

# MediaDaten

2021

**fluid**



**m<sub>1</sub>** connect

## Inhalt

Titelporträt	2
Aufgaben-/Empfängeranalyse	3-5
Beschreibung der Erhebungsmethode	6
Technische Angaben	7
Termin- und Themenplan	8-9
Preise und Formate	10-11
Sonderplatzierungen	12-13
Online-Werbung	14-20
Die Herstellerdatenbank fluid.de	21
"Der liefert das"	22
IVW-EDA	23
Audience-Targeting/Keyword-Advertising	24-25
Sonderausgaben/Expertenrunde	26
AGBs	27
mi connect auf einen Blick	28-29
Adressvermittlung	30-31
Ansprechpartner	32

**Titel:** fluid

### Kurzcharakteristik:

Die fluid – eine ganz besondere Fachzeitschrift

Mit Gründung und Namensgebung im Jahre 1968 vereinte fluid erstmals die beiden Antriebsarten der Ölhydraulik und Pneumatik. Heute nennt sich die gesamte Branche Fluidtechnik, zahlreiche Fachzeitschriften übernahmen den journalistischen Stil.

Seit dieser Zeit ist fluid fester Partner von Herstellern und Anwendern fluidtechnischer Antriebs- und Automatisierungstechnik und gilt als Sprachrohr für eine Branche, die sich immer neuen Herausforderungen stellt. Wir sind dabei – Print, Online, mit Veranstaltungen und umfassenden Dienstleistungen für Ihren Unternehmenserfolg.

Technik fasziniert – das trifft für keinen anderen Bereich im Fachzeitschriftenmarkt so zu wie auf fluid. Die kraftvollen Anwendungen der Hydraulik in Offshore-Bereich wie unter Tage beeindruckten ebenso wie in der Bühnen- und Aufzugstechnik. Aber auch die filigranen pneumatischen Einsatzgebiete wie bei der Medizintechnik, der Robotik, der Chemietechnik begeistern uns alle immer wieder aufs Neue. fluid lebt diese

Faszination jeden Tag und transportiert Wissen und Inspiration zu den Lesern. Kein Wunder, dass fluid bei seiner Kernzielgruppe in ganz Europa so bekannt ist.

- fluid ist das auflagenstärkste Magazin für Hydraulik, Drucklufttechnik und Mechatronik
- Die Empfänger sind nicht nur IVW, sondern IVW-EDA geprüft. Diese seltene Prüfung garantiert Ihnen, dass die genannten Personen fluid auch wirklich erhalten.
- Das Redaktionsteam der fluid schreibt, recherchiert und hinterfragt – immer mit dem klaren Fokus auf unsere Leserzielgruppe; die Konstrukteure, Entwickler, technischen Leiter und Geschäftsführer die Ihre Komponenten und Systeme einsetzen. Deshalb wird fluid gelesen!

Was immer Sie sich von uns, als Bindeglied zwischen Ihrer Zielgruppe und Ihrem Vertrieb, wünschen, versuchen wir umzusetzen. Stellen Sie uns auf die Probe und sprechen Sie uns an.

Als Marktführer unter den antriebstechnischen Fachzeitschriften in Deutschland ist fluid ein „must have“. Egal, ob Sie Hersteller, Anwender oder Dienstleister dieses Marktes sind! **fluid bewegt – auch Ihr Unternehmen!**

**Zielgruppe:** Konstrukteure, Entwickler, technische Leiter, Unternehmensleiter, Produktions- und Betriebsleiter, Einkäufer

**Erscheinungsweise:** 8x im Jahr (siehe Themenplan)

**Heftformat:** DIN A4

**Jahrgang:** 55. Jahrgang 2021

### Bezugspreis Jahresabonnement (inkl. ges. MwSt.):

Inland € 133,75 zzgl. € 14,98 Versand = € 148,73

Ausland € 133,75 zzgl. € 29,96 Versand = € 163,71

Einzelverkaufspreis € 23,54 inkl. ges. MwSt. & zzgl. Versand

### Verlag:

Postanschrift:

Hausanschrift:

Telefon:

Telefax: 0 81 91 / 125-483

Internet:

E-Mail:

verlag moderne industrie GmbH / mi connect

86895 Landsberg

Justus-von-Liebig-Str. 1, 86899 Landsberg

0 81 91 / 125-0

0 81 91 / 125-483

www.fluid.de

Redaktion: redaktion.fluid@mi-connect.de

Sales: gabi.claus@mi-connect.de

**Herausgeber:** verlag moderne industrie GmbH

**Sales:** Gabi Claus; Telefon: 0 81 91 / 125-319;

E-Mail: gabi.claus@mi-connect.de

1 Auflagenkontrolle:			
			
2 Auflagen-Analyse:			
		Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt** 01. Juli 2019 – 30. Juni 2020	
<b>Druckauflage:</b>	11.500		
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):</b>	11.340	davon Ausland:	891
<b>Verkaufte Auflage:</b>	980	davon Ausland:	98
– Abonnierte Exemplare:	447	davon Mitgliederstücke:	0
– Zugriffsrecht im Abonnement Paid Content ***	452		
– Sonstiger Verkauf:	533		
– Einzelverkauf:	0		
<b>Freistücke:</b>	10.360		
<b>Rest-, Archiv- und Belegexemplare:</b>	160		

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

\*\* beinhaltet alle im Berichtszeitraum erschienenen Exemplare

\*\*\* Unternehmensangabe

### 3 Geografische Verbreitungsanalyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
<b>Inland</b>	89,4	10.140
<b>Ausland</b>	7,9	891
<b>Sonstige*</b>	2,7	309
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)</b>	<b>100,0</b>	<b>11.340</b>

Verbreitung nach Bundesländern	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Baden-Württemberg	21,0	2.386
Bayern	14,9	1.695
Berlin, Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern	2,8	317
Bremen, Hamburg, Schleswig-Holstein	4,9	554
Hessen	7,1	807
Niedersachsen	6,6	748
Nordrhein-Westfalen	19,7	2.234
Rheinland-Pfalz	3,8	426
Saarland	1,2	134
Sachsen, Sachsen-Anhalt	4,4	427
Thüringen	1,6	177
<b>Ausland</b>	7,9	891
<b>Sonstige*</b>	2,7	309
<b>Rundungsdifferenz</b>	1,4	235
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)</b>	<b>100,0</b>	<b>11.340</b>

Die detaillierte Beschreibung der Erhebungsmethode finden Sie auf Seite 6

## 1.1 Branchen / Wirtschaftszweige

WZ 2008 Code	Empfängergruppen (lt. Klassifikation der Wirtschaftszweige 2008)	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
		%	Empfänger
28	Maschinenbau	56,1	6.363
26.1, 26.3, 26.51 26.6, 27.1, 32.5	Elektrotechnik (MSR, Medizin- und Telekommunikationstechnik, Geräte zur Elektrizitätserzeugung)	4,5	505
29, 30	Herstellung von Kraftwagen, Sonstiger Fahrzeugbau (Schiff-, Schienen-, Luft- und Raumfahrzeugbau)	9,6	1.092
46, 47	Technischer Handel	5,8	659
72, 71.12	Forschung und Entwicklung, Ingenieurbüros	6,1	695
	Weitere Branchen (z.B. Herstellung von chemischen Erzeugnissen und Gummi-Kunststoffwaren, Wirtschaftliche Dienstleistungen, Hochschulen)	15,2	1.717
	Sonstige*	2,7	309
	Rundungsdifferenz	0	0
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)</b>		<b>100,0</b>	<b>11.340</b>

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

Die detaillierte Beschreibung der Erhebungsmethode finden Sie auf Seite 6

## 1.2 Größe der Wirtschaftseinheit

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Empfänger
1 – 99 Beschäftigte	57,3	6.500
100 – 199 Beschäftigte	9,8	1.117
200 – 499 Beschäftigte	8,2	932
500 – 999 Beschäftigte	4,5	515
1.000 und mehr Beschäftigte	11,3	1.284
Betriebsgröße nach EDA-Kriterien nicht erhoben/bekannt	4,5	512
Sonstige*	2,7	309
Rundungsdifferenz	1,7	171
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)</b>	<b>100,0</b>	<b>11.340</b>

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

Die detaillierte Beschreibung der Erhebungsmethode finden Sie auf Seite 6

## 2.1 Tätigkeitsmerkmal: Aufgabenbereich

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Empfänger
Unternehmensleitung, Technische Leitung, Betriebsleitung	44,6	5.062
Leitung Konstruktion, Entwicklung, Forschung, Versuch	21,9	2.480
Produktion, Technisches Büro, Instandhaltung, MSR, Fertigung	8,7	991
Einkauf, Verkauf, Vertrieb, Marketing	12,6	1.430
Weitere Funktionen (z.B. Produktmanagement, Qualität, Organisation)	9,5	1.068
Sonstige*	2,7	309
Rundungsdifferenz	0,0	0
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)</b>	<b>100,0</b>	<b>11.340</b>

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

Die detaillierte Beschreibung der Erhebungsmethode finden Sie auf Seite 6

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

#### Total-Erhebung durch Dateiauswertung nach IVW-EDA-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 gemäß IVW-EDA-Richtlinien

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

###### 2.1 Beschaffenheit der Datei

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

**2.2 Gesamtzahl der Empfänger in der Datei:** 34.012

**2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger:** 32.978  
(Wechsel nach jeder dritten Ausgabe)

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

– Verkaufte Auflage	980
davon: abonnierte Exemplare	447
Zugriffsrecht im Abonnement Paid Content*:	452
Einzelverkauf	0
sonstiger Verkauf	533
– Freistücke	10.360
davon: ständige Freistücke	54
wechselnde Freistücke	10.146
Werbeexemplare	160
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	11.340
→ davon Inland	10.449
→ davon Ausland	891

##### 3. Beschreibung der Untersuchung:

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

Grundgesamtheit (tvA) 11.340 = 100,0 %

Davon in der Untersuchung nicht erfasst:

→ sonstige (Messe, Veranstaltungsstücke, Buchhandel, Einzelverkauf etc.) 309 = 2,72 %

Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA) 11.031 = 97,28 %

**3.2 Tag der Datei-Auswertung:** 03.08.2020

###### 3.3 Beschreibung der Datenbasis:

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

###### 3.4 Zielperson der Untersuchung:

Die in der Datei erfassten persönlichen Empfänger in Institutionen.

**3.5 Definition des Lesers:** entfällt

**3.6 Zeitraum der Untersuchung:** von Juli 2019 bis Juni 2020

**3.7 Durchführung der Untersuchung:** mi connect GmbH

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

\* Unternehmensangabe

<b>Zeitschriftenformat</b>	210 mm breit x 297 mm hoch
<b>Satzspiegel</b>	178 mm breit x 257 mm hoch 4 Spalten je 41 mm breit

Bei Anzeigen im Anschnitt müssen relevante Motivateile (Texte, Logos etc.) mit mindestens 5 mm Abstand zum Beschnitt und zum Bund angelegt werden.

### Druck- und Bindeverfahren

Umschlag im Bogenoffset, Inhalt im Rollenoffset (ISO 12647-2)  
Klebebindung / Rückstichheftung

<b>Profile</b>	Inhalt: PSO LWC Improved (ECI) Umschlag: ISO Coated v2 300 % kostenloser Download der Profile: <a href="http://www.eci.org/de/downloads">http://www.eci.org/de/downloads</a>
----------------	---

**Datenformate:** Anlieferung von Daten als PDF/X-1a (2001 oder 2003), Bilder mindestens 300 dpi, Strichscans (z.B. Texte, Grafiken) mindestens 800 dpi. Anlage im Originalformat zzgl. 3 mm Beschnittzugabe und Schnittmarken.

### Datenarchivierung

Daten werden archiviert, unveränderte Wiederholungen sind deshalb in der Regel möglich. Eine Datengarantie wird jedoch nicht übernommen.

### Gewährleistung:

1. Für die Aufnahme von Anzeigen in bestimmte Nummern oder Ausgaben oder an bestimmten Plätzen wird keine Gewähr geleistet.
2. Der Verlag gewährleistet die drucktechnisch einwandfreie Wiedergabe der Anzeigen entsprechend Ausdruck auf Auflagenpapier. Voraussetzung ist die Zusendung geeigneter Druckvorlagen (vgl. Angaben in Preisliste).
3. Farbanzeigen: Bei digital übermittelten Druckvorlagen für Farbanzeigen ist gleichzeitig ein Farb-Proof vom Kunden mitzuliefern. Ansonsten bestehen keine Ersatzansprüche des Kunden wegen etwaiger Farbabweichungen.

4. Reklamationen müssen vom Auftraggeber bei offensichtlichen Mängeln spätestens innerhalb von zwei Wochen nach Eingang der Rechnung geltend gemacht werden. Nicht offensichtliche Mängel muss der Auftraggeber spätestens ein Jahr nach Veröffentlichung der entsprechenden Druckschrift reklamieren. Bei fehlerhaftem Abdruck einer Anzeige, trotz rechtzeitiger Lieferung einwandfreier Druckvorlagen und rechtzeitiger Reklamation, kann der Auftraggeber den Abdruck einer einwandfreien Ersatzanzeige (Nacherfüllung) verlangen. Der Anspruch auf Nacherfüllung ist ausgeschlossen, wenn dies für den Verlag mit unverhältnismäßigen Kosten verbunden ist. Lässt der Verlag eine ihm gesetzte angemessene Frist verstreichen, so hat der Auftraggeber das Recht vom Vertrag zurückzutreten oder Zahlungsminderung in dem Ausmaß geltend zu machen, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Gewährleistungsansprüche von Kaufleuten als Auftraggeber verjähren innerhalb 12 Monate nach Veröffentlichung der entsprechenden Anzeige oder Beilage.
5. Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden diese erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Kunde bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche.
6. Beachtet der Kunde die Empfehlungen des Verlags zur Erstellung und Übermittlung von digitalen Druckunterlagen nicht, so stehen ihm keine Ansprüche wegen fehlerhafter Anzeigenveröffentlichung zu.
7. Der Kunde haftet dafür, dass die übermittelten Dateien frei von Computerviren sind. Dateien mit Computerviren kann der Verlag löschen, ohne dass der Kunde hieraus Ansprüche herleiten könnte. Der Verlag behält sich zudem Ersatzansprüche vor, wenn die Computerviren beim Verlag weiteren Schaden verursachen.
8. Für vom Auftraggeber bereitgestelltes Material (Einhefter, Beilagen etc.) übernimmt der Verlag keine Gewähr für die Richtigkeit der als geliefert bezeichneten Mengen oder Qualitäten.

### Kontakt/Datenübertragung:

Media Administration:  
Regine Russek  
Telefon 08191/125-338  
[regine.russek@mi-connect.de](mailto:regine.russek@mi-connect.de)

Ausgabe Anz.-Schluss (AS) Ersch.-Termin (ET)	Fokusthemen	Hydraulik	Druckluft	Mechatronik	Zubehör	Messen und Ausstellungen
März 1/2021 AS: 03.02.2021 ET: 02.03.2021	Baumaschinen	Spannhydraulik, Hydrospeicher, Proportionalhydraulik, Pumpen, Antriebe, Aggregate, Zylinder, Motoren, Steuerblöcke, Ventile, Servohydraulik, Wasserhydraulik, hydraulische Antriebe, hydrostatische Antriebe, Schwenk-/Drehantriebe, Hybridantriebe, Speicher, Drehmoment- und Linearverstärker, Stromteiler ...	Proportionalpneumatik, Ventilinseln, Druckluftaufbereitung, Vakuumentchnik, Wartungseinheiten, Balgzylinder, Greifersysteme, Positionierantriebe, kolbenstangenlose Zylinder, Mikropneumatik, Proportionalventile, Kompressoren, Druckluftmotoren, Magnetventile, Drehantriebe, Kurzhubzylinder, Regler, Servopneumatik, Druckluftaufbereitung, Drucklufttrockner, Kurzhubzylinder, Starter, Ventilbaugruppen, Steuerungen...	Wegsensorik, Fernwartung, Positionssensoren, Sicherheitstechnik, Fluid-Software, Durchflussmesstechnik, SPS und Steuerungen, Druckmesstechnik, Drehgeber, Optische Sensoren, Embedded-Systems, Motion Control, Temperaturmesstechnik, Ventilsteuerung, Bedienelemente und HMI, Wegmessung, Software und Engineering-Tools, Condition Monitoring, Durchflussmessung, Druckschalter, Mikrosensoren, Füllstandsmessung, Drehgeber Regelelektronik ...	Dichtungen, Kugelhähne, Filter Drehdurchführungen, Öle und Fluide, Wärmetauscher, Kühler, Kolbenstangen, Verbindungstechnik, Schläuche, Rohre, Kupplungen, Planungssoftware, Stoßdämpfer, Fittings, Magnete, Hydraulikflüssigkeiten, Armaturen, Bremsen, Flansche, Schalldämpfer, Werkstoffe, Druckflüssigkeiten ...	<b>intec / Z</b> , Leipzig 02.03.-05.03.2021 <b>Metav</b> , Düsseldorf 23.03.-26.03.2021
April 2/2021 AS: 08.03.2021 ET: 06.04.2021	Pressen und Umformtechnik					<b>Hannover Messe / ComVac</b> , Hannover, 12.04.-16.04.2021 <b>Ligna</b> , Hannover 10.05.-15.05.2021 <b>drupa</b> , Düsseldorf 20.04.-28.04.2021 <b>Sensor+Test</b> , Nürnberg 04.05.-06.05.2021
Juni 3/2021 AS: 05.05.2021 ET: 03.06.2021	Schiffbau Industrie 4.0					<b>Testing Expo</b> , Stuttgart 08.06.-10.06.2021 <b>ACHEMA</b> , Frankfurt 14.06.-18.06.2021
Juli <b>fluid technik</b> 2021 AS: 21.06.2021 ET: 16.07.2021	<b>Sonderausgabe</b> fluidtechnik ist die Top-Ausgabe für den gesamten Zubehörbereich der Fluidtechnik und hat sich bei Konstrukteuren und Entwicklern als unverzichtbares Nachschlagewerk für Zubehör in der Hydraulik und Pneumatik etabliert. fluidtechnik wird mindestens ein halbes Jahr lang aktiv von den Lesern genutzt und erreicht neben den regulären Empfängern der fluid (12.000 Konstrukteure und Entwickler) zusätzlich 8.000 Entscheider im Einkauf.					
September 4/2021 AS: 06.08.2021 ET: 02.09.2021	Verpackungsmaschinen	Spannhydraulik, Hydrospeicher, Proportionalhydraulik, Pumpen, Antriebe, Aggregate, Zylinder, Motoren, Steuerblöcke, Ventile, Servohydraulik, Wasserhydraulik, hydraulische Antriebe, hydrostatische Antriebe, Schwenk-/Drehantriebe, Hybridantriebe, Speicher, Drehmoment- und Linearverstärker, Stromteiler ...	Proportionalpneumatik, Ventilinseln, Druckluftaufbereitung, Vakuumentchnik, Wartungseinheiten, Balgzylinder, Greifersysteme, Positionierantriebe, kolbenstangenlose Zylinder, Mikropneumatik, Kompressoren, Druckluftmotoren, Magnetventile, Drehantriebe, Kurzhubzylinder, Regler, Servopneumatik, Druckluftaufbereitung, Drucklufttrockner, Kurzhubzylinder, Starter, Ventilbaugruppen, Steuerungen...	Wegsensorik, Fernwartung, Positionssensoren, Sicherheitstechnik, Fluid-Software, Durchflussmesstechnik, SPS und Steuerungen, Druckmesstechnik, Drehgeber, Optische Sensoren, Embedded-Systems, Motion Control, Temperaturmesstechnik, Ventilsteuerung, Bedienelemente und HMI, Wegmessung, Software und Engineering-Tools, Condition Monitoring, Durchflussmessung, Druckschalter, Mikrosensoren, Füllstandsmessung, Drehgeber Regelelektronik ...	Dichtungen, Kugelhähne, Filter Drehdurchführungen, Öle und Fluide, Wärmetauscher, Kühler, Kolbenstangen, Verbindungstechnik, Schläuche, Rohre, Kupplungen, Planungssoftware, Stoßdämpfer, Fittings, Magnete, Hydraulikflüssigkeiten, Armaturen, Bremsen, Flansche, Schalldämpfer, Werkstoffe, Druckflüssigkeiten ...	<b>IAA Nutzfahrzeuge</b> , Hannover, 07.09.-12.09.2021 <b>drinktech</b> , München 13.09.-17.09.2021 <b>FachPack</b> , Nürnberg 28.09.-30.09.2021
Oktober 5/2021 AS: 06.09.2021 ET: 01.10.2021	Kunststoffverarbeitungs- und Spritzgussmaschinen					<b>Motek</b> , Stuttgart 05.10.-08.10.2021 <b>Fakuma</b> , Friedrichshafen 12.10.-16.10.2021
November 6/2021 AS: 07.10.2021 ET: 04.11.2021	Land- und Forstmaschinen					<b>Blehexpo</b> , Stuttgart 02.11.-05.11.2021 <b>sps smart production solution</b> , Nürnberg, 23.11.-25.11.2021 <b>Agritechnica</b> , Hannover 14.11.-20.11.2021
Dezember <b>fluid MARKT</b> Markt 2022 AS: 18.11.2021 ET: 15.12.2021	<b>Sonderausgabe</b> Die Marktübersichten, exklusiven Branchen- und Trendreportagen sowie ein Rückblick auf das Jahr 2021 machen den fluid Markt zu einem ganz besonderen Langzeitwerbeträger. Neben den regulären Empfängern der fluid (12.000 Konstrukteure und Entwickler) erreicht der fluid Markt zusätzlich 8.000 Entscheider im Einkauf.					

## Anzeigenpreise (Formate siehe Seite 5):

Format	4c-Preise in € (voll rabattfähig)
1/1 Seite	6.060,00
1/2 Seite	3.570,00
Junior Page	4.280,00
1/3 Seite	2.550,00
1/4 Seite	1.790,00
1/8 Seite	980,00

Alle Anzeigenpreise sind inklusive Farbzuschläge, voll rabattfähig und zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer.

### Vorzugsplatzierungen:

Titelseite	auf Anfrage	2. Umschlagseite	€ 7.580,00
3. Umschlagseite	€ 6.980,00	4. Umschlagseite	€ 7.580,00

### Sonstige Formate:

Berechnung nach mm-Preis (Spaltenbreite 41 mm) 4c	
ab 300 mm	€ 5,90
bis 300 mm	€ 7,40

**Anschnittzuschlag:** 10% auf den Grundpreis

**Platzierungszuschlag:** 10% auf den Grundpreis

### 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 %

### Kombinationen:

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

### Rubrikanzeigen:

Stellenangebot:	20 % Rabatt	Stellengesuche:	50 % Rabatt
"Der liefert das":	siehe gesondertes Blatt "Der liefert das"		

### Sonderwerbeformen:

Sonderdrucke und PDF's auf Anfrage  
Online Mediadaten unter [www.fluid.de](http://www.fluid.de)

## Einhefter:

Umfang	Papiergewicht	bis 90 g/m <sup>2</sup>	bis 120 g/m <sup>2</sup>	bis 170 g/m <sup>2</sup>	über 170 g/m <sup>2</sup>
2 Seiten		€ 5.698,00	€ 5.957,00	€ 6.216,00	€ 6.475,00
4 Seiten		€ 9.687,00	€ 10.127,00	€ 10.567,00	€ 11.008,00
6 Seiten		€ 13.077,00	€ 13.671,00	€ 14.266,00	€ 14.860,00
8 Seiten		€ 16.467,00	€ 17.216,00	€ 17.964,00	€ 18.713,00

**Anlieferung:** Muster bei Auftragserteilung. Auflage bis 24 Tage vor Erscheinen.  
Format unbeschnitten 216 mm breit, 303 mm hoch.

Kopfbeschnitt 3 mm. Mehrseitige Beihefter auf obiges Format gefalzt

### Beilagen: (nicht rabattfähig und nur für Gesamtauflage)

bis zu 25 g Gewicht	€ 6.060,00
je weitere 25 g Gewicht	€ 3.570,00

(Preise einschl. Portoanteil)  
max. Papierformat 20 x 29 cm

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

### Aufgeklebte Postkarten:

In Verbindung mit Anzeige oder Einhefter € 1.790,00 zuzüglich Klebekosten

### Lieferanschrift für Einhefter, Beilagen und Beikleber:

Westermann Druck, Georg-Westermann-Allee 66, 38104 Braunschweig  
(mit Vermerk: für fluid, Heft-Nr. ...)

### Zahlungsbedingungen:

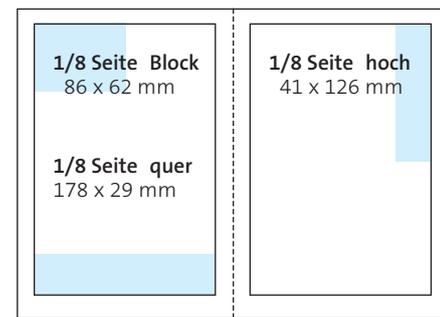
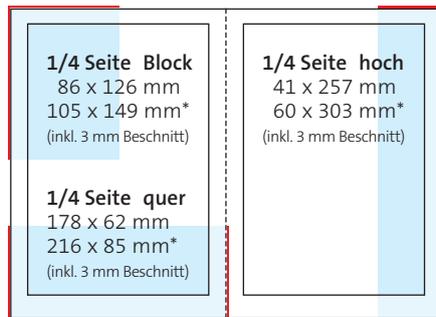
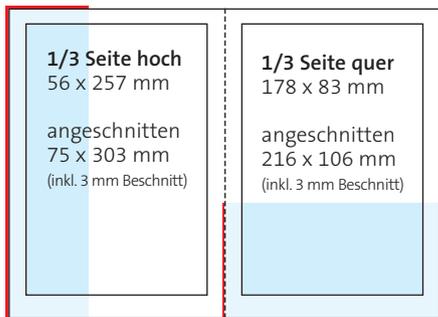
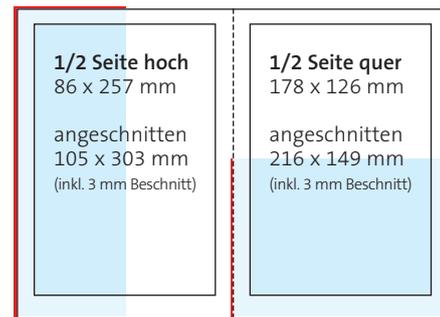
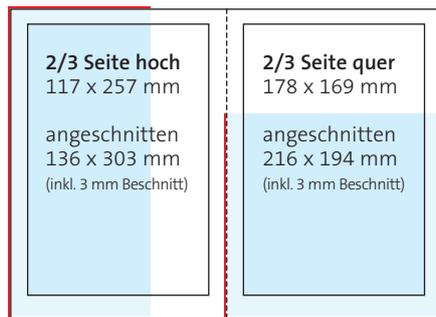
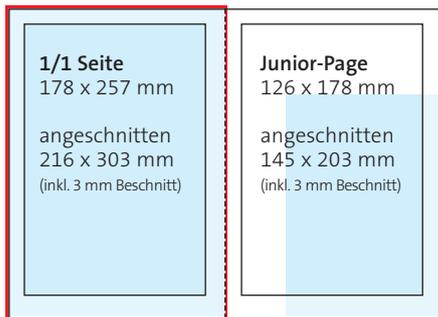
netto innerhalb 14 Tagen nach Rechnungsdatum,  
bei Vorauszahlung 2 % Skonto, bei Bankeinzug 3 % Skonto

### Bankverbindungen:

HVB  
BLZ: 70020270, Kto.: 15764474  
IBAN: DE76 7002 0270 0015 7644 74  
SWIFT (BIC): HYVEDEMMXXX

### Stornierungsgebühren:

35% des Anzeigenpreises ab vier Wochen vor Erscheinungstermin



\*angeschnitten

### Umschlagseiten

Titelseite inkl. Story



**Exklusivpreis  
7.100 €**

Platzieren Sie Ihre Produkt- oder Unternehmensabbildung in Abstimmung mit unserer Grafik exklusiv auf der Titelseite der fluid! Parallel dazu erscheint ein umfangreicher Beitrag, den unsere Redaktion in Abstimmung mit Ihnen erstellt.

2. Umschlagseite

Hier könnte Ihre Anzeige stehen

Aufmerksamkeitsstark direkt neben dem Editorial

4. Umschlagseite

Hier könnte Ihre Anzeige stehen

### Exklusive Sonderplatzierungen

Top-Platzierung exklusiv im Editorial

Anzeige

1/3 Seite Hochformat neben dem Inhaltsverzeichnis

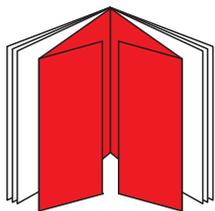
Anzeige

Exklusivplatzierung 1/3 Seite hoch oder Juniorpage in der Spektrum-Strecke (Unternehmensnews, Personalien)

Anzeige

Hier könnte Ihre Anzeige stehen

## Centerfold



Der Centerfold von fluid bietet Ihnen eine sehr attraktive Variante, um für maximale Aufmerksamkeit bei den Lesern von fluid zu sorgen. Das stärkere Papier, in der gleichen Grammatur der Umschlagseiten, sichert Ihnen garantierte Beachtung beim Durchblättern der Ausgabe.

## Titelklappe



Exklusivpreis  
6.300 €

Eine ganz besondere Werbeform, mit der Ihr Unternehmen garantiert im Fokus Ihrer Zielgruppe ist. Noch bevor der Nutzer die Ausgabe aufschlägt, reizt die Titelklappe zum Öffnen und Reinschauen. Sie geht nach außen auf und bietet auf zwei A4 Seiten Raum für Ihre Botschaft. Ob Sie diese werblich oder redaktionell aufbauen, bleibt Ihnen selbst überlassen.

## Titelecke rechts unten



Ihr Unternehmen oder Ihr Produkt exklusiv auf der Titelseite inklusive eines Beitrags von unserer Redaktion. Die Titelseite selbst wird von der Redaktion gestaltet. Siehe Expertenrunde Seite 16

## Innen-Titelseite inkl. Story



Buchen Sie die Anlaufseite zu einem Special und präsentieren Unternehmen und Ihre Produkte!

# fluid.de

Werben wo die Zielgruppe surft!

**Kurzcharakteristik: fluid.de** – Die digitale Plattform für Konstrukteure, Entwickler, Unternehmensleiter, technische Leiter, Produktions- und Betriebsleiter und Einkäufer. Auch online führen unsere Journalisten die User mit Kompetenz und langjährigem Know-how durch die Welt der Fluidtechnik – und das natürlich tagesaktuell.

**fluid.de** informiert, inspiriert, berät und bietet konkrete Hilfestellungen zu vielen Technikfragen. Der User kann sich in Bildergalerien und Videos auf unterhaltsame Weise anregen lassen, während Tools wie Formelsammlung, monatliche Umfrageergebnisse, Wissensdatenbank und das Herstellerverzeichnis handfesten Nutzen bieten. Wir verstehen uns als das Sprachrohr einer ganzen Branche; mit Faszination Fluidtechnik vermitteln wir die Begeisterung für die vielfältigen, tollen Anwendungen.

**fluid.de** – das Portal für Hydraulik, Drucklufttechnik und Mechatronik wächst konstant und die Zugriffszahlen für eine solch spezifische Zielgruppe können sich mehr als sehen lassen.

**Zielgruppe:** Konstrukteure, Entwickler, Unternehmensleiter, technische Leiter, Produktions- und Betriebsleiter, Einkäufer

## Werbemittelanlieferung via DCM (Google Campaign Manager):

Bitte liefern Sie hier die Weiterleitungsurl des Creative an.

**Datenanlieferung:** 6 Werktage vor Kampagnenstart per E-Mail an [michaela.richter@mi-connect.de](mailto:michaela.richter@mi-connect.de)

## Hinweis für Mobile Werbemittelauslieferung:

Bitte liefern Sie uns bei jeder Buchung zusätzlich ein Medium Rectangle 300x250 an.

**Zugriffskontrolle:**  Aktuelle Daten finden Sie unter: <http://ausweisung.ivw-online.de/>

**Reporting:** Sie erhalten auf Wunsch eine Auswertung der Ad-Impressions und Ad-Clicks.

**Nutzungsdaten:** Page Impressions: 82.942  
Visits: 52.840  
(Quelle: [www.ivw.de](http://www.ivw.de), März 2020)

	Werbemittel	Platzierung	Endgerät	Format (in Pixel)	Preis
	Billboard	RoS unter Header	Desktop, Tablet	728x90, 940x250, 970x250, 1000x250, 770x250, 800x250	210,- EUR TKP
	Halfpage Ad	RoS (sticky)	Desktop	300x600	260,- EUR
	Skyscraper rechts	RoS (sticky)	Desktop	120x600, 160x600	170,- EUR TKP
	Wallpaper	RoS	Desktop	728x90 + 160x600	230,- EUR TKP
	Skyscraper links 1	RoS	Desktop	120x600, 160x600	820,- EUR pro Woche
	Skyscraper links 2	RoS	Desktop	120x600, 160x600	820,- EUR pro Woche
	Leaderboard Post (Start)	Post, unter Teaserbild	Desktop Mobile/Tablet	728x90, 940x250, 770x250, 800x250	190,- EUR TKP
	Leaderboard Post (Ende)	Post, nach 1. Textblock, oder Postende	Desktop Mobile/Tablet	728x90, 940x250, 770x250, 800x250	190,- EUR TKP
	Content Ad	RoS	Desktop Mobile/Tablet	300x250	170,- EUR TKP
	Fullsize 1	Listing nach 4. Artikelteaser	Desktop Mobile/Tablet	468x60, 468x80, 600x90	520,- EUR pro Woche
	Baseboard Ad	RoS	Desktop	940x250, 960x90	1.150,- EUR pro Woche
	Exklusiv-Umfrage / Produkt der Woche	Ihre individuelle Umfrage auf der Startseite von fluid.de oder Ihr Produkt, das exklusiv auf der Homepage präsentiert wird; beides mit ca. 3500 Zeichen Text und bis zu zwei Produkt- oder Unternehmensabbildungen; inkl. einmaligem Versand mit unserem Newsletter			890,- EUR pro Woche

## Whitepaper



### Basis:

- Versand Standalone Newsletter
- Individuelles Bannering
- Garantie von 60 Leads

€ 9.900,-

### Plus:

- Bildung eines eigenen Zielgruppen-Segments
- Versand Standalone Newsletter
- Individuelles Bannering
- Titelübergreifende Maßnahmen im gesamten mi Netzwerk
- Garantie von 90 Leads

€ 12.900,-

## Live-Webinar promoted by fluid



- Versand Standalone Newsletter (inkl. Aufbau)
- Individuelles Bannering (Portal und Newsletter)
- Moderation durch unsere Redaktion
- Platzierung der Webinaraufzeichnung auf unserem Portal

€ 8.900,-

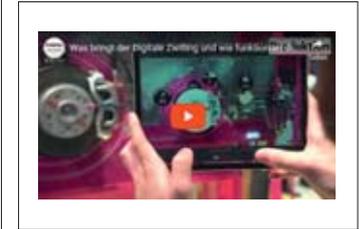
## Live-Webinar hosted by fluid



- Co-Branding
- Technische Organisation und Durchführung
- Versand Standalone Newsletter (inkl. Aufbau)
- Individuelles Bannering (Portal und Newsletter)
- Ansprache der ehemaligen Webinar Teilnehmer (je nach Thema)
- Moderation durch Chefredaktion
- Platzierung der Webinaraufzeichnung auf unserem Portal

€ 12.900,-

## Video-Marketing



- Erstellung des Storyboards
- Videodreh vor Ort
- Postproduktion durch Videografen
- Integration auf unserem Portal
- Newsletter Vermarktung

ab € 8.500,-



Wolfgang Kräußlich,  
0 81 91 / 1 25-6 67,  
wolfgang.kraeusslich@  
mi-connect.de

### Online-Advertorial



- Beitrag in Ihrer Wunschrubrik
- Platzierung an Top-Position mit verbesserter Sichtbarkeit
- Aufbau und Integration des Beitrags (look & feel Redaktion)
- Monitoring / SEO-Management
- Newsletter Vermarktung
- Archivierung des Beitrags auf dem Portal = nachhaltige Auffindbarkeit via Google

**€ 3.690,- pro Woche**

### Native Content Ad (Bild-/Textanzeige)



Die Native Content Ad ist eine "echte" Native Werbeform, die aus Text und Bild sowie weiteren Elementen besteht:

- Headline max. 90 Zeichen
- Bild mit mind. 1200x627 px Auflösung (Retina-Ready)
- Bodytext max. 220 Zeichen
- CTA-Text max. 15 Zeichen

**€ 160,- TKP**

### Native Video Ad (Videoanzeige)



Die Native Video Ad ist eine „echte“ Native Werbeform, die aus einem Video sowie weiteren Elementen besteht:

- Headline max. 25 Zeichen
- Video in SD-Qualität 720p (1.280x720)
- CTA-Text max. 15 Zeichen

**€ 160,- TKP**

### Podcast-Marketing



- Erstellung des Storyboards
- Aufnahme vor Ort oder via Phone
- Postproduktion durch unsere Redaktion
- Inhaltliche redaktionelle Unterstützung
- Integration auf unserem Portal
- Newsletter Vermarktung

**ab € 8.500,-**

+ Social Media

Vermarktung über unsere Social Media Kanäle Facebook, LinkedIn und Xing  
(Gesamtreichweite Social, Stand Juni 2020: 45.400 Abonnenten/Follower)

**€ 1.290,-**

## Der Newsletter der fluid

- Name:** fluid Insider + fluid Exklusiv
- Kurzcharakteristik:** Wöchentlich versorgt unsere Redaktion Konstrukteure, Entwickler, Unternehmensleiter, technische Leiter, Produktions- und Betriebsleiter mit aktuellen News und Highlights aus der Industrie. Mit Ihrer Werbung im exakt passenden Themenumfeld erreichen Sie Spitzenwerte in Beachtung und Relevanz und erreichen exakt Ihre Zielgruppe!
- Zielgruppe:** Konstrukteure, Entwickler, Unternehmensleiter, technische Leiter, Produktions- und Betriebsleiter
- Erscheinungsweise:** wöchentlich (Mittwoch plus fluid Exklusiv mit besonderen Meldungen)
- Verbreitung:** 2.663 Abonnenten (Stand Juli 2020)
- Datenanlieferung:** mindestens 6 Werktage vor Schaltbeginn per Mail an [michaela.richter@mi-connect.de](mailto:michaela.richter@mi-connect.de)
- Format:** GIF-Format, JPG, HTML-Banner (keine animierten Formate im Newsletter möglich)
- Farbschema:** RGB
- Max. Dateigröße:** max. 50KB

Werbeform	Format (in pixel)	Platzierung	Datenvolumen	Preis pro Woche
Maxi Format	650 x 90	Top	max. 50 KB	580,-
Content Ad	300 x 250	Meldungsteil	max. 50 KB	460,-
Fullsizebanner	468 x 60	Meldungsteil	max. 50 KB	610,-
Text Ad	max. 400 Zeichen + Bild (145 x 145 px)	Meldungsteil	max. 50 KB	725,-



Alle Newsletter sind **mobil optimiert** für die Nutzung auf dem Smartphone oder Tablet.

## Der Standalone Newsletter der fluid

Neben unseren Newslettern bieten wir Ihnen zusätzlich die Möglichkeit, sich mittels eines Standalone Newsletters an unsere Zielgruppe zu wenden. Gestalten Sie einen Newsletter exklusiv mit Ihren Inhalten. Dies garantiert Ihnen eine zielgruppengenaue Ansprache potenzieller Kunden und ablenkungsfreie Werbung. Der Newsletter wird im Namen unserer Seite an ca. 2.660 Abonnenten versendet und enthält 100% Kundeninhalte.

- Variante 1 – auf Basis unseres Template Baukastens
- Variante 2 – auf Basis Ihres Kunden-HTML

Hier ist die Erstellung sowie eine Korrekturschleife immer inklusive

**Preis 5.900,- Euro** inklusive A/B-Testing mit 2.000 Test-Usern

Zweitversand an alle Nichtöffner + 25 % auf den Basispreis

### Bauen Sie Ihren individuellen Verteiler:

Selektieren Sie jetzt nach Branche, Funktion und Unternehmensgröße

Preis auf Anfrage

**Infoletter** fluid

**MOOG**

**HYDRAULISCH ODER ELEKTROMECHANISCH?**  
Entdecken Sie die Elektrohydrostatische Pumpeneinheit von Moog

WHAT MOVES YOUR WORLD **MOOG**

**Das Beste aus zwei Welten**

Nicht nur gestiegene Energiekosten, auch Platzbedarf und Wartungskosten führen zu einer hohen Nachfrage an Maschinen mit geringerem Energieverbrauch und kompaktem Design. Elektrohydrostatische Antriebe sind für industrielle Maschinenbauer somit die kompakte Alternative zu herkömmlichen Antriebslösungen. Die Elektrohydrostatische Pumpeneinheit (EPU) von Moog EPU ist das kompakteste Produkt ihrer Klasse und das Herz eines derartigen Antriebs, der das Beste aus elektrischen und hydraulischen Antriebstechnologien in einem in sich geschlossenen hydrostatischen Getriebe vereint: Energieeffizienz und Umweltfreundlichkeit.

[Mehr](#)

**Booster für die Energieeffizienz**

fluid **Hydraulisch oder elektromechanisch?**

Hydraulisch oder elektromechanisch? Vor dieser Frage stehen Konstrukteure im Maschinen- und Anlagenbau, wenn es um die auszuwählende Antriebstechnologie geht. Dass eine hybride Lösung als rentable Option viele Vorteile bieten kann, zeigt das Konzept des neuen elektrohydrostatischen

## Crossmediaspecial in der fluid – mehr Eindrücke, mehr Kontakte, mehr Vertrauen



- 1) Mindestens 7 Kontakte benötigt eine Botschaft, um im Kopf hängen zu bleiben. Von Wissen bis Reaktion ist es dann aber noch einmal ein mächtiger Schritt. Mehr Kontakte sind gefragt! So viele, bis sich Ihre Zielgruppe mit Ihrem Unternehmen so wohl fühlt, dass sie im Entscheidungsfall Ihr Unternehmen anderen vorzieht.
- 2) Dauerhafte Konfrontation sorgt für ein vertrautes Gefühl mit der Marke. Das ist die Macht der Werbung. Sie produziert Bekanntheit und Wohlbehagen. Nehmen sie große Marken wie Mc Donalds, Coca Cola, Siemens, kennt jeder, nutzt nahezu jeder – kann so schlecht also nicht sein, was die machen. Darum fluten auch Sie Ihre Botschaft auf allen Kanälen. Print, Online, Newsletter.

**Wir machen das für Sie auch bezahlbar.**

- Erscheinungsweise Print:** 8 Ausgaben fluid  
**Erscheinungsweise Online:** 10 Tage vor Printerscheinung  
**Versand Sondernewsletter:** Nach Onlineerstellung des Specials  
**Auflage Print:** 11.500 Exemplare IVW-EDA geprüft

**Zugriffe Online**

82.942 Impressions, 52.840 Visits  
 (www.ivw.de, März 2020)

**Empfänger:**

Konstrukteure und Entwickler, Unternehmensleitung, technische Leiter, Einkäufer, Betriebsleiter

**Beispiel 1:**  
**fluid Magazin**  
 ½-Seite Anzeige  
 im redaktionellen Umfeld  
 +  
**fluid Portal**  
 Content AD, 4 Wochen  
 +  
**fluid Newsletter**  
 Content AD, 4 Aussendungen  
**Euro 6.900,00**

**Beispiel 1:**  
**fluid Magazin**  
 1/3-Seite Anzeige  
 im redaktionellen Umfeld  
 +  
**fluid Portal**  
 Content AD, 2 Wochen  
 +  
**fluid Newsletter**  
 Content AD, 2 Aussendungen  
**Euro 4.800,00**

### Die Herstellerdatenbank auf fluid.de

Sorgen Sie als Anbieter oder Hersteller fluidtechnischer Produkte für eine bessere Sichtbarkeit Ihres Unternehmens. Mit der Herstellerdatenbank der fluid profitieren Sie in vielerlei Hinsicht:

Wir bewerben die detailgenaue Suche auf fluid.de in all unseren zahlreichen Medienkanälen (der verlag moderne industrie gehört zur Südwestdeutschen Medienholding und zählt zu einer der bedeutendsten Mediengruppen Deutschlands: 16 Zeitungen, über 150 Fachinformationstitel, 16 Anzeigenblätter und diverse Radiobeteiligungen). Inmitten der reputationsstarken Marke fluid sind Sie exakt bei Ihrer Zielgruppe präsent.

Mit der Platzierung Ihres Firmenlogos, Bildern zu Ihren Produkten, zusätzlichem Freitext zum Herstellungsprogramm sorgen Sie für eine optimale Sichtbarkeit und generieren zusätzliche Kontakte sowie die Chance auf mehr Umsatz.

#### Dabei haben Sie folgende Möglichkeiten:

Sichtbarkeit Ihres Unternehmens. Mit dem Herstellerverzeichnis der fluid profitieren Sie in vielerlei Hinsicht:

#### ■ Basiseintrag

(Firmeneintrag mit Adresse und der Erfassung Ihrer Produkte) ist kostenlos

Ihr Basiseintrag erscheint online und auch print im Lieferantenverzeichnis der beiden Sonderausgaben fluid Markt und fluidtechnik.

#### ■ Paket 1

Logo zum Firmeneintrag (Online + Print in den Sonderausgaben fluidtechnik + fluid Markt)  
Link zu Ihrem Online-Shop  
**Kosten: EUR 350,- pro Jahr**  
(Für Bücher von „Der liefert das“ gratis)

#### ■ Paket 2

Logo zum Firmeneintrag (Online + Print in den Sonderausgaben fluidtechnik + fluid Markt)  
Link zu Ihrem Online-Shop  
Firmenkatalog zum Download  
2-3 Produkt-/Unternehmensbilder zum Firmeneintrag  
**Kosten: EUR 680,- pro Jahr**

#### ■ Paket 3

Logo zum Firmeneintrag (Online + Print in den Sonderausgaben fluidtechnik + fluid Markt)  
Link zu Ihrem Online-Shop  
Firmenkatalog zum Download  
2-3 Produkt-/Unternehmensbilder zum Firmeneintrag  
Unternehmensbeschreibung mit max. 600 Zeichen  
**Kosten: EUR 900,- pro Jahr**

#### ■ Paket 4 (Premium)

Logo zum Firmeneintrag (Online + Print in den Sonderausgaben fluidtechnik + fluid Markt)  
Link zu Ihrem Online-Shop  
Firmenkatalog zum Download  
2-3 Produkt-/Unternehmensbilder zum Firmeneintrag  
Unternehmensbeschreibung mit max. 600 Zeichen  
**Firmenlogo auf der Startseite unseres Herstellerverz.**  
**Kosten: EUR 1.300,- pro Jahr**



Nehmen Sie einfach Kontakt mit mir auf:



Gabi Claus  
Tel.: +49 (0) 8191 125-319  
Fax: +49 (0) 8191 125-555  
E-Mail: gabi.claus@mi-connect.de

## Das Produkt- und Firmenverzeichnis der fluid

- Freie Rubrikwahl
- Kostenlose Veröffentlichung im Herstellerverzeichnis von [www.fluid.de](http://www.fluid.de) (Paket 1 siehe Herstellerverzeichnis)
- Monatliche Änderung (gegen Berechnung der Satzkosten) möglich

**Laufzeit:** mindestens 1 Jahr

**Rechnungsstellung:** halbjährlich (Juni und Dezember)

**Preise\*:**  
mm-Preis pro Jahr € 24,30  
Farblogo pro Jahr € 250,00

**Erscheinungsweise:** In jeder Ausgabe der fluid (inkl. fluidtechnik und fluid Markt)

**Kündigungstermin:** Ihr Eintrag kann zum 15.05 bzw. 15.11. gekündigt werden. Andernfalls verlängert sich der Eintrag um weitere 6 Monate.

**Bei Rückfragen:** Gabi Claus  
Telefon 0 81 91/1 25-3 19  
Telefax 0 81 91/1 25-4 83  
E-Mail [gabi.claus@mi-connect.de](mailto:gabi.claus@mi-connect.de)

## Eintragungs-/Berechnungsbeispiele:

**Adresseintrag**

**Vakuum Ejektoren  
und Saugnapfe**

**J. Schmalz GmbH**  
Aacher Straße 29  
72293 Glatten  
Tel. (0 74 43) 24 03-101  
Fax (0 74 43) 24 03-199  
<http://www.schmalz.de>  
[schmalz@schmalz.de](mailto:schmalz@schmalz.de)

mm-Preis: € 24,30  
Adresse + Logo: 23 mm Höhe  
Gesamt: € 558,90  
(pro Rubrik und Jahr)

**Adresseintrag mit  
Ihrem Firmenlogo**

**Dichtungen/Führungen**



**Busak+Shamban**

**BUSAK + SHAMBAN GMBH & CO**  
Handwerkstraße 5-7  
70565 Stuttgart  
Tel. (07 11) 78 64-0  
Fax (07 11) 7 80 31 71-72  
<http://www.busakshamban.com>  
[busak.shamban@t-online.de](mailto:busak.shamban@t-online.de)

mm-Preis: € 24,30  
Adresse + Logo: 36 mm Höhe  
Gesamt: € 874,80  
(pro Rubrik und Jahr)

**Premieeintrag online**



The screenshot shows the fluid.de website interface. At the top, there's a navigation bar with 'fluid.de' logo and social media icons. Below that, a search bar and a list of categories: 'Produkte', 'Dienstleistungen', 'Anlagenbau', 'Software', 'Forschung & Entwicklung'. The main content area displays the entry for 'ITT Controls Technologies'. It includes the company name, address (WATZ Bad König), phone and fax numbers, and a logo. There are also links for 'Produktprogramm' and 'More- und Analytische Services'. A small text block below the entry describes the company's history and services.

Die Beispielanzeigen sind **nicht** in Originalgröße dargestellt.  
Verkleinerungsfaktor: 65 %

## Mit uns erreichen Sie Ihre Zielgruppe, garantiert!

fluid ist IVW-EDA geprüft!

### Was bedeutet das?

Von ca. 4.000 Fachzeitschriften in Deutschland sind nur insgesamt 38 (Stand 04/2019) IVW-EDA geprüft. Die Konstruktions titel von mi connect (ke NEXT und fluid) gehören dazu!

EDA steht für Empfängerdatei-Analyse. **Jeder** Empfänger der fluid wird gemäß der IVW-Vorgaben qualifiziert. Vergleichbar ist die EDA-Prüfung mit der BPA, die international ein etabliertes Qualitätsmerkmal für den Vertrieb von Fachzeitschriften darstellt.

Neben der geografischen und branchenspezifischen Verbreitung weisen wir auch die Betriebsgröße der Unternehmen und die Funktion und Stellung des Beziehers im Unternehmen aus!

Die IVW als unabhängige Institution prüft die vom Verlag angegebene Empfängerstruktur auf Richtigkeit.

**Dies schafft die Sicherheit für Sie als Anzeigenkunden, dass Ihre Werbung da ankommt wo sie ankommen soll!**

Sie haben Fragen zur IVW-EDA?  
Sprechen Sie uns an!



## Audience-Targeting

Erreichen Sie die B2B-Nutzer im Google Display-Netzwerk.

### Ihr Nutzen:

- Gesteigerte Brand-Awareness durch wiederholte Ansprache an verschiedenen Touchpoints
- Geräteübergreifende Ausspielung
- Geringe Streuverluste, da nur Nutzer mit Interesse für ein bestimmtes Thema angesprochen werden
- Grosses Neukundenpotenzial
- Performance Boost – wir optimieren die Kampagne und liefern verstärkt im erfolgreichsten Kanal
- Maximale Kontrolle Ihrer Werbeinvestitionen durch genaue Reichweitenauswertung

Für die optimale Ausspielung stellen Sie uns bitte ein Bannerset mit folgenden Formaten zur Verfügung: Skyscraper, Leaderboard, Billboard, Content-Ad.

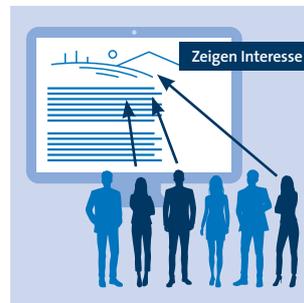
**Mindestabnahme:** 50.000 Ad Impressions

**Preis:** 65,- Euro (TKP)

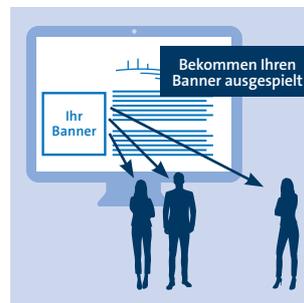
### So funktioniert´s:



Nutzer befassen sich auf dem Fachportal mit ihren Interessensgebieten.



Zeigen Nutzer Interesse an einem bestimmten Themengebiet, werden diese markiert.



Speziell diese Nutzer bekommen Ihre Banner nun im gebuchten Themenkanal, in deren Facebook-Timeline sowie auf Partnerseiten des Google Display-Netzwerks ausgespielt. So erreichen Sie genau Ihre Zielgruppe.

Gerne prüfen wir, ob Ihre gewünschte Reichweite realisierbar ist.

## Keyword-Advertising

Platzieren Sie Ihren Banner zu den Artikeln unseres Fachportals, die mindestens einen Ihrer **5 bis 10 Schlüsselbegriffe** enthalten. Vorab prüfen wir das Erfolgspotenzial Ihrer Keywords.

### Ihr Nutzen:

- Neukundenpotenzial
- Aufmerksamkeit zum richtigen Zeitpunkt im passenden thematischen Umfeld
- Reichweitenoptimierung im mi connect-Netzwerk
- Reduzierung von Streuverlusten
- Aktivierung neuer Zielgruppen, dadurch grosses Neukundenpotenzial

**Preis pro 1.000 Ad-Impressions:**

+15% auf den regulären TKP des gebuchten Formats



Ihr Banner erscheint im thematisch passenden Umfeld, wenn dort Ihre Schlüsselbegriffe verwendet werden.



## fluid **MARKT**

Der auflagenstärkste Jahreseinkaufsführer für Hydraulik, Pneumatik und Zubehör mit 20.000 Exemplaren vermittelt den Konstrukteuren und Entwicklern einen umfassenden Überblick über fluidtechnische Produkte und deren Anbieter. Mit dem führenden „Ratgeber für die treffsichere Produktauswahl“ sind Sie im gesamten nächsten Jahr bei Ihren potenziellen Kunden präsent.

Anzeigenschluss: **18.11.2021**  
Erscheinungstermin: **15.12.2021**

**Es gilt die aktuelle Preisliste!**



## fluid **technik**

Die Sonderausgabe ist ganz dem Zubehörbereich der Hydraulik und Pneumatik gewidmet. Das Themenumfeld sorgt für höchste Aufmerksamkeit bei Ihrer Zielgruppe.

fluid**technik** ist mit einer erhöhten Auflage von 20.000 Exemplaren Langzeitwerbeträger mit einem Jahr Präsenz beim Empfänger.

Anzeigenschluss: **21.06.2021**  
Erscheinungstermin: **16.07.2021**

**Es gilt die aktuelle Preisliste!**

## Die fluid Expertenrunde



3-5 Unternehmen finden sich zu einem speziellen Thema bei uns ein und diskutieren. Neben dem Erfahrungsaustausch untereinander und jeder Menge neuer Ideen erhalten diese Unternehmen folgendes Mediapaket:

- Titelseite der fluid
- Titelgeschichte der fluid
- Sondernewsletter
- Online-Beitrag mit Umfrage an eingeloggte User
- Videomitschnitt auf unseren Portalen, in YouTube und natürlich auch zur eigenen Verwendung.

**Preis pro Unternehmen: Euro 5.600,--**

Beispiele der Themen: Energieeffizienz trotz Pneumatik, Elektrik kontra Hydraulik, Industrie 4.0, Kompressortechnik, Maschinensicherheit, Service, Verfügbarkeiten.....

# Allgemeine Geschäftsbedingungen für Angebote, Beilagen, Digital- und Online-Werbemittel

## § 1 Geltung, Ausschließlichkeit

1. Für die Annahme und die Veröffentlichung aller Werbeaufträge gelten ausschließlich die vorliegenden AGB sowie die zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses aktuelle Preisliste des Unternehmens, deren Regelungen einen wesentlichen Vertragsbestandteil bilden. Die Geltung etwaiger AGB der Auftraggeber ist, soweit sie mit diesen nicht übereinstimmen, ausgeschlossen.  
2. Diese AGB gelten sinngemäß für Beilagenaufträge. Diese werden vom Unternehmen grundsätzlich erst nach Vorlage und Prüfung eines Musters angenommen.

## § 2 Angebot, Vertragsschluss

1. Werbeauftrag im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist ein Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen, Fremdbelegungen oder sonstiger Werbemittel eines Werbungstreibenden oder sonstigen gewerblichen Inserenten in einem Werbeträger (z. B. Digital) zum Zweck der Werbung.  
2. Aufträge für Werbemittel können persönlich, telefonisch, schriftlich, per Telefax, per E-Mail oder per Internet aufgegeben werden. Das Unternehmen haftet nicht für Übermittlungsfehler.  
3. Ein Vertrag kommt erst durch die schriftliche Auftragsbestätigung des Unternehmens zustande. Es gilt jeweils die im Zeitpunkt der Auftragserteilung gültige Preisliste.

Das Unternehmen ist berechtigt, Aufträge, auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Gesamtschlusses, 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 das Unternehmen wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder durch Format- oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines redaktionellen Beitrags erwecken oder Fremdanzeigen enthalten. Das Unternehmen wird die Ablehnung unverzüglich nach Kenntniserlangung der betreffenden Inhalte mitteilen.

## § 3 Vertragsabwicklung

1. Aufträge sind innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzuwickeln, beginnend mit der ersten Schaltung (Veröffentlichung) des Werbemittels. 1. Alle für die Werbemittel erforderlichen Inhalte, Informationen, Daten, Dateien und sonstigen Materialien (Vorlagen) stellt der Auftraggeber dem Unternehmen vollständig, fehler- und wirrenfrei und den vertraglichen Vereinbarungen entsprechend rechtzeitig zur Verfügung. Werden Vorlagen digital (z. B. per CD-ROM oder E-Mail) an das Unternehmen übermittelt, sind sie nur mit geschlossenen Dateien zu übertragen, also mit solchen Dateien, die das Unternehmen inhaltlich nicht ändern kann. Das Unternehmen 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 als Aufträge in der Versions- und Verzeichnis-Ordnung 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 das Unternehmen löschen, ohne dass der Auftraggeber hieraus Ansprüche herleiten könnte. Das Unternehmen behält sich zudem Ersatzansprüche vor, wenn die Computerviren beim Unternehmen weiteren Schaden verursachen. Für die sofortige Unterbrechung von Werbemitteln durch unzulässige Änderungen und/oder unvollständige Aufträge besteht keine besondere Aufforderung an den Auftraggeber zurückzusandten, anderfalls gehen sie in das Eigentum des Unternehmens über. Die Pflicht zur Aufbewahrung aller zugesandten Unterlagen endet drei Monate nach Veröffentlichung des jeweiligen Auftrags.  
3. Kosten für die Anfertigung bestellter Vorlagen, Filme oder Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen trägt der Auftraggeber.  
4. Probeabzüge werden nur auf Wunsch des Auftraggebers erstellt. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit des zurückgesandten Abzugs. Wird der Abzug nicht fristgemäß an das Unternehmen zurückgeschickt, so gilt die Genehmigung des Werbemittels als erteilt.  
5. Das Unternehmen liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Werbemittelbeleg. Kann ein Beleg nicht mehr beschaffen werden, tritt an seine Stelle eine Bescheinigung des Unternehmens über die Veröffentlichung und Verbreitung des Werbemittels.  
6. Die Aufmachung und Kennzeichnung redaktionell gestalteter Werbemittel ist rechtzeitig vor Erreichen mit dem Unternehmen abzustimmen. Textanzeigen müssen sich schon in ihrer Grundchrift vom redaktionellen Teil unterscheiden. Das Unternehmen ist berechtigt, Werbemittel, die nicht als solche zu erkennen sind, deutlich als Werbung zu kennzeichnen.  
7. Zuschriften auf Chiffreanzeigen werden bis vier Wochen nach Veröffentlichung der Anzeige aufbewahrt und dem Auftraggeber auf normalem Postwege zugesandt (auch wenn es sich um Express- oder Einschreibsendungen handelt). Eine Gewähr für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Offerten übernimmt das Unternehmen jedoch nicht.  
8. Die Preisliste und die rechtlichen Allgemeinen Geschäftsbedingungen sind für das Unternehmen unveränderlich. Dem Unternehmen steht es frei, diese kurzfristig dem Produktionsablauf entsprechend anzupassen.  
9. Aufträge können nur rechtzeitig, spätestens zum Anzeigen-schlussfrist, 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 das Unternehmen die Erstattung der bis zur Kündigung angefallenen Kosten nach den gesetzlichen Vorschriften verlangen.  
10. Der Auftraggeber ist für die Richtigkeit der übermittelten Werbemittel verantwortlich. Er stellt das Unternehmen von allen Ansprüchen Dritter wegen der Veröffentlichung des Werbemittels frei, einschließlich der angemessenen Kosten zur Rechtsverteidigung. Das Unternehmen ist nicht zur Prüfung verpflichtet, ob ein Werbemittel die Rechte Dritter beeinträchtigt. Wird das Unternehmen durch gerichtliche Entscheidung z. B. zum Abdruck einer Gegenandstellung oder Berichtigung aufgrund des geschalteten Werbemittels verpflichtet, hat der Auftraggeber diese Veröffentlichung nach der gültigen Preisliste zu bezahlen.

11. Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen gegenüber den Werbungstreibenden an die Preisliste des Unternehmens zu halten. Die vom Unternehmen gewährte Vermittlungsprovision errechnet sich aus dem Kundennetto, also nach Abzug von Rabatt, Boni und Mängelnachlass. Die Vermittlungsprovision fällt bei Vermittlung von Aufträgen Dritter an. Sie wird nur an vom Unternehmen 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 Gewerbesteuermeldung als Werbeagentur vorliegt. Dem Unternehmen steht es frei, Aufträge von Werbeagenturen abzulehnen, wenn diese keine ausreichende Anzahl von Agenturen besitzt 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 dies gesondert unter namentlicher Nennung des Werbungstreibenden vereinbart werden. Das Unternehmen ist berechtigt, von der Werbeagentur einen Mandatsnachweis zu verlangen.

## § 4 Preise, Zahlungsbedingungen, Preisbindung

1. Der Preis für die Veröffentlichung eines Werbemittels richtet sich nach der im Zeitpunkt der Auftragserteilung gültigen Preisliste. Für redaktionell gestaltete Werbemittel, Beilagen, Sonder-veröffentlichungen und Kollektive sowie Werbemittel, die nach Anzeigenschluss in Auftrag gegeben werden, kann das Unternehmen vom Preisliste abweichende Preise festlegen. Preisänderungen für erteilte Aufträge sind gegenüber Unternehmen wirksam, wenn sie vom Unternehmen mindestens einen Monat vor Veröffentlichung des Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preisänderung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Erhalt der Mitteilung über die Preisänderung ausgeübt werden.  
2. Die in der Preisliste bezeichneten Nachlässe werden nur dem Auftraggeber und nur für die innerhalb eines Jahres geschalteten Werbemittel gewährt (Anzeigengjahr). Nachlässe für spätere Anzeigen gelten nur innerhalb eines Anzeigengjahres. Die Frist beginnt mit der Schaltung des ersten Werbemittels, wenn nicht anders vereinbart.  
3. Bei Erweiterung des Auftrages entsteht ein Anspruch auf rückwirkenden Rabatt, sofern der Grundauftrag rabattfähig war. Der Anspruch erlischt, wenn er nicht spätestens einen Monat nach Ablauf des Anzeigengjahres geltend gemacht wird. Erreicht ein Auftrag nicht das vorhergesehene Auftragsvolumen, so wird der zu viel gewährte Preisnachlass nachträglich in Rechnung gestellt.

4. Auftragsrechnungen sind innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung laufenden Frist zu bezahlen, sofern nichts anderes vereinbart ist. Die sog. Pre-Notifikationsfrist nach der SEPA-Basis- Lastschrift ist auf vier Tage verkürzt. Das Unternehmen hat das Recht, seine Forderungen gegen den Auftraggeber an Dritte abzutreten. Ist der Auftraggeber in Zahlungsverzug mit einer Forderung, so können alle übrigen Forderungen gegen den Auftraggeber fällig gestellt werden. Mahn- und Inkassokosten, die durch Zahlungsverzug entstehen, trägt der Auftraggeber. Das Unternehmen kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung eines laufenden Auftrags bis zur Bezahlung zurückstellen und Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist das Unternehmen berechtigt, auch wäh- rend der Laufzeit eines Gesamtschlusses das Erscheinen weiterer Werbemittel ab einem bestimmten Zeitpunkt in Anspruch auf Preisänderung begleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Schaltung beginnenden Anzeigengjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder – falls eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittliche verkaufte (falls keine verkaufte vorhanden, die durchschnittlich tatsächlich verkaufte) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagen- minderung ist nur dann ein zur Preisänderung berechtigter Mangel, wenn eine Auflage um mindestens 20 v. H. unterschritten wird. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisänderungsansprüche ausgeschlossen, wenn das Unternehmen dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen des Werbemittels vom Vertrag zurücktreten konnte. Derartige Minderungsansprüche von Kaufleuten als Auftraggeber verjahen 12 Monate nach Veröffentlichung des Werbemittels.  
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. Das Unternehmen ist zur Nachberechnung der Mehrwertsteuer berechtigt, wenn die Finanzverwaltung die Steuerpflicht des Anzeigengabers bejaht. Der Auftraggeber ist verpflichtet, die Mehrwertsteuer für ein Werbemittel ab dem Zeitpunkt der Veröffentlichung zu zahlen. Der Auftraggeber ist verpflichtet, im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Schaltung beginnenden Anzeigengjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder – falls eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittliche verkaufte (falls keine verkaufte vorhanden, die durchschnittlich tatsächlich verkaufte) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagen- minderung ist nur dann ein zur Preisänderung berechtigter Mangel, wenn eine Auflage um mindestens 20 v. H. unterschritten wird. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisänderungsansprüche ausgeschlossen, wenn das Unternehmen dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen des Werbemittels vom Vertrag zurücktreten konnte. Derartige Minderungsansprüche von Kaufleuten als Auftraggeber verjahen 12 Monate nach Veröffentlichung des Werbemittels.

## § 5 Mängelvermeidung

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 Unternehmens zur Erstellung und Übermittlung von Vorlagen nicht, so stehen ihm keine Ansprüche wegen fehlerhafter Veröffentlichung zu. Dies gilt auch, wenn er sonstige Regelungen dieser AGB oder der Preisliste nicht beachtet.  
3. Die Rechte des Auftraggebers werden im Falle von Mängeln innerhalb eines Monats nach dem Eingang der Rechnung geltend gemacht werden. Nicht offensichtliche Mängel muss der Auftraggeber spätestens sechs Monate nach Veröffentlichung der entsprechenden Druckschrift reklamieren. Bei fehlerhafter Wiedergabe des Werbemittels – trotz rechtzeitiger Lieferung einwandfreier Vorlagen und rechtzeitiger Reklamation – kann der Auftraggeber eine einwandfreie Ersatzschaltung (Nachlieferung) verlangen, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Der Anspruch auf Nachlieferung ist ausgeschlossen, wenn dies für das Unternehmen mit unverhältnismäßigem Aufwand verbunden ist. Lässt das Unternehmen eine angemessene Frist verstreichen, verweigert er die Nachlieferung, ist die Erfüllung des Werbemittels nicht zumutbar oder schließt er sich dem Mangel an, so hat der Auftraggeber das Recht, vom Vertrag zurückzutreten oder Zahlungsinderung in dem Ausmaß geltend zu machen, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Bei unentschiedenen Mängeln ist der Rücktritt ausgeschlossen. Gewährleistungsansprüche von Kaufleuten verjahen 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 Werbemaßnahmen, wenn der Auftraggeber nicht rechtzeitig vor Veröffentlichung der nachfolgenden Werbemaßaltung auf den Fehler hingewirkt.  
5. Für vom Auftraggeber bereitgestelltes Material (Einhefter, Beilagen etc.) übernimmt das Unternehmen keine Gewähr für die Richtigkeit der als geliefert bezeichneten Mengen oder Qualitäten.

## § 6 Haftung, höhere Gewalt

1. Schadensersatzansprüche des Auftraggebers gegen das Unternehmen, gleich aus welchem Rechtsgrund, sind ausgeschlossen, insbesondere Ansprüche wegen Verzugs, der Verletzung vertraglicher Pflichten oder gewerblicher Schutzrechte Dritter sowie aus unerlaubter Handlung. Dies gilt nicht, wenn das Unternehmen, seine Vertreter oder seine Erfüllungsgehilfen vorsätzlich oder grob fahrlässig handeln oder leicht fahrlässig eine Vertragspflicht verletzen, die für die Erreichung des Vertragszwecks wesentlich ist, oder sich die Schadensersatzansprüche aus einer Beschaffenheitsgarantie ergeben. Haftet das Unternehmen dem Grunde nach, ist der Schadensersatzanspruch auf den vorhersehenden Schaden begrenzt. Diese Haftungsbegrenzung gilt nicht, wenn der Schaden durch vorsätzliches oder grob fahrlässiges Handeln des Unternehmens, seiner Vertreter oder Erfüllungsgehilfen verursacht wurde oder nach dem Produkthaftungsgesetz begründet ist oder sich aus der Verletzung von Leben, Körper, Gesundheit oder Eigentum des Auftraggebers ergibt. Das Unternehmen ist nicht haftbar für die persönliche Haftung seiner Mitarbeiter, Vertreter, Organe und Erfüllungsgehilfen. Alle Schadensersatzansprüche gegen das Unternehmen verjahen in zwölf Monaten nach dem Zeitpunkt, in dem der Auftraggeber von den Anspruch begründenden Umständen Kenntnis erlangt hat oder hätte erlangen müssen.  
2. Das Unternehmen wird im Falle höherer Gewalt und bei vom Unternehmen unverschuldeten Arbeitskämpfabnahmen von der Verpflichtung zur Auftragserteilung frei. Schadensersatzansprüche bestehen deswegen nicht.

## § 7 Rechteinräumung

Der Auftraggeber räumt, dass er alle zur Schaltung, Veröffentlichung und Verbreitung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt. Er räumt dem Unternehmen die für die zweckmäßige Nutzung des Werbemittels in den jeweiligen Werbeträgern 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 Beibehalten bis zum Ablauf und zwar zeitlich, räumlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen nicht unbegrenzt eingeräumt und berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie in allen bekannten Formen von Werbemaßnahmen.

## § 8 Datenschutz

Die Datenerfassung erfolgt nach Maßgabe der geltenden Regelungen des Bundesdatenschutzgesetzes und der Europäischen Datenschutz-Grundverordnung. Die Verlag moderne industrie GmbH erhebt, verarbeitet und nutzt personenbezogene Daten des Kunden. Weitere Informationen zur Datenerverarbeitung und zum Datenschutz sind in der Datenschutzerklärung der Verlag moderne industrie GmbH, die unter <http://www.miv-erlag.de/datenschutz-eingesehen> werden können, enthalten.

## § 9 Außergerichtliche Online-Streitbeilegung

Die Europäische Kommission hat eine Plattform zur Online-Streitbeilegung eingerichtet. Diese erreichen Sie unter: <http://ec.europa.eu/consumers/> oder Verbraucher können die Plattform für die Beilegung ihrer Streitigkeiten nutzen. Wir sind zur Teilnahme an einer Streitbeilegungsverfahren für Verbraucher nicht verpflichtet, außer es besteht eine gesetzliche Pflicht zur Teilnahme.

## § 10 Erfüllungsort, Gerichtsstand, Kostenersatzung

1. 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.  
2. Der Auftraggeber hat alle Gebühren, Kosten und Auslagen zu tragen, die im Zusammenhang mit jeder gegen ihn rechtlichen Rechtsverfolgung außerhalb Deutschlands anfallen.

Wir sind Anbieter von Fachinformationen und Kommunikationslösungen für die Industrie.		Wir vernetzen die Industrie-Branche mit ihren Zielgruppen.	
Teil der Südwestdeutschen Medienholding SWMH	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 120 Branchen- und Technologie-Experten</li> <li>• Offline/Online Marketing-Spezialisten</li> <li>• Live Experience-Experten</li> </ul>	Netzwerk:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hannover</li> <li>• Landsberg</li> <li>• Heidelberg</li> <li>• London</li> <li>• München</li> <li>• Pattensen</li> </ul>

## Unsere Produkte

Auf Ihre Bedürfnisse zugeschnitten.



Effekte		Leistungsbereiche		Service		Media-Produkte	
Welchen Effekt wollen Sie mit Ihrem geplanten Marketingbudget erreichen?		Welche Kompetenzen haben Sie inHouse, in welchen Bereichen können wir Sie ergänzen?		Wir verstehen uns als Ihr Marketingdienstleister. Profitieren Sie zusätzlich von unseren Serviceangeboten.		Wir bieten nicht nur Know-how, sondern auch direkten Zugang zu Ihren Zielgruppen. Diese Reichweite wird nicht eingekauft, sondern liegt in unseren Händen.	
↓		↓		↓		↓	
Meinungsführerschaft	Neukontakte	Content	Microsites	Optimierung	Republishing	Display Ads	Native Ads
Produktlaunch	Employer Branding	E-Mail-Marketing	Audience Analytics	Automatisierung	Produktion	Social Ads	Bewegtbild
		Live Experience Marketing	SEO	Analyse	Reporting & Controlling		
		Kreation	Kampagnenmanagement	Planung			
		Vermakung					

**Bestandskunden ausbauen**

**Kundenbindung fördern**

**Neue Kunden generieren**

**Responsequote steigern**

### Vertriebserfolge steigern und neue Umsatzpotenziale erschließen

Post-Mailings sind der ideale Werbeträger, bieten umfangreiche, flexible Gestaltungsmöglichkeiten und sorgen so für eine hohe Aufmerksamkeit, speziell wenn sie in eine crossmediale Werbekampagne eingebunden werden. Profitieren Sie von unseren direkten Kontakten in die deutsche Industrie und sprechen Sie über 500.000 Entscheider gezielt und personalisiert an.

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

www.waessgenmayer.de

### Sorglos-Service mit Zustellgarantie

- **Adressmiete auf den Punkt:** Die richtigen Kontakte für Ihre Ansprache
- **Mehr Zielgruppe:** Wir recherchieren für Sie zusätzliches Zielgruppenpotenzial
- **Full Service vom Profi:** Wir produzieren und versenden jährlich Millionen von Printprodukten
- **Zustellgarantie:** Unzustellbare Rückläufer werden Ihnen auf Wunsch bei einem Folgeauftrag gutgeschrieben

### Wunschzielgruppe ohne Streuverluste

Nach folgenden Kriterien kann die Wunschzielgruppe ohne Streuverluste gefiltert und beliebig miteinander kombiniert selektiert werden:

- Leser einzelner oder mehrerer Fachzeitschriftentitel
- Branche und Nebenbranche nach WZ08
- Entscheider nach Position/Funktion im Unternehmen
- Betriebsgröße, Region (PLZ, Bundesland), national und international

### Hochwertig, individuell, überraschend

- Ein persönliches Anschreiben wird mehr beachtet und bleibt länger präsent
- Print weckt Emotionen dank des haptischen Erlebnisses und auffallender Optik
- Vielfältige Gestaltungsmöglichkeiten der gedruckten Werbemittel sorgen für Aufmerksamkeit
- Die fokussierte Ansprache ist ideal zur Einbindung in crossmediale Werbekampagnen (z.B. über personalisierte Websites)
- Print wirkt und ist der perfekte Werbeträger zur Neukundengewinnung

### JETZT kostenlos testen!

Wir ermitteln kostenlos und unverbindlich das Potenzial Ihrer Wunschzielgruppe.

**Nehmen Sie Kontakt mit uns auf:**

Adressmiete	Einzel-nutzung (Preis je Nutzung)	Zweifach-nutzung (Preis je Nutzung)	Dreifach-nutzung (Preis je Nutzung)	Jahresmiete (pauschal)
Datenbankpauschale	180,- €			
Firmenadresse + 1 Ansprechpartner	ab 0,24 €	ab 0,22 €	ab 0,19 €	ab 0,95 €
Mindestauftragswert	590,- € (inkl. Datenbank-/Selektionspauschale)			
Mindestabnahme	70% der gelieferten Adressen (bei Adressabgleich)			

Alle Mietpreise je Nutzung, Jahresmiete pauschal und mengenabhängig  
Preisangaben zzgl. ges. MwSt. Es gelten die Konditionen gem. Angebot/Auftragsbestätigung.

### Optionaler Full Service – wir kümmern uns um ALLES!

<p><b>Beratung</b></p> <p>Wir beraten Sie bei der Zielgruppenauswahl, ermitteln kostenlos das Potenzial Ihrer Wunschzielgruppe und erstellen ein Angebot für Full Service-Leistungen.</p>	<p><b>Produktion</b></p> <p>Wir übernehmen den Druck der Werbemittel, egal ob Standard- oder Sonderformate.</p>
<p><b>Adressabgleich</b></p> <p>Wir übernehmen den Abgleich der gemieteten Adressen gegen Ihren Kundenbestand.</p>	<p><b>Lettershop</b></p> <p>Wir übernehmen die Konfektionierung der Werbemittel, Portooptimierung und die Postauflieferung des Mailings.</p>



Alexander Zöller  
+49 81 91/125-345  
alexander.zoeller@mi-connect.de

# Kontakt

Matthias Piro  
Head of Sales  
0 81 91/125-167  
mitthias.piro@  
mi-connect.de



Gabi Claus  
Sales Director  
0 81 91/125-319  
gabi.claus@  
mi-connect.de



Vertretung Italien,  
Casiraghi Pubblicità  
Internazionale  
Via Cardano 81 -  
22100 Como (Co) Italia  
+39 31/261-407  
info@casiraghi-adv.com



Claus Wilk  
Chefredakteur  
0 81 91/125-329  
claus.wilk@  
mi-connect.de



Jürgen Gutmayr  
Redakteur  
(verantwortl.)  
08191/125-545  
juergen.gutmayr@  
mi-connect.de



Kathrin Irmer  
Redakteurin  
(verantwortl.)  
0 81 91/125-225  
kathrin.irmer@  
mi-connect.de

Dagmar Merger  
Redakteurin  
(verantwortl.)  
0 81 91/125-718  
dagmar.merger@  
mi-connect.de



Sebastian Moser  
Redakteur  
0 81 91/125-443  
sebastian.moser@  
mi-connect.de



Angela Unger-Leinhos  
Redakteurin  
0 81 91/125-132  
angela.unger@  
mi-connect.de



Silvia Düringer  
Assistentin Sales  
0 81 91/125-439  
silvia.dueringer@  
mi-connect.de



Susanne  
Guggenberger  
Assistentin  
Redaktion  
0 81 91/125-310  
susanne.  
guggenberger@  
mi-connect.de



Eva Fitzpatrick  
Assistentin  
Redaktion  
0 81 91/125-442  
eva.fitzpatrick@  
mi-connect.de



Regine Russek  
Media  
Administration  
0 81 91/125-338  
regine.russek@  
mi-connect.de

