

MediaDaten

2020

fluid



m_i connect

Inhalt

Print und Online

mi connect. Unser Nutzenversprechen, neu definiert.	3-9
Titelporträt	10
Preise	11
Formate + IVW-EDA	12-13
Sonderplatzierungen	14-15
Technische Angaben	16
Crossmedia fluid	17
Online-Werbung	18-21
Retargeting fluid.de	22-23
"Der liefert das"	24
Das Herstellerverzeichnis fluid.de	25
Sonderausgaben/Expertenrunde	26
Beschreibung der Erhebungsmethode	27
Adressvermietung	28-29
Webinare	30
AGBs	31
Termin- und Themenplan	32-33
Aufgaben-/Empfängeranalyse	34-37
Ansprechpartner	38





Connecting People. Unser Job besteht darin, Wege zu finden, wie Sie und Ihre Zielgruppen erfolgreich zusammenkommen und neue Geschäfte generieren.

mi connect
steht für messbare
Erfolgsversprechen
an seine Kunden.

mi connect

Das zeichnet uns aus:

- Ein hervorragender Zielgruppeneingang
- Profundes Fachwissen
- Beispiellose Datentiefe und deren Nutzbarkeit

Unsere Audiences:



AUTOMOBIL PRODUKTION

Top-Management-Ebene
(Vorstände und Geschäftsführer)
sowie Entscheider aus den Be-
reichen Einkauf, Entwicklung und
Produktion bei OEM, Zulieferern
und Ausrüstern.

fluid

- Konstrukteure
- Entwickler
- Unternehmensleiter
- technische Leiter
- Betriebsleiter
- Fokus: Hydraulik, Pneumatik

TECHNIK EINKAUF

- technische Einkäufer
- strategische Einkäufer
- Konstrukteure
- Produktioner
- Geschäftsführer

keNEXT

- Konstruktionsleiter
- Entwickler
- Geschäftsführer
- Fokus: Maschinen-, Anlagenbau

-fertigung

- Produktionsleiter
- Facharbeiter
- Fokus: Metallbearbeitende
Industrie

Instandhaltung

- Betriebsleiter
- Instandhaltungsleiter
- Produktionsleiter
- Serviceleiter
- Leiter Technik
- Fokus: Instandhaltung

Produktion

- Geschäftsführer/Inhaber
- CDOs/CIOs
- Produktionsleiter
- Konstruktionsleiter
- Logistikleiter
- Fertigungsleiter
- Technik-Vorstände

werkzeug& formenbau

Entscheidungsträger in der
Werkzeug-, Formen-, Gesenk-
und Vorrichtungsbau-Branche

Search-Driven Content Campaigning



Mögliche Einzelziele

- Gewinnung von Leads/Prospects als Vertriebsunterstützung
- Optimierung des organischen Google-Rankings
- Opinion Leadership erzeugen in einem definierten Umfeld via smartem Storytelling
- Brand Awareness steigern



Kampagnenelemente

- Whitepaper
- Webinare
- Content-Placement
- Videos
- Best-Practice-Berichte / Kundenstimmen
- Podcasts



Audience und DMP

- Über die User Journey lernen wir unsere User täglich besser kennen, ermitteln Bedarfe und werden somit zum Business Enabler für unsere Kunden.
- Über eine eigene DMP und ein umfassendes Tech-Stack ermitteln wir Digital Look-Alikes, vergrößern unsere Verteiler sinnvoll und distribuieren Content 100% zielgruppengerecht.



Services

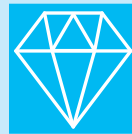
SEO On-/Offsite-Monitoring als neutrale und unabhängige Instanz

- Onsite-Überwachung
- Search Console Monitoring
- Beratung im Crawl- und Indexierungsmanagement
- Empfehlungsmanagement
- Digitale Markenführung



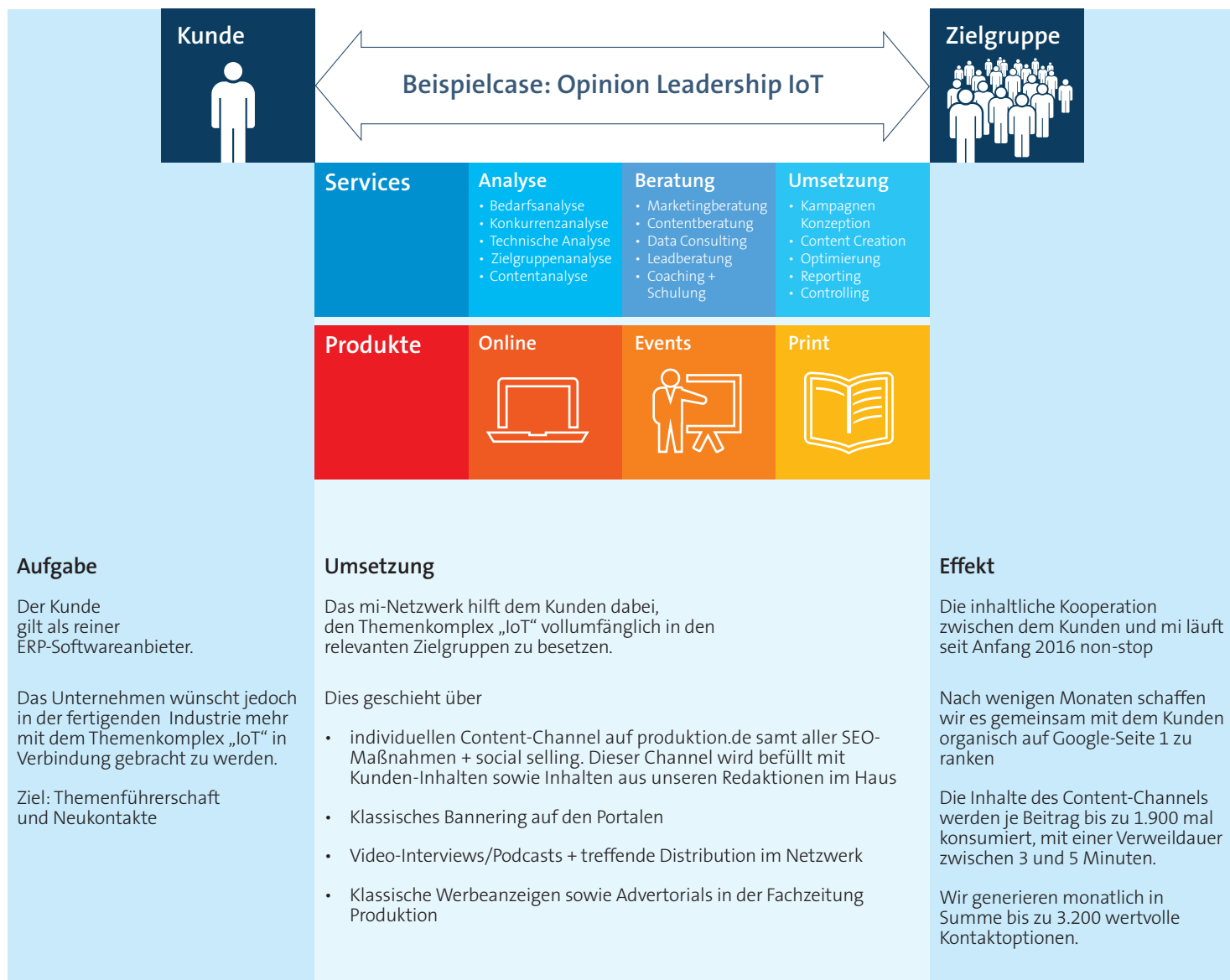
Vermarktung und Audience Analytics

- Die Vermarktung von Content ist essentiell.
- Wenn wir von Vermarktung sprechen, meinen wir die gezielte Distribution Ihrer Botschaft im mi-Netzwerk.
- Am meisten Traffic generieren wir direkt über Google, über unsere Newsletter sowie Social Channels wie XING und LinkedIn.
- Um effektiv und sinnvoll zu agieren, führen wir fundierte Audience Analytics durch: Wer konsumiert wann welche Inhalte in welchem Umfang?



Leistungen

- Platzierung von 1 bis maximal 3 Beiträgen/Monat
- Jeder neue Beitrag wird in einem Distribution-Flight per Newsletter und Social im Netzwerk promotet
- mi connect und dessen Netzwerk nehmen die Posts auf und erweitern die Distribution über die eigenen Kanäle: Newsletter + social selling.
- Klassisches Bannering im Netzwerk, um Promotion zu verstärken
- Monatsreporting mit allen Kennzahlen zur stetigen Kontrolle der Kampagne
- Mindestlaufzeit: 6 Monate



Referenzen:



1 Titel: fluid

2 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 beeindrucken 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!**

3 Zielgruppe:

Konstrukteure, Entwickler, technische Leiter, Unternehmensleiter, Produktions- und Betriebsleiter, Einkäufer

4 Erscheinungsweise:

8x im Jahr (siehe Themenplan)

5 Heftformat:

DIN A4

6 Jahrgang:

54. Jahrgang 2020

7 Bezugspreis Jahresabonnement:

- Inland € 129,00 (zzgl. € 14 Versand & MwSt. = € 153,44)
- Ausland € 129,00 (zzgl. € 28 Versand & MwSt. = € 168,42)
- Einzelverkaufspreis € 16,00 (inkl. MwSt. & zzgl. Versand)

8 Organ:

–

9 Mitgliedschaften:

–

10 Verlag:

verlag moderne industrie GmbH
86895 Landsberg
Justus-von-Liebig-Str. 1, 86899 Landsberg
081 91 / 125-0
081 91 / 125-483
www.fluid.de
Redaktion: redaktion.fluid@mi-connect.de
Sales: gabi.claus@mi-connect.de

11 Herausgeber:

verlag moderne industrie GmbH

12 Sales:

Gabi Claus; Telefon: 0 81 91 / 125-319;
E-Mail: gabi.claus@mi-connect.de

13 Redaktion:

Wolfgang Kräußlich (Chefredakteur);
Telefon: 0 81 91 / 125-667;
E-Mail: wolfgang.kraeußlich@mi-connect.de

14 Umfangsanalyse:

Format der Zeitschrift: DIN A4
Gesamtumfang: 1 076 Seiten = 100,0 %
Redaktioneller Teil: 747 Seiten = 69,4 %
Anzeigenteil: 329 Seiten = 30,6 %
Beilagen: 4 Stück

15 Inhalts-Analyse Redaktion:

Hydraulik 2018 = 747 Seiten
302 Seiten = 40,4 %
Pneumatik/Druckluft 122 Seiten = 16,3 %
Mechatronik 184 Seiten = 24,7 %
Zubehör/Sonstiges 139 Seiten = 18,6 %

1 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:

2 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

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 %

Kombinationen:

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

4 Rubrikanzeigen:

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

5 Sonderwerbeformen:

Sonderdrucke und PDF's auf Anfrage
Online Mediadaten unter www.fluid.de
Einhefter:

Umfang	Papiergewicht	bis 90 g/m ²	bis 120 g/m ²	bis 170 g/m ²	über 170 g/m ²
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

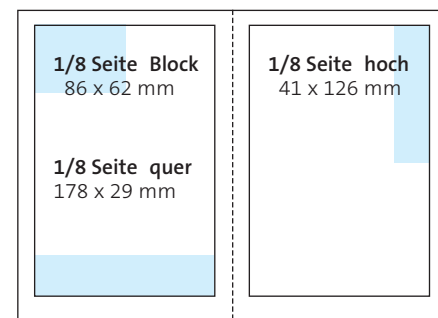
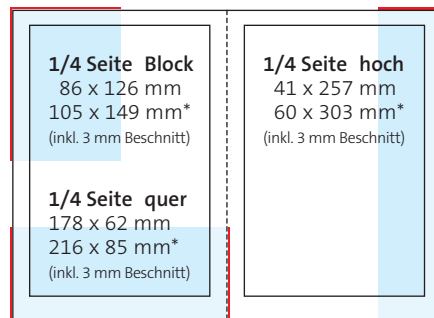
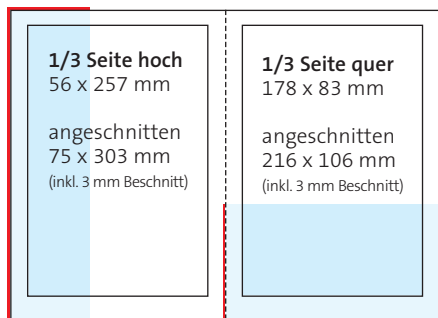
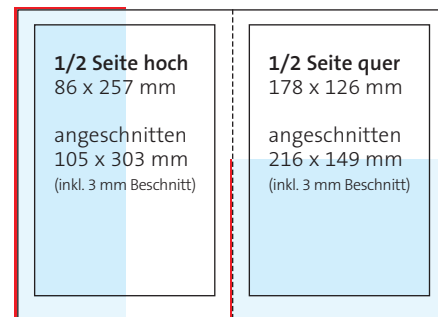
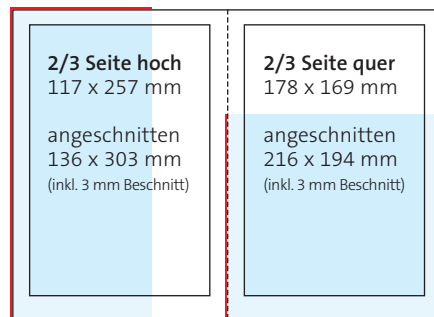
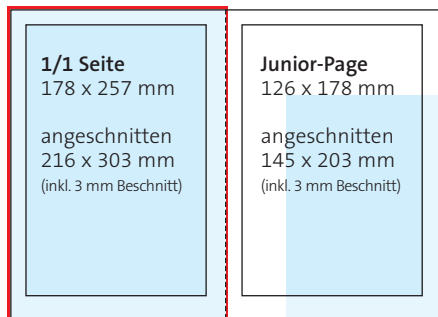
Lieferanschrift für Einhefter, Beilagen und Beikleber:

pva Druckerei GmbH, z.H. Herrn Beitler, Industriestraße 15, 76829 Landau/Pfalz
(mit Vermerk: für fluid, Heft-Nr. ...)

6 Zahlungsbedingungen:

netto innerhalb 14 Tagen nach Rechnungsdatum,
bei Vorauszahlung 2 % Skonto, bei Bankeinzug 3 % Skonto
HVB
BLZ: 70020270, Kto.: 15764474
IBAN: DE76 7002 0270 0015 7644 74
SWIFT (BIC): HYVEDEMMXXX

Bankverbindungen:



*angeschnitten

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 Konstruktionstitel 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!

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



Anzeige

Top-Platzierung
exklusiv im Editorial



Anzeige

1/3 Seite Hochformat
neben dem Inhaltsverzeichnis



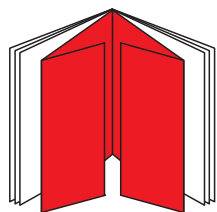
Anzeige

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



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.



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

Titelklappe



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.

Ausgabe		Erscheinungs-termin	Heftschwerpunkt
März	1/2020	12.03.2020	Pressen- und Umformtechnik
April	2/2020	15.04.2020	Lebensmittel- und Verpackungsmaschinen
Juni	3/2020	03.06.2020	Baumaschinen, Kommunal- und Nutzfahrzeuge
fluidtechnik	2020	15.07.2020	Sonderausgabe fluidtechnisches Zubehör
September	4/2020	02.09.2020	Schiffbau
Oktober	5/2020	01.10.2020	Kunststoffverarbeitungs- und Spritzgussmaschinen
November	6/2020	11.11.2020	Land- und Forstmaschinen, Bergbau
fluid-Markt	2021	15.12.2020	Jahresausgabe

- 1 Zeitschriftenformat** 210 mm breit x 297 mm hoch
Satzspiegel 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.

- 2 Druck- und Bindeverfahren**
 Umschlag und Inhalt im Rollenoffset (ISO 12647-2)
 Klebebindung

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

- 4 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.

- 5 Proof:**
 für Farbanzeigen ist ein Farb-Proof mit Fogra Medienkeil V3.0. mit Prüfprotokoll vom Kunden mitzuliefern. Ansonsten bestehen keine Ersatzansprüche des Kunden wegen etwaiger Farbabweichungen.

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

- 7 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 Auftragspapier. 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.

8 Kontakt/Datenübertragung:

Media Administration:
 Regine Russek
 Telefon 08191/125-338
regine.russek@mi-connect.de

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: 12.000 Exemplare IVW-EDA geprüft

Zugriffe Online

128.209 Impressions, 42.786 Visits
 (www.ivw.de, August 2018)

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 6.200,00

Beispiel 1:

fluid Magazin
 1/3-Seite Anzeige
 im redaktionellen Umfeld

+

fluid Portal
 Content AD, 2 Wochen

+

fluid Newsletter
 Content AD, 2 Aussendungen

Euro 4.300,00

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.

	Mai 2016	Jul 2017	Dez 2017	Jan 2018
Page Impressions	13.341	25.605	58.241	102.867
Unique User	10.138	15.564	17.037	27.167
Visitors	9.594	13.828	14.417	23.453

Zielgruppe: Konstrukteure, Entwickler, Unternehmensleiter, technische Leiter, Produktions- und Betriebsleiter, Einkäufer
Verlag: verlag moderne industrie GmbH

Preise und technische Informationen

Banner	Format (in Pixel)	Platzierung	TKP
Billboard	940 x 250	ROS – unter Header	€ 280,-
Leaderboard 1	728 x 90	ROS – unter Header	€ 190,-
Skyscraper (sticky)	160 x 600	ROS – rechts außen (immer im Bild)	€ 170,-
Wallpaper	160 x 600 und 728 x 90	ROS – unter Header und rechts außen	€ 270,-
Content Ad 1	300 x 250	im Content	€ 170,-

Banner	Format (in Pixel)	Platzierung	Preis pro Woche
Leaderboard 2	728 x 90	im Content, nur Homepage	€ 760,-
Skyscraper 1+2	160 x 600	ROS – links außen	€ 820,-
Fullsizebanner	468 x 60	im Content, alle Rubriken	€ 400,-
Content Ad 2	300 x 250	ROS – im Content	€ 820,-
Baseboard Ad (sticky)	940 x 90	ROS – schiebt sich beim scrollen von unten in die Seite	€ 1.150,-

Sonderwerbeformen	Leistung	Preis
Exklusiv-Umfrage	Ihre individuelle Umfrage auf der fluid.de Startseite	€ 750,- pro Woche
Produkt der Woche	Ihr Produkt wird exklusiv auf der Homepage präsentiert; mit ca. 3.500 Zeichen Text und bis zu zwei Produkt- oder Unternehmensabbildungen; inkl. einmaligen Versand mit unserem Newsletter	€ 750,- pro Woche
Webinar	auf Anfrage	
Rubriken-Sponsoring	auf Anfrage	
Herstellerverzeichnis	siehe Seite 25	
White Paper	- Teaser-Box auf der Homepage - Content Ad (1 Woche Newsletter Standalone-Newsletter)	ab € 5.800,- Laufzeit 3 Monate



Die jeweils aktuellen Daten zu den Online-Werbeformen und Zugriffszahlen finden Sie im Internet unter www.fluid.de/mediadaten.html

Datenanlieferung: mindestens 1 Woche vor Schaltbeginn
per E-Mail an regine.russek@mi-connect.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.

Banner Newsletter:

Format: GIF-Format, JPG, HTML-Banner

Farbschema: RGB; **Maximale Dateigröße:** ca. 40 KB

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

2 Nutzungsdaten: Page Impressions: 128.209
Visits: 42.786
(Quelle: www.ivw.de, August 2018)

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:** 2.794 Abonnenten (Stand Juli 2019)
- Datenanlieferung:** mindestens 1 Woche vor Schaltbeginn per Mail an regine.russek@mi-connect.de
- Format:** GIF-Format, JPG, HTML-Banner
- Farbschema:** RGB
- Max. Dateigröße:** max. 50KB

Keine animierten Formate im Newsletter möglich

Werbeform	Format in Pixel	Preis pro Woche
Content Ad	GIF 300 x 250	€ 580,-
Fullsizebanner	GIF 468 x 60	€ 460,-
Leaderboard	GIF 650 x 90	€ 610,-
Text-Ad	max. 350 Zeichen + Bild (145 x 145px)	€ 725,-

E-Mail Marketing mit fluid.de

Zusätzlich zu unseren Newslettern bieten wir Ihnen die Möglichkeit, sich mittels eines Standalone-Newsletters an unsere exklusive Zielgruppe zu wenden. Gestalten Sie einen Newsletter exklusiv mit Ihren Inhalten und profitieren Sie von der zielgruppengenaugen Ansprache und der hohen Reputation von fluid. Sie erreichen direkt Ihre potentielle Zielgruppe ohne weitere Werbeeinhalte. Der Newsletter wird an unsere Abonnenten versendet und enthält zu 100 % Kundeninhalte.

Für Ihren Standalone-Newsletter bieten wir Ihnen verschiedene Optionen:

Standalone-Newsletter Standard

Variante 1: auf Basis unseres Template-Baukastens

Unsere Leistung: Erstellung und Versand auf Basis des Layoutmusters inkl. einer Korrekturschleife mit Testversand.

Variante 2: auf Basis Ihres HTML
Unsere Leistung: Integration und Versand Ihres Standalone-Newsletters in unserem Corporate-Layout inkl. einer Korrekturschleife mit Testversand.

Preis Variante 1 + 2: Euro 3.950,-

Standalone-Newsletter Exklusiv

Variante 3: Programmierung der Newsletter durch den Verlag
Unsere Leistung: Erstellung des Standalone-Newsletters auf Basis Ihrer Layoutvorlage sowie Briefings inkl. zwei Korrekturschleifen mit Testversand.

Preis Variante 3: Euro 4.750,-

Abstimmung / Vorlaufzeit:

- Die Möglichkeit der Umsetzung sowie die konkreten Inhalte des Standalone-Newsletters müssen im Vorfeld mit uns abgestimmt werden.

- mindestens 14 Werktage vor Versand des Newsletters

Fordern Sie unsere Guideline an:
gabi.claus@mi-connect.de



Liebe Leserin, lieber Leser,

auf dem Bamberger Hydraulikfrühstück stellt Rauh Hydraulik ein Projekt vor, das zeigen soll, ob Condition Monitoring Betreibern nützt und wenn ja in welchem Maß. Auch die Schlauchprüfung lässt sich, inspiriert durch den 4.0-Gedanken, vereinfachen.



Viel Spaß beim Lesen des Artikels [Betreiber testet Online-Condition-Monitoring der Qualität](#) wünscht Ihnen

Ihre fluid-Redaktion

Anzeige

Leaderboard

Hannover Messe 2017

Rückblick: Kleiner Rundgang durch die MDA-Hallen Teil 3



Die Hannover Messe 2017 ist vorbei. Es gab spannende Eindrücke auf der größten Industriemesse. Auch in den MDA-Hallen zeigten Hersteller aus der Fluidbranche interessante Exponate. fluid zeigt im dritten Teil der MDA-Bilderstrecke weitere Highlights.

Mehr

Anzeige

Content Ad

Umfrage der Woche
Hat die Hannover Messe Ihre Erwartungen erfüllt?



Auf der Motion, Drive & Automatisierung, der internationalen Leitmesse für Antriebs- und Fluidtechnik, waren über 1.190 Aussteller vertreten. An der ComVac haben über 200 Aussteller teilgenommen. Hat die HMI 2017 aber auch Ihre Erwartungen erfüllt?

Mehr

Immer effizienter
Mobile Arbeitsmaschinen müssen vielfältige Anforderungen erfüllen



Sie halten sich tapfer, die deutschen Hersteller mobiler Arbeitsmaschinen. Aber zunehmende, sich teils widersprechende Anforderungen an Effizienz, Emissionen und Datentransparenz erfordern neue Lösungen. Und die Märkte werden protektionistischer.

Mehr

Anzeige

Fullsize-Banner

Rubriken-Retargeting

Minimieren Sie Streuverluste in der Online-Werbung.
Richten Sie Ihre Werbebotschaft gezielt an Ihre Wunschzielgruppe!

Ablauf:

1. Definieren Sie die Anzahl der Ad-Impressions, die Sie insgesamt mit Ihrer Reichweiten-Kampagne generieren möchten.
2. Wählen Sie auf www.fluid.de Ihre Wunschrubrik „Hydraulik“, „Druckluft“ oder „Mechatronik“ aus:



Beispiel: Hydraulik

3. Wir kalkulieren Ihnen die Laufzeit der gesamten Kampagne. Da die Anzahl der Userprofile in den jeweiligen Unterrubriken ständig variiert, hat das Auswirkungen auf die Dauer zur Erreichung der gewünschten Ad-Impressions.
4. Sie stellen uns ein Bannerset mit folgenden Formaten zur Verfügung:
 - Halbseitig – 300x600 Pixel
 - Wide Skyscraper – 160x600 Pixel
 - Leaderboard – 728x90 Pixel
 - Billboard groß – 970x250 Pixel
 - Billboard klein – 800x250 Pixel
 - Content-Ad – 300x250 Pixel
 - Mobile Leaderboard – 320x50 Pixel
 - Mobile Format – 300x50 Pixel

Welche Banner auf welcher Seite wie oft ausgeliefert werden, kann man im Vorfeld nicht festlegen, da die Platzierung je nach Verfügbarkeit in Echtzeit erfolgt.



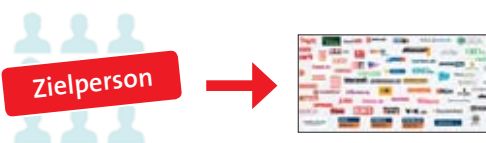
Reichweite
Bis zu 200.000 Ad Impressions
pro Monat

So funktioniert's:

Ingenieure, Konstrukteure und Entwickler besuchen Ihre Wunschrubrik auf www.fluid.de und werden bei diesem Besuch mit einem Cookie als Zielperson gekennzeichnet.



Diese Konstrukteure surfen weiter auf z.B. Bild.de, handelsblatt.de oder wissen.de.



Unser Dienstleister erkennt die Zielperson in Echtzeit anhand des Cookies und liefert Ihre Werbebotschaft an genau diese User während seines Aufenthalts auf den Consumerseiten.



Preise

Volumen	Gesamtpreis	TKP
50.000 Ad Impressions	5.250,00 €	105,00 €
100.000 Ad Impressions	9.500,00 €	95,00 €
150.000 Ad Impressions	12.000,00 €	80,00 €

Mindestlaufzeit: 30 Tage / Laufzeit variabel anpassbar (30-90 Tage)

Datenanlieferung

Für die Durchführung benötigen wir von Ihnen mehrere Ausführungen Ihres Banners, da auf den Consumerseiten kurzfristig entschieden wird, welches Format ausgeliefert werden kann. Die benötigten Formate finden Sie in der linken Spalte unter Punkt 4.

Anlieferung mind. 2 Wochen vor Schaltbeginn an gabi.claus@mi-connect.de

Vorteile

1. Extrem hohe Reichweite von bis zu 200.000 Ad Impressions pro Monat.
2. Gesteigerte Brand Awareness durch gesteigerte Kontakte des Konstrukteurs mit Ihrer Botschaft.
3. Steigerung Ihres Images durch Ihre Präsenz auf starken Consumerseiten.
4. Maximale Kontrolle Ihrer Werbeinvestitionen durch genaue Reichweitemessung
 - Wo wurde der Banner ausgeliefert.
 - Wie oft wurde Ihr Banner ausgeliefert.
 - Wie oft hat eine Person durchschnittlich Ihren Banner gesehen.
 - Wie viele Personen haben auf Ihren Banner geklickt.
5. Keine Streuverluste oder überzogene Kosten bei der Buchung von Consumerportalen.

Das Produkt- und Firmenverzeichnis der fluid

- Freie Rubrikwahl
- Kostenlose Veröffentlichung im Herstellerverzeichnis von 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)

Kündigungsfristen: 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

Eintrags-/Berechnungsbeispiele:

Adresseintrag

**Vakuum Ejektoren
und Saugnapfe**

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

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

Premieeintrag online

fluid.de

ITT Controls Technologies

ITT Controls GmbH
Hofstr. 5
8472 Bad Kissing

☎ Tel.: +49 (0)89 8214 0
✉ Fax: +49 (0)89 8214 84
✉ E-Mail info@itt.com
🌐 www.itt.com

ITTSCHNITT FÜR SIE

Firmenlogo:

ITT Control Technologies GmbH, Bad Kissing

Das führende Hersteller von Injektionskomponenten ist eine eigenständige Tochtergesellschaft der US-amerikanischen ITT-Gruppe mit Hauptsitz in Milford Plains, New York. Die 1980 gegründete Muttergesellschaft beschäftigt 8 500 Mitarbeiter weltweit und erwirtschaftete 2011 einen Umsatz von über 2 Milliarden Dollar. Die Kunden des Unternehmens kommen aus der Energietechnik, Elektronik, Luftfahrt, Logistik und den allgemeinen Maschinenbau.

Im Konzernverbund ist die in Hessen ansässige ITT Control Technologies GmbH für die Konstruktion und Fertigung von kundenspezifischen Bauelementen für Pneumatikanlagen, Bremsen, Schweißsysteme und Prozessantriebsanlagen sowie deren Vertrieb zuständig. Zudem werden Sonderlösungen zur Einlagerung von Energie und das komplette industriesteuernde Programm angeboten.

Weitere Informationen: www.itt.com

Produktprogramm:

Mini- und Analytische Sensordaten, Gase, Schweißgasparameter

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

Das Herstellerverzeichnis auf fluid.de

Sorgen Sie als Anbieter oder Hersteller fluidtechnischer Produkte für eine bessere Sichtbarkeit Ihres Unternehmens. Mit dem Herstellerverzeichnis 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 Bucher 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



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: 20.11.2020

Erscheinungstermin: 15.12.2020

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.

fluidtechnik ist mit einer erhöhten Auflage von 20.000 Exemplaren Langzeitwerbeträger mit einem Jahr Präsenz beim Empfänger.

Anzeigenschluss: 22.06.2020

Erscheinungstermin: 15.07.2020

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 3.800,--

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

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: 42.515

2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger: 41.948
(Wechsel nach jeder vierten Ausgabe)

2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

– Verkaufte Auflage	513
davon: abonnierte Exemplare	490
Zugriffsrecht im Abonnement Paid Content*:	495
Einzelverkauf	0
sonstiger Verkauf	23
– Freistücke	11.291
davon: ständige Freistücke	54
wechselnde Freistücke	11.041
Werbeexemplare	196
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	11.804
→ davon Inland	10.837
→ davon Ausland	967

3. Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA) 11.804 = 100,0 %

Davon in der Untersuchung nicht erfasst:

→ sonstige (Messe, Veranstaltungsstücke, Buchhandel, Einzelverkauf etc.) 361 = 3,06 %

Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA) 11.443 = 96,94 %

3.2 Tag der Datei-Auswertung: 02.08.2019

3.3 Beschreibung der Datenbasis:

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

3.4 Zielperson der Untersuchung:

Die in der Datei erfassten persönlichen Empfänger in Institutionen.

3.5 Definition des Lesers: entfällt

3.6 Zeitraum der Untersuchung: von Juli 2018 bis Juni 2019

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

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

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

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.

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

Optional Full Service – wir kümmern uns um ALLES!

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

JETZT kostenlos testen!

Wir ermitteln kostenlos und unverbindlich das Potenzial Ihrer Wunschzielgruppe.

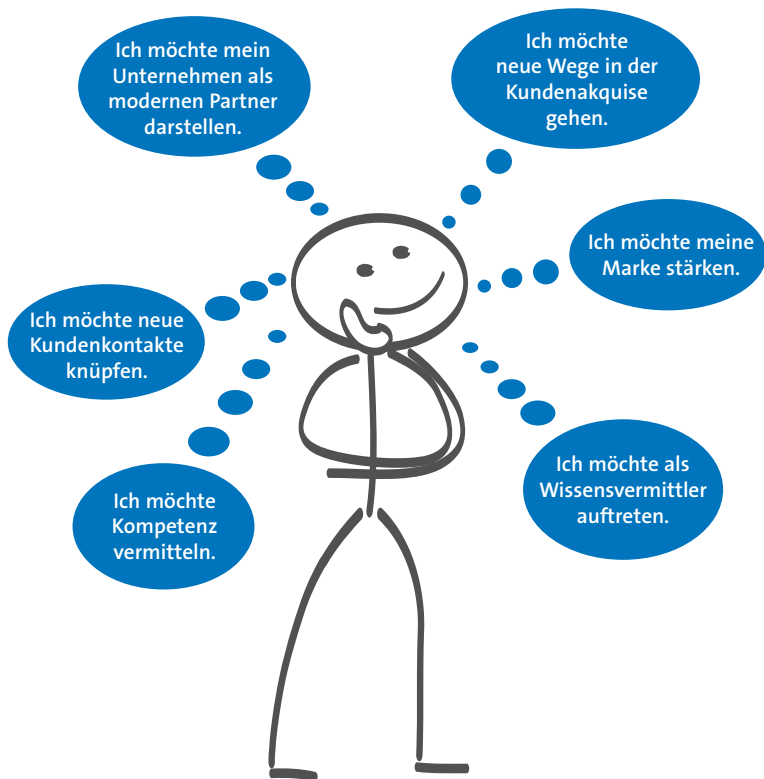
Nehmen Sie Kontakt mit uns auf:



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



Marek Birkenhauer
+49 81 91/125-173
marek.birkenhauer@mi-connect.de



Im direkten Austausch mit der Zielgruppe: Webinare

Als Webinar wird ein im Internet live stattfindendes Seminar bezeichnet. Webinar-Teilnehmer betrachten also nicht nur eine Aufzeichnung, wie es z.B. auf Videoplattformen wie Youtube der Fall ist, sondern sind live und in Echtzeit dabei, wodurch sie während der Übertragung die Möglichkeit haben, dem Dozenten Fragen zu stellen.

Ihre Vorteile im Überblick:

- Starten Sie den direkten Austausch mit Ihrer Zielgruppe
- Vermitteln Sie Kompetenz
- Starten Sie eine innovative Neukundengewinnung
- Präsentieren Sie sich als Lösungsanbieter

Profitieren Sie von unserer Medienstärke (online + print) und von der redaktionellen Unabhängigkeit unserer Fachzeitschriften.

Wir nehmen Ihre Idee und gestalten daraus ein attraktives Webinar! Die technische Abwicklung und Bewerbung übernehmen wir für Sie. Beispiele unter: www.fluid.de/webinare.html

Ihre Vorteile im Überblick:

- Gemeinsame Ideenfindung
- Anmeldeseite & Teilnehmermanagement
- Bewerbung auf allen Kanälen
- Testlauf
- Moderation & Livestream
- Übertragung der Teilnehmerdaten und der Webinaraufzeichnung

Interessiert? Ihr individuelles Angebot erhalten Sie von:



Gabi Claus

Tel.: +49 (0) 8191 125-319

Fax: +49 (0) 8191 125-555

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

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen, Beilagen, Digital- und Online-Werbemittel

§ 1 Geltung, Ausschließlichkeit

1. Für die Annahme und die Veröffentlichung aller Werbeeinlagen sowie Folgeaufträge gelten ausschließlich die vorliegenden AGB sowie die zum Zeitpunkt des Vertragschlusses aktuelle Preisliste des Unternehmens, deren Regelungen einen wesentlichen Vertragsbestandteil bilden. Die Geltung etwaiger AGB des Auftraggebers ist, soweit diese mit diesen AGB 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. Abschluss im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist ein Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen, Fremdbeilagen oder sonstiger Werbemittel eines Werbungtreibenden oder sonstigen gewerblichen Inserenten in einer Druckschrift (samt sämtlichen elektronischen Veröffentlichungsformen und sonstigen Verbreitungsstellen, ausgeschlossen).

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.

4. Das Unternehmen ist berechtigt, Aufträge, auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Gesamtabschlusses, nach pflichtgemäßem Ermessen abzulehnen. Dies gilt insbesondere, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder vom deutschen Presse- oder Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde, deren Veröffentlichung für 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.

2. Die für die Werbemittel erforderlichen Inhalte, Informationen, Daten, Dateien und sonstiges Material („Vorlagen“) stellt der Auftraggeber dem Unternehmen vollständig, fehler- und virusfrei und in 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, freemhand 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 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 Schäden aufgrund von Viren, die durch die Vorlagen auf dem Unternehmen verursacht werden, ist das Unternehmen nicht verantwortlich.

3. Die Änderung an den Aufträgen zurückgesandt, andernfalls 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 und zu vertretende Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen trägt der Auftraggeber.

4. Probeaufträge werden nur ausdrücklich bestellt. 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 beschafft 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 Erscheinen mit dem Unternehmen abzustimmen. Textzeilenanordnungen müssen sich schon durch die Grundschrift 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 Einschreibesendungen handelt). Eine Gewähr für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Offerten übernimmt das Unternehmen jedoch nicht.

8. Die in der Preisliste ausgewiesenen Anzeigenschlüsse und Erscheinungstermine sind für das Unternehmen unverbindlich. Dem Unternehmen steht es frei, diese kurzfristig abzuändern.

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

10. Der Auftraggeber ist für die Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit des Werbemittels verantwortlich. Er stellt das Unternehmen von allen Ansprüchen Dritter wegen der Veröffentlichung des Werbemittels frei, einschließlich der angemessenen Kosten zur Rechtsverfolgung. 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. Werbegutachten sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen gegenüber dem Werbungtreibenden an die Preisliste des Unternehmens zu halten. Die vom Unternehmen gewährte Vertriebsprovision errechnet sich aus dem Kundennetto, also nach Abzug von Rabatt, Boni und Mängelnachlass. Die Vermittlungsprovision fällt nur bei Vermittlung von Aufträgen Dritter an. Sie wird nur auf vom Unternehmen anerkannte Werbegutachten 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 Werbegutachter vorliegt. Dem Unternehmen steht es frei, Aufträge von Werbegutachten abzulehnen, wenn Zweifel an der berufsmäßigen Ausübung der Agenturattività oder der Bonität der Werbeagentur bestehen. Aufträge durch Werbegutachten werden in deren Namen und auf deren Rechnung erteilt. Soweit Werbegutachten Aufträge erteilen, kommt der Vertrag daher im Zweifel mit der Werbeagentur zustande. Soll ein Werbungtreibender Auftraggeber werden, muss dies gesondert unter namentlicher Nennung des Werbungtreibenden vereinbart werden. Das Unternehmen ist berechtigt, von der Werbeagentur einen Mandatsnachweis zu verlangen.

§ 4 Preise, Zahlungsbedingungen, Preisminderung

1. Der Preis für die Veröffentlichung eines Werbemittels richtet sich nach der im Zeitpunkt der Auftragserteilung gültigen Preisliste. Für redaktionell gestaltete Werbemittel, Anzeigen, Sonderveröffentlichungen und Kollektive, sowie Werbemittel, die nach Anzeigenschluss in Auftrag gegeben werden, kann das Unternehmen von der Preisliste abweichende Preise festlegen. Preisänderungen für erteilte Aufträge sind gegenüber Werbungtreibern wirksam, wenn sie vom Unternehmen mindestens einen Monat vor Veröffentlichung des Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgebaut werden.

2. Die in der Preisliste bezeichneten Nachlässe werden nur dem Auftraggeber und nur für die innerhalb eines Jahres geschalteten Werbemittel gewährt („Anzeigengröße“). Wiederholungsanträge gelten nur innerhalb eines Anzeigenjahres. 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 Anzeigenjahres 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 laufend Frist zu bezahlen, sofern nichts anderes vereinbart ist. Die sog. Pre-Notifikationfrist nach der SEPA-Basis-Lastschrift ist auf vier Tage laufend. 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 während der Laufzeit eines Gesamtabschlusses das Erscheinen weiterer Werbemittel abweichend von einem vereinbarten Zahlungsziel von einer Vorauszahlung und vom Ausgleich offener Rechnungsbeträge abhängig zu machen. Fehlerhafte Rechnungen können vom Unternehmen 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. Das Unternehmen ist zur Nachberechnung der Mehrwertsteuer berechtigt, wenn die Finanzverwaltung die Steuerpflicht des Anzeigenauftrags bejaht.

7. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Werbemittel ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Schaltung beginnenden Anzeigenjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder – falls eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittliche verkaufte (falls keine verkaufte vorhanden, die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigter Mangel, wenn eine Auflage um mindestens 20 v. H. unterschritten wird.

Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche 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 verjähren 12 Monate nach Veröffentlichung des Werbemittels.

§ 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 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. 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 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 Mangel dem Unternehmen zurechenbar ist. Bei fehlerhafter Wiedergabe des Werbemittels, wenn das Unternehmen die Mängelbeseitigung zu hälftägigen Kosten verbunden ist. Lässt das Unternehmen 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 Zahlungsminderung in dem Ausmaß geltend zu machen, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Bei unwesentlichen Mängeln ist der Rücktritt ausgeschlossen. Gewährleistungsansprüche von Kaufleuten verjähren 12 Monate nach Erscheinen des Werbemittels.

4. Sind Mängel 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 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 gewisser 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 vorhersehbaren Schaden begrenzt. Diese Haftungsbeschränkung 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 oder Gesundheit ergibt. Soweit die Haftung des Unternehmens ausgeschlossen ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung seiner Mitarbeiter, Vertreter, Organe und Erfüllungsgehilfen. Alle Schadensersatzansprüche gegen das Unternehmen verjähren in zwölf Monaten nach dem Zeitpunkt, in dem der Auftraggeber von den Ansprüchen begründenden Umständen Kenntnis erlangt hat oder hätte erlangen müssen.

2. Das Unternehmen wird im Falle höherer Gewalt und bei vom Unternehmen unverschuldeten Arbeitskämpfmaßnahmen von der Verpflichtung zur Auftragserteilung frei. Schadensersatzansprüche bestehen deswegen nicht.

§ 7 Rechtfertigung

Der Auftraggeber garantiert, 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 unberechtigten 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 Bereitstellung zum Abruf, und zwar zeitlich, räumlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen erteilt unbegrenzt eingeräumt und berechtigten zur Durchfuhrung des Auftrags mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie in allen bekannten Formen von Werbeträgern.

§ 8 Datenschutz

Die Datenverarbeitung 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 Datenverarbeitung und zum Datenschutz sind in der Datenschutzerklärung der verlag moderne industrie GmbH, die unter <https://www.mi-verlag.de/datenchutz> 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/odr>. Verbraucher können die Plattform für die Beilegung ihrer Streitigkeiten nutzen. Wir sind zur Teilnahme an einem Streitbeilegungsverfahren vor einer Verbraucherschlichtungsstelle weder bereit noch verpflichtet, außer es besteht eine gesetzliche Pflicht zur Teilnahme.

§ 10 Erfüllungsort, Gerichtsstand

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

Stand: Juli 2019

Ausgabe Anz.-Schluss (AS) Ersch.-Termin (ET)	Fokusthemen	Hydraulik	Druckluft	Mechatronik	Messen und Ausstellungen
März 1/2020 AS: 18.02.2020 ET: 12.03.2020	Pressen- und Umformtechnik	Aggregate, Öle und Fluide	Schläuche, Verbindungs- technik	Füllstands- messung, Optische Sensoren	Tube , Düsseldorf 30.03.-03.04.2020
April 2/2020 AS: 19.03.2020 ET: 15.04.2020	Lebensmittel- und Verpackungs- maschinen	Pumpen, Dichtungen, Ventile	Kompressoren, Filter, Trockner	Condition Moni- toring, Bedien- elemente/HMI	Hannover Messe / Comvac , Hannover 20.04.-24.04.2020
Juni 3/2020 AS: 07.05.2020 ET: 03.06.2020	Baumaschinen, Kommunal- und Nutzfahrzeuge	Filter, Hydromotoren, Verbindungstech- nik	Ventile, Kupplungen, Greifersysteme	Drucksensorik, Motion Control	automatica , München 16.06.-19.06.2020 Testing Expo , Stuttgart 16.06.-18.06.2020
Juli fluid technik 2020 AS: 22.06.2020 ET: 15.07.2020	Sonderausgabe 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 4/2020 AS: 10.08.2020 ET: 02.09.2020	Schiffbau	Zylinder, Wärmetauscher, Wasserhydraulik	Zylinder und Aktuatoren	Predictive Maintenance, Software- und Engineering- Tools	SMM , Hamburg 08.09.-11.09.2020 IAA Nutzfahrzeuge , Hannover 24.09.-01.10.2020
Oktober 5/2020 AS: 08.09.2020 ET: 01.10.2020	Kunststoffverarbei- tungs- und Spritz- gussmaschinen	Rohre, Schläuche, Speicher	Vakuumtechnik, Ventilinseln	Weg- und Posi- tionssensorik, Steuerungs- technik	Motek , Stuttgart 05.10.-08.10.2020 Fakuma , Friedrichshafen 13.10.-17.10.2020
November 6/2020 AS: 19.10.2020 ET: 11.11.2020	Land- und Forst- maschinen, Bergbau	Steuerblöcke, Ventile, Schläuche, Armaturen	Druckluft- motoren	Temperatur- sensorik, SPS, Bussysteme	SPS IPC Drives , Nürnberg 24.11.-26.11.2020 Valve World , Düsseldorf 01.12.-03.12.2020
Dezember fluid MARKT Jahreseinkaufsführer Markt 2021 AS: 20.11.2020 ET: 15.12.2020	Sonderausgabe Die Marktübersichten, exklusiven Branchen- und Trendreportagen, einem umfangreichen Konjunkturspiegel sowie einem Rückblick auf das Jahr 2020 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.				

1 Auflagenkontrolle:			
2 Auflagen-Analyse:	Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt** 01. Juli 2018 – 30. Juni 2019		
Druckauflage:	12.000		
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):	11.804	davon Ausland:	967
Verkaufte Auflage:	513	davon Ausland:	93
– Abonnierte Exemplare:	490	davon Mitgliederstücke:	0
– Zugriffsrecht im Abonnement Paid Content ***	495		
– Sonstiger Verkauf:	23		
– Einzelverkauf:	0		
Freistücke:	11.291		
Rest-, Archiv- und Belegexemplare:	196		

* 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
Inland	88,7	10.476
Ausland	8,2	967
Sonstige*	3,1	361
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	11.804

Verbreitung nach Bundesländern	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Baden-Württemberg	22,1	2.612
Bayern	16,5	1.946
Berlin, Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern	2,7	313
Bremen, Hamburg, Schleswig-Holstein	4,7	559
Hessen	6,9	817
Niedersachsen	6,4	759
Nordrhein-Westfalen	19,3	2.280
Rheinland-Pfalz	3,4	397
Saarland	1,0	119
Sachsen, Sachsen-Anhalt	4,4	520
Thüringen	1,5	172
Ausland	8,2	967
Sonstige*	3,1	361
Rundungsdifferenz	-0,2	-18
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	11.804

Die detaillierte Beschreibung der Erhebungsmethode finden Sie auf Seite 27

1.1 Branchen / Wirtschaftszweige

WZ 2008 Code	Empfängergruppen (lt. Klassifikation der Wirtschaftszweige 2008)	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
		%	Empfänger
28	Maschinenbau	59,1	6.978
26.1, 26.3, 26.51 26.6, 27.1, 32.5	Elektrotechnik (MSR, Medizin- und Telekommunikationstechnik, Geräte zur Elektrizitätserzeugung)	4,7	553
29, 30	Herstellung von Kraftwagen, Sonstiger Fahrzeugbau (Schiff-, Schienen-, Luft- und Raumfahrzeugbau)	11,9	1.400
46, 47	Technischer Handel	4,1	488
72, 71.12	Forschung und Entwicklung, Ingenieurbüros	5,5	644
	Weitere Branchen (z.B. Herstellung von chemischen Erzeugnissen und Gummi-Kunststoffwaren, Wirtschaftliche Dienstleistungen, Hochschulen)	11,6	1.380
	Sonstige*	3,1	361
	Rundungsdifferenz	0	0
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)		100,0	11.804

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

1.2 Größe der Wirtschaftseinheit

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Empfänger
1 – 99 Beschäftigte	51,5	6.077
100 – 199 Beschäftigte	9,3	1.095
200 – 499 Beschäftigte	9,1	1.077
500 – 999 Beschäftigte	5,3	628
1.000 und mehr Beschäftigte	17,2	2.034
Betriebsgröße nach EDA-Kriterien nicht erhoben/bekannt	4,5	534
Sonstige*	3,1	361
Rundungsdifferenz	0,0	-2
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	11.804

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

Die detaillierte Beschreibung der Erhebungsmethode finden Sie auf Seite 27

2.1 Tätigkeitsmerkmal: Aufgabenbereich

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Empfänger
Unternehmensleitung, Technische Leitung, Betriebsleitung	41,1	4.849
Leitung Konstruktion, Entwicklung, Forschung, Versuch	30,8	3.641
Produktion, Technisches Büro, Instandhaltung, MSR, Fertigung	7,0	822
Einkauf, Verkauf, Vertrieb, Marketing	11,9	1.404
Weitere Funktionen (z.B. Produktmanagement, Qualität, Organisation)	6,1	727
Sonstige*	3,1	361
Rundungsdifferenz	0,0	0
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	11.804

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

Die detaillierte Beschreibung der Erhebungsmethode finden Sie auf Seite 27

Kontakt

Matthias Pioro
Head of Sales
081 91/125-167
mitthias.pioro@
mi-connect.de



Gabi Claus
Sales Director
081 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-advcom



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



Florian Blum
Redakteur
081 91/125-1 63
florian.blum@
mi-connect.de



Felix Lauther
Redakteur
081 91/125-718
felix.lauther@
mi-connect.de



Dagmar Merger
Redakteurin
dagmar.merger@
mi-connect.de



Angela Unger
Redakteurin
0 81 91/1 25-1 32
angela.unger@
mi-connect.de



Anke Träger
Content Managerin
081 91/1 25-1 25
anke.traeger@
mi-connect.de



Silvia Düringer
Assistentin Sales
081 91/125-439
silvia.dueringer@
mi-connect.de



Luitgard Ludwig
Assistentin
Redaktion
081 91/125-677
luitgard.ludwig@
mi-connect.de



Sabine Königl
Assistentin
Redaktion
081 91/125-390
sabine.koenigl@
mi-connect.de



Regine Russek
Media
Administration
081 91/1 25-3 38
regine.russek@
mi-connect.de

AUTOMOBIL
PRODUKTION

ARZT &
WIRTSCHAFT

fertigung

fluid

TECHNIK
EINKAUF

Instandhaltung

eeNEXT

Produktion

werkzeug &
formenbau

mi connect