

MEDIA DATEN 2019

PRINT + ONLINE

Titelporträt	2
Formate und technische Angaben	3
Anzeigen-Preisliste und Sonderwerbeformen	4+5
Sonderhefte, Formate und technische Angaben	6+7
Markt & Kontakt und AGB	8+9
Adressvermietung	10+11
Termin- und Themenplan	12+13
Website	14+15
Newsletter	16+17
Content Marketing	18+19
Auflagenanalyse	20
Empfänger-Struktur-Analyse	21+22
Beschreibung der Erhebungsmethode	23
Ansprechpartner	24

mj verlag
moderne industrie
erfolgsmedien für experten

Mediengruppe SV SÜDDEUTSCHER VERLAG



fertigung
DAS FACHMAGAZIN FÜR DIE METALLBEARBEITUNG

BRANCHENREPORT
Eindrücke von der Messe FEINMEC 2018 in Sao Paulo S.6

TRENDEITRAG
Neuheiten und Trends bei Nullpunktspannsystemen S.42

AUF HERZ + NIEREN
Flexible Drehzelle F 40 von Schuster Maschinenbau S.76

SCHWERPUNKT

fertigung extra schleifen
Schleifmaschinen

fertigung extra werkzeuge
Werkzeuge

TOOLMANAGEMENT

DACH Spezial
24. INTERNATIONALES SUPPLEMENT ZUM ANW STUTTGART 2018

Management, A, CH

connected Machining

Titelbild und Beitrag Seite 14

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:** 47. Jahrgang 2019
- 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
- 14 Umfangsanalyse:** 2017 = 11 Ausgaben, inkl. 2 Sonderausgaben
- | | | |
|----------------------|---------------|---------|
| Gesamtumfang: | 1096 Seiten = | 100,0 % |
| Redaktioneller Teil: | 849 Seiten = | 80,1 % |
| Anzeigenteil: | 247 Seiten = | 22,5 % |
| Beilagen/Einhefter: | 16 Stück | |
- 15 Inhalts-Analyse Redaktion:** 2017 = 849 Seiten
- | | | |
|---|--------------|--------|
| Maschinentechnik und Verfahren | 256 Seiten = | 30,1 % |
| Wasserstrahlschneiden, Lasertechnik | 14 Seiten = | 1,6 % |
| Präzisionswerkzeuge und Zubehör | 222 Seiten = | 26,1 % |
| Steuerungs-, Antriebs- und Messtechnik | 76 Seiten = | 9,0 % |
| Fertigungsorganisation, CAD/CAM | 39 Seiten = | 4,6 % |
| Betriebstechnik (Handling, Kühlschmierstoffe) | 42 Seiten = | 5,0 % |
| Produktberichte | 125 Seiten = | 14,7 % |
| Kommentare, Hintergrundberichte, Marktübersichten | 21 Seiten = | 2,5 % |
| Rubriken (Editorial, Journal etc.) | 54 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

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	5.980,-
2/3-Seite hoch	117 x 257	136 x 303	4.270,-
2/3-Seite quer	178 x 169	216 x 194	4.270,-
Juniorpage	126 x 178	145 x 203	3.580,-
1/2-Seite hoch	86 x 257	105 x 303	3.580,-
1/2-Seite quer	178 x 126	216 x 149	3.580,-
1/3-Seite hoch	56 x 257	75 x 303	2.590,-
1/3-Seite quer	178 x 83	216 x 106	2.590,-
1/4-Seite hoch	41 x 257	60 x 303	1.840,-
1/4-Seite quer	178 x 62	216 x 85	1.840,-
1/4-Seite Block	86 x 126	105 x 149	1.840,-
1/8-Seite hoch	41 x 126	60 x 149	1.330,-
1/8-Seite quer	178 x 29	216 x 52	1.330,-
1/8-Seite Block	86 x 62	105 x 85	1.330,-

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 ²	über 170 g/m ²
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 € 1.840,-
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
- Anzeigensack
- 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

Der Innovationswegweiser

1 Anzeige – 2 Zielgruppen



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

2019 zur EMO in Hannover in fertigung 9/19 und werkzeug&formenbau 4/19

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: 24. Internationales Supplement

1 Anzeige – 3 Länder – 1 Preis

Zur EMO und bereits das 24ste Mal erscheint das transalpine Bündnis aus fertigung (D), FACTORY (A) und Technische Rundschau (CH).
Gesamtauflage 39.000 Exemplare

Zur EMO 2019 in fertigung 7-8/19, FACTORY 9/19 und Technische Rundschau 9/19.

Anzeigenschluss: 16.07.2019



Format	Breite x Höhe in mm	Preise in €
1/1 Seite	178 x 257	7.740,-
1/2 Seite / Juniorpage	86 x 257 / 178 x 126 / 126 x 178	4.560,-
1/3 Seite	56 x 257 / 178 x 83	3.600,-
1/4 Seite	86 x 126 / 178 x 62 / 41 x 257	2.720,-
Einhefter	auf Anfrage	

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

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

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

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

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

*angeschnitten

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

*angeschnitten

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.)

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 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, 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 Vermarktung.
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 erweckt 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 Empfänger nicht ändern kann. Der Verlag haftet nicht bei fehlerhafter Veröffentlichung von Werbemitteln, die mit offenen Dateien (z. B. Adobe Corel, Draw, Quattro Pro, Word und gespeicherte Dateien) übermittelt werden. Zusammengehörende Dateien sind vom Auftraggeber in einer gemeinsamen Verzeichnis-„Ordner“) zu senden bzw. zu speichern. Bei digital übermittelten Druckvorlagen für Farbanzeigen ist 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 Ersatzansprüche vor, wenn die Computerviren beim Verlag oder dem Auftraggeber Schaden verursachen. Die übermittelten Dateien sind vom Auftraggeber in der für den Auftraggeber vorgesehenen Ordnerstruktur zu ordnen und auf besondere Aufforderung an den Auftraggeber zurückzugeben; anderfalls besteht es 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. Probestücke werden nach schriftlichem 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. Textzeileanzahlen müssen sich schon bei ihrer Grundrissform mit 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 Einschreibsendungen handelt). Eine Gewähr für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Originalen übernimmt der Verlag jedoch nicht.
8. Die in der Preisliste ausgewiesenen Erscheinungstermine sind für den Verlag unverbindlich. Dem Verlag steht es frei, diese kurzfristig dem Produktionsablauf entsprechend anzupassen.
9. Aufträge können nur rechtzeitig, spätestens zum Anzeigenschlusssterm, 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 die rechtliche Zulässigkeit des Werbemittels verantwortlich. Er stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter wegen der Veröffentlichung des Werbemittels frei. Einseitiger 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. Werbesteuern sind verpflichtet, sich in ihren Angaben, Verträgen und Abrechnungen gegenüber dem 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 Mängelnachlass. Die Vermittlungsprovision fällt nur bei Vermittlung von Aufträgen Dritter an. Sie wird nur an vom Verlag anerkannte Werbeagenturen vergütet unter der Voraussetzung, dass der Auftrag unmittelbar von der Werbeagentur erteilt wird, ihr die Beschaffung der fertigen und druckreifen Druckunterlagen obliegt und eine Gewerbeanmeldung als Werbeagentur vorliegt. Dem Verlag steht es frei, Aufträge von Werbeagenturen abzulehnen, wenn Zweifel an der berufsmäßigen Ausübung der Agentur Tätigkeit oder der Bonität der Werbeagentur bestehen. Aufträge durch Werbeagenturen werden in deren Namen und auf deren Rechnung erteilt. Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag daher im Zweifel mit der Werbeagentur zustande. Soll ein Werbungstreiber Aufträge werden, muss dies gesondert unter namentlicher Nennung des Werbungstreibenden vereinbart werden. Der Verlag ist berechtigt, von der Werbeagentur einen Mandatsnachweis zu verlangen.

§ 4 Preise, Zahlungsverbindungen, Preisminderung

1. Der Preis für die Veröffentlichung eines Werbemittels richtet sich nach dem 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 ausübt werden.
2. Die in der Preisliste bezeichneten Nachlässe werden nur dem Auftraggeber und nur für die innerhalb eines Jahres geschalteten Werbemittel gewährt („Anzeigenjahr“). Werbeermäßigungsrabatte 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 zu viel gewährte Preisnachlass nächträglich 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. Die sog. Pre-Notifikationsfrist nach der SEPA-Basislastschrift 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 Verlag innerhalb von sechs Monaten nach Rechnungsstellung korrigiert werden.
5. Die 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 Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt dies mit der ersten Schaltung beginnenden Anzeigenjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auftragserteilung – 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 Preisminderung berechtigter Mangel, wenn eine Auflage um mindestens 20 v. H. unterschritten wird. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen des Werbemittels vom Vertrag zurücktreten konnte.
- Derartige Minderungsansprüche von Kaufleuten als Auftraggeber verjahen 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 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 Druckseite reklamieren. Bei fehlerhafter Wiedergabe des Werbemittels – trotz rechtzeitiger Lieferung einwandfreier Vorlagen und rechtzeitiger Reklamation – ist ein einwandfreie Ersatzzahlung (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 Vertrag zurückzutreten oder Zahlungsinderung in dem Ausmaß geltend zu machen, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Bei unwesentlichen Mängeln ist die Rückzahlung des Kaufpreises innerhalb eines Monats zu leisten.
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 Werbematerial auf den Fehler hinweist.
5. Für vom Auftraggeber bereitgestellte Werbematerial (Einhefter, 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 Erteilung der Anzeige wesentlich ist, oder sich Schadensersatzansprüche aus einer geschäftshilfsartigen ergebnisgarantierenden Haftung des Verlags dem Grunde nach, ist der Schadensersatzanspruch auf den vorhersehbaren Schaden begrenzt. Diese Haftungsbegrenzung gilt, 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 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 oder Kausalitätserkenntnis hätte erlangen müssen.
2. Der Verlag wird im Falle höherer Gewalt und bei vom Verlag unverschuldeten Arbeitskampfmassnahmen von der Verpflichtung zur Auftragserteilung frei. Schadensersatzansprüche bestehen deswegen nicht.

§ 7 Rechteinräumung

- 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-, Leistungs- und sonstigen Rechte ein, insbesondere jeweils erforderliche Rechte zur Verifizierung, Verbreitung, Übertragung, Speicherung, Bearbeitung, zu öffentlichem Zugänglichmachen, Einstellen in einer Datenbank, Entnahme aus einer Datenbank und Bereithalten zum Abruf, und zwar zeitlich, räumlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt eingeräumt und berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie in allen bekannten Formen von Werbeträgern.

§ 8 Datenschutz

- Die Datenerverarbeitung erfolgt nach Maßgabe der geltenden Regelungen des Bundesdatenschutzgesetzes und der Europäischen Datenschutz-Grundverordnung. Der Verlag moderne industrie GmbH erhebt, verarbeitet und nutzt personenbezogene Daten des Kunden. Weitere Informationen zur Datenerverarbeitung und zum Datenschutz sind in der Datenschutzerklärung der Verlag moderne industrie GmbH, die unter <https://www.mi-verlag.de/datenschutz> eingesehen werden können, enthalten.

§ 9 Außergerichtliche Online-Streitbeilegung

- Die Europäische Kommission hat eine Plattform zur Online-Streitbeilegung eingerichtet. Diese erreichen Sie unter: <http://ec.europa.eu/consumers/odr>. Verbraucher können die Plattform für die Beilegung ihrer Streitigkeiten nutzen. Wir sind zur Teilnahme an einem Streitbeilegungsverfahren vor einer außergerichtlichen Streitbeilegung weder bereit noch verpflichtet, außer es besteht eine gesetzliche Pflicht zur Teilnahme.

§ 10 Erfüllungsort, Gerichtsstand

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

Stand: 10/2018



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 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

Hochwertig, individuell, überraschend

- Ein persönliches Anschreiben wird mehr beachtet und bleibt länger präsent
- Print weckt Emotionen dank des haptischen Erlebnisses und auffallender Optik
- Vielfältige Gestaltungsmöglichkeiten der gedruckten Werbemittel sorgen für Aufmerksamkeit
- Die fokussierte Ansprache ist ideal zur Einbindung in crossmediale Werbekampagnen (z.B. über personalisierte Websites)
- Print wirkt und ist der perfekte Werbeträger zur Neukundengewinnung

Optional 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.



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

Themen	Monat/ Ausgabe	Jan./Feb.	März	April	Mai	Juni	Juli/August	September	Okt./November	Dezember
		1-2/19	3/19	4/19	5/19	6/19	7-8/19	9/19	10-11/19	12/19
		Anzeigenschluss	04.01.	19.02.	22.03.	12.04.	28.05.	16.07.	13.08.	11.10.
	Erscheinungstermin	29.01.	14.03.	16.04.	10.05.	25.06.	08.08.	06.09.	07.11.	10.12.
Messen/ Veranstaltungen		Intec / Turning Days		Control	Moulding Expo		EMO	EMO		
"fertigung extra"					werkstückspannen	werkzeuge 1/19	D+A+CH* 24. Internat. Supplement	Innovationswegweiser** (DIN A5)		werkzeuge 2/19
Ständige Rubriken	Technologien									
Der Branchenreport	Drehen	●	●	●	●		●	●	●	
	Fräsen	●	●	●	●		●	●	●	
	Bohren	●	●	●	●		●	●	●	
	Schleifen	●	●		●		●	●	●	
	Sägen	●	●					●	●	
Motoren + Fahrzeugbau	Bearbeitungszentren	●	●	●	●		●	●	●	
	HSC/HPC	●	●				●	●	●	
	Werkzeugtechnik	●	●	●	●		●	●	●	
Maschinen + Anlagenbau	Trockenbearbeitung	●	●				●	●	●	
	Spanntechnik	●	●	●	●		●	●	●	
	Oberflächentechnik	●	●	●	●		●	●	●	
Mikrotechnik + Komponenten	Generative Verfahren	●	●	●	●		●	●	●	
	Wasserstrahl-schneiden	●	●					●	●	
	EDM				●			●	●	
	Steuerungstechnik	●	●	●	●		●	●	●	
Auf Herz + Nieren (Der große fertigung-Maschinen-Check)	Messtechnik	●	●	●	●		●	●	●	
	Qualitätssicherung	●	●	●	●		●	●	●	
	CAD/CAM	●	●					●	●	
	BDE/MDE/MES	●	●	●	●		●	●	●	
	ERP/PPS	●	●	●	●		●	●	●	
	KSS/MMKS	●	●				●	●	●	
	Neuheiten + Trends	Entsorgung	●	●	●	●		●	●	●
Reinigung	●	●	●	●		●	●	●		
Handling	●	●	●	●		●	●	●		
Instandhaltung	●	●				●				
Themenschwerpunkt		Komplettbearbeitung	Schleifen	Großteilbearbeitung	Spanntechnik	Toolmanagement	Drehen	Motoren- und Fahrzeugbau	Mikrobearbeitung/ Medizintechnik	Werkzeugvermessung
Marktübersichten			Werkzeug-schleif-maschinen	Groß-BAZ	Nullpunkt-spannsysteme	Werkzeuge-ausgabe-automaten	Langdreher	Verzahnungsfräser	Mikrofräser	Werkzeuge-voreinstell-geräte

*D+A+CH = 24. Internationales Supplement; Produktparade zur EMO; Gesamtauflage 39.000 Expl. (siehe Seite 6).

**Innovationswegweiser: Beilage in fertigung 9/19 und werkzeug&formenbau 4/19; Gesamtauflage 28.000 Expl.; DIN A5 = 1/2 DIN A4, d.h. mögliche Formate: A4-Juniorpage oder 1/2 A4-quer (siehe Seite 6).

Messen/Austellungen (Inland)	
Intec/"Z", Leipzig	05. – 08.02.
Turning Days, Friedrichshafen	19. – 22.02.
Hannover Messe, Hannover	01. – 05.04.
Control, Stuttgart	07. – 10.05.
Moulding Expo, Stuttgart	21. – 24.05.
Laser, München	24. – 27.06.
EMO, Hannover	16. – 21.09.
Motek, Stuttgart	07. – 10.10.
part2clean, Stuttgart	22. – 24.10.

Messen/Austellungen (Ausland)	
Imtex, Bangalore/Indien	24. – 30.01.
CIMT, Peking/China	15. – 20.04.
PRODEX, Basel/Schweiz	14. – 17.05.
Metalloobrabotka, Moskau/Russland	27. – 31.05.
MSV, Brünn/Tschechien	07. – 11.10.

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

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

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

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

- 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: 15.261
Visits: 7.303
Monatsdurchschnitt: Januar – Juni 2018



- 1 Newsletter:** fertigung Newsletter
- 2 Kurzcharakteristik:** Jeden Dienstag werden für die Abonnenten die wichtigsten Neuigkeiten und Entwicklungen aus der Welt der Metallzerspanung zusammengefasst sowohl aus dem Bereich News als auch aus den aktuellen Onlinebeiträgen.
- 3 Zielgruppe:** Entscheider und Anwender aus den Bereichen Metallbe- und -verarbeitung
- 4 Erscheinungsweise:** jeden 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 und Newsletter

- 1. Datenanlieferung:** mindestens 1 Woche vor Schaltbeginn per Email an regine.russek@mi-verlag.de

Angaben: Kundenname, Kampagnenname, 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

The screenshot displays the layout of the 'fertigung' newsletter. At the top is the header with the logo and 'Profiwissen pur'. Below this is a 'Top-Format' section. The main content area includes an article snippet about 'Sehr geehrte' with a photo of a man and a 'Content Ad' section. Below that is an 'Interview' section featuring 'Wolfgang Reiser, Blum-Novotest' with a photo and a 'Content Ad' section. At the bottom is an 'Umfrage' section titled 'Individuelle Messeformen' with a photo of a trade fair and another 'Content Ad' section.

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.

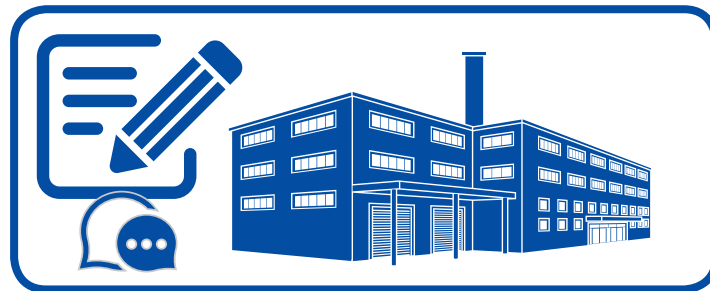


Nachhaltige Technische Implementierung, die auf das Organische Ranking und Ihre – SEO-Sichtbarkeit im Internet einzahlt.



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



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 2017 – 30. Juni 2018		
2 Auflagen-Analyse:			
Druckauflage:	16.460		
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):	16.188	davon Ausland:	120
Verkaufte Auflage:	1.431	davon Ausland:	31
– Abonnierte Exemplare:	246	davon Mitgliederstücke:	0
– Sonstiger Verkauf:	1.182		
– Einzelverkauf:	3		
Freistücke:	14.757		
Rest-, Archiv- und Belegexemplare:	272		

3 Geografische Verbreitungsanalyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	98,4	15.916
Ausland	0,7	120
Sonstige*	0,9	152
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	16.188

Verbreitung nach Bundesländern	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Baden-Württemberg	22,9	3.642
Bayern	15,9	2.526
Berlin, Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern	3,1	491
Bremen, Hamburg, Schleswig-Holstein	3,3	531
Hessen	6,5	1.037
Niedersachsen	6,5	1.040
Nordrhein-Westfalen	26,6	4.230
Rheinland-Pfalz	4,3	683
Saarland	1,5	243
Sachsen, Sachsen-Anhalt	6,5	1.028
Thüringen	2,9	465
Tatsächlich verbreitete Auflage Inland (tvA)	100,0	15.916

* 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
24	Metallerzeugung und -bearbeitung	5,1	826
25	Herstellung von Metallerzeugnissen	37,0	5.994
25.1	Stahl- und Leichtmetallbau	6,3	1.026
25.2	Kessel- und Behälterbau (inkl. Herstellung von Dampfkesseln)	1,2	191
25.5	Herstellung von Schmiede-, Press-, Zieh-, Stanzteilen u.ä.	4,2	682
25.6	Oberflächenveredelung, Wärmebehandlung und Mechanik a.n.g	7,8	1.259
25.7	Herstellung von Schneidwaren, Werkzeugen, Schlössern und Beschlägen	8,3	1.344
25.9	Herstellung von sonstigen Eisen-, Blech- und Metallwaren	9,2	1.494
28	Maschinenbau	39,6	6.405
26, 27	Medizin-, Mess-, Steuer- und Regelungstechnik, Optik, Herstellung von Geräten der Elektrizitätserzeugung, -verteilung, Telekommunikationstechnik	7,8	1.267
29.3	Herstellung von Teilen und Zubehör für Kraftwagen und Kraftwagenmotoren, sonstiger Fahrzeugbau	4,6	742
	Sonstige Branchen	5,0	802
	Sonstige*	0,9	152
	Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	16.188

1.2 Größe der Wirtschaftseinheit

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Empfänger
1 – 49 Beschäftigte	28,9	4.673
50 – 99 Beschäftigte	21,1	3.410
100 – 199 Beschäftigte	17,9	2.895
200 – 499 Beschäftigte	15,3	2.491
500 – 999 Beschäftigte	8,0	1.294
1.000 und mehr Beschäftigte	7,9	1.273
Sonstige*	0,9	152
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	16.188

2.1 Tätigkeitsmerkmal: Position im Betrieb

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Empfänger
Geschäftsführung / Vorstand	15,0	2.424
Ndl., Werks-, Abtl., Betriebs- und Bereichsleitung	76,1	12.322
Fachkraft	8,0	1.290
Sonstige*	0,9	152
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	16.188

* 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: 52.190

2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger: 50.595
(Wechsel nach jeder dritten Ausgabe)

2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

– Verkaufte Auflage	1.431
davon: abonnierte Exemplare	246
Einzelverkauf	3
sonstiger Verkauf	1.182
– Freistücke	14.757
davon: ständige Freistücke	167
wechselnde Freistücke	14.318
Werbeexemplare	272
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	16.188
– davon Inland:	16.068
– davon Ausland:	120

3. Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA) 16.188 = 100 %

Davon in der Untersuchung nicht erfasst:

– Werbeexemplare 272 = 1,68 %

Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA) 15.916 = 98,32 %

3.2 Tag der Datei-Auswertung: 03. August 2018

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 2017 – 30. Juni 2018

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



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



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



Silvia Rehm
Assistenz
Tel.: 08191/125-547
silvia.rehm@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



Sabine Königl
Assistenz
Tel.: 08191/125-390
sabine.koenigl@mi-verlag.de