

# 2012

## fertigung

DAS FACHMAGAZIN FÜR DIE METALLBEARBEITUNG

4-2011

April 2011  
 8 3623  
 Einzelpreis € 15,-  
 www.fertigung.de

### Branchenreport

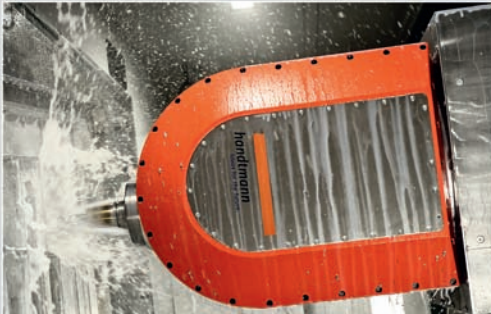
Komponenten: Taiwan –  
 Paradies für Einkäufer 6

### Schleifscheiben

Umfrage: Trend geht zu  
 CBN und Carbon 14

### Maschinen-Check

Schleifmaschine UPZ 525  
 NC II von Okamoto 62



# MEDIA

## Informationen

### Print + Online

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



**mi** 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:** fertigung

**2 Kurzcharakteristik:**

Im Mittelpunkt der Berichterstattung steht die Frage: Mit welchen Maschinen, Werkzeugen und Verfahren kann der metallbearbeitende Betrieb in der heutigen Zeit seine Produktivität erhöhen, um wettbewerbsfähig zu bleiben? Ausschlaggebend dafür ist die ganzheitliche Betrachtung des Fertigungsprozesses – von der Maschinenteknologie hin zu Ablauforganisation und Betriebstechnik. Praxisbezogene Reportagen mit Nutzwertkästen, Produktberichte, Hintergrundartikel sowie Maschinenvergleiche nehmen aktuelle Trends und Entwicklungen auf und bewerten sie in Richtung Praxistauglichkeit. **fertigung** ist deshalb eine unverzichtbare Entscheidungshilfe, wenn es um Produktionsmittelinvestitionen für die Metallbearbeitung geht.

**3 Zielgruppe:** Metallbearbeitende Industrie; vom Produktionsleiter bis zum „Mann an der Maschine“.

**4 Erscheinungsweise:** 9x jährlich, inkl. 3 Sonderausgaben (siehe Themenplan)

**5 Heftformat:** DIN A4

**6 Jahrgang:** 40. Jahrgang 2012

**7 Bezugspreis:** (inkl. Versandkosten und MwSt.)

Jahresabonnement Inland € 123,90

Ausland € 142,00

Einzelverkaufspreis (zzgl. Versandkosten) € 15,00

**8 Organ:** –

**9 Mitgliedschaften:** –

**10 Verlag:** verlag moderne industrie GmbH  
 Postanschrift: 86895 Landsberg  
 Hausanschrift: Justus-von-Liebig-Str. 1, 86899 Landsberg  
 Telefon: 0 81 91 / 125-0  
 Telefax: 0 81 91 / 125-483  
 Internet: www.fertigung.de

**11 Herausgeber:** verlag moderne industrie GmbH

**12 Anzeigen:** Helmut Schempp  
 Telefon: 0 81 91 / 125-449  
 E-Mail: helmut.schempp@mi-verlag.de

Thomas Seidel  
 Telefon: 0 81 91 / 125-412  
 E-Mail: thomas.seidel@mi-verlag.de

**13 Redaktion:** Richard Pergler  
 Telefon: 0 81 91 / 125-343  
 E-Mail: richard.pergler@mi-verlag.de  
 Jürgen Gutmayr  
 Telefon: 0 81 91 / 125-545  
 E-Mail: juergen.gutmayr@mi-verlag.de

**14 Umfangsanalyse:** 2010 = 10 Ausgaben, inkl. 3 Sonderausgaben

Gesamtumfang:	754 Seiten =	100,0 %
Redaktioneller Teil:	559 Seiten =	74,1 %
Anzeigenteil:	195 Seiten =	25,9 %
Beilagen/Einhefter:	13 Stück	

**15 Inhalts-Analyse Redaktion:** 2010 = 559 Seiten

Maschinenteknik und Verfahren	168 Seiten =	30,1 %
Wasserstrahlschneiden, Lasertechnik	9 Seiten =	1,6 %
Präzisionswerkzeuge und Zubehör	146 Seiten =	26,1 %
Steuerungs-, Antriebs- und Messtechnik	50 Seiten =	9,0 %
Fertigungsorganisation, CAD/CAM	26 Seiten =	4,6 %
Betriebstechnik (Handling, Kühlschmierstoffe)	28 Seiten =	5,0 %
Produktberichte	82 Seiten =	14,7 %
Kommentare, Hintergrundberichte, Marktübersichten	14 Seiten =	2,5 %
Rubriken (Editorial, Journal etc.)	36 Seiten =	6,4 %



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

## 1 Anzeigenformate (s. Info-Blatt Seite 5) und 4c-Preise (voll rabattfähig):

Format	Breite x Höhe in mm	Preis in €
1/1 Seite	178 x 257	5.760,-
2/3 Seite	116 x 257 / 178 x 169	4.010,-
1/2 Seite	86 x 257 / 178 x 126	3.400,-
1/3 Seite	56 x 257 / 178 x 83	2.440,-
1/4 Seite	86 x 126 / 178 x 62 / 41 x 257	1.710,-
1/8 Seite	41 x 126 / 86 x 62 / 178 x 29	1.200,-

### 1.1 Sonstige Formate:

Berechnung nach mm-Preis (Spaltenbreite 41 mm)

ab 300 mm € 5,52

bis 300 mm € 6,90

## 2 Zuschläge

**Vorzugsplätze:** 2. Umschlagseite € 6.340,-  
4. Umschlagseite € 6.340,-

### 2.1 Schwarz/weiß-Anzeigen: auf Anfrage

#### 2.2 Einzelfarbzuschläge:

je Skalenfarbe für 1/1 Seite € 410,-

je Skalenfarbe für kleinere Formate € 360,-

### 2.3 Zuschläge für Platzierungen:

Platzierungsvorschriften ab 1/2 Seite 10 %

## 3 Rabatte (bei Abnahme innerhalb eines Jahres)

### Malstaffel

ab 3 Anzeigen 3 %

ab 6 Anzeigen 5 %

ab 12 Anzeigen 10 %

### Mengenstaffel

ab 3 Seiten 10 %

ab 6 Seiten 15 %

ab 12 Seiten 20 %

## 4 Rubrikanzeigen:

Stellenangebot: 20 % Rabatt auf den regulären Preis (siehe Punkt 7+8)

Stellengesuche: 50 % Rabatt auf den regulären Preis (siehe Punkt 7+8)

## 5 Sonderwerbformen (s. auch Seite 6): Sonderdrucke und PDF's auf Anfrage

### Einhefter:

Umfang	Papiergewicht	bis 170 g/m <sup>2</sup>	über 170 g/m <sup>2</sup>
2 Seiten		5.320,-	5.580,-
4 Seiten		8.600,-	9.420,-

weitere Formate auf Anfrage.

**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 € 4.200,-

je weitere 25 g Gewicht € 2.100,-

(Preise einschl. Portoanteil)

max. Papierformat 20 x 29 cm

**Anlieferung:** Muster bei Auftragserteilung.

Auflage bis 10 Tage vor Erscheinen.

### Aufgeklebte Postkarten:

In Verbindung mit Anzeige oder Einhefter € 1.050,-

Zuzüglich Klebekosten

– für maschinelle Verarbeitung € 770,-

– für manuelle Verarbeitung € 1.700,-

## 6 Kontakt:

### Anzeigenleitung

Helmut Schempp

Telefon +49 (0) 8191/125-449

helmut.schempp@mi-verlag.de

### Anzeigendisposition

Regine Russek

Telefon +49 (0) 8191/125-338

regine.russek@mi-verlag.de

## 7 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

## 8 Lieferanschrift, Beilagen und Einhefter:

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

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

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

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

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

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

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

\*angeschnitten

\*angeschnitten

— Anschnittformate inkl. 3 mm Beschnittzugaben



**1 Zeitschriftenformat:** DIN A4, 210 mm breit, 297 mm hoch

**Satzspiegel:** 178 mm breit, 257 mm hoch  
4 Spalten je 41 mm breit

---

**2 Druck- und Bindeverfahren**

**Druckverfahren:** Rollen-Offset

**Bindeverfahren:** Klebebindung

**3 Datenübermittlung:** regine.russek@mi-verlag.de

**4 Datenformate:** Anlieferung von Daten im PDF-Format, Version 1.3 (PDF/X-1a), mit Acrobat Distiller ab Version 4.0 erzeugt und mit rastermoduliertem Proof. Bilddaten hochauflösend mindestens 300 dpi, Auflösung für 60er Raster, Farbmodell immer CMYK (nie RGB oder LAB-Elemente). Bitmap (Strichscans) sollten eine Auflösung von mindestens 800 dpi haben. Das Format angelegt in Originalmaßen plus Beschnittzugaben und Beschnittmarken.

**5 Farben:** Bei digital übermittelten Druckvorlagen für Farbanzeigen ist gleichzeitig ein Farb-Proof mit Fogra Medienkeil Version 2.0 oder 3.0 und einem Proof- bzw. Messprotokoll (= Zertifikat) vom Kunden mitzuliefern. Ansonsten bestehen keine Ersatzansprüche des Kunden wegen etwaiger Farbabweichungen.

**6 Proof:** Nach FOGRA-Standard. Mit FOGRA Medienkeil 2.0 oder 3.0 nach Standard, **PSO\_LWC\_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](http://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** Regine Russek, Anzeigendisposition  
Tel. 08191-125-338  
Mail: [regine.russek@mi-verlag.de](mailto:regine.russek@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

### 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](http://www.sv-veranstaltungen.de).

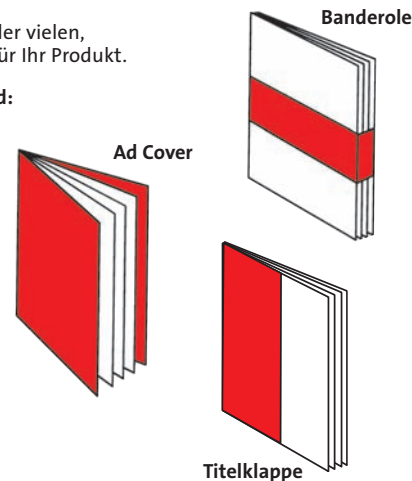
**Weitere Informationen zu allen Sonderwerbformen erhalten Sie von Ihrem Verkaufsteam!**

### 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 aufgebrachte Klappe (bei Klebebindung).

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

## online + print: Bei Ihrer Zielgruppe präsent!

- Rubrikwahl nach Rücksprache
- Ergänzungsmöglichkeit des Eintrages durch Ihr persönliches Logo (auch in Farbe möglich)
- Standardeintrag kostenfrei auf [www.fertigung.de](http://www.fertigung.de)
- Monatliche Neuaufnahme möglich

<b>Preise*:</b>	
mm-Preis	€ 2,46 pro Ausgabe und Rubrik
Farblogo	€ 25,- pro Ausgabe
Link im Online-Guide	€ 60,- pro Link (€ 10,- pro Monat)
	Alle Preise verstehen sich zzgl. MwSt.

\*Ihr Eintrag ist weder rabatt-, noch provisionsfähig.

**Erscheinungsweise:** 9 Ausgaben pro Jahr

**Kündigungsfristen:** Ihr Eintrag kann bis 15.05. bzw. 15.11. zum Halbjahresende gekündigt werden. Andernfalls verlängert sich der Eintrag um weitere 6 Monate.

**Bei Rückfragen:** Thomas Seidel  
Telefon: 0 81 91/1 25-4 12  
Telefax: 0 81 91/1 25-4 83  
E-Mail: [thomas.seidel@mi-verlag.de](mailto:thomas.seidel@mi-verlag.de)

## Eintragungs-/Berechnungsbeispiele:

### Adresseintrag

**Alesa AG**  
Schulstraße 11  
CH-5707 Seengen  
Tel. (0041 62) 7 67 62 62  
Fax (0041 62) 7 67 62 82  
[www.alesa.ch](http://www.alesa.ch)  
[info@alesa.ch](mailto:info@alesa.ch)

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

### Adresseintrag mit Ihrem Firmenlogo



**QUADRAMO KG**  
Präzisionswerkzeuge  
Am Brunnenhof 14  
58332 Schwelm  
Tel. (0 23 36) 92 89-5  
Fax (0 23 36) 92 89-66

mm-Preis:	€ 2,46
Adresse + Logo:	26 mm Höhe
Gesamt:	€ 63,96
	(pro Rubrik und Ausgabe)

Adresseintrag mit  
Ihrem Firmenlogo und  
Ihrem Zusatztext

**Prinzbach**

Logos  
auch in Farbe  
möglich!

**Prinzbach HM-Sonderwerkzeuge  
GmbH & Co. KG**  
Archimedestraße 2  
77933 Lahr  
Tel. (0 78 21) 9 54 89-0  
Fax (0 78 21) 9 54 89-29  
[www.prinzbach.de](http://www.prinzbach.de)  
[info@prinzbach.de](mailto:info@prinzbach.de)  
HM-Sonderwerkzeuge  
HM-Grenzlehrdorne

mm-Preis:	€ 2,46
Adresse + Logo	
+ Zusatzeintrag:	45 mm Höhe
+ Farbe:	€ 25,00
Gesamt:	€ 135,70
	(pro Rubrik und Ausgabe)

### Originalschrift:

Helvetica medium cond., 8,5 Pkt.  
(Beispiele um 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

Themen	Monat/ Ausgabe	Jan./Feb.	März	April	Mai	Juni	Juli/August	September	Okt./November	Dezember
		1-2/12	3/12	4/12	5/12	6/12	7-8/12	9/12	10-11/12	12/12
		Anzeigenschluss	30.01.	10.02.	02.04.	07.05.	04.06.	20.07.	16.08.	16.10.
	Erscheinungstermin	22.02.	06.03.	25.04.	30.05.	27.06.	14.08.	10.09.	08.11.	12.12.
Messen/ Veranstaltungen		Metav	Grindtec	Control				AMB		
Sonderhefte "fertigung extra**"			werkzeug schleifen		werkstück spannen	werkzeuge 1/12	D+A+CH* 17. Internat. Supplement	Innovations- wegweiser** (DIN A5)		werkzeuge 2/12
<b>Ständige Rubriken</b>	<b>Technologien</b>									
Der Branchenreport	Drehen	●		●	●		●	●	●	
	Fräsen	●		●	●		●	●	●	
	Bohren	●		●			●	●	●	
	Schleifen	●			●		●	●	●	
	Sägen	●						●	●	
Motoren + Fahrzeugbau	Bearbeitungszentren	●		●	●		●	●	●	
	HSC/HPC	●					●	●	●	
	Werkzeugtechnik	●		●	●		●	●	●	
Maschinen + Anlagenbau	Trockenbearbeitung	●					●	●	●	
	Spanntechnik	●		●	●		●	●	●	
	Oberflächentechnik	●		●	●		●	●	●	
Mikrotechnik + Komponenten	Generative Verfahren				●					
	Wasserstrahlschneiden	●						●		
	EDM				●			●	●	
	Steuerungstechnik	●		●	●		●	●	●	
Auf Herz + Nieren	Messtechnik	●		●	●		●	●	●	
	Qualitätssicherung	●		●	●		●	●	●	
(Der große fertigung Maschinen-Check)	CAD/CAM	●					●	●	●	
	BDE/MDE/MES	●		●			●	●	●	
	ERP/PPS	●		●	●		●	●	●	
	KSS/MMKS	●					●	●	●	
Neuheiten + Trends	Entsorgung	●		●	●				●	
	Reinigung	●		●	●		●	●	●	
	Handling	●		●	●		●	●	●	
	Instandhaltung	●					●			
<b>Themenschwerpunkt</b>		Energieeffizienz		Großteilbearbeitung	Werkstückspanntechnik	CFK und Composites	Trends in der Verzahnung	Motoren- und Fahrzeugbau	Medizintechnik	Toolmanagement
<b>Marktübersichten</b>			Schleifscheiben	Koordinatensmessgeräte			Verzahnungsfräser			Werkzeugausgabemaschinen

GRINDTEC SPEZIAL

Werkzeuge-  
Hersteller:  
Umsatz-  
Rangliste  
Deutschland  
2011

Werkzeuge-  
Markt  
2013

\*D+A+CH = 17. Internationales Supplement; Produktparade zur AMB; Gesamtauflage ca. 45.000 Expl. (siehe Umschlagklappe)

\*\*Innovationswegweiser: Beilage in fertigung 9/12 und werkzeug&formenbau 4/12; Gesamtauflage ca. 30.000 Expl.; DIN A5 = 1/2 DIN A4, d.h. mögliche Formate: A4-Juniorpage oder 1/2 A4-quer; Anzeigenpreis analog fertigung.

Messen/Ausstellungen (Inland)	
Nortec, Hamburg	25. - 28.01.
Metav, Düsseldorf	28.02. - 03.03.
GrindTec, Augsburg	14. - 17.03.
Medtec, Stuttgart	13. - 15.03.
Tube, Düsseldorf	26. - 30.03.
Hannover Messe, Hannover	23. - 27.04.
Control, Stuttgart	08. - 11.05.
Automatica, München	22. - 25.05.
AMB, Stuttgart	18. - 22.09.
Motek, Stuttgart	08. - 11.10.
Aluminium/Composites Europe, Düsseldorf	09. - 11.10.
parts2clean, Stuttgart	23. - 25.10.
EuroBlech, Hannover	23. - 27.10.
CompaMed, Düsseldorf	14. - 17.11.
EuroMold, Frankfurt	27. - 30.12.

Messen/Ausstellungen (Ausland)	
Imtex/Tooltech, Bangalore	19. - 24.01.
Machine Outil, Paris	26. - 30.03.
Mach, Birmingham	16. - 20.04.
Metalloobrotka, Moskau	28.05. - 01.06.
BIEMH, Bilbao	28.05. - 02.06.
IMTS, Chicago	10. - 15.09.
MSV, Brunn	17. - 21.09.
BI-MU, Mailand	02. - 06.10.
Jimto, Tokio	26. - 31.10.
Prodex, Basel	20. - 24.11.

# fertigung

## Ansprechpartner Redaktion:

Richard Pergler (Chefredaktion)  
Tel.: 0 81 91/125-6 97  
Fax: 0 81 91/125-4 83  
E-Mail: richard.pergler@mi-verlag.de

Jürgen Gutmayr (verantw.)  
Tel.: 0 81 91/125-5 45  
Fax: 0 81 91/125-4 83  
E-Mail: juergen.gutmayer@mi-verlag.de

## Ansprechpartner Anzeigen:

Helmut Schempp (Leitung)  
Tel.: 0 81 91/125-4 49  
Fax: 0 81 91/125-4 83  
E-Mail: helmut.schempp@mi-verlag.de

Thomas Seidel  
Tel.: 0 81 91/125-4 12  
Fax: 0 81 91/125-4 83  
E-Mail: thomas.seidel@mi-verlag.de



## Unser Onlineangebot

- 1 Web-Adresse:** www.fertigung.de
- 2 Kurzcharakteristik:** Internet-Angebot der B-to-B-Kommunikation für Entscheider und Anwender aus den Bereichen Metallbe- und -verarbeitung. Täglich aktuelle Nachrichten, Produkt- und Firmendatenbank, Marktübersichten, Hintergrundberichte.
- 3 Zielgruppe:** Entscheider und Anwender aus den Bereichen Metallbe- und -verarbeitung.
- 4 Verlag:** verlag moderne industrie GmbH
- Ansprechpartner  
Redaktion:** Richard Pergler  
Telefon: 0 81 91/125-343  
E-Mail: richard.pergler@mi-verlag.de  
Jürgen Gutmayr  
Telefon: 0 81 91/125-545  
E-Mail: juergen.gutmayr@mi-verlag.de
- Ansprechpartner  
Online-Werbung:** Helmut Schempp  
Telefon: 0 81 91/125-449  
E-Mail: helmut.schempp@mi-verlag.de  
Thomas Seidel  
Telefon: 0 81 91/125-412  
E-Mail: thomas.seidel@mi-verlag.de

The screenshot displays the website's layout with the following elements:

- Header:** Logo 'fertigung' with the tagline 'das fachmagazin für die metallbearbeitung'.
- Navigation:** A menu bar with links for Home, News, Marktübersichten, Maschinen-Check, Rangliste-Präzisionswerkzeuge, werkzeuge Markt, Markt & Kontakt, Shop + Abo, Dreher des Jahres, Werkzeugschleifer des Jahres, fertigung Spezial: Spanntechnik, Reaktion, Überfertigung, Mediacast, Impressum, and Kontakt.
- Search:** A search bar with a 'Suche' button.
- News Section:**
  - Article 1:** 'Hembrug steigt in die Schleiftechnologie für große Objekte ein' (27.07.2011). Text: 'HEMBRUG HARENEM-HOLLAND Hembrug Machine Tools, der Hersteller von ultrapräzisen Hartdrehmaschinen, hat mit Lovham Precision, einer Ausgliederung der Cranfield University, einen exklusiven Lizenzvertrag über den Entwurf und die Nutzung der Patente der BoK-Ultrapräzisions-Schleifmaschinen für die Freiformflächenbearbeitung von großen Objekten abgeschlossen. Hembrug wird diese Maschinen unter eigenem Namen vermarkten. weiter...'
  - Article 2:** 'Gildemeister und Mori Seiki bündeln Aktivitäten in Europa' (27.07.2011). Text: 'Gildemeister (DMG) und Mori Seiki planen den Vertrieb und Service in Europa zu bündeln. Die Kooperationspartner wollen eine gemeinsame Gesellschaft für alle europäischen Märkte (außer Deutschland) gründen. Die neue Holding soll alle Vertriebs- und Serviceaktivitäten der europäischen DMG/Mori-Seiki-Gesellschaften steuern. Der Markt Deutschland wird von DMG/Mori Seiki weiterhin aus Stuttgart geführt. weiter...'
  - Article 3:** 'Zuversicht bei Bischoff Antriebstechnik nach Insolvenzantrag' (11.07.2011). Text: 'Bei Bischoff Antriebstechnik, einem der innovativsten Fertiger von Zahnradern und Spindeln für den Maschinen- und Anlagenbau in Deutschland, herrscht auch nach...'
- Themeninhalte:** A sidebar with a list of featured content:
  - fertigung Spezial: Spanntechnik
  - Branchenreport
  - Das fertigung-Interview
  - Expertengespräch
  - Reportagen + Trends
  - Neuheiten + Produkte
  - Schwerpunkt
  - Tabellen + Grafiken

## Preise und Werbeformen:

Werbeform	Position	Platzierung	Format in Pixel (Breite x Höhe)	Preis/Woche
Auf der Website:				
Fullsizebanner (= Headbanner)	Top	Alle Rubriken	468 x 60	€ 80,-
Skyscraper	Rechts neben der Website	Alle Rubriken	120 bis 160 x 600	€ 140,-
Leaderboard od. Superbanner	Top	Alle Rubriken	728 x 60 bis 90	€ 150,-
Rectangle	Rechts oben	Alle Rubriken	260 x 90	€ 60,-
Wallpaper	Top	Alle Rubriken	Skyscraper + Leaderboard	€ 290,-
Content Ad	rechts/mittig	Alle Rubriken	260 x max. 350	€ 250,-

## Sonderwerbeformen:

Werbeform	Laufzeit	Leistung	Platzierung	Preis
Microsite	1 Monat		Microsite, Hinweis auf der Homepage	€ 800,-
Partnerlink	1 Woche	Direktlink auf Ihre Website	Unter „News“ oder „Produkte“	€ 200,-

## 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.

## 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.

The screenshot shows the website for 'fertigung' magazine. At the top right is the logo 'fertigung das fachmagazin für die metallebearbeitung'. Below it is a navigation menu with links like 'Home', 'News', 'Marktübersichten', etc. A search bar is visible with the text 'fertigung Spezial: Spanntechnik'. Below the search bar, there is an article titled 'Witte Bleekede stellt Spannvorrichtungen mit Gedächtnis vor' dated 29.06.2011. The article text describes an Alufix system with RFID technology for component identification. There are also two icons: 'fertigung Spezial Spanntechnik' and 'Umfrage des Monats'.

## Zugriffe (pro Monat):

Page Impressions  
(bereinigt, ohne Suchmaschinen)  
11.320

Monatsdurchschnitt 01-06/2011

## Datenanlieferung:

mindestens 1 Woche vor Schaltbeginn per E-Mail an  
helmut.schempp@mi-verlag.de

## Dateiformate:

**Banner:** (animiertes) GIF-Format, JPG, Flash-, HTML-, DHTML-Banner in den angegebenen Größen. Bilddateien bzw. Grafikdateien (auch Banner) immer als RGB (Farbschema). Maximale Dateigröße 20 KB

**Videos:** Anlieferung als Flash oder Windows Media Video (WMV) je nach Dateigröße per Mail, CD-ROM/DVD oder Download-Link. Maximale Videolänge 5 Minuten. Überlängen nach Vereinbarung

Weitere Informationen zur Datenanlieferung und den technischen Spezifikationen finden Sie online im Mediabereich unter  
<http://www.fertigung.de>

## Externer AdServer-Einsatz: OpenAdstream von RealMedia

Ansprechpartner: Helmut Schempp Tel. +49 (0)8191/125-449  
E-Mail: [helmut.schempp@mi-verlag.de](mailto:helmut.schempp@mi-verlag.de)

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

## § 1 Geltung, Ausschließlichkeit

1. Für die Aufnahme und die Veröffentlichung aller Werbetaufträge gelten ausschließlich die vorliegenden AGB sowie die zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses aktuelle Preisliste des Verlages, deren Regelungen einen wesentlichen Vertragsbestandteil bilden. Die Gültigkeit dieser AGB des Auftraggebers ist mit diesen AGB nicht übernehmbar, sofern der Auftraggeber dies ausdrücklich erklärt.

2. Diese AGB gelten sinngemäß für Beilagenaufträge. Diese werden vom Verlag grundsätzlich erst nach Vorlage und Prüfung eines Modells 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.

3. Der Verlag ist berechtigt, Aufträge, auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Gesamtabchlusses, 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 Form oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines redaktionellen Beitrags erwecken oder Fremdanzeigen enthalten. Der Verlag wird die Ablehnung unverzüglich nach Kenntniserlangung der betreffenden Inhalte mitteilen.

## § 3 Preise, Zahlungsbedingungen, Preisänderung

1. Der Preis für die Veröffentlichung eines Werbemittels richtet sich nach dem im Zeitpunkt der Auftragserteilung gültigen Preisliste. Für redaktionell gestaltete Werbemittel, Beilagen, Sonderveröffentlichungen und Kollektive, sowie Werbemittel, 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 Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Erhalt der Mitteilung über die Preisänderung ausübt werden.

2. Die in der Preisliste bezeichneten Nachlässe werden nur dem Auftraggeber und nur für die innerhalb eines Jahres geschalteten Werbemittel gewährt („Anzeigehjahr“). Wiederholungsabatte gelten nur innerhalb eines Anzeigehjahres. 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 Anzeigehjahres geltend gemacht wird. Erreicht ein Auftrag nicht das vorhergesehene Ziel, so wird der Rabatt auf die 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 Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Gesamtabchlusses das Erscheinen weiterer Werbemittel abweichend von dem vereinbarten Zahlungsplan zu unterbrechen und zum 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 Aufgabeminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Werbemittel ein Anspruch auf Preiserminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt dies mit der ersten Schaltung beginnenden Anzeigenjahren die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder – falls eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittliche verkaufte (falls keine verkaufte vorhanden, die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Aufgabeminderung ist nur dann ein zur Preisänderung berechtigter Mangel, wenn eine zugesicherte Auflage um mindestens 20 % H. unterschritten wird.

8. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preiserminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflagen Kenntnis gegeben hat, dass dieser von Erscheinen des Werbemittels zum Vertrag zurücktreten konnte.

9. 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. Alle für die Werbemittel erforderlichen Inhalte, Informationen, Daten, Dateien und sonstigen Materialien („Vorlagen“) stellt der Auftraggeber dem Verlag vollständig, fehler- 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 Core Draw, QuarkPress, 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 Farb-Proof und ein Proof bzw. Messprotokoll mitzuliefern. Ansonsten bestehen keine Ersatzansprüche des Auftraggebers wegen etwaiger Farbabweichungen. Der Auftraggeber haftet dafür, dass die übermittelten Dateien frei von Computerviren sind. Dateien mit Computerviren kann der Verlag löschen, ohne dass der Auftraggeber hieraus Ansprüche herleiten könnte. Der Verlag haftet nicht zum Ersatzanspruch 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 übermittelte Ausfertigungen 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 fristgemäß an den Verlag zurückgeschickt, so gilt die Genehmigung des Werbemittels als erteilt.

5. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Werbemittelbeleg. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, tritt an seine Stelle eine Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung des Werbemittels.

6. Die Aufmachung und die Zeichnung redaktionell gestalteter Werbemittel ist rechtzeitig vor Erscheinen mit dem Verlag abzustimmen. Titelzeilanzügen müssen sich schon durch ihre Grundform von redaktionellen Text unterscheiden. Der Verlag ist berechtigt, Werbemittel, die nicht als solche zu erkennen sind, deutlich als Werbung zu kennzeichnen.

7. Zuschriften auf Chiffreanzeigen werden bis vier Wochen nach Veröffentlichung der Anzeige aufbewahrt und dem Auftraggeber auf normalem Postwege zugesandt (auch wenn es sich um Express- oder Einschreibesendungen 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 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 Rechtsverteidigung. Der Verlag ist nicht zur Prüfung verpflichtet, ob ein Werbemittel die Rechte Dritter beeinträchtigt. Wird der Auftraggeber durch gerichtliche Entscheidung z. B. zum Abdruck einer Gegendarstellung oder Berichtigung aufgrund des geschalteten Werbemittels verpflichtet, hat der Auftraggeber diese Veröffentlichung nach der gültigen Preisliste zu bezahlen.

11. Werbegutentoren sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen gegenüber den Werbungtreibenden auf die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Werbungsprovision errechnet sich aus dem Kundennetto, also nach Abzug von Rabatt, Boni und Mängelanlagen. Die Vermittlungsprovision fällt nur bei Vermittlung von Aufträgen Dritter an. Sie wird nur an vom Verlag anerkannte Werbegutentoren vergütet unter der Voraussetzung, dass der Auftrag unmittelbar von der Werbetauge erteilt wird, ihr die Beschreibung der fertigen und druckreifen Druckunterlagen obliegt und eine Gewerbeamtmeldung als Werbetauge vorliegt. Dem Verlag steht es frei, Aufträge von Werbetaugentoren abzulehnen, wenn Zweifel an der berufsmäßigen Ausübung der Agententätigkeit oder der Bonität der Werbetauge bestehen. Aufträge durch Werbetaugentoren werden in deren Namen und auf deren Rechnung erteilt. Soweit Werbetaugentore Aufträge erteilen, kommt der Vertrag daher im Zweifel mit der Werbetauge zustande. Soll ein Werbungtreibender Auftraggeber werden, muss dies gesondert unter namentlicher Nennung des Werbungtreibenden vereinbart werden. Der Verlag ist berechtigt, von der Werbetauge 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 er sonstige Regelungen dieses AGB oder der Preisliste nicht beachtet.

3. Reklamationen müssen vom Auftraggeber bei offensichtlichen Mängeln spätestens innerhalb von zwei Wochen nach Eingang der Rechnung geltend gemacht werden. Offensichtliche Mängel müssen 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 (Nachlieferung) verlangen, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Der Anspruch auf Nachlieferung ist ausgeschlossen, wenn dies für den Verlag mit unverhältnismäßigen Kosten verbunden ist. Lässt der Verlag eine ihm gesetzte angemessene Frist verstreichen, verweigert er die Nachlieferung, ist die Nachlieferung jedoch nachträglich möglich, wenn der Auftraggeber das Recht vom Vertrag zurückzutreten oder die Zahlungsmittel in dem Maß 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 bereitgestellte 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 Verlag, seine Vertreter oder Erfüllungsgehilfen haben vorsätzlich oder grob fahrlässig gehandelt oder eine Vertragspflicht leicht fahrlässig verletzt, die für die Erreichung des Vertragszwecks wesentlich ist, oder die Schadensersatzansprüche resultieren aus einer Beschaffenheitsgarantie. Soweit es um die Haftung des Verlags dem Grunde nach geht, ist 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 unerlaubter oder vorsätzlicher Handlung. Resultieren 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 unverschuldeter 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 für die zweckgemäße Nutzung des Werbemittels in den jeweiligen Werbeträgern erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte ein, insbesondere die jeweils erforderlichen Rechte zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Bearbeitung, zu öffentlichem Zweck zugänglichmachen, Einstellen in einer Datenbank, Entnahme aus einer Datenbank und Bereitstellen zum Abruf und zwar zeitlich, räumlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrages 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 Auftragsdaten

1. Der Verlag speichert im Rahmen der Geschäftsbeziehungen die Auftragsdaten mittels der elektronischen Datenverarbeitung nach den gesetzlichen Bestimmungen des Bundesdatenschutzgesetzes. Der Verlag ist berechtigt, Bitwörterbeurteile 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 dort aggregiert und in anonymisierter Form in den Markt kommuniziert.

## § 9 Erfüllungsort, Gerichtsstand

1. Das Recht des Erfüllungsorts ist 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 Verlags.

Stand: Juli 2011

<b>1 Auflagenkontrolle:</b>			
<b>2 Auflagen-Analyse:</b>	Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt (01. Juli 2010 – 30. Juni 2011)		
<b>Druckauflage:</b>	16.326		
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):</b>	16.058	davon Ausland:	158
<b>Verkaufte Auflage:</b>	1.636	davon Ausland:	52
– Abonnierte Exemplare:	359	davon Mitgliederstücke:	0
– Sonstiger Verkauf:	1.273		
– Einzelverkauf:	4		
<b>Freistücke:</b>	14.422		
<b>Rest-, Archiv- und Belegexemplare:</b>	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	95,5	15.338
Ausland	1,0	158
Sonstige*	3,5	562
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)</b>	<b>100,0</b>	<b>16.058</b>
Verbreitung nach Nielsen-Gebieten:	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
<b>Nielsen-Gebiet 1</b> Hamburg, Bremen, Schleswig-Holstein, Niedersachsen	8,3	1.273
<b>Nielsen-Gebiet 2</b> Nordrhein-Westfalen	26,1	4.003
<b>Nielsen-Gebiet 3a</b> Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland	11,5	1.764
<b>Nielsen-Gebiet 3b</b> Baden-Württemberg	27,8	4.264
<b>Nielsen-Gebiet 4</b> Bayern	16,2	2.485
<b>Nielsen-Gebiete 5–7</b> Berlin und neue Bundesländer	10,1	1.549
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage Inland (tvA)</b>	<b>100,0</b>	<b>15.338</b>

## 1.1 Branchen / Wirtschaftszweige

WZ 2008 Code	Empfängergruppen (lt. Klassifikation der Wirtschaftszweige 2008)	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
		%	Empfänger
<b>24</b>	<b>Metallerzeugung und -bearbeitung</b>	<b>4,5</b>	<b>723</b>
<b>25</b>	<b>Herstellung von Metallerzeugnissen</b>	<b>38,9</b>	<b>6.246</b>
25.1	Stahl- und Leichtmetallbau	6,5	1.044
25.2	Kessel- und Behälterbau (inkl. Herstellung von Dampfkesseln)	0,7	112
25.5	Herstellung von Schmiede-, Press-, Zieh-, Stanzteilen u.ä.	4,3	691
25.6	Oberflächenveredelung, Wärmebehandlung und Mechanik a.n.g	7,7	1.236
25.7	Herstellung von Schneidwaren, Werkzeugen, Schlössern und Beschlägen	9,1	1.461
25.9	Herstellung von sonstigen Eisen-, Blech- und Metallwaren	10,6	1.702
<b>28</b>	<b>Maschinenbau</b>	<b>40,1</b>	<b>6.439</b>
<b>26, 27</b>	<b>Medizin-, Mess-, Steuer- und Regelungstechnik, Optik, Herstellung von Geräten der Elektrizitätserzeugung, -verteilung, Telekommunikationstechnik</b>	<b>7,2</b>	<b>1.156</b>
29.3	Herstellung von Teilen und Zubehör für Kraftwagen und Kraftwagenmotoren, sonstiger Fahrzeugbau	4,5	723
	Sonstige Branchen	1,3	209
	Sonstige*	3,5	562
	<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)</b>	<b>100,0</b>	<b>16.058</b>

## 1.2 Größe der Wirtschaftseinheit

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Empfänger
1 – 49 Beschäftigte	23,7	3.806
50 – 99 Beschäftigte	19,4	3.115
100 – 199 Beschäftigte	20,3	3.260
200 – 499 Beschäftigte	18,7	3.003
500 – 999 Beschäftigte	8,1	1.301
1.000 und mehr Beschäftigte	6,3	1.011
Sonstige*	3,5	562
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)</b>	<b>100,0</b>	<b>16.058</b>

## 2.1 Tätigkeitsmerkmal: Position im Betrieb

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Empfänger
Geschäftsführung / Vorstand	13,2	2.120
Ndl.-, Werks-, Abtl.-, Betriebs- und Bereichsleitung	74,8	12.011
Fachkraft	8,5	1.365
Sonstige*	3,5	562
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)</b>	<b>100,0</b>	<b>16.058</b>

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

Die detaillierte Beschreibung der Erhebungsmethode finden Sie auf Seite 16.

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

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

#### 1. Untersuchungsmethode

Empfänger-Struktur-Analyse durch Dateiauswertung – Total-Erhebung

#### 2. Beschreibung der Empfängerschaft zum Zeitpunkt der Datenerhebung:

##### 2.1 Beschaffenheit der Datei

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

**2.2 Gesamtzahl Empfänger in der Datei:** 40.172

**2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger:** 38.354  
(Wechsel nach jeder dritten Ausgabe)

##### 2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

– Verkaufte Auflage		1.636
davon:	abonnierte Exemplare	359
	Einzelverkauf	4
	sonstiger Verkauf	1.273
– Freistücke		14.422
davon:	ständige Freistücke	186
	wechselnde Freistücke	13.968
	Werbeexemplare	268
Tatsächlich verbreitet Auflage (tvA)		16.058
– davon Inland		15.900
– davon Ausland		158

#### 3. Beschreibung der Untersuchung:

##### 3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil)

Grundgesamtheit (tvA) 16.058 = 100 %

Davon in der Untersuchung nicht erfasst:

– Werbeexemplare 268 = 1,67 %

Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA) 15.790 = 98,33 %

**3.2 Tag der Datei-Auswertung:** 01.08.2011

##### 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.

# Mehr Info Mehr Wert Mehr Wirkung



## Der große fertigung Maschinen-Check

- ⇒ Einmalig im Fachzeitschriften-Umfeld



## Branchen-report

- ⇒ Ausführliche Hintergrundberichte. Von der Redaktion nachgefragt und geschrieben



## Umfragen/Rankings

- ⇒ Seriös recherchiert – heiß diskutiert



## „fertigung extra“ Ihr direkter Zugang zu den Märkten

### Sonderheft „werkzeugschleifen“

- ⇒ Ein Thema, eine Werbepattform  
Erscheinung: 1x jährlich



### Sonderheft „werkstückspannen“

- ⇒ Die einzige Sonderpublikation rund ums Spannen von Werkstücken  
Erscheinung: 1x jährlich



### Sonderheft „D+A+CH“

- ⇒ Das transalpine Bündnis aus fertigung (D), FACTORY (A) und Technische Rundschau (CH) mit 44.350 Exemplaren Auflage  
Erscheinung: 1x jährlich





Richard Pergler  
Chefredaktion  
Tel.: 0 81 91/1 25-6 97  
E-Mail: richard.pergler@mi-verlag.de



Jürgen Gutmayr  
Redaktion (verantw.)  
Tel.: 0 81 91/1 25-5 45  
E-Mail: juergen.gutmayr@mi-verlag.de



Veronika Gabler  
Sekretariat  
Tel.: 0 81 91/1 25-4 85  
E-Mail: veronika.gabler@mi-verlag.de



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



Thomas Seidel  
Anzeigenverkauf  
Tel.: 0 81 91/1 25-4 12  
E-Mail: thomas.seidel@mi-verlag.de



Regine Russek  
Anzeigendisposition  
Tel.: 0 81 91/1 25-3 3 8  
E-Mail: regine.russek@mi-verlag.de