

ISSN 0017-9442 A 08792 **huss** HUSS-MEDIEN GmbH 10400 Berlin

Hebezeuge + Fördermittel

Fachzeitschrift für Technische Logistik

www.hebezeuge-foerdermittel.de



Prozesse
vereinfacht
Transparenz
mit WAMAS®

Lagertechnik

Intralogistik-
Outsourcing

Kranntechnik

Norm EN 13001
diskutiert

Fördertechnik

Kognitive
Systeme

Flurförderzeuge



huss

HUSS-MEDIEN GmbH
10400 Berlin

Tel. 030 42151-344

Fax 030 42151-207

www.hebezeuge-foerdermittel.de



Preisliste Nr. 23
gültig ab 01.01.2012



Transparente und zuverlässige Daten
für Ihre Planung mit der Leser-Strukturanalyse
durchgeführt von TNS Emnid

Media-Informationen 2012

Fachzeitschrift

1	Titel-Porträt	Seite 3
T	Termin- und Themenplan	Seite 4–7
SH	Modernisierungsfibel 2012	Karte 1
SH	Flurförderzeuge 2012/2013	Karte 2
SH	Neubaufibel 2013 „Best Projects“	Karte 3
P	Preisliste	Seite 8–9
2	Auflagen- und Verbreitungs-Analyse	Seite 10–11
L	Leser-Struktur-Analyse	Seite 12–17
F	Formate und technische Angaben	Seite 18–21

Website

1	Porträt	Seite 22
P + F	Preise/Werbeformen Formate und technische Angaben	Seite 23

Newsletter

1	Porträt	Seite 24
P + F	Preise/Werbeformen Formate und technische Angaben	Seite 25

Die Medienmarke

Zielgruppe

Hersteller und Anwender der Fördertechnik sowie tangierender Bereiche

Themenspektrum

Flurförderzeuge, Lager- und Kommissioniertechnik, Krane und Hebertechnik, Fördertechnik/Materialfluss, Antriebs- und Getriebetechnik, Transport und Umschlag, Identssysteme

Stellung am Markt

Eine der führenden und anerkanntesten Zeitschriften im Bereich Fördertechnik/Intralogistik



- 1 Titel:** Hebezeuge Fördermittel
- 2 Kurzcharakteristik:** Fachzeitschrift für Technische Logistik. Sie dient der fachlichen Information zwischen Anwendern und Herstellern sowie den Fachleuten in Planung, Organisation, Fertigung und Beschaffung.
- 3 Zielgruppe:** Hersteller und Anwender der Fördertechnik sowie tangierender Bereiche
- 4 Erscheinungsweise:** monatlich, 9 Ausgaben einschl. 3 Doppelausgaben + 3 Sonderausgaben
- 5 Heftformat:** DIN A4
- 6 Jahrgang:** 52. Jahrgang 2012
- 7 Bezugspreis:**
- | | |
|---------------------------------------|----------|
| Jahresabonnement Inland zzgl. | |
| 8,00 € Porto- und Versandanteil | 147,00 € |
| Jahresabonnement Ausland inkl. | |
| Versandkosten | 160,00 € |
| Einzelverkaufspreis zzgl. | |
| 1,80 € Porto- und Versandanteil | 16,00 € |
- 8 Organ:**
- 9 Mitgliedschaft/
Teilnahme:** IVW, AMF, Leserstrukturanalyse 2010 (TNS Emnid)
- 10 Verlag:** HUSS-MEDIEN GmbH
Am Friedrichshain 22
10407 Berlin
Telefon: 030 42151-0
www.hebezeuge-foerdermittel.de
- 11 Herausgeber:** Wolfgang Huss
- 12 Anzeigen:** Marco Fiolka (verantwortlich) (☎ -344)
E-Mail: marco.fiolka@hussberlin.de
- 13 Redaktion:** Norbert Hamke (verantwortlich) (☎ -475)
E-Mail: norbert.hamke@hussberlin.de

14 Umfangsanalyse 2010 = 10 Ausgaben, 2 Sonderhefte

Gesamtumfang:	874 Seiten = 100,0 %
Redaktionsteil	627 Seiten = 71,7 %
Anzeigenteil	247 Seiten = 28,3 %
davon:	
Stellen- und Gelegenheitsanzeigen	0 Seiten = 0 %
Verlagseigene Anzeigen	26 Seiten = 10,5 %
Einhefter	2 Seiten = 0,8 %
Beilagen	5 Stück = 2,0 %

15 Inhalts-Analyse des Redaktionsteils

627 Seiten = 100,0 %

Flurförderzeuge	165 Seiten = 26,3 %
Lagertechnik/-logistik	158 Seiten = 25,3 %
Antriebs- und Getriebetechnik	7 Seiten = 1,1 %
Krane und Hebeteknik	110 Seiten = 17,5 %
Transport und Umschlag	16 Seiten = 2,5 %
Identsysteme	15 Seiten = 2,4 %
Fördertechnik/Materialfluss	93 Seiten = 14,8 %
Logistik/Intralogistik	38 Seiten = 6,1 %
Sonstiges	25 Seiten = 4,0 %

Ausgabe	AS	ET	Schwerpunkte	Technikberichte/Marktanalysen	Messen/Ausstellungen
1-2	26.01.	13.02.	<p>1. Vorbericht zur LogiMAT</p> <ul style="list-style-type: none"> – Materialflusslösungen – Krantechnik und Hebezeuge – Flurförderzeuge und Komponenten 	<p>Erste Produktschau zur LogiMAT</p> <p>Kommissionierung, Sortieren und Verteilen, Räder und Rollen im Materialfluss</p> <p>Automatik und Standardkrane, EHBs, Seil- und Kettenzüge, Fahrantriebe, LAM, Laufräder</p> <p>E- und V-Stapler, Kommissionierstapler und Hochhubwagen, Bereifung, Sitze, Terminals, Anbaugeräte</p>	<p>METAV Düsseldorf, 28.02.–03.03.2012</p>
3	23.02.	07.03.	<p>Hauptausgabe zur LogiMAT</p>  <ul style="list-style-type: none"> – Materialflusslösungen – Flurförderzeuge und Komponenten – Krantechnik und Hebezeuge 	<p>Ausführlicher Vorbericht, Produktnews und Statements zur LogiMAT mit offiziellem LogiMAT-MesseGuide 2012</p> <p>RBGs, AKL und HRL, Regale, Paletten, Behälter, LVS und Simulationen</p> <p>E- und V-Stapler, Hybrid-Stapler, Staplerkomponenten und Ergonomie, Sensorik und Gangabsicherung</p> <p>Automatik- und Standardkrane, Schwenkkrane, Seil- und Kettenzüge, LAM, Antriebstechnik, Kransteuerungen, Pendeldämpfung</p>	<p>CeBIT Hannover, 06.03.–10.03.2012</p> <p>LogiMAT Stuttgart, 13.03.–15.03.2012</p>


Ausgabe	AS	ET	Schwerpunkte	Technikberichte/Marktanalysen	Messen/Ausstellungen
4	27.03.	17.04.	<p>Vorbericht zur Hannover Messe</p> <ul style="list-style-type: none"> – Flurförderzeuge – Krantechnik – Lagertechnik 	<p>Vorbericht zur HMI Frequenzumrichter, Antriebe, Getriebe, Hydraulik und Komponenten, Einsatz von Positionssensoren</p> <p>E- und V-Stapler, Geländestapler, Teleskopstapler, Anbaugeräte, Fahrersitze, Kabinen, Batterien und Ladegeräte, Komponenten</p> <p>Portalkrane, LAM, Funkfernsteuerungen Kranantriebe, Seile und Ketten</p> <p>LVS, Pick-by-voice, Pick-by-light, Langgut- und Schwerlastlager, Regaltechnik</p>	<p>HMI Hannover, 23.04.–27.04.2012</p>
5	27.04.	16.05.	<ul style="list-style-type: none"> – Transport- und Umschlagtechnik – Krantechnik – Flurförderzeuge 	<p>Verladesysteme und Ladungssicherungen, Rampen, Überladebrücken, Schnellauftore, Rolltore, Vorsatzschleusen</p> <p>Kranmodernisierung gelungene Beispiele, Standardkrane, Kettenzüge, Fahrwerke Pendeldämpfung: neue Entwicklungen, Kransteuerungen</p> <p>neueste Entwicklungen der Staplertechnik: Hybridstapler, Konzeptstudien, Komponenten</p>	<p>AUTOMATICA München, 22.05.–25.05.2012</p>
6	15.05.	06.06.	<p>Hauptausgabe zur transfairlog</p> <ul style="list-style-type: none"> – Lagertechnik kompakt – Hubtische im Fokus – Hauptausgabe zur TOC Europe – Hafentechnik 	<p>Ausführlicher Vorbericht, Produktnews und Statements zur transfairlog</p> <p>Kommissioniertechnik, Pick-by-voice, Pick-by-light, LVS, Sicherheit im Lager, Langgut- und Schwerlastlager, Fließlager, RBGs, AKL und Hochregallager, Paletten, Behälter, Regale</p> <p>Hubtische, Hubwagen, Wägetechnik</p> <p>Hafen- und Brückenkrane, Spreader, EHBs und Energieführungen, Reach Stacker</p>	<p>transfairlog Hamburg, 12.06.–14.06.2012</p> <p>TOC EUROPE Antwerpen, 12.06.–14.06.2012</p>



Ausgabe	AS	ET	Schwerpunkte	Technikberichte/Marktanalysen	Messen/Ausstellungen
7-8	20.07.	10.08.	<ul style="list-style-type: none"> – Flurförderzeuge und Fahrerlose Transportsysteme – Stapler ab 5 t – Einsatzreports – Krantechnik – Fördertechnik 	<p>E- und V-Stapler, Treibgasstapler, Ex-geschützte, FTS</p> <p>Stapler ab 5 t und deren Einsatzmöglichkeiten, Sitze, Kabinen, Reifen, Anbaugeräte, Sicherheit und Ergonomie am Stapler, Partikelfilter</p> <p>Spezialseile, Energiezuführungen, Traversen, Laufkatzen, Fahrwerke, Industrieseilwinden</p> <p>Band-, Gurt- und Kettenfördertechnik, Stetigförderer, Hängefördertechnik, Rollen in der Fördertechnik, EHBs, Stromabnehmer</p>	
SH	26.07.	24.08.	<p>Modernisierungsfibel 2012 „Retrofit & Co.“ Aktuelle Modernisierungsprojekte vorgestellt – Objektreports mit Firmenporträts Näheres siehe Karte 1</p>		
9	27.08.	19.09.	<p>Messevorbericht zur FachPack</p> <ul style="list-style-type: none"> – Transport- und Umschlagtechnik – Handhabungstechnik – Krantechnik 	<p>Produktnews und bewährte Technik zur Messe, Behältertechnik, Paletten, Lagerlogistik</p> <p>Verladesysteme und Ladungssicherungen, Rampen, Schleusentore, Überladebrücken, Torabdichtungen</p> <p>Vakuumheber, Hubtische, Handlingsysteme</p> <p>Automatik- und Standardkrane, Schwenkkrane, Seil- und Kettenzüge, LAM, Antriebstechnik, Kransteuerungen</p>	<p>InnoTrans Berlin, 18.09.–21.09.2012</p> <p>AMB Stuttgart, 18.09.–22.09.2012</p> <p>IAA Nutzfahrzeuge Hannover, 20.09.–27.09.2012</p> <p>FachPack Nürnberg, 25.09.–27.09.2012</p>

Ausgabe	AS	ET	Schwerpunkte	Technikberichte/Marktanalysen	Messen/Ausstellungen
10	10.09.	02.10.	Messevorbericht zur Motek – Lagertechnik/Logistik – Krantechnik	Produktnews und bewährte Technik zur Messe, speziell Handhabungstechnik, Antriebs- und Getriebetechnik, Lager usw. Lagerautomatisierung, AKL, HRL, RBGs, Shuttle-Lager, Verschieberegale, Fließlager, Kragarmregale, Gefahrgutlager, LVS und Software, RFID und Identtechnik Lastaufnahmemittel, Seil- und Kettenzüge, Funkfernsteuerungen, Laufkatzen, Anwendung von Laser- und Sensortechnik	MOTEK Stuttgart , 08.10.–11.10.2012 AA Arbeitsschutz Aktuell Augsburg , 16.10.–18.10.2012 29. Dt. Logistik-Kongress Berlin , 17.10.–19.10.2012 EuroBLECH Hannover , 23.10.–27.10.2012
SH	17.09.	08.10.	Sonderheft Flurförderzeuge 2012/2013 „Einsatzfälle, Technik und Trends“ Näheres siehe Karte 2		
11-12	26.10.	14.11.	Vorbericht zur SPS/IPC/Drives – Fördertechnik/Antriebs- und Getriebetechnik – Krantechnik – Vorbericht zur Pack&Move + Special Hafentechnik und -logistik	Produktnews und bewährte Technik zur Messe Störungserkennung mit Sensorik Antriebs- und Getriebetechnik, Mobilhydraulik, Trommelmotoren – Einsatzfälle Frequenzumrichter Hallenkrane – intelligente Objektlösungen, Schwenkkrane, Kranservice, LAM, Seile, Ketten, Winden, Haken, Kranwaagen, Fahrwerke, Bremssysteme Paletten, Behälter, Lagertechnik Portal- und Brückenkrane, Schiffskrane, LAM, Spreader, Bremsen, EHBs, Reach Stacker, Antriebe, Hydraulik	MANUTENTION Paris , 19.11.–22.11.2012 PACK&MOVE Basel , 20.11.–23.11.2012 SPS/IPC/DRIVES Nürnberg , 27.11.–29.11.2012
SH	16.11.	10.12.	Neubaufibel 2013 „Best Projects“ Näheres siehe Karte 3	Ratgeber für Investoren	

Terminänderungen oder Verschiebungen vorbehalten. Achtung: Redaktionsschluss 6 Wochen vor Erscheinen!

1 Anzeigenpreise und Formate (Preise in Euro, Zuschläge nicht rabattierbar)

Format	Breite × Höhe in mm	sw in €	2-farbig in €	4-farbig in €
 1/1 Seite	185 × 266	4.060	4.460	5.260
 Juniorpage	137 × 185	2.250	2.650	3.450
 1/2 Seite	185 × 131 (quer) 90 × 266 (hoch)	2.060	2.360	2.960
 1/3 Seite	185 × 86 (quer) 58 × 266 (hoch)	1.420	1.720	2.320

Format	Breite × Höhe in mm	sw in €	2-farbig in €	4-farbig in €
 1/4 Seite	185 × 63 (quer) 42 × 266 (hoch) 90 × 131 (Standard)	1.080	1.330	1.830
 1/8 Seite	185 × 29 (quer) 42 × 125 (hoch) 90 × 63 (Standard)	560	710	1.010

Millimeterpreis je Spalte: 4,70 € (4-spaltig)
6,10 € (3-spaltig)

Anschnittformate siehe Seite 19

2 Zuschläge:

Platzierung	4. Umschlagseite	5.470 €
	2. Umschlagseite	5.470 €
	Titel	auf Anfrage

Farbe Farbe (Eurosкала) wird über Farbzuschlag berechnet, der nicht rabattierbar ist.

Farbzuschläge

	1/1 und kleiner	1/2 und kleiner	1/4	1/8
je Normalfarbe	400,00 €	300,00 €	250,00 €	150,00 €
Zuschlag 4farbig	1.200,00 €	900,00 €	750,00 €	450,00 €

Sonderfarben auf Anfrage.

Format	angeschnittene Anzeigen	10 % vom Grundpreis
	bindende Platzierungsvorschriften	10 % vom Grundpreis

3 Rabatte:

Abnahme innerhalb 12 Monaten (Insertionsjahr):

Malstaffel

bei 3 Anzeigen	5 %
bei 6 Anzeigen	8 %
bei 8 Anzeigen	10 %

Mengenstaffel

2 Seiten	5 %
4 Seiten	8 %
6 Seiten	10 %

Auf Farb-/Anschnittzuschläge, Ad Specials und Beilagen sowie Stellenanzeigen kein Nachlass. Kombi-Rabatte bei Crossmedia-Kampagnen auf Anfrage.

4 Rubriken:	Stellenangebote (pro mm und Spalte)	2,90 €
	Stellengesuche (pro mm und Spalte)	3,30 €

Partner & Produkte:

Mindestgröße 59 x 40 mm

Mindestabnahme: 3 Ausgaben

3 × á (sw)	90,00 €
3 × á (4c)	135,00 €
mehr als 3 × (sw) á	70,00 €
mehr als 3 × (4c) á	115,00 €
Chiffregebühr	7,80 €

5 Sonderwerbformen:

Beihefter

2seitig (unbeschnitten: 216 × 307 mm)	4.700 €
4seitig (unbeschnitten: 432 × 307 mm)	6.950 €

(andere Beihefterumfänge auf Anfrage)

Beilagen (lose eingelegt, nicht rabattierbar)

maximale Größe 205 × 290

bis 25 g	0/00 275 €
bis 50 g	0/00 340 €

zzgl. Mehrporto

Aufgeklebte Postkarten, Warenmuster u. a.

(nicht rabattierbar)

Preis (masch. Klebung)	0/00 65 €
------------------------	-----------

zzgl. Mehrporto

6 Kontakt:

Marco Fiolka, Anzeigenleiter
Tel. 030 42151-344
E-Mail: marco.fiolka@hussberlin.de

7 Zahlungsbedingungen/Bankverbindung:

Commerzbank
Konto-Nr.: 976005900, BLZ: 120 400 00
UST-Ident-Nr.: DE 137189299
14 Tage nach Erhalt der Rechnung netto.

Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

1 Auflagenkontrolle: 

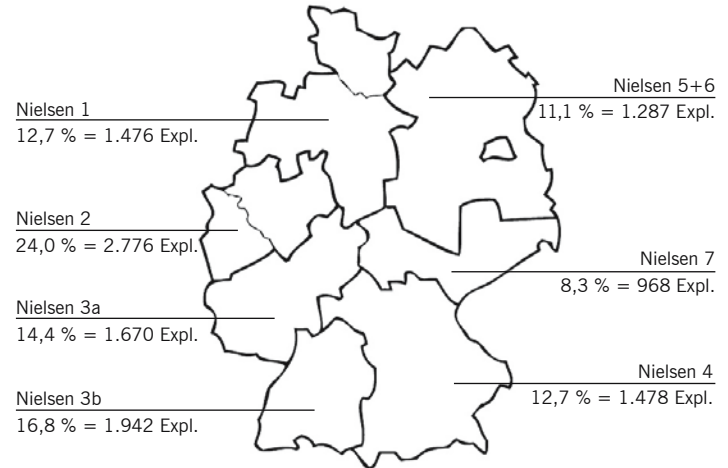
2 Auflagen-Analyse: Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt
(1. Juli 2010 bis 30. Juni 2011)

Druckauflage	12.000		
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):	11.808	davon Ausland:	211
Verkaufte Auflage:	679	davon Ausland:	46
Abonnierte Exemplare:	521	davon Mitgliederstücke:	0
Einzelverkauf:	0		
Sonstiger Verkauf:	158		
Freistücke:	11.129		
Rest-, Beleg- und Archivexemplare:	192		

3 Geografische Verbreitungs-Analyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	98,2	11.597
Ausland	1,8	211
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	11.808

3.1 Verbreitung nach Nielsengebieten:



Kurzfassung der Erhebungsmethode auf Seite 11.

**Beschreibung der Erhebungsmethode zur Verbreitungs-Analyse
(AMF-Schema 2, Ziffer 3)**

- 1 Untersuchungsmethode:**
Verbreitungs-Analyse durch Dateiauswertung – Total-Erhebung
- 2 Beschreibung der Empfängerschaft zum Zeitpunkt der Datenerhebung:**
- 2.1 Beschaffenheit der Datei:**
In der Empfängerdatei sind die Anschriften aller Empfänger erfasst.
- 2.2 Gesamtzahl Empfänger in der Datei:** 50.039
- 2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger:** 48.235
(Wechsel nach jeder Ausgabe)
- 2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:**
- Verkaufte Auflage 679
 - davon: abonnierte Exemplare 521
 - Einzelverkauf 0
 - sonstiger Verkauf 158
 - Freistücke 11.129
 - davon: ständige Freistücke 1.125
 - wechselnde Freistücke 9.647
 - Werbeexemplare 357
- Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA) 11.808
davon: Inland 11.597
davon: Ausland 211

3 Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA)	11.808	=	100,0 %
Davon in der Untersuchung nicht erfasst:	357	=	0,3 %
• Einzelverkauf	0		
• Werbeexemplare	357		
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA)	11.451	=	97,0 %

3.2 Tag der Datei-Auswertung: 30. 6. 2011

3.3 Beschreibung der Datenbasis:

Die Auswertung basiert auf der Gesamtdatei. Die ermittelten Anteile für die Verbreitungsgebiete wurden auf die tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt gemäß AMF-Ziffer 2 projiziert.

3.4 Zielperson der Untersuchung: –

3.5 Definition des Lesers: –

3.6 Zeitraum der Untersuchung: vom 1. 6. 2010–30. 6. 2011

3.7 Durchführung der Untersuchung: Verlag

1.1 Branchen/Wirtschaftszweige/Fachrichtungen/Berufsgruppen

Nr. der Grundsystematik	Empfängergruppen (lt. Klassifikation der Wirtschaftszweige)	Anteil der ermittelten Leser (WLK)	
		%	Projektion (ca.)
28	Maschinenbau	28,5	3.370
61,63,64	Transport, Verkehr, Logistik	20,9	2.470
49-53	Ingenieur- und technische Büros, Logistik-Dienstleistungen	13,9	1.640
46,47	Handel (Groß- und Einzelhandel)	9,7	1.150
29,30	Fahrzeugbau	5,9	700
26,27	Elektrotechnik, Elektronik	4,7	550
72	Forschung, Entwicklung, sonstige	3,1	360
24,25	Herstellung von Metallerzeugnissen Metallerzeugung und -bearbeitung	2,8	330
10-12	Nahrungs- und Genussmittel	2,3	270
300	Baugewerbe/Herstellung von Bauteilen	2,3	270
62	Informationstechnologie/ Telekommunikation	1,7	200
16-18	Holz, Papier- und Druckgewerbe	1,0	120
05-07	Energiewirtschaft und Wasserversorgung/Bergbau	1,0	120
22	Kunststoff- und Gummiverarbeitung	0,9	110
23	Glasgewerbe, Keramik	0,9	110
200-205	Chemische Industrie	0,4	50
	Tatsächlich verbreitete Auflage	100,0	11.804*

(*tVA I/2010)

2.1 Tätigkeitsmerkmal: Funktionsbereich

	Anteil der ermittelten Leser (WLK)	
	%	Projektion (ca.)
Planung/Beratung/Dienstleistung	65,3	7.710
Verwaltung/Organisation	57,3	6.770
Vertrieb Export	52,3	6.170
Einkauf	50,0	5.900
Instandhaltung/Materialwirtschaft	45,0	5.310
Ingenieurleistungen	28,2	3.330
Herstellung/Produktion/Fertigung	27,5	3.250
Konstruktion Forschung	20,8	2.460
Sonstige Bereiche	34,1	4.030
keine Angabe	0,9	100
Mehrfachnennungen		
tVA	100,0	11.804

2.2 Tätigkeitsmerkmal: Stellung (Position) im Betrieb

	Anteil der ermittelten Leser (WLK)	
	%	Projektion (ca.)
Inhaber/Mitinhaber	27,8	3.280
Vorstand/Geschäftsführer	20,7	2.450
leitende Funktion (Fuhrpark, Vertrieb, Lager, Betrieb)	18,1	2.140
technischer Angestellter/Faching.	10,2	1.200
Kaufmännischer Leiter, Projekt-/Konstruktionsleiter	9,0	1.060
Verwaltung/Organisation	7,5	880
Logistikleiter	5,1	600
sonstiges	1,6	190
tvA	100,0	11.804

2.3 Tätigkeitsmerkmal: Entscheidungskompetenz

	Anteil der ermittelten Leser (WLK)	
	%	Projektion (ca.)
1 Alleinentscheider	40,7	4.800
2 Mitentscheider	56,1	6.620
3 Berater/Empfehlung	64,7	7.640
4 Informationsbeschaffung/Entscheidungsvorbereitung	72,8	8.600
5 nicht beteiligt	2,6	300
6 keine Angabe	0,9	100
Mehrfachnennungen		
tvA	100,0	11.804
Entscheider (netto) (1+2)	82,8	9.770
Entscheider+Berater (netto) (1-4)	96,6	11.390

Wichtig für alle Anzeigenkunden von „Hebezeuge Fördermittel“, die eine im Fachzeitschriftenmarkt einzigartige Anzahl von direkten Entscheidern erreichen wollen.

- 22 Berufliche Ausbildung
 - 23 Alter/Geschlecht
 - 24 Gemeindegrößenklassen
- } nicht erhoben

Regelmäßig genutzte Fachzeitschriften

(mindestens jede zweite Ausgabe)

	Anteil der ermittelten Leser (WLK)	
	%	Projektion (ca.)
Hebezeuge Fördermittel	72,5	8.560
F&H Fördern & Heben	58,0	6.840
Materialfluss	40,3	4.760
Logistik heute	34,8	4.110
FM Das Logistikmagazin	33,8	3.990
dhf Intralogistik	26,8	3.160
MM Logistik	24,4	2.880
Logistik Journal	21,2	2.500
Logistik für Unternehmen	14,3	1.690
Mehrfachnennungen		
tvA	100,0	11.804

Sie haben entschieden: für unsere Leser ist „Hebezeuge Fördermittel“ die absolute Nr. 1!!!

Anzahl der Mitleser

An wie viele Personen geht das Heft, wenn es in Umlauf geht?

	Anteil der ermittelten Leser (WLK)	
	%	Projektion (ca.)
1 Mitleser	13,6	1.610
2 Mitleser	20,6	2.440
3 Mitleser	14,0	1.650
4 Mitleser und mehr	19,9	2.350
5 kein weiterer Leser	31,8	3.750

Ein Exemplar von „Hebezeuge Fördermittel“, das weiter gegeben wird, hat 3,4 weitere Leser!

Das ist ein Spitzenwert in der Zeitschriftenlandschaft.

Titelprofil

(Top-Two: trifft sehr zu und trifft zu auf der 4er Skala)

	Anteil der ermittelten Leser (WLK) %	Projektion (ca.)
informiert aktuell, umfassend und vollständig	82,5	9.740
beinhaltet kompetente und techn. fundierte Beiträge	89,5	10.570
ist klar und übersichtlich gegliedert	90,3	10.660
gut lesbar, verständlich geschrieben	95,7	11.300
bietet nützliche Tipps und Anregungen für die berufliche Praxis	68,3	8.060
beinhaltet interessante und hilfreiche Anzeigen	61,7	7.280
Mehrfachnennungen		
tvA	100,0	11.804

Die außerordentlich hervorragende Benotung des Titelprofils der Zeitschrift spricht für höchste redaktionelle Kompetenz, Qualität, Anerkennung und Marktakzeptanz in der Intralogistik-Branche.

Kurzfassung der Erhebungsmethode siehe Seiten 16–17

Themeninteresse

(Top-Two: trifft sehr zu und trifft zu auf der 4er Skala)

	Anteil der ermittelten Leser (WLK) %	Projektion (ca.)
Flurförderzeuge	55,1	6.500
Lager-Kommissioniertechnik	50,0	5.900
Hebezeuge/Lastaufnahmemittel	63,6	7.510
Antriebs-/Getriebetechnik	40,8	4.820
Fördertechnik	65,0	7.670
Hafentechnik	17,2	2.030
Transport/Umschlagtechnik	49,6	5.860
Identtechnik	21,3	2.520
Mehrfachnennungen		
tvA	100,0	11.804

Gerade für Anbieter klassischer Fördertechnik und Intralogistik ist „Hebezeuge Fördermittel“ das ideale Medium, um mittels Fachanzeige das festgestellte Interesse der Leser für diese Bereiche gezielt zu nutzen.

Die vollständige Auswertung der Leser-Struktur-Analyse von TNS Emnid können Sie sich jederzeit abfordern unter:
Email: marco.folka@hussberlin.de

Kurzfassung der Erhebungsmethode

1. Untersuchungsmethode:

Leser-Struktur-Analyse durch telefonische Erhebung – Stichproben-Erhebung

2. Beschreibung der Empfängerschaft zum Zeitpunkt der Datenerhebung:

2.1 Beschaffenheit der Datei:

In der Empfängerdatei sind die Anschriften aller Empfänger aufgeführt. Aufgrund der postalischen Angaben kann die Datei nach Postleitzahlen bzw. Inland- und Auslandempfängern sortiert werden.

2.2 Gesamtzahl Empfänger in der Datei: 10.993

2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger: 9.636

(Wechsel nach jeder 2. Ausgabe)

2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen

Ausgabe nach Vertriebsformen:

verkaufte Auflage	863
davon Normalabonnenten	518
davon Mitglieder-Abonnenten	0
davon Einzelverkauf	0
davon sonstiger Verkauf	345
ständige Freistücke	1.088
wechselnde Freistücke	9.853
tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	11.804
davon Bundesrepublik Deutschland	11.625
davon Ausland	179

3. Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA)	11.804 = 100,0 %
<u>Davon in der Untersuchung nicht erfasst:</u>	
Abonnenten nicht deutschsprachiges Ausland	40 = 0,3 %
Freistücke nicht deutschsprachiges Ausland	66 = 0,6 %
Abonnenten über den Buchhandel, Bibliotheken	35 = 0,3 %
Mehrfachbezieher	6 = 0,1 %
Summe	147 = 1,2 %
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA)	11.657 = 98,8 %

3.2 Tag der Stichproben-Ziehung: 28. Mai 2010

3.3 Beschreibung der Stichprobe:

Random-Auswahl per Schrittziffer aus der Datei der Empfänger

Ausgangs-Stichprobe: **416 = 100,0%**

Stichprobenneutrale Ausfälle:

Leser nicht zu ermitteln 46 = 11,1%

Adresse/Telefonnummer falsch/nicht ermittelbar 16 = 3,8%

Ausfälle gesamt: **62 = 14,9%**

Brutto-Stichprobe: **354 = 100,0%**

Ausfälle:

Zielperson nicht erreicht 39 = 11,0%

Zielperson verweist, krank 1 = 0,3%

Beantwortung der Befragung verweigert 63 = 17,8%

Ausfälle gesamt **103 = 29,1%**

Netto (auswertbare Fälle): **250 = 70,9%**

3.4 Zielperson der Untersuchung:

Befragt wurde der hauptsächliche Leser.

3.5 Definition des Lesers:

Hauptsächlicher Leser

3.6 Zeitraum der Untersuchung:

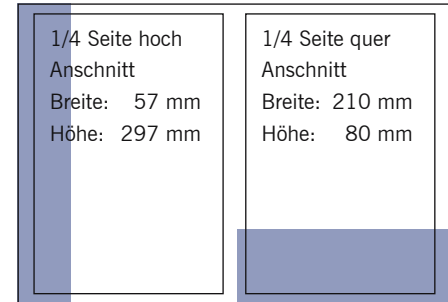
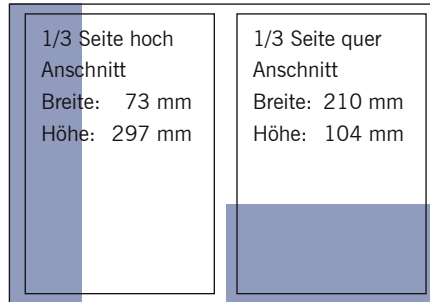
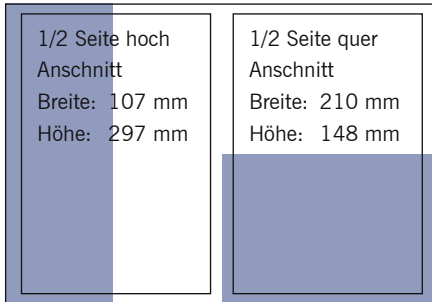
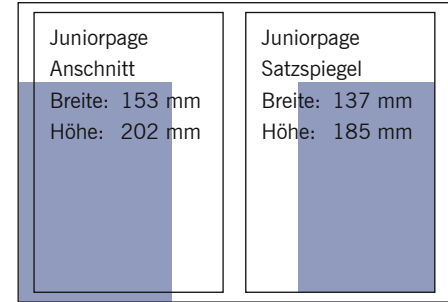
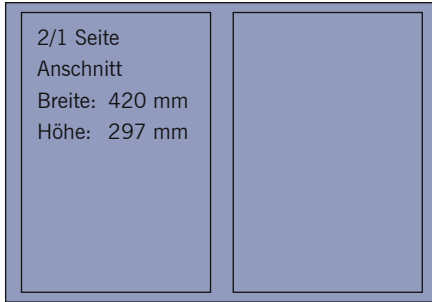
Die Durchführung der telefonischen Befragung erfolgte in der Zeit vom 10. Juni bis 08. Juli 2010.

3.7 Durchführung der Untersuchung:

TNS Emnid
Medien- und Sozialforschung GmbH, Bielefeld

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

- 1 Zeitschriftenformat:** 210 mm breit × 297 mm hoch, DIN A4
unbeschnitten: 216 mm breit × 303 mm hoch
- Satzspiegel:** 185 mm breit × 266 mm hoch
4 und 3 Spalten à 42 und 58 mm Breite
- 2 Druck- und Bindeverfahren:**
Offsetdruck, Rückstichheftung
Bevorzugt werden digitale Druckunterlagen
verwendet. Die Anfertigung sämtlicher Druck-
vorlagen, auch digitale Daten, wird berechnet.
- 3 Datenübermittlung:** **FTP:** Ihre FTP-Zugangsdaten erhalten Sie per E-Mail
von Ihrem Ansprechpartner in unserem Haus.
E-Mail: Per E-Mail übermittelte Daten dürfen die
Größe von 15 MB nicht überschreiten und sollten
gepackt sein (zip/sit-Format).
Datenträger: CD-ROM, Daten-DVD
Angaben zum Datenversand:
Zusammen mit den Daten werden alle Informa-
tionen über Zeitschrift/Titel, Absender/Firma,
Betriebssystem, verwendete Programmversionen,
Dateinamen und Farben benötigt.
Auf dem Postweg versendete Daten schicken Sie
bitte ebenso an die Anzeigenabteilung.
- 4 Datenformate:** Für den Offsetdruck geeignete, hochaufgelöste
Dateien im PDF-Format (pdf 1.3) mit eingebetteten
Schriften (PDFX-3- oder PDFX-1a-Standard)
Die Annahme offener Daten ist möglich.
Für offene Daten gilt:
Alle verwendeten Schriften und Schriftschnitte,
auch in EPS-Files enthaltene, müssen dem
Auftrag beigelegt sein.
Bilder und Grafiken müssen im CMYK-Modus zur
Verfügung gestellt werden.
- 5 Farben:** Der Druck erfolgt nach der Euroskala im
Prozessstandard Offsetdruck (PSO) mit den
Grundfarben Cyan, Magenta, Gelb und Schwarz.
- 6 Proof:** Von jeder Seite wird ein farbverbindliches Proof
nach „Medienstandard Druck“ (bvdm) oder je
Farbe ein s/w-Ausdruck benötigt mit jeweiliger
Angabe der Farbe (EURO-Skala, HKS, Pantone).
Farbandrucke vom Farbkopierer sind nicht farb-
verbindlich für den Druck.
- 7 Datenarchivierung:** Daten werden archiviert, unveränderte Wieder-
holungen sind deshalb in der Regel möglich. Eine
Datengarantie wird jedoch nicht übernommen.
- 8 Gewährleistung:** Nur was auf dem Datenträger vorhanden ist, kann
verarbeitet werden. Für Abweichungen in Texten,
Abbildungen und insbesondere Farben übernimmt
der Verlag keine Haftung.
- 9 Kontakt:** Technische Information zum digitalen
Datenversand:
Anzeigenabteilung
Hebezeuge Fördermittel
Am Friedrichshain 22, 10407 Berlin
Telefon: 030 42151-344, Fax: 030 42151-207
E-Mail: marco.fiolka@hussberlin.de
- Programme: QuarkXpress, InDesign, Illustrator,
Photoshop.
Daten aus anderen Programmen nur auf Anfrage.



Alle Anschnittformate zuzüglich 3 mm Beschnittzugabe je Schnittkante

13 Beihefter

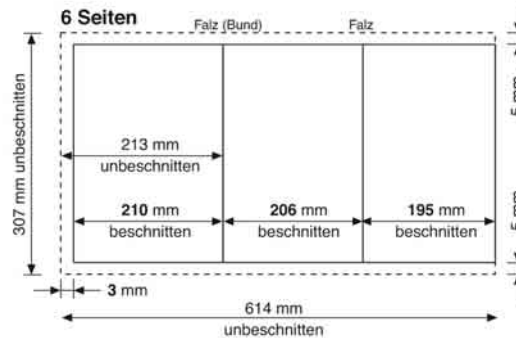
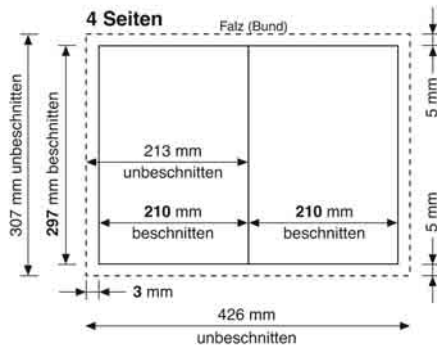
Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist die Vorlage eines verbindlichen Musters, notfalls eines Blindmusters, mit Größen und Gewichtsangaben erforderlich. Beihefter dürfen nur für das Verkaufsprogramm eines Werbungtreibenden werben. Sie müssen den Postbestimmungen entsprechend so gestaltet sein, dass sie nicht mit dem Redaktionsteil verwechselt werden können.

Die Platzierung ist abhängig von den technischen Möglichkeiten.

Formate:

- 1 Blatt (= 2 Seiten) unbeschnitten 213 mm breit x 307 mm hoch
- 2 Blatt (= 4 Seiten) unbeschnitten 426 mm breit x 307 mm hoch
- 3 Blatt (= 6 Seiten) unbeschnitten 614 mm breit x 307 mm hoch
- 4 Blatt (= 8 Seiten) = 2 x 2 Blatt

Beschnittschema:



Technische Angaben:

Beihefter sind unbeschnitten anzuliefern, mehrblättrige Beihefter müssen gefalzt angeliefert werden.

Die Vorderseite des Einhefters ist zu kennzeichnen. Einhefter müssen in der Art und Ausführung so beschaffen sein, dass eine zusätzliche Aufbereitung und Bearbeitung entfällt. Erschwernisse und zusätzliche Falz- und Klebearbeiten werden gesondert berechnet.

Benötigte Liefermenge: 12.200 Exemplare einschl. Zuschuss

Anlieferungstermin: Bis spätestens 10 Arbeitstage vor Erscheinen des betreffenden Heftes

Versandanschrift: Bavaria-Druck GmbH
Joseph-Dollinger-Bogen 5
80807 München

Liefervermerk: Für Hebezeuge Fördermittel Nr. X/2012,
Name des Kunden, Bezeichnung der Drucksache,
Auflagenhöhe, Lieferanzahl der Paletten/Pakete

- Beilagen:** Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist die Vorlage eines verbindlichen Musters mit Größen- und Gewichtsangabe bis spätestens Anzeigenschluss der jeweiligen Ausgabe erforderlich. Beilagen dürfen nur für das Verkaufsprogramm eines Werbungtreibenden werben. Sie müssen den Postbestimmungen entsprechend so gestaltet sein, dass sie nicht mit dem Redaktionsteil verwechselt werden können. Die Platzierung von Beilagen erfolgt den technischen Möglichkeiten entsprechend.
- Beilagenhinweis:** Ein Beilagenhinweis wird kostenlos im Anzeigenteil aufgenommen.
- Benötigte Auflage:** 12.200 Exemplare einschl. Zuschuss
- Anliefertermin:** Bitte 10 Arbeitstage vor Erscheinen des betreffenden Heftes.
- Format:** Maximal 205 mm breit × 290 mm hoch
- Technische Angaben:** Beilagen müssen so beschaffen sein, dass eine zusätzliche Bearbeitung entfällt. Erschwernisse und zusätzliche Arbeiten (z. B. Falzen) werden gesondert in Rechnung gestellt. Beilagen, die auf einem anderen Werkstoff als Papier gedruckt sind, können nur nach Vorlage eines verbindlichen Musters und vorheriger Zustimmung des Verlages und der Post angenommen werden.
- Aufgeklebte Postkarten:** Aufgeklebte Postkarten (Mindestpapiergewicht 150 g/m²) und Warenmuster auf Einheftern oder ganzseitigen Anzeigen müssen zusätzlich als Beilagen berechnet werden. Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist die Vorlage des Anzeigenmotivs mit aufgeklebter

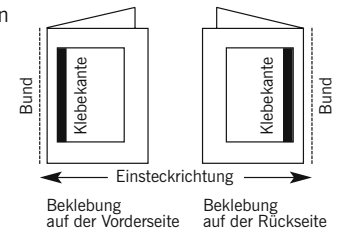
Postkarte (Standmuster), notfalls eines Blindmusters, erforderlich. Warenmuster können nur nach vorher vom Verlag einzuholender Zustimmung der Post (gegen Vorlage eines verbindlichen Musters) angenommen werden.

Formate: Für aufgeklebte Postkarten gelten die Postvorschriften. Maximalgröße für aufgeklebte Warenmuster: 25 cm², Maximallänge einer Kante: 6 cm

Benötigte Liefermenge: 12.200 Exemplare einschl. Zuschuss

Anlieferstermin: Bis spätestens 10 Arbeitstage vor Erscheinen des betreffenden Heftes.

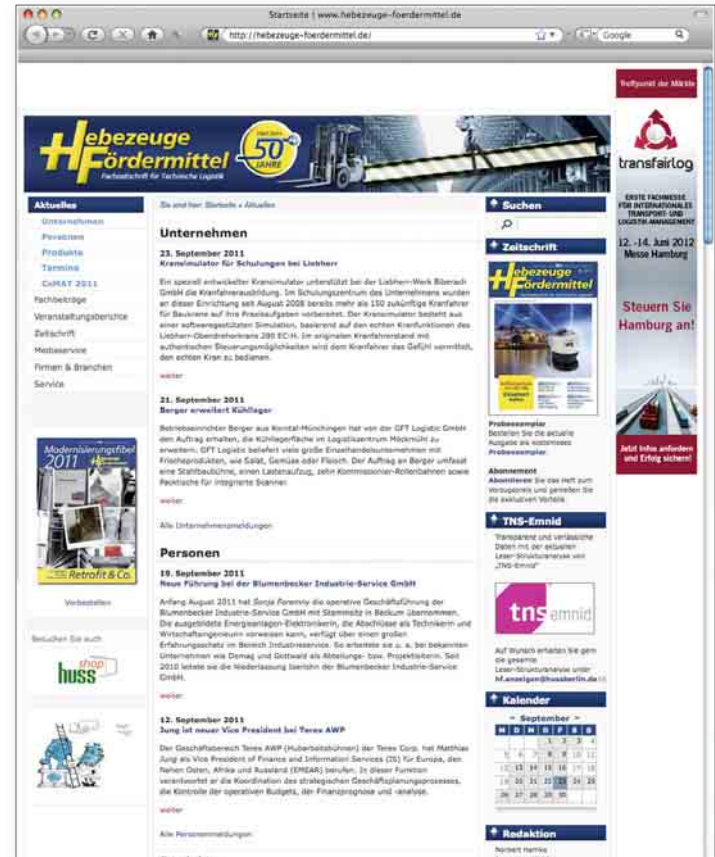
Technische Angaben: Bei aufgeklebten Postkarten sollten die Klebekanten in Bundrichtung liegen



Versandanschrift: Bavaria-Druck GmbH
Joseph-Dollinger-Bogen 5
80807 München

Liefervermerk: Für Hebezeuge Fördermittel Nr. X/2012, Name des Kunden, Bezeichnung der Drucksache, Auflagenhöhe, Lieferanzahl der Paletten/Pakete

- 1 **Web-Adresse:** www.hebezeuge-foerdermittel.de
 - 2 **Kurzcharakteristik:** Tagesaktuelle News aus der Intralogistik, Fachartikel, Produktnews, Firmendatenbank mit über 1.000 Unternehmen, aktuelle Termine/Messen, Kongresse, Tagungen, Fach-Links und vieles mehr.
 - 3 **Zielgruppe:** Anwender und Hersteller der Fördertechnik und tangierender Bereiche.
 - 4 **Verlag:** HUSS-MEDIEN GmbH
10400 Berlin · Deutschland
Hausanschrift:
Am Friedrichshain 22
10407 Berlin
- Ansprechpartner
Redaktion:** Norbert Hamke, Chefredakteur
E-Mail: norbert.hamke@hussberlin.de
Tel.: 030 42151-475
- Ansprechpartner
Online Werbung:** Marco Fiolka, Anzeigenleiter
E-Mail: marco.fiolka@hussberlin.de
Tel.: 030 42151-344



1 Preise und Werbeformen:

Werbeform	Platzierung	Format/Größe in Pixel	Datenvolumen bis	Preis je Monat in €
Full-Banner	Horizontal, i. d. R. über dem Kopfbereich der Website	468 × 60	50 kB	1.960,00
Halfsize-Banner		234 × 60	50 kB	980,00
Superbanner		728 × 90	50 kB	2.180,00
Skyscraper	Vertikal, i. d. R. am rechten Rand der Website	120 × 600	50 kB	2.480,00
Half-Skyscraper		120 × 300	50 kB	1.640,00
Wide-Skyscraper		160 × 600	50 kB	2.530,00
Wallpaper	Kombination aus Skyscraper und Fullsizebanner	468 × 60 + 120 × 600	50 kB	2.610,00
Rectangle	Seitenintegriert, i. d. R. in der linken Randspalte	180 × 150	50 kB	550,00
Textanzeige	Anzeige in Textform in Website implementiert	max 350 Zeichen	50 kB	540,00
Firmenprofil	Firmen/Branchen/Firmenprofile	1/2 Seite		650,00/12 Monate

Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt.

2 Rabatte: Abnahme innerhalb 12 Monate (Insertionsjahr):
 Malstaffel
 bei 3 Schaltungen 5 %
 bei 6 Schaltungen 8 %
 bei 9 Schaltungen 10 %
 bei 12 Schaltungen 12 %

3 Rubriken: Gesamte Homepage im Rotationsverfahren
 mit höchstens 3 weiteren oder exklusiv
 ausgewählte Unterseiten

**4 Zahlungsbedingungen/
Bankverbindung:** Commerzbank
 Konto-Nr.: 97 600 59 00, BLZ: 120 400 00
 UST-Ident-Nr. DE 137 189 299
 14 Tage nach Erhalt der Rechnung netto.

5 Dateiformate: GIF, JPG, PNG max. 50 kB
 HTML; FLASH max. 50 kB
 3rd Party Stream max. 50 kB
 Javascript max. 50 kB
 Dauer der Animation max. 15 s

6 Lieferadresse: Bitte senden Sie die Werbemittel für Ihre
 Kampagne an folgende E-Mail:
 marco.fiolka@hussberlin.de

7 Lieferfrist: 3 Tage vor Kampagnenbeginn

8 Ansprechpartner: Marco Fiolka, Anzeigenleiter
 E-Mail: marco.fiolka@hussberlin.de
 Tel.: 030 42151-344

1 **Name:** Hebezeuge Fördermittel der monatliche Newsletter der Intralogistik

Full-Banner im News-Teil 468 × 60 Pixel
Text-Banner im News-Teil 300 Zeichen
Rectangle Banner im Service-Teil 180 × 150 Pixel

2 **Kurzcharakteristik:** Monatlich aktuelle Branchennews aus der Intralogistik mit ausgewählten Fachbeiträgen und wichtigen Terminen.

3 **Zielgruppe:** derzeit ca. 2.500 Abonnenten aus allen Bereichen der Produktion und Distribution

4 **Erscheinungsweise:** monatlich

5 **Verlag:** HUSS-MEDIEN GmbH
 Am Friedrichshain 22
 10407 Berlin

**Ansprechpartner
Redaktion:** Norbert Hamke, Chefredakteur
 E-Mail: nobert.hamke@hussberlin.de
 Tel.: 030 42151-475

**Ansprechpartner
Anzeigen:** Marco Fiolka, Anzeigenleiter
 E-Mail: marco.fiolka@hussberlin.de
 Tel.: 030 42151-344

NEWSLETTER
AUSGABE 9 / 11

Anzeige
B. HANSELOG
 22. September 2011
 Curio-Haus, Hamburg
 Sehr geehrte Frau Freiboth,

BVL
 Fachzeitschrift
 Logistik

In wenigen Tagen erscheint die September-Ausgabe der Fachzeitschrift „Hebezeuge Fördermittel“. Wir geben darin eine Vorschau auf die im Oktober stattfindende Automationsmesse Mosek 2011 und berichten über weitere Veranstaltungen der Branche. In der Rubrik „Kranstechnik“ finden Sie einen interessanten Beitrag zu dem Thema „Integration von Kranstrahlen in Kommunikationsnetzwerke mithilfe von Functechniken wie WLAN oder Bluetooth“ und einen Bericht über das Retrofit eines 300-t-Krans, dessen Steuerung- und Antriebstechnik modernisiert wurde.

In der Rubrik „Lagertechnik“ wird die Realisierung eines zehnpassigen Hochregallagers beschrieben. Das vorgestellte Forschungsthema betrifft ein flexibles Transportsystem, das autonom auf Änderungen im Produktionsumfeld reagiert und ohne Rekonfiguration baulich veränderte oder räumlich verschobene Maschinen mit Werkstücken besichtigen kann.

Eine nachhaltige Lektüre wünscht
 Ihre Redaktion
 Hebezeuge Fördermittel

Was Sie im neuen Heft erwartet (Auszug):

Veranstaltungen	Chemischer Forschungsprojekt vorgestellt: Hochfeste Faserselle in Hybridwinde C. Alt, M. Michael
Kranstechnik	Modernisieren und optimieren – Praxisempfehlungen P. Koch
Messevorschau	Mosek 2011 – eine erste Übersicht Viel Neues zur Jubiläumsmesse

[Hier finden Sie das komplette Inhaltsverzeichnis.](#)

Modernisierungsfibel "Retrofit & Co." – das Original
 Im September wird auch unsere jährliche Sonderpublikation, die Modernisierungsfibel 2011 „Retrofit & Co.“, erscheinen. Hier werden wieder aktuelle Modernisierungsprojekte in der Intralogistik ausführlich vorgestellt und wichtige Kontakte vermittelt.

Klicken Sie hier!

TERMINE

Osnabrück
 26.09.2011
19. Osnabrücker Logistiktag
 Hochschule Osnabrück, LOGS.NET
 Tel.: 0541 969-3852
 Fax: 0541 969-3670
www.osnabruecker-logistiktag.de

Essen
 26./27.09.2011
 Bau und Betrieb von Krananlagen
 – Aktueller Stand der
 Vorschritten
 Fachtagung
 Haus der Technik e.V.
 Tel.: 0201 1803-1
 Fax: 0201 1803-249
www.hdt-essen.de

Baden-Baden
 27./28.09.2011
**16. VDI-Tagung
 "Flurförderzeuge"**
 VDI Wissensforum GmbH
 VDI Wissensforum GmbH
 Tel.: 0211 6214-201
 Fax: 0211 6214-154
www.flurförderzeug-tagung.de

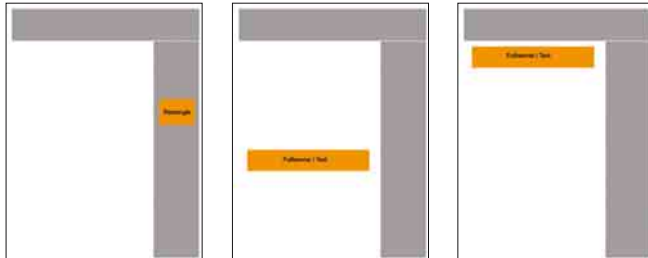
Moskau
 27.-30.09.2011
CeMAT RUSSIA 2011
 Deutsche Messe AG
 Tel.: 0511 89-0
 Fax: 0511 89-32626
www.ifm-wab01u

Koblenz
 28.09.2011
**1. Logistik MaintenanceFachforum
 Telogs GmbH**
 Tel.: 0641 944649-0
 Fax: 0641 944649-3
www.telogs.de

1 Werbeformen und Preise:

Werbeform	Platzierung	Format in Pixel	Datenvolumen bis	Preis in €
Full-Banner	Horizontal, über dem Eingangstext	468 × 60	50 KB	540,00
Rectangle	Seitenintegriert, in der rechten Randspalte	180 × 150	50 KB	200,00
Textanzeige	Anzeige in Textform in Newsletter implementiert	max. 300 Zeichen	50 KB	540,00

Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt.



2 Rabatte:

Abnahme innerhalb 12 Monate (Insertionsjahr):
Malstaffel

bei 3 Schaltungen	5 %
bei 6 Schaltungen	8 %
bei 9 Schaltungen	10 %
bei 12 Schaltungen	12 %

3 Zahlungsbedingungen/ Bankverbindung:

Commerzbank
Konto-Nr.: 97 600 59 00, BLZ: 120 400 00
UST-Ident-Nr. DE 137 189 299
14 Tage nach Erhalt der Rechnung netto.

4 Dateiformate:

GIF, JPG, PNG 468 × 60 50 KB
180 × 150 50 KB
HTML (Text und JPG) max. 300 Zeichen 50 KB

5 Newsletterformat:

HTML und Text

6 Lieferadresse:

Bitte senden Sie die Werbemittel für Ihre
Kampagne an folgende E-Mail:
marco.fiolka@hussberlin.de

7 Lieferfrist:

3 Tage vor Kampagnenbeginn

8 Ansprechpartner:

Marco Fiolka, Anzeigenleitung
E-Mail: marco.fiolka@hussberlin.de
Tel.: 030 42151-344

	1-2	3	4	5	6	7-8	9	10	11-12
Flurförderzeuge									
Verbrennungsmot. Stapler	x	x	x	x	x	x			x
Elektrostapler	x	x	x	x	x	x			x
Hochregalstapler	x	x	x	x	x	x			
Kommissionierstapler	x	x	x		x				
Fahrerlose Transportsysteme (FTS)	x	x	x		x	x		x	
Mitnehmstapler		x	x	x		x		x	x
Anbaugeräte	x	x	x		x	x			x
Fahrersitze		x	x		x	x			x
Batterien und Ladegeräte	x	x	x		x	x		x	
Bereifung		x	x			x			
Staplerwiegesysteme		x	x			x			x
Lagertechnik	x	x	x		x	x	x	x	
Regale, Regalbediengeräte	x	x	x		x	x	x	x	
Handhabungstechnik		x	x		x		x	x	
Kommissioniertechnik	x	x	x		x	x	x	x	
Sortier- und Verteilanlagen	x	x	x		x		x	x	
Datenkommunikation/ Identensysteme	x	x	x		x		x	x	x
Automatisches Kleinteilelager (AKL)		x	x		x		x	x	
Hochregallager (HRL)	x	x	x		x		x	x	
Langgutlager	x	x	x		x		x	x	
Steuerungstechnik	x	x	x		x		x	x	x
Hubtische, Hubwagen	x	x	x		x		x	x	x
Behälter	x	x	x		x		x		x

	1-2	3	4	5	6	7-8	9	10	11-12
Paletten	x	x	x		x		x	x	x
Lagerverwaltungssysteme	x	x	x		x		x	x	
Simulationsprogramme	x	x	x		x		x	x	
Lagersoftware	x	x	x		x		x	x	
Elektrohängebahnen		x	x	x	x	x	x	x	x
Antriebs- und Getriebetechnik		x	x		x	x			x
Krane und Hebezeuge	x	x	x			x	x	x	x
Brückenkrane		x	x	x	x			x	x
Hallenkrane	x	x	x	x		x	x		x
Energiezuführungen	x	x	x	x		x	x	x	x
Ladekrane			x	x				x	
Hebezüge	x	x	x	x		x	x	x	x
Antriebe		x	x	x	x	x	x	x	x
Seile, Ketten, Winden, Haken	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Funkfernsteuerungen	x	x	x	x	x	x	x		x
Lastaufnahmemittel (LAM)	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Hydraulik		x			x	x	x	x	x
Transport und Umschlag				x			x		x
Verladeanlagen			x	x			x		x
Rampen, Tore, Überladebrücken			x	x			x		x
Ladungssicherung	x	x	x	x			x		x
Stetigförderer			x	x		x	x		
Containerumschlagsysteme				x			x		x

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen, Fremdbeilagen und Online-Werbung

1. Anzeigenauftrag ist im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung von Anzeigen und Fremdbeilagen in einer Druckchrift sowie über Online-Werbung zum Zweck der Verbreitung. Ein Abschluss erfolgt unter Beachtung der gemäß Preisliste zu gewährenden Rabatte.
2. Anzeigen und Fremdbeilagen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Ausgabe abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.
3. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen zu den vertraglich vereinbarten Konditionen bzw. nach Preisliste abzurufen.
4. Online-Werbung (d.h. Homepage, Newsletter etc.) bestimmt sich nach dem gebuchten Zeitraum. Der Auftraggeber hat während der gesamten Laufzeit des Vertrages die Webseiten bzw. Dokumente, auf die von der Online-Werbung verwiesen wird, pflicht zu erhalten. Vorbehaltlich entgegenstehender Individualvereinbarungen sind die vom Bannerseite des Verlags genannten Werte bei den Visits und Page Impressions maßgeblich.
5. Wird ein Auftrag, insbesondere ein Serienauftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeachtet etwaiger weiterer Rechtsfolgen, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höhere Gewalt im Risikobereich des Verlags besteht. Das Vorliegen von bereits gebuchten Anzeigen- und Belagenaufträgen ist bis 20 Tage vor dem jeweiligen Anzeigenschluss in schriftlicher Form möglich. Danach fallen Stornogebühren in Höhe von 50 % des Anzeigenbruttopreises an. Kündigungen und Rücktritte, die nach dem Anzeigenchluss eingehen, werden frühestens für die übernächste Ausgabe wirksam.
6. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
7. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckchrift und im Internet platziert werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenchluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Ansonsten wird für die Aufnahme von Anzeigen in bestimmten Nummern, Ausgaben oder Plätzen keine Gewähr übernommen. Rubrierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
8. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ oder „Promotion“ kenntlich gemacht.
9. Der Verlag behält sich vor, Anzeigen – auch einzelne Anzeigen im Rahmen eines Abschlusses – und Belagen sowie Online-Werbung wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlags abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist (z.B. wenn Anzeigen Werbung Dritter oder für Dritte enthalten – sog. „Verbundwerbung“). Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Belagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Modells der Beläge, dem Entwurf, dem Layout oder dem Format und nach Prüfung des Layouts durch den Verlag als Bestandteil des Auftrages anzusehen. Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt. Azeptiert der Verlag ausdrücklich eine Verbundwerbung, ist er zur Erhebung eines Verbundaufschlages berechtigt.
10. Für die rechtzeitige und einwandfreie Lieferung des Anzeigentextes in Druckunterlagen, Belagen sowie in der der Online-Werbung ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungelegene oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet eine übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckverfahren gegebenen Möglichkeiten.
11. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige trotz rechtzeitiger Lieferung einwandfreier Druckunterlagen rechtzeitiger Reklamation Anspruch auf Zulassungsminderung oder eine Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lösige der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zulassungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige ist die Rückgängigmachung ausgeschlossen.
- 12.a) Zur Haftung, gleich aus welchem Rechtsgrund einschließlich unerlaubter Handlungen, ist der Verlag nur verpflichtet, soweit Schäden (1) durch schuldhaftes Verletzung einer vertragsgewässentlichen Pflicht (Kardinalpflicht) durch den Verlag in eine das Erreichen des Vertragszwecks gefährdende Weise verursacht werden oder (2) auf grobe Fahrlässigkeit oder Vorsatz von dem Verlag zurückzuführen sind.
- b) Haftet der Verlag gem. Ziffer a) (1) für die Verletzung einer vertragsgewässentlichen Pflicht, ohne dass ihm grobe Fahrlässigkeit oder Vorsatz zur Last fallen, ist die Haftung von dem Verlag ausgeschlossen.
- c) Haftet der Verlag gem. Ziffer a) (1) oder (2) für grobe Fahrlässigkeit oder Vorsatz von Mitarbeitern, die nicht Organe oder leitende Angestellte des Verlags sind, ist die Haftung des Verlags ebenfalls auf die vereinbarten Anzeigenpreise begrenzt.
- d) Für mittelbare Schäden, Vermögensgeschäden oder entgangenen Gewinn haftet der Verlag nicht, sofern diese nicht auf Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit von Organen oder leitenden Angestellten zurückzuführen sind.
- e) Jede Haftung von dem Verlag ist auf solche typischen Schäden beschränkt, mit denen Eintritt der Verlag nach den ihm bei Vertragsabschluss bekannten Umständen vernünftigerweise rechnen konnte.
- f) Der Ausschluss oder die Begrenzung von Ansprüchen gem. den vorstehenden Ziffern a) bis c) schließt Ansprüche gegen Mitarbeiter und Beauftragte des Verlags ein.
- g) Fälle höherer Gewalt wie auch Abwehrmaßnahmen, Beschwerden, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung oder Betriebsstörungen entbinden den Verlag von der Verpflichtung auf Erfüllung von Aufträgen und Leistung von Schadenersatz.
- h) Die Gewährleistung für Online-Werbung ist auf solche Fehler in der Wiedergabe beschränkt, die im Risikobereich und der Einflussphäre des Verlags begründet sind. Sie ist ausgeschlossen für unwesentliche Fehler, z.B. wenn der Fehler den Zweck der Online-Werbung nicht wesentlich beeinträchtigt. Dem Auftraggeber ist bekannt, dass es nach der Natur der Sache bei Online-Werbung nicht möglich ist, Fehler nicht mehr als in der Preisliste angegebenen Umfang (z.B. Werbung mehr als 10 % der gebuchten Zeit und länger als 24 Stunden innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der Schaltung aus, hat der Auftraggeber Anspruch auf Nachlieferung der ausgefallenen Medielaufzeit. Weitergehende Ansprüche sind ausgeschlossen.
13. Der Verlag gewährleistet die drucktechnische Wiedergabe der Anzeige. Reklamationen offensichtlicher Mängel muss der Auftraggeber innerhalb von 4 Wochen nach Veröffentlichung schriftlich erheben. Reklamationen bei nicht offensichtlichen Mängeln müssen binnen einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn schriftlich geltend gemacht werden. Alle gegen den Verlag gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf Vorsatz beruhen.
14. Der Verlag übernimmt für Fehler bei telefonischen oder schriftlichen Übermittlungen jeder Art. Eine Haftung wird auch nicht übernommen, wenn sich Mängel an der Vorlage erst bei der Reproduktion oder beim Druck zeigen. Der Werbungsleiter hat dann bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche. Die eventuell entstehenden Mehrkosten z.B. zur Nachbesserung der Druckunterlagen oder für Massenschnittstand müssen weiterberechnet werden.
15. Probebezüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probebezüge. Der Verlag berücksichtigt die Fehlerkorrektur, die ihm innerhalb der Probebezugfrist mitgeteilt wird. Sendet der Auftraggeber den ihm rechtzeitig übermittelten Probebezug nicht innerhalb der gesetzten Frist zurück, so gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt.
16. Sind keine besonderen Großveranschreibungen gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
17. Die Rechnung ist innerhalb von 14 Tagen nach Rechnungslegung zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist.
18. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden die gesetzlichen Zinsen, im kaufmännischen Geschäftsverkehr in Höhe von 8 % über dem Basiszinssatz der Europäischen Zentralbank ab Fälligkeit des Rechnungsbetrages, sowie Mahnkosten in Höhe von EUR 7,50 pro Mahnung berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter

- Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungssoll von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenkundiger Rechnungsabträge abhängig zu machen.
19. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
 20. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckstöcke, Filme, Lithos, Maten, Zeichnungen etc. sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
 21. Aus einer Auftragsminderung ergibt sich ein Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisermäßigung hergestellt werden, wenn die in der Preisliste garantierte verkaufte Auflagen im Gesamtdurchschnitt des vergangenen Inertionsjahres i. d. IVW-Meldungen um 30 % unterschritten wird. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisermäßigungen und Schadenersatzansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflagen so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte. Änderungen des Heftumfangs behält sich der Verlag vor, ohne dass hieraus der Auftraggeber Ansprüche herleiten kann.
 22. Bei Differenzangevender der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Er übernimmt darüber hinaus keine Haftung, Einschreibebriefe und Elektrife auf Zifferanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Zifferanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Werbliche Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Der Verlag behält sich im Interesse und zum Schutz des Auftraggebers das Recht vor, die eingegangenen Aufträge wegen Missbrauch des Ziffermediums zu Prüfzwecken zu öffnen. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.
 23. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung derartiger Unterlagen ist innerhalb der Fristen des Auftrages. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist der Sitz des Verlags, soweit hierüber eine Vereinbarung gesetzlich zulässig ist. Auf den Verlag findet deutsches Recht Anwendung.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlags

- a) Die allgemeinen und unsere zusätzlichen Geschäftsbedingungen, die Auftragsbestätigung und die jeweils gültige Preisliste sind für jeden Auftrag maßgebend. Der erteilte Auftragsauftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich. Abweichende Geschäftsbedingungen werden erst gültig durch schriftliche Bestätigung des Verlags.
- b) Bei Änderungen der Anzeigenpreissetzen die neuen Bedingungen auch für laufende Aufträge – sofern keine anderslautende schriftliche Vereinbarung getroffen wurde – mit dem neuen Tarif in Kraft. Der Verlag behält sich das Recht vor, für Anzeigen in Verlagsbeilagen, Sonderveröffentlichungen und Kollektiven sowie die Online-Werbung Sonderpreise festzusetzen. Anzeigenstufensysteme sind für den Verlag unverbindlich. Eine Anpassung an den Produktionsverlauf ist möglich.
- c) Die Leistungsangaben und Werbegüterangaben sind verpflichtet, sich in ihren Angaben, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungstreibenden an die Preisliste des Verlags zu halten. Die vom Verlag gewährte Mitteilungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz teilweise weitergegeben werden.
- d) Bei Auftragswerbenaunern, die zum ersten Mal mit dem Verlag in Geschäftsverbindung treten, kann Vorauskasse bis zum Anzeigenabschlussstermin verlangt werden.
- e) Bei Druckvorgängen, die zusätzliche Satz-, Film-, Lithokosten etc. verursachen, werden diese in Rechnung gestellt. Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen und Belagungsdateien nicht sofort erkennbar, sondern werden dieselben erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Auftraggeber bei ungenügendem Abdruck keine Gewährleistungsansprüche. Das Gleiche gilt bei Fehlern in wiederholt erscheinenden Anzeigen, wenn der Auftraggeber nicht vor Drucklegung der nächstfolgenden Anzeige auf den Fehler hinweist. Bei Überschreitung der im Terminplan festgelegten Daten für die Übersendung der Druckunterlagen kann keine Gewähr für eine einwandfreie Druckwiedergabe übernommen werden.
- f) Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit des Anzeigentextes/Bildinhalts und der Online-Werbung. Er stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter frei, die in diesem Zusammenhang etwa geltend gemacht werden (inklusive der Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung), auch wenn der Auftrag storniert sein sollte. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Durch Erteilung eines Anzeigenauftrages verpflichtet sich der Insetent, die Kosten der Veröffentlichung einer Gegenäußerung, die sich auf tatsächliche Behauptungen der veröffentlichten Anzeigen bezieht, zu tragen, und zwar nach Maßgabe des jeweils gültigen Anzeigenalters. Erscheinen nicht rechtzeitig sitierte Anzeigen, so stehen auch dem Auftraggeber daraus keine Ansprüche gegen den Verlag zu.
- g) Der Auftraggeber ist für die Nutzung der Online-Werbung im Internet (z.B. Online-Media aller Art (inkl. Internet) erforderlicher unerbrechlichen Nutzungs- und sonstigen Rechte, insbesondere zur Verflechtung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich, inhaltlich und örtlich unbegrenzt in dem für die Durchführung der Anzeige notwendigen Umfang.
- h) Anzeigenaufträge können nach Anzeigenchluss grundsätzlich nur aus wichtigem Grund gekündigt werden. Die Kündigung muss schriftlich erfolgen. Telefax und E-Mail genügen. Der Auftraggeber muss mindestens die entstandenen Satzsetkosten berechnen.
- i) Sind etwaige Mängel an gelieferten Drucksachen, wie Beilehfer, Beilehfer etc., nicht sofort, sondern erst bei der Verarbeitung erkennbar, so hat der Werbungs-treibende dadurch entstehende Mehrkosten oder Verluste bei der Herstellung zu tragen.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen für die digitale Übermittlung von Druckunterlagen für Anzeigen

- a) Digitale Druckunterlagen sind solche, welche per Datenträger (z.B. Disketten, Cartridges, CD/DVDs), direkt oder indirekt per Fernübertragung (z.B. ISDN, E-Mail, FTP) an den Verlag papierlos übermittelt werden.
- b) Die digitale Übermittlung von Druckunterlagen erfolgt über elektronische Schriften, geringe Bildqualität etc.), die sich auf eine Abweichung des Auftrages von den Empfehlungen des Verlags zur Erstellung von Druckunterlagen zurückführen lassen, führen zu keinem Anspruch auf Preisermäßigung oder Schadenersatz.
- c) Bei digitaler Übermittlung von mehreren zusammengehörenden Dateien hat der Auftraggeber dafür Sorge zu tragen, dass diese Dateien innerhalb eines gemeinsamen Verzeichnisses (Ordner) gesamt bzw. gesichert werden. Für die Übertragung von digital übermittelten Druckunterlagen dürfen nur geschlossene Dateien verwendet werden, also solche Dateien, an denen der Verlag inhaltlich keine Möglichkeit der Veränderung hat. Offene Dateien (z.B. Dateien, die unter InDesign, QuarkXPress, Corel Draw, Freshpad usw. gespeichert wurden) kann der Verlag ablehnen. Der Verlag kann bei offenen Dateien für die inhaltliche Richtigkeit nicht in Anspruch genommen werden. Online-Werbung darf nur in geeigneten Dateiformaten mitgeteilt werden. Die Vorgaben des Verlags sind zu beachten.
- d) Digital übermittelte Druckunterlagen für Farbanzeigen können nur auf einem auf Papier gelieferten Farb-Proof zuverlässig verarbeitet werden. Digital erstellte Druckdrucke müssen zur Kontrolle der Farbveränderlichkeit den FOSTA/ULRA Medienkoll in der aktuellen Version enthalten. Andrucke müssen einen offiziellen Druckkontrollstempel aufweisen. Ohne Farb-Proof sind Farbabweichungen unvermeidbar, die keinen Anspruch auf Preisermäßigung oder Schadenersatz auslösen können. In jedem Fall ist ein Ausdrucken per Fax an den Verlag zu senden, um die sachliche Richtigkeit überprüfen zu können. Ein Korrekturfax muss vom Auftraggeber zusätzlich angefordert werden. Nur bei richtiger Farbempassung ist eine farblich richtige Umsetzung in üblichen Toleranzen gewährleistet.
- e) Werden digital übermittelte Druckunterlagen per Datenträger an den Verlag übermittelt, werden diese nur auf besonderen Wunsch an den Auftraggeber gegen eine pauschale Versandgebühr von EUR 2,50 zurückgeschickt.
- f) Der Auftraggeber hat vor einer digitalen Übermittlung von Druckunterlagen Daten für Sorge zu tragen, dass die übermittelten Dateien frei von evtl. Computerviren, Malware und sonstigen Schadprogrammen sind. Die übermittelten Daten Computerdateien sind als Daten Computerdateien zu behandeln. Die Daten sind für den Auftraggeber hieraus Anzeigen geltend machen kann. Der Verlag behält sich zudem vor, den Auftraggeber auf Schadenersatz in Anspruch zu nehmen, wenn durch solche durch den Auftraggeber mitlieferten Computerdaten dem Verlag Schaden entstanden sind.
- g) Der Verlag ist nicht verpflichtet, die Druckunterlagen auf Vollständigkeit und Richtigkeit zu überprüfen. Der Verlag haftet nicht für Übertragungsefehler.



Unsere Fach- und Sonderpublikationen

aus dem Bereich
Technische Logistik