

# 2012

DAS FACHMAGAZIN FÜR DEN LOGISTIKLEITER

**Materialfluss**

6/11  
Juni  
B 30482  
Einzelpreis 15 Euro

Lager- und Kommissioniertechnik: Die Fehler stets im Visier 16  
Förder- und Hebertechnik: Alles Gute kommt von oben 28  
Software- und Identssysteme: Bis in die Fördertechnik hinein 52



**Modular zum Erfolg**  
Eine mitwachsende IT-Lösung von Aberte speziell für die Intralogistik

Das Online-Portal der Intralogistik  
[www.materialfluss.de](http://www.materialfluss.de)



# MEDIA

## Informationen

### Print + Online

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

**mi** verlag  
moderne industrie

erfolgsmedien für experten

Mediengruppe  Süddeutscher Verlag

- 1 Titel:** Materialfluss
- 2 Kurzcharakteristik:**  
Materialfluss, das Fachmagazin rund um die Intralogistik, richtet sich an die Logistikleiter und Verantwortlichen der Intralogistik. Branchenübergreifend berichtet Materialfluss über Technik, Trends, Anwendungen und Produkte und fasst Meinungen führender Intralogistik-Hersteller kompetent und exklusiv zusammen. So entsteht monatlich eine lösungsorientierte Entscheidungshilfe, um die interne Logistik schneller, zuverlässiger und kostengünstiger zu gestalten.
- 3 Zielgruppe:** Logistik- und Geschäftsleiter
- 4 Erscheinungsweise:** monatlich  
(siehe Themenplan)
- 5 Heftformat:** DIN A4
- 6 Jahrgang:** 43. Jahrgang 2012
- 7 Bezugspreis:** (inkl. Versandkosten und MwSt.)  
Jahresabonnement Inland € 114,80  
Europa € 134,-  
Einzelverkaufspreis (+ Versandkosten) € 15,-
- 8 Organ:** –
- 9 Mitgliedschaften:** IVW
- 10 Verlag:** verlag moderne industrie GmbH  
Postanschrift: 86895 Landsberg  
Hausanschrift: Justus-von-Liebig-Str. 1, 86899 Landsberg  
Telefon: 0 81 91 / 125-0  
Telefax: 0 81 91 / 125-483  
Internet: [www.materialfluss.de](http://www.materialfluss.de)  
E-Mail: Redaktion: [mf@mi-verlag.de](mailto:mf@mi-verlag.de)  
Anzeigen: [mf-anz@mi-verlag.de](mailto:mf-anz@mi-verlag.de)
- 11 Herausgeber:** verlag moderne industrie GmbH

- 12 Anzeigen:** Hedwig Michl  
Telefon: 0 81 91 / 125-441  
E-Mail: [Hedwig.Michl@mi-verlag.de](mailto:Hedwig.Michl@mi-verlag.de)  
Beate Port-Mutzel  
Telefon: 0 81 91 / 125-170  
E-Mail: [Beate.Port-Mutzel@mi-verlag.de](mailto:Beate.Port-Mutzel@mi-verlag.de)
- 13 Redaktion:** Leo Breu  
Telefon: 0 81 91 / 125-290  
E-Mail: [Leo.Breu@mi-verlag.de](mailto:Leo.Breu@mi-verlag.de)
- 14 Umfangsanalyse:** 2010 = 8 Ausgaben + 2 Sonderausgaben
- |                      |              |          |
|----------------------|--------------|----------|
| Gesamtumfang:        | 712 Seiten = | 100,00 % |
| Redaktioneller Teil: | 465 Seiten = | 65,30 %  |
| Anzeigenteil:        | 269 Seiten = | 34,70 %  |
| Beilagen:            | 4 Stück      |          |
- 15 Inhalts-Analyse Redaktion:** 2010 = 465 Seiten
- |                                 |              |        |
|---------------------------------|--------------|--------|
| Lager- und Kommissioniertechnik | 112 Seiten = | 24,1 % |
| Förder- und Hebeteknik          | 90 Seiten =  | 19,5 % |
| Flurförderzeuge                 | 76 Seiten =  | 16,3 % |
| Logistik-Dienstleister          | 64 Seiten =  | 13,7 % |
| Software und Identssysteme      | 73 Seiten =  | 15,6 % |
| Nachrichten                     | 24 Seiten =  | 5,0 %  |
| Sonstiges                       | 26 Seiten =  | 5,8 %  |

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

## 1 Anzeigenpreise und Formate:

Format	Breite x Höhe in mm	4c-Preise in € (voll rabattfähig)
1/1 Seite	178 x 257	6.080,-
1/2 Seite	86 x 257 / 178 x 126	3.540,-
Junior Page	126 x 178	4.090,-
1/3 Seite	56 x 257 / 178 x 83	2.760,-
1/4 Seite	86 x 126 / 178 x 62 / 41 x 257	1.780,-
1/8 Seite	41 x 126 / 86 x 62 / 178 x 29	1.220,-

### Sonstige Formate 4c:

Berechnung nach mm-Preis (Spaltenbreite 41mm)  
 ab 300 mm € 5,80  
 bis 300 mm € 7,20  
 (Mindestgröße 50 mm)

### s/w-Preise und 2c-/3c-Preise

<b>Zuschläge:</b>	auf Anfrage (nicht rabattierbar)
<b>Zuschläge für Platzierungen:</b> Platzierungsverschriften ab 1/2 Seite	10 %
<b>Vorzugsplätze:</b> 2. Umschlagseite – 4c	€ 7.200,-
4. Umschlagseite – 4c	€ 7.200,-

## 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  
 Stellengesuche: 50 % Rabatt auf den regulären Preis

## 5 Sonderwerbformen

Materialfluss 3/12 und 8-9/12	Ausstellerporträt	€ 390,-
Materialfluss Spektrum:	Kurzporträt	€ 550,-
Materialfluss Markt:	4c-Logo im Adressteil	€ 125,-
	Logo Print + Online	€ 175,-
Banderole, Platzierung auf Anfrage		€ 7.130,-

## Einhefter:

Umfang	Papiergewicht	bis 90g/m <sup>2</sup>	bis 120g/m <sup>2</sup>	bis 170g/m <sup>2</sup>	über 170g/m <sup>2</sup>
2 Seiten		5.170,-	5.400,-	5.640,-	5.880,-
4 Seiten		8.790,-	9.180,-	9.590,-	9.990,-

### Anlieferung: Muster bei Auftragserteilung.

Auflage bis 14 Tage vor Erscheinen.

Format: unbeschnitten

216 mm breit, 306 mm hoch.

Kopfbeschnitt 6 mm

### Beilagen:

(nicht rabattfähig und nur für Gesamtauflage)

bis zu 25 g Gewicht € 4.800,-

je weitere 25 g Gewicht € 2.400,-

max. Papierformat 20 x 29 cm

**Anlieferung:** Muster bei Auftragserteilung. Auflage bis 14 Tage vor Erscheinen.

### Aufgeklebte Postkarten:

In Verbindung mit Anzeige oder Einhefter € 1.200,-

Zuzüglich Klebekosten

– für maschinelle Verarbeitung € 990,-

– für manuelle Verarbeitung € 2.200,-

### Lieferanschrift für Einhefter und Beilagen:

pva Druck und Medien-Dienstleistungen GmbH, Industriestr. 15  
 D-76829 Landau/Pfalz

## 6 Kontakt:

**Anzeigen:**  
 Hedwig Michl  
 Telefon +49 (0) 8191/ 125-441  
 Hedwig.Michl@mi-verlag.de

**Anzeigen:**  
 Beate Port-Mutzel  
 Telefon +49 (0) 8191/ 125-170  
 Beate.Port-Mutzel@mi-verlag.de

## 7 Zahlungsbedingungen:

netto innerhalb 30 Tage nach Rechnungsdatum  
 bei Vorauszahlung 2 % Skonto  
 bei Bankeinzug 3 % Skonto

### Bankverbindungen:

Sparkasse Landsberg	Postbank München
BLZ 700 520 60	BLZ 700 100 80
Kto. 37754	Kto. 786 13 801

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

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

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

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

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

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

\*angeschnitten

\*angeschnitten

— Anschnittformate inkl. 3 mm Beschnittzugaben

**1 Zeitschriftenformat:** 210 mm breit x 297 mm hoch, DIN A 4

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

**2 Druck- und Bindeverfahren:**

Druckverfahren: Rollen-Offset,

Bindeverfahren: Rücken-Drahtung

**3 Datenübermittlung:** per E-Mail an:  
Susanne.Guggenberger@mi-verlag.de  
Bei Rückfragen: Susanne Guggenberger  
Tel. 08191/125-832

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

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

**6 Proof:** Nach FOGRA-Standard. Mit FOGRA Medienkeil 2.0 oder 3.0 nach Standard, **PSO\_LWC\_Standard\_eci.icc** für Inhalt in der Regel Papiertyp 3 FOGRA 46L – nach Standard, **ISOcoated\_v2\_eci.icc** für Umschlag in der Regel Papiertyp 2 FOGRA 39L – nach Standard.

Weitere Informationen über Voreinstellungen des PDF-Formates unter [www.pdf-club.de](http://www.pdf-club.de) oder technische Hotline **+49 (0) 8191 125-338**

**7 Daten-archivierung:** Daten werden archiviert, unveränderte Wiederholungen sind deshalb in der Regel möglich. Eine Datengarantie wird jedoch nicht übernommen.

**8 Gewährleistung:** Bei Anlieferung von unvollständigen oder abweichenden Daten ( Texte, Farben, Abbildungen) übernehmen wir keine Haftung für das Druckergebnis.

**9 Kontakt:** Susanne Guggenberger, Anzeigendisposition  
Tel. 08191/125-832  
Mail: [Susanne.Guggenberger@mi-verlag.de](mailto:Susanne.Guggenberger@mi-verlag.de)

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

## Adressvermietung

Optimieren Sie Ihre Direktmailing-Aktionen! Der verlag moderne industrie und Hühlig Verlag bieten Ihnen den Zugriff auf eine aktuelle Adressdatenbank mit über 400.000 Ansprechpartnern. Selektionen nach Wirtschaftszweigen, Funktionen, Positionen, Betriebsgröße oder regionaler Verbreitung liefern Ihnen exakt die gewünschte Zielgruppe. Gerne erstellen wir Ihnen für Ihre Werbeaktion ein Angebot.

Wenn keine abweichende Vereinbarung über Mehrfachverwendung getroffen wird, sind alle gelieferten Adressen nur zur einmaligen Nutzung bestimmt.

## Online-Werbung auf den Fachportalen von verlag moderne industrie und Hühlig Verlag

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

## Sonderdrucke

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

## Süddeutscher Verlag Veranstaltungen GmbH

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

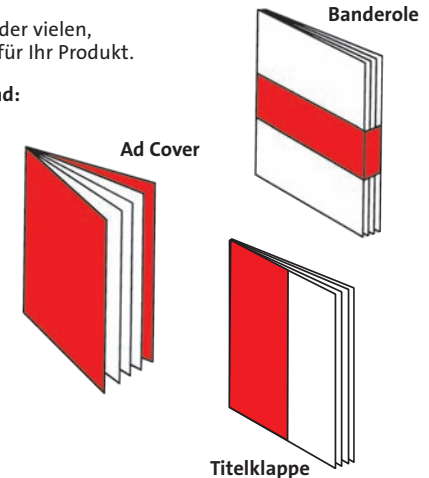
**Weitere Informationen zu allen Sonderwerbformen erhalten Sie von Ihrem Verkaufsteam!**

## Sonderwerbformen

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

### Unsere Sonderwerbformen sind:

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



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

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

### 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
Link im Online-Guide	€ 60,- pro Link (€ 10,- pro Monat)
	Alle Preise verstehen sich zzgl. MwSt.

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

**Erscheinungsweise:** 10 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:** Hedwig Michl  
 Telefon: 0 81 91/1 25-4 41  
 Telefax: 0 81 91/1 25-4 83  
 E-Mail: Hedwig.Michl@mi-verlag.de

### Eintragungs-/Berechnungsbeispiele:

Adresseintrag

**Fahrerlose Transportsysteme**

**Frog AGV Systems GmbH**  
 Kantstraße 4  
 D-73054 Eislingen  
 Tel. (0 71 61) 9 56 44 07  
 Fax 0 71 61) 9 56 44 43  
 http://www.frog-fts.de  
 info@frog-fts.de

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

Adresseintrag mit Ihrem Firmenlogo

**Planung/Beratung**

**swisslog**

**Swisslog GmbH**  
 Martin-Schmeißer-Weg 6-8  
 44227 Dortmund  
 Tel. (+49 [0] 231) 7 58 95 00  
 Fax (+49 [0] 231) 7 58 95 11 90  
 http://www.swisslog.com  
 logistics@swisslog.com

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

Adresseintrag mit Ihrem Firmenlogo und Ihrem Zusatztext

**Förderanlagen/ Förderbänder**

**RBS**  
**FÖRDERANLAGEN GMBH**

**RBS Förderanlagen GmbH**  
 Leipziger Straße 68  
 63571 Gelnhausen  
 Tel. (0 60 51) 23 62  
 Fax (0 60 51) 1 43 89  
 http://www.rbs-foerderanlagen.de  
 info@rbs-foerderanlagen.de

- Kommissionierungsanlagen
- Sortier- und Verteilanlagen
- Palettenförderanlagen
- Kreisförderer

mm-Preis	€ 2,46
Adresse + Logo	
+ Zusatzeintrag:	57 mm Höhe
+ Farbe:	€ 25,00
Gesamt:	€ 165,22
(pro Rubrik und Ausgabe)	



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

Ausgabe Anzeigenschluss (AS) Erscheinungs- termin (ET)	Lager- und Kommissionier- technik	Förder- und Hebetechnik	Flurförderzeuge	Logistik- Dienstleister	Software und Identsysteme	Messen/Specials
<b>1-2/2012</b> Jan./Feb. AS: 20.01.2012 ET: 14.02.2012	>>> Lager- und Regalsysteme • Verpackungstechnik	• Energiezuführung/Motoren/Antriebe • Krane und Komponenten	• Stapler • FTS	• Kontraktlogistik • Entsorgungslogistik	• Logistik-Software • Supply Chain Management	
<b>3/2012</b> März AS: 10.02.2012 ET: 06.03.2012	• Lagerhallen • Rampen-Tore-Ladebrücken • Kommissionier-technik	• Förderanlagen • EHB	>>> Flurförderzeuge und Komponenten	• Outsourcing • Logistik-Immobilien	• Identsysteme/RFID • Sensoren • Wiegetechnik	<b>LogiMAT, Stuttgart</b> 13.03.–15.03.2012 <b>21. Deutscher Materialfluss Kongress, Garching</b> 29.03.–30.03.2012
<b>4/2012</b> April AS: 20.03.2012 ET: 12.04.2012	• Lager- und Regalsysteme • Behälter-Boxen-Paletten • Lagerhallen	• Hubtische • Portalkrane	• Hubwagen • Flurförderzeug-Leasing	• Paletten-Pooling • Beschaffungslogistik • Logistik-Zentren	>>> Logistik-Software	Weiterbildung
<b>5/2012</b> Mai AS: 18.04.2012 ET: 11.05.2012	Schwerpunkt Green Logistics – die Sonderausgabe rund um das Thema Nachhaltigkeit und Energieeffizienz in der Intralogistik					
	• Hochregallager • Rampen-Tore-Ladebrücken	• Förderanlagen • Energiezuführung/Motoren/Antriebe/	• Stapler • FTS	• Kontraktlogistik • Logistik-Immobilien	• Identsysteme/RFID • Lagerverwaltungssysteme	
<b>6/2012</b> Juni AS: 14.05.2012 ET: 06.06.2012	>>> Kommissioniertechnik • Lager- und Regalsysteme • Bodenreinigung	• Seilzüge • RBG / Shuttle	• Stapler • Stapleranbaugeräte	• Outsourcing • Beschaffungslogistik	• Logistik-Software • Supply Chain Management	
<b>Materialfluss</b> Spektrum AS: 19.06.2012 ET: 12.07.2012	<b>Materialfluss Spektrum 2012:</b> • Produktneuheiten und Produkthighlights für den Logistikleiter			Erhöhte Auflage: 30.000 Exemplare Redaktion der Ausgabe auch online auf <a href="http://www.materialfluss.de">www.materialfluss.de</a> Sonderteil Modernisierung mit ausgewählten Beiträgen und Praxisberichten erfolgreicher Retrofits		
<b>8-9/2012</b> September AS: 24.08.2012 ET: 18.09.2012	• Verpackungstechnik • Lagerhallen • Behälter-Boxen-Paletten	>>> Krane und Komponenten • Förderanlagen • Energiezuführung/Motoren/Antriebe/	• Stapler und Komponenten	• Logistik-Immobilien • Just-in-Time	• Identsysteme/RFID • Sensoren	<b>Fachpack, Nürnberg</b> 25.09.–29.09.2012
<b>10/2012</b> Oktober AS: 17.09.2012 ET: 10.10.2012	• Lager- und Regalsysteme • Bodenreinigung • Lagerhallen	• Hubtische • EHB • RBG/Shuttle	• FTS • Stapler	>>> Logistik-Dienstleister	• Logistik-Software/LVS	<b>BVL-Kongress, Berlin</b> 17.10.–19.10.2012 Weiterbildung
<b>11-12/2012</b> Nov./Dez. AS: 18.10.2012 ET: 12.11.2012	• Kommissionier-technik • Behälter-Boxen-Paletten • Rampen-Tore-Ladebrücken	>>> Förderanlagen und Komponenten • Krane und Komponenten • Energiezuführung/Motoren/Antriebe	• Flurförderzeug-Leasing • Stapleranbaugeräte	• Kontraktlogistik • Outsourcing • Paletten-Pooling	• Identsysteme/RFID • Wiegetechnik	<b>Pack &amp; Move, Basel</b> 20.11.–23.11.2012
<b>Materialfluss</b> Markt 2013 AS: 19.11.2012 ET: 12.12.2012	<b>Materialfluss Markt 2013:</b> Einzigiger Jahreseinkaufsführer mit Marktübersichten aus allen Bereichen in einem Heft					
	• Lager- und Kommissioniertechnik • Förder- und Hebetechnik • Flurförderzeuge • Software und Identsysteme • Logistik-Dienstleister	• Marktübersichten für die Auswahl von Komponenten, Techniken, Systemen und Services • Anwenderstatistiken • Hersteller- und Lieferantenverzeichnisse inkl. aller Kommunikationsdaten • Einzigartiger Konjunkturausblick mit Fokus auf der Intralogistik-Branche				



## Unser Onlineangebot

- 1 **Web-Adresse:** [www.materialfluss.de](http://www.materialfluss.de)
- 2 **Kurzcharakteristik:** [www.materialfluss.de](http://www.materialfluss.de) ist das Lösungsportal für Technik, Anwendungen und Trends in der Logistik. Exklusive Expertenmeinungen, Umfragen und Interviews geben einen Einblick in die Branche aus Sicht der Hersteller, Lieferanten und Anwender. Über 1.800 Produktinformationen sowie mehr als 250 Anwendungsbeiträge und Marktübersichten informieren über das Produktspektrum der Intralogistik. Das umfangreiche Datenarchiv reicht von Lagertechnik bis Software, von Fördererntechnik bis RFID. Auf [www.materialfluss.de](http://www.materialfluss.de) finden Logistikleiter alle notwendigen Informationen für ihre Entscheidungen.
- 3 **Zielgruppe:** Logistikleiter, Geschäftsführer und Entscheider über logistische Investitionen.



ALLES AN SEINEM PLATZ – UNSER  
NEUES MEDIADATENPORTAL

[mediadaten.mi-verlag.de](http://mediadaten.mi-verlag.de)



## Bannerformate und Preise:

Werbeform	Position	Platzierung	Format in Pixel (Breite x Höhe)	Preis/ Woche
Leaderboard od. Superbanner	Top	Homepage	728 x60 bis 90	€ 200,-
Fullsizebanner	im Content	Homepage	468 x 60	€ 100,-
Halfsizebanner	rechts	Homepage	234 x 60	€ 50,-
Skyscraper	rechts neben der Webseite	Homepage	120 bis 160 x 600	€ 180,-
Wallpaper	top & rechts neben der Webseite	Homepage	Skyscraper + Leaderboard	€ 290,-
Contend AD	rechts	Homepage	300 x 250	€ 250,-
Contend AD	mittig im Content	Homepage	300 x 250	€ 250,-

## Sonderwerbformen:

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.

## Sonderwerbformen:

Werbeform	Position	Format in Pixel (Breite x Höhe)	Preis (TKP)
Fullsizebanner	Top	468 x 60	€ 60,-
Fullsizebanner	Im Content	468 x 60	€ 60,-
Halfsizebanner	Im Content	234 x 60	€ 48,-
Contend Ad	Im Content	320 x 250	€ 100,-
Textanzeige	Im Content	ca. 200 Zeichen inkl. Link und Bild/Logo	€ 110,-

## Crossmediapakete:

Speziell auf Ihr persönliches Marketingziel genau abgestimmte 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.

### Rabatte:

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

3 Banner	3 %	Rabatt gilt bei Schaltung innerhalb von 12 Monaten auf den Grundpreis und für unterschiedliche Positionen, bei gleicher Position nur für unterschiedliche Kampagnen.
6 Banner	5 %	
9 Banner	10 %	

### Zugriffskontrolle

–

### Zugriffe (pro Monat)

Page Impressions<sup>1</sup> (bereinigt, ohne Suchmaschinen)  
18.000  
Monatsdurchschnitt 01–06/2011

### Datenanlieferung

mindestens 1 Woche vor Schaltbeginn per E-Mail an  
Hedwig.Michl@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

### Externer Ad-Server-Einsatz:

OpenAdstream von RealMedia

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

## § 2 Angebot, Vertragschluss

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

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

3. Der Verlag ist berechtigt, Aufträge, auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Gesamtabschlusses, nach pflichtgemäßem Ermessen abzulehnen. Dies ist 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 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 Kenntnisnahme lang der betreffenden Inhalte mitteilen.

## § 3 Preise, Zahlungsbedingungen, Preisreduzierung

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

2. Die in der Preisliste bestimmten Nachlässe werden nur dem Auftraggeber und nur für die innerhalb eines Jahres geschalteten Werbemittel gültig („Anzeigengarant“) wiederholungsabgabe gelten nur innerhalb eines Anzeigendarjahres. 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 erfolgt, wenn er nicht spätestens einen Monat nach Ablauf des Anzeigendarjahres 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, und Kalikative, sowie Werbemittel, welche nach Anzeigenschluss verkauft werden, nicht anders vereinbart, in Mahn- und Inkassokosten, die durch Zahlungsverzug entstehen, fällig der Auftraggeber. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung eines Auftrages bis zur Zahlung zurückstellen und Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Gesamtabschlusses das Erscheinen weiterer Werbemittel abweichend von einem vereinbarten Zahlungsvertrag von einer Vorauszahlung und vom Ausgleich offener Rechnungsabträge 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 Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Werbemittel ein Anspruch auf Preisreduzierung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Schaltung beginnenden Anzeigendarjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder – falls eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittliche verkaufte (falls keine Verkaufszahlen vorhanden, die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein auf Preisreduzierung berechtigter Mangel, wenn eine zugesicherte Auflage um mindestens 20 v. H. unterschritten wird.

Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisreduzierungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, als 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. Alle für die Werbemittel erforderlichen Inhalte, Informationen, Daten, Dateien und sonstigen Materialien („Vorlagen“) stellt der Auftraggeber dem Verlag vollständig, fehler- und virenfrei und den vertraglichen Vereinbarungen entsprechend rechtzeitig zur Verfügung. Werden Dateien 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 Corel Draw, QuarkXPress, Freehand gespeicherte Dateien) übermittelt werden. Zusammengehörende Dateien sind vom Auftraggeber in einem gemeinsamen Verzeichnis (Ordner) zu senden bzw. zu speichern. Bei digital übermittelten Druckvorlagen für Farbanzeigen hat der Auftraggeber gleichzeitig ein Farb-Proof und ein Proof- bzw. Messprotokoll mitzuliefern. Ansonsten bestehen keine Ersatzansprüche des Auftraggebers wegen etwaiger Farbabweichungen. Der Auftraggeber haftet dafür, dass die übermittelten Dateien frei von Computerviren sind. Dateien mit Computerviren kann der Verlag löschen, ohne dass der Auftraggeber hieraus Ansprüche herleiten könnte. Der Verlag 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 ausdrückliche Aufforderung an den Auftraggeber zurückgemittelt, 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. Probeaufträge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit des zurückgesandten Abrufs. Wird der Abruf an den Verlag zurückgeschickt, so gilt die Genehmigung des Werbemittels als erteilt.

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

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

7. Zuschriften auf Chiffren sind nur 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 unwiderruflich. Dem Verlag steht es frei, diese kurzfristig dem Produktionsablauf entsprechend anzupassen.

9. Aufträge können nur rechtzeitig, spätestens zum Anzeigenschlussdatum, 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 von 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 Abruck einer Gegenstellung oder Berichtigung aufgrund des geschalteten Werbemittels verpflichtet, hat der Auftraggeber diese Veröffentlichung nach der gültigen Preisliste zu bezahlen.

11. Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen gegenüber den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Vermittlungsprovision errechnet sich aus dem Kundennetto, also nach Abzug von Rabatt, Boni und Mängelanlagen. Die Vermittlungsprovision fällt nur bei Vermittlung von Aufträgen Dritter an. Sie wird nur an vom Verlag anerkannte 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 anzulehnen, wenn Zweifel an der berufsmäßigen Ausübung der Agentur Tätigkeit oder der Bonität der Werbeagentur bestehen. Aufträge durch Werbeagenturen werden in deren Namen und auf deren Rechnung erteilt. Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag daher im Zweifel mit der Werbeagentur zustande. Soll ein Werbungtreibender Auftraggeber werden, muss es gesondert unter namentlicher Nennung des Werbungtreibenden vereinbart werden. Der Verlag ist berechtigt, von der Werbeagentur einen Mandatsnachweis zu verlangen.

## § 5 Mängelgewährleistung

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

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

3. Reklamationen müssen vom Auftraggeber bei offensichtlichen Mängeln spätestens innerhalb von zwei Wochen nach Eingang der Rechnung geltend gemacht werden. Nicht offensichtliche Mängel 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 (Nachlieferung) verlangen, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Der Anspruch auf Nachlieferung ist ausgeschlossen, wenn dies für den Verlag mit unverhältnismäßigen Kosten verbunden ist. Lässt der Verlag eine ihm gesetzte angemessene Frist verstreichen, verweigert er die Nachlieferung, ist die Nachlieferung dem Auftraggeber nicht zumutbar oder schlägt sie fehl, so hat der Auftraggeber das Recht, vom Vertrag zurückzutreten oder Zahlungsreduzierung 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 nachfolgenden Werbeschaltung auf den Fehler hinweist.

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

## § 6 Haftung

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

2. Der Verlag wird im Falle höherer Gewalt und bei vom Verlag unverschuldeten Arbeitskampfmassnahmen von der Verpflichtung zur Auftragsfüllung frei; Schadensersatzansprüche bestehen deswegen nicht.

## § 7 Rechteinräumung

Der Auftraggeber räumt dem Verlag, das er alle zur Schaltung, Veröffentlichung und Verbreitung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt. Er räumt dem Verlag die für die zweckgemäße Nutzung des Werbemittels in den jeweiligen Werbeträgern erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte ein, insbesondere die jeweils erforderlichen Rechte zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Speicherung, Bearbeitung, zu öffentlichem Zuganglichmachen, 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 iltig unbegrenzt eingeräumt und berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie in allen bekannten Formen von Werbeträgern.

## § 8 Speicherung von Auftragsdaten

Der Verlag speichert im Rahmen der Geschäftsbeziehungen die Auftragsdaten mithilfe der elektronischen Datenverarbeitung nach den gesetzlichen Bestimmungen des Bundesdatenschutzgesetzes. Der Verlag ist berechtigt, Büroverweusätze 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 Verlages. Gerichtsstand für Klagen gegen Kaufleute, juristische Personen des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliche Sondervermögen ist der Sitz des Verlages.

Stand: Juli 2011

## 1 Auflagenkontrolle:



## 2 Auflagen-Analyse:

Exemplare pro Ausgabe im  
Jahresdurchschnitt  
(1. Juli 2010 – 30. Juni 2011)

**Druckauflage:** 20.498

<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):</b>	20.096	davon Ausland:	146
---	--------	----------------	-----

<b>Verkaufte Auflage:</b>	1.857	davon Ausland:	52
– Abonnierte Exemplare:	399	davon Mitgliederstücke:	0
– Sonstiger Verkauf:	1.458		
– Einzelverkauf:	0		

**Freistücke:** 18.239

**Rest-, Archiv- und Belegexemplare:** 402

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

Die detaillierte Beschreibung der Erhebungsmethode finden Sie auf Seite 16

## 3 Geographische Verbreitungs-Analyse:

Wirtschaftsraum:	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage % Exemplare	
Inland	98,1	19.709
Ausland	0,7	146
Sonstige*	1,2	241
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)</b>	<b>100,0</b>	<b>20.096</b>
Verbreitung nach Nielsen-Gebieten:	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage % Exemplare	
<b>Nielsen-Gebiet 1</b> Hamburg, Bremen, Schleswig-Holstein, Niedersachsen	13,5	2.661
<b>Nielsen-Gebiet 2</b> Nordrhein-Westfalen	25,3	4.986
<b>Nielsen-Gebiet 3a</b> Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland	13,0	2.562
<b>Nielsen-Gebiet 3b</b> Baden-Württemberg	19,7	3.883
<b>Nielsen-Gebiet 4</b> Bayern	17,2	3.390
<b>Nielsen-Gebiete 5 – 7</b> Berlin und neue Bundesländer	11,3	2.227
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage Inland (tvA)</b>	<b>100,0</b>	<b>19.709</b>

## 1.1 Branchen / Wirtschaftszweige

WZ 2008 Code	Empfängergruppen (lt. Klassifikation der Wirtschaftszweige, WZ 2008)	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
		%	Empfänger
	<b>Verarbeitende Industrie</b>		
28	Maschinenbau	15,5	3.115
46, 47	Handel (Handelsvermittlung und Großhandel, Einzelhandel)	13,6	2.733
26, 27	Herstellung von Datenverarbeitungsgeräten, elektronischen und optischen Erzeugnissen, von Geräten der Elektrizitätserzeugung und -verteilung, Telekommunikations-, Medizin-, Mess-, Steuer- und Regelungstechnik, Optik	9,9	1.990
25	Herstellung von Metallerzeugnissen	8,4	1.688
22	Herstellung von Gummi- und Kunststoffwaren	6,5	1.306
16, 17, 18	Holz-, Papier- und Druckgewerbe	6,2	1.246
19.2, 20, 21	Mineralölverarbeitung, Chemische Industrie	5,8	1.166
10, 11, 12	Ernährungsgewerbe, Tabakverarbeitung	5,5	1.105
29, 30	Herstellung von Kraftwagen und Kraftwagenteilen, Sonstiger Fahrzeugbau	4,6	924
13, 14, 15	Textil-, Bekleidungs- und Ledergewerbe	4,0	804
31, 32	Herstellung von Möbeln, Schmuck, Musikinstrumenten, Sportgeräten, Spielwaren, sonst. Erzeugnisse	4,3	864
24	Metallerzeugung und -bearbeitung	3,0	603
23	Glasgewerbe, Keramik	2,8	563
49.2, 49.4, 50 51, 52, 53, 58	<b>Logistik-Dienstleister</b>	6,6	1.326
84.22	Verteidigung	0,6	121
70,71	Unternehmensberatung, Ingenieurbüros	1,5	301
	Sonstige*	1,2	241
	<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)</b>	<b>100,0</b>	<b>20.096</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	34,6	6.955
100 – 199	Beschäftigte	26,2	5.265
200 – 499	Beschäftigte	22,1	4.440
500 – 999	Beschäftigte	8,5	1.708
1.000 und mehr	Beschäftigte	7,4	1.487
	Sonstige*	1,2	241
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)</b>		<b>100,0</b>	<b>20.096</b>

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

## 2.1 Tätigkeitsmerkmale: Aufgabenbereich

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Empfänger
Geschäftsleitung und Technische Leitung	24,7	4.964
Leitung Logistik/Materialfluss	66,8	13.424
Leitung Einkauf/Materialwirtschaft	7,3	1.467
Sonstige*	1,2	241
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)</b>	<b>100,0</b>	<b>20.096</b>

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

Die detaillierte Beschreibung der Erhebungsmethode finden Sie auf Seite 16

verlag moderne industrie GmbH, Justus-von-Liebig-Str. 1, 86899 Landsberg, Telefon (0 81 91) 125-0, 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 Erhebungsmethode zur Verbreitungs- und Empfänger-Struktur-Analyse (AMF-Schema 2, Ziffer 3 und AMF-Schema 3-E, Ziffer 1.1 bis 2.1)

##### 1. Untersuchungsmethode:

Empfänger-Struktur-Analyse durch Dateiauswertung – Total-Erhebung

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

###### 2.1 Beschaffenheit der Datei

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

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

55.646

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

53.587

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

– Verkaufte Auflage	1.857
davon: abonnierte Exemplare	399
Einzelverkauf	0
sonstiger Verkauf	1.458
– Freistücke	18.239
davon: ständige Freistücke	202
wechselnde Freistücke	17.635
Werbeexemplare	402

Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)

20.096

→ davon Inland

19.950

→ davon Ausland

146

### 3. Beschreibung der Untersuchung:

#### 3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA) 20.096 = 100,00 %

Davon in der Untersuchung nicht erfasst:

→ Werbeexemplare 402 = 2,00 %

Die Untersuchung repräsentiert  
von der Grundgesamtheit (tvA)

19.694 = 98,00 %

#### 3.2 Tag der Datei-Auswertung:

01.08.2011

#### 3.3 Beschreibung der Datenbasis:

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

#### 3.4 Zielperson der Untersuchung:

Die in der Datei erfassten persönlichen Empfänger in Institutionen.

#### 3.5 Definition des Lesers:

entfällt

#### 3.6 Zeitraum der Untersuchung:

(1. Juli 2010 – 30. Juni 2011)

#### 3.7 Durchführung der Untersuchung:

Verlag

Diese Untersuchung entspricht in der Anlage, Durchführung und Berichterstattung dem ZAW-Rahmenschema für Werbeträger-Analysen in der aktuellen Fassung.

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



### Materialfluss Spektrum 2012

Die Sonderausgabe Materialfluss Spektrum ist ein Nachschlagewerk mit den neuesten Materialfluss-Produkten und Technologien für die Logistikleiter aus den Bereichen:

- Lager- und Kommissioniertechnik
- Förder- und Hebeteknik
- Flurförderzeuge
- Software und Identensysteme

Redaktion zusätzlich für 1 Jahr online auf [www.materialfluss.de](http://www.materialfluss.de)

#### Termine:

Anzeigenschluss: 19.06.2012  
Erscheinungstermin: 12.07.2012

**Erhöhte Auflage:** 30.000 Exemplare

#### Preise inkl. 4c:

1/1-Seite	€ 6.080,-
1/2-Seite	€ 3.540,-
1/3-Seite	€ 2.760,-
1/4-Seite	€ 1.780,-
1/8-Seite	€ 1.220,-

#### Sonderwerbformen:

Advertorial	€ 4.690,-
Kurzporträt	€ 550,-



### Materialfluss Markt 2013

Der Materialfluss Markt 2013 ist ein einzigartiges und umfassendes Nachschlagewerk für die sichere und wirtschaftliche Auswahl von Lieferanten, Dienstleistern und Systempartnern aus dem gesamten Materialfluss- und Logistikbereich.

Anwenderstatistiken dienen als Entscheidungs- und Informationsgrundlage von höchstem strategischem und wirtschaftlichem Nutzwert. Trendbeiträge und Konjunktüreinschätzungen runden diese Sonderausgabe ab.

#### Termine:

Anzeigenschluss: 19.11.2012  
Erscheinungstermin: 12.12.2012

#### Preise inkl. 4c:

1/1-Seite	€ 6.080,-
1/2-Seite	€ 3.540,-
1/3-Seite	€ 2.760,-
1/4-Seite	€ 1.780,-
1/8-Seite	€ 1.220,-

Der Jahres-Einkaufsführer für Logistikentscheider bietet ausführliche **Hersteller- und Lieferanterverzeichnisse** inklusive aller Kommunikationsdaten.

#### Firmenlogo im Adressteil

Firmenlogo Print	€ 125,-
Firmenlogo Print + Online	€ 175,-



Diese Sonderausgabe ist nicht IVW geprüft.



Helmut Schempp  
Anzeigenleitung  
Tel.: 0 81 91/1 25-449  
E-Mail: [Helmut.Schempp@mi-verlag.de](mailto:Helmut.Schempp@mi-verlag.de)



Hedwig Michl  
Anzeigenverkaufsleitung  
Tel.: 0 81 91/1 25-441  
E-Mail: [Hedwig.Michl@mi-verlag.de](mailto:Hedwig.Michl@mi-verlag.de)



Beate Port-Mutzel  
Mediaberatung  
Tel.: 0 81 91/1 25-1 70  
E-Mail: [Beate.Port-Mutzel@mi-verlag.de](mailto:Beate.Port-Mutzel@mi-verlag.de)



Leo Breu  
Chefredaktion  
Tel.: 0 81 91/1 25-2 90  
E-Mail: [Leo.Breu@mi-verlag.de](mailto:Leo.Breu@mi-verlag.de)



Sabine Königl  
Assistenz  
Tel.: 0 81 91/1 25-3 90  
E-Mail: [Sabine.Koenigl@mi-verlag.de](mailto:Sabine.Koenigl@mi-verlag.de)



Susanne Guggenberger  
Anzeigendisposition  
Tel.: 0 81 91/1 25-8 32  
E-Mail: [Susanne.Guggenberger@mi-verlag.de](mailto:Susanne.Guggenberger@mi-verlag.de)