

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
Innovationswegweiser, Firmenporträt	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: | werkzeug&formenbau | Telefax: | 0 81 91 / 125-483 |
| | | Internet: | www.werkzeug-formenbau.de |
| 2 Kurzcharakteristik: | <p>werkzeug&formenbau ist das meinungsbildende Premiummagazin für die Werkzeug-, Formen-, Gesenk- und Vorrichtungsbau-Branche. Inhaltlich ist werkzeug&formenbau an den Kernprodukten der Branche ausgerichtet und damit ein Spiegelbild der beruflichen Welt seiner Empfänger. Das Magazin bietet seinen Lesern daher einen einzigartigen, schnellen und direkten Zugriff auf branchenrelevante Informationen. Durch die ganzheitliche Darstellung der technologischen und organisatorischen Prozesskette in Form von Hintergrundartikeln, Trendreportagen, Anwenderstories und Produktberichten bietet werkzeug&formenbau zudem die Basis zur wirtschaftlichen Optimierung von Arbeitsabläufen.</p> | | |
| 3 Zielgruppe: | Entscheider der Branche | | |
| 4 Erscheinungsweise: | 5x jährlich (siehe Themenplan) | | |
| 5 Heftformat: | DIN A4 | | |
| 6 Jahrgang: | 28. Jahrgang 2018 | | |
| 7 Bezugspreis Jahresabonnement: | <p>Inland € 68,- (zzgl. € 6,- Versand & MwSt. = € 79,61)
 Ausland € 68,- (zzgl. € 12,- Ausland & MwSt. = € 86,03)
 Einzelverkaufspreis € 16,- (inkl. MwSt. & zzgl. Versand)</p> | | |
| 8 Organ: | - | | |
| 9 Mitgliedschaften: | - | | |
| 10 Verlag: | <p>verlag moderne industrie GmbH
 Postanschrift: 86895 Landsberg
 Hausanschrift: Justus-von-Liebig-Str. 1, 86899 Landsberg
 Telefon: 0 81 91 / 125-0</p> | | |
| | | 11 Herausgeber: | verlag moderne industrie GmbH |
| | | 12 Anzeigen: | <p>Thomas Seidel
 Telefon: 0 81 91 / 125-412
 E-Mail: thomas.seidel@mi-verlag.de</p> <p>Helmut Schempp
 Telefon: 0 81 91 / 125-449
 E-Mail: helmut.schempp@mi-verlag.de</p> |
| | | 13 Redaktion: | <p>Richard Pergler (Ltd. Chefredaktion)
 Telefon: 0 81 91 / 125-697
 E-Mail: richard.pergler@mi-verlag.de</p> <p>Melanie Fritsch
 Telefon: 0 81 91 / 125-170
 E-Mail: melanie.fritsch@mi-verlag.de</p> |
| | | 14 Umfangsanalyse: | <p>2016 = 5 Ausgaben
 Format der Zeitschrift: DIN A4
 Gesamtumfang: 414 Seiten = 100,0 %
 Redaktioneller Teil: 318 Seiten = 76,8 %
 Anzeigenteil: 96 Seiten = 23,2 %
 Beilagen/Einhefter: 10 Stück</p> |
| | | 15 Inhalts-Analyse Redaktion: | <p>2016 = 318 Seiten
 Fertigungstechnik/Werkzeugmaschinen 77 Seiten = 24,4 %
 Steuerungen, Qualitätssicherung 29 Seiten = 9,3 %
 CAD/CAM, Entwicklung 98 Seiten = 30,8 %
 Betriebs- und Fertigungsorganisation 26 Seiten = 8,1 %
 Normalien, Betriebsausrüstung, Werkstoffe 34 Seiten = 10,6 %
 Nachrichten, Produktinformationen 40 Seiten = 12,5 %
 Trendberichte, Veranstaltungen, Kommentare 14 Seiten = 4,3 %</p> |



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

1 Zeitschriftenformat 210 mm breit x 297 mm hoch, DIN A4

Satzspiegel 178 mm breit x 257 mm hoch
4 Spalten je 41 mm breit

2 Druck- und Bindeverfahren

Druckverfahren: Bogen-Offset,

Bindeverfahren: Rücken-Drahtung

3 Datenübermittlung per E-Mail an: 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 Datenarchivierung 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



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

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

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

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

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

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

*angeschnitten

*angeschnitten

— Anschnittformate inkl. 3 mm Beschnittzugabe



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

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	5.630,-
2/3-Seite hoch	117 x 257	136 x 303	4.100,-
2/3-Seite quer	178 x 169	216 x 194	4.100,-
Juniorpage	126 x 178	145 x 203	3.400,-
1/2-Seite hoch	86 x 257	105 x 303	3.400,-
1/2-Seite quer	178 x 126	216 x 149	3.400,-
1/3-Seite hoch	56 x 257	75 x 303	2.460,-
1/3-Seite quer	178 x 83	216 x 106	2.460,-
1/4-Seite hoch	41 x 257	60 x 303	1.710,-
1/4-Seite quer	178 x 62	216 x 85	1.710,-
1/4-Seite Block	86 x 126	105 x 149	1.710,-
1/8-Seite hoch	41 x 126	60 x 149	1.180,-
1/8-Seite quer	178 x 29	216 x 52	1.180,-
1/8-Seite Block	86 x 62	105 x 85	1.180,-

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

ab 300 mm	€ 5,23
bis 300 mm	€ 6,53

(Mindestgröße 50 mm)

2 Zuschläge Vorzugsplätze:

2. Umschlagseite	€ 6.200,-	4. Umschlagseite	€ 6.200,-
Seite 3 (Editorial): 1/3-hoch	€ 2.950,-	Seite 5 (Inhalt): 1/2-hoch	€ 3.900,-

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 ²	über 170 g/m ²
2 Seiten		4.990,-	5.380,-
4 Seiten		8.380,-	8.960,-

Weitere Formate auf Anfrage.

Anlieferung: Muster bei Auftragserteilung. Auflage bis 14 Tage vor Erscheinen.
Format unbeschnitten 216 mm breit, 305 mm hoch.
Kopfbeschnitt 5 mm. Mehrseitige Beihefter auf obiges Format gefalzt.

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	€ 4.320,-
je weitere 25 g Gewicht	€ 2.160,-
(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	€ 1.360,-
Zuzüglich Klebekosten	
– für maschinelle Verarbeitung	€ 450,-
– für manuelle Verarbeitung	€ 1.000,-

Lieferanschrift, Beilagen und Einhefter:

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

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



Banderole um **werkzeug&formenbau**

Format 460 x 100 mm, inkl. Druck und Klebekosten € 8.100,-



Gatefolder

ausklappbare Anzeigenseite auf der
2. Umschlagseite Werbefläche: ca. 3 DIN A4-Seiten € 15.300,-



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 € 10.500,-

Weitere Sonderwerbeformen 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

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:

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 Bankeinzug 3 % Skonto

Bankverbindung:

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

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

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: 5 Ausgaben pro Jahr

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

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

Eintragungs-/Berechnungsbeispiele:

Adresseintrag

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

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

Adresseintrag mit Ihrem Firmenlogo



Tel. (07 51) 5 60 50-0
 www.pfleghar.de
 Fräsmaschinen, HSC Spindeln,
 MDE, BDE, CAM-Software

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

Adresseintrag mit
Ihrem Firmenlogo und
Ihrem Zusatztext

SCHUMAG

Logos
auch in Farbe
möglich!

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

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

mm-Preis:	€ 2,46
Adresse + Logo	
+ Zusatzeintrag:	45 mm Höhe
+ Farbe:	€ 25,00
Gesamt:	€ 135,70
(pro Rubrik und Ausgabe)	

Originalschrift:

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

Termine		Februar 1/2018	April 2/2018	Juni 3/2018	September 4/2018	November 5/2018
	Anzeigenschluss	22.01.2018	23.03.2018	28.05.2018	17.08.2018	15.10.2018
	Erscheinungstermin	14.02.2018	17.04.2018	20.06.2018	11.09.2018	07.11.2018
Messe		Metav	Control		AMB*, Fakuma	formnext
Marktübersicht			5-Achs-Bearbeitung	CAD/CAM		Heißkanalsysteme
Ständige Rubriken	Technologien					
<ul style="list-style-type: none"> • SPRITZEN & GIESSEN • PRESSEN & UMFORMEN • ENGINEERING & DIENSTLEISTUNG • TRENDS & INNOVATIONEN • SERIE: BENCHMARK – LERNEN VON DEN BESTEN 	C-Techniken:					
	• CAD/CAM	●	●	●	●	●
	• Simulation		●		●	●
	• Reverse Engineering	●		●		●
	Produktentwicklung	●	●	●	●	●
	Spanende Fertigungsverfahren					
	• Drehen		●	●	●	
	• Fräsen	●	●	●	●	●
	• Schleifen	●			●	
	• Bohren/Tiefbohren		●		●	●
	• HSC-Bearbeitung	●	●	●	●	●
	• 5-Achs-Bearbeitung	●	●	●	●	●
	• Hartbearbeitung		●	●	●	
	Generative Fertigungsverfahren			●		●
	EDM					
	• Senkerodieren	●	●	●	●	●
	• Drahterodieren	●		●	●	●
	• Komponenten		●			●
	Spanntechnik		●	●		
	Laser					
	• Auftragsschweißen	●		●		●
	• Schneiden	●			●	●
	• Beschriften			●	●	●
	Wasserstrahlschneiden			●	●	●
	Steuerungs- und Antriebstechnik	●		●	●	●
	Messtechnik/Qualitätssicherung	●	●	●		●
	Fertigungsplanung					
	• PPS			●		●
	• ERP			●	●	●
	• BDE/MDE	●	●	●		●
Komponenten						
• Werkstoffe	●	●	●	●	●	
• Normalien	●	●	●	●	●	
• Heißkanaltechnik	●	●	●	●	●	
• KSS/MMKS		●	●		●	

*AMB Innovationswegweiser: DIN A5-Vollbeilage in werkzeug&formenbau 4/18 und fertigung 9/18; Gesamtauflage: ca. 28.000 Exemplare

Messen Inland		
Euroguss	Nürnberg	16. – 18.01.
Metav	Düsseldorf	20. – 24.02.
Grindtec	Augsburg	14. – 17.03.
Control	Stuttgart	24. – 27.04.
wfb	Augsburg	12. – 13.06.
AMB	Stuttgart	18. – 22.09.
Aluminium	Düsseldorf	09. – 11.10.
Fakuma	Friedrichshafen	16. – 20.10.
formnext	Frankfurt	13. – 16.11.

Ansprechpartner Redaktion:

Richard Pergler (Ltd. Chefredaktion)
 Tel.: 0 81 91/125-697, Fax: 0 81 91/125-483
 E-Mail: richard.pergler@mi-verlag.de
 Melanie Fritsch
 Tel.: 0 81 91/125-170, Fax: 0 81 91/125-483
 E-Mail: melanie.fritsch@mi-verlag.de

Ansprechpartner Anzeigen:

Helmut Schempp (Verkaufsleitung)
 Tel.: 0 81 91/125-449, Fax: 0 81 91/125-483
 E-Mail: helmut.schempp@mi-verlag.de
 Thomas Seidel (Mediaberatung)
 Tel.: 0 81 91/125-412, Fax: 0 81 91/125-483
 E-Mail: thomas.seidel@mi-verlag.de

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

Der Innovationswegweiser

1 Anzeige – 2 Zielgruppen

werkzeug&formenbau **fertigung**



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

Formate und Preise:

Juniorpage oder 1/2 DIN A4-quer
4c-Grundpreis: 3.850,- €
1/4 DIN A4-Block
4c-Grundpreis: 1.990,- €



Das Firmenporträt

aussagekräftig + augenfällig
Wir übernehmen vom Satz bis zur Freigabe.



Das Unternehmen

Firmenname: Nonnenmann GmbH
Rechtsform: GmbH
Wohnsitz: Wilhelmsstraße 34
73630 Wörnbroich
Telefon: +49 7181 40207-0
Telefax: +49 7181 403151
E-Mail: info@nonnenmann-gmbh.de
Internet: www.nonnenmann.com

Geschäftsführung: Dipl.-Wirtsw. (FH) Viktor Nonnenmann
Sprachen: Deutsch, Englisch, Chines. Lesend
Referenzen: namhafte Kunden der Werkzeug- und Formenbau-Branche
Branche: Werkzeug- und Formenbau, Spritzformen
Einzelbereiche: Konzeptplanung für den Werkzeug- und Formenbau, des Maschinenbaus und Spritzformen mit mehr als 25 Jahren Erfahrung als inhabergeführtes Unternehmen



Das Programm

Nonnenmann bietet Produkte und Beratung für den Werkzeug- und Formenbau, den Maschinenbau und Spritzformen. Mehr als 60 hochqualifizierte Mitarbeiter an 4 Standorten mit eigener Logistikzentrale und das 2014 erhaltene Technikum garantieren Lösungen für die Wünsche an einen modernen, professionellen Zulieferer.

Indes sämtliche Komponenten für den Werkzeug- und Formenbau wurde in den letzten Jahren im Bereich Sonderbau nach Kundenleihen ein deutlich vergrößertes Produktionszentrum errichtet. Im Bereich Normteile ist das Ziel der Nonnenmann GmbH, durch ein umfassendes Sortiment die Branchenvielzahl für den Kunden zu optimieren und bietet deshalb vom Zulieferer über die Fertigung, die Lohnbearbeitung und Temperierschmelze und -schmelze über eine oder beide auf Wunsch erhalten Sie selbst Auswörter mit Vertriebsberatung, innerhalb kürzester Lieferzeit.

Im Zusammenhang mit den ständig steigenden Anforderungen an Flexibilität, Schnelligkeit und Kosteneffizienz ist dies ein besonderes Beispiel an Markt- und Kundenorientierung. Zusätzliche Beratung durch unser Team ist der Garant für individuelle Betreuung und besten Preis-Leistungs-Service.



„Komplettanbieter mit „präzision Service““

1/2-seitig: 178 x 126 mm
4c-Preis: 2.950,- €



Das Unternehmen

Firmenname: HASCO Hasenlocher GmbH + Co KG
Rechtsform: GmbH + Co KG
Wohnsitz: Rönning 4
D-58113 Lüdenscheid
Telefon: +49 2393 957-0
Telefax: +49 2393 957 337
E-Mail: info@hasco.com
Internet: www.hasco.com
Map: Christoph Grottel

Geschäftsführung: Wilhelm mit 35 Standorten vertreten
Sprachen: Mehrsprachigkeit
Einzelbereiche: Normteile und Werkzeuchtechnik für den Werkzeug- und Formenbau und die Kunststoffverarbeitende Industrie



Das Programm

HASCO, international tätiger Anbieter von standardisierten Normteilen und Zulaufteilen, ermöglicht den einfachen Weg vom Konstruktions- und CAD-Entwurf über die Fertigung und Montage bis zur Montage und Instandhaltung.

Das Angebot umfasst über 100.000 Produkte, die individuelle und wirtschaftliche Normteile und Individual-Lösungen für den Werkzeug- und Formenbau und die Kunststoffverarbeitende Industrie bieten.

Weltweit geschäftsfähig sind 700 Mitarbeiter an 35 Standorten eine schnelle Verfügbarkeit der global verteilten HASCO-Standards. Mehr als 25.000 Kunden im In- und Ausland schätzen dieses Know-how, die Zuverlässigkeit der Mitarbeiter sowie die Präzision und die Qualität der HASCO Normteile.

1/3-seitig: 178 x 83 mm
4c-Preis: 1.990,- €

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 Musters angenommen.

§ 2 Angebot, Vertragsschluss

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 Werbemittel 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 Kenntnislerlangung der betreffenden Inhalte mitteilen.

§ 3 Vertragsabwicklung

1. Aufträge sind innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzuwickeln, beginnend mit der 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 virenfrei und den vertraglichen Vereinbarungen entsprechend rechtzeitig zur Verfügung. Werden Vorlagen digital (z. B. per CD-ROM oder E-Mail) an den Verlag übermittelt, sind sie nur mit geschlossenen Dateien zu übertragen, also mit solchen Dateien, die der Verlag inhaltlich nicht einsehen kann. Die Haftung für die fehlerhafte 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 mitzuliefern. Ansonsten bestehen keine Ersatzansprüche des Auftraggebers wegen etwaiger Farbabweichungen. Der Auftraggeber haftet dafür, dass die übermittelten Dateien frei von Computerviren sind. Dateien mit Computerviren kann der Verlag löschen, ohne dass der Auftraggeber hieraus Ansprüche herleiten könnte. Der Verlag behält sich zudem Mitspracherechte vor, wenn beim Verlag weiteren Schäden verursachen. Für erkannte 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 ausführlicher Ausführungen trägt der Auftraggeber.

4. Probesträge 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. Textinhalte müssen sich durch die Grundschrift vom redaktionellen Text 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 Einschreibebestellungen handelt). Eine Gewähr für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Offerten übernimmt der Verlag jedoch nicht.

8. Die in der Preisliste ausgewiesenen Anzeigenschlüsse und Erscheinungstermine sind für den Verlag unverbindlich. Dem Verlag steht es frei, diese kurzfristig dem Produktionsstand entsprechend zu ändern.

9. Aufträge können nur rechtzeitig, spätestens zum Anzeigenschlusstermin, und schriftlich, per Telefax oder E-Mail gekündigt werden. Ist die Anzeige bereits in Druck gegeben, hat der Auftraggeber die Anzeige zu bezahlen. Ansonsten kann der Verlag die Erstattung der bis zur Kündigung angefallenen Kosten nach den gesetzlichen Vorschriften verlangen.

10. Der Auftraggeber ist für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit des Werbemittels verantwortlich. Er stellt den Verlag 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 Gegendarstellung 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 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 Nachschlüssen. 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 Werbeagenturbereiter Auftraggeber werden, muss dies gesondert unter namentlicher Nennung des Werbemitteltreibenden vereinbart werden. Der Verlag ist berechtigt, von der Werbeagentur einen Mandatsnachweis zu verlangen.

§ 4 Preise, Zahlungsbedingungen, Preisreduzierung

1. Der Preis für die Veröffentlichung des 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 festsetzen. Preisänderungen für erteilte Aufträge sind gegenüber Unternehmern wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens einen Monat vor Veröffentlichung des Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preisreduzierung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausübt werden.

2. Die in der Preisliste bezeichneten Nachlässe werden nur dem Auftraggeber und nur für die innerhalb eines Jahres geschalteten Werbemittel gewährt („Anzeigenjahr“). Wiederholungsabgabe 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 er zu viel gewährte Preisnachlässe nachträglich in Rechnung gestellt.

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

7. Aus einer Auftragsminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Werbemittel ein Anspruch auf Preisreduzierung 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 Preisreduzierung berechtigter Mangel, wenn eine Auflage um mindestens 20 V. H. unterschritten wird.

Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisreduzierungsansprüche 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 muss der Auftraggeber spätestens sechs Monate nach Veröffentlichung der entsprechenden Druckschrift reklamieren. Bei fehlerhafter Wiedergabe des Werbemittels – trotz rechtzeitiger Lieferung einwandfreier Vorlagen und anschließender 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 Nachlieferung dem Auftraggeber nicht zumutbar oder schlägt sie fehl, so hat der Auftraggeber das Recht, vom Verlag zurückzutreten oder Zahlungsverzug zu verlangen. In dem Ausmaß geltend zu machen, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Bei unwesentlichen Mängeln ist der Rücktritt ausgeschlossen. Gewährleistungsansprüche von Kaufleuten verjähren 12 Monate nach ...

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 Veröffentlichung der nächstfolgenden Werbeschaltung auf den Fehler hinweist.

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

6. § 5 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 Erreichung des Vertragszwecks wesentlich ist, oder sich die Schadensersatzansprüche aus einer Beschaffenheitsgarantie ergeben. Haftung der Verlage beruht auf der Grundlage nach, ist der Schadensersatzanspruch für vorstehbaren Schaden begründet. Dieses Haftungsbegrenzung nicht, wenn der Schaden durch ein vorsätzliches oder grob fahrlässiges Handeln des Verlags, 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 Verlags ausgeschlossen ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung seiner Mitarbeiter, Vertreter, Organe und Erfüllungsgehilfen. Alle Schadensersatzansprüche gegen den Verlag verjähren in zwölf Monaten nach dem Zeitpunkt, in dem der Auftraggeber von dem Anspruch begründenden Umständen Kenntnis erlangt hat oder hätte erlangen müssen.

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

§ 7 Rechtseinräumung
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, Bearbeitung, zu öffentlichem Zuganglichmachen, Einstellen in einer Datenbank, Entnahme aus einer Datenbank und Bereithalten zum Abruf, und zwar zeitlich, räumlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen erteilt und besetzt eingeraumt und berechnen 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, Drittverweusätze und vergleichbar relevante Daten des Auftraggebers auf Produktebene zur Veröffentlichung an Unternehmen weiterzuleiten, die sich mit der Erhebung und Auswertung solcher Informationen beschäftigen. Diese Daten werden dort aggregiert und in anonymisierter Form in den Markt kommuniziert.

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

Stand: Juli 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.werkzeug-formenbau.de
- 2 Kurzcharakteristik:** Im Fokus steht der ganzheitliche Blick auf die Prozessketten mit all ihren technologischen und organisatorischen Faktoren. Insbesondere im Zeichen des Wandels der Unternehmen vom handwerklichen zum industriell orientierten Werkzeug- und Formenbau berichten wir über aktuelle Trends und Entwicklungen, liefern Hintergründe, Zahlen und Fakten. Unser Redaktionsteam recherchiert vor Ort exklusiv aktuelle Trends und Entwicklungen sowie Best-Practice-Lösungen aus der Branche und für die Branche. Mit www.werkzeug-formenbau.de und dem dazugehörigen Facebook-Auftritt wird der Leser noch schneller und fokussierter über die lebendige und innovative Branche des Werkzeug- und Formenbauers informiert.
- 3 Zielgruppe:** Die meinungsbildende, kritische und unabhängige Website www.werkzeug-formenbau.de spiegelt die berufliche Welt ihrer Leser wider und schafft für die Entscheider der Branche – vom Unternehmer und Geschäftsführer bis zur Werkstattebene – eine solide und aktuelle Basis zur wirtschaftlichen und technologisch sinnvollen Optimierung der Prozessketten.

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: 11.596 Pis
Visits: 7.282
Monatsdurchschnitt: Januar – Juni 2017

The screenshot shows the homepage of 'werkzeug&formenbau' with various advertising spots marked. At the top, there's a search bar and navigation menu. Below the header, a large 'Billboard Ad' is positioned. To its right, a 'Superbanner' and a 'Wallpaper (Superbanner + Skyscraper)' are shown. The main content area features several articles with images and text, with 'Skyscraper' labels on the left and right sides. A 'Content Ad' is placed within the article grid. At the bottom, there are 'Fullsize Banner' and a 'Baseboard (sticky)' containing a row of portraits.

- 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.werkzeug-formenbau.de und Span&Form

- 1. Datenanlieferung:** mindestens 1 Woche vor Schaltbeginn per Email an 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
08191/125-412

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

- 7. Stornogebühren:** 10 % vom Listenpreis



Span&Form

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 der 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 erstrahlt 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

58%
88%

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.

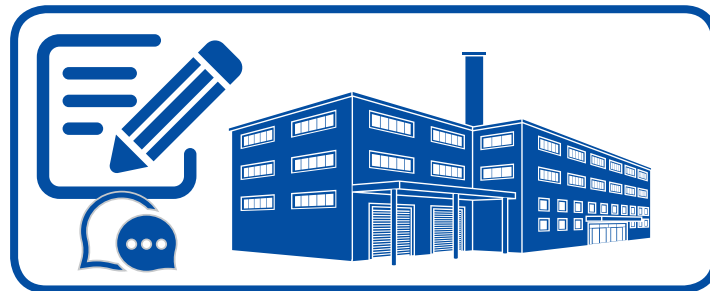


Nachhaltige Technische Implementierung, die auf das Organische Ranking und Ihre – SEO-Sichtbarkeit im Internet einzahlt.



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.



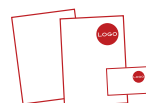
Produktion

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.



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

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

1 Auflagenkontrolle:	 Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt 1. Juli 2016 – 30. Juni 2017		
2 Auflagen-Analyse:			
Druckauflage:	10.594		
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):	10.353	davon Ausland:	140
Verkaufte Auflage:	526	davon Ausland:	54
– Abonnierte Exemplare:	525	davon Mitgliederstücke:	162
– Sonstiger Verkauf:	1		
– Einzelverkauf:	0		
Freistücke:	9.827		
Rest-, Archiv- und Belegexemplare:	241		

3 Geografische Verbreitungsanalyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	94,5	9.789
Ausland	1,4	140
Sonstige*	4,1	424
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	10.353
Verbreitung nach Bundesländern		
		Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage
		% Exemplare
Baden-Württemberg	23,8	2.325
Bayern	18,2	1.784
Berlin, Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern	2,7	269
Bremen, Hamburg, Schleswig-Holstein	3,2	314
Hessen	7,6	741
Niedersachsen	6,3	614
Nordrhein-Westfalen	23,8	2.327
Rheinland-Pfalz	4,2	416
Saarland	1,3	131
Sachsen, Sachsen-Anhalt	5,7	555
Thüringen	3,2	313
Tatsächlich verbreitete Auflage Inland (tvA)	100,0	9.789

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

Die detaillierte Beschreibung der Erhebungsmethode finden Sie auf Seite 23

1.1 Branchen/Wirtschaftszweige

WZ 2008 Code	Empfängergruppen (lt. Klassifikation der Wirtschaftszweige 2008)	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
		%	Empfänger
	Selbständige Unternehmen des Werkzeug- und Formenbaus	31,7	3.279
	Unternehmen mit eigenem Werkzeug-, Formen- oder Vorrichtungsbau in folgenden Branchen	62,0	6.422
22	Herstellung von Gummi- und Kunststoffwaren	22,7	2.349
24.4, 24.5	Erzeugung und Bearbeitung von Metall, Gießereien	6,3	657
25, 25.5	Herstellung von Metallerzeugnissen, Schmiede-, Press-, Zieh- und Stanzteile	27,3	2.821
28	Maschinenbau	22,1	2.286
26, 27, 32.5	Medizin-, Mess-, Steuer- und Regelungstechnik, Optik, Elektrotechnik, Elektronik	11,2	1.156
29, 30	Herstellung von Kraftwagen und Kraftwagenteilen, sonstiger Fahrzeugbau (Schiff-, Schienen-, Luft- und Raumfahrzeugbau)	3,5	363
71.12	Ingenieurbüros für technische Fachplanung	2,2	228
	Sonstige*	4,1	424
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)		100,0	10.353

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

1.2 Größe der Wirtschaftseinheit

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Empfänger
1 – 99 Beschäftigte	52,0	5.388
100 – 199 Beschäftigte	13,8	1.428
200 – 499 Beschäftigte	13,5	1.397
500 – 999 Beschäftigte	6,4	667
1.000 und mehr Beschäftigte	10,1	1.048
Sonstige*	4,1	424
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	10.353

2.1 Tätigkeitsmerkmal: Aufgabenbereich

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Empfänger
Unternehmensleitung/Technische Leitung	37,9	3.921
Leitung Werkzeugbau inkl. selbständiger Werkzeug- und Formenbauer	43,9	4.540
Entwicklung/Konstruktion	14,2	1.468
Sonstige*	4,1	424
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	10.353

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

Die detaillierte Beschreibung der Erhebungsmethode finden Sie auf Seite 23

Verbreitungs- und Empfänger-Struktur-Analyse (AMF-Schema 2 und 3-E) Total-Erhebung durch Dateiauswertung nach IVW-Richtlinien

Beschreibung der Erhebungsmethoden 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: 19.791

2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger: 19.106
(Wechsel nach jeder zweiten Ausgabe)

2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

– Verkaufte Auflage	526
davon: abonnierte Exemplare	525
Einzelverkauf	0
sonstiger Verkauf	1
– Freistücke	9.827
davon: ständige Freistücke	159
wechselnde Freistücke	9.427
Werbeexemplare	241
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	10.353
→ davon Inland	10.213
→ davon Ausland	140

3. Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil)

Grundgesamtheit (tvA)	10.353	=	100 %
Davon in der Untersuchung nicht erfasst: → Werbeexemplare	241	=	2,33 %
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA)	10.112	=	97,67 %

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: von Juli 2016 – 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
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