

2012

830477 / Einzelpreis € 15,-
Ausgabe 3/11 - Mai - www.instandhaltung.de

Instandhaltung

TECHNIK MANAGEMENT MÄRKTE

MAINTAINER 2011: Auszeichnungen für die Besten 10
Neue Methoden: Was Messdaten verraten 21
Mobile Instandhaltung: Mit SAP, Handheld und RFID 34

**Sonderteil
Überwachung**
Vom Sensor bis zur Auswertung – Ausrüstungen
und Dienstleistungen zum Condition Monitoring 13



m₁ verlag
moderne industrie
erfolgsmedien für experten



MEDIA

Informationen Print + Online

AMF 1: Titelporträt	2
Preise	3
Formate	4/5
Sonderwerbformen	6/7
Termin- und Themenplan	8/9
Online-Werbung	10/11
Markt & Kontakt	12
AMF 2: Auflagenanalyse	13
AMF 3-E: Empfängeranalyse	14/15
Beschreibung der Erhebungsmethode	16
AGB	17
Gesprächspartner	18

m₁ verlag
moderne industrie

erfolgsmedien für experten

Mediengruppe **SV** Süddeutscher Verlag



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

- 1 Titel:** Instandhaltung
- 2 Kurzcharakteristik:**
Das Fachmagazin „Instandhaltung“ befasst sich mit der Inspektion, Wartung und Instandsetzung von Maschinen, Anlagen und Industriebauten aller Branchen. Neben der Vorstellung neuer technischer Verfahren, Ausrüstungen und Werkzeuge werden auch Lösungen zur Organisation und Einbindung von Instandhaltungsmaßnahmen in die betrieblichen Abläufe praxisnah vorgestellt. Das Aufzeigen neuester Trends beim Einsatz moderner Techniken und Organisationsformen macht dieses Fachmagazin zu einer unentbehrlichen Orientierungshilfe für Betriebs- und Instandhaltungsleiter.
- 3 Zielgruppe:** –
- 4 Erscheinungsweise:** 8 x jährlich
(siehe Themenplan)
- 5 Heftformat:** DIN A4
- 6 Jahrgang:** 40. Jahrgang 2012
- 7 Bezugspreis:** Jahresabonnement Inland € 79,00
Jahresabonnement Ausland € 89,00
(inkl. Versandkosten und MwSt.)
Einzelverkaufspreis (+ Versandkosten) € 15,00
- 8 Organ:** –
- 9 Mitgliedschaft/
Teilnahme:** IVW-EDA
- 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.instandhaltung.de
E-Mail: Redaktion: ih@mi-verlag.de
Anzeigen: ih-anz@mi-verlag.de

11 Herausgeber: verlag moderne industrie GmbH

12 Anzeigen: Anke Träger
Telefon: 0 81 91 / 125-496
E-Mail: anke.traeger@mi-verlag.de

13 Redaktion: Ingo Busch
Telefon: 0 81 91 / 125-376
E-Mail: ingo.busch@mi-verlag.de

14 Umfangsanalyse: 2010 = 6 Ausgaben + 3 Sonderausgaben

Format der Zeitschrift:	DIN A4	
Gesamtumfang:	556 Seiten =	100,00 %
Redaktioneller Teil	360 Seiten =	64,75 %
Anzeigenteil:	196 Seiten =	35,25 %
Beilagen:	17 Stück	

15 Inhalts-Analyse des redaktionellen Teils: 2010 = 360 Seiten

Markt und Versorgung	45,0	12,5
Instandhaltungs-Management	15,0	4,2
IH-Software und Managementtools	10,0	2,8
Inspektion und Condition Monitoring	40,0	11,1
Wartung von Maschinen und Anlagen	20,0	5,5
Facility Management	10,0	2,8
Instandsetzung von Maschinen und Anlagen	40,0	11,1
Gebäudeinstandsetzung	20,0	5,5
Medienversorgung und Infrastruktur	40,0	11,1
Arbeits- und Anlagensicherheit	15,0	4,2
Nachrichten	20,0	5,5
Dienstleistungen	45,0	12,5
Sonstiges	40,0	11,1



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

1 Anzeigenpreise (Formate siehe Seite 5):

Alle Preise zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer.

Format	Breite x Höhe in mm	4c-Preise in € (voll rabattfähig)
1/1 Seite	178 x 257	5.200,-
2/3 Seite	116 x 257 / 178 x 169	3.460,-
1/2 Seite	86 x 257 / 178 x 126	3.060,-
1/3 Seite	56 x 257 / 178 x 83	2.040,-
1/4 Seite	86 x 126 / 178 x 62 / 41 x 257	1.380,-
1/8 Seite	41 x 126 / 86 x 62 / 178 x 29	780,-

1.1 Sonstige Formate:

Berechnung nach mm-Preis (Spaltenbreite 41 mm)

	s/w	Farbe
ab 300 mm	€ 4,28	€ 5,06
bis 300 mm	€ 5,35	€ 6,33

1.2 Vorzugsplatzierungen

Titelseite	€ 5.800,-
2./4. Umschlagseite	€ 5.600,-

1.3 s/w-Anzeigen: auf Anfrage

2 Zuschläge

Zuschläge für Platzierungen:

Platzierungsvorschriften ab 1/2 Seite	10 %
---------------------------------------	------

3 Rabatte (bei Abnahme innerhalb eines Jahres)

Malstaffel		Mengenstaffel	
ab 2 Anzeigen	3 %	ab 3 Seiten	10 %
ab 4 Anzeigen	5 %	ab 6 Seiten	15 %
ab 8 Anzeigen	10 %	ab 8 Seiten	20 %

4 Rubrikanzeigen:

Stellenangebot:	25 % Rabatt auf den regulären Preis (siehe Punkt 7)
Stellengesuche:	50 % Rabatt auf den regulären Preis (siehe Punkt 7)

5 Sonderwerbformen:

Doppelseitiges Advertorial zum Sonderteil € 3.990,-
Weitere Sonderwerbformen siehe Seite 6+7

Einhefter:

Umfang	Papiergewicht	bis 170 g/m ²	über 170 g/m ²
2 Seiten		4.510,-	4.600,-
4 Seiten		7.660,-	7.810,-

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

Beilagen:

(nicht rabattfähig und nur für Gesamtauflage)
bis zu 25 g Gewicht € 4.100,-
je weitere 25 g Gewicht € 2.050,-
(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 € 980,-
Zuzüglich Klebekosten
– für maschinelle Verarbeitung € 540,-
– für manuelle Verarbeitung € 1.200,-

6 Kontakt:

Anke Träger, Mediaberaterin
Telefon: 08191/125-496
E-Mail: anke.traeger@mi-verlag.de

Lieferanschrift, Beilagen und Einhefter:

pva Druck- und Medien-Dienstleistungen GmbH,
z.Hd. Herrn Hans Beitler, Industriestraße 15,
76829 Landau/Pfalz (mit Vermerk: für Instandhaltung, Heft-Nr. ...)



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

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 117 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

— Anschnittformate inkl. 3 mm Beschnittzugaben



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

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: Bogen-Offset,

Bindeverfahren: Rücken-Drahtung

3 Datenübermittlung per E-Mail an: michaela.richter@mi-verlag.de
bei Rückfragen: Michaela Richter Tel. 08191/125-324

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_Standard_eci.icc** für Inhalt in der Regel Papiertyp 3 FOGRA 46L – nach Standard, **ISOcoated_v2_eci.icc** für Umschlag in der Regel Papiertyp 2 FOGRA 39L – nach Standard.
Weitere Informationen über Voreinstellungen des PDF-Formates unter **www.pdf-club.de** oder technische Hotline **+49 (0) 8191 125-338**

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

Michaela Richter, Anzeigendisposition
Tel. 08191/125-324
E-Mail: michaela.richter@mi-verlag.de

10 Termine:

siehe Termin- und Themenplan

Erscheinungsweise:
Erscheinungstermin:
Anzeigenschluss:

8 x jährlich
siehe Termin- und Themenplan
siehe Termin- und Themenplan

11 Zahlungsbedingungen:

netto innerhalb 30 Tagen nach Rechnungsdatum,
bei Vorauszahlung 2 % Skonto,
bei Bankeinzug 3 % Skonto

Bankverbindungen:

Sparkasse Landsberg
BLZ 700 520 60
Kto. 37754
Postbank München
BLZ 700 100 80
Kto. 786 13801

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

Ihr Advertorial (kostenpflichtig)

Wir gestalten das Advertorial komplett für Sie

B. BRAUN
SHARING EXPERTISE

B. Braun Melsungen AG

Sharing expertise means sharing success

What if there are people from the factory on site of the world's leading companies in manufacturing facilities. With a wealth of 100+ years of experience, B. Braun Melsungen AG is a world leader in medical technology. The company has a long history of providing high-quality, innovative, and reliable products. In the past, B. Braun Melsungen AG has been a pioneer in the development of new products and services. Today, the company is focused on providing solutions that improve the lives of patients and healthcare professionals.

Smart Manufacturing Portfolio

B. Braun Melsungen AG is a leader in the development of smart manufacturing solutions. The company's smart manufacturing solutions are designed to improve the efficiency and productivity of manufacturing processes. The solutions are based on a combination of advanced manufacturing technologies and B. Braun Melsungen AG's expertise in medical technology.

Smart OEM Solutions

B. Braun Melsungen AG offers smart OEM solutions to its customers. The solutions are designed to help customers improve their manufacturing processes and reduce their costs. The solutions are based on a combination of advanced manufacturing technologies and B. Braun Melsungen AG's expertise in medical technology.

Contact:

B. Braun Melsungen AG
10000000000
Carl-Neuberg-Str. 1
36371 Melsungen
Germany
Tel.: +49 531 316-1100
Fax: +49 531 316-1100
www.braun.com

Ihr Unternehmen stellt sich detailliert vor

1. Firmenlogo/Webadresse und Unternehmensbezeichnung
2. Angebotsfokus: Dienstleistungsspektrum, Ausrüstungen, Technologien, Spezielle Kenntnisse und Erfahrungen
3. Angebots-Highlights
4. Lage und Logistik

Die Anzahl der Zeichen sollte bei maximal 7500 mit Leerzeichen liegen, dazu werden 2-3 Fotos mit 300 dpi Auflösung und eventuell 1-2 Grafiken benötigt.

Profil auf einen Blick (Textkasten)

5. Company-Profil (Eigentumsverhältnisse, feste Kooperationen)
 6. weitere Infos:
 - Produkte und Dienstleistungen im Bereich der Anlagenüberwachung
 - Zielgruppen
 - Teilnahme an Messen, Ausstellungen und Konferenzen
 - Mitgliedschaft in Verbänden 2012/2013
 7. Adresse, Ansprechpartner, E-Mail
- Anzahl Zeichen maximal: 1400 (mit Leerzeichen)

Redaktionsschluss: 4 Wochen vor Anzeigenschluss
Doppelseite 4c

3.990,- EUR

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

Adressvermietung

Optimieren Sie Ihre Direktmailing-Aktionen! Der verlag moderne industrie und Hühlig Verlag bieten Ihnen den Zugriff auf eine aktuelle Adressdatenbank mit über 400.000 Ansprechpartnern. Selektionen nach Wirtschaftszweigen, Funktionen, Positionen, Betriebsgröße oder regionaler Verbreitung liefern Ihnen exakt die gewünschte Zielgruppe. Gerne erstellen wir Ihnen für Ihre Werbeaktion ein Angebot.

Wenn keine abweichende Vereinbarung über Mehrfachverwendung getroffen wird, sind alle gelieferten Adressen nur zur einmaligen Nutzung bestimmt.

Online-Werbung auf den Fachportalen von verlag moderne industrie und Hühlig Verlag

Nähere Informationen entnehmen Sie bitte dem Sonderblatt „Online-Werbung“, Seite 10 und 11.

Sonderdrucke

Ziehen Sie einen Doppelnutzen aus Ihrem Beitrag in unseren Zeitungen und Zeitschriften. Sonderdrucke sind die ideale Ergänzung Ihrer Werbemaßnahmen. Journalistisch objektiv und überzeugend! Senden Sie einen Nachdruck Ihres Beitrags an Kunden, verteilen Sie ihn auf Messen oder über Ihren Außendienst!

Süddeutscher Verlag Veranstaltungen GmbH

Die Süddeutscher Verlag Veranstaltungen GmbH (SVV) vereint unter einem Dach vier starke Marken für hochkarätige Veranstaltungen und Events: management information center, managerakademie, SZ Business Golf Cup und SZ-Events. Über 100 Fachveranstaltungen, Events und Sportveranstaltungen profitieren von der Nähe und der Kooperation mit den Medien des Süddeutschen Verlages, darunter eine große Anzahl an Fachinformationsangeboten und natürlich die *Süddeutsche Zeitung*. Darüber hinaus plant und organisiert die SVV die verschiedensten Events im Kundenauftrag als Dienstleistung. Nähere Informationen erhalten Sie unter www.sv-veranstaltungen.de.

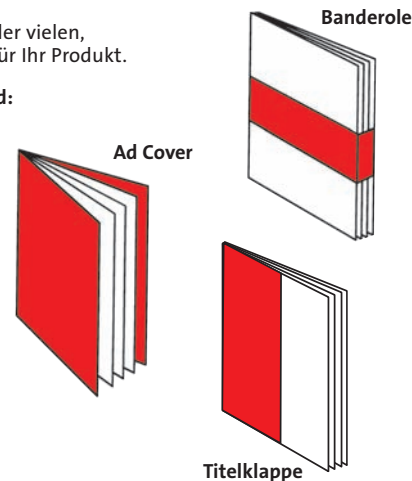
Weitere Informationen zu allen Sonderwerbformen erhalten Sie von Ihrem Verkaufsteam!

Sonderwerbformen

Entdecken und nutzen Sie eine der vielen, kreativen Sonderwerbformen für Ihr Produkt.

Unsere Sonderwerbformen sind:

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



Ad Cover: Dieser 4-seitige Bogen wird um den regulären Heftumschlag herumgelegt. Nur bei Klammerheftung möglich!

Titelklappe: Das Magazin wird mit einem das halbe Cover abdeckendem Umhefter ummantelt (bei Klammerheftung) oder erhält eine nur auf dem Cover aufgebrauchte Klappe (bei Klebebindung).

Banderole: Die Banderole wird als bedruckter Papierstreifen um die Zeitschrift/Zeitung gelegt und auf der Rückseite verschlossen.



Ausgabe Anzeigenschluss: (AS) Erscheinungstermin: (ET)	Themen im Überblick	Sonderteil	Messen
Februar 01/2012 AS: 30.01.2012 ET: 22.02.2012	Instandhaltungsmanagement Facility Management, Servicemanagement, Kennzahlen und Benchmarking, Life Cycle Management, Energiemanagement, Aus- und Weiterbildung, Ersatzteilversorgung, Methoden und Konzepte, Maintenance International, Asset Management (Methoden, Software, Trends), Dienstleistungsmanagement	Instandsetzung/Sanierung Schwerpunkt: Gebäudesanierung	Internationale Eisenwarenmesse, Köln 04.03. – 07.03. Usetec, Köln 05.03. – 07.03. Facility Management, Frankfurt 06.03. – 08.03. MAINTENANCE, Duisburg 07.03. – 08.03. SHK, Essen 07.03. – 10.03.
März 02/2012 AS: 06.03.2012 ET: 29.03.2012	Inspektion Sensorik, Schwingungsmessung, Spezialmessungen, Zerstörungsfreie Prüfung, Prüfstände, Thermographie, Überwachungskonzepte, Gerätetechnik, Materialprüfung, Diagnosesysteme, Anlageninspektion, Messwertverarbeitung, Condition Monitoring	Instandsetzung/Sanierung Schwerpunkt: Retrofit und Modernisierung	Light & Building, Frankfurt 15.04. – 20.04. IFH/Intherm, Nürnberg 18.04. – 21.04. Hannover-Messe, Hannover 23.04. – 27.04. Control, Stuttgart 08.05. – 11.05.
Mai 03/2012 AS: 10.04.2012 ET: 03.05.2012	Instandsetzung/Sanierung Gebäudesanierung (Dach-, Boden-, Fassadensanierung, Wärmedämmung), Retrofit und Modernisierung, Maschineninstandsetzung, Werkzeuge und Verfahren, Technische Ausrüstungen und Baugruppen: Kabel, Rohrleitungen, Verbindungstechnik, Pumpen, Lager, Leitungen, Armaturen, Baugruppen, Energetische Sanierung von Anlagen und Ausrüstungen	Inspektion Schwerpunkt: Anlagenüberwachung	Sensor + Test, Nürnberg 22.05. – 24.05. Automatica, München 22.05. – 25.05. Achema, Frankfurt 18.06. – 22.06.
Juni 04/2012 AS: 21.05.2012 ET: 13.06.2012	Wartung und Reinigung Tribologie (Schmierung, Schmiermittel, Schmieranlagen), Wartung von speziellen Anlagen und Ausrüstungen (Pumpen, Kräne, Kompressoren), Werkstattausrüstungen, Reinigung, Reinigungsverfahren, Reinigungsgeräte, Maschinenreinigung, Teilereinigung, Werkzeuge und Hilfsmittel, Anlagenreinigung, Kleinteile und Hilfsstoffe	Arbeitsschutz und -sicherheit	Fertigung & Instandhaltung, Wels (Österreich) 20.06. – 21.06. SIT, Chemnitz 27.06. – 29.06.
Juli 05/2012 AS: 02.07.2012 ET: 25.07.2012	Arbeitsschutz und -sicherheit Brandschutz, Explosionsschutz, Sicherheitsmanagement, Anlagenschutz und -sicherheit, Objektschutz, Arbeitsschutz, Arbeitsschutzmittel und -kleidung, Arbeitsschutzmanagement, Vorschriften und Verordnungen, Schädlingsbekämpfung	Wartung und Reinigung Schwerpunkt: Reinigung	MARKT 2012/2013: Der wertvolle Ratgeber für die treffsichere Auswahl von leistungsfähigen Lieferanten und Produkten. Die Marktübersichten, tabellarischen Einkaufsführer und das alphabetische Hersteller- und Lieferantenverzeichnis machen diese Sonderausgabe für den Instandhalter unverzichtbar. Marktübersichten auch online.
September 06/2012 AS: 10.08.2012 ET: 04.09.2012	Instandhaltungsmanagement Schwerpunkt: Dienstleistungsmanagement 20 % Nachlass für Aussteller der MAINTAIN	Wartung und Reinigung Schwerpunkt: Reinigung	Security, Essen 25.09. – 28.09. Motek, Stuttgart 08.10. – 11.10.
Oktober  07/2012 AS: 13.09.2012 ET: 08.10.2012	Infrastruktur des Asset Management Überwachungskonzepte und -strukturen, Mobile Maintenance, Hilfs- und Transportmittel, Krane und Hebezeuge, Dokumentation, RFID und PDA, Kommunikationsanlagen, IPSS, Fernwartungstools, Wireless Technologies, Transportmittel, Augmented Reality, Remote Services	Instandhaltungsmanagement Schwerpunkt: Dienstleistungsmanagement 20 % Nachlass für Aussteller der MAINTAIN	MAINTAIN, München 16.10. – 18.10. Arbeitsschutz aktuell, Augsburg 16.10. – 18.10. Chillventa, Nürnberg 09.10. – 11.10. parts2clean, Stuttgart 23.10. – 25.10.
Dezember 08/2012 AS: 19.11.2012 ET: 12.12.2012	Infrastruktur des Asset Management Überwachungskonzepte und -strukturen, Mobile Maintenance, Hilfs- und Transportmittel, Krane und Hebezeuge, Dokumentation, RFID und PDA, Kommunikationsanlagen, IPSS, Fernwartungstools, Wireless Technologies, Transportmittel, Augmented Reality, Remote Services	40 Jahre Instandhaltung Sondernachlass auf Ihre Glückwunschanzeige	SPS, Nürnberg 27.11. – 29.11.





Unser Onlineangebot

- 1 Web-Adresse:** www.instandhaltung.de
- 2 Kurzcharakteristik:** Instandhaltung bietet dem Internetuser wertvolle Fachinformationen rund um das Thema Wartung, Inspektion und Instandsetzung von Maschinen, Anlagen und Industriebauten. Der Online-Guide ermöglicht dem Instandhalter den schnellen und sicheren Zugriff auf Instandhaltungsprodukte und -anbieter. Aktuelle Marktübersichten zu den verschiedenen Aspekten der Instandhaltung runden das kompakte Angebot ab.
- 3 Zielgruppe:** Hauptzielgruppen sind die Instandhaltungsleiter, Produktionsleiter, Geschäftsleitungen sowie die Bereiche Gebäudemanagement und Sicherheitstechnik.

ALLES AN SEINEM PLATZ – UNSER
NEUES MEDIADATENPORTAL

mediadaten.mi-verlag.de



Werbeform	Position	Platzierung	Format in Pixel (Breite x Höhe)	Preis/ Woche
Auf der Website:				
Leaderboard od. Superbanner	Top	Alle Rubriken	728 x 60 bis 90	€ 150,-
Fullsizebanner	im Content	Alle Rubriken	468 x 60	€ 69,-
	Halbsizebanner	Alle Rubriken	234 x 60	€ 40,-
Skyscraper	rechts neben der Website	Alle Rubriken	120 bis 160 x 600	€ 140,-
Wallpaper	top & rechts neben der Website	Alle Rubriken	Skyscraper + Leaderboard	€ 290,-
Content Ad	rechts	Alle Rubriken	300 x 250	€ 250,-
Content Ad	mittig im Content	Alle Rubriken	300 x 250	€ 250,-

Sonderwerbeformen:

Werbeform	Laufzeit	Platzierung	Preis
Microsite	1 Monat	Microsite, Hinweis auf der Homepage	€ 800,-

Newsletter

Werbung im Newsletter ist Direktmarketing par excellence. Durch diese kostengünstige und schnelle Werbeform wird eine hohe Anzahl von Empfängern direkt angesprochen. Ihre Werbebotschaft wird zielgruppengenau übermittelt. Durch die Einbindung Ihres Links im Newsletter erhalten die Empfänger die Möglichkeit, auf direktem Weg Kontakt mit Ihnen aufzunehmen. Ihre Werbung erhält eine hohe Aufmerksamkeit, da der Newsletter nur an Leser verschickt wird, die diesen explizit angefordert haben – eine flexible und klickstarke Werbeform.

Abonnenten: 16.756

(Stand: Juni 2011)

Werbeform	Position	Format in Pixel (Breite x Höhe)	Preis (TKP)
Im Newsletter:			
Fullsizebanner	Top	468 x 60	€ 69,-
Fullsizebanner	Im Content	468 x 60	€ 49,-
Halbsizebanner	Im Content	234 x 60	€ 29,-
Content Ad	Im Content	300 x 250	€ 89,-
Textanzeige	Im Content	ca. 200 Zeichen inkl. Link und Bild/Logo	€ 89,-

Crossmediapakete:

Speziell auf Ihr persönliches Marketingziel genau abgestimmte preisgünstige Angebote aus Print- und Online-Werbung. Die Crossmedia-Angebote bestehen z.B. aus Printanzeige, Partnerlinks, Microsites, Banner- und Newsletterwerbung. Selbstverständlich sind auch eigene Kombinationen möglich. Bitte wenden Sie sich an Ihren Mediaberater.

Werbeform	beinhaltet	Preis pro Jahr
Im Firmenverzeichnis Markt & Kontakt:		
Eintrag	Firmeneintrag UND Firmenportrait, Ansprechpartner mit Name, Mail und Tel.- Nr. sowie Link	€ 400,-

Rabatte:	Kombi-Rabatt Print/Online: 5 % Mengenstaffel für Online-Schaltungen	
	3 Banner	3 %
	6 Banner	5 %
	9 Banner	10 %
	Rabatt gilt bei Schaltung innerhalb von 12 Monaten auf den Grundpreis und für unterschiedliche Positionen, bei gleicher Position nur für unterschiedliche Kampagnen.	

Zugriffskontrolle: –

Zugriffe (pro Monat): Page Impressions¹
(bereinigt, ohne Suchmaschinen)
19.497
Monatsdurchschnitt 04-06/2011

Datenanlieferung: mindestens 1 Woche vor Schaltbeginn per E-Mail an anke.traeger@mi-verlag.de

Banner Website: **Format:** (animiertes) GIF-Format, JPG, Flash-, HTML-, DHTML-Banner
Farbschema: RGB
Maximale Dateigröße: ca. 40 KB
Weitere Infos: Bei Anlieferung eines animierten Werbemittels bitte immer ein statistisches Werbemittel als JPG erstellen und mitliefern.
Bei Anlieferung eines Flash-Banner bitte eine clickTAG-Variable in Flash einbetten.

Banner Newsletter: **Format:** GIF-Format, JPG, HTML-Banner
Farbschema: RGB
Maximale Dateigröße: ca. 40 KB

Ansprechpartner: Anke Träger Tel. +49 (0)8191/125-496
E-Mail: anke.traeger@mi-verlag.de

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

online + print: bei Ihrer Zielgruppe präsent!

- Freie Rubrikwahl
- Ergänzungsmöglichkeit des Eintrages durch Ihr persönliches Logo (auch in Farbe möglich)
- Kostenlose Veröffentlichung im Online-Guide auf www.instandhaltung.de (Standard-Firmeneintrag)
- Monatliche Neuaufnahme möglich

Preise*:

mm-Preis	€ 2,46
Farblogo	€ 25,- pro Ausgabe
Alle Preise verstehen sich zzgl. MwSt.	

*Ihr Eintrag ist nicht rabatt- und nicht provisionsfähig.

Erscheinungsweise: 8 Ausgaben pro Jahr

Kündigungsfristen: Ihr Eintrag kann bis 14.05. bzw. 12.11. zum Halbjahresende gekündigt werden. Andernfalls verlängert sich der Eintrag um weitere 6 Monate.

Bei Rückfragen: Anke Träger
Telefon 0 81 91/1 25-4 96
Telefax 0 81 91/1 25-4 83
E-Mail anke.traeger@mi-verlag.de

Eintragungs-/Berechnungsbeispiele:

Adresseintrag

Hydraulik

HK Hydraulik GmbH
Langenberger Straße 436
45277 Essen
Tel. 02 01/8 58 13-0
Fax 02 01/8 58 13-33
<http://www.hk-hydraulik.de>
info@hk-hydraulik.de

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

Adresseintrag mit
Ihrem Firmenlogo

**Maschinenreinigung
und Wartung**



Hauptverwaltung
Goebenstraße 56
Postfach 26 33, 32051 Herford
Tel. (0 52 21) 1 01 60
Fax (0 52 21) 10 16 90
www.sug-gebauedeservice.de
info@sug-gebauedeservice.de

mm-Preis:	€ 2,46
Adresse + Logo:	36 mm Höhe
Gesamt:	€ 88,56
(pro Rubrik und Ausgabe)	

Adresseintrag mit
Ihrem Firmenlogo und
Ihrem Zusatztext

Schwingungsmessung




IBIS GmbH
Reinheimer Straße 17
64846 Gross-Zimmern
Tel. (0 60 71) 4 22 22
Fax (0 60 71) 7 17 07
<http://www.ibis-gmbH.de>
info@ibis-gmbH.de

- Schwingungsmessung
- Maschinenüberwachung
- Auswuchten

mm-Preis:	€ 2,46
Adresse + Logo + Zusatzeintrag:	50 mm Höhe
Gesamt:	€ 123,00
(pro Rubrik und Ausgabe)	

Originalschrift:
Helvetica medium cond., 8,5 Pkt.
Abbildungen 40 % verkleinert

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

1 Auflagenkontrolle:			
2 Auflagen-Analyse:	Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt (01. Juli 2010 – 30. Juni 2011)		
Druckauflage:	12.843		
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):	12.575	davon Ausland:	163
Verkaufte Auflage:	1.439	davon Ausland:	160
– Abonnierte Exemplare:	1.415	davon Mitgliederstücke:	534
– Sonstiger Verkauf:	21		
– Einzelverkauf:	3		
Freistücke:	11.136		
Rest-, Archiv- und Belegexemplare:	268		

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

Die detaillierte Beschreibung der Erhebungsmethode finden Sie auf Seite 16.

3 Geografische Verbreitungs-Analyse:

Wirtschaftsraum:	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	98,7	12.412
Ausland	1,3	163
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	12.575
Verbreitung nach Nielsen-Gebieten:	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Nielsen-Gebiet 1 Hamburg, Bremen, Schleswig-Holstein, Niedersachsen	10,3	1.289
Nielsen-Gebiet 2 Nordrhein-Westfalen	27,6	3.476
Nielsen-Gebiet 3a Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland	12,7	1.603
Nielsen-Gebiet 3b Baden-Württemberg	17,6	2.219
Nielsen-Gebiet 4 Bayern	15,7	1.968
Nielsen-Gebiete 5 – 7 Berlin und neue Bundesländer	10,9	1.366
Ausland	1,3	163
Sonstige*	3,9	491
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	12.575

1.1 Branchen / Wirtschaftszweige

WZ 2008 Code	Empfängergruppen (lt. Klassifikation der Wirtschaftszweige 2008)	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
		%	Empfänger
28	Maschinenbau (inkl. Reparatur und Installation)	27,6	3.471
19, 20, 21	Kokerei und Mineralölverarbeitung, chemische und pharmazeutische Industrie	12,7	1.593
25	Herstellung von Metallerzeugnissen (inkl. Reparatur und Installation)	12,8	1.613
26, 27, 32.5	Elektrotechnik (MSR, Medizin- und Telekommunikationstechnik, elektrische Ausrüstungen)	12,6	1.585
22, 23	Herstellung von Gummi- und Kunststoffwaren, Zement, Kalk und gebr. Gips	8,9	1.120
24	Metallerzeugung und -bearbeitung	6,0	751
29, 30	Herstellung von Kraftwagen und Kraftwagenteilen, Sonstiger Fahrzeugbau (Schiff-, Schienen-, Luft- und Raumfahrzeugbau)	5,3	675
48-97	Telekommunikation, Unternehmensberatung, Reinigung von Gebäuden, Straßen und Verkehrsmittel	5,9	772
46-47	Handel (sonst. Maschinen, Ausrüstungen und Zubehör)	1,9	244
	Weitere Branchen	2,2	273
	Sonstige*	3,9	491
	Rundungsdifferenz	0,2	-13
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)		100,0	12.575

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

1.2 Größe der Wirtschaftseinheit

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Empfänger
1 – 99 Beschäftigte	33,4	4.198
100 – 199 Beschäftigte	17,3	2.177
200 – 499 Beschäftigte	18,5	2.332
500 – 999 Beschäftigte	8,8	1.107
1.000 und mehr Beschäftigte	11,8	1.491
Betriebsgröße nach EDA-Kriterien nicht erhoben/bekannt	6,2	780
Sonstige*	3,9	491
Rundungsdifferenz	0,1	-1
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	12.575

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

Die detaillierte Beschreibung der Erhebungsmethode finden Sie auf Seite 16.

2.1 Tätigkeitsmerkmal: Aufgabebereich

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Empfänger
Instandhaltung (Instandhaltungsleiter, Instandhaltungsfachleute, Technisches Büro)	38,4	4.824
Unternehmensleitung (Inhaber, Vorstände, Geschäftsführer, Technische Leiter)	15,9	2.005
Produktion (Betriebsleiter, Werksleiter, Produktionsleiter)	28,3	3.555
Konstruktion (Konstruktion, Entwicklung, Forschung, Versuch)	1,6	194
Einkauf, Vertrieb, Marketing	1,3	175
Weitere Funktionen (z.B. Produktmanagement, Projektierung)	10,2	1.335
Sonstige*	3,9	491
Rundungsdifferenz	0,4	-4
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	12.575

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

Beschreibung der Erhebungsmethode

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

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

1. Untersuchungsmethode:

Empfänger-Struktur-Analyse durch Dateiauswertung – Total-Erhebung

2. Beschreibung der Empfängerschaft zum Zeitpunkt der Datenerhebung:

2.1 Beschaffenheit der Datei

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

2.2 Gesamtzahl der Empfänger in der Datei 32.991

2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger: 31.475
(Wechsel nach jeder dritten Ausgabe)

2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

– Verkaufte Auflage	1.439
davon: abonnierte Exemplare	1.415
Einzelverkauf	3
sonstiger Verkauf	21
– Freistücke	11.136
davon: ständige Freistücke	80
wechselnde Freistücke	10.788
Werbeexemplare	268
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	12.575

→ davon Inland 12.412
→ davon Ausland 163

3. Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA) 12.575 = 100,00 %

Davon in der Untersuchung nicht erfasst:

– sonstige (Messe, Veranstaltungsstücke, Buchhandel, Einzelverkauf etc.) 491 = 3,90 %

Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA) 12.084 = 96,10 %

3.2 Tag der Datei-Auswertung: von Juli 2010 bis Juni 2011

3.3 Beschreibung der Datenbasis:

Für die Zuordnung der Empfänger zu den Merkmalen Branchen, Betriebsgröße und Tätigkeitsmerkmale wurden die bei der Vertriebsunion Meynen in Eltville gespeicherten Daten verwendet.

3.4 Zielperson der Untersuchung:

Die in der Datei erfassten persönlichen Empfänger in Institutionen.

3.5 Definition des Lesers: entfällt

3.6 Zeitraum der Untersuchung: (1. Juli 2010 – 30. Juni 2011)

3.7 Durchführung der Untersuchung: Verlag

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

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

§ 1 Geltung, Ausschließlichkeit

1. Für die Annahme und die Veröffentlichung aller Werbetaufträge sowie Folgeaufträge gelten ausschließlich die vorliegenden AGB sowie die zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses aktuelle Preisliste des Verlages, deren Regelungen einen wesentlichen Vertragsbestandteil bilden. Die Gültigkeit etwaiger AGB des Auftraggebers ist, soweit sie mit diesen AGB nicht übereinstimmen, ausgeschlossen.
2. Diese AGB gelten sinngemäß für Beilagenaufträge. Diese werden vom Verlag grundsätzlich erst nach Vorlage und Prüfung eines Musters angenommen.

§ 2 Angebot, Vertragschluss

1. Aufträge für Werbemittel können persönlich, telefonisch, schriftlich, per Telefax, per E-Mail oder per Internet aufgegeben werden. Der Verlag haftet nicht für Übermittlungsfehler.
2. Ein Vertrag kommt erst durch die schriftliche Auftragsbestätigung des Verlages zustande. Es gilt jeweils die im Zeitpunkt des Vertragsschlusses gültige Preisliste.

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 enthält. Die Ablehnung erfolgt zurecht nach Kenntniserlangung der betreffenden Inhalte mittelsen.

§ 3 Preise, Zahlungsbedingungen, Preisminderung

1. Der Preis für die Veröffentlichung eines Werbemittels richtet sich nach dem Zeitpunkt der Auftragserteilung gültigen Preisliste. Für redaktionell gestaltete Werbemittel, Beilagen, Sonderveröffentlichungen und Kollektive, sowie Werbemittel, welche nach Anzeigenschluss verkauft werden, kann der Verlag von der Preisliste abweichende Preise festlegen. Preisänderungen für erteilte Aufträge sind gegenüber Unternehmern wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens einen Monat vor Veröffentlichung des Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preisänderung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittrecht zu. Das Rücktrittrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Erhalt der Mitteilung über die Preisänderung erklärt werden.
2. Die in der Preisliste bezeichneten Nachlässe werden nur dem Auftraggeber und nur für die innerhalb eines Jahres geschalteten Werbemittel gewährt („Anzeigensjahr“). Wiederholungsauflagen gelten nur innerhalb eines Anzeigensjahres. 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 Anzeigensjahres geltend gemacht wird. Erreicht ein Auftrag nicht das vorhergesehene Auftragsvolumen, so wird der zu viel gewährte Preisnachlass nachträglich in Rechnung gestellt.
4. Auftragsrechnungen sind innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung laufenden Frist zu bezahlen, sofern nichts anderes vereinbart ist. 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 ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Gesamtabschlusses das Erscheinen weiterer Werbemittel abweichend von einem vereinbarten Zahlungsverzeichnis einer Vorauszahlung und vom Ausgleich offener Rechnungsbeträge abhängig zu machen. Fehlerhafte Rechnungen können vom Verlag innerhalb von sechs Monaten nach Rechnungsstellung korrigiert werden.
5. Sämtliche Preise verstehen sich zuzüglich Mehrwertsteuer in gesetzlicher Höhe am Tag der Rechnungsstellung.
6. Bei Aufträgen aus dem Ausland, die nicht mehrwertsteuerpflichtig sind, erfolgt die Rechnungsstellung ohne Mehrwertsteuerberechnung. Der Verlag ist zur Nachberechnung der Mehrwertsteuer berechtigt, wenn die Finanzverwaltung die Steuerpflicht des Werbemittels bejaht.
7. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Werbemittel ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdruckvertrag dies mit der ersten Schaltung beginnenden Anzeigenjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder – falls eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittlich verkaufte Auflage (falls keine verkaufte vorhanden, die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein Auftragsrücktritt, wenn die zugehörigen Aufträge innerhalb von 4 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.

Gewährleistungsansprüche von Kaufleuten als Auftraggeber verjähren 12 Monate nach Veröffentlichung des Werbemittels.

§ 4 Vertragsabwicklung

1. Aufträge sind innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzuwickeln, beginnend mit der ersten Schaltung des Werbemittels.
2. Für die Werbemittel erforderlichen Inhalt, Informationen, Daten, Dateien und sonstigen Materialien („Vorlagen“) stellt der Auftraggeber dem Verlag vollständig, fehlerfrei und virentfrei und den vertraglichen Vereinbarungen entsprechend rechtzeitig zur Verfügung. Werden Vorlagen digital (z. B. per CD-ROM oder E-Mail) an den Verlag übermittelt, sind sie nur mit geschlossenen Dateien zu übertragen, also mit solchen Dateien, die der Verlag inhaltlich nicht ändern kann. Der Verlag haftet nicht bei fehlerhafter Veröffentlichung von Werbemitteln, die mit offenen Dateien (z. B. unter Corel Draw, QuarkXPress, Freehand gespeicherte Dateien) übermittelt werden. Zusammengehörende Dateien sind vom Auftraggeber in einem gemeinsamen Verzeichnis („Ordner“) zu senden bzw. zu speichern. Bei digital übermittelten Druckvorlagen für Farbanzeigen hat der Auftraggeber gleichzeitig ein Protokoll mit dem Auftraggeber zu erstellen. Ansonsten bestehen keine Ersatzansprüche des Auftraggebers wegen etwaiger Farbbelegungen. 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 weiteren Schaden verursachen. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Vorlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet für die belegte Ausgabe übliche Qualität im Rahmen der durch die Vorlagen gegebenen Möglichkeiten. Vorlagen werden nur auf besondere Aufforderung an den Auftraggeber zurückgesandt; andernfalls gehen sie in das Eigentum des Verlages über. Die Pflicht zur Aufbewahrung aller zugesandten Unterlagen endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.
3. Kosten für die Anfertigung bestellter Vorlagen, Filme oder Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen trägt der Auftraggeber.
4. Probebezüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit des zurückgesandten Abzugs. Wird der Abzug nicht rechtzeitig an den Verlag zurückgeschickt, gilt die Genehmigung des Werbemittels als erteilt.
5. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Werbemittelbeleg. Kann ein Beleg nicht 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. Textzeilenanagen müssen sich schon durch die Rundschrift vom redaktionellen Teil unterscheiden. Der Verlag ist berechtigt, Werbemittel, die nicht an die Sprache 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 Offerten übernimmt der Verlag jedoch nicht.

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

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

10. Der Auftraggeber ist für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit des Werbemittels verantwortlich. Er stellt den Verlag an allen Ansprüchen Dritter wegen der Veröffentlichung des Werbemittels frei, einschließlich der angemessenen Kosten zur Rechtsverfolgung. Der Verlag ist nicht zur Prüfung verpflichtet, ob ein Werbemittel die Rechte Dritter beeinträchtigt. Wird der Verlag durch gerichtliche Entscheidung z. B. zum Abdruck einer Gegenstellung oder Berichtigung aufgrund des geschalteten Werbemittels verpflichtet, hat der Auftraggeber diese Veröffentlichung nach der gültigen Preisliste zu bezahlen.

11. Werbegeräten sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen gegenüber den Werbungtreibenden an die Preisliste des Auftraggebers zu halten. Die vom Verlag gewährte Vermittlungsprovision errechnet sich auf dem Kündnetto, 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 Werbegeräten vergütet unter der Voraussetzung, dass der Auftrag unmittelbar von der Werbetaugerte erteilt wird, ihr die Beschreibung der fertigen und druckreifen Druckunterlagen obliegt und eine Gewerbenameldung als Werbegerät vorliegt. Dem Verlag steht es frei, Aufträge von Werbegeräten abzulehnen, wenn Zweifel an der berufsmäßigen Ausübung der Agenturtätigkeit oder der Bonität der Werbegeräte bestehen. Aufträge durch Werbegeräten werden in deren Namen und auf deren Rechnung erteilt. Soweit Werbegeräten Aufträge erteilen, kommt der Verlag daher im Zweifel mit der Werbegeräte zustande. Soll ein Werbungtreiber Auftraggeber werden, muss dies gesondert unter namentlicher Nennung des Werbungtreibenden vereinbart werden. Der Verlag ist berechtigt, von der Werbegeräte einen Mandatsnachweis zu verlangen.

§ 5 Mängelgewährleistung

1. Für die Aufnahme von Werbemitteln in bestimmte Nummern oder Ausgaben oder an bestimmten Plätzen wird keine Gewähr geleistet.
2. Beachtet der Auftraggeber die Empfehlungen des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von Vorlagen nicht, so stehen ihm keine Ansprüche wegen fehlerhafter Veröffentlichung zu. Dies gilt auch, wenn sonstige Regelungen dieses AGB oder der Preisliste nicht beachtet.

3. Offensichtliche Mängel sind spätestens innerhalb von zwei Wochen nach Eingang der Rechnung geltend gemacht werden. Nicht offensichtliche Mängel muss der Auftraggeber spätestens ein Jahr nach Veröffentlichung der entsprechenden Druckschrift reklamieren. Bei fehlerhafter Wiedergabe des Werbemittels – trotz rechtzeitiger Lieferung einwandfreier Vorlagen und rechtzeitiger Reklamation – kann der Auftraggeber eine einwandfreie Ersatzschaltung (Nacherfüllung) verlangen, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Der Anspruch auf Nacherfüllung ist ausgeschlossen, wenn dies für den Verlag mit unverhältnismäßigen Kosten verbunden ist. Lässt der Verlag eine ihm rechtliche angemessene Frist verstreichen, verweigert er die Nacherfüllung, ist die Nacherfüllung aber dennoch nutzbar oder schlägt sie fehl, so hat der Auftraggeber das Recht, vom Vertrag zurückzutreten oder Zahlungsminderung in dem Ausmaß geltend zu machen, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Bei unwesentlichen Mängeln ist der Rücktritt ausgeschlossen. Gewährleistungsansprüche von Kaufleuten verjähren 12 Monate nach Veröffentlichung des Werbemittels.

4. Sind Mängel bei den Vorlagen nicht sofort, sondern erst bei der Verarbeitung erkennbar, so hat der Auftraggeber dadurch entstehende Mehrkosten oder Verluste bei der Herstellung zu tragen. Sind Mängel bei den Vorlagen nicht offenkundig, so hat der Auftraggeber bei ungenügender Veröffentlichung keine Ansprüche. Das Gleiche gilt bei Fehlern in wiederholten Werbeschaltungen, wenn der Auftraggeber nicht rechtzeitig vor Veröffentlichung der nächstfolgenden Werbeschaltung auf den Fehler hinweist.

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

§ 6 Haftung

1. Schadensersatzansprüche des Auftraggebers gegen den Verlag sind unabhängig vom Rechtsgrund, insbesondere aufgrund Verzug, der Verletzung vertraglicher Pflichten, der Verletzung gewerblicher Schutzrechte Dritter und unerlaubter Handlung ausgeschlossen, es sei denn, der Auftraggeber hat die Verletzungshandlung selbst vorsätzlich oder grob fahrlässig herbeigeführt oder eine Vertragspflicht leicht fahrlässig verletzt. Die für die Erreichung des Vertragszwecks wesentlich ist, oder die Schadensersatzansprüche resultieren aus einer Beschaffenheitsgarantie. Soweit der Verlag dem Grunde nach haftet, wird der Schadensersatzanspruch auf den vorhersehbaren Schaden begrenzt. Diese Haftungsgrenzung gilt nicht für Vorsatz oder wenn das den Schaden auslösende Ereignis durch den Verlag, seine Vertreter oder Erfüllungsgehilfen grob fahrlässig verursacht wurde. Alle Schadensersatzansprüche gegen den Verlag verjähren in 12 Monaten nach dem Zeitpunkt, in dem der Auftraggeber von den den Anspruch begründenden Umständen Kenntnis erlangt hat oder hätte erlangen müssen. Dies gilt nicht für Ansprüche aus unerlaubten Handlungen. Resulieren die Schadensersatzansprüche aus dem Produkthaftungsgesetz, findet vorstehende Haftungsgrenzung keine Anwendung. Gleiches gilt bei der Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit. Soweit die Haftung des Verlages ausgeschlossen ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung seiner Angestellten, Arbeitnehmer, Mitarbeiter, Vertreter und Erfüllungsgehilfen.
2. Der Verlag wird im Falle höherer Gewalt und bei vom Verlag unverschuldeten Arbeitskämpfmaßnahmen von der Verpflichtung zur Auftragserfüllung frei, Schadensersatzansprüche bestehen deswegen nicht.

§ 7 Rechteinräumung

1. Der Auftraggeber garantiert, dass er alle zur Schaltung, Veröffentlichung und Verbreitung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt. Er räumt dem Verlag die zur zweckgemäßen Nutzung des Werbemittels für den jeweiligen Werbeträger erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte ein, insbesondere die jeweils erforderlichen Rechte zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, 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 Speicherung von Auftraggeberdaten

Der Verlag speichert im Rahmen der Geschäftsbeziehungen die Auftraggeberdaten mithilfe der elektronischen Datenverarbeitung nach den gesetzlichen Bestimmungen des Bundesdatenschutzgesetzes. Der Verlag ist berechtigt, Bruttowerbemaßsätze und vergleichbar relevante Daten des Auftraggebers auf Produktebene zur Veröffentlichung an Unternehmen weiterzuleiten, die sich mit der Erhebung und Auswertung solcher Informationen beschäftigen. Diese Daten werden nicht aggregiert und in anonymisierter Form in den Markt kommuniziert.

§ 9 Erfüllungsort, Gerichtsstand

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



Helmut Schempp
Anzeigenleiter
Tel.: 0 81 91/1 25-4 49
Fax: 0 81 91/1 25-4 83
E-Mail: helmut.schempp@mi-verlag.de



Anke Träger
Mediaberaterin
Tel.: 0 81 91/1 25-4 96
Fax: 0 81 91/1 25-4 83
E-Mail: anke.traeger@mi-verlag.de



Ingo Busch
Chefredakteur
Tel.: 0 81 91/1 25-3 76
Fax: 0 81 91/1 25-4 83
E-Mail: ingo.busch@mi-verlag.de



Sabine Königl
Anzeigen- und Redaktionsassistentz
Tel.: 0 81 91/1 25-3 90
Fax: 0 81 91/1 25-4 83
E-Mail: sabine.koenigl@mi-verlag.de



Michaela Richter
Anzeigendisposition
Tel.: 0 81 91/1 25-3 24
Fax: 0 81 91/1 25-1 65
E-Mail: michaela.richter@mi-verlag.de