	●				●	●	●	
	Spanntechnik	●	●	●	●		●	●	●	
	Oberflächentechnik	●	●	●	●		●	●	●	
Mikrotechnik + Komponenten	Generative Verfahren	●	●	●	●		●	●	●	
	Wasserstrahlschneiden	●	●					●		
	EDM				●			●	●	
	Steuerungstechnik	●	●	●	●		●	●		
Auf Herz + Nieren (Der große fertigung-Maschinen-Check)	Messtechnik	●	●	●	●		●	●	●	
	Qualitätssicherung	●	●	●	●		●	●	●	
	CAD/CAM	●	●					●	●	
	BDE/MDE/MES	●	●	●			●	●		
	ERP/PPS	●	●	●	●		●	●	●	
	KSS/MMKS	●	●				●	●	●	
	Entsorgung	●	●	●	●		●	●	●	
Neuheiten + Trends	Reinigung	●	●	●	●		●	●	●	
	Handling	●	●	●	●		●	●	●	
	Instandhaltung	●	●				●			
Themenschwerpunkt		Großteilbearbeitung	Schleifen	Komplettbearbeitung	Spanntechnik	Toolmanagement	Drehen	Motoren- und Fahrzeugbau	Mikrobearbeitung/ Medizintechnik	Werkzeugvermessung
Marktübersichten		Groß-BAZ	Werkzeugschleifmaschinen		Nullpunktspannsysteme	Werkzeugeausgabeautomaten		Verzahnungsfräser	Mikrofräser	Werkzeu- voreinstell- geräte

\*D+A+CH = 23. Internationales Supplement; Produktparade zur AMB; Gesamtauflage 39.000 Expl.

\*\*Innovationswegweiser: Beilage in fertigung 9/18 und werkzeug&formenbau 4/18; Gesamtauflage 28.000 Expl.; DIN A5 = 1/2 DIN A4, d.h. mögliche Formate: A4-Juniormagazine oder 1/2 A4-quer.

Messen/Austellungen (Inland)	
Nortec, Hamburg	23. – 26.01.
Metav, Düsseldorf	20. – 24.02.
GrindTec, Augsburg	14. – 17.03.
Hannover Messe, Hannover	23. – 27.04.
Control, Stuttgart	24. – 27.04.
Automatica, München	19. – 22.06.
AMB, Stuttgart	18. – 22.09.
Motek, Stuttgart	08. – 11.10.
part2clean, Stuttgart	23. – 25.10.
EuroBlech, Hannover	23. – 26.10.

Messen/Austellungen (Ausland)	
Imtex, Bangalore/Indien	25. - 30.01.
MACH, Birmingham/England	09. - 13.04.
Metalloobrabotka, Moskau/Russland	14. - 18.05.
Biemh, Bilbao/Spanien	28.05. - 01.06.
IMTS, Chicago/USA	10. – 15.09.
MSV, Brünn/Tschechien	01. – 05.10.
BI-MU, Mailand/Italien	09. – 13.10.
Jimtof, Tokio/Japan	01. – 06.11.
Prodex, Basel/Schweiz	20. – 23.11.

## fertigung

### Ansprechpartner Redaktion:

Richard Pergler (Ltd. Chefredaktion)  
Tel.: 0 81 91/125-6 97  
Fax: 0 81 91/125-483  
E-Mail: richard.pergler@mi-verlag.de

Jürgen Gutmayr (verantw.)  
Tel.: 0 81 91/125-5 45  
E-Mail: juergen.gutmayr@mi-verlag.de

Julia Dusold  
Tel.: 0 81 91/125-466  
E-Mail: julia.dusold@mi-verlag.de

Melanie Fritsch  
Tel.: 0 81 91/125-170  
E-Mail: melanie.fritsch@mi-verlag.de

### Ansprechpartner Anzeigen/Online:

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

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



## Der Innovationswegweiser

### 1 Anzeige – 2 Zielgruppen



Der **praktische Messführer** im Format DIN A5 erscheint als Vollbeilage in beiden Magazinen.

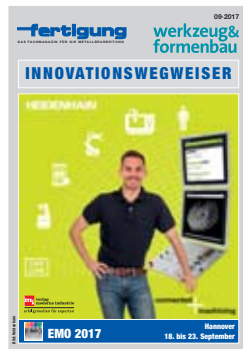
**2018 zur AMB in Stuttgart in fertigung 9/18 und werkzeug&formenbau 4/18**

Gesamtauflage: 28.000 Exemplare

#### Mögliche Formate und Preise:

Juniorpage oder 1/2 DIN A4-quer  
4c-Grundpreis: 3.850,- €

1/4 DIN A4-Block  
4c-Grundpreis: 1.990,- €



### "fertigung extra": werkzeuge

Präzisionswerkzeuge pur!  
Erscheinung: 2 x jährlich (siehe Seite 8/9)



### D+A+CH: 23. Internationales Supplement

1 Anzeige – 3 Länder – 1 Preis

Zur AMB und bereits das 23ste Mal erscheint das transalpine Bündnis aus fertigung (D), FACTORY (A) und Technische Rundschau (CH).  
Gesamtauflage 39.000 Exemplare

Zur AMB 2018 in fertigung 7-8/18, FACTORY 9/18 und Technische Rundschau 9/18.

Anzeigenschluss: 17.07.2018



Format	Breite x Höhe in mm	Preise in €
1/1 Seite	178 x 257	7.660,-
1/2 Seite / Juniorpage	86 x 257 / 178 x 126 / 126 x 178	4.490,-
1/3 Seite	56 x 257 / 178 x 83	3.550,-
1/4 Seite	86 x 126 / 178 x 62 / 41 x 257	2.660,-
Einhefter	auf Anfrage	

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

### § 1 Geltung, Ausschließlichkeit

1. Für die Annahme und die Veröffentlichung aller Werbeaufträge gelten ausschließlich die vorliegenden AGB sowie die zum Zeitpunkt der Vertragsschließung gültige Preisliste des Verlages. Deren Regelungen eines 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 Modells angenommen.

### § 2 Angebot, Vertragschluss

1. Abschluss im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist ein Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen, Fremdbeilagen oder sonstiger Werbemittel eines Werbungstreibenden oder sonstigen gewerblichen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.

2. Aufträge für Werbeflächen können persönlich, telefonisch, schriftlich, per Telefax, per E-Mail oder per Internet aufgegeben werden. Der Verlag haftet nicht für Übermittlungsfehler.

3. Ein Vertrag kommt erst durch die schriftliche Auftragsbestätigung des Verlages zustande. Es gilt jeweils die im Zeitpunkt der Auftragserteilung gültige Preisliste.

4. Der Verlag ist berechtigt, Aufträge, auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Gesamtabschlusses, 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 Fremdanzeigen enthalten. Der Verlag wird die Ablehnung unverzüglich nach Kenntniserlangung der betreffenden Inhalte mitteilen.

### § 3 Vertragsabwicklung

1. Aufträge sind innerhalb eines Jahres nach Vertragschluss abzuwickeln, beginnend mit dem ersten Schaltung (Veröffentlichung) des Werbemittels.

2. Alle für die Werbemittel erforderlichen Inhalte, Informationen, Daten, Dateien und sonstigen Materialien („Vorlagen“) stellt der Auftraggeber dem Verlag vollständig, fehler- und virenefrei und den vertraglichen Vereinbarungen entsprechend rechtzeitig zur Verfügung. Werden Vorlagen nicht vollständig (z. B. per CD-Rom oder E-Mail) an den Verlag überreicht, sind sie nur mit schlüssigen Dateien zu übertragen, so mit solchen Dateien, die den 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 (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, Daten mit Content-Verwehren 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 Schaden verursachen. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Vorlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. 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 Veröffentlichung des jeweiligen Auftrags.

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

4. Probebezüge 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.

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. Textzeilenanzeigen 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 Einschreibebendungen handelt). Eine Gewähr für die Verwahrung und rechtzeitige Übergabe der Offerten übernimmt der Verlag nicht. Die Kosten für die Postbefreiung der Offerten trägt der Auftraggeber. Die Fristen der Preisliste, der Preisänderungsausschlüsse und Erscheinungstermine sind für den Verlag unverbindlich. Dem Verlag steht es frei, diese kurzfristig dem Produktionsablauf entsprechend anzupassen.

8. 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.

9. 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 Rechtsverteidigung. 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 Gegenanstellung oder Berichtigung aufgrund des geschalteten Werbemittels verpflichtet, hat der Auftraggeber diese Veröffentlichung nach der jeweiligen Preisliste zu bezahlen.

10. Werbeanzeigen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen gegenüber den Werbungstreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Vermittlungsprovision errechnet sich aus dem Kundennetto, also nach Abzug von Rabatt, Boni und Mängelanlass. 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 Gewerbebeantragung 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 dies besonders unter namentlicher Nennung des Werbungtreibenden vereinbart werden. Der Verlag ist berechtigt, von der Werbeagentur einen Mandatsnachweis zu verlangen.

### § 4 Preise, Zahlungsverbindungen, Preisänderung

1. Der Preis für die Veröffentlichung eines Werbemittels richtet sich nach der im Zeitpunkt der Auftragserteilung gültigen Preisliste. Für redaktionell gestaltete Werbemittel, Beilagen, Sonderveröffentlichungen und Kollektive, sowie Werbemittel, die nach Anzeigenschluss in Auftrag gegeben werden, kann der Verlag von der Preisliste abweichende Preise festlegen. Preisänderungen für erteilte Aufträge sind gegenüber Unternehmen wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens einen Monat vor Veröffentlichung des Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden.

2. Die in der Preisliste bezeichneten Nachlässe werden nur dem Auftraggeber und nur für die innerhalb eines Jahres geschalteten Werbemittel gewährt („Anzeigenjahr“). Wiederholungsabräte 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 erlischt, wenn er nicht spätestens einen Monat nach Ablauf des Anzeigenjahres geltend gemacht wird. Erreicht ein Auftrag nicht das vorhergesehene Auftragsvolumen, so wird der Preis nach dem vereinbarten Preisnachlass nachträglich in Rechnung gestellt.

4. Auftragsrechnungen sind innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfänger der Rechnung laufenden Frist zu bezahlen, sofern nichts anderes vereinbart ist. Die sog. Pre-Notifikationsfrist nach der SEPA-Basis-Lastschrift ist auf vier der Tage verkürzt. Mahn- und Inzassokosten, die durch Zahlungsverzug entstehen, trägt der Auftraggeber. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung eines laufenden Auftrags bis zur Bezahlung zurückstellen und Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Gesamtabschlusses das Erscheinen weiterer Werbemittel abweichend von einem vereinbarten Zahlungsziel von einer Vorauszahlung und vom Ausgleich offener Rechnungsbeträge abhängig zu machen. Fehlerhafte Rechnungen können vom Verlag innerhalb von sechs Monaten nach Rechnungstellung korrigiert werden.

5. Sämtliche Preise verstehen sich zuzüglich Mehrwertsteuer in gesetzlicher Höhe am Tag der Rechnungsstellung.

6. Bei Aufträgen aus dem Ausland, die nicht mehrsteuerpflichtig sind, erfolgt die Rechnungsstellung ohne Mehrwertsteuerberechnung. Der Verlag ist zur Nachberechnung der Mehrwertsteuer berechtigt, wenn die Finanzverwaltung die Steuerpflicht des Anzeigenauftrags bejaht.

7. Aus einer Auftragsminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Werbemittel ein Anspruch auf Preiserminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des 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 Preiserminderung berechtigter Mangel, wenn eine Auflage um mindestens 20 v. H. unterschritten wird.

Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preiserminderungsansprüche 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. Derartige Minderungsansprüche von Kaufleuten als Auftraggeber verjähren 12 Monate nach Veröffentlichung des Werbemittels.

### § 5 Mängelgewährleistung

1. Für die Aufnahme von Werbemitteln in bestimmte Nummern oder Ausgaben oder an bestimmten Plätzen wird keine Gewähr geleistet.

2. Beachtet der Auftraggeber die Empfehlungen des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von Vorlagen nicht, so stehen ihm keine Ansprüche wegen fehlerhafter Veröffentlichung zu. Dies gilt auch, wenn er sonstige Regelungen dieser AGB oder der Preisliste nicht beachtet.

3. Reklamationen müssen vom Auftraggeber bei offensichtlichen Mängeln spätestens innerhalb von zwei Wochen nach Eingang der Rechnung geltend gemacht werden. Nicht offensichtliche Mängel müssen dem Auftraggeber spätestens sechs Monate nach Veröffentlichung der ersten oder letzten 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. Lässt der Verlag eine ihm gesetzte angemessene Frist verstreichen, verweigert er die Nachlieferung. Ist die Zahlungsklausel der Nachlieferung nicht zumvorbereitet, so schlägt sie fern, so hat der Auftraggeber das Recht, vom Vertrag zurückzutreten oder Zahlungsvergütung in dem Ausmaß geltend zu machen, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Bei unessentlichen Mängeln ist der Rücktritt ausgeschlossen. Gewährleistungsansprüche von Kaufleuten verjähren 12 Monate nach .

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 Werbeschaltungen, wenn der Auftraggeber nicht rechtzeitig vor Erscheinen der nachgeschalteten Werbeschaltung auf Fehler hinweist.

5. Für vom Auftraggeber bereitgestelltes Material (Einheiten, Beilagen etc.) übernimmt der Verlag keine Gewähr für die Richtigkeit der als geliefert bezeichneten Mengen oder Qualitäten.

### § 6 Haftung, höhere Gewalt

1. Schadensersatzansprüche des Auftraggebers gegen den Verlag, gleich aus welchem Rechtsgrund, sind ausgeschlossen, insbesondere Ansprüche wegen Verzugs, der Verletzung vertraglicher Pflichten oder gewerblicher Schutzrechte Dritter sowie aus unerlaubter Handlung. Dies gilt nicht, wenn der Verlag, seine Vertreter oder seine Erfüllungsgehilfen vorsätzlich oder grob fahrlässig handeln oder leicht fahrlässig eine Vertragspflicht verletzen, die für die Beschaffenheit des Vertragszwecks wesentlich ist, oder sich die Schadensersatzansprüche aus einer Beschaffenheitsgarantie ergeben. Haftung der Verlag dem Grunde nach, ist der Schadensersatzanspruch auf den vorhersehenden Schaden begrenzt. Diese Haftungsbeschränkung gilt nicht, wenn der Schaden durch vorsätzliches oder grob fahrlässiges Handeln des Verlages, seiner Vertreter oder Erfüllungsgehilfen verursacht wurde oder nach dem Produkthaftungsgesetz begründet ist oder sich aus der Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit ergibt. Soweit die Haftung des Verlages ausgeschlossen ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung seiner Mitarbeiter, Vertreter, Organe und Erfüllungsgehilfen. Alle Schadensersatzansprüche gegen den Verlag gehen in zwölf Monaten nach dem Zeitpunkt, in dem der Auftraggeber von dem Anspruch begründenden Umständen Kenntnis erlangt hat, auf Null.

2. Der Verlag wird im Falle höherer Gewalt und bei vom Verlag unverschuldeter Arbeitskämpfmaßnahmen von der Verpflichtung zur Auftrags Erfüllung frei; Schadensersatzansprüche bestehen deswegen nicht.

### § 7 Rechteinräumung

Der Auftraggeber garantiert, dass er alle zur Schaltung, Veröffentlichung und Verbreitung des Werbemittels erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte ein, insbesondere die jeweils erforderlichen Rechte zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Setzen, Bearbeiten, Verändern, Erweitern, Einsetzen in einer Datenbank, Entwerfen, Erhalten, Erweitern, Einsetzen in 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 örtlich unbegrenzt eingeräumt und berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie in allen bekannten Formen von Werbeträgern.

### § 8 Speicherung von Auftraggeberdaten

Der Verlag speichert im Rahmen der Geschäftsbeziehungen die Auftraggeberdaten, mithilfe der elektronischen Datenverarbeitung nach den gesetzlichen Bestimmungen des Bundesdatenschutzgesetzes. Der Verlag ist berechtigt, Bilddaten, Werbeaufsätze und vergleichbar relevante Daten des Auftraggebers auf Produktneben 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

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: 10/2017

verlag moderne industrie GmbH, Justus-von-Liebig-Str. 1, 86899 Landsberg, Telefon (0 81 91) 125-485, Telefax (0 81 91) 125-483

- 1 Web-Adresse:** www.fertigung.de
- 2 Kurzcharakteristik:** Mit unserem neuen B2B-Portal bieten wir den Usern ab sofort einen umfassenden Einblick in die Welt der metallbearbeitenden Industrie. Im Fokus steht die Frage, mit welchen Maschinen, Werkzeugen und Verfahren kann der metallbearbeitende Betrieb seine Produktivität erhöhen. Entscheidend dafür ist der ganzheitliche Blick auf den Fertigungsprozess. In klar aufgeteilten Kategorien finden Sie Anwenderreportagen, Trendberichte, exklusive Interviews bis hin zu umfassenden und interaktiven Infographiken und Marktübersichten. Mit www.fertigung.de und dem dazugehörigen Facebook-Auftritt wird der Leser noch schneller und fokussierter über die lebendige und innovative Branche informiert.
- 3 Zielgruppe:** www.fertigung.de ist die Praxis-Website für die Produktionsebene in der metallbearbeitenden Industrie – vom Produktionsleiter bis zum Facharbeiter an der Maschine. Deshalb ist www.fertigung.de eine unverzichtbare Entscheidungshilfe, wenn es um Produktionsmittel-Investitionen vom Werkzeug bis zur Maschine für die Metallbearbeitung geht.

### Preise und technische Informationen

Werbeform	Format (in Pixel)	Preis pro Woche
Billboard	940 x 250	640,- EUR
Superbanner	728 x 90	430,- EUR
Skyscraper rechts (sticky)	160 x 600	430,- EUR
Halfpage Ad (Position Skyscraper rechts sticky)	300 x 600	520,- EUR
Wallpaper (Skyscraper rechts sticky + Superbanner)	160 x 600 + 728 x 90	780,- EUR
Skyscraper links	160 x 600	390,- EUR
Content-Ad	300 x 250	430,- EUR
Fullsize-Banner	468 x 60	350,- EUR
Baseboard (sticky)	940 x 90	520,- EUR

### Sonderwerbformen:

- Standalone-Newsletter
- Content Marketing
- Reichweitenverlängerung
- Microsite/Whitepaper
- Produktwerbung (z.B. APP, Katalog, Online-Shop, etc.)
- Video
- Sponsoring (z.B. von Rubriken, Umfragen, etc.)
- Advertorial mit Backlink
- Produkt der Woche

**Rabatte:** Kombipreise Website + Newsletter sowie Online + Print auf Anfrage

**Nutzungsdaten:** Page Impressions: 15.920  
Visits: 9.096  
Monatsdurchschnitt: Januar – Juni 2017

The screenshot shows the homepage of fertigung.de with various advertising spots highlighted by blue boxes and labels:

- Billboard Ad:** Located at the top of the main content area.
- Superbanner:** Located below the billboard ad.
- Wallpaper (Superbanner + Skyscraper):** Located on the right side of the page.
- Skyscraper (sticky):** Located on the left side of the page.
- Content Ad:** Located in the middle of the main content area.
- Skyscraper:** Located on the left side of the page, below the sticky one.
- Fullsize Banner:** Located at the bottom of the main content area.
- Content Ad:** Located in the middle of the main content area, below the first one.
- Baseboard (sticky):** Located at the very bottom of the page.

- 1 Newsletter:** Infobrief Span&Form
- 2 Kurzcharakteristik:** Regelmäßig alle zwei Wochen werden für die Abonnenten die wichtigsten Neuigkeiten und Entwicklungen aus der Welt der Metallzerspanung sowie aus der Werkzeug- und Formenbaubranche zusammengefasst sowohl aus dem Bereich News als auch aus den besten Heftbeiträgen.
- 3 Zielgruppe:** Entscheider und Anwender aus den Bereichen Metallbe- und -verarbeitung, Werkzeug-, Formen-, Gesenk-, Modell- und Vorrichtungsbau
- 4 Erscheinungsweise:** jeden zweiten Dienstag

### Preise und technische Informationen

Werbeform	Format (in Pixel)	Preis pro Newsletter
Top-Format	650 x 90	490,- EUR
Textanzeige	Bild + max. 350 Zeichen	400,- EUR
Content-Ad	300 x 250	400,- EUR
Fullsizebanner	468 x 60	300,- EUR

### Banneranlieferung [www.fertigung.de](http://www.fertigung.de) und Span&Form

- 1. Datenanlieferung:** mindestens 1 Woche vor Schaltbeginn per Email an [regine.russek@mi-verlag.de](mailto:regine.russek@mi-verlag.de)

Angaben: Kundenname, Kapagnenname, Buchungszeitraum, belegte Website, Werbeformat, Kontaktangaben für eventuelle Rückfragen, Landingpage (Klick-URL)

Bei Flash-Versionen für die Website benötigen wir zusätzlich: Angabe der Flashversion, Information über ActionScript, GIF oder JPG als Fallback im Format der gebuchten Werbeform, Sniffer Code (falls vorhanden).

- 2. Formate:**  
Website: animiertes oder statisches GIF, JPG, Flash-, HTML-, DHTML-Banner  
Newsletter: statisches Bildformat (GIF oder JPG)  
Textanzeigen: Bild (ca. 145 Pixel breit) + 350 Zeichen Text

- 3. Farbschema:** RGB

- 4. maximale Dateigröße:** 40 KB


- 5. Reporting:** Sie erhalten auf Wunsch eine Auswertung der Ad-Impressions und der Ad-Klicks.

- 6. Ansprechpartner:**

Thomas Seidel  
[thomas.seidel@mi-verlag.de](mailto:thomas.seidel@mi-verlag.de)  
08191/125-412

Helmut Schempp  
[helmut.schempp@mi-verlag.de](mailto:helmut.schempp@mi-verlag.de)  
08191/125-449

- 7. Stornogebühren:** 10 % vom Listenpreis



## fertigung

Profiwissen pur

## werkzeug & formenbau


Trends µ-genau

Top-Format

Sehr geehrte Frau de Andrade Matlik,

das Zukunftsforum Werkzeug- und Formenbau auf der Moulding Expo informiert über Themen, die die Zukunft der Branche betreffen. Erstklassige Referenzen vermitteln geballtes Wissen, Anregungen und wichtige Hinweise für Trends und Entwicklungen von morgen. Die Videos zu den Vorträgen können sich unsere Freemium-Mitgliedern auf [www.werkzeug-formenbau.de](http://www.werkzeug-formenbau.de) ansehen. Wenn auch Sie Interesse an einer Freemium-Mitgliedschaft haben, können Sie sich hier kostenlos registrieren.

Nicht ganz neu, aber dafür im neuen Look: Unser Konjunkturbarometer estrahlt ab sofort im neuen Stil. Extra für Online in einer übersichtlichen Infographik aufbereitet, lesen Sie monatlich die Umfrageergebnisse unseres Panels. Sehen Sie sich doch gleich unsere aktuelle Graphik "Konjunkturbarometer Mai 2017" an.



Viele Grüße aus der Redaktion,  
*Heiga Neuß*  
Heiga Neuß  
Chefin vom Dienst Online  
fertigung  
werkzeug&formenbau


P.S. Wie gefällt Ihnen unser Infobrief? Zögern Sie nicht, und schreiben Sie mir Ihre Meinung.

Content Ad  
Textanzeige  
Fullsizebanner

---

**Aufwind**  
**Konjunkturbarometer Mai 2017**

Konjunkturbarometer  
Mai 2017




Optimismus pur – angesichts voller Auftragsbücher und guter Auftragsgänge kein Wunder. Dabei sollte aber angesichts des boomenden Tagesgeschäfts die Zukunft nicht vergessen werden. Daher ist es gut, dass die zuletzt rückläufige Investitionsneigung wieder Aufwind verspürt.

Mehr

---

**Franz Tischacha, Deckerform Technologies**  
**"Die Branche muss kommunikativer und kooperativer werden."**




Der Werkzeug- und Formenbau hierzulande ist im Umbruch. In einer Interviewserie befragt Chefredakteur Richard Pergler Protagonisten aus der Branche zu ihrem Blick auf die Zukunft. Im Gespräch mit Franz Tischacha, Geschäftsführer bei Deckerform.

Mehr

---

**Maschinen-Check**  
**Stangen-Fräsdrehzentrum s181 von Bumotec**



Die Bumotec SA, eine Tochter in der Starrag Gruppe, hat seine Maschinenpalette um ein Stangen-Fräsdrehzentrum erweitert. Dabei wurden bewährte Baugruppen aus den vorhandenen Baureihen genutzt und intelligent mit Neuem verknüpft.

Mehr

Content Ad  
Textanzeige  
Fullsizebanner



## Content Marketing für Industrieunternehmen

Positionieren Sie sich als Experte mit Ihren relevanten Inhalten auf unseren Fachportalen. Die SEO-Optimierte Implementierung unseres Content-Marketing erzielt nachweisbare Effekte auf das Organische Ranking sowie die Sichtbarkeit im Internet zu den

positionierten Themen. Wir unterstützen Sie mit unserer Service-redaktion bei der Erstellung passender Inhalte und bieten die laufende Steuerung und Optimierung der Content-Kampagne und behalten die von Ihnen definierten KPIs im Blick!



Positionierung als Experte mit Inhalten - Marketing mit Content inkl. Distribution in allen unseren digitalen Medienkanälen.

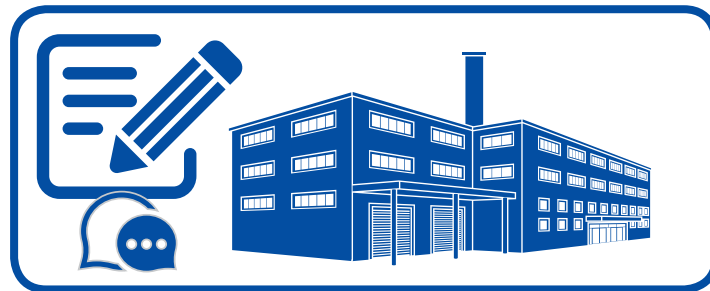


Nachhaltige Technische Implementierung, die auf das Organische Ranking und Ihre – SEO-Sichtbarkeit im Internet einzahlt.



Sehr umfassende Betreuung durch die Fach-Redaktion mit Detaillierten Reportings, Ideen für Optimierungen und Handlungsempfehlungen.

## VMI Content Processing Network



Ihre Story für unser Netzwerk



Content Marketing ist als Unternehmens-, Marken-, Produkt- und Mitarbeiterkommunikation getrieben von relevanten, redaktionellen Inhalten. Content Marketing nutzt alle verfügbaren Medienkanäle wie Print, Video, Mobile und Online – jeweils einzeln und in crossmedialen Mediensystemen.

Content Marketing entfaltet messbare Wirkung entlang der gesamten Customer Journey und in der internen Kommunikation. Die Kommunikationseffekte reichen von der Steigerung des Bekanntheitsgrades über Imagepflege und Kundenbindung bis hin zur Neukundengewinnung und dem Auslösen unmittelbarer Kaufimpulse. (Definition Content Marketing gemäß des Content Marketing Forum e.V.)

powered by



### Zielgruppe + Reichweite + Relevanz

Organic Growth und Keyword-Ranking

Für mehr Sichtbarkeit Ihrer Marke im Netz



### Bei Interesse sprechen Sie uns an.

Im Medienverbund des verlag moderne industrie bieten wir verschiedene Content Marketing-Module an. Individuell auf Ihre Bedürfnisse abgestimmt.



#### Kontakt:

Thomas Seidel

Tel.: +49 (0) 8191 125-412

Fax: +49 (0) 8191 125-483

E-Mail: thomas.seidel@mi-verlag.de





## Vertriebserfolge steigern und neue Umsatzpotenziale erschließen

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

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



## Sorglos-Service aus einer Hand

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

Adressmiete	Einzelnutzung (Preis je Nutzung)	Zweifachnutzung (Preis je Nutzung)	Dreifachnutzung (Preis je Nutzung)	Jahresmiete (pauschal)
Datenbankpauschale	180,- €			
Firmenadresse + 1 Ansprechpartner	ab 0,24 €	ab 0,22 €	ab 0,19 €	ab 0,95 €
Mindestauftragswert	590,- € (inkl. Datenbank-/Selektionspauschale)			
Mindestabnahme	70% der gelieferten Adressen (bei Adressabgleich)			

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

## Wunschzielgruppe ohne Streuverluste:

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

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

## Pluspunkte für das Mailing

- Messbare Resonanz
- Idealer Werbeträger zur Neukundengewinnung
- Vielfältige Gestaltungsmöglichkeiten der Mailings
- Hohe Aufmerksamkeit durch Personalisierung innerhalb der Werbebotschaft
- Ideal zur Einbindung in eine crossmediale Werbekampagne
- Zeitliche Flexibilität des Aussendezeitpunkts

## Optionaler Full Service – wir kümmern uns um ALLES!



### Beratung

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



### Kreation

Wir entwickeln in enger Abstimmung mit Ihnen das Werbekonzept und übernehmen die Gestaltung und Umsetzung der Werbemittel.



### Produktion

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



### Adressabgleich

Wir übernehmen den Abgleich der gemieteten Adressen gegen Ihren Kundenbestand.



### Lettershop

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

## JETZT kostenlos testen!

Wir ermitteln kostenlos und unverbindlich das Potenzial Ihrer Wunschzielgruppe.

## Nehmen Sie Kontakt mit uns auf:



Alexander Zöller  
Tel.: +49 81 91/125-345  
Fax: +49 81 91/125-555  
alexander.zoeller@mi-verlag.de



Marek Birkenhauer  
Tel.: +49 81 91/125-173  
Fax: +49 81 91/125-555  
marek.birkenhauer@mi-verlag.de

<b>1 Auflagenkontrolle:</b>	 Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt 1. Juli 2016 – 30. Juni 2017		
<b>2 Auflagen-Analyse:</b>			
<b>Druckauflage:</b>	16.391		
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):</b>	16.115	davon Ausland:	193
<b>Verkaufte Auflage:</b>	1.430	davon Ausland:	31
– Abonnierte Exemplare:	256	davon Mitgliederstücke:	0
– Sonstiger Verkauf:	1.173		
– Einzelverkauf:	1		
<b>Freistücke:</b>	14.685		
<b>Rest-, Archiv- und Belegexemplare:</b>	276		

### 3 Geografische Verbreitungsanalyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
<b>Inland</b>	97,1	15.654
<b>Ausland</b>	1,2	193
<b>Sonstige*</b>	1,7	268
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)</b>	<b>100,0</b>	<b>16.115</b>
Verbreitung nach Bundesländern		
		Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage
		%   Exemplare
Baden-Württemberg	22,9	3.585
Bayern	15,4	2.406
Berlin, Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern	3,1	489
Bremen, Hamburg, Schleswig-Holstein	3,4	529
Hessen	6,5	1.018
Niedersachsen	6,5	1.022
Nordrhein-Westfalen	27,0	4.221
Rheinland-Pfalz	4,3	679
Saarland	1,5	242
Sachsen, Sachsen-Anhalt	6,5	1.015
Thüringen	2,9	448
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage Inland (tvA)</b>	<b>100,0</b>	<b>15.654</b>

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

## 1.1 Branchen / Wirtschaftszweige

WZ 2008 Code	Empfängergruppen (lt. Klassifikation der Wirtschaftszweige 2008)	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
		%	Empfänger
24	Metallerzeugung und -bearbeitung	5,1	827
25	Herstellung von Metallerzeugnissen	38,0	6.131
25.1	Stahl- und Leichtmetallbau	6,4	1.029
25.2	Kessel- und Behälterbau (inkl. Herstellung von Dampfkesseln)	1,1	182
25.5	Herstellung von Schmiede-, Press-, Zieh-, Stanzteilen u.ä.	4,3	693
25.6	Oberflächenveredelung, Wärmebehandlung und Mechanik a.n.g	7,8	1.256
25.7	Herstellung von Schneidwaren, Werkzeugen, Schlössern und Beschlägen	8,9	1.436
25.9	Herstellung von sonstigen Eisen-, Blech- und Metallwaren	9,5	1.535
28	Maschinenbau	39,7	6.403
26, 27	Medizin-, Mess-, Steuer- und Regelungstechnik, Optik, Herstellung von Geräten der Elektrizitätserzeugung, -verteilung, Telekommunikationstechnik	7,9	1.272
29.3	Herstellung von Teilen und Zubehör für Kraftwagen und Kraftwagenmotoren, sonstiger Fahrzeugbau	4,5	732
	Sonstige Branchen	3,0	482
	Sonstige*	1,7	268
	<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)</b>	<b>100,0</b>	<b>16.115</b>



## 1.2 Größe der Wirtschaftseinheit

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Empfänger
1 – 49 Beschäftigte	28,9	4.663
50 – 99 Beschäftigte	20,7	3.331
100 – 199 Beschäftigte	17,6	2.836
200 – 499 Beschäftigte	15,5	2.501
500 – 999 Beschäftigte	7,8	1.266
1.000 und mehr Beschäftigte	7,8	1.250
Sonstige*	1,7	268
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)</b>	<b>100,0</b>	<b>16.115</b>

## 2.1 Tätigkeitsmerkmal: Position im Betrieb

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Empfänger
Geschäftsführung / Vorstand	14,8	2.380
Ndl., Werks-, Abtl., Betriebs- und Bereichsleitung	75,9	12.233
Fachkraft	7,7	1.234
Sonstige*	1,7	268
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)</b>	<b>100,0</b>	<b>16.115</b>

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

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

#### Total-Erhebung durch Dateiauswertung nach IVW-Richtlinien

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

##### 1. Untersuchungsmethode:

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

##### 2. Beschreibung der Empfängerschaft zum Zeitpunkt der Datenerhebung:

###### 2.1 Beschaffenheit der Datei:

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

**2.2 Gesamtzahl Empfänger in der Datei:** 50.319

**2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger:** 48.669  
(Wechsel nach jeder dritten Ausgabe)

###### 2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

– Verkaufte Auflage	1.430
davon: abonnierte Exemplare	256
Einzelverkauf	1
sonstiger Verkauf	1.173
– Freistücke	14.685
davon: ständige Freistücke	221
wechselnde Freistücke	14.188
Werbeexemplare	276
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	16.115
– davon Inland:	15.922
– davon Ausland:	193

##### 3. Beschreibung der Untersuchung:

###### 3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA) 16.115 = 100 %

Davon in der Untersuchung nicht erfasst:

– Werbeexemplare 276 = 1,71 %

Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA) 15.839 = 98,29 %

**3.2 Tag der Datei-Auswertung:** 03. August 2017

###### 3.3 Beschreibung der Datenbasis:

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

###### 3.4 Zielperson der Untersuchung:

Die in der Datei erfassten persönlichen Empfänger in Institutionen.

**3.5 Definition des Lesers:** entfällt

**3.6 Zeitraum der Untersuchung:** 01. Juli 2016 – 30. Juni 2017

**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.



Richard Pergler  
Ltd. Chefredaktion  
Tel.: 08191/125-697  
richard.pergler@mi-verlag.de



Jürgen Gutmayr  
Redaktion (verantwortl.)  
Tel.: 08191/125-545  
juergen.gutmayr@mi-verlag.de



Julia Dusold  
Redaktion  
Tel.: 08191/125-466  
julia.dusold@mi-verlag.de



Melanie Fritsch  
Redaktion  
Tel.: 08191/125-170  
melanie.fritsch@mi-verlag.de



Helga Neuß  
Assistenz + Online  
Tel.: 08191/125-485  
helga.neuss@mi-verlag.de



Helmut Schempp  
Verkaufsleitung  
Tel.: 08191/125-449  
helmut.schempp@mi-verlag.de



Thomas Seidel  
Mediaberatung  
Tel.: 08191/125-412  
thomas.seidel@mi-verlag.de



Regine Russek  
Anzeigendisposition  
Tel.: 08191/125-338  
regine.russek@mi-verlag.de



Evelyn Mahlik  
Content Management  
Tel.: 08191/125-234  
evelyn.mahlik@mi-verlag.de