

2010

Preisstabil
auch 2010!



MEDIA

Informationen Print + Online

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



m_f verlag
moderne industrie

erfolgsmedien für experten

1 Kurzcharakteristik:

werkzeug&formenbau ist ein meinungsbildendes, kritisches und unabhängiges 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, Anwenderstorys und Produktberichten bietet **werkzeug&formenbau** zudem die Basis zur wirtschaftlichen Optimierung von Arbeitsabläufen.

- 2 Erscheinungsweise:** 5x jährlich (siehe Themenplan)
- 3 Jahrgang:** 20. Jahrgang 2010
- 4 Web-Adresse (URL):** www.werkzeugundformenbau.de
- 5 Mitgliedschaften:** FIPS, Media-Datenbank der Deutschen Fachpresse
- 6 Organ:** -
- 7 Herausgeber:** verlag moderne industrie GmbH
- 8 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.werkzeugundformenbau.de
E-Mail: Redaktion: richard.pergler@mi-verlag.de
Anzeigen: thomas.seidel@mi-verlag.de

9 Redaktion:

Richard Pergler
Telefon: 0 81 91 / 125-697
E-Mail: richard.pergler@mi-verlag.de

10 Anzeigen:

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

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

11 Vertrieb:

Telefon: 0 61 23 / 92 38-257

12 Bezugspreis:

(inkl. Versandkosten und MwSt.)
Jahresabonnement Inland € 68,00
Ausland € 74,00
Einzelverkaufspreis (zzgl. Versandkosten) € 15,00

13 ISSN:

0934-0912

14 Umfangsanalyse:

2008 = 5 Ausgaben

Format der Zeitschrift: DIN A4

Gesamtumfang:	460 Seiten =	100,0 %
Redaktioneller Teil:	313 Seiten =	67,7 %
Anzeigenteil:	147 Seiten =	32,3 %
Beilagen/Einhefter:	2 Stück	

15 Inhalts-Analyse Redaktion:

2008 = 313 Seiten

Fertigungstechnik/Werkzeugmaschinen	76 Seiten =	24,4 %
Steuerungen, Qualitätssicherung	29 Seiten =	9,3 %
CAD/CAM, Entwicklung	96 Seiten =	30,8 %
Betriebs- und Fertigungsorganisation	25 Seiten =	8,1 %
Normalien, Betriebsausrüstung, Werkstoffe	33 Seiten =	10,6 %
Nachrichten, Produktinformationen	39 Seiten =	12,5 %
Trendberichte, Veranstaltungen, Kommentare	15 Seiten =	4,3 %

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

Adressvermietung

Optimieren Sie Ihre Direktmailing-Aktionen! verlag moderne industrie und Hühlig bieten Ihnen den Zugriff auf eine aktuelle Adressdatenbank mit rund 500.000 Ansprechpartnern. Selektionen nach Wirtschaftszweigen, (z.B. Maschinenbau, Fahrzeugbau), Funktionen (z.B. Unternehmensleitung, Konstruktion, Entwicklung), Positionen (z.B. Werks-Betriebsleitung, Abteilungsleitung, Fachkraft), Betriebsgröße (z.B. ab 50 Mitarbeiter bis 1000 Mitarbeiter) 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

Nähere Informationen entnehmen Sie bitte dem Sonderblatt „Online-Werbung“, Seite 10 und 11.

Sonderdrucke

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

mic – management information center GmbH

Die mic GmbH plant, konzipiert und organisiert unter den Marken mic und managerakademie Kongresse, Seminare und Tagungen in den Bereichen Medizin, Umwelt/Sicherheit, Energie, Automobil, Industrietechnik, Produktion und Verkehr/Logistik, Finanzen/Banken/Versicherungen sowie Marketing/Kommunikation. Viele Veranstaltungen bieten zudem anspruchsvolle Fachausstellungen und Firmenpräsentationen. Darüber hinaus planen und organisieren mic und managerakademie auf den jeweiligen Kunden zugeschnittene Veranstaltungsformate auch als Dienstleistung für Interessenten aus Industrie, Wirtschaft und Wissenschaft.

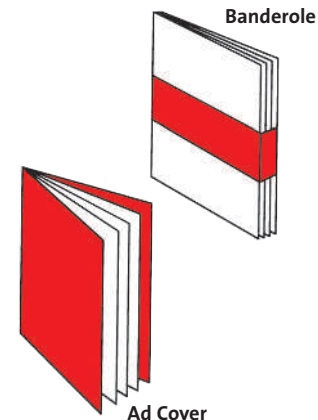
Weitere Informationen zu allen Sonderwerbformen erhalten Sie von Ihrem Verkaufsteam!

Sonderwerbformen

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

Unsere Sonderwerbformen sind:

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



Ad Cover: Drumherum – aber nicht außen vor!

Dieser 4-seitige Bogen wird um den regulären Heftumschlag herumgelegt. Nur bei Klammerheftung möglich!

Banderole: Um diesen Eyecatcher kommt man nicht drum herum!

Auf der Titelseite kann z. B. auf eine Anzeigenseite im Heft verwiesen werden. Die Banderole wird mit Klebestreifen auf der Rückseite verschlossen. Sie ist in verschiedenen Breiten erhältlich.

Informieren Sie sich über Insertionsmöglichkeiten und Themenvorschau!



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

1 Auflage:
Druckauflage: 10.548 Exemplare
Tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt: 10.217 Exemplare
(lt. AMF-Schema 2, Ziffer 17)

2 Zeitschriftenformat: DIN A4, 210 mm breit, 297 mm hoch
Satzspiegel: 178 mm breit, 257 mm hoch
4 Spalten je 41 mm breit

3 Druckverfahren: Bogen-Offset
Bindeverfahren: Rücken-Drahtung

Druckunterlagen: 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.

Farbanzeigen: Bei digital übermittelten Druckvorlagen für Farbanzeigen ist gleichzeitig ein Farb-Proof mit Fogra Medienkeil Version 2.0 oder 2.2 und einem Proof- bzw. Messprotokoll (= Zertifikat) vom Kunden mitzuliefern. Ansonsten bestehen keine Ersatzansprüche des Kunden wegen etwaiger Farbabweichungen.

Vorgaben für das Proof: Nach FOGRA-Standard. Mit FOGRA Medienkeil 2.0 oder 2.2 nach Standard, ISOwebcoated.icc für Inhalt in der Regel Papiertyp 3 FOGRA 28L - nach Standard, ISOcoated_v2_eci.icc für Umschlag in der Regel Papiertyp 2 FOGRA 39L - nach Standard.

Weitere Informationen über Voreinstellungen des PDF-Formates unter www.pdf-club.de oder technische Hotline (0 81 91) 1 25-8 75

4 Termine: siehe Termin- und Themenplan
Erscheinungsweise: 5 x jährlich
Erscheinungstermin: siehe Termin- und Themenplan
Anzeigenschluss: 4 Wochen vor Erscheinen

5 Verlag: verlag moderne industrie GmbH
Hausanschrift: Justus-von-Liebig-Str. 1
86899 Landsberg
Postanschrift: 86895 Landsberg
Internet: www.werkzeugundformenbau.de
Anzeigenabteilung: Thomas Seidel, Helmut Schempp
Telefon: 0 81 91 / 1 25-4 12
Telefax: 0 81 91 / 1 25-4 83
E-Mail: thomas.seidel@mi-verlag.de

6 Zahlungsbedingungen: netto innerhalb 30 Tagen nach Rechnungsdatum bei Vorauszahlung 2 % Skonto, bei Bankeinzug 3 % Skonto

Bankverbindungen: Sparkasse Landsberg
BLZ 700 520 60
Kto. 37754

Postbank München
BLZ 700 100 80
Kto. 786 13801

7 Anzeigenformate (s. Info-Blatt Seite 6) und 4c-Preise (voll rabattfähig):

Format	Breite x Höhe in mm	Preise in €
1/1 Seite	178 x 257	5.380,-
2/3 Seite	116 x 257 / 178 x 169	3.730,-
1/2 Seite	86 x 257 / 178 x 126	3.180,-
1/3 Seite	56 x 257 / 178 x 83	2.240,-
1/4 Seite	86 x 126 / 178 x 62 / 41 x 257	1.510,-
1/8 Seite	41 x 126 / 86 x 62 / 178 x 29	990,-

7.1 1/1 Seite schwarz/weiß: 4.040,-

Kleinere Formate anteilig

Sonstige Formate:

Berechnung nach mm-Preis (Spaltenbreite 41 mm)

ab 300 mm € 5,23

bis 300 mm € 6,53

(Mindestgröße 50 mm)

Vorzugsplätze:

2. Umschlagseite – 4c € 5.990,-

4. Umschlagseite – 4c € 5.990,-

8 Zuschläge: (nicht rabattierbar)

8.1 Einzelfarbzuschläge:

je Skalenfarbe für 1/1 Seite € 410,-

je Skalenfarbe für kleinere Formate € 360,-

8.2 Zuschläge für Platzierungen:

Platzierungsvorschriften ab 1/2 Seite 10 %

9 Rubrikanzeigen:

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

Stellensuche: 50 % Rabatt auf den regulären Preis (siehe Punkt 7)

10 Sonderwerbformen (s. auch Seite 3):

Sonderdrucke und PDF's auf Anfrage

11 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 %

12 Kombinationen:

Anzeigenkombinationen mit den verlag moderne industrie-Zeitschriften sind jederzeit möglich. Kombirabatt auf Anfrage.

13 Einhefter:

Umfang	Papiergewicht	bis 170 g/m ²	über 170 g/m ²
2 Seiten		4.750,-	4.950,-
4 Seiten		8.080,-	8.340,-

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.

14 Beilagen:

(nicht rabattfähig und nur für Gesamtauflage)

bis zu 25 g Gewicht € 4.040,-

je weitere 25 g Gewicht € 2.020,-

(Preise einschl. Portoanteil)

max. Papierformat 20 x 29 cm

Anlieferung: Muster bei Auftragserteilung.

Auflage bis 10 Tage vor Erscheinen.

15 Aufgeklebte Postkarten:

In Verbindung mit Anzeige oder Einhefter € 990,-

Zuzüglich Klebekosten

– für maschinelle Verarbeitung € 450,-

– für manuelle Verarbeitung € 1.000,-

16 Lieferanschrift für Einhefter, Beilagen und Beikleber:

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



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

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

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

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

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

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

*angeschnitten

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

*angeschnitten

— Anschnittformate inkl. 3 mm Beschnittzugabe



online + print: bei Ihrer Zielgruppe präsent!

- Rubrikwahl nach Rücksprache
- Ergänzungsmöglichkeit des Eintrages durch Ihr persönliches Logo (auch in Farbe möglich)
- Standardeintrag kostenfrei auf www.werkzeugundformenbau.de
- Monatliche Neuaufnahme möglich

Preise*:

mm-Preis	€ 2,46 pro Ausgabe und Rubrik
Farblogo	€ 25,- pro Ausgabe
Link im Online-Guide	€ 60,- pro Link (€ 10,- pro Monat)

Alle Preise verstehen sich zzgl. MwSt.

*Ihr Eintrag ist weder rabatt-, noch provisionsfähig.

Erscheinungsweise: 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 und
 Ihrem Zusatztext

SCHUMAG



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)

Adresseintrag mit
 Ihrem Firmenlogo



Entwicklungs- und Vertriebs-GmbH & Co. KG
 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)

Originalschrift:

Helvetica medium cond., 8,5 Pkt.
 (Beispiele um 40 % verkleinert.)

Termine		1/10 Februar	2/10 April	3/10 Juni	4/10 September	5/10 November
	Anzeigenschluss	21.01.2010	01.04.2010	27.05.2010	26.08.2010	29.10.2010
	Erscheinungstermin	16.02.2010	28.04.2010	22.06.2010	21.09.2010	24.11.2010
Messen/ Sonderthemen			Medizintechnik	Messtechnik	AMB, Stuttgart Innovationswegweiser	EuroMold, Frankfurt Innovationswegweiser
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					
	• Rapid Manufacturing	●	●		●	●
	• Rapid Tooling		●		●	●
	• Rapid Prototyping	●	●	●		●
	Spanende Fertigungsverfahren					
	• Drehen		●		●	
	• Fräsen	●	●	●	●	●
	• Schleifen	●			●	
	• HSC-Bearbeitung	●	●	●	●	●
	• 5-Achs-Bearbeitung	●	●	●	●	●
	• Hartbearbeitung		●			
	Werkzeugtechnik					
	• Fräsen	●	●	●	●	●
	• Drehen		●		●	
	• Schleifen			●	●	
	• Bohren/Tiefbohren		●		●	●
	• Spanntechnik	●			●	
	EDM					
	• Senkerodieren	●	●		●	●
	• Drahterodieren	●		●	●	●
	• Komponenten		●			●
	Spanntechnik				●	
	Laser					
	• Auftragsschweißen	●		●		●
	• Schneiden				●	●
	• Beschriften			●	●	●
	Wasserstrahlschneiden		●			●
	Steuerungs- und Antriebstechnik	●		●	●	
Messtechnik/Qualitätssicherung	●	●			●	
Fertigungsplanung						
• PPS			●		●	
• ERP		●		●	●	
• BDE/MDE	●	●				
Komponenten						
• Werkstoffe	●	●	●	●	●	
• Normalien	●				●	
• Heißkanaltechnik	●	●	●	●	●	
• KSS/MMKS		●			●	
Marktbilder		Erodieranlagen		Heißkanal		ERP-Systeme

*Innovationswegweiser: DIN A5-Vollbeilage in werkzeug&formenbau und fertigung; Gesamtauflage = 29.500 Exemplare; siehe Umschlagklappe Seite 17.

Messen/In- und Ausland

EUROGUSS	Nürnberg, 19. – 21.01.2010
METAV	Düsseldorf, 23. – 27.02.2010
GrindTec	Augsburg, 17. – 20.03.2010
Medtec	Stuttgart, 23. – 25.03.2010
Control	Stuttgart, 04. – 07.05.2010
Rapid Tech	Erfurt, 18. – 19.05.2010
Aluminium	Essen, 14. – 16.09.2010
AMB	Stuttgart, 28.09. – 02.10.2010
Euro BLECH	Hannover, 26. – 30.10.2010
K'2010	Düsseldorf, 27.10. – 03.11.2010
Euro mold	Frankfurt, 01. – 04.12.2010

werkzeug & formenbau

Ansprechpartner Redaktion:

Richard Pergler (verantwort.)
Tel.: 0 81 91/125-697, Fax: 0 81 91/125-822
E-Mail: richard.pergler@mi-verlag.de

Ansprechpartner Anzeigen:

Helmut Schempp (Leitung)
Tel.: 0 81 91/125-449, Fax: 0 81 91/125-483
E-Mail: helmut.schempp@mi-verlag.de

Thomas Seidel
Tel.: 0 81 91/125-412, Fax: 0 81 91/125-483
E-Mail: thomas.seidel@mi-verlag.de

Unser Onlineangebot

- 1 Web-Adresse:** www.werkzeugundformenbau.de
- 2 Kurzcharakteristik:** Internet-Angebot der B-to-B-Kommunikation für Entscheider und Anwender aus den Bereichen Werkzeug-, Formen-, Gesenk- und Vorrichtungs-bau. Täglich aktuelle Nachrichten, zudem Produkt- und Firmendatenbank, Marktübersichten und Hintergrundberichte.
- 3 Zielgruppe:** Entscheider und Anwender aus den Bereichen Werkzeug-, Formen-, Gesenk- und Vorrichtungs-bau

ALLES AN SEINEM PLATZ – UNSER NEUES MEDIADATENPORTAL

mediadaten.mi-verlag.de

Banner und Newsletteranzeigen:

Werbeform	Position	Platzierung	Format in Pixel (Breite x Höhe)	Preis/Woche
Auf der Webseite:				
Fullsizebanner (= Headbanner)	Top	Alle Rubriken oder nur Thema oder nur Homepage	468 x 60	€ 80,-
Skyscraper	Rechts neben der Webseite	Alle Rubriken oder nur Thema oder nur Homepage	120 bis 160 x 600	€ 140,-
Leaderboard od. Superbanner	Top	Alle Rubriken oder nur Thema oder nur Homepage	728 x 60 bis 90	€ 150,-
Rectangle	Rechts oben	Alle Rubriken oder nur Thema oder nur Homepage	180 x 150	€ 60,-
Wallpaper	Top	Alle Rubriken oder nur Thema oder nur Homepage	Skyscraper + Leaderboard	€ 290,-

Sonderwerbformen:

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

Crossmediapakete:

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

werkzeug & formenbau Entdecken Sie Materialfluss hier!

EXCELLENCE IN PRODUCTION 2009

Gewinner unseres diesjährigen Preisausschreibens auf der EuroMold ist Markus Kiner, Prokurist und Vertriebsleiter bei der CNC Speedform AG. Er hat am Stand des verlags moderne industrie bei unserem Golf-Gewinnspiel bewiesen, dass bei ihm nicht nur der Abschlag stimmt, sondern auch das Einlochen. Das Losglück machte ihn dann zum Gewinner. Sein Preis: ein Gutschein von "Golf House" über 250 Euro. Damit er auch weiterhin einen starken Auftritt am Green hat.

► **Mediadaten**

Portrait einer Branche 2008

- Werkzeug und Formenbau - Eine Branche stellt sich vor (2008 Teil 1)
- Werkzeug und Formenbau im Portrait (2008 Teil 2)
- Branchenverzeichnis Werkzeug und Formenbau (2008 Teil 3)

► **Marktbilder 2009**

- Graphit-Rohlinge

► **Marktbilder 2008**

- CAM-Systeme
- Zykliendrehmaschinen

Rabatte:

Kombi-Rabatt Print/Online: 5 %
Mengenstaffel für Online-Schaltungen

3 Banner	3 %
6 Banner	5 %
9 Banner	10 %

Rabatt gilt bei Schaltung innerhalb von 12 Monaten auf den Grundpreis und für unterschiedliche Positionen, bei gleicher Position nur für unterschiedliche Kampagnen.

Zugriffskontrolle:

–

Zugriffe (pro Monat):

Page Impressions (bereinigt, ohne Suchmaschinen)
6.870

Datenanlieferung:

mindestens 1 Woche vor Schaltbeginn per E-Mail an thomas.seidel@mi-verlag.de

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

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

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

Externer AdServer-Einsatz: OpenAdstream von RealMedia

Ansprechpartner: Thomas Seidel Tel. +49 (0)8191/125-412
E-Mail: thomas.seidel@mi-verlag.de

16 Auflagenkontrolle:			
17 Auflagenanalyse:	Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt (1. Juli 2008–30. Juni 2009)		
Druckauflage:	10.548		
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):	10.217	davon Ausland:	320
Verkaufte Auflage:	1.004	davon Ausland:	107
– Abonnierte Exemplare:	681	davon Mitgliederstücke:	0
– Sonstiger Verkauf:	323		
– Einzelverkauf:	0		
Freistücke:	9.213		
Rest-, Beleg- und Archivexemplare:	331		

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

18 Geographische Verbreitungsanalyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	92,8	9.478
Ausland	3,1	320
Sonstige*	4,1	419
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	10.217

Verbreitung nach Nielsen-Gebieten:	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Nielsen-Gebiet 1 Hamburg, Bremen, Schleswig-Holstein, Niedersachsen	10,1	958
Nielsen-Gebiet 2 Nordrhein-Westfalen	23,9	2.265
Nielsen-Gebiet 3a Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland	14,0	1.327
Nielsen-Gebiet 3b Baden-Württemberg	23,3	2.208
Nielsen-Gebiet 4 Bayern	16,3	1.545
Nielsen-Gebiete 5–7 Berlin und neue Bundesländer	12,4	1.175
Tatsächlich verbreitete Auflage Inland (tvA)	100,0	9.478

19 Branchen/Wirtschaftszweige/Fachrichtungen/Berufsgruppen

Nr. der Klassifikation WZ 2008	Empfängergruppen (lt. Klassifikation der Wirtschaftszweige, WZ 2008)	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
		%	Empfänger
	Selbständige Unternehmen des Werkzeug- und Formenbaus	33,6	3.433
	Unternehmen mit eigenem Werkzeug-, Formen- oder Vorrichtungsbau in folgenden Branchen	61,4	6.273
22	Herstellung von Gummi- und Kunststoffwaren	26,8	1.681
24.4	NE-Metallerzeugnisse / -bearbeitung	2,7	169
24.5	Gießereien	6,9	433
25, 25.4	Herstellung von Metallerzeugnissen, Schmiede-, Press-, Zieh- und Stanzteile	27,7	1.738
28	Maschinenbau	16,4	1.029
27.1, 26.3	Elektrotechnik, Elektronik	5,6	351
26.51, 26.6, 26.7, 32.5	Medizin-, Mess-, Steuer- und Regelungstechnik, Optik	8,2	514
29, 30	Herstellung von Kraftwagen und Kraftwagenteilen, sonstiger Fahrzeugbau (Schiff-, Schienen-, Luft- und Raumfahrzeugbau)	5,7	358
71.12	Ingenieurbüros für technische Fachplanung	0,9	92
	Sonstige*	4,1	419
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)		100,0	10.217

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

20 Größe der Wirtschaftseinheit

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Empfänger
1–99 Beschäftigte	46,0	4.700
100–199 Beschäftigte	15,6	1.594
200–499 Beschäftigte	18,1	1.849
500–999 Beschäftigte	9,3	950
1000 und mehr Beschäftigte	6,9	705
Sonstige*	4,1	419
Tatsächlich verbreitete Auflage	100,0	10.217

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

21.1 Tätigkeitsmerkmal: Aufgabenbereich

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Empfänger
Unternehmensleitung / Technische Leitung	39,2	4.005
Leitung Werkzeugbau inkl. selbständiger Werkzeug- und Formenbauer	44,1	4.506
Entwicklung / Konstruktion	12,6	1.287
Sonstige*	4,1	419
Tatsächlich verbreitete Auflage	100,0	10.217

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

21.2 Tätigkeitsmerkmal: Stellung (Position) im Betrieb

- 22 Bildung/Ausbildung: Berufliche Stellung
- 23 Alter
- 24 Gemeindegrößenklassen

} Nicht erhoben, weil der Nutzungswert dieser Fachzeitschrift beim Empfänger hiervon nicht abhängig ist.

1. Untersuchungsmethode

Empfänger-Struktur-Analyse durch Dateiauswertung – Total-Erhebung

2. Beschreibung der Empfängerschaft zum Zeitpunkt der Datenerhebung:

2.1. Beschaffenheit der Datei

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

2.2. Gesamtzahl Empfänger in der Datei: 20.397

2.3. Gesamtzahl wechselnder Empfänger: 16.003

2.4. Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

– Verkaufte Auflage	1.004
davon: abonnierte Exemplare	681
Einzelverkauf	0
sonstiger Verkauf	323
– Freistücke	9.213
davon: ständige Freistücke	3.390
wechselnde Freistücke	5.492
Werbeexemplare	331

Tatsächlich verbreitet Auflage (tvA)	10.217
→ davon Inland	9.897
→ davon Ausland	320

3. Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil)

Grundgesamtheit (tvA)	10.217 = 100 %
Davon in der Untersuchung nicht erfasst:	
→ Werbeexemplare	331 = 3,24 %
Die Untersuchung repräsentiert a	
von der Grundgesamtheit (tvA)	9.886 = 96,76 %

3.2 Tag der Datei-Auswertung: 01.08.2009

3.3 Beschreibung der Datenbasis:

Für die Zuordnung der Empfänger zu den Merkmalen Branchen, Betriebsgröße und Tätigkeitsmerkmale wurden die bei der Vertriebsunion Meynen in Eltville gespeicherten Daten verwendet.

3.4 Zielperson der Untersuchung:

Die in der Datei erfassten persönlichen Empfänger in Institutionen.

3.5 Definition des Lesers: entfällt

3.6 Zeitraum der Untersuchung: Juni 2009

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.

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen, Beilagen und Online-Werbemittel

§ 1 Geltung, Ausschlusskriterium

1. Für die Annahme und die Veröffentlichung aller Werbeaufträge sowie Folgeaufträge gelten ausschließlich die vorliegenden AGB sowie die zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses aktuelle Preisliste des Verlages, deren Regelungen einen wesentlichen Vertragsbestandteil 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 eines Musters angenommen.

§ 2 Angebot, Vertragschluss

1. Aufträge für Anzeigen können persönlich, telefonisch, schriftlich, per Telefax, per E-Mail oder per Internet aufgegeben werden. Der Verlag haftet nicht für Übermittlungsfehler.
2. Der Vertrag kommt erst durch die schriftliche Auftragsbestätigung des Verlages zustande. Es gilt jeweils die im Zeitpunkt des Vertragsschlusses gültige Preisliste.
3. Der Verlag ist berechtigt, Auftragsaufträge, 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 vom deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde, deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder Beilagen durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestands aus Zeitung oder Fremdenzeitung enthalten. Der Verlag hat die Ablehnung unverzüglich nach Kenntniserlangung der betreffenden Inhalte zu erklären.

§ 3 Preise, Zahlungsbedingungen, Preiserminderung

1. Der Preis für die Veröffentlichung einer Anzeige richtet sich nach der zurzeit gültigen Preisliste. Bei Änderung der Anzeigenpreisliste gelten die neuen Bedingungen auch für laufende Verträge.
2. Die in der Preisliste bezeichneten Nachlässe werden dem Auftraggeber und nur für die innerhalb eines Jahres erscheinenden Anzeigen gewährt (Anzeigenjahr). Wiederholungsrabatte gelten nur innerhalb eines Anzeigenjahres. Die Frist beginnt mit dem Erscheinen der ersten Anzeige, 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 zuviel gewährte Preisnachlass nachträglich in Rechnung gestellt.
4. Die Rechnungsbeiträge netto (ohne Umsatzsteuer) innerhalb von 30 Tagen ab Rechnungsdatum zur Zahlung fällig. Bei Vorauskauf gewährt der Verlag dem Auftraggeber ein Skonto in Höhe von 2 % des Rechnungsbetrags. Bei der Einräumung einer Einzugsvollmacht erhöht sich der Skontozusatz auf 3 % des Rechnungsbetrags.
5. Zahlungen müssen kosten- und spesenfrei auf die in der Rechnung angegebenen Konten des Verlages geleistet werden.
6. Bei Zahlungsverzug werden Zinsen entsprechend § 288 BGB berechnet. Mahn- und Inkassokosten, die durch Zahlungsverzug entstehen, trägt der Auftraggeber. Kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Bezahlung zurück gestellt und Vorauszahlung verlangt. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Abschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen abweichend von einem ursprünglich vereinbarten Zahlungsverzug von der Voraussetzung des Anzeigenentgelts und vom Ausgleich offener Rechnungen abhängig zu machen. Fehlerhafte Anzeigenrechnungen können innerhalb von sechs Monaten nach Rechnungsstellung korrigiert werden.
7. Sämtliche Preise verstehen sich zuzüglich Mehrwertsteuer in gesetzlicher Höhe am Tag der Rechnungsstellung.
8. Bei Auftragsaufträgen aus dem Ausland, die nicht mehrwertsteuerpflichtig sind, erfolgt die Rechnungserstellung ohne Mehrwertsteuerberechnung. Der Verlag ist zur Nachberechnung der Mehrwertsteuer berechtigt, wenn die Finanzverwaltung die Steuerpflicht der Anzeige bejaht.
9. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preiserminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann eine Preiserminderung berechtigter Mangel, wenn eine zugesicherte Auflage um mindestens 20 % unterschritten wird.

§ 4 Vertragsabwicklung

1. Anzeigenaufträge sind innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzuwickeln, beginnend mit dem Erscheinen der ersten Anzeige.
2. Für die rechtzeitige Lieferung fehlerfreier Druckvorlagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckvorlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet für die belegte Ausgabe übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Druckvorlagen werden nur auf besondere Aufforderung an den Auftraggeber zurückgesandt, andernfalls gehen sie in das Eigentum des Verlages über. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet sechs Monate nach Ablauf des Auftrages.
3. Kosten für die Anfertigung bestimmter Vorlagen, Filme oder Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen trägt der Auftraggeber.
4. Probeabzüge 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 zum Druck als erteilt.
5. Komplette Belegexemplare liefert der Verlag auf Anfrage nur ab viertelseitigen Anzeigen.
6. Die Aufmachung und Kennzeichnung redaktionell gestalteter Anzeigen ist rechtzeitig vor Erscheinen mit dem Verlag abzustimmen. Unzulänglichkeiten müssen durch eine Grundschrift vom redaktionellen Teil unterscheiden. Der Verlag ist berechtigt, Anzeigen, die nicht als solche zu erkennen sind, deutlich als Werbung zu kennzeichnen.
7. Zuschriften auf Briefchenanzeigen werden bis vier Wochen nach Veröffentlichung der Anzeige aufbewahrt und dem Auftraggeber auf normalem Postwege zugesandt (auch wenn es sich um Express- oder Einschreibesendungen handelt). Eine Gewähr für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Offerten übernimmt der Verlag jedoch nicht.
8. Die in der Preisliste ausgewiesenen Anzeigenschlüsse und Erscheinungstermine sind für den Verlag unverbindlich. Dem Verlag steht es frei, diese kurzfristig im Einvernehmen mit dem Auftraggeber abzuändern oder zusammenzufassen.
9. Anzeigenaufträge können nur rechtzeitig, spätestens zum Anzeigenschlusstermin, und schriftlich, per Telefax oder E-Mail gekündigt werden. Ist die Anzeige bereits in Druck gegeben, hat der Auftraggeber die Anzeige zu bezahlen. Ansonsten kann der Verlag ein Guthaben bei der Kündigung angefallenen Kosten nach den gesetzlichen Vorschriften verlangen.

10. Der Auftraggeber ist für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der Anzeige verantwortlich. Er stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter wegen der Veröffentlichung der Anzeige frei, einschließlich der angemessenen Kosten zur Rechtsverteidigung. Der Verlag ist nicht zur Prüfung verpflichtet, ob ein Anzeigenauftrag die Rechte Dritter beeinträchtigt. Wird der Verlag durch gerichtliche Verfügung z.B. zum Abdruck einer Gegenandstellung aufgrund der geschalteten Anzeige verpflichtet, hat der Auftraggeber die Kosten nach der gültigen Anzeigenpreisliste zu tragen.

11. Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen gegenüber den Werbungstreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Vermittlungsprovision errechnet sich aus dem Kundennetto, also nach Abzug von Rabatt, 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. Anzeigenaufträge durch Werbeagenturen werden in deren Namen und auf deren Rechnung erteilt. Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Auftraggeber im Zweifel mit der Werbeagentur zustande. Soll ein Werbungstreibender Auftraggeber werden, muss dies gesondert unter namentlicher Nennung des Werbungstreibenden vereinbart werden. Der Verlag ist berechtigt, von der Werbeagentur einen Mandatsnachweis zu verlangen.

§ 5 Mängelgewährleistung

1. Für die Aufnahme von Anzeigen in bestimmte Nummern oder Ausgaben oder an bestimmten Plätzen wird keine Gewähr geleistet.
2. Der Verlag gewährleistet einwandfreie Wiedergabe der Anzeigen entsprechend Ausdruck auf Auflagenpapier. Voraussetzung ist die Zusendung geeigneter Druckvorlagen (vgl. Angaben in Preisliste).
3. Farbanzeigen: Bei digital übermittelten Druckvorlagen für Farbanzeigen ist gleichzeitig ein Farb-Proof vom Kunden mitzuliefern. Ansonsten bestehen keine Ersatzansprüche des Kunden wegen Farbabweichungen.
4. Reklamationen müssen vom Auftraggeber bei offensichtlichen Mängeln spätestens innerhalb von zwei Wochen nach Eingang der Rechnung geltend gemacht werden. Nicht offensichtliche Mängel muss der Auftraggeber spätestens ein Jahr nach Veröffentlichung der Anzeige geltend machen. Bei fehlenden Reklamationen, bei fehlendem Abdruck einer Anzeige, trotz rechtzeitiger Lieferung einwandfreier Druckvorlagen und rechtzeitiger Reklamation, kann der Auftraggeber den Abdruck einer einwandfreien Ersatzanzeige verlangen. Der Anspruch auf Nacherfüllung ist ausgeschlossen, wenn dies für den Verlag mit unverhältnismäßigen Kosten verbunden ist. Lässt der Verlag eine ihm gesetzte angemessene Frist verstreichen, verweigert er die Nacherfüllung, ist die Nacherfüllung dem Auftraggeber nicht zumutbar oder schließt sie fehl, so hat der Auftraggeber das Recht, vom Vertrag zurückzutreten oder Zahlungs minderung in dem Ausmaß geltend zu machen, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Gewährleistungsansprüche von Kaufleuten verjähren 12 Monate nach Veröffentlichung der entsprechenden Anzeige. Beachtet der Auftraggeber die Empfehlungen des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von digitalen Druckunterlagen nicht, stehen ihm keine Ansprüche wegen fehlerhafter Anzeigenveröffentlichung zu. Dies gilt auch, wenn er sonstige Regelungen dieser AGB der Preisliste nicht beachtet.
5. Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden diese erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Kunde bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche.
6. Beachtet der Kunde die Empfehlungen des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von digitalen Druckunterlagen nicht, so stehen ihm keine Ansprüche wegen fehlerhafter Anzeigenveröffentlichung zu.
7. Der Kunde haftet dafür, dass die übermittelten Dateien frei von Computerviren sind. Dateien mit Computerviren kann der Verlag löschen, ohne dass der Kunde hieraus Ansprüche herleiten könnte. Der Verlag behält sich zudem Ersatzansprüche vor, wenn die Computerviren beim Verlag weiteren Schaden verursachen.
8. 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

1. Der Verlag haftet für vorsätzlich oder grob fahrlässig verursachte Schäden, für Schäden aus schuldhafter Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit sowie für Schäden aufgrund mindestens leicht fahrlässiger Verletzung einer Pflicht, die für die Erreichung des Vertragszwecks von wesentlicher Bedeutung ist (Kardinalspflicht). Die Schadensersatzpflicht ist - abgesehen von der Haftung für Vorsatz und schuldhafter Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit - auf den vorhersehbaren, typischerweise eintretenden Schaden begrenzt. Im Übrigen sind Schadensersatzansprüche gegen den Verlag unabhängig vom Rechtsgrund ausgeschlossen. Soweit die Haftung des Verlages nach den vorstehenden Regelungen ausgeschlossen oder beschränkt ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung seiner Mitarbeiter, Vertreter und Erfüllungsgehilfen. Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz bleibt unberührt. Schadensersatzansprüche gegen den Verlag verjähren, abgesehen von Ansprüchen aus unerlaubter oder vorsätzlicher Handlung, in 12 Monaten nach dem Zeitpunkt, in dem der Auftraggeber von den den Anspruch begründenden Umständen Kenntnis erlangt hat oder hätte erlangen müssen.
2. Der Verlag wird im Falle höherer Gewalt und bei vom Verlag unverschuldeten Arbeitskampfmassnahmen von der Verpflichtung zur Auftragsbefreiung frei; Schadensersatzansprüche bestehen deswegen nicht.

§ 7 Speicherung von Kundendaten

Der Verlag speichert im Rahmen der Geschäftsbeziehungen die Kundendaten mit Hilfe der elektronischen Datenverarbeitung nach den gesetzlichen Bestimmungen des Bundesdatenschutzgesetzes.

§ 8 Erfüllungsort, Gerichtsstand

1. Sollten eine oder mehrere Bestimmungen des Werbeauftrags/dieser AGB unwirksam sein oder werden, so wird dadurch die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen nicht berührt. Eine unwirksame Bestimmung wird vielmehr im Wege der ergänzenden Vertragsauslegung durch eine solche Regelung ersetzt, die dem von den Vertragspartnern mit der unwirksamen Bestimmung verfolgten wirtschaftlichen Zweck möglichst nahe kommt. Entsprechendes gilt für die Ausfüllung etwaiger Regelungslücken.
2. Änderungen der Bestimmungen des Werbeauftrags/dieser AGB und die Abbedingung des Schrift-/Textformerfordernisses bedürfen der Schrift-/Textform.
3. Es gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechts und unter Ausschluss von Kollisionsrecht. Erfüllungsort ist Landgericht München I. Gerichtsstand für Klagen gegen Kaufleute, juristische Personen des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliche Sondervermögen ist Landsberg am Lech.

Stand: Juli 2009

werkzeug & formenbau



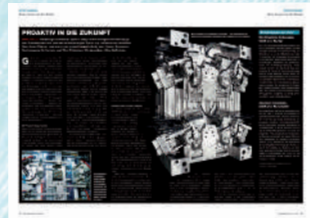
Trendreport

Ausführliche Hintergrundinformationen zu brandheißen Themen: Von der Redaktion recherchiert und aufbereitet.



Benchmark

Lernen von den Besten der Branche.
Erfolgsrezepte exklusiv in werkzeug&formenbau



Umfragen

Seriös recherchiert – heiß diskutiert



Der Innovationswegweiser

werkzeug & formenbau

fertigung



Der **praktische Messeführer** im Format DIN A5 (= 1/2 DIN A4) erscheint als Vollbeilage in beiden Magazinen.

1. zur **AMB** im **September**
2. zur **Euromold** im **November**

Gesamtauflage: 29.500 Exemplare
Mögliche Formate auf DIN A4 – 4c / Preise

- a) 1/2: € 3.260,-
- b) 1/4: € 1.610,-

1 Anzeige – 2 Zielgruppen



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



Wolfgang Pittrich
Redaktion
Tel.: 0 81 91 / 1 25-3 43
E-Mail: wolfgang.pittrich@mi-verlag.de



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



Veronika Gabler
Sekretariat
Tel.: 0 81 91 / 1 25-3 33
E-Mail: veronika.gabler@mi-verlag.de



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



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



Susanne Guggenberger
Anzeigendisposition
Tel.: 0 81 91 / 1 25-8 32
E-Mail: susanne.guggenberger@mi-verlag.de