



2012

MEDIADATEN

Auflage
10 000 Exemplare

www.eurolaser.de

 **schlütersche**
Verlags-gesellschaft mbH & Co. KG

BMBF präsentiert das
Förderprogramm
'Photonik Forschung
Deutschland'

Dr. Peter Leibinger zu
'Photonik Forschung
Deutschland' und
aktuellen Trends
Große Chance für
Deutschland

Mit 18 selbst gebauten
Lasersystemen deckt
das Heft alle Bereiche ab

Laserschulung

1 Kurzcharakteristik

EuroLaser ist das europäische Forum für die Belange der industriellen Lasertechnik. Als internationales Fachmagazin mit hohem Anwendungs- und Praxisbezug berichtet EuroLaser aus Industrie, Hochschulen und Instituten. Die industrielle Lasermaterialbearbeitung in ihrer ganzen Breite und die lasergestützte Messtechnik bilden dabei thematische Schwerpunkte.

Im Mittelpunkt des Informationsangebotes stehen selbst recherchierte Beiträge und Reportagen sowie Marktanalysen, Interviews, Firmenportraits und Hintergrundberichte aus der Branche. Fachaufsätze kompetenter Autoren runden das Bild ab.

Angesprochener Leserkreis ist das Produktions- und Entwicklungsmanagement quer durch alle Branchen, besonders im Maschinen- und Automobilbau, in der Elektronik, der Medizintechnik und der feinmechanischen Industrie.

- 2 Erscheinungsweise** 4-mal jährlich
3 Jahrgang 19. Jahrgang 2012
4 Web-Adresse (URL) www.eurolaser.de
5 Mitgliedschaft -
6 Organ -
7 Herausgeber Schlütersche Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG,
 Hannover
- 8 Verlag** Schlütersche Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG
 Hausanschrift Gögginger Straße 105a, 86199 Augsburg
 Telefon +49(0)821 319880-0
 Telefax +49(0)821 319880-80
 E-Mail vg-augsburg@schluetersche.de
 Internet www.eurolaser.de
 www.industrieforum.net
- 9 Redaktion** Günter Kögel (ChR), koegel@schluetersche.de
 Martin Bauer, martin.bauer@schluetersche.de
 Doris Lange, doris.lange@schluetersche.de
- 10 Anzeigen** Gabriele Maier, maier@schluetersche.de
 Stephan Knauer, stephan.knauer@schluetersche.de
 Manfred Rosin, rosin@schluetersche.de

11 Vertrieb

Telefon +49(0)511 8550-2638
 Telefax +49(0)511 8550-2405
 E-Mail vertrieb@schluetersche.de

12 Bezugspreis (inkl. Versandkosten und MwSt.)

Jahresabonnement: Inland € 52,-
 Ausland € 70,-
 Einzelverkauf (zzgl. Versandgebühren) € 16,-

13 ISSN 1430-8274

14 Umfangs-Analyse 2010 = 4 Ausgaben

Format der Zeitschrift DIN A4
 Gesamtumfang 256 Seiten = 100 %
 Redaktioneller Teil 177,9 Seiten = 69,5 %
 Anzeigenteil 78,1 Seiten = 30,5 %

davon

Gelegenheitsanzeigen -
 Beihefter/Einhefter/Durchhefter -
 Anzeigen von Verlagen
 und Druckereien 20,5 Seiten = 8,0 %

Beilagen 1 Stück

Teilbeilagen 0 Stück

15 Inhalts-Analyse Redaktion 2010 = 177,9 Seiten

Laserstrahlquellen 13,4 Seiten = 7,6 %
 Lasersysteme 26,9 Seiten = 15,2 %
 Anwendungsapplikation 59,5 Seiten = 33,4 %
 Peripherie und Komponenten 17,1 Seiten = 9,6 %
 Markt und Management 9,5 Seiten = 5,3 %
 Nachrichten 13,3 Seiten = 7,5 %
 Report 13,6 Seiten = 7,6 %
 Neue Produkte 12,6 Seiten = 7,1 %
 Kommentar 4,0 Seiten = 2,2 %
 Inhalts-/Inserentenverzeichnis 8,0 Seiten = 4,5 %

177,9 Seiten = 100 %

16 Auflagenkontrolle



Mitglied der Informationsgemeinschaft zur
Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V.

17 Auflagen-Analyse

Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt

(1. Juli 2010 bis 30. Juni 2011)

Druckauflage	10 000		
Tatsächlich verbreitete Auflage			
(tvA)	9 859	davon Ausland	1 006
Verkaufte Auflage	267		
– Abonnierte Exemplare	265	davon Ausland	43
– Einzelverkauf			
– sonstiger Verkauf	2		
Freistücke	9 592		
Rest-, Archiv- und			
Belegexemplare	141		

18 Geographische Verbreitungs-Analyse

Wirtschaftsraum:	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland:	89,8	8 853
Ausland:	10,2	1 006
Tatsächlich verbreitete Auflage:	100	9 859

18.1 Verbreitung Inland nach Nielsen-Gebieten

	%	Exemplare
Nielsen-Gebiet 1: (Hamburg, Bremen, Schleswig-Holstein, Niedersachsen)	11,7	1 033
Nielsen-Gebiet 2: (Nordrhein-Westfalen)	23,7	2 100
Nielsen-Gebiet 3a: (Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland)	11,7	1 034
Nielsen-Gebiet 3b: (Baden-Württemberg)	22,5	1 995
Nielsen-Gebiet 4: (Bayern)	17,5	1 548
Nielsen-Gebiet 5: (Berlin und östliche Bundesländer)	12,9	1 143
tvA Inland	89,8	8 853

19 Branchen/Wirtschaftszweige/Fachrichtungen/Berufsgruppen

Nummer der Grundsystematik*	Empfängergruppen Bezeichnung lt. „Systematik der Wirtschaftszweige“ des Stat. Bundesamtes, Ausgabe 2003	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
		%	Exemplare
27	Metallerzeugung und -bearbeitung	15,9	1 570
28	Herstellung von Metallerzeugnissen / Stahl- und Leichtmetallbau	10,8	1 068
29	Maschinenbau	26,6	2 619
30	Herstellung von Büromaschinen, Datenverarbeitungsgeräten und -einrichtungen	5,7	557
31/32	Elektrotechnik / Elektronik	13,8	1 363
33	Medizin-, Mess-, Steuer- und Regelungstechnik / Optik	9,1	892
34/35	Herstellung von Kraftwagen und Kraftwagenteilen / Sonstiger Fahrzeugbau	5,2	513
51	Sonstige	2,7	271
	tvA Inland	89,8	8 853
	tvA Ausland	10,2	1 006
	Tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt	100	9 859

*Nur Grundsystematik nach nationalem NACE-Code

20 Größe der Wirtschaftseinheit

Zahl der Beschäftigten	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
1-49	19,8	1 951
50-99	20,1	1 981
100-199	18,8	1 858
200-499	16,5	1 630
500 und mehr	10,9	1 073
sonstige	3,7	360
Inland	89,8	8 853
Schweiz, Österreich und Benelux-Länder, sonstiges Ausland	10,2	1 006
Tatsächlich verbreitete Auflage:	100,0	9 859

20.1 Tätigkeitsmerkmal: Aufgabenbereiche nicht erhoben

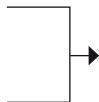
21.2 Tätigkeitsmerkmal: Position im Betrieb

Zahl der Beschäftigten	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Geschäftsleitung	25,4	2 508
Technische Leitung, Produktion	41,1	4 053
Arbeitsvorbereitung	4,1	404
Forschung, Entwicklung	19,4	1 913
Einkauf	4,8	477
sonstige	5,2	509
Tatsächlich verbreitete Auflage:	100,0	9 859

22 Bildung/Ausbildung

23 Alter

24 Gemeindegrößenklassen



nicht erhoben, da für den Nutzwert der Fachzeitschrift nicht relevant

Kurzfassung der Erhebungsmethode zur Empfänger-Struktur-Analyse

1. Untersuchungsmethode

– Verbreitungsanalyse 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. Inland- und Auslandsempfängern sortiert werden.

2.2. Gesamtzahl Empfänger in der Datei 63 359

2.3. Gesamtzahl wechselnde Empfänger 23 728

2.4. Struktur der Empfängerschaft einer

durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen

– Verkaufte Auflage..... 267

davon: abonnierte Exemplare..... 265

Einzelverkauf –

sonstiger Verkauf..... 2

– Freistücke 9 592

davon: ständige Freistücke..... 1 083

wechselnde Freistücke..... 7 866

Werbeexemplare..... 643

– Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA) 9 859

davon: Inland..... 8 853

Ausland..... 1 006

3. Beschreibung der Untersuchung

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil)

Grundgesamtheit (tvA)..... 9 859 = 100 %

davon in der Untersuchung nicht erfasst 645 = 6,54 %

– Einzelverkauf..... –

– sonstiger Verkauf..... 2

– Werbeexemplare..... 643

Die Untersuchung repräsentiert von der

Grundgesamtheit (tvA)..... 9 214 = 93,46 %

3.2 Tag der Dateiauswertung 20.07.2011

3.3 Beschreibung der Datenbasis

Die Auswertung basiert auf der Gesamtdatei. Die ermittelten Anteile für die Verbreitung in Deutschland und im Ausland wurden auf die tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt gemäß AMF-Ziffer 17 projiziert.

3.4 Zielperson der Untersuchung entfällt

3.5 Definition des Lesers..... entfällt

3.6 Zeitraum der Untersuchung 01.07.10 bis 30.06.11

3.7 Durchführung der Untersuchung Verlag

1 Auflage im Jahresdurchschnitt (lt. AMF-Schema 2, Ziffer 17)

Druckauflage..... 10 000 Exemplare
tatsächlich verbreitete Auflage: 9 859 Exemplare

2 Zeitschriftenformat 210 mm breit, 297 mm hoch, DIN A4
Satzspiegel..... 188 mm breit, 272 mm hoch
Spaltenzahl 4 Spalten = Spaltenbreite 44 mm
3 Spalten = Spaltenbreite 60 mm

3 Druck- und Bindeverfahren, Druckunterlagen

Offsetdruck; Klebebindung. Anlieferung von digitalen Druckunterlagen erforderlich (siehe Information „digitale Druckunterlagen“).
Bei nicht maßgerechten Vorlagen und bei der Herstellung von Farbanzeigen erfolgt Berechnung der Selbstkosten.

4 Termine

Erscheinungsweise 4 Ausgaben im Jahr
Erscheinungstermin..... siehe Termin- und Themenplan
Anzeigenschluss..... siehe Termin- und Themenplan

7 Anzeigenformate und Preise

Allen Preisen ist der aktuelle Mehrwertsteuersatz hinzuzurechnen.
Farbpreise beinhalten Normfarbe nach Euro-Skala.

Format	Breite x Höhe in mm	Grundpreis s/w in €
1/1 Seite	188 x 272	3 345,-
1/2 Seite	92 x 272 / 188 x 134	1 670,-
Juniorpage	140 x 180	2 010,-
1/3 Seite	60 x 272 / 188 x 88	1 115,-
1/4 Seite	92 x 134 / 188 x 65 / 44 x 272	835,-
1/8 Seite	92 x 65 / 188 x 31 / 44 x 134	460,-
Grundpreis je einspaltige Millimeterzeile (44 mm)		3,60

sonstige Formate auf Anfrage

5 Verlag..... Schlütersche Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG

Verlagsbüro Augsburg
HausanschriftGögginger Straße 105a, 86199 Augsburg
Anzeigenabteilung...Telefon +49(0)821 319880-0
Telefax+49(0)821 319880-80
E-Mail.....vg-augsburg@schluetersche.de

6 Zahlungsbedingungen

8 Tage nach Rechnungsdatum 2 % Skonto, sonst 30 Tage ohne Abzug.
Bankeinzugsverfahren ist möglich. USt.-Ident.-Nr. DE 115 697 748

Bankverbindungen

Bankverbindung für Anzeigenrechnungen:
Sparkasse Hannover (BLZ 250 501 80), Konto-Nr. 1 019 900
IBAN-Nr.: DE 41 2505 0180 0001 0199 00, BIC: SPKHDE2H

Bankverbindung für Vertriebsrechnungen:
Nord/LB, Hannover (BLZ 250 500 00), Konto-Nr. 101 418 200
IBAN-Nr.: DE 89 2505 0000 0101 4182 00, BIC: NOLADE2H

13 Einhefter

Sonderformate auf Anfrage. Bei Auftragserteilung ist die Vorlage eines Musters erforderlich. Anlieferung im unbeschnittenen Format: 216 mm Breite x 303 mm Höhe (Klebebindung), mehrseitige Einhefter gefalzt.

Papiergewichte	130 g	170 g	über 170 g
2-seitig	4 180,- €	4 600,- €	5 060,- €
4-seitig	6 270,- €	6 900,- €	7 590,- €
8-seitig	9 420,- €	10 350,- €	11 380,- €

weitere Papiergewichte auf Anfrage

Vorzugsplatzierungen	2. Umschlagseite, s/w	4 020,- €
	3. Umschlagseite, s/w	3 680,- €
	4. Umschlagseite, s/w	4 020,- €
	Titelseite, 4c	auf Anfrage

Satz- und Lithokosten

Anfallende technische Kosten wie Satz und Korrekturarbeiten werden zum Selbstkostenpreis berechnet und sind nicht rabattierbar.

8 Zuschläge (nicht rabattierbar)

8.1 Farbenzuschläge

je Skalenfarbe	1/1 Seite	360,- €	1/4 Seite	190,- €
	1/2 Seite	290,- €	1/8 Seite	160,- €
	1/3 Seite	260,- €		
Sonderfarben (z. B. HKS):			für alle Formate 600,- €	
Metallicfarben auf Anfrage				

8.2 Platzierungen

Anzeigen über Bund	10% Zuschlag v. s/w GP
Anzeigen im Anschnitt	10% Zuschlag v. s/w GP

9 Rubrikanzeigen

Rubriken, Verkäufe, Kaufgesuche, Stellenangebote, Verschiedenes	je Millimeter 3,60 € Chiffregebühr 10,00 €
---	---

10 Sonderwerbeformen – auf Anfrage

11 Rabatte (bei Abnahme innerhalb eines Insertionsjahres)

Malstaffel		Mengenstaffel	
3-mal	5 %	2 Seiten	10 %
6-mal	10 %	4 Seiten	15 %
12-mal	15 %	6 Seiten	20 %
		12 Seiten	25 %

12 Kombinationen

Größere Abschlüsse sowie Mehrjahresaufträge auf Anfrage.

Werben Sie zusätzlich in weiteren Publikationen unseres Hauses. Sie erreichen eine hohe Marktdurchdringung und können mit Rabattvorteilen rechnen.

Nutzen Sie diesen Synergieeffekt. Lassen Sie uns über Ihre Vorteile sprechen.

14 Beilagen (nicht rabattierbar)

Gesamtauflage..... Preis pro Tsd. Gesamtauflage..... Preis pro Tsd.
bis 25 g245,- €..... bis 40 g 325,- €
bis 30 g270,- €..... bis 45 g 355,- €
bis 35 g295,- €..... bis 50 g 390,- €

Schwerere Beilagen, Teilbeilagen u. evtl. Postgebühren auf Anfrage.
Höchstformat 205 x 290 mm.

15 Aufgeklebte Werbemittel

Postkarten in Verbindung mit Anzeige oder Einhefter

Beilagengebühr im Format DIN A6 bis 5 g Gewicht	835,- €
zuzügl. Klebekosten pro Tsd.	auf Anfrage
zuzügl. Vertriebszusatzkosten	auf Anfrage

Aufgeklebte **Warenmuster/CDs/Prospekte**

Preise und Klebekosten auf Anfrage, mit Vorlage eines verbindlichen Musters.

Die Anlieferungsmenge für Beilagen, Einhefter und Postkarten etc. beträgt 10 300 Exemplare. Eine evtl. Auflagenerhöhung zu besonderen Anlässen behält sich der Verlag vor.

16 Lieferanschrift für die Positionen 13 bis 15

Druckhaus Hamburg GmbH & Co. KG
Am Hilgeskamp 51–57, 28325 Bremen
Liefervermerk: Fachmagazin EuroLaser, Ausgabe ...
Lieferung frei Druckerei. Anlieferung spätestens 10 Tage vor Erscheinen.

Heftformat: A4 (210 x 297 mm)

**1/1-Seite**
S: 188 X 272
A: 216 X 303**2/3-Seite**
S: 188 X 180
A: 216 X 200**2/3-Seite**
S: 124 X 272
A: 138 X 303**Junior Page**
S: 140 X 180
A: 154 X 200**1/2-Seite**
S: 188 X 134
A: 216 X 154**1/2-Seite**
S: 92 X 272
A: 106 X 303**1/3-Seite**
S: 188 X 88
A: 216 X 108**1/3-Seite**
S: 60 X 272
A: 74 X 303**1/4-Seite**
S: 188 X 65
A: 216 X 85**1/4-Seite**
S: 92 X 134
A: 106 X 154**1/4-Seite**
S: 44 X 272
A: 58 X 303**1/8-Seite**
S: 188 X 31
A: 216 X 44**1/8-Seite**
S: 92 X 65
A: 106 X 78**1/8-Seite**
S: 44 X 134
A: 58 X 154S = Formate für Anzeigen
im Satzspiegel,
Breite X Höhe
in mmA = Formate für angeschnittene
Anzeigen, Breite X Höhe in
mm, **inkl.** Beschnittzugabe
allseits (3 mm je Beschnittkante) Anschnittkanten =
Anzeigenformat über
den Satzspiegel hinaus

Digitale Druckunterlagen

Um digitale Druckunterlagen einwandfrei weiterverarbeiten zu können,
müssen folgende Bedingungen erfüllt sein:

1. Zeitschriftenformat

210 mm breit x 297 mm hoch, DIN A 4
unbeschnitten: 216 mm breit x 303 mm hoch

Satzspiegel

188 mm breit x 272 mm hoch
4 Spalten = Spaltenbreite 44 mm
3 Spalten = Spaltenbreite 60 mm

2. Druck- und Bindeverfahren

Offsetdruck, Klebebindung

3. Datenübermittlung und Kontakt

E-Mail: anzeigendaten-ela@schluetersche.de
FTP-Verbindung gern auf Anfrage
Bei Rückfragen: Telefon 0511 8550-2625, Telefax 0511 8550-2401Bitte nennen Sie bei der Datenübermittlung *Zeitschrift_Ausgabe_Inserent* und senden
parallel die genauen Auftragsdaten sowie einen schrift- und standverbindlichen Aus-
druck der Anzeige.

4. Datenformate

Wir empfehlen die Anlieferung von PDF/X-3 Daten. Offene Daten (z.B. InDesign,
QuarkXpress, usw.) sind zu vermeiden. Mindestens muss die Datei druckfähig sein,
d.h. alle verwendeten Schriften sind einzubetten. Halbtöne benötigen eine
Auflösung von 300 dpi, Strichbilder mindestens 600 dpi.

5. Farben

Druckfarben (CMYK) nach ISO 12647-2 (PSO). Zur Konvertierung und Kontrolle des
Farbraums (ICC-Color Management) wird speziell auf die Standard-Offsetprofile der
ECI verwiesen (kostenloser Bezug des Pakets „ECI_Offset_2009“ bei www.eci.org).

6. Proof

Farbverbindliches Proof nach „Medienstandard Druck“ (bvdm). Digital erstellte
Prüfdrucke müssen zur Kontrolle der Farbverbindlichkeit den FOGRA Medienkeil
enthalten (kostenpflichtig zu beziehen bei www.fogra.org). Andrucke müssen einen
offiziellen Druckkontrollstreifen aufweisen. Papierklassen für Referenzproofs bitte
erfragen.

7. Datenarchivierung

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

8. Gewährleistung

Bei Anlieferung von unvollständigen oder abweichenden Daten (Texte, Farben, Abbil-
dungen) übernehmen wir keine Haftung für das Druckergebnis. Fehlbelichtungen auf-
grund von unvollständigen oder fehlerhaften Dateien, falschen Einstellungen oder
unvollständigen Angaben werden berechnet. Dies gilt auch für zusätzliche Satz- oder
Repararbeiten sowie für die Erstellung fehlerhafter Proofs.

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften

Die nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen sind Vertragsbestandteil des zwischen Schlüterische Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG (Verlag genannt) und einem Werbetreibenden oder sonstigen Inserenten (Auftraggeber genannt) geschlossenen Vertrages über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder Beilagen sowie anderer Werbemittel (Werbemittel) in einer Druckschrift zum Zwecke der Verbreitung. Aufträge gelten erst dann als angenommen, wenn sie schriftlich durch den Verlag bestätigt worden sind. Ist der Auftraggeber eine Agentur, so bezieht sich der jeweilige Auftrag auf einen Kunden der Agentur und darf nicht gleichzeitig Werbung anderer Agenturen enthalten.

1. Ist kein Erscheinungstermin vereinbart, sind vereinbarte Werbemittel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses über mehrere Anzeigen das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen bzw. anderer Werbemittel eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern diese innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.
2. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, 40 % des Insertionspreises als Stornogebühr dem Verlag zu erstatten. Dem Auftraggeber bleibt der Nachweis vorzubehalten, dass kein oder nur ein geringer Schaden entstanden sei. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
3. Anzeigen und Beilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen einer Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig vor dem Veröffentlichungszeitpunkt beim Verlag eingehen, dass man dem Auftraggeber gegebenenfalls noch vor dem Anzeigenschluss über eine nicht wunschgemäße Berücksichtigung benachrichtigen kann. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
4. Anzeigen, die auf Grund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
5. Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung der Anzeige erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber ist selbst für die Inhalte der bestellten Veröffentlichungen und für alle gemachten Angaben verantwortlich. Es ist ausschließliche Sache des Auftraggebers, wettbewerbsmarken-, urheber- oder namensrechtliche Fragen sowie Fragen bzgl. der Preisangabe bei Premium-Dienste-Rufnummern vor Erteilung des Auftrages von sich aus zu klären. Werden Mehrwert-Rufnummern in Werbeanzeigen veröffentlicht, verpflichtet sich der Auftraggeber die Pflichtangaben zu den Preisen gemäß TKG einzuhalten und zu veröffentlichten. Es dürfen keine Werbeanzeigen mit rechts- oder sittenwidrigen Inhalten angeboten werden, insbesondere keine Werbung veröffentlicht werden, die i. S. d. § 131 StGB zum Rassenhass aufstacheln, Gewalt verherrlichen oder verharmlosen, sexuell anstößig sind, i. S. d. § 184 StGB pornographisch sind, den Krieg verherrlichen oder verharmlosen, geeignet sind, Kinder oder Jugendliche sittlich schwer zu gefährden oder in ihrem Wohl zu beeinträchtigen oder auf Angebote mit solchem Inhalt hinzuweisen. Der Verlag übernimmt keine Gewähr für den Inhalt, insbesondere für den Wahrheitsgehalt der bestellten Werbung. Im Falle der Inanspruchnahme durch Dritte, die ihre Ansprüche im Zusammenhang mit den veröffentlichten Inhalten gegen den Verlag machen, haftet allein der Auftraggeber, der den Verlag und die Agentur von allen diesbezüglichen Ansprüchen Dritter freistellt.
6. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen des Vertrages – und Beilagenaufträge sowie Aufträge für Durchhefter und Einkleber wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einhelllichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Anzeigen, Beilagen-, Durchhefter- und Einkleberaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines entsprechenden Musters und dessen Billigung durch den Verlag bindend. Anzeigen, Beilagen, Durchhefter und Einkleber, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
7. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.
8. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige zum dem Verlag nächstmöglichen Zeitpunkt. Beides aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde und soweit der Abdruck einer Ersatzanzeige dem Verlag zumutbar ist. Lässt der Verlag eine ihm dafür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Wegen Verletzung vertraglicher und außervertraglicher Pflichten, insbesondere wegen Unmöglichkeit,

Verzug, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlungen haftet der Verlag – auch für seine leitenden Angestellten und sonstigen Erfüllungsgehilfen – nur in Fällen des Vorsatzes und der groben Fahrlässigkeit, und zwar der Höhe nach beschränkt auf den bei Vertragsschluss voraussehbaren vertragstypischen Schaden. Diese Haftungsbeschränkung gilt nicht bei schuldhaftem Verstoß gegen wesentliche Vertragspflichten, soweit dadurch die Erreichung des Vertragszwecks gefährdet wird, für Schäden an Leben, Körper oder Gesundheit wegen einer von dem Verlag zu vertretenden Pflichtverletzung. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

10. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Preisberechnung zugrunde gelegt.
 11. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung innerhalb von 14 Tagen nach Veröffentlichung der Anzeige bzw. eines anderen bestellten Werbemittels, übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preislise ersichtlichen vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preislise gewährt.
 12. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten 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 Anzeigenschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
 13. 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 beschaffen werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
 14. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie für den Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführung hat der Auftraggeber zu tragen.
 15. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preiserminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt dies mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preislise oder auf andere Weise genannte durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preiserminderung berechtigter Mangel, wenn sie

bei einer Auflage bis zu	50 000 Exemplaren	20 %
bei einer Auflage bis zu	100 000 Exemplaren	15 %
bei einer Auflage bis zu	500 000 Exemplaren	10 %
bei einer Auflage über	500 000 Exemplaren	5 %

betragt.
- Darüber hinaus sind bei den Abschlüssen Preiserminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag den Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.
16. Bei Chiffreanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Chiffreanzeigen werden nur auf dem normalen Postwege weitergeleitet. Die Eingänge auf Chiffreanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Dem Verlag kann einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote an Stelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A4 (Gewicht 500 g) überschreiten, sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann dennoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.
 17. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.
 18. Erfüllungsort und Gerichtsstand für alle Streitigkeiten aus dem geschlossenen Vertrag ist Hannover, wenn der Auftraggeber Kaufmann ist. Das gilt auch, wenn der Auftraggeber im Inland keinen allgemeinen Gerichtsstand hat oder sein Wohnsitz unbekannt oder im Ausland ist.
 19. Sollten eine oder mehrere der vorstehenden Bestimmungen unwirksam sein oder werden, so wird hierdurch die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen nicht berührt. Anstelle der unwirksamen Bestimmungen treten die gesetzlichen Vorschriften, soweit nicht die Parteien eine Einigung herbeiführen, die den durch die unwirksame Bestimmung beabsichtigten Zweck erreicht.

NEU Erstklassige Adressen für Ihr Direkt-/Dialogmarketing

Direktmarketing hat bei Werbungtreibenden nach wie vor einen hohen Stellenwert, wie Umfragen belegen. Was haben Fachzeitschriften und Direktmarketing gemeinsam? Für den Erfolg einer Fachzeitschrift ist eine gut gepflegte und topaktuelle Empfänger-Adressdatei entscheidend mitverantwortlich. Nur so erreicht die Zeitschrift die richtigen Personen im Unternehmen. Und genau das Gleiche gilt im besonderen Maße für Ihr erfolgreiches Direktmarketing. Sie benötigen Topadressen!

Preisliste Adressvermietung für 1x-Nutzung

Personalisierte Adressen	bis 500	bis 1 000	bis 5 000	über 5 000
Grundpreis	0,66	0,53	0,46	auf Anfrage
mit 1 Merkmal*	0,71	0,57	0,50	auf Anfrage
mit 2 Merkmalen	0,86	0,69	0,60	auf Anfrage
mit 3 Merkmalen	0,96	0,77	0,67	auf Anfrage
mit 4 Merkmalen	1,06	0,85	0,74	auf Anfrage

Ihr Vorteil:

- W Durch ständige Aktualisierung und Qualifizierung der Adressdatei erreicht Ihre Information den gewünschten Empfänger und reduziert mögliche Rückläufer auf ein Minimum.
- W Mit fast 100 % personalisierten Adressen bis in die 2. Führungsebene erreichen Sie die richtigen Ansprechpartner mit Namen und Position.
- W Sehr geringe Streuverluste durch zielgruppengenaue Ansprache über folgende Standard-Selektionsmerkmale*:
 - ...Wirtschaftszweig
 - ...Betriebsgröße
 - ...Position im Unternehmen
 - ...Funktion im Unternehmen
 - ...Geografische Zuordnung (Nielsen, Postleitzahlen, Bundesländer)
- W Haben Sie über diese Selektionsmerkmale hinaus noch spezielle Anforderungen an Ihre Adressen? Kein Problem! Sprechen Sie mit uns über weitere Möglichkeiten, die Adressen nach Ihren Wünschen zu selektieren.

Die Kosten richten sich nach Anzahl der Adressen, Anzahl der Selektionsmerkmale und Häufigkeit der Nutzung. Lassen Sie sich von uns ein unverbindliches Angebot erstellen.

Bei der Abwicklung von Direktmailings arbeiten wir mit Spezialisten zusammen und bieten Ihnen auf Wunsch umfassende Lettershop-Leistungen für die Durchführung Ihres Direktmarketings an.

Ihr Ansprechpartner:
Gabriele Maier
+49(0)821 319880-35
maier@schluetersche.de

NEU Laser-TechGuide

Der Laser-TechGuide präsentiert Ihr Unternehmen, Ihre Homepage oder z.B. Ihren Produktkatalog crossmedial Print + Online. Wählen Sie Ihren Eintrag entsprechend Ihrer individuellen Marketingstrategie und sprechen Sie die Führungskräfte der Industriezweige mit Laseranwendung an!

Leistungen:

IHR FIRMEN-, KATALOG-, ODER HOMEPAGEEINTRAG

Aufbau:

Adressdaten in 8 Zeilen (Firma, Anschrift, Telefon, Fax, Internet, E-Mail)

- + Screenshot der Website, Katalog oder Firmen-Logo
- + 90 Zeichen Unternehmensbeschreibung
- + Eine Rubrik Ihrer Wahl

= Preis pro Schaltung / Ausgabe € 150,-

+ Extra-Eintrag
online im Technikverzeichnis
www.laser-web-guide.de

Wir benötigen von Ihnen:

- Bild Ihres Katalog/Prospekt/Logo (pdf-Datei, 300 dpi) bzw. einen Screen-Shot Ihrer Homepage
- Kurze Beschreibung, die zur Abbildung veröffentlicht werden soll (Richtwert: 90 Zeichen)

Gut zu Wissen:

- Sammelrechnung mit der ersten Ausgabe gemäß Laufzeit-Vereinbarung
- Keine Agenturprovision
- 4-Farbdruck inklusive
- Laufzeit wahlweise 6 oder 12 Monate

Firmeneintrag

+ Logo

INDUSTRIELLE LASERANWENDUNG



ROFIN GRUPPE
Berzeliustraße 87
22113 Hamburg
Tel. 040-73363-0
Fax 040-73363-4100
info@rofin.com
www.rofin.com

Laser, die genau zu Ihnen passen

Homepageeintrag

+ Screenshot

CAD/CAM-SOFTWARE



**InGENIEURBÜRO
DUPUTELL**
Franz-Kissing-Straße 7
58706 Menden
Tel. 02373-17469-80, Fax -89
Ansprechpartner:
Dipl. Ing. Andreas Duputell
info@ib-d.de
www.ib-d.de

CAD/CAM
Software für die Lasermaterialbearbeitung

Katalogeintrag

+ Abbildung



GASE

PRAXAIR
DEUTSCHLAND GMBH
Hans-Böckler-Straße 1
40476 Düsseldorf
Tel. 0211-2600-0
Fax 0211-2600-123
contact_germany@praxair.com
www.praxair.de

Prozess- & Resonatorgase, Industrie- & Spezialgase,
Anwendungstechnische Beratung, Gaseequipment

Format je Eintrag: 92mm (B) x 55 mm (H)

Bei Rückfragen:

Gabriele Maier
+49(0)821319880-35
maier@schluetersche.de

www.industrieforum.net –

Das Web-Infoportal für Entscheider in der Industrie

Kurzcharakteristik

Industrieforum.net ist die zentrale Informationsplattform der Industrie. Aktuelle Nachrichten, Hintergrundberichte, Informationen über technische Innovationen, Produktneuheiten und Dienstleistungen sowie Artikel aus unseren aktuellen Print-Ausgaben und das umfangreiche Archiv der Jahressinhalte unserer Publikationen bilden den redaktionellen Rahmen.

Zielgruppe

Top-Entscheider wie technische Geschäftsführer, Unternehmens- und Abteilungsleiter, verantwortliche Ingenieure und QS-Leiter, Entwickler, Konstrukteure, Planungs-, Projekt- und Applikationsingenieure sowie Produkt- und Systemmanager, Planer, EDV-Leiter, Einkäufer...

Zugriffe (im Durchschnitt)

Visits..... 11 664 /Monat
Page Impressions 20133/Monat
(bereinigt, ohne Robots)

Werbeform	Format	Vollbelegung pro Monat	Startseite pro Monat	Unterseiten pro Monat
1. Full Banner	468 x 60	€ 800,-	€ 600,-	€ 300,-
2. Half Banner	234 x 60	€ 500,-	€ 400,-	€ 200,-
3. Sky Scraper	120 x 600	€ 600,-	-	-
4. Vertical Banner	380 x 180	€ 500,-	-	-
Sponsoring	-	Startseite pro Woche	-	-
5. Produkt der Woche	Bild + Text im Contentbereich	€ 350,-	-	-
6. Ankündigung (Termin, Event)	Logo + Text in der Sidebar	€ 250,-	-	-

Ihr Ansprechpartner:

Gabriele Maier

Telefon: +49(0)821 319880-35

Telefax: +49(0)821 319880-80

E-Mail: maier@schluetersche.de

Werbeformen kurz & bündig



Überlassen Sie Ihre Website nicht dem Zufall! Ein optimal platziertes Banner auf **Industrieforum.net** verleiht Ihrer Werbekampagne den nötigen Drive, um Internetnutzer auf Ihre Homepage zu ziehen. Das zuverlässige Image von **Industrieforum.net** bietet der Werbebranche im Internet ein seriöses und zuverlässiges Umfeld für Online-Kampagnen.

Sonderdrucke

Mit einem Sonderdruck Ihres redaktionellen Beitrages aus der Fachzeitschrift EuroLaser steht Ihnen ein vielfältig einsetzbares Instrument zur Unterstützung Ihrer Werbeaktivitäten zur Verfügung.

W ob als Auslage auf Ihrem Messestand

W als Argumentationshilfe im Kundengespräch für Ihren Vertrieb/Außendienst

W zur Kundeninformation im Direkt-Mailing

Produktberichte, Interviews oder z.B. Anwenderreportagen – das Team von EuroLaser realisiert Ihre Wünsche ab einer Auflage von 500 Exemplaren.

Bei der Gestaltung des Sonderdruckes gehen wir auf Ihre Wünsche ein und beraten Sie selbstverständlich, wenn Sie Fragen haben.

Rechenmodelle*	Auflage 500 Stück	Auflage 1000 Stück	Auflage 3000 Stück
2 Seiten, 4-farbig	558,00 €	592,00 €	696,00 €
4 Seiten, 4-farbig	798,00 €	888,00 €	1 230,00 €
6 Seiten, 4-farbig	898,00 €	1 020,00 €	1 646,00 €
Titelseite - optional	150,00 €	150,00 €	150,00 €

* Alle Preisangaben verstehen sich zzgl. Mehrwertsteuer. Weitere Satz- und Änderungskosten werden nach Aufwand berechnet

Weitere Preise für Sonderdrucke auf 100 / 135 / 150 / 170 g/m²-Papier gerne auf Anfrage.

Ihr Ansprechpartner:

Gabriele Maier

Telefon: +49(0)821 319880-35

Telefax: +49(0)821 319880-80

E-Mail: maier@schluetersche.de







Urheberrecht

Vermeiden Sie, kopierte Fachzeitschrifteninhalte der Öffentlichkeit zugänglich zu machen und schützen Sie sich selbst – mit einem autorisierten Sonderdruck! Die Rechte an Text und Bildern bleiben beim Verlag.

Für ein PDF Ihres Beitrags stellen wir eine Veröffentlichungs-Gebühr in Rechnung:

- W 60 € für die 150-dpi-Version (zur Online-Veröffentlichung)
- W 279 € für die 300-dpi-Version (druckfähig)

Themen		Monat	März	Mai	Oktober	Dezember
		Ausgabe	1	2	3	4
		Erscheinungstermin	08.03.2012	30.05.2012	10.10.2012	06.12.2012
		Anzeigenschluss	17.02.2012	10.05.2012	20.09.2012	20.11.2012
						
Anwendung	Laser in der Automobil- und Zulieferindustrie				b	
	Laser in der Blechbearbeitung		b		W	b
	Lasereinsatz im Werkzeug- und Formenbau				W	
	Laser in der Photovoltaik-Fertigung		b		b	b
	Lasereinsatz in der Elektronikindustrie		b		W	
	Laser in der Medizintechnik-Fertigung			W		b
	Laser in der Messtechnik		W		b	
	Lasereinsatz in Nano-/Mikrotechniken		b		W	
	Laserbearbeitung von Kunststoffen		b		W	
Laser in der Bildverarbeitung/Bilderfassung		b			b	
Job-Shops-Spezial	Laserdienstleistung im Fokus		W		W	b
Verfahren	Laserschneiden		b		W	b
	Laserschweißen/-löten		b		W	b
	Laserbohren/-abtragen		b		b	
	Laserbeschriften/-markieren/-gravieren		W		b	b
	Laser-Oberflächenbearbeitung				W	
	Laserpolieren				W	
	Generative Laser-Verfahren		b		W	

Messespezial zur LASYS

