

04|2011

18. Jahrgang | Einzelpreis 15,- € | www.konstruktion-entwicklung.de

Konstruktion & Entwicklung

Das Trendmagazin der Konstruktionsbranche



2012

MEDIADATEN

Auflage
25 000 Exemplare

www.konstruktion-entwicklung.de

 schlütersche
Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG

Das Medien-Konzept der K&E – Eine starke Verbindung

Nutzwert

ist mehr als Produktinformation

- Konstruktionszeitschriften müssen heute mehr leisten. Besonders wenn sie – wie **K&E** als Trendmagazin der Konstruktionsbranche – neben der Hauptzielgruppe mit Konstrukteuren und Entwicklern auch die Unternehmensführung mit viel Nutzwert versorgen wollen.
- Diesen Lesern reicht nicht die Aneinanderreihung von Produktinformationen. Deshalb liefert K&E seit 18 Jahren gewohnt aktuelle, fundierte **Technik-Hintergründe und -Trends** und berichtet verstärkt seit dem Relaunch in 2009 über die Erfolgsstrategien der Markt- und Technologieführer.
- **Denn Technik und Strategie gehören zusammen.** Das macht die K&E zum einen wertvoller für Konstrukteure, weil sie zur Technik sachdienliche Vergleiche, Meinungen und Einschätzungen bekommen – aber es macht die K&E eben auch noch interessanter für das leitende Unternehmensmanagement, das in reinen Technik- oder Management-Zeitschriften immer nur eine Facette von Herstellern, Zulieferern oder Anwendern erhält. Nur Konstruktion & Entwicklung recherchiert und berichtet so zielgerichtet über die erfolgreichste ‚Technische Strategie‘ der Markt- und Technologieführer im Maschinen- und Anlagenbau.
- **Diese Konstellation macht die K&E einzigartig** und sehr attraktiv als Werbeplattform.



Harald Klieber
Chefredakteur K&E
Schwerpunkt Konstruktion
klieber@schluetersche.de

„K&E ist die ideale Kommunikationsplattform für Konstrukteure, Entwickler und das leitende Management – und damit das ideale Magazin, um Ihre Investitionsgüter zu präsentieren.“

Erik Schäfer
Chefredakteur K&E
Schwerpunkt Entwicklung
schaefer@schluetersche.de

„Durchblättern lohnt sich: die K&E-Redaktion hat 2010 in 10 Ausgaben 51,6% eigene Geschichten für die Leser auf den Punkt gebracht. Exklusiver, selektiver und schneller finden Sie Informationen nicht.“

Gut 50% exklusive Informationen

- Haben Sie mitgezählt? Konstruktion & Entwicklung hat 2010 über **50% exklusive und selbst recherchierte** Technologie-, Strategie- und Trend-Geschichten veröffentlicht. Präzise gesagt:
- In 10 Ausgaben waren es durchschnittlich 51,6%, also 193 von 374 Geschichten. Und wer an der Exklusivität zweifelt, der kann die Bilder nachzählen: Zu 1.205 veröffentlichten Fotos hat die **K&E-Redaktion** 43,8% beigesteuert – also exakt 528 selbstgemachte Fotos.
- Und diese **Exklusivität** wird immer wichtiger. Im Zeitalter von Social Media und Internet finden sich bereits viele Informationen im Umlauf. Umso wichtiger ist es, die Informationen gut zu selektieren und für die Leserschaft auf den Punkt zu bringen. Video kostet erst mal viel Zeit – nicht nur in der Produktion, sondern auch den Betrachter.
- Eine knackige Headline, ein informativer Vorspann und ein konstruktives Bild liefern dagegen binnen Sekunden die Entscheidung, ob die Kernbotschaft wichtig, ja nutzwertig für das eigene Geschäft ist. Generell heißt das also: schnell erkennen, statt lange suchen.
- Das Ergebnis ist das Trendmagazin der Konstruktionsbranche, die Konstruktion & Entwicklung: mit besonders vielen exklusiven Informationen, Vergleichen, Einschätzungen und Meinungen zu neuesten Technologien, Trends und Strategien.

Märkte von morgen

die besten „Technischen Strategien“ für unsere Leser

Konstruktion & Entwicklung ist das Trendmagazin für die Konstruktionsbranche. Als monatlich erscheinendes Magazin recherchiert und berichtet K&E zielgerichtet und dezidiert über die erfolgreichsten „Technischen Strategien“ der Markt- und Technologieführer.

Konstruktion & Entwicklung vermittelt Wissen, Orientierung und Inspiration für Führungskräfte, Konstrukteure, Forscher und Entwickler, Macher und Manager.

Diese hervorragende Konstellation, samt anspruchsvoller und technik-begeisterter Leser-Zielgruppe, sollten Sie als Hersteller von Investitionsgütern als attraktive Werbepattform nutzen!



**Konstruktion & Entwicklung –
das Trendmagazin
der Konstruktionsbranche!**

86,6 % der K&E-Leser
arbeiten in einer
Führungsposition

**Die Leser
der K&E
im Überblick***

88 % der Leser legen großen
Wert darauf, berufliche Infor-
mationen über Fachzeitschriften
wie K&E abzurufen

77 % der Leser spiegeln
die deutsche mittelständische
Industrie wider

K&E hat durch-
schnittlich 7 Leser
pro Ausgabe

Die Unternehmen verfügen
über ein Umsatzvolumen von
durchschnittlich € 15,2 Millionen



Quelle: „Reichweitenanalyse Maschinenbau 2006“
durch TNS Emnid, Bielefeld, im Auftrag der VDMA Verlag GmbH, IVW Verlagsangabe



Schlütersche Verlagsgesellschaft mbH & Co.KG, Gögginger Straße 105a, 86199 Augsburg, Telefon 0821 319880-0, Telefax 0821 319880-80, vg-augsburg@schluetersche.de

1 Kurzcharakteristik

Das verstärkte Redaktionsteam der Konstruktion & Entwicklung informiert Konstrukteure und Entwicklungsingenieure kurz und bündig über Trends, Märkte, Macher und Produkte aus den Bereichen Maschinen- und Anlagenbau, Elektrotechnik sowie dem Fahrzeugbau. Das Trendmagazin für Konstrukteure und Entwickler steht für punktgenaue Informationen mit fundierten Hintergrundinformationen und Fakten. Interviews sowie großteils selbstrecherchierte Reportagen zeigen in Wort und Bild, wie kreative Lösungen aussehen und bieten so einen echten Mehrwert. Trendthemen sowie Neuigkeiten aus Forschung & Entwicklung sind ebenfalls fixer Bestandteil einer jeden Ausgabe. Die fachlich fundierten und mit journalistischer Sorgfalt aufbereiteten Themengebiete sind auf den Informationsbedarf aller am Entscheidungsprozess beteiligten Personengruppen zugeschnitten. Nachrichten aus den Bereichen Management bis Dienstleistungen komplettieren die Fachinformationen und bieten somit einen Einblick auf zukünftige Entwicklungen, die für die Leser/innen relevant sind. Dass Fachinformationen frisch präsentiert werden können, davon zeugen unsere Fotoreportagen oder die Kreative Zone. Hier stellt Konstruktion & Entwicklung Konstruktionen und Erfindungen vor, wie sie nicht im Lehrbuch stehen. So ist die Konstruktion & Entwicklung für viele Technik-Entscheider die unverzichtbare Informationsplattform, um den Einsatz von Technik zu planen, zu beschließen und für die Zukunft weiter zu entwickeln. Die Konstruktion & Entwicklung – erfrischend informativ!

- 2 **Erscheinungsweise** 10-mal jährlich
- 3 **Jahrgang** 19. Jahrgang 2012
- 4 **Web-Adresse (URL)** www.konstruktion-entwicklung.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.konstruktion-entwicklung.de
www.industrieforum.net

- 9 **Redaktion** Harald Klieber (ChR), klieber@schluetersche.de
Erik Schäfer (ChR), schaefer@schluetersche.de
- 10 **Anzeigen** Sebastian Lichtenberg, lichtenberg@schluetersche.de
Dennis Roß, ross@schluetersche.de
Petra Ruppert, ruppert@schluetersche.de
Michaela Gleichmann, gleichmann@schluetersche.de

11 Vertrieb

- Telefon 0511 8550-2638
- Telefax 0511 8550-2405
- E-Mail vertrieb@schluetersche.de

12 Bezugspreis (inkl. Versandkosten und MwSt.)

- | | | | |
|---------------------------------------|---------|---|------|
| Jahresabonnement: | Inland | € | 47,- |
| | Ausland | € | 65,- |
| Einzelverkauf (zzgl. Versandgebühren) | | € | 15,- |

13 ISSN 1435-893x

14 Umfangs-Analyse 2010 = 8 Ausgaben

- | | | |
|-----------------------------|------------|-----------|
| Format der Zeitschrift..... | DIN A4 | |
| Gesamtumfang..... | 908 Seiten | = 100,0 % |
| Redaktioneller Teil..... | 733 Seiten | = 80,7 % |
| Anzeigenteil..... | 175 Seiten | = 19,3 % |

davon

- | | | |
|---|-----------|----------|
| Gelegenheitsanzeigen..... | – | |
| Beihefter/Einhefter/Durchhefter..... | 4 Seiten | = 2,2 % |
| Anzeigen von Verlagen
und Druckereien..... | 22 Seiten | = 12,5 % |

- | | |
|---------------------------|---------|
| Beilagen | 4 Stück |
| Teilbeilagen | – Stück |



15 Inhalts-Analyse Redaktion 2010 = 733 Seiten

Antriebs- und Steuerungstechnik.....	170 Seiten = 23,2 %
Automatisierungstechnik.....	80 Seiten = 10,9 %
Mess-, und Regeltechnik.....	55 Seiten = 7,5 %
Sensortechnik.....	57 Seiten = 7,8 %
Maschinenrüstung und Maschinenelemente.....	86 Seiten = 11,7 %
Fluidtechniken.....	47 Seiten = 6,4 %
Werkstoff- und Kunststofftechnik.....	64 Seiten = 8,7 %
Elektroausrüstung, Gehäuse- und Schaltschrankbau.....	55 Seiten = 7,5 %
C-Technologien.....	38 Seiten = 5,2 %
Hybridtechnologien, hybride Energieeinsparung.....	29 Seiten = 4,0 %
Industrie + Märkte, Management.....	52 Seiten = 7,1 %
<hr/>	
	733 Seiten = 100 %

16 Auflagenkontrolle



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

17 Auflagen-Analyse

Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt

(1. Juli 2010 bis 30. Juni 2011)			
Druckauflage	25 000		
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	24 821	davon Ausland	878
Verkaufte Auflage	210		
– Abonnierte Exemplare.....	208	davon Ausland	10
– Einzelverkauf.....	–		
– sonstiger Verkauf.....	2		
Freistücke	24 611		
Rest-, Archiv- und Belegexemplare	179		

18 Geographische Verbreitungs-Analyse

Wirtschaftsraum:	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland:	96,5	23 943
Ausland:	3,5	878
Tatsächlich verbreitete Auflage:	100 %	24 821

18.1 Verbreitung Inland nach Nielsen-Gebieten

	%	Exemplare
Nielsen-Gebiet 1: (Hamburg, Bremen, Schleswig-Holstein, Niedersachsen)	11,6	2 788
Nielsen-Gebiet 2: (Nordrhein-Westfalen)	23,6	5 640
Nielsen-Gebiet 3a: (Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland)	12,6	3 013
Nielsen-Gebiet 3b: (Baden-Württemberg)	24,0	5 751
Nielsen-Gebiet 4: (Bayern)	17,6	4 220
Nielsen-Gebiet 5-7: (Berlin und östliche Bundesländer)	10,6	2 530
tvA Inland	100	23 943



19 Branchen/Wirtschaftszweige/Fachrichtungen/Berufsgruppen

Nummer der Grundsystematik*	Empfängergruppen Bezeichnung lt. „Systematik der Wirtschaftszweige“ des Stat. Bundesamtes, WZ-Code 2003	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
		%	Exemplare
23-24	Chemische Industrie, Mineralölverarbeitung	2,8	694
25	Herstellung v. Gummi- und Kunststoffwaren	2,6	647
26	Glasgewerbe, Keramik, Verarbeitung von Steinen und Erde	1,5	359
27	Metallerzeugung und -bearbeitung	3,0	742
28	Herstellung von Metallerzeugung	4,6	1 149
29	Maschinenbau	45,5	11 301
30	Herstellung von Büromaschinen, Datenverarbeitungsgeräten und -einrichtungen	1,6	407
31/32	Herst. v. Geräten d. Elektro.erz., -verteilung/Rundfunk- / Fernseh- und Nachrichtentechnik	19,4	4 813
33	Medizin- / Mess- / Steuer- und Regelungstechnik, Optik	4,8	1 197
34	Herstellung von Kraftwagen und -teilen	3,6	886
35	Sonstiger Fahrzeugbau	3,0	742
72-74	Sonstige Dienstleistungen, Ing. Büros, techn. Berater	3,0	742
99	Wirtschaftszweig undefiniert	1,1	264
	tvA Inland	96,5	23 943
	tvA Ausland	3,5	878
	Tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt	100,0	24 821

*Nr. Grundsystematik nach nationalen NACE-Code

20 Größe der Wirtschaftseinheit

Zahl der Beschäftigten	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
1–49	30,0	8 517
50–99	17,9	5 429
100–199	16,0	5 045
200–499	14,3	2 696
500–999	7,8	1 111
1000 und mehr	6,2	788
sonstige	4,3	357
Inland (tvA)	96,5	23 943
Schweiz, Österreich und Benelux-Länder, sonstiges Ausland	3,5	878
Tatsächlich verbreitete Auflage:	100,0	24 821

20.1 Tätigkeitsmerkmal: Aufgabenbereiche nicht erhoben

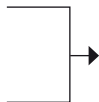
20.2 Tätigkeitsmerkmal: Position im Betrieb

Zahl der Beschäftigten	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inhaber, Geschäftsführer, Technische Leitung	20,1	4 989
Entwicklung, Planung, Konstruktion	66,5	16 506
Einkauf	5,6	1 390
Produktion	4,3	1 067
sonstige	3,5	869
Tatsächlich verbreitete Auflage:	100,0	24 821

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 (AMF-Schema 2)
- Empfänger-Strukturanalyse durch Dateiauswertung (AMF-Schema 3)
- 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 74 960
- 2.3. Gesamtzahl wechselnde Empfänger 59 500
- 2.4. Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen
- Verkaufte Auflage 210
 - davon: abonnierte Exemplare 208
 - Einzelverkauf –
 - sonstiger Verkauf 2
 - Freistücke 24 611
 - davon: ständige Freistücke 3 055
 - wechselnde Freistücke 21 025
 - Werbeexemplare 531
 - Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA) 24 821
 - davon: Inland 23 943
 - Ausland 878

3. Beschreibung der Untersuchung

- 3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil)
- Grundgesamtheit (tvA) 24 821 = 100,0 %
- davon in der Untersuchung nicht erfasst 533 = 2,15 %
- Einzelverkauf –
 - sonstiger Verkauf 2
 - Werbeexemplare 531

Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA) 24 288 = 97,85 %

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 01.07.2010 bis 30.06.2011

3.7 Durchführung der Untersuchung Verlag

Vorzugsplatzierungen	2. Umschlagseite, s/w	5 390,- €
	3. Umschlagseite, s/w	4 940,- €
	4. Umschlagseite, s/w	5 390,- €
	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	410,- €	1/4 Seite	190,- €
	1/2 Seite	310,- €	1/8 Seite	150,- €
	1/3 Seite	280,- €		
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 4,75 €
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 Rabatvorteilen 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	1 125,- €
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 25 000 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 Konstruktion & Entwicklung, 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 154

S = Formate für Anzeigen
im Satzspiegel,
Breite X Höhe
in mm

A = 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-kue@schluetersche.de
FTP-Verbindung gern auf Anfrage
Bei Rückfragen: Telefon 0511 8550-2625, Telefax 0511 8550-2401

Bitte nennen Sie bei der Datenübermittlung *Zeitschrift_Ausgabe_Inserent* und senden parallel die genauen Auftragsdaten sowie einen schrift- und standverbindlichen Ausdruck 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. Halbtonebilder 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, Abbildungen) übernehmen wir keine Haftung für das Druckergebnis. Fehlbelichtungen aufgrund von unvollständigen oder fehlerhaften Dateien, falschen Einstellungen oder unvollständigen Angaben werden berechnet. Dies gilt auch für zusätzliche Satz- oder Reproarbeiten sowie für die Erstellung fehlerhafter Proofs.

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften

Die nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen sind Vertragsbestandteil des zwischen Schlütersche Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG (Verlag genannt) und einem Werbebetreibenden 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 Agenturkunden 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 öffentlichen Anzeigenschluss 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 genannten 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 Werbeanzeige mit rechts- oder sittenwidrigen Inhalten angeboten werden, insbesondere keine Werbung veröffentlicht werden, die i. S. d. § 131 StGB zum Rassenhass aufstacheln, Gewalt verheerlichen oder verhamlosten, sexualmäßig anstößig sind, i. S. d. § 184 StGB pornographisch sind, den Krieg verheerlichen oder verhamlosten, geeignet sind, Kinder oder Jugendliche sittlich schwer 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 einheitlichen, 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 Druckerunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckerunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckerunterlagen 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 Preisliste 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 Preisliste 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 offestehender 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 Druckerunterlagen 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 Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt dies mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste 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 Preisminderung 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 % beträgt.

Darüber hinaus sind bei den Abschlüssen Preisminderungsansprüche 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 gehen 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. Druckerunterlagen 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!

Ihr Vorteil:

- Durch ständige Aktualisierung und Qualifizierung der Adressdatei erreicht Ihre Information den gewünschten Empfänger und reduziert mögliche Rückläufer auf ein Minimum.
- Mit fast 100 % personalisierten Adressen bis in die 2. Führungsebene erreichen Sie die richtigen Ansprechpartner mit Namen und Position.
- Sehr geringe Streuverluste durch zielgruppengenaue Ansprache über folgende Standard-Selektionsmerkmale*:
 - ...Wirtschaftszweig
 - ...Betriebsgröße
 - ...Position im Unternehmen
 - ...Funktion im Unternehmen
 - ...Geografische Zuordnung (Nielsen, Postleitzahlen, Bundesländer)
- 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:

Sebastian Lichtenberg
+49(0)821 319880-39
lichtenberg@schluetersche.de

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

K&E Sonderausgaben 2012

Das Trendmagazin der Konstruktionsbranche veröffentlicht zwei exklusive Sonderausgaben mit besonderem Themenspektrum:



Sonderheft Grüne Technologien

Die beste Technik für nachhaltige und energieeffiziente Lösungen.

Hier informiert sich die Branche über aktuelle Trends sowie Verbesserungspotenziale in Konstruktion und Maschinen- und Anlagenbau.

Konkrete Inhalte sind:

- stromsparende Elektrotechnik
- leistungsfähige Industrieelektronik
- robuste Maschinenelemente
- stillstandsfreie Automatisierungstechnik
- absolut fehlerfreie Sensorik
- energie-effiziente Antriebe u. Systeme
- leichte & stabile Werkstoffe
- verschleißfreie Oberflächen
- starke Verbindungstechnik
- inspirierende C-Technik
- zuverlässige Fluidtechnik
- sichere Steuerungstechnik
- ressourcenschonende Materialien
- kommende Energierichtlinien u. Normen

K&E fokussiert die wichtigsten Trends:
Praxisorientierte Fachbeiträge rund um nachhaltige und energieeffiziente Technologien.

Sonderheft Das Beste für 2013

Die besten Zukunftstechnologien für 2013. K&E skizziert einmal pro Jahr die wichtigsten Zukunftstrends für das nächste Jahr in der Konstruktionsbranche.

Die besten Technologien, Strategien und Trends der Markt- und Technologieführer und die wichtigsten News und Produkte aus allen Rubriken von der SPS/IPC/Drives = Zusammengefasst in der ultimativen Jahres-Schluss-Ausgabe der **Konstruktion & Entwicklung**.

Konkrete Inhalte sind:

- Antriebstechnik
- Automatisierung
- Sensorik, Mess- u. Prüftechnik
- Steuerungs- u. Regelungstechnik
- Fluidtechnik
- C-Techniken
- Maschinenelemente
- Elektrotechnik u. Industrieelektronik
- Verbindungstechnik und Werkstoffe

K&E fokussiert die wichtigsten Trends:
Praxisorientierte Fachbeiträge rund um die wichtigsten Zukunftstechnologien der Konstruktion.



Ausgabe 12/2012

Verbreitete Auflage:
25.000 Exemplare

Anzeigenschluss:
26.11.2012

Redaktionsschluss:
13.11.2012
Erscheinungstermin:
10.12.2012

Preise:
Es gelten die K&E Anzeigenpreise

Ausgabe 6/2012

Verbreitete Auflage:
25.000 Exemplare

Anzeigenschluss:
28.05.2012

Redaktionsschluss:
17.05.2012

Erscheinungstermin:
08.06.2012

Preise:
Es gelten die K&E Anzeigenpreise

Weitere Informationen zu den Sonderausgaben erhalten Sie ebenfalls über unser Industrieportal www.konstruktion-entwicklung.de im Bereich Media-Daten

K&E – Sonderwerbformen – aufmerksamkeitsstark & effektiv

Belegen Sie ein für Sie wichtiges Strategie-Thema mit dem Fachwissen und der Kompetenz Ihres Unternehmens. Eröffnen Sie exklusiv mit Ihrem Motiv technologische Schwerpunktthemen als „Heft-im-Heft“.



Branchen-Schwerpunkt

K&E-FORUM

Ausgabe 1-2:
Mechatronik

Ausgabe 3:
Medizintechnik

Ausgabe 4:
Digitale Fabrik

Ausgabe 5:
Robotik

Ausgabe 6:
Wind/Wasser/Wärme

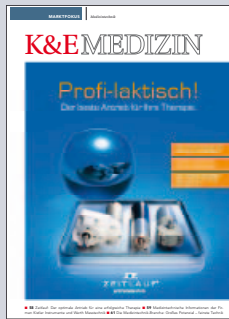
Ausgabe 7-8:
Verpackungstechnik

Ausgabe 9:
Montage- und Handhabungstechnik

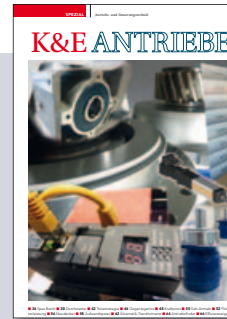
Ausgabe 10:
Vision-Systeme

Ausgabe 11:
Automatisierung

Ausgabe 12:
Forschung & Entwicklung



Preis
Innen-Titel € 3 750,-



Technologie-Schwerpunkt

K&E-SPEZIAL

Ausgabe 1-2:
Maschinen-Elemente

Ausgabe 3:
Sensorik | Mess – und Prüftechnik

Ausgabe 4:
Antriebstechnik | Steuerungstechnik

Ausgabe 5:
Automatisierungstechnik

Ausgabe 6:
Grüne Technologien

Ausgabe 7-8:
Antriebstechnik | Steuerungstechnik

Ausgabe 9:
Automatisierungstechnik

Ausgabe 10:
Sensorik | Mess– und Prüftechnik

Ausgabe 11:
Antriebstechnik | Steuerungstechnik

Ausgabe 12:
Zukunftstechnologien



Preis
Innen-Titel € 3 750,-

Präsentieren Sie das Know-how Ihres Unternehmens auf der Innen-Titelseite.

NEU Konstruktions-TechGuide

Der Konstruktions-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 Konstruktionsbranche 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 € 275,-

+ Extra-Eintrag
online im Technikverzeichnis auf
www.konstruktions-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
- Keine Agenturprovision
- 4-Farbdruck
- Laufzeit wahlweise 6 bzw. 12 Monate bis auf Widerruf

Firmeneintrag

+ Logo

KONSTRUKTION



MICRO-EPSILON MESS-TECHNIK GMBH & CO. KG
Königbacher Str.15
94496 Ortenburg
Tel. 08542-168-0
Fax 08542-168-90
info@micro-epsilon.de
www.micro-epsilon.de

Sensoren / Systeme zum Messen von Weg, Abstand, Position, Dimension, Temperatur

Homepageintrag

+ Screenshot

KONSTRUKTION



MAXON MOTOR GMBH
Truderinger Strasse 210
81825 München
Tel. 089-420493-0
Fax 089-420493-40
info@maxonmotor.de
www.maxonmotor.de

maxon motor ist der weltweit führende Anbieter von hochpräzisen Antriebssystemen

Katalogeintrag

+ Abbildung

KONSTRUKTION



Konstruktion & Entwicklung
Gögginger Straße 105a
D-86199 Augsburg
+49(0)821 319880-0 Fax -80
vg-augsburg@schluetersche.de
www.konstruktion-entwicklung.de

Das Fachmagazin für Konstrukteure und Entwickler.
Erfrischend informativ!

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

Bei Rückfragen:

Sebastian Lichtenberg
+49(0)821 319880-39
lichtenberg@schluetersche.de

Petra Ruppert
+49(0)9561 2333701
ruppert@schluetersche.de

Michaela Gleichmann
+49(0)9561 2333702
gleichmann@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.....11664/Monat

Page Impressions20133/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:

Sebastian Lichtenberg

Telefon: +49(0)821 319880-39

Telefax: +49(0)821 319880-80

E-Mail: lichtenberg@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

aus Fachzeitschriften nehmen einen immer höheren Stellenwert in der Fachkommunikation ein. Nutzen Sie qualitativ hochwertige Sonderdrucke aus unseren Fachzeitschriften als seriöses Instrument für Ihre Marketingaktivitäten auf Messen, Kongressen oder für Mailings etc.

Das Team der Konstruktion & Entwicklung realisiert, nach Ihren Wünsche aus allen Artikeln, Interviews und Reportagen Sonderdrucke von der Kleinstauflage (ab 500 Exemplare) bis zur Großauflage (über 10 000 Exemplare).

Vom gewünschten Artikel erstellen wir einen Sonderdruck samt Originaltitelcover mit dem Hinweis „SONDERDRUCK“ auf dem Titel. Auf Ihre individuellen Gestaltungswünsche gehen wir selbstverständlich gerne ein.

Rechenmodelle*

Sonderdruck 4-farbig, Umfang 2 Seiten, Auflage 500 Exemplare € 1,65 / Ex. = € 825,-

Sonderdruck 4-farbig, Umfang 4 Seiten, Auflage 1000 Exemplare € 1,33 / Ex. = € 1335,-

Sonderdruck 4-farbig, Umfang 6 Seiten, Auflage 3000 Exemplare € 0,76 / Ex. = € 2295,-

* 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.

- für Ihre Eigenwerbung (Messen, Kongresse etc...)
- für Ihren Außendienst
- zur Integration in Ihrer Webseite
- Gestaltung nach Ihren Wünschen
- auch Einbau von eigenen Titelseiten und Eigenanzeigen möglich

Ihr Ansprechpartner: Sebastian Lichtenberg

Telefon: +49(0)821 319880-39

Telefax: +49(0)821 319880-80

E-Mail: lichtenberg@schluetersche.de



Urheberrecht









Vermeiden Sie, kopierte Fachzeitschrifteninhalte der Öffentlichkeit zugänglich zu machen und schützen Sie sich selbst – mit einem autorisierten Sonderdruck!

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

- 60 € für die 150-dpi-Version (zur Online-Veröffentlichung)
- 279 € für die 300-dpi-Version (für Sonderdrucke, etc.)

Die Rechte an Text und Bildern bleiben beim Verlag.

Schlütersche Verlagsgesellschaft mbH & Co.KG, Gögginger Straße 105a, 86199 Augsburg, Telefon 0821 319880-0, Telefax 0821 319880-80, vg-augsburg@schluetersche.de

Monat	Feb.	März	April	Mai	Juni	Aug.	Sept.	Okt.	Nov.	Dez.	
Ausgabe	1/2	3	4	5	6	7/8	9	10	11	12	
Erscheinungstermin	13.02.	09.03.	12.04.	09.05.	08.06.	08.08.	24.09.	15.10.	09.11.	10.12.	
Anzeigenschluss	26.01.	27.02.	23.03.	20.04.	28.05.	20.07.	10.09.	28.09.	29.10.	26.11.	
											
Themen	Spezial	Maschinen- elemente	Sensorik, Mess-Prüft.	Antriebs-, Steuerungst.	Auto- matisie- rungstech.	Grüne Techno- logien	Antriebs-, Steuerungst.	Auto- matisie- rungstech.	Sensorik, Mess-Prüft.	Antriebs-, Steuerungst.	Das Beste für 2013
Antriebstechnik											
Servoantriebe		•	■	◆	Elektronik ◆ Verbindungstechnik ◆ Fluid	■	◆		■		
Schrittmotoren, Direktantriebe, Torquemotoren	•		■	◆		■	◆	•	■		
Positionier-/ Verstellantriebe	•	•	■	◆		■	◆		■	■	
Gleichstrom-/ Drehstromleistungsantriebe			■	◆		■	◆		■	■	
Linearantriebe / Lineartechnik		•	■	◆		■	◆		■	■	
Getriebe / Getriebemotoren			■	◆		■	◆		■	■	
Wälz-/Gleitlager	•	•	■	◆		■	◆	•	■	■	
Verzahnungselemente	•		■	◆		■	◆	•	■	■	
Spindelinheiten		•	■	◆		■	◆		■	■	
Schmierstoffe			■	◆		■	◆		■	■	
Umrichter			■	◆		■	◆		■	■	
Kupplungen, Bremsen		•	■	◆		■	◆		■	■	
Drehgeber, Winkelcodierer	•	•	■	◆		■	◆	•	■	■	
Automatisierungstechnik											
Fabrik- und Prozessautomation		◆		■	•	■		•			
Robotik		◆	•	■		■	•		•		
Montage- und Handhabungstechnik	•	◆		■		■			•		
Transfereinheiten, Zuführgeräte, Konstruktionsprofile		◆	•	■		■	•		•		
C-Techniken											
Software, Hardware, Peripherie	•	◆	•		◆	•	•		•		
CAD/CAM, ECAD	•	◆		•	◆	•			•		
ERP, PLM, MES, Condition Monitoring		◆	•	•	◆	•	•		•		
Simulation		◆	•		◆	•			•		

Das Beste für 2013