

# 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

- |  |  |                                      |   |
|--|--|--------------------------------------|---|
| <b>1 Titel:</b>                        | <b>werkzeug&amp;formenbau</b>  | <b>Telefax:</b>                      | 0 81 91 / 125-483   |
|  |  | <b>Internet:</b>                     | www.werkzeug-formenbau.de   |
| <b>2 Kurzcharakteristik:</b>           | <p><b>werkzeug&amp;formenbau</b> ist das meinungsbildende Premiummagazin für die Werkzeug-, Formen-, Gesenk- und Vorrichtungsbau-Branche. Inhaltlich ist <b>werkzeug&amp;formenbau</b> 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 <b>werkzeug&amp;formenbau</b> zudem die Basis zur wirtschaftlichen Optimierung von Arbeitsabläufen.</p> |                                      |   |
| <b>3 Zielgruppe:</b>                   | Entscheider der Branche  |                                      |   |
| <b>4 Erscheinungsweise:</b>            | 5x jährlich (siehe Themenplan)   |                                      |   |
| <b>5 Heftformat:</b>                   | DIN A4   |                                      |   |
| <b>6 Jahrgang:</b>                     | 27. Jahrgang 2017  |                                      |   |
| <b>7 Bezugspreis Jahresabonnement:</b> | <p>Inland € 68,- (zzgl. € 6,- Versand &amp; MwSt. = € 79,62)<br/>         Ausland € 68,- (zzgl. € 12,- Ausland &amp; MwSt. = € 86,04)<br/>         Einzelverkaufspreis € 16,- (inkl. MwSt. &amp; zzgl. Versand)</p>  |                                      |   |
| <b>8 Organ:</b>                        | -  |                                      |   |
| <b>9 Mitgliedschaften:</b>             | -  |                                      |   |
| <b>10 Verlag:</b>                      | <p>verlag moderne industrie GmbH<br/>         Postanschrift: 86895 Landsberg<br/>         Hausanschrift: Justus-von-Liebig-Str. 1, 86899 Landsberg<br/>         Telefon: 0 81 91 / 125-0</p>   |                                      |   |
|  |  | <b>11 Herausgeber:</b>               | verlag moderne industrie GmbH   |
|  |  | <b>12 Anzeigen:</b>                  | <p>Thomas Seidel<br/>         Telefon: 0 81 91 / 125-412<br/>         E-Mail: thomas.seidel@mi-verlag.de</p> <p>Helmut Schempp<br/>         Telefon: 0 81 91 / 125-449<br/>         E-Mail: helmut.schempp@mi-verlag.de</p>   |
|  |  | <b>13 Redaktion:</b>                 | <p>Richard Pergler<br/>         Telefon: 0 81 91 / 125-697<br/>         E-Mail: richard.pergler@mi-verlag.de</p> <p>Melanie Fritsch<br/>         Telefon: 0 81 91 / 125-170<br/>         E-Mail: melanie.fritsch@mi-verlag.de</p>   |
|  |  | <b>14 Umfangsanalyse:</b>            | <p>2015 = 5 Ausgaben<br/>         Format der Zeitschrift: DIN A4<br/>         Gesamtumfang: 484 Seiten = 100,0 %<br/>         Redaktioneller Teil: 372 Seiten = 76,9 %<br/>         Anzeigenteil: 112 Seiten = 23,1 %<br/>         Beilagen/Einhefter: 6 Stück</p>  |
|  |  | <b>15 Inhalts-Analyse Redaktion:</b> | <p>2015 = 372 Seiten<br/>         Fertigungstechnik/Werkzeugmaschinen 91 Seiten = 24,4 %<br/>         Steuerungen, Qualitätssicherung 35 Seiten = 9,3 %<br/>         CAD/CAM, Entwicklung 115 Seiten = 30,8 %<br/>         Betriebs- und Fertigungsorganisation 30 Seiten = 8,1 %<br/>         Normalien, Betriebsausrüstung, Werkstoffe 39 Seiten = 10,6 %<br/>         Nachrichten, Produktinformationen 46 Seiten = 12,5 %<br/>         Trendberichte, Veranstaltungen, Kommentare 16 Seiten = 4,3 %</p> |



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](mailto: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](mailto:regine.russek@mi-verlag.de)



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

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

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

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

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

\*angeschnitten

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

\*angeschnitten



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 <sup>2</sup>	über 170 g/m <sup>2</sup>
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](http://www.sv-veranstaltungen.de).

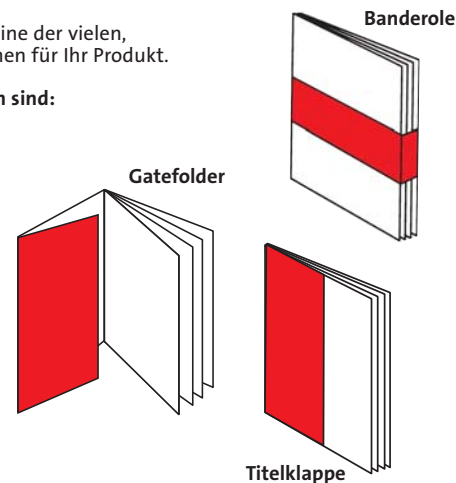
Weitere Informationen zu allen Sonderwerbformen erhalten Sie von Ihrem Verkaufsteam!

## 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



**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**

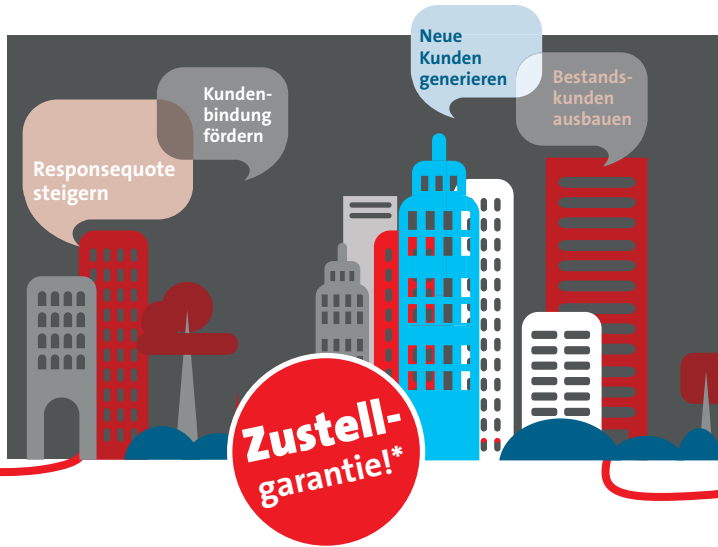
Logos auch in Farbe möglich!

**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
	<b>Anzeigenschluss</b>	<b>07.02.2017</b>	<b>27.04.2017</b>	<b>20.06.2017</b>	<b>17.08.2017</b>	<b>10.10.2017</b>
	<b>Erscheinungstermin</b>	<b>02.03.2017</b>	<b>23.05.2017</b>	<b>13.07.2017</b>	<b>11.09.2017</b>	<b>06.11.2017</b>
Messe		Intec	Moulding Expo		EMO *, Fakuma	formnext
Marktübersicht		Senkerodier-anlagen		PKD-Werkzeuge		Fräsmaschinen bis 250 mm X-Weg
<b>Ständige Rubriken</b>	<b>Technologien</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>• SPRITZEN &amp; GIESSEN</li> <li>• PRESSEN &amp; UMFORMEN</li> <li>• ENGINEERING &amp; DIENSTLEISTUNG</li> <li>• TRENDS &amp; INNOVATIONEN</li> <li>• SERIE: BENCHMARK – LERNEN VON DEN BESTEN</li> </ul>	<b>C-Techniken:</b>					
	• CAD/CAM	●	●	●	●	●
	• Simulation		●		●	●
	• Reverse Engineering	●		●		●
	<b>Produktentwicklung</b>	●	●	●	●	●
	<b>Spanende Fertigungsverfahren</b>					
	• Drehen		●	●	●	
	• Fräsen	●	●	●	●	●
	• Schleifen	●			●	
	• Bohren/Tiefbohren		●		●	●
	• HSC-Bearbeitung	●	●	●	●	●
	• 5-Achs-Bearbeitung	●	●	●	●	●
	• Hartbearbeitung		●	●	●	
	<b>Generative Fertigungsverfahren</b>			●		●
	<b>EDM</b>					
	• Senkerodieren	●	●	●	●	●
	• Drahtrodieren	●		●	●	●
	• Komponenten		●			●
	<b>Spanntechnik</b>			●	●	
	<b>Laser</b>					
	• Auftragsschweißen	●		●		●
	• Schneiden	●			●	●
	• Beschriften			●	●	●
	<b>Wasserstrahlschneiden</b>			●	●	●
	<b>Steuerungs- und Antriebstechnik</b>	●		●	●	●
	<b>Messtechnik/Qualitätssicherung</b>	●	●	●		●
	<b>Fertigungsplanung</b>					
	• PPS			●		●
• ERP			●	●	●	
• BDE/MDE	●	●	●		●	
<b>Komponenten</b>						
• 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' with an image of a person working at a machine.

## 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.

## Sonderwerbeform: 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](mailto: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](http://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](mailto: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. 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. 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. 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. 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. 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. 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. 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. 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. 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. 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. 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. 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. 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. 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. Ein Vertrag kommt erst durch die schriftliche Auftragsbestätigung des Verlages zustande. Es gilt jeweils die im Zeitpunkt der Auftragserteilung gültige Preisliste.

2. Die in der Preisliste bezeichneten Nachlässe werden nur dem Auftraggeber und nur für die innerhalb eines Jahres geschalteten Werbemittel gewährt („Anzeigerhald“). Wiederholungsabgabe gelten nur innerhalb eines Anzeigerjahres. Die Frist beginnt mit der Schaltung des ersten Werbemittels, wenn nicht anders vereinbart.

3. Bei Erwerterung 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 Anzeigerjahres geltend gemacht wird. Erreicht ein Auftrag nicht das vorhergesehene Auftragsvolumen, so wird der zu viel gewährte Preisnachlass nachträglich in Rechnung gestellt.

4. Auftragsrechnungen sind innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfänger der Rechnung laufenden Frist zu bezahlen, sofern nichts anderes 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 Zahlungsziel von einer Vorauszahlung und vom Ausschiffen öffentlicher 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 Anzeigerjahres 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 Anzeigerjahres 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.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

### 3 Geografische Verbreitungsanalyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
<b>Inland</b>	95,7	9.843
<b>Ausland</b>	1,1	115
<b>Sonstige*</b>	3,2	329
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)</b>	<b>100,0</b>	<b>10.287</b>
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
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage Inland (tvA)</b>	<b>100,0</b>	<b>9.843</b>

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

Die detaillierte Beschreibung der Erhebungsmethode finden Sie auf Seite 20

## 1.1 Branchen/Wirtschaftszweige

WZ 2008 Code	Empfängergruppen (lt. Klassifikation der Wirtschaftszweige 2008)	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
		%	Empfänger
	<b>Selbständige Unternehmen des Werkzeug- und Formenbaus</b>	<b>33,0</b>	<b>3.395</b>
	<b>Unternehmen mit eigenem Werkzeug-, Formen- oder Vorrichtungsbau in folgenden Branchen</b>	<b>62,5</b>	<b>6.429</b>
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
<b>71.12</b>	<b>Ingenieurbüros für technische Fachplanung</b>	<b>1,3</b>	<b>134</b>
	<b>Sonstige*</b>	<b>3,2</b>	<b>329</b>
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)</b>		<b>100,0</b>	<b>10.287</b>

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

## 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
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)</b>	<b>100,0</b>	<b>10.287</b>

## 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
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)</b>	<b>100,0</b>	<b>10.287</b>

\* 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  
**Geschäftszweck:** Werkzeugbau 94  
7360 Wirsbich  
Telefon: +49 7181 4027-0  
Telefax: +49 7181 40351  
E-Mail: info@nonnenmann-gmbh.de  
Internet: www.nonnenmann.net  
Dipl. Betriebs- u. Pw. Ingen. Nonnenmann  
Deutschland, USA, China, Indien

**Geschäftsführung:**  
**Standorte:** namhafte Kunden der Werkzeug- und Formenbau-Branche  
**Branchen:** 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 Mitarbeiter in 4 Standorten, ein eigenes Logistikzentrum und das 2014 erstmals 'Technikum' gewonnenen Lösungen für alle Wünsche an einen modernen, marktorientierten Lieferanten.

Neben sämtlichen Komponenten für den Werkzeug- und Formenbau wurde in den letzten Jahren im Bereich Sonderbau noch Know-how in einem deutlich vergrößerten Produktionszentrum erlangt. Im Bereich Normteile ist das ZfP der Nonnenmann GmbH durch ein umfassendes Sortiment des Beschaffungsspektrums für den Kunden zu optimieren und bietet deshalb vom Auslieferung über Fertigung, Lagerhaltung, Montage und Temperieranschau und -schleife alles aus einer Hand. Auf Wunsch erhalten Sie selbst Auswerbe mit Vertriebsberatung, werbliche Konzepte u.ä.

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



Komplettanbieter mit „präzision 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  
**Geschäftszweck:** Normierung 4  
D-91313 Ludmorsch  
Telefon: +49 2301 957-0  
Telefax: +49 2301 957-237  
E-Mail: info@hasco.com  
Internet: www.hasco.com

**Geschäftsführung:** Mag. Christoph Ehrlich  
**Standorte:** Weltweit an 35 Standorten vertreten  
**Branchen:** Maschinenbau  
**Einsatzbereiche:** Normen und Normarbeitstechnik für den Werkzeug- und Formenbau und die kunststoffverarbeitende Industrie



Formenbau beginnt mit HASCO

**Das Programm**

HASCO International ist ein weltweit führender Anbieter von modifizierten Aufgaben-Normen und 2-Darstellungen, ermöglicht die einheitliche 3D-Formen zu bauen – in 4KADAT, Innovationskraft, Effizienz und Leistung.

Das Angebot umfasst über 100.000 Produkte, die Individualität und universelle Normen- und Maßkennal-Lösungen für den Werkzeug- und Formenbau und die kunststoffverarbeitende Industrie bieten.

Weltweit gewinnbringend und 700 Mitarbeiter an 35 Standorten eine sichere, verlässliche und global anknüpfende HASCO-Standard. Mehr als 25.000 Kunden in 100+ Ländern profitieren diese Know-how, die Zuverlässigkeit der Mitarbeiter sowie die Präzision und die Qualität der HASCO Normen.

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