

MEDIA DATEN 2017



PRINT + ONLINE

Titelporträt	2
Formate und technische Angaben	3+4
Anzeigen-Preisliste	5
Sonderwerbeformen	6
Markt & Kontakt	7
Adressvermietung	8/9
Termin- und Themenplan	10/11
Online-Werbung/Newsletter/Crossmedia	12/13
Content Marketing	14/15
AGBs	16
Auflagenanalyse	17
Empfängeranalyse	18/19
Beschreibung der Erhebungsmethode	20
Innovationswegweiser, Firmenporträt	21
Ansprechpartner	22

mj 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) 125-485, Telefax (0 81 91) 125-483

- 1 Titel:** **werkzeug&formenbau**
- 2 Kurzcharakteristik:** **werkzeug&formenbau** ist das meinungsbildende Premiummagazin für die Werkzeug-, Formen-, Gesenk- und Vorrichtungsbau-Branche. Inhaltlich ist **werkzeug&formenbau** an den Kernprodukten der Branche ausgerichtet und damit ein Spiegelbild der beruflichen Welt seiner Empfänger. Das Magazin bietet seinen Lesern daher einen einzigartigen, schnellen und direkten Zugriff auf branchenrelevante Informationen. Durch die ganzheitliche Darstellung der technologischen und organisatorischen Prozesskette in Form von Hintergrundartikeln, Trendreportagen, Anwenderstories und Produktberichten bietet **werkzeug&formenbau** zudem die Basis zur wirtschaftlichen Optimierung von Arbeitsabläufen.
- 3 Zielgruppe:** Entscheider der Branche
- 4 Erscheinungsweise:** 5x jährlich (siehe Themenplan)
- 5 Heftformat:** DIN A4
- 6 Jahrgang:** 27. Jahrgang 2017
- 7 Bezugspreis Jahresabonnement:**
 Inland € 68,- (zzgl. € 6,- Versand & MwSt. = € 79,62)
 Ausland € 68,- (zzgl. € 12,- Ausland & MwSt. = € 86,04)
 Einzelverkaufspreis € 16,- (inkl. MwSt. & zzgl. Versand)
- 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.werkzeug-formenbau.de
- 11 Herausgeber:** verlag moderne industrie GmbH
- 12 Anzeigen:** Thomas Seidel
 Telefon: 0 81 91 / 125-412
 E-Mail: thomas.seidel@mi-verlag.de
 Helmut Schempp
 Telefon: 0 81 91 / 125-449
 E-Mail: helmut.schempp@mi-verlag.de
- 13 Redaktion:** Richard Pergler
 Telefon: 0 81 91 / 125-697
 E-Mail: richard.pergler@mi-verlag.de
 Melanie Fritsch
 Telefon: 0 81 91 / 125-170
 E-Mail: melanie.fritsch@mi-verlag.de
- 14 Umfangsanalyse:** 2015 = 5 Ausgaben
 Format der Zeitschrift: DIN A4
 Gesamtumfang: 484 Seiten = 100,0 %
 Redaktioneller Teil: 372 Seiten = 76,9 %
 Anzeigenteil: 112 Seiten = 23,1 %
 Beilagen/Einhefter: 6 Stück
- 15 Inhalts-Analyse Redaktion:** 2015 = 372 Seiten
 Fertigungstechnik/Werkzeugmaschinen 91 Seiten = 24,4 %
 Steuerungen, Qualitätssicherung 35 Seiten = 9,3 %
 CAD/CAM, Entwicklung 115 Seiten = 30,8 %
 Betriebs- und Fertigungsorganisation 30 Seiten = 8,1 %
 Normalien, Betriebsausrüstung, Werkstoffe 39 Seiten = 10,6 %
 Nachrichten, Produktinformationen 46 Seiten = 12,5 %
 Trendberichte, Veranstaltungen, Kommentare 16 Seiten = 4,3 %



verlag moderne industrie GmbH, Justus-von-Liebig-Str. 1, 86899 Landsberg, Telefon (0 81 91) 125-485, Telefax (0 81 91) 125-483

1 Zeitschriftenformat 210 mm breit x 297 mm hoch, DIN A4

Satzspiegel 178 mm breit x 257 mm hoch
4 Spalten je 41 mm breit

2 Druck- und Bindeverfahren

Druckverfahren: Bogen-Offset,
Bindeverfahren: Rücken-Drahtung

3 Datenübermittlung per E-Mail an: 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_Improved_eci.icc** für Inhalt in der Regel Papiertyp 3 FOGRA 45L – nach Standard, **ISOcoated_v2_eci.icc** für Umschlag in der Regel Papiertyp 2 FOGRA 39L – nach Standard.

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.

9 Kontakt Regine Russek, Anzeigendisposition
Telefon: 08191/125-338
E-Mail: regine.russek@mi-verlag.de



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

<p>2/3 Seite hoch 117 x 257 mm</p> <p>angeschnitten 136 x 303 mm (inkl. 3 mm Beschnitt)</p>	<p>2/3 Seite quer 178 x 169 mm</p> <p>angeschnitten 216 x 194 mm (inkl. 3 mm Beschnitt)</p>
--	--

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

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

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

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

*angeschnitten

*angeschnitten

— Anschnittformate inkl. 3 mm Beschnittzugabe



verlag moderne industrie GmbH, Justus-von-Liebig-Str. 1, 86899 Landsberg, Telefon (0 81 91) 125-485, Telefax (0 81 91) 125-483

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

Format	Breite x Höhe in mm	Preise in €
1/1 Seite	178 x 257	5.520,-
2/3 Seite	116 x 257 / 178 x 169	4.100,-
1/2 Seite / Juniorpage	86 x 257 / 178 x 126 / 126 x 178	3.400,-
1/3 Seite	56 x 257 / 178 x 83	2.460,-
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	1.180,-

1.1. **Sonstige Formate:** Berechnung nach mm-Preis (Spaltenbreite 41 mm)
 ab 300 mm € 5,23 bis 300 mm € 6,53
 (Mindestgröße 50 mm)

2 Zuschläge/Platzierung:

2. Umschlagseite	€ 6.100,-	4. Umschlagseite	€ 6.100,-
Seite 3 (Editorial): 1/3-hoch	€ 2.900,-	Seite 5 (Inhalt): 1/2-hoch	€ 3.800,-

3 Rabatte (bei Abnahme innerhalb eines Jahres):

Malstaffel		Mengenstaffel	
ab 3 Anzeigen	3 %	ab 3 Seiten	10 %
ab 6 Anzeigen	5 %	ab 6 Seiten	15 %
ab 12 Anzeigen	10 %	ab 12 Seiten	20 %

4 Rubrikanzeigen:

Stellenangebot: 20 % Rabatt auf den regulären Preis (siehe Punkt 1, bzw. 1.1)
 Stellengesuche: 50 % Rabatt auf den regulären Preis (siehe Punkt 1, bzw. 1.1)

5 Sonderwerbformen (s. auch Seite 6): Sonderdrucke und PDFs auf Anfrage Einhefter:

Umfang	Papiergewicht	bis 170 g/m ²	über 170 g/m ²
2 Seiten		4.990,-	5.380,-
4 Seiten		8.380,-	8.960,-

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 € 4.320,-

je weitere 25 g Gewicht € 2.160,-

(Preise einschl. Portoanteil)

max. Papierformat 20 x 29 cm

Anlieferung: Muster bei Auftragserteilung. Auflage bis 10 Tage vor Erscheinen.

Aufgeklebte Werbemittel:

In Verbindung mit Anzeige oder Einhefter € 1.360,-

Zuzüglich Klebekosten

– für maschinelle Verarbeitung € 450,-

– für manuelle Verarbeitung € 1.000,-

Banderole um werkzeug&formenbau

Format 460 x 100 mm, inkl. Druck und Klebekosten € 8.100,-

Gatefolder

ausklappbare Anzeigenseite auf der 2. Umschlagseite

Werbefläche: ca. 3 DIN A4-Seiten € 15.300,-

Titelklappe

Klappe um das Heft mit 1/2 Seite auf der Titelseite

und ganzer Seite auf der 4. Umschlagseite € 10.500,-

Werbefläche: ca. 1,5 DIN A4-Seiten

6 Kontakt:

Beratung und Buchung:

Thomas Seidel

Telefon: 08191/125-412

E-Mail: thomas.seidel@mi-verlag.de

6.1 Lieferanschrift für Beilagen und Einhefter:

Kessler Druck + Medien, Michael-Schäffer-Straße 1, D-86399 Bobingen
 (mit Vermerk: für w&f, Heft-Nr. ...)

7 Zahlungsbedingungen:

netto innerhalb 14 Tagen nach Rechnungsdatum, bei
 Vorauszahlung 2 % Skonto, bei Bankeinzug 3 % Skonto

Bankverbindung:

HVB, BLZ: 70020270, Kto.: 15764474

IBAN: DE76 7002 0270 0015 7644 74, SWIFT (BIC): HYVEDEMMXXX

verlag moderne industrie GmbH, Justus-von-Liebig-Str. 1, 86899 Landsberg, Telefon (0 81 91) 125-485, 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 12 und 13.

Sonderdrucke

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

Süddeutscher Verlag Veranstaltungen GmbH

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

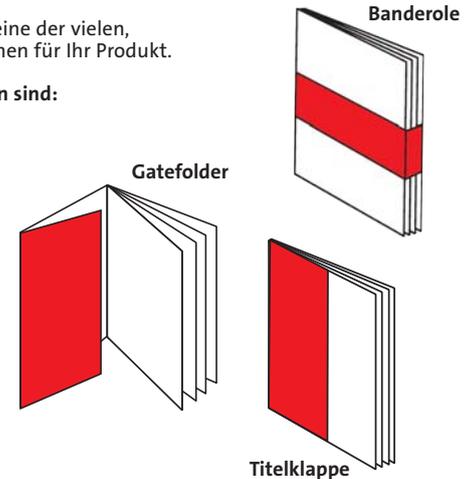
Weitere Informationen zu allen Sonderwerbformen erhalten Sie von Ihrem Verkaufsteam!

Sonderwerbformen

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

Unsere Sonderwerbformen sind:

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



Gatefolder: Umschlag mit eingeklappter Vorderseite. Nur nach innen geklappt! Bei Klammerheftung und Klebebindung möglich!

Titelklappe: Das Magazin wird mit einem das halbe Cover abdeckenden 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.

verlag moderne industrie GmbH, Justus-von-Liebig-Str. 1, 86899 Landsberg, Telefon (0 81 91) 125-485, Telefax (0 81 91) 125-483

Bei Ihrer Zielgruppe präsent!

- Rubrikwahl nach Rücksprache
- Ergänzungsmöglichkeit des Eintrages durch Ihr persönliches Logo (auch in Farbe möglich)
- Monatliche Neuaufnahme möglich

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

*Ihr Eintrag ist weder rabatt- noch provisionsfähig.

Erscheinungsweise: 5 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

Eintragungs-/Berechnungsbeispiele:

Adresseintrag

SFR Formenbau GmbH
 Hans-Böckler-Straße 28
 72770 Reutlingen
 Tel. (0 71 21) 5 14 94-60
 Fax (0 71 21) 5 14 94-61
 www.sfrformenbau.de
 sfr@sfrformenbau.de

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

Adresseintrag mit Ihrem Firmenlogo



Tel. (07 51) 5 60 50-0
 www.pfleghar.de
 Fräsmaschinen, HSC Spindeln,
 MDE, BDE, CAM-Software

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

Adresseintrag mit
Ihrem Firmenlogo und
Ihrem Zusatztext

SCHUMAG

Logos
auch in Farbe
möglich!

Schumag AG
 Nerscheider Weg 170
 52076 Aachen
 Tel. (0 24 08) 12-2 80
 Fax (0 24 08) 12-2 85
 www.schumag.de
 nt-sales@schumag.de

- Normalien für den Werkzeug- und Formenbau
- Sonderteile nach Kundenzeichnungen

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.)



Neukundengewinnung mit TOP-Entscheideradressen

Steigern Sie Ihren Vertriebs Erfolg und erschließen Sie neue Umsatzpotenziale durch die gezielte und personalisierte Ansprache von über 500.000 Entscheidern.

- **Hohe Adressaktualität** durch unseren verlagseigenen regelmäßigen Zeitschriftenversand
- **Exklusive Ansprechpartner** bis in die Fachbereiche durch kontinuierliche telefonische Adressqualifizierung
- **Personalisierte Ansprache** von Geschäftsführern, Entscheidern und Fachspezialisten
- **Flexible Adressnutzung** mit Einfach-, Mehrfach- oder Jahresnutzung
- **Abrechnung nach Nettoeinsatzmenge** durch Abgleich gegen Ihren Datenbestand

Umfangreiche Selektionsmöglichkeiten

- Branche und Nebenbranchen
- Entscheider nach Position, Funktion
- Leser einzelner oder mehrerer Fachzeitschriftentitel
- Anzahl der Mitarbeiter
- Region (PLZ/Nielsen)
- national und international

Adressmiete	Einzelnutzung (Preis je Nutzung)	Zweifachnutzung (Preis je Nutzung)	Dreifachnutzung (Preis je Nutzung)	Jahresmiete (pauschal)
Datenbankpauschale	180,- €			
Firmenadresse + 1 Ansprechpartner (Preis pro Nutzung)	ab 0,195 €	ab 0,185 €	ab 0,179 €	ab 0,90 €
Mindestauftragswert	490,- € (inkl. Datenbank-/Selektionspauschale)			
Mindestabnahme	70% der gelieferten Adressen (bei Adressabgleich)			

Preisangaben zzgl. ges. MwSt. Es gelten die Konditionen gem. Angebot/Auftragsbestätigung

Pluspunkte für das Post-Mailing

- Messbare Resonanz
- Idealer Werbeträger zur Neukundengewinnung
- Vielfältige Gestaltungsmöglichkeiten der Mailings
- Hohe Aufmerksamkeit durch Personalisierung innerhalb der Werbebotschaft
- Ideal zur Einbindung in eine crossmediale Werbekampagne
- Zeitliche Flexibilität des Aussendezeitpunkts

Rahmenbedingungen

- Adressen werden zur Vermietung für postalische Mailings freigegeben, ein Kauf der Adressen ist nicht möglich.
- Die Adressen werden dem Werbetreibenden nicht direkt überstellt. Die Weiterverarbeitung erfolgt durch einen Dritten (Lettershop oder Datenverarbeiter).
- Der Adresspreis ist unabhängig von der Anzahl der Selektionskriterien.

* Die Adressmietkosten für sämtliche unzustellbaren Rückläufer, die Sie uns zurücksenden, bekommen Sie bei einem Folgeauftrag gutgeschrieben

Optionaler Full Service – wir kümmern uns um ALLES!



Adressabgleich

Wir übernehmen den Abgleich der gemieteten Adressen gegen Ihren Kundenbestand.



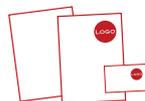
Kreation

Wir entwickeln in enger Abstimmung mit Ihnen das Werbekonzept und übernehmen die Gestaltung und Umsetzung der Werbemittel.



Produktion

Wir übernehmen den Druck der Werbemittel, egal ob Standard- oder Sonderformate.



Lettershop

Wir übernehmen die Konfektionierung der Werbemittel, Portooptimierung und die Postauflieferung des Mailings.



Beratung

Wir beraten Sie bei der Zielgruppenauswahl, ermitteln kostenlos das Potenzial Ihrer Wunschzielgruppe und erstellen ein Angebot für Full Service-Leistungen.

JETZT kostenlos testen!

Ein Test mit kleinen Adressmengen ist jederzeit möglich, um eine höhere Planungssicherheit für Ihr Mailing zu gewährleisten.

Wir ermitteln kostenlos und unverbindlich das Potenzial Ihrer Wunschzielgruppe.

Nehmen Sie Kontakt mit uns auf:



Alexander Zöller

Tel.: +49 81 91/125-345
Fax: +49 81 91/125-555
alexander.zoeller@mi-verlag.de



Marek Birkenhauer

Tel.: +49 81 91/125-173
Fax: +49 81 91/125-555
marek.birkenhauer@mi-verlag.de

Termine		März 1/2017	Mai 2/2017	Juli 3/2017	September 4/2017	November 5/2017
	Anzeigenschluss	07.02.2017	27.04.2017	20.06.2017	17.08.2017	10.10.2017
	Erscheinungstermin	02.03.2017	23.05.2017	13.07.2017	11.09.2017	06.11.2017
Messe		Intec	Moulding Expo		EMO *, Fakuma	formnext
Marktübersicht		Senkerodier-anlagen		PKD-Werkzeuge		Fräsmaschinen bis 250 mm X-Weg
Ständige Rubriken	Technologien					
<ul style="list-style-type: none"> • SPRITZEN & GIESSEN • PRESSEN & UMFORMEN • ENGINEERING & DIENSTLEISTUNG • TRENDS & INNOVATIONEN • SERIE: BENCHMARK – LERNEN VON DEN BESTEN 	C-Techniken:					
	• CAD/CAM	●	●	●	●	●
	• Simulation		●		●	●
	• Reverse Engineering	●		●		●
	Produktentwicklung	●	●	●	●	●
	Spanende Fertigungsverfahren					
	• Drehen		●	●	●	
	• Fräsen	●	●	●	●	●
	• Schleifen	●			●	
	• Bohren/Tiefbohren		●		●	●
	• HSC-Bearbeitung	●	●	●	●	●
	• 5-Achs-Bearbeitung	●	●	●	●	●
	• Hartbearbeitung		●	●	●	
	Generative Fertigungsverfahren			●		●
	EDM					
	• Senkerodieren	●	●	●	●	●
	• Drahtrodieren	●		●	●	●
	• Komponenten		●			●
	Spanntechnik			●	●	
	Laser					
	• Auftragsschweißen	●		●		●
	• Schneiden	●			●	●
	• Beschriften			●	●	●
	Wasserstrahlschneiden			●	●	●
	Steuerungs- und Antriebstechnik	●		●	●	
	Messtechnik/Qualitätssicherung	●	●	●		●
	Fertigungsplanung					
	• PPS			●		●
• ERP			●	●	●	
• BDE/MDE	●	●	●		●	
Komponenten						
• Werkstoffe	●	●	●	●	●	
• Normalien	●	●	●	●	●	
• Heißkanaltechnik	●	●	●	●	●	
• KSS/MMKS			●	●	●	

*EMO Innovationswegweiser: DIN A5-Vollbeilage in werkzeug&formenbau 4/17 und fertigung 9/17; Gesamtauflage: ca. 28.000 Exemplare; siehe Umschlagklappe!

Messen In- und Ausland		
Intec/"Z"	Leipzig	07.–10.03.
Hannover Messe	Hannover	24.–28.04.
Control	Stuttgart	09.–12.05.
Moulding Expo	Stuttgart	30.05.–02.06.
EMO	Hannover	18.–23.09.
Composites Europe	Stuttgart	19.–21.09.
Fakuma	Friedrichshafen	17.–21.10.
Blechexpo	Stuttgart	07.–10.11.
formnext	Frankfurt	14.–17.11.

werkzeug&formenbau

Ansprechpartner Redaktion:

Richard Pergler (Chefredaktion)
 Tel.: 0 81 91/125-697, Fax: 0 81 91/125-483
 E-Mail: richard.pergler@mi-verlag.de
 Melanie Fritsch
 Tel.: 0 81 91/125-170, Fax: 0 81 91/125-483
 E-Mail: melanie.fritsch@mi-verlag.de

Ansprechpartner Anzeigen:

Helmut Schempp (Verkaufsleitung)
 Tel.: 0 81 91/125-449, Fax: 0 81 91/125-483
 E-Mail: helmut.schempp@mi-verlag.de
 Thomas Seidel (Mediaberatung)
 Tel.: 0 81 91/125-412, Fax: 0 81 91/125-483
 E-Mail: thomas.seidel@mi-verlag.de

verlag moderne industrie GmbH, Justus-von-Liebig-Str. 1, 86899 Landsberg, Telefon (0 81 91) 125-485, Telefax (0 81 91) 125-483

- Web-Adresse:** www.werkzeug-formenbau.de
- Kurzcharakteristik:** Internet-Angebot der B2B-Kommunikation für Entscheider und Anwender aus den Bereichen Metallbe- und -verarbeitung. Täglich aktuelle Nachrichten, Produkt- und Firmendatenbank, Marktübersichten, Hintergrundberichte.
- Zielgruppe:** Entscheider und Anwender aus den Bereichen Werkzeug-, Formen-, Gesenk- und Vorrichtungsbau.
- Verlag:** verlag moderne industrie GmbH
Ansprechpartner
Redaktion: Richard Pergler (CR) Veronika Seethaler Evelyn Mahlik
 Tel.: 0 81 91/125-697 Tel.: 0 81 91/125-485 Tel.: 0 81 91/125-234
 richard.pergler@mi-verlag.de veronika.seethaler@mi-verlag.de evelyn.mahlik@mi-verlag.de
Online-Werbung: Helmut Schempp Thomas Seidel
 Tel.: 0 81 91/125-449 Tel.: 0 81 91/125-412
 helmut.schempp@mi-verlag.de thomas.seidel@mi-verlag.de
- Zugriffe pro Monat:** Page Impressions (bereinigt, ohne Suchmaschinen) 7.486
 Monatsdurchschnitt 01-06/2016

Preise und Werbeformen

Banner	Format in Pixel	Preis pro Woche
Fullsize-Banner	468 x 60	€ 220,-
Super-Banner	728 x 60 bis 90	€ 420,-
Skyscraper	120 bis 160 x 600	€ 390,-
Wallpaper	Skyscraper + Leaderboard	€ 780,-
Rectangle	260 x 90	€ 220,-
Content-Ad	300 x 250	€ 420,-

Sonderwerbform Microsite

- Laufzeit:** 1 Monat
- Platzierung:** Microsite, Hinweis auf der Homepage
- Preis:** € 1.050,-



verlag moderne industrie GmbH, Justus-von-Liebig-Str. 1, 86899 Landsberg, Telefon (0 81 91) 125-485, Telefax (0 81 91) 125-483

The screenshot shows a newsletter header with the logo 'Span&Form Profwissen pur' and 'werkzeug&formenbau'. Below the header, there are three distinct ad placements:

- Super-Banner:** A wide, thin banner at the top.
- Content Ad oder Rectangle:** A rectangular ad placed within the main text area.
- Fullsizebanner:** A large, wide banner at the bottom of the page.

The main content of the newsletter includes a headline 'Spannung' and a sub-headline 'Gesunde Einstellung', accompanied by an image of a person working with a tool.

Newsletter

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

Crossmediapakete

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

Sonderwerbform: Stand-Alone-Newsletter

Wir versenden Ihren individuellen Firmen-Newsletter an die Newsletter-Empfänger von **werkzeug&formenbau**. Preis auf Anfrage!

Werbeform	Format in Pixel	Preis pro Woche
Content Ad	GIF 300 x 250	€ 490,-
Fullsize-Banner oder Textanzeige	GIF 468 x 60	€ 410,-
Super-Banner	GIF 650 x 80	€ 540,-

Datenanlieferung:

Mindestens 1 Woche vor Schaltbeginn per E-Mail an regine.russek@mi-verlag.de

Banner Website

Format: (animiertes) GIF-Format, JPG, Flash-, HTML-, DHTML-Banner

Farbschema: RGB

Maximale Dateigröße: ca. 40 KB

Weitere Infos: Bei Anlieferung eines animierten Werbemittels bitte immer ein statisches Werbemittel als JPG erstellen und mitliefern. Bei Anlieferung eines Flash-Banner bitte eine clickTAG-Variable in Flash einbetten.

Banner Newsletter

Format: GIF-Format, JPG, HTML-Banner

Farbschema: RGB

Maximale Dateigröße: ca. 40 KB



Die planbare Vermarktung Ihrer redaktionellen Inhalte

- **Content Marketing** ist als Unternehmens-, Marken-, Produkt- und Mitarbeiterkommunikation **getrieben von relevanten, redaktionellen Inhalten**.
- Content Marketing **nutzt alle verfügbaren Medienkanäle** wie Print, Video, Mobile und Online – jeweils einzeln und in crossmedialen Mediensystemen.
- Content Marketing **entfaltet messbare Wirkung** entlang der gesamten Customer Journey und in der Internen Kommunikation. Die **Kommunikationseffekte** reichen von der Steigerung des Bekanntheitsgrades über Imagepflege und Kundenbindung bis hin zur Neukundengewinnung und dem Auslösen unmittelbarer Kaufimpulse.

(Definition Content Marketing gemäß des Content Marketing Forum e.V.)

bis zu
1,5 Mio
PI's pro Monat!

Bei Interesse sprechen Sie uns an.
Im Medienverbund des verlags
moderne industrie bieten wir
Content Marketing-Module an ab
einer Rate von 2.500,00 Euro/Monat.

Weiterführende Informationen
finden Sie unter:
www.werkzeug-formenbau.de



Kontakt:

Thomas Seidel

Tel.: +49 (0) 8191 125-412

Fax: +49 (0) 8191 125-483

E-Mail: thomas.seidel@mi-verlag.de



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

§ 1 Geltung, Ausschließlichkeit

1. Für die Annahme und die Veröffentlichung aller Werbeaufträge sowie Folgeaufträge gelten ausschließlich die vorliegenden AGB sowie die zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses jeweils aktuelle Preisliste des Verlages, deren Regelungen die wesentlichen Vertragsbestandteile bilden. Die Gültigkeit etwaiger AGB des Auftraggebers ist, soweit sie mit diesen AGB nicht übereinstimmen, ausgeschlossen.

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

§ 2 Angebot, Vertragsschluss

1. Abschluss im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist ein Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen, Fremdbeilagen oder sonstiger Werbemittel eines Werbungstreibenden oder sonstigen gewerblichen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.

2. Aufträge für Werbemittel können persönlich, telefonisch, schriftlich, per Telefax, per E-Mail oder per Internet aufgegeben werden. Der Verlag haftet nicht für Übermittlungsfehler.

3. Ein Vertrag kommt erst durch die schriftliche Auftragsbestätigung des Verlages zustande. Es gilt jeweils die im Zeitpunkt der Auftragserteilung gültige Preisliste.

4. Der Verlag ist berechtigt, Aufträge, auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Gesamtab schlusses, nach pflichtgemäßem Ermessen abzulehnen. Dies gilt insbesondere, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder zu demutreschen- oder Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde, deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines redaktionellen Beitrags erwecken oder Fremdanzeigen enthalten. Der Verlag wird die Ablehnung unverzüglich nach Kenntniserlangung der betreffenden Inhalte mitteilen.

5. Die Pflicht zur Aufbewahrung aller zugesandten Unterlagen endet drei Monate nach Veröffentlichung des jeweiligen Auftrags.

§ 3 Vertragsabwicklung

1. Aufträge sind innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzuwickeln, beginnend mit der ersten Schaltung (Veröffentlichung) des Werbemittels.

2. Alle für die Werbemittel erforderlichen Inhalte, Informationen, Daten, Dateien und sonstigen Materialien („Vorlagen“) stellt der Auftraggeber dem Verlag vollständig, fehler- und virusfrei 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 versenden, also mit solchen Dateien, in die der Verlag inhaltlich nicht ändern kann. Der Verlag haftet nicht bei fehlerhafter Veröffentlichung von Werbemitteln, die mit offenen Dateien (z. B. unter Corel Draw, Quark/Press, Freehand gespeicherte Dateien) übermittle 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 mitzulefern. Ansonsten bestehen keine Ersatzansprüche des Auftraggebers wegen etwaiger Farbabweichungen. Der Auftraggeber haftet dafür, dass die übermittelten Dateien frei von Computerviren sind. Daten mit Computerviren kann der Verlag löschen, ohne dass der Auftraggeber hieraus Ansprüche herleiten könnte. Der Verlag behält sich zudem Ersatzansprüche vor, wenn die Computerviren beim Verlag weiteren Schaden verursachen. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Vorlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. 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 Veröffentlichung des jeweiligen Auftrags.

3. Kosten für die Anfertigung bestellter Vorlagen, Filme oder Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen trägt der Auftraggeber.

4. Probebezüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit des zurückgesandten Abzugs. Wird der Abzug nicht 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 Kennzeichnung redaktionell gestalteter Werbemittel ist rechtzeitig vor Erscheinung mit dem Verlag abzustimmen. Textzeilenanzeigen müssen sich schon durch ihre Grundrissform über redaktionellen Teil 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 Einschreibebestellungen handelt). Eine Gewähr für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Offerte übernimmt der Verlag nicht.

8. Die in der Preisliste ausgewiesenen Abschlüsse 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 Anzeigenschlusssterm, 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 Erstellung der bis zur Kündigung angefallenen Kosten nach den gesetzlichen Vorschriften verlangen.

10. Der Auftraggeber ist für die inhaltliche und rechtliche Zulässigkeit des Werbemittels verantwortlich. Er stellt den Verlag von 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 Verlag 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. Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen gegenüber den Werbungstreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die durch die gewählte Vermittlungsprovision errechnet sich aus dem Kundenkonto, also nach Abzug von Rabatten, Boni und Mängelklassen. Die Vermittlungsprovision fällt nur bei Vermittlung von Aufträgen Dritter an. Sie wird nur an vom Verlag anerkannte Werbeagenturen vergütet unter der Voraussetzung, dass der Auftrag unmittelbar von der Werbeagentur erteilt wird, ihr die Beschaffung der fertigen und druckreifen Druckunterlagen obliegt und eine Gewerbeanmeldung als Werbeagentur vorliegt. Dem Verlag steht es frei, Aufträge von Werbeagenturen abzulehnen, wenn Zweifel an der berufsmäßigen Ausübung der Agentur Tätigkeit oder der Bonität der Werbeagentur bestehen. Aufträge durch Werbeagenturen werden in deren Namen und auf deren Rechnung erteilt. Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag daher im Zweifel mit dem Werbeagentur als Werbemittelhersteller und Auftraggeber zustande. Die Angabe des Namen der Werbeagentur in der öffentlichen Nennung des Werbungstreibenden vereinbart werden. Der Verlag ist berechtigt, von der Werbeagentur einen Mandatsnachweis zu verlangen.

§ 4 Preise, Zahlungsverbindungen, Preisänderung

1. Der Preis für die Veröffentlichung eines Werbemittels richtet sich nach der im Zeitpunkt der Auftragserteilung gültigen Preisliste. Für redaktionell gestaltete Werbemittel, Beilagen, Sonderveröffentlichungen und Kollektive, sowie Werbemittel, die nach Anzeigenschluss in Auftrag gegeben werden, kann der Verlag von der Preisliste abweichende Preise festsetzen. Preisänderungen für erteilte Aufträge sind gegenüber Unternehmen wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens einen Monat vor Veröffentlichung des Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden.

2. Die in der Preisliste bezeichneten Nachlässe werden nur dem Auftraggeber und nur für die innerhalb eines Jahres geschalteten Werbemittel gewährt („Anzeigerhalt“). Wiederholungsabgabe gelten nur innerhalb eines Anzeigenjahres. 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 Anzeigenjahres geltend gemacht wird. Erreicht ein Auftrag nicht das vorhergesehene Auftragsvolumen, so wird der zu viel gewährte Preisnachlass nachträglich in Rechnung gestellt.

4. Auftragsrechnungen sind innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen Fristen, vom Empfang der Rechnung laufendem Frist zu bezahlen, sofern nichts anders vereinbart ist. Die sog. Pre-Notifikationsfrist nach der SEPA-Basis-Lastschrift ist auf vier Tage verkürzt. Mahn- und Inkassokosten, die durch Zahlungsverzug entstehen, trägt der Auftraggeber. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung eines laufenden Auftrags bis zur Bezahlung zurückstellen und Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Gesamtab schlusses das Erscheinen weiterer Werbemittel abweichend von einem vereinbarten Zahlungsplan, bis zur Vorauszahlung und vom Ausschiffen der 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 Anzeigerhalts bejaht.

7. Aus einer Auftragsminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Werbemittel ein Anspruch auf Preiserminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des der ersten Schaltung beginnenden Anzeigenjahres 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 Auftragsminderung ist nur dann ein zur Preiserminderung berechtigter Mangel, wenn eine Auflage um mindestens 20 v. H. unterschritten wird.

Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preiserminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntniss gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen des Werbemittels vom Vertrag zurücktreten konnte.

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

§ 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 dieser 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. Nicht offensichtliche Mängel müssen dem Auftraggeber spätestens sechs Monate 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 von dem Auftraggeber nicht zumutbar oder schlägt sie fehl, so hat der Auftraggeber das Recht, vom Vertrag zurückzutreten oder Zahlungsverminderung in dem Ausmaß geltend zu machen, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Bei unwesentlichen Mängeln ist der Rücktritt ausgeschlossen. Gewährleistungsansprüche von Kaufleuten verjähren 12 Monate nach .

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 nachfolgenden Werbeschaltung auf den Fehler hinweist.

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

§ 6 Haftung, höhere Gewalt

1. Schadensersatzansprüche des Auftraggebers gegen den Verlag, gleich aus welchem Rechtsgrund, sind ausgeschlossen, insbesondere Ansprüche wegen Verzugs, der Verletzung vertraglicher Pflichten oder gewerblicher Schutzrechte Dritter sowie aus unerlaubter Handlung. Dies gilt nicht, wenn der Verlag, seine Vertreter oder seine Erfüllungsgeschäftlichen vorsätzlich oder grob fahrlässig handeln oder leicht fahrlässig eine Vertragspflicht verletzen.

2. Die Haftung des Auftraggebers ist für die Schadensersatzansprüche des Auftraggebers gegenüber dem Verlag begrenzt. Diese Haftungsbegrenzung gilt nicht, wenn der Schaden durch vorsätzliches oder grob fahrlässiges Handeln des Verlages, seiner Vertreter oder Erfüllungsgeschäftlichen verursacht wurde oder nach dem Produkthaftungsgesetz begründet ist oder sich aus der Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit ergibt. Soweit die Haftung des Verlages ausgeschlossen ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung seiner Mitarbeiter, Vertreter, Organe und Erfüllungsgeschäftlichen. Alle Schadensersatzansprüche gegen den Verlag verjähren in zwölf Monaten nach dem Zeitpunkt, in dem der Auftraggeber von dem Anspruch begründenden Umständen Kenntnis erlangt hat oder hätte erlangen müssen.

3. Der Verlag wird im Falle höherer Gewalt und bei vom Verlag unverschuldeten Arbeitskämpfmäßigkeiten von der Verpflichtung zur Auftragserteilung frei; Schadensersatzansprüche bestehen deswegen nicht.

§ 7 Rechteinräumung

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 Veröffentlichung, Verbreitung, Übertragung, Synchronisation und Öffnen der Werbemittel an Dritte, zur Bearbeitung, Entnahme aus einer Datenbank und Bereithalten zum Abrufen und zwar zeitlich, räumlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt eingeräumt und berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie in allen bekannten Formen von Werbeträgern.

§ 8 Speicherung von Auftraggeberdaten

Der Verlag speichert im Rahmen der Geschäftsbeziehungen die Auftraggeberdaten mithilfe der elektronischen Datenverarbeitung nach den gesetzlichen Bestimmungen des Bundesdatenschutzgesetzes. Der Verlag ist berechtigt, Briefwerbeumstände und vergleichbar relevante Daten des Auftraggebers auf Produktneben 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

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

Stand: Juli 2016

verlag moderne industrie GmbH, Justus-von-Liebig-Str. 1, 86899 Landsberg, Telefon (0 81 91) 125-485, Telefax (0 81 91) 125-483

1 Auflagenkontrolle:	 Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt 1. Juli 2015 – 30. Juni 2016		
2 Auflagen-Analyse:			
Druckauflage:	10.512		
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):	10.287	davon Ausland:	115
Verkaufte Auflage:	537	davon Ausland:	57
– Abonnierte Exemplare:	535	davon Mitgliederstücke:	164
– Sonstiger Verkauf:	2		
– Einzelverkauf:	0		
Freistücke:	9.750		
Rest-, Archiv- und Belegexemplare:	225		

3 Geografische Verbreitungsanalyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	95,7	9.843
Ausland	1,1	115
Sonstige*	3,2	329
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	10.287
Verbreitung nach Bundesländern	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Baden-Württemberg	23,3	2.294
Bayern	18,4	1.811
Berlin, Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern	2,6	256
Bremen, Hamburg, Schleswig-Holstein	3,1	305
Hessen	7,6	748
Niedersachsen	6,5	640
Nordrhein-Westfalen	24,3	2.392
Rheinland-Pfalz	4,2	414
Saarland	1,2	118
Sachsen, Sachsen-Anhalt	5,6	551
Thüringen	3,2	314
Tatsächlich verbreitete Auflage Inland (tvA)	100,0	9.843

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

Die detaillierte Beschreibung der Erhebungsmethode finden Sie auf Seite 20

verlag moderne industrie GmbH, Justus-von-Liebig-Str. 1, 86899 Landsberg, Telefon (0 81 91) 125-485, Telefax (0 81 91) 125-483

1.1 Branchen/Wirtschaftszweige

WZ 2008 Code	Empfängergruppen (lt. Klassifikation der Wirtschaftszweige 2008)	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
		%	Empfänger
	Selbständige Unternehmen des Werkzeug- und Formenbaus	33,0	3.395
	Unternehmen mit eigenem Werkzeug-, Formen- oder Vorrichtungsbau in folgenden Branchen	62,5	6.429
22	Herstellung von Gummi- und Kunststoffwaren	25,0	2.572
24.4, 24.5	Erzeugung und Bearbeitung von Metall, Gießereien	7,7	792
25, 25.5	Herstellung von Metallerzeugnissen, Schmiede-, Press-, Zieh- und Stanzteile	26,7	2.747
28	Maschinenbau	21,8	2.242
26, 27, 32.5	Medizin-, Mess-, Steuer- und Regelungstechnik, Optik, Elektrotechnik, Elektronik	11,0	1.132
29, 30	Herstellung von Kraftwagen und Kraftwagenteilen, sonstiger Fahrzeugbau (Schiff-, Schienen-, Luft- und Raumfahrzeugbau)	3,3	339
71.12	Ingenieurbüros für technische Fachplanung	1,3	134
	Sonstige*	3,2	329
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)		100,0	10.287

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

Die detaillierte Beschreibung der Erhebungsmethode finden Sie auf Seite 20

1.2 Größe der Wirtschaftseinheit

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Empfänger
1 – 99 Beschäftigte	52,1	5.360
100 – 199 Beschäftigte	14,8	1.523
200 – 499 Beschäftigte	14,4	1.481
500 – 999 Beschäftigte	7,1	730
1.000 und mehr Beschäftigte	8,4	864
Sonstige*	3,2	329
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	10.287

2.1 Tätigkeitsmerkmal: Aufgabenbereich

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Empfänger
Unternehmensleitung/Technische Leitung	38,1	3.919
Leitung Werkzeugbau inkl. selbständiger Werkzeug- und Formenbauer	44,5	4.578
Entwicklung/Konstruktion	14,2	1.461
Sonstige*	3,2	329
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	10.287

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

Die detaillierte Beschreibung der Erhebungsmethode finden Sie auf Seite 20

verlag moderne industrie GmbH, Justus-von-Liebig-Str. 1, 86899 Landsberg, Telefon (0 81 91) 125-485, Telefax (0 81 91) 125-483

Verbreitungs- und Empfänger-Struktur-Analyse (AMF-Schema 2 und 3-E)

Total-Erhebung durch Dateiauswertung nach IVW-Richtlinien

Beschreibung der Erhebungsmethoden 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 gemäß IVW-Richtlinien

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: 19.321

2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger: 18.611
(Wechsel nach jeder zweiten Ausgabe)

2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

– Verkaufte Auflage	537
davon: abonnierte Exemplare	535
Einzelverkauf	0
sonstiger Verkauf	2
– Freistücke	9.750
davon: ständige Freistücke	173
wechselnde Freistücke	9.352
Werbeexemplare	225
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	10.287
→ davon Inland	10.172
→ davon Ausland	115

3. Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil)		
Grundgesamtheit (tvA)	10.287	= 100 %
Davon in der Untersuchung nicht erfasst:		
→ Werbeexemplare	225	= 2,19 %
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA)	10.062	= 97,81 %

3.2 Tag der Datei-Auswertung: 03. August 2016

3.3 Beschreibung der Datenbasis:

Für die Zuordnung der Empfänger zu den Kriterien Branchen, Betriebsgröße und Tätigkeitsmerkmale werden die Daten in unserem Adress- und Kundensystem laufend aktuell gepflegt und immer wieder den neuesten Markttrends mit kleinen Anpassungen aktuell gehalten.

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: von Juli 2015 – Juni 2016

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.

verlag moderne industrie GmbH, Justus-von-Liebig-Str. 1, 86899 Landsberg, Telefon (0 81 91) 125-485, Telefax (0 81 91) 125-483

Der Innovationswegweiser

1 Anzeige – 2 Zielgruppen

werkzeug & formenbau — fertigung

Der praktische Messführer im Format DIN A5 erscheint als Vollbeilage in beiden Magazinen.

2017 zur EMO in Hannover in fertigung 9/17 und werkzeug&formenbau 4/17

Gesamtauflage: 28.000 Exemplare

Formate und Preise:

Juniorpage oder 1/2 DIN A4-quer
4c-Grundpreis: 3.800,- €

1/4 DIN A4-Block

4c-Grundpreis: 1.950,- €



**VORSPRUNG
DURCH
MEHRWERT**

Das Firmenporträt

aussagekräftig + augenfällig

Wir übernehmen vom Satz bis zur Freigabe.



Das Unternehmen

Firmenname: Nonnenmann GmbH
Rechtsform: GmbH
Geschäftsz: Wöhlerstraße 54
 73630 Wörnitzbach
 Telefon: +49 7145 4027-0
 Telefax: +49 7145 40351
 Email: info@nonnenmann-gmbh.de
 Internet: www.nonnenmann.net
 DQ: Wert zu: 0% (Vollk. Nonnenmann)

Geschäftsführung: DQ: Wert zu: 0% (Vollk. Nonnenmann)
Standorte: Deutschland, USA, China, Serbien
Referenzen: namhafte Kunden der Werkzeug- und Formenbau-Branche
Branche: Werkzeug- und Formenbau, Spritzgießen
Einsatzbereiche: Komplettporträt für den Werkzeug- und Formenbau, den Maschinenbau und Spritzgießen mit mehr als 25 Jahren Erfahrung als inhabergeführtes Unternehmen

Das Programm

Nonnenmann bietet Produkte und Beratung für den Werkzeug- und Formenbau, den Maschinenbau und Spritzgießen. Mehr als 60 hochentwickelte Maschinen mit 4 Elektroden, ein eigenes Logistikzentrum und das 2014 erstmals 'Technikum' gewonnenen Lösungen für alle Wünsche an einen modernen, marktorientierten Zulieferer.

Neben sämtlichen Komponenten für den Werkzeug- und Formenbau wurde in den letzten Jahren im Bereich Sonderklein- und Kleinlösungen ein deutlich vergrößertes Produktportfolio erarbeitet. Im Bereich Normteile ist das Ziel der Nonnenmann GmbH, durch ein umfassendes Sortiment den Beschaffungswunsch für den Kunden zu optimieren und bietet deshalb vom Auswerter über Fertigungsmaschinen, Leichterispräge und Temperierlösungen und -schichten alles aus einer Hand. Auf Wunsch erhalten Sie selbst Auswerter mit Vertriebsberatung, werbetreibende Literatur.

Im Zusammenhang mit den ständig steigenden Anforderungen an Flexibilität, Schweißzeit und Kostenreduzierung ist dies ein besonderes Anliegen im Markt- und Kundenberatung. Persönliche Beratung durch unser Team ist der Garant für individuelle Betreuung und besten „Pflanzten Service“.



Komplettanbieter mit „aktiven Service“

1/2-seitig: 178 x 126 mm

4c-Preis: 2.880,- €

HASCO
Einmaligkeit mit System

Das Unternehmen

Firmenname: HASCO International GmbH + Co KG
Rechtsform: GmbH + Co KG
Geschäftsz: Rönneberg 4
 D-49133 Lohndorf
 Telefon: +49 2351 957-0
 Telefax: +49 2351 957-237
 E-Mail: info@hasco.com
 Internet: www.hasco.com

Geschäftsführung: Mog Christoph Ehrlich
Standorte: Weltweit an 35 Standorten vertreten
Branche: Maschinenbau
Einsatzbereiche: Normteilen und Hochdrucktechnik für den Werkzeug- und Formenbau und die kunststoffverarbeitende Industrie

Das Programm

HASCO International ist ein Anbieter von modular aufgebauten Normteilen und 2-Direktteilen, ermöglicht die erfindungsreiche Form zu bauen – im 3D-Modell, innovativste Welt, Entworfen und Lösung.

Das Angebot umfasst über 100.000 Produkte, die in industrieller und universeller Normteile- und Halbkreis-Lösungen für den Werkzeug- und Formenbau und die kunststoffverarbeitende Industrie bieten.

Weltweit gewinnbringend und 700 Mitarbeiter an 35 Standorten eine schnelle Verfügbarkeit der global ammontierten HASCO-Standard. Mehr als 25.000 Kunden in 10- und Ausland spritzen diese Know-how, die Zuverlässigkeit der Mitarbeiter sowie die Präzision und die Qualität der HASCO Normteile.



Formteile beginnt mit HASCO

1/3-seitig: 178 x 83 mm

4c-Preis: 1.960,- €



Richard Pergler
Chefredaktion
Tel.: 08191/125-697
richard.pergler@mi-verlag.de



Jürgen Gutmayr
Redaktion
Tel.: 08191/125-545
juergen.gutmayr@mi-verlag.de



Martin Droysen
Redaktion
Tel.: 08191/125-343
martin.droysen@mi-verlag.de



Melanie Fritsch
Redaktion
Tel.: 08191/125-170
melanie.fritsch@mi-verlag.de



Veronika Seethaler
Assistenz + Online
Tel.: 08191/125-485
veronika.seethaler@mi-verlag.de



Helmut Schempp
Verkaufsleitung
Tel.: 08191/125-449
helmut.schempp@mi-verlag.de



Thomas Seidel
Mediaberatung
Tel.: 08191/125-412
thomas.seidel@mi-verlag.de



Regine Russek
Anzeigendisposition
Tel.: 08191/125-338
regine.russek@mi-verlag.de



Evelyn Mahlik
Content Management
Tel.: 08191/125-234
evelyn.mahlik@mi-verlag.de