

# 2011

B30477 / Einzelpreis € 15,-  
Ausgabe 6/10 - September - www.instandhaltung.de

# Instandhaltung

TECHNIK MANAGEMENT MÄRKTE

**Markt:** Ein Hersteller wird zum Profi-Dienstleister 12  
**Fernwartung:** Eine sichere und elegante Lösung 24  
**Wartung:** Den Legionellen keine Chance! 68



**Condition Monitoring**  
Anlagenüberwachung beginnt beim Sensor und endet beim Entscheider. Dazwischen ist viel Technik notwendig, insbesondere zur Datenübertragung und Kommunikation **24**

**m verlag**  
**moderne industrie**  
erfolgsmedien für experten

Beitrag zum Titelbild  
Seite 18



# MEDIA

## Informationen Print + Online

AMF 1: Titelporträt	2
Preise	3/4/5
Formate	6
Sonderwerbformen	7
Termin- und Themenplan	8/9
Online-Werbung	10/11
Markt & Kontakt	12
AMF 2: Auflagenanalyse	13
AMF 3-E: Empfängeranalyse	14/15
Kurzfassung Erhebungsmethode	16
AGBs	17
Gesprächspartner	18

**m verlag**  
**moderne industrie**

erfolgsmedien für experten

Mediengruppe **SV** Süddeutscher Verlag



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

## 1 Kurzcharakteristik:

Das Fachmagazin „Instandhaltung“ befasst sich mit der Inspektion, Wartung und Instandsetzung von Maschinen, Anlagen und Industriebauten aller Branchen. Neben der Vorstellung neuer technischer Verfahren, Ausrüstungen und Werkzeuge werden auch Lösungen zur Organisation und Einbindung von Instandhaltungsmaßnahmen in die betrieblichen Abläufe praxisnah vorgestellt. Das Aufzeigen neuester Trends beim Einsatz moderner Techniken und Organisationsformen macht dieses Fachmagazin zu einer unentbehrlichen Orientierungshilfe für Betriebs- und Instandhaltungsleiter.

**2 Erscheinungsweise:** 9 x jährlich  
(siehe Themenplan)

**3 Jahrgang:** 39. Jahrgang 2011

**4 Web-Adresse (URL):** [www.instandhaltung.de](http://www.instandhaltung.de)

**5 Mitgliedschaften:** –

**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.instandhaltung.de](http://www.instandhaltung.de)  
E-Mail: Redaktion: [ih@mi-verlag.de](mailto:ih@mi-verlag.de)  
Anzeigen: [ih-anz@mi-verlag.de](mailto:ih-anz@mi-verlag.de)

**9 Redaktion:** Ingo Busch  
Telefon: 0 81 91 / 125-376  
E-Mail: [ingo.busch@mi-verlag.de](mailto:ingo.busch@mi-verlag.de)

## 10 Anzeigen:

Anke Träger  
Telefon: 0 81 91 / 125-496  
E-Mail: [anke.traeger@mi-verlag.de](mailto:anke.traeger@mi-verlag.de)

## 11 Vertrieb:

Telefon: 0 61 23 / 92 38-257

## 12 Bezugspreis: (inkl. Versandkosten und MwSt.)

Jahresabonnement	Inland	€ 74,80
	Ausland	€ 85,00
Einzelverkaufspreis (+ Versandkosten)		€ 15,00

## 13 ISSN:

0170-6993

## 14 Umfangsanalyse:

2009 = 6 Ausgaben + 2 Sonderausgaben

Format der Zeitschrift:	DIN A4	
Gesamtumfang:	496 Seiten =	100,00 %
Redaktioneller Teil	310 Seiten =	62,50 %
Anzeigenteil:	186 Seiten =	37,50 %
Beilagen:	16 Stück	

## 15 Inhalts-Analyse des redaktionellen Teils:

2009 = 310 Seiten

Markt und Versorgung	36,0	11,6
Instandhaltungs-Management	53,5	17,2
IH-Software und Managementtools	4,0	1,3
Inspektion und Condition Monitoring	41,0	13,2
Wartung von Maschinen und Anlagen	20,0	6,4
Facility Management	4,0	1,3
Instandsetzung von Maschinen und Anlagen	23,0	7,4
Gebäudeinstandsetzung	8,0	2,6
Medienversorgung und Infrastruktur	9,0	2,9
Arbeits- und Anlagensicherheit	13,0	4,2
Nachrichten	20,0	6,4
Dienstleistungen	10,0	3,2
Sonstiges	69,0	22,3

## 7 Anzeigenpreise (Formate siehe Seite 6):

Alle Preise zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer.

Preise s/w-Anzeigen	Grundpreis	3 % Rabatt	5 % Rabatt	10 % Rabatt	15 % Rabatt	20 % Rabatt
1/1 Seite	4.400,00	4.268,00	4.180,00	3.960,00	3.740,00	3.520,00
2/3 Seite	2.770,00	2.686,90	2.631,50	2.493,00	2.354,50	2.216,00
1/2 Seite	2.430,00	2.357,10	2.308,50	2.187,00	2.065,50	1.944,00
Junior Page	2.430,00	2.357,10	2.308,50	2.187,00	2.065,50	1.944,00
1/3 Seite	1.640,00	1.590,80	1.558,00	1.476,00	1.394,00	1.312,00
1/4 Seite	1.110,00	1.076,70	1.054,50	999,00	943,50	888,00
1/8 Seite	690,00	669,30	655,50	621,00	586,50	552,00
Komplettpreise Farb-Anzeigen	Grundpreis	3 % Rabatt	5 % Rabatt	10 % Rabatt	15 % Rabatt	20 % Rabatt
1/1 Seite	5.200,00	5.044,00	4.940,00	4.680,00	4.420,00	4.160,00
2/3 Seite	3.460,00	3.356,20	3.287,00	3.114,00	2.941,00	2.768,00
1/2 Seite	3.060,00	2.968,20	2.907,00	2.754,00	2.601,00	2.448,00
Junior Page	3.060,00	2.968,20	2.907,00	2.754,00	2.601,00	2.448,00
1/3 Seite	2.040,00	1.978,80	1.938,00	1.836,00	1.734,00	1.632,00
1/4 Seite	1.380,00	1.338,60	1.311,00	1.242,00	1.173,00	1.104,00
1/8 Seite	780,00	756,60	741,00	702,00	663,00	624,00

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

<b>1 Auflage:</b>	
Druckauflage:	12.642 Exemplare
Tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt: (lt. AMF-Schema 2, Ziffer 17)	12.335 Exemplare

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

<b>3 Druckverfahren:</b>	Bogen-Offset
<b>Bindeverfahren:</b>	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](http://www.pdf-club.de) oder technische Hotline (0 81 91) 1 25-338

<b>4 Termine:</b>	siehe Termin- und Themenplan
<b>Erscheinungsweise:</b>	9 x jährlich
<b>Erscheinungstermin:</b>	siehe Termin- und Themenplan
<b>Anzeigenschluss:</b>	siehe Termin- und Themenplan

<b>5 Verlag:</b>	verlag moderne industrie GmbH
<b>Hausanschrift:</b>	Justus-von-Liebig-Str. 1 86899 Landsberg
<b>Postanschrift:</b>	86895 Landsberg
<b>Internet:</b>	<a href="http://www.instandhaltung.de">www.instandhaltung.de</a>
<b>Anzeigenabteilung:</b>	Anke Träger, Helmut Schempp
<b>Telefon:</b>	0 81 91 / 1 25-4 96
<b>Telefax:</b>	0 81 91 / 1 25-4 83
<b>E-Mail:</b>	<a href="mailto:anke.traeger@mi-verlag.de">anke.traeger@mi-verlag.de</a>

<b>6 Zahlungsbedingungen:</b>	netto innerhalb 30 Tagen nach Rechnungsdatum, bei Vorauszahlung 2 % Skonto, bei Bankeinzug 3 % Skonto
-------------------------------	---

<b>Bankverbindungen:</b>	Sparkasse Landsberg BLZ 700 520 60 Kto. 37754 Postbank München BLZ 700 100 80 Kto. 786 13801
--------------------------	---



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

## 8 Zuschläge und Platzierungen:

### 8.1 Farbzuschläge: –

### 8.2 Sonderplatzierungen:

Bindende Platzierungsvorschriften Inselanzeigen	10 % auf Anfrage
--	---------------------

### 8.3 Vorzugsplatzierungen

Titelseite	€ 5.800,–
2. Umschlagseite	€ 5.600,–
4. Umschlagseite	€ 5.600,–

### 8.4 Sonstige Formate:

Berechnung nach mm-Preis (Spaltenbreite 41 mm)		
	s/w	Farbe
ab 300 mm	€ 4,28	€ 5,06
bis 300 mm	€ 5,35	€ 6,33

## 9 Rubrikanzeigen:

Stellenangebot:	25 % Rabatt auf den regulären Preis (siehe Punkt 7)
Stellengesuche:	50 % Rabatt auf den regulären Preis (siehe Punkt 7)
Markt & Kontakt:	siehe gesondertes Blatt Markt & Kontakt, Seite 12

## 10 Sonderwerbformen:

Siehe Informationsblatt Sonderwerbformen, Seite 7

## 11 Rabatte (bei Abnahme innerhalb eines Jahres)

Malstaffel		Mengenstaffel	
ab 2 Anzeigen	3 %	ab 3 Seiten	10 %
ab 4 Anzeigen	5 %	ab 6 Seiten	15 %
ab 8 Anzeigen	10 %	ab 8 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 <sup>2</sup>	über 170 g/m <sup>2</sup>
2 Seiten		4.510,–	4.600,–
4 Seiten		7.660,–	7.810,–

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	€ 4.100,–
je weitere 25 g Gewicht	€ 2.050,–

(Preise einschl. Portoanteil)

max. Papierformat 20 x 29 cm

Anlieferung: Muster bei Auftragserteilung.

Auflage bis 10 Tage vor Erscheinen.

## 15 Aufgeklebte Werbemittel:

In Verbindung mit Anzeige oder Einhefter	€ 980,–
Zuzüglich Klebekosten	
– für maschinelle Verarbeitung	€ 540,–
– für manuelle Verarbeitung	€ 1.200,–

## 16 Lieferanschrift für Positionen 13–15:

Stürtz GmbH, Lager, Frau Morgenstern, Alfred-Nobel-Straße 33, Einfahrt 4, 97080 Würzburg



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

<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

— Anschnittformate inkl. 3 mm Beschnittzugaben

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

## Adressvermietung

Optimieren Sie Ihre Direktmailing-Aktionen! Der verlag moderne industrie und Hüthig 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 Hüthig Verlag

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

## Sonderdrucke

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

## Süddeutscher Verlag Veranstaltungen GmbH

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

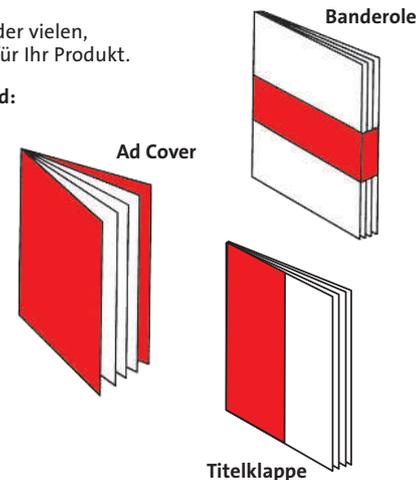
**Weitere Informationen zu allen Sonderwerbformen erhalten Sie von Ihrem Verkaufsteam!**

## Sonderwerbformen

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

### Unsere Sonderwerbformen sind:

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



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

**Titelklappe:** Das Magazin wird mit einem das halbe Cover abdeckendem Umhefter ummantelt (bei Klammerheftung) oder erhält eine nur auf dem Cover aufgebrauchte Klappe (bei Klebebindung).

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

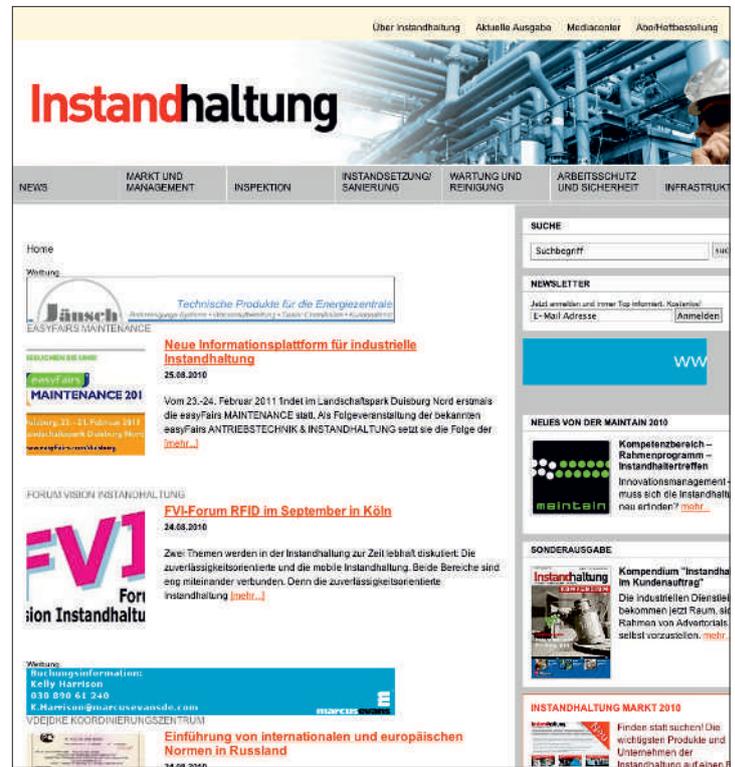


verlag moderne industrie GmbH, Justus-von-Liebig-Str. 1, 86899 Landsberg, Telefon (0 81 91) 125-0, Telefax (0 81 91) 125-483

Angabe Anzeigenschluss: (AS) Erscheinungstermin: (ET)	Instandhaltungs- management	Inspektion	Instandsetzung/ Sanierung	Wartung und Reinigung	Arbeitsschutz und -sicherheit	Infrastruktur des Asset Management	Messen
<b>Februar</b> 01/2011 AS: 24.01.2011 ET: 16.02.2011	Facility Management Servicemanagement Kennzahlen und Benchmarking	Sensorik Schwingungsmessung Spezialmessungen	<b>Spezial:</b> Gebäudesanierung (Dach-, Boden-, Fassadensanierung, Wärmedämmung)	Tribologie (Schmierung, Schmiermittel, Schmier- anlagen)	Brandschutz Explosionsschutz	Überwachungskonzepte und -strukturen Mobile Maintenance	MAINTENANCE, Duisburg Facility Management, Frankfurt ISH, Frankfurt 23.02.–24.02. 22.02.–24.02 15.03.–19.03.
<b>März</b> 02/2011 AS: 28.02.2011 ET: 22.03.2011	Life Cycle Management Energiemanagement Aus- und Weiterbildung	Zerstörungsfreie Prüfung Prüfstände Thermographie	<b>Spezial:</b> Retrofit und Modernisierung	Wartung von speziellen Anlagen und Ausrüstungen (Pumpen, Kräne, Kompres- soren)	Sicherheitsmanagement	Hilfs- und Transportmittel IPSS Fernwartungstools	MAINTEC, Birmingham ComVac, Hannover Hannover-Messe, Hannover MAINTENANCE, Antwerpen USETEC, Köln Resale, Stuttgart Maintenance NEXT, Rotterdam 29.03.–31.03. 04.04.–08.04. 04.04.–08.04. 06.04.–07.04. 06.04.–08.04. 06.04.–08.04. 12.04.–14.04.
<b>Mai</b> 03/2011 AS: 20.04.2011 ET: 13.05.2011	Ersatzteilversorgung Asset Management Methoden und Konzepte	<b>Spezial:</b> Überwachungskonzepte Sensorik Gerätetechnik Materialprüfung	Maschineninstandsetzung Verbindungstechnik	Werkstattausrüstungen Reinigung	Anlagenschutz und -sicherheit Objektschutz	Krane und Hebezeuge Dokumentation RFID und PDA	Sensor + Test, Nürnberg 07.06.–09.06.
<b>Juni</b> 04/2011 AS: 24.05.2011 ET: 16.06.2011	<b>KOMPENDIUM Anlagenüberwachung 2011:</b> Kompendium für Condition Monitoring, Diagnose und Remote Services. Im Redaktionsteil werden Trends und konkrete Erfahrungen in diesen Bereichen vorgestellt. Im Advertorial-Teil des Kompendiums kommen dann Anbieter zu Wort, die über ihr Angebotsspektrum, dessen beabsichtigte Erweiterungen, Veränderungen und Verbesserungen informieren.						
<b>Juli</b> 05/2011 AS: 06.07.2011 ET: 29.07.2011	Asset Management Maintenance International Remote Services	Diagnosesysteme Anlageninspektion	Werkzeuge und Verfahren	<b>Spezial:</b> Reinigung Reinigungsverfahren Reinigungsgeräte Maschinen-, Anlagen- und Teilerreinigung	Brandschutz Explosionsschutz	Kommunikationsanlagen IPSS Mobile Maintenance	
AS: 30.06.2011 ET: 29.07.2011	<b>SPEZIAL RETROFIT:</b> Eine Sonderausgabe der Fachmagazine Instandhaltung und antriebspraxis. Darstellung verschiedener Aspekte der Anlagenmodernisierung und des Retrofit aus ihren jeweiligen Blickwinkeln: Technische Lösungen, Märkte für Modernisierungsdienstleistungen, Informationsrückfluss in die Konstruktion neuer Produkte sind einige der dabei behandelten Themen. Auflage: 28.000 Exemplare						
<b>September</b> 06/2011 AS: 16.08.2011 ET: 07.09.2011	<b>MARKT 2011/2012:</b> Der wertvolle Ratgeber für die treffsichere Auswahl von leistungsfähigen Lieferanten und Produkten. Die Marktübersichten, tabellarischen Einkaufsführer und das alphabetische Hersteller- und Lieferantenverzeichnis machen diese Sonderausgabe für den Instandhalter unverzichtbar. Marktübersichten auch online.						WTT-Expo, Karlsruhe CMS, Berlin 27.09.–29.09. 20.09.–23.09.
<b>Oktober</b> 07/2011 AS: 14.09.2011 ET: 07.10.2011	<b>Spezial:</b> Asset Management (Methoden, Software, Trends)	Messwertverarbeitung Sensorik Spezialmessungen	Technische Ausrüstungen und Baugruppen: Kabel, Rohrlei- tungen, Verbindungstechnik, Pumpen, Lager, Leitungen, Armaturen, Baugruppen	Werkzeuge und Hilfsmittel	Arbeitsschutz Arbeitsschutzmittel und -kleidung Arbeitsschutzmanagement Vorschriften und Verord- nungen	Fernwartungstools IPSS Wireless Technologies	Motek, Stuttgart SHKG, Leipzig A+A, Düsseldorf parts2clean, Stuttgart 10.10.–13.10. 12.10.–14.10. 18.10.–21.10. 25.10.–27.10.
<b>November</b> 08/2011 AS: 19.10.2011 ET: 11.11.2011	Dienstleistungsmanagement Asset Management Energiemanagement	<b>Spezial:</b> Überwachungskonzepte, Condition Monitoring Thermographie Schwingungsmessung	Energetische Sanierung von Anlagen und Ausrüstungen	Anlagenreinigung Teile und Hilfsstoffe	Arbeitsschutz und -sicherheit Schädlingsbekämpfung	Transportmittel RFID und PDA Augmented Reality	SPS, Nürnberg 22.11.–24.11.
<b>Dezember</b> 09/2011 AS: 23.11.2011 ET: 15.12.2011	<b>KOMPENDIUM Instandhalten im Kundenauftrag 2011:</b> Neuauflage Kompendium für Anlagenservice und Technische Dienstleistungen. Im Redaktionsteil werden Trends und konkrete Erfahrungen in diesen Bereichen vorgestellt. Im Advertorial-Teil des Kompendiums kommen dann Anbieter zu Wort, die über ihr Angebotsspektrum, dessen beabsichtigte Erweiterungen, Veränderungen und Verbesserungen informieren.						

## Unser Onlineangebot

- 1 Web-Adresse:** www.instandhaltung.de
- 2 Kurzcharakteristik:** Instandhaltung bietet dem Internetuser wertvolle Fachinformationen rund um das Thema Wartung, Inspektion und Instandsetzung von Maschinen, Anlagen und Industriebauten. Der Online-Guide ermöglicht dem Instandhalter den schnellen und sicheren Zugriff auf Instandhaltungsprodukte und -anbieter. Aktuelle Marktübersichten zu den verschiedenen Aspekten der Instandhaltung runden das kompakte Angebot ab.
- 3 Zielgruppe:** Hauptzielgruppen sind die Instandhaltungsleiter, Produktionsleiter, Geschäftsleitungen sowie die Bereiche Gebäudemanagement und Sicherheitstechnik.



## Bannerformate und Preise:

Werbeform	Position	Platzierung	Format in Pixel (Breite x Höhe)	Preis/ Woche
<b>Auf der Webseite:</b>				
Leaderboard od. Superbanner	Top	Alle Rubriken	728 x 60 bis 90	€ 150,-
Fullsizebanner	im Content	Alle Rubriken, nur Thema oder nur Homepage	468 x 60	€ 69,-
Halfsizebanner	rechts	Alle Rubriken	234 x 60	€ 40,-
Skyscraper	rechts neben der Webseite	Alle Rubriken oder nur Thema oder nur Homepage	120 bis 160 x 600	€ 140,-
Wallpaper	top & rechts neben der Website	Alle Rubriken oder nur Thema oder nur Homepage	Skyscraper + Leaderboard	€ 290,-
Content Ad	rechts	Alle Rubriken	320 x 250	€ 250,-
Content Ad	mittig im Content	Alle Rubriken, nur Thema oder nur Homepage	320 x 250	€ 250,-

## Sonderwerbeformen:

Werbeform	Laufzeit	Platzierung	Preis
Microsite	1 Monat	Microsite, Hinweis auf der Homepage	€ 800,-

## 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.

Abonnenten: 7.782  
(Stand: August 2010)

Werbeform	Position	Format in Pixel (Breite x Höhe)	Preis (TKP)
<b>Im Newsletter:</b>			
Fullsizebanner	Top	468 x 60	€ 69,-
Fullsizebanner	Im Content	468 x 60	€ 49,-
Halfsizebanner	Im Content	234 x 60	€ 29,-
Content Ad	Im Content	320 x 250	€ 89,-
Textanzeige	Im Content	ca. 200 Zeichen inkl. Link und Bild/Logo	€ 89,-

## 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.

## Firmeneinträge

Werbeform	beinhaltet	Preis pro Jahr
<b>Im Firmenverzeichnis Markt &amp; Kontakt:</b>		
Standard-Eintrag	nur in Verbindung mit einem Eintrag im Print-Medium möglich	kostenlos
Profi-Eintrag	Standard-Eintrag UND Firmenportrait, besondere Ansprechpartner mit Name, Mail und Tel.- Nr. sowie Links	€ 400,-

**Rabatte:**

Kombi-Rabatt Print/Online: 5 %		Rabatt gilt bei Schaltung innerhalb von 12 Monaten auf den Grundpreis und für unterschiedliche Positionen, bei gleicher Position nur für unterschiedliche Kampagnen.
Mengenstaffel für Online-Schaltungen		
3 Banner	3 %	
6 Banner	5 %	
9 Banner	10 %	

**Zugriffskontrolle:** –

**Zugriffe (pro Monat):** Page Impressions<sup>1</sup> (bereinigt, ohne Suchmaschinen) 27.607  
Monatsdurchschnitt 05-07/2010

**Datenanlieferung:** mindestens 1 Woche vor Schaltbeginn per E-Mail an anke.traeger@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 60 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

**Externer AdServer-Einsatz:** OpenAdstream von RealMedia

**Ansprechpartner:** Anke Träger Tel. +49 (0)8191/125-496  
E-Mail: anke.traeger@mi-verlag.de



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

## online + print: bei Ihrer Zielgruppe präsent!

- Freie Rubrikwahl
- Ergänzungsmöglichkeit des Eintrages durch Ihr persönliches Logo (auch in Farbe möglich)
- Kostenlose Veröffentlichung im Online-Guide auf [www.instandhaltung.de](http://www.instandhaltung.de) (Standard-Firmeneintrag)
- Monatliche Neuaufnahme möglich

### Preise\*:

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

\*Ihr Eintrag ist nicht rabatt- und nicht provisionsfähig.

Erscheinungsweise: 9 Ausgaben pro Jahr

Kündigungsfristen: Ihr Eintrag kann bis 13.05. bzw. 11.11. zum Halbjahresende gekündigt werden. Andernfalls verlängert sich der Eintrag um weitere 6 Monate.

Bei Rückfragen: Anke Träger  
Telefon 0 81 91/1 25-4 96  
Telefax 0 81 91/1 25-4 83  
E-Mail [anke.traeger@mi-verlag.de](mailto:anke.traeger@mi-verlag.de)

## Eintragungs-/Berechnungsbeispiele:

Adresseintrag

**Hydraulik**

**HK Hydraulik GmbH**  
Langenberger Straße 436  
45277 Essen  
Tel. 02 01/8 58 13-0  
Fax 02 01/8 58 13-33  
<http://www.hk-hydraulik.de>  
[info@hk-hydraulik.de](mailto:info@hk-hydraulik.de)

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

Adresseintrag mit Ihrem Firmenlogo

**Maschinenreinigung und Wartung**



Hauptverwaltung  
Goebenstraße 56  
Postfach 26 33, 32051 Herford  
Tel. (0 52 21) 1 01 60  
Fax (0 52 21) 10 16 90  
[www.sug-gebauedeservice.de](http://www.sug-gebauedeservice.de)  
[info@sug-gebauedeservice.de](mailto:info@sug-gebauedeservice.de)

mm-Preis:	€ 2,46
Adresse + Logo:	36 mm Höhe
Gesamt:	€ 88,56
(pro Rubrik und Ausgabe)	

Adresseintrag mit Ihrem Firmenlogo und Ihrem Zusatztext

**Schwingungsmessung**



**IBIS GmbH**  
Reinheimer Straße 17  
64846 Gross-Zimmern  
Tel. (0 60 71) 4 22 22  
Fax (0 60 71) 7 17 07  
<http://www.ibis-gmbH.de>  
[info@ibis-gmbH.de](mailto:info@ibis-gmbH.de)

- Schwingungsmessung
- Maschinenüberwachung
- Auswuchten

mm-Preis:	€ 2,46
Adresse + Logo + Zusatzbeitrag:	50 mm Höhe
Gesamt:	€ 123,00
(pro Rubrik und Ausgabe)	



**Originalschrift:**  
Helvetica medium cond., 8,5 Pkt.  
Abbildungen 40 % verkleinert

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

<b>16 Auflagenkontrolle:</b>			
<b>17 Auflagen-Analyse:</b>	Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt (01. Juli 2009 – 30. Juni 2010)		
<b>Druckauflage:</b>	12.642		
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):</b>	12.335	davon Ausland:	214
<b>Verkaufte Auflage:</b>	1.548	davon Ausland:	202
– Abonnierte Exemplare:	1.238	davon Mitgliederstücke:	268
– Sonstiger Verkauf:	307		
– Einzelverkauf:	3		
<b>Freistücke:</b>	10.787		
<b>Rest-, Archiv- und Belegexemplare:</b>	307		

## 18 Geographische Verbreitungs-Analyse:

Wirtschaftsraum:	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	93,8	11.570
Ausland	1,7	214
Sonstige*	4,5	551
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)</b>	<b>100,0</b>	<b>12.335</b>
Verbreitung nach Nielsen-Gebieten:	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
<b>Nielsen-Gebiet 1</b> Hamburg, Bremen, Schleswig-Holstein, Niedersachsen	9,1	1.128
<b>Nielsen-Gebiet 2</b> Nordrhein-Westfalen	29,9	3.694
<b>Nielsen-Gebiet 3a</b> Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland	12,0	1.485
<b>Nielsen-Gebiet 3b</b> Baden-Württemberg	15,9	1.963
<b>Nielsen-Gebiet 4</b> Bayern	17,2	2.124
<b>Nielsen-Gebiete 5 – 7</b> Berlin und neue Bundesländer	9,5	1.179
<b>Ausland</b>	1,7	214
<b>Sonstige*</b>	4,5	551
Rundungsdifferenz	0,2	–3
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)</b>	<b>100,0</b>	<b>12.335</b>

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

## 19 Branchen / Wirtschaftszweige / Fachrichtungen/Berufsgruppen

Nr. der Klassifikation WZ 2008	Empfängergruppen (lt. Klassifikation der Wirtschaftszweige, WZ 2008)	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
		%	Empfänger
28	Maschinenbau (inkl. Reparatur und Installation)	24,0	2.958
19, 20, 21	Kokerei und Mineralölverarbeitung, chemische und pharmazeutische Industrie	13,5	1.653
25	Herstellung von Metallerzeugnissen (inkl. Reparatur und Installation)	13,3	1.641
26, 27, 32.5	Elektrotechnik (MSR, Medizin- und Telekommunikationstechnik, elektrische Ausrüstungen)	13,1	1.614
22, 23	Herstellung von Gummi- und Kunststoffwaren, Zement, Kalk und gebr. Gips	9,9	1.220
24	Metallerzeugung und -bearbeitung	6,2	766
29, 30	Herstellung von Kraftwagen und Kraftwagenteilen, Sonstiger Fahrzeugbau (Schiff-, Schienen-, Luft- und Raumfahrzeugbau)	5,6	685
48-97	Telekommunikation, Unternehmensberatung, Reinigung von Gebäuden, Straßen und Verkehrsmittel	5,2	700
46-47	Handel (sonst. Maschinen, Ausrüstungen und Zubehör)	2,0	243
	Weitere Branchen	1,7	206
	Branche nach EDA-Kriterien nicht erhoben/bekannt	0,9	106
	Sonstige*	4,5	551
	Rundungsdifferenz	0,1	-8
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)</b>		<b>100,0</b>	<b>12.335</b>

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

## 20 Größe der Wirtschaftseinheit

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Empfänger
1 – 99 Beschäftigte	30,4	3.743
100 – 199 Beschäftigte	17,7	2.184
200 – 499 Beschäftigte	20,0	2.463
500 – 999 Beschäftigte	9,7	1.195
1.000 und mehr Beschäftigte	11,8	1.453
Betriebsgröße nach EDA-Kriterien nicht erhoben/bekannt	6,1	748
Sonstige*	4,5	551
Rundungsdifferenz	-0,2	-2
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)</b>	<b>100,0</b>	<b>12.335</b>

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

## 21.1 Tätigkeitsmerkmal: Aufgabenbereich

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Empfänger
Unternehmensleitung (Inhaber, Vorstände, Geschäftsführer, Technische Leiter)	16,4	2.024
Instandhaltung (Instandhaltungsleiter, Instandhaltungsfachleute, Technisches Büro)	39,7	4.890
Produktion (Betriebsleiter, Werksleiter, Produktionsleiter)	27,6	3.403
Konstruktion (Konstruktion, Entwicklung, Forschung, Versuch)	1,7	208
Einkauf, Vertrieb, Marketing	1,2	153
Weitere Funktionen (z.B. Produktmanagement, Projektierung)	9,0	1.103
Sonstige*	4,5	551
Rundungsdifferenz	-0,1	3
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)</b>	<b>100,0</b>	<b>12.335</b>

\* 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.

### Kurzfassung der Erhebungsmethode

#### 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. Inlands- und Auslandsempfängern sortiert werden. Ergänzend sind in der Datei erfasst: Branchenzugehörigkeit, Betriebsgrößenklassen und Tätigkeitsmerkmale.

##### 2.2 Gesamtzahl der Empfänger in der Datei

33.773

##### 2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger:

32.144

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

– Verkaufte Auflage 1.548  
 davon: abonnierte Exemplare 1.238  
 Einzelverkauf 3  
 sonstiger Verkauf 307  
 – Freistücke 10.787  
 davon: ständige Freistücke 84  
 wechselnde Freistücke 10.396  
 Werbeexemplare 307

Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA) 12.335

→ davon Inland 12.120

→ davon Ausland 214

#### 3. Beschreibung der Untersuchung:

##### 3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA) 12.335 = 100,0 %

Davon in der Untersuchung nicht erfasst:

→ Werbeexemplare 307 = 2,5 %

Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA) 12.028 = 97,5 %

##### 3.2 Tag der Datei-Auswertung:

01.08.2010

##### 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 2010

##### 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, Digital- und Online-Werbemittel

## § 1 Geltung, Ausschließlichkeit

1. Für die Annahme und die Veröffentlichung aller Werbetaufträge 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. Die AGB gelten sinngemäß für Beilagenaufträge. Diese werden vom Verlag grundsätzlich erst nach Vorlage und Prüfung eines Musters angenommen.

## § 2 Angebot, Vertragschluss

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

2. Ein Vertrag kommt erst durch die schriftliche Auftragsbestätigung des Verlages zustande. Es gilt jeweils die im Zeitpunkt des Vertragsschlusses gültige Preisliste.

3. Der Verlag ist berechtigt, Aufträge, auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Gesamtabschlusses, nach pflichtgemäßem Ermessen abzulehnen. Dies gilt insbesondere, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder vom deutschen Presse- oder Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde, deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines redaktionellen Beitrags erweckt oder Fremdzinnesen enthält. Der Verlag ist berechtigt, die Ablehnung unverzüglich nach Kenntniserlangung der betreffenden Inhalte mitteilen.

## § 3 Preise, Zahlungsbedingungen, Preisminderung

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

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

3. Bei Erweiterung des Auftrages entsteht ein Anspruch auf rückwirkenden Rabatt, sofern der Grundauftrag rabattfähig war. Der Anspruch erlischt, wenn er nicht spätestens Ablauf des Anzeigehjahres geltend gemacht wird. Erreicht ein Auftrag nicht das vorhergesagte Auftragsvolumen, so wird der zu viel gewährte Preisnachlass nachträglich in Rechnung gestellt.

4. Auftragsrechnungen sind innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung laufenden Frist zu bezahlen, sofern nichts anderes vereinbart ist. Mahn- und Inkassokosten, die durch Zahlungsverzug entstehen, trägt der Auftraggeber. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung eines laufenden Auftrags bis zur Bezahlung zurückstellen und Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit ist der Verlag berechtigt, die Ausführung des Laufzeit eines Gesamtabschlusses das Erscheinen weiterer Werbemittel abweichend von einem vereinbarten Zahlungsverzug, einer Vorauszahlung und vom Ausgleich früherer Rechnungsbeträge abhängig zu machen. Fehlerhafte Rechnungen können vom Verlag innerhalb von sechs Monaten nach Rechnungsstellung korrigiert werden.

5. Sämtliche Preise verstehen sich zuzüglich Mehrwertsteuer in gesetzlicher Höhe am Tag der Rechnungsstellung.

6. Bei Aufträgen aus dem Ausland, die nicht mehrwertsteuerpflichtig sind, erfolgt die Rechnungsstellung ohne Mehrwertsteuerberechnung. Der Verlag ist zur Nachberechnung der Mehrwertsteuer berechtigt, wenn die Finanzverwaltung die Steuerpflicht des Werbemittels bejaht.

7. Aus einer Auftragsminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Werbemittel ein Anspruch auf Preisermäßigung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdruckvertrag dies mit der ersten Schaltung beginnenden Anzeigehjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder – falls eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittlich verkaufte Auflage (falls keine verkaufte vorhanden, die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auftragsminderung ist nur dann ein Auftragsminderungsbegriff, wenn die Auftragsminderung zu H. unterschritten wird. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preiserminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen des Werbemittels vom Vertrag zurücktreten konnte. Gewährleistungsansprüche von Kaufleuten als Auftraggeber verjähren 12 Monate nach Veröffentlichung des Werbemittels.

## § 4 Vertragsabwicklung

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

2. Auch für die Werbemittel erforderlichen Inhalte, Informationen, Daten, Dateien und sonstigen Materialien („Vorlagen“) stellt der Auftraggeber dem Verlag vollständig, fehlerfrei und von allen vertraglichen Vereinbarungen entsprechend rechtzeitig zur Verfügung. Werden Vorlagen digital (z. B. per CD-ROM oder E-Mail) an den Verlag übermittelt, sind sie nur mit geschlossenen Dateien zu übertragen, also mit solchen Dateien, die der Verlag inhaltlich nicht ändern kann. Der Verlag haftet nicht bei fehlerhafter Veröffentlichung von Werbemitteln, die mit offenen Dateien (z. B. unter Color Draw, QuarkPress, Freehand gespeicherte Dateien) übermittelt werden. Zusammengehörende Dateien sind vom Auftraggeber in einem gemeinsamen Verzeichnis („Ordner“) zu senden bzw. zu speichern. Bei digital übermittelten Druckvorlagen für Farbanzeigen hat der Auftraggeber gleichzeitig ein Protokoll mit dem Protokoll mit zu liefern. Ansonsten bestehen keine Ersatzansprüche des Auftraggebers wegen etwaiger Farbbelegungen. Der Auftraggeber haftet dafür, dass die übermittelten Dateien frei von Computerviren sind. Dateien mit Computerviren kann der Verlag löschen, ohne dass der Auftraggeber hieraus Ansprüche herleiten könnte. Der Verlag behält sich zudem Ersatzansprüche vor, wenn die Computerviren beim Verlag weiteren Schaden verursachen. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Vorlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet für die belegte Ausgabe übliche Qualität im Rahmen der durch die Vorlagen gegebenen Möglichkeiten. Vorlagen werden nur auf besondere Aufforderung an den Auftraggeber zurückgesandt, andernfalls gehen sie in das Eigentum des Verlages über. Die Pflicht zur Aufbewahrung aller zugesandten Unterlagen endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.

3. Kosten für die Anfertigung bestellter Vorlagen, Filme oder Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich 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 angefordert, ist der Abzug nicht festgesetzt, an den Verlag geht die Genehmigung des Werbemittels erteilt.

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

6. Die Aufmachung und Kennzeichnung redaktionell gestalteter Werbemittel ist rechtzeitig vor Erscheinen mit dem Verlag abzustimmen. Textzeilenanagen müssen sich schon durch ihre Rundschriftform vom redaktionellen Teil unterscheiden. Der Verlag ist berechtigt, Werbemittel, die nicht an die Maße zu erkennen sind, deutlich als Werbung zu kennzeichnen.

7. Zuschriften auf Chiffreanzeigen werden bis vier Wochen nach Veröffentlichung der Anzeige aufbewahrt und dem Auftraggeber auf normalem Postwege zugesandt (auch wenn es sich um Express- oder Einschreibsendungen handelt). Eine Gewähr für die Verwahrung und rechtzeitige

Weitergabe der Offerten übernimmt der Verlag jedoch nicht.

8. Die in der Preisliste ausgewiesenen Anzeigenschlüsse und Erscheinungstermine sind für den Verlag unverbindlich. Dem Verlag steht es frei, diese kurzfristig dem Produktionsablauf entsprechend anzupassen.

9. Aufträge können nur rechtzeitig, spätestens zum Anzeigenschlusstermin, und schriftlich, per Telefax oder E-Mail gekündigt werden. Ist die Anzeige bereits in Druck gegeben, hat der Auftraggeber die Anzeige zu bezahlen. Ansonsten kann der Verlag die Erstattung der bis zur Kündigung angefallenen Kosten nach den gesetzlichen Vorschriften verlangen.

10. Der Auftraggeber ist für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit des Werbemittels verantwortlich. Er stellt den Verlag an allen Ansprüchen Dritter wegen der Veröffentlichung des Werbemittels frei, einschließlich der angemessenen Kosten zur Rechtsverfolgung. Der Verlag ist nicht zur Prüfung verpflichtet, ob ein Werbemittel die Rechte Dritter beeinträchtigt. Wird der Verlag durch gerichtliche Entscheidung z. B. zum Abdruck einer Gegenstellung oder Berichtigung aufgrund des geschalteten Werbemittels verpflichtet, hat der Auftraggeber diese Veröffentlichung nach der gültigen Preisliste zu bezahlen.

11. Werbegeräten sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen gegenüber den Werbungsstrebenden an die Preisliste des Verlags zu halten. Die vom Verlag gewährte Vermittlungsprovision errechnet sich aus dem Kundennetto, also nach Abzug von Rabatt, Boni und Mängelnachlass. Die Vermittlungsprovision fällt nur bei Vermittlung von Aufträgen Dritter an. Sie wird nur an vom Verlag anerkannte Werbegeräten vergütet unter der Voraussetzung, dass der Auftrag unmittelbar von der Werbetaugerte erteilt wird, ihn die Beschaffung der fertigen und druckreifen Druckunterlagen obliegt und eine Gewerbenachlassung als Werbegerät vorliegt. Dem Verlag steht es frei, Aufträge von Werbegeräten abzulehnen, wenn Zweifel an der berufsmäßigen Ausübung der Agententätigkeit oder der Bonität der Werbegeräte bestehen. Aufträge durch Werbegeräten werden in deren Namen und auf deren Rechnung erteilt. Soweit Werbegeräten Aufträge erteilen, kommt der Verlag daher im Zweifel mit der Werbegeräte zustande. Soll ein Werbungsstrebender Auftraggeber werden, muss dies gesondert unter namentlicher Nennung des Werbungsstrebenden vereinbart werden. Der Verlag ist berechtigt, von der Werbegeräte einen Mandatsnachweis zu verlangen.

## § 5 Mängelgewährleistung

1. Für die Aufnahme von Werbemitteln in bestimmte Nummern oder Ausgaben oder an bestimmten Plätzen wird keine Gewähr geleistet.

2. Beachtet der Auftraggeber die Empfehlungen des Verlags zur Erstellung und Übermittlung von Vorlagen nicht, so stehen ihm keine Ansprüche wegen fehlerhafter Veröffentlichung zu. Dies gilt auch, wenn sonstige Regelungen dieses AGB oder der Preisliste nicht beachtet.

3. Mängel, die innerhalb eines Anzeigehjahres bei öffentlichen Mängel spätestens innerhalb von zwei Wochen nach Eingang der Rechnung geltend gemacht werden. Nicht öffentliche Mängel muss der Auftraggeber spätestens ein Jahr nach Veröffentlichung der entsprechenden Druckschrift reklamieren. Bei fehlerhafter Wiedergabe des Werbemittels – trotz rechtzeitiger Lieferung einwandfreier Vorlagen und rechtzeitiger Reklamation – kann der Auftraggeber eine einwandfreie Ersatzschaltung (Nacherfüllung) verlangen, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. 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 aber dennoch erhaltbar oder schlägt sie fehl, so hat der Auftraggeber das Recht, vom Vertrag zurückzutreten oder Zahlungsminderung in dem Ausmaß geltend zu machen, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Bei unwesentlichen Mängeln ist der Rücktritt ausgeschlossen. Gewährleistungsansprüche von Kaufleuten verjähren 12 Monate nach Veröffentlichung des Werbemittels.

4. Sind Mängel bei den Vorlagen nicht sofort, sondern erst bei der Verarbeitung erkennbar, so hat der Auftraggeber dadurch entstehende Mehrkosten oder Verluste bei der Herstellung zu tragen. Sind Mängel bei den Vorlagen nicht offenkundig, so hat der Auftraggeber bei ungenügender Veröffentlichung keine Ansprüche. Das Gleiche gilt bei Fehlern in wiederholten Werbeschaltungen, wenn der Auftraggeber nicht rechtzeitig vor Veröffentlichung der nachstfolgenden Werbeschaltung auf den Fehler hinweist.

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

## § 6 Haftung

1. Schadensersatzansprüche des Auftraggebers gegen den Verlag sind unabhängig vom Rechtsgrund, insbesondere aufgrund Verzug, der Verletzung vertraglicher Pflichten, der Verletzung gewerblicher Schutzrechte Dritter und unerlaubter Handlung ausgeschlossen, es sei denn, der Auftraggeber hat die Verletzungshandlung vorsätzlich oder grob fahrlässig gehandelt oder eine Vertragspflicht leicht fahrlässig verletzt. Die für die Erreichung des Vertragszwecks wesentlich ist, oder die Schadensersatzansprüche resultieren aus einer Beschaffenheitsgarantie. Soweit der Verlag dem Grunde nach haftet, wird der Schadensersatzanspruch auf den vorhersehbaren Schaden begrenzt. Diese Haftungsgrenzung gilt nicht für Vorsatz oder wenn das den Schaden auslösende Ereignis durch den Verlag, seine Vertreter oder Erfüllungsgehilfen grob fahrlässig verursacht wurde. Alle Schadensersatzansprüche gegen den Verlag verjähren in 12 Monaten nach dem Zeitpunkt, in dem der Auftraggeber von den den Anspruch begründenden Umständen Kenntnis erlangt hat oder hätte erlangen müssen. Dies gilt nicht für Ansprüche aus unerlaubter Handlung. Resultieren die Schadensersatzansprüche aus dem Produkthaftungsgesetz, findet vorstehende Haftungsgrenzung keine Anwendung. Gleiches gilt bei der Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit. Soweit die Haftung des Verlags ausgeschlossen ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung seiner Angestellten, Arbeitnehmer, Mitarbeiter, Vertreter und Erfüllungsgehilfen.

2. Der Verlag wird im Falle höherer Gewalt und bei vom Verlag unverschuldeten Arbeitskämpfmaßnahmen von der Verpflichtung zur Auftragserfüllung frei, Schadensersatzansprüche bestehen deswegen nicht.

## § 7 Rechteinräumung

1. Der Auftraggeber garantiert, dass er alle zur Schaltung, Veröffentlichung und Verbreitung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt. Er räumt dem Verlag die zur zweckgemäßen Nutzung des Werbemittels in der jeweiligen Werbegeräten erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte ein, insbesondere die jeweils erforderlichen Rechte zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Bearbeitung, zu öffentlichem Zugänglichmachen, Einstellen in einer Datenbank, Entnahme aus einer Datenbank und Bereithalten zum Abruf, und zwar zeitlich, räumlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt eingeräumt und berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie in allen bekannten Formen von Werbegeräten.

## § 8 Speicherung von Auftraggeberdaten

Der Verlag speichert im Rahmen der Geschäftsbeziehungen die Auftraggeberdaten mithilfe der elektronischen Datenverarbeitung nach den gesetzlichen Bestimmungen des Bundesdatenschutzgesetzes. Der Verlag ist berechtigt, Bruttowerbemaßsätze und vergleichbar relevante Daten des Auftraggebers auf Produktebene zur Veröffentlichung an Unternehmen weiterzuleiten, die sich mit der Erhebung und Auswertung solcher Informationen beschäftigen. Diese Daten werden dort aggregiert und in anonymisierter Form in den Markt kommuniziert.

## § 9 Erfüllungsort, Gerichtsstand

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



Helmut Schempp  
Anzeigenleiter  
Tel.: 0 81 91/1 25-4 49  
Fax: 0 81 91/1 25-4 83  
E-Mail: [helmut.schempp@mi-verlag.de](mailto:helmut.schempp@mi-verlag.de)



Anke Träger  
Medienberaterin  
Tel.: 0 81 91/1 25-4 96  
Fax: 0 81 91/1 25-4 83  
E-Mail: [anke.traeger@mi-verlag.de](mailto:anke.traeger@mi-verlag.de)



Ingo Busch  
Chefredakteur  
Tel.: 0 81 91/1 25-3 76  
Fax: 0 81 91/1 25-4 83  
E-Mail: [ingo.busch@mi-verlag.de](mailto:ingo.busch@mi-verlag.de)



Sabine König  
Anzeigen- und Redaktionsassistentin  
Tel.: 0 81 91/1 25-3 90  
Fax: 0 81 91/1 25-4 83  
E-Mail: [sabine.koenigl@mi-verlag.de](mailto:sabine.koenigl@mi-verlag.de)



Michaela Richter  
Anzeigendisposition  
Tel.: 0 81 91/1 25-3 24  
Fax: 0 81 91/1 25-1 65  
E-Mail: [michaela.richter@mi-verlag.de](mailto:michaela.richter@mi-verlag.de)