

MediaDaten

2020

Instandhaltung

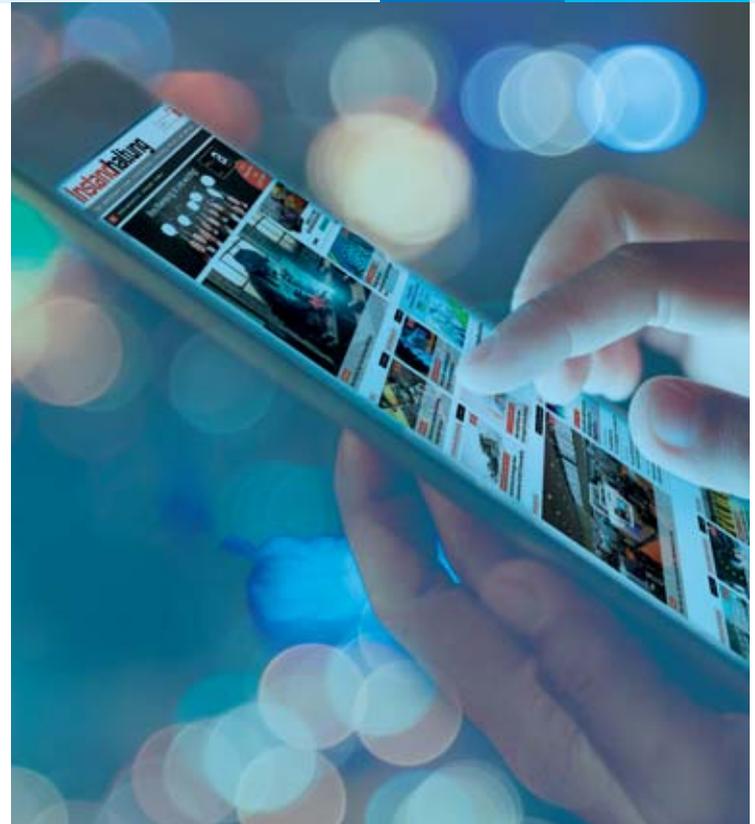


m_iconnect

Inhalt

Print und Online

mi connect. Unser Nutzenversprechen, neu definiert.	3-9
Titelporträt	10
Formate und technische Angaben	11-12
Anzeigen-Preisliste und Sonderwerbformen	13-14
Termin- und Themenplan	15
Website	16-17
Newsletter	18-19
Standalone-Newsletter	20
Retargeting	21
AGB	22
Veranstaltungen	23
Adressvermietung	24-25
Auflagenanalyse	26
Empfänger-Struktur-Analyse	27-28
Beschreibung der Erhebungsmethode	29
Ansprechpartner	30



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

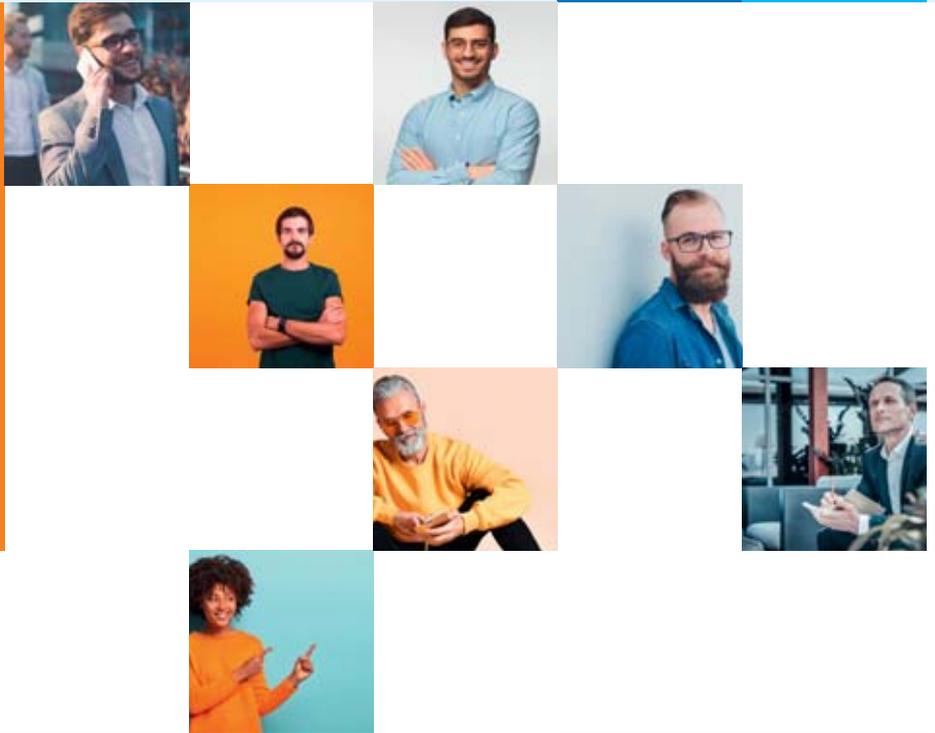
mi connect
steht für messbare
Erfolgsversprechen
an seine Kunden.

mi connect

Das zeichnet uns aus:

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

Unsere Audiences:



AUTOMOBIL PRODUKTION

Top-Management-Ebene (Vorstände und Geschäftsführer) sowie Entscheider aus den Bereichen 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

reNEXT

- 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



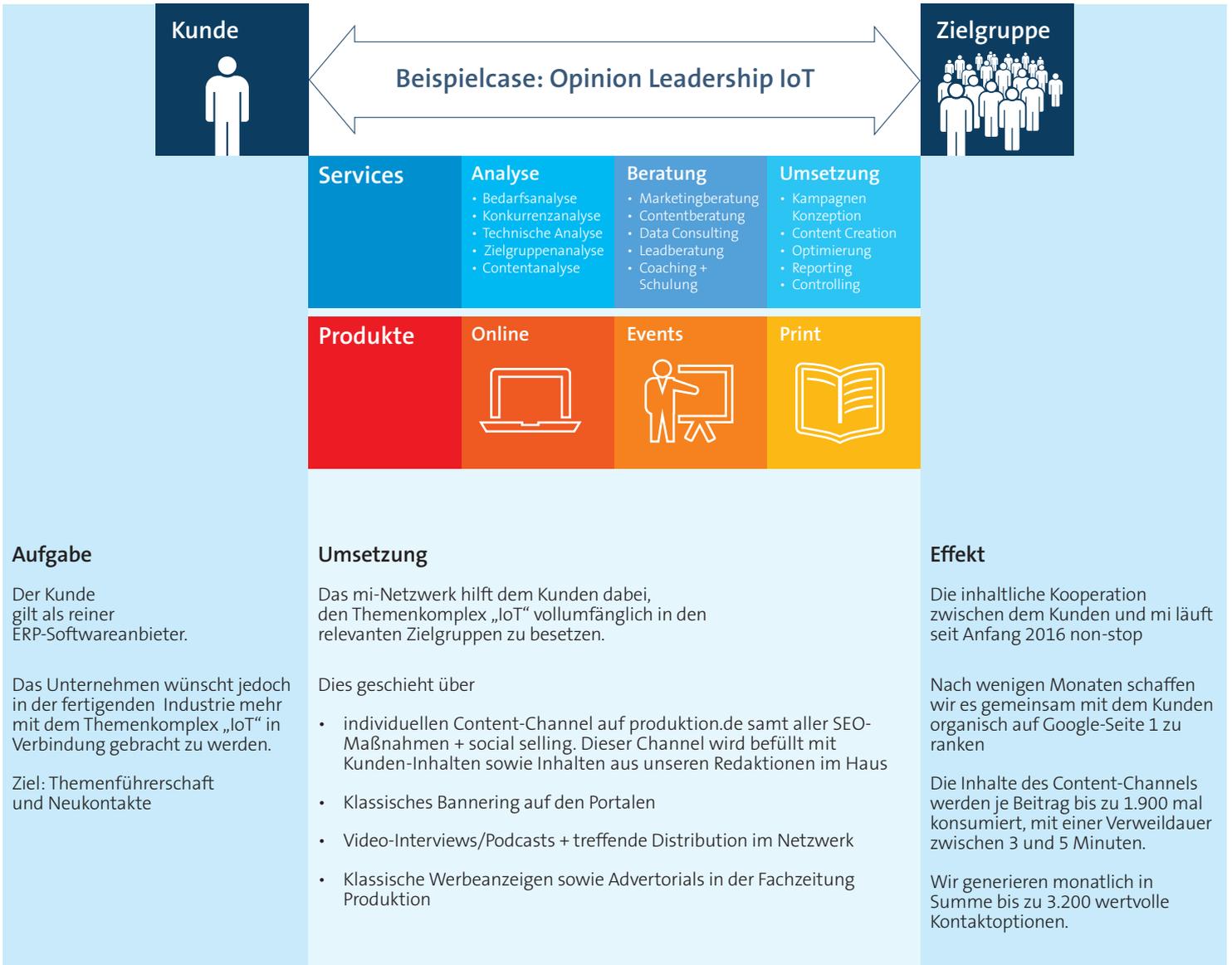
Vermarktung und Audience Analytics

- 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: Instandhaltung

2 Kurzcharakteristik:

Das Fachmagazin Instandhaltung befasst sich mit dem Management und dem Service an Maschinen, Anlagen und Industriebauten aller Branchen. Neben der Vorstellung neuer technischer Verfahren, Ausrüstungen und Werkzeuge werden auch Lösungen zum Industrial Asset Management praxisnah dargestellt. Die Darstellung neuester Trends beim Einsatz moderner Technik und innovativer Managementmethoden macht dieses Fachmagazin zu einer unentbehrlichen Orientierungshilfe für Betriebsleiter, Instandhaltungs- und Serviceleiter, Leiter Technik, IT, Einkauf und Produktion bei Herstellern und Anwendern industrieller Ausrüstungen sowie industriellen Dienstleistern.

3 Zielgruppe: Betriebsleiter, Instandhaltungs- und Serviceleiter, Leiter Technik, IT, Einkauf und Produktion

4 Erscheinungsweise: 4 x jährlich
(siehe Themenplan)

5 Heftformat: DIN A4

6 Jahrgang: 48. Jahrgang 2020

7 Bezugspreis Jahresabonnement:

Inland € 88,- (zzgl. € 10,- Versand & MwSt. = € 105,29)
Ausland € 88,- (zzgl. € 20,- Versand & MwSt. = € 115,99)
Einzelverkaufspreis € 15,- (inkl. MwSt. & zzgl. Versand)

8 Organ: –

**9 Mitgliedschaft/
Teilnahme:** IVW-EDA

10 Unternehmen: verlag moderne industrie GmbH
Postanschrift: 86895 Landsberg
Hausanschrift: Justus-von-Liebig-Str. 1, 86899 Landsberg
Telefon: 0 81 91 / 125-0
Telefax: 0 81 91 / 125-304
Internet: www.instandhaltung.de
E-Mail: Redaktion: redaktion.instandhaltung@mi-connect.de
Sales: sales.instandhaltung@mi-connect.de

11 Herausgeber: verlag moderne industrie GmbH

12 Sales: Astrid Turba
Telefon: 0 81 91 / 125-496
E-Mail: astrid.turba@mi-connect.de

13 Redaktion: Stefan Weinzierl
Telefon: 0 81 91 / 125-343
E-Mail: stefan.weinzierl@mi-connect.de



- 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 Motivreile (Texte, Logos etc.) mit mindestens 5 mm Abstand zum Beschnitt und zum Bund angelegt werden.

- 2 Druck- und Bindeverfahren:**
Umschlag im Bogenoffset, Inhalt im Rollenoffset (ISO 12647-2)
Rückstichheftung

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

- 8 Kontakt/Datenübertragung:**
Michaela Richter
Telefon: 08191/125-324
E-Mail: michaela.richter@mi-connect.de

- 9 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

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

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

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

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

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

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

*angeschnitten

*angeschnitten

1 Anzeigenformate und Preise (siehe auch Seite 4 „Informationsblatt Formate“)
Alle Anzeigenpreise in EUR inklusive Farbzuschläge und zzgl. gesetzlicher MwSt.

Anzeigengröße	Satzspiegelformate (B x H in mm)	Anschnittformate* (B x H in mm)	Preise inkl. Farbzuschlag
1/1-Seite	178 x 257	216 x 303	5.840,-
Juniorpage	126 x 178	145 x 203	3.800,-
1/2-Seite hoch	86 x 257	105 x 303	3.550,-
1/2-Seite quer	178 x 126	216 x 149	3.550,-
1/3-Seite hoch	56 x 257	75 x 303	2.400,-
1/3-Seite quer	178 x 83	216 x 106	2.400,-
1/4-Seite hoch	41 x 257	60 x 303	1.700,-
1/4-Seite quer	178 x 62	216 x 85	1.700,-
1/4-Seite Block	86 x 126	105 x 149	1.700,-
1/8-Seite hoch	41 x 126	60 x 149	980,-
1/8-Seite quer	178 x 29	216 x 52	980,-
1/8-Seite Block	86 x 62	105 x 85	980,-

2 Zuschläge Vorzugsplätze:
Titelseite € 5.980,-

3 Rabatte (bei Abnahme innerhalb eines Jahres)

Malstaffel		Mengengruppe	
ab 2 Anzeigen	3 %	ab 2 Seiten	10 %
ab 4 Anzeigen	5 %	ab 4 Seiten	15 %

4 Rubrikanzeigen:
Stellenangebot: 25 % Rabatt auf den regulären Preis (siehe Punkt 1, bzw. 1.1)
Stellengesuche: 50 % Rabatt auf den regulären Preis (siehe Punkt 1, bzw. 1.1)

5 Sonderwerbeformen:

Sonderdrucke und PDFs auf Anfrage

Einhefter:

Umfang	Papiergewicht	bis 170 g/m ²	über 170 g/m ²
2 Seiten		4.650,-	4.740,-
4 Seiten		7.830,-	7.980,-

Weitere Formate auf Anfrage.

Anlieferung: Muster bei Auftragserteilung. Auflage bis 14 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 € 4.380,-

je weitere 25 g Gewicht € 2.200,-

(Preise einschl. Portoanteil)

max. Papierformat 20 x 29 cm

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

Aufgeklebte Werbemittel:

In Verbindung mit Anzeige oder Einhefter € 1.160,-

Zuzüglich Klebekosten

– für maschinelle Verarbeitung € 540,-

– für manuelle Verarbeitung € 1.200,-

Lieferanschrift, Beilagen und Einhefter:

pva, Druck und Medien-Dienstleistungen GmbH,
Herr Hans Beitler, Industriestraße 15, 76829 Landau/Pfalz
(mit Vermerk: für Instandhaltung, Heft-Nr.)

6 Sonderwerbeformen: Entdecken und nutzen Sie eine der vielen, kreativen Sonderwerbeformen für Ihr Produkt.



Banderole um Instandhaltung

Format 460 x 100 mm, inkl. Druck und Klebekosten € 8.350,-



Gatefolder

ausklappbare Anzeigenseite auf der
2. Umschlagseite Werbefläche: ca. 3 DIN A4-Seiten € 16.550,-



Titelklappe

Klappe um das Heft mit 1/2 Seite auf der Titelseite
und ganzer Seite auf der 4. Umschlagseite
Werbefläche: ca. 1,5 DIN A4-Seiten € 9.550,-

Weitere Sonderwerbeformen sind:

- Banderole
- Gatefolder
- Sonderfarben
- Beikleber
- Geschlossene Anzeige
- Titelklappe

7 Sonderdrucke:

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

8 Kontakt:

Account Managerin

Astrid Turba
Telefon: +49 (0) 8191/125-496
astrid.turba@mi-connect.de

Media Administration

Michaela Richter
Telefon: +49 (0) 8191/125-324
michaela.richter@mi-connect.de

- 9 Zahlungsbedingungen:** netto innerhalb 14 Tagen nach Rechnungsdatum, bei Vorauszahlung 2 % Skonto, bei Bankeinzug 3 % Skonto

Bankverbindung:

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

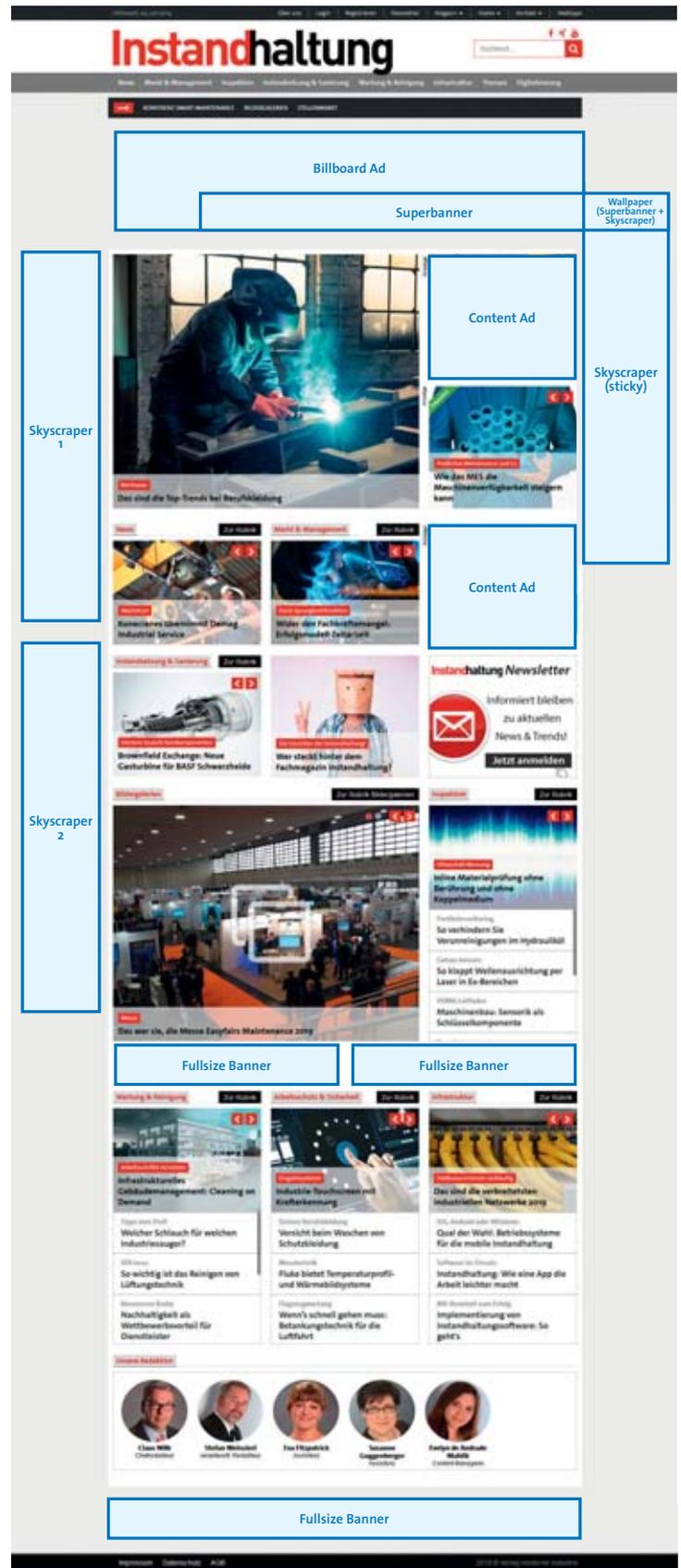
Ausgabe	1/2020	2/2020	3/2020	4/2020
Anzeigenschluss	15.01.2020	07.04.2020	12.06.2020	04.09.2020
Erscheinungstermin	04.02.2020	05.05.2020	07.07.2020	29.09.2020
Themenschwerpunkt	Digitalisierung	Reinigung	Condition Monitoring	Messtechnik
Themen	Software, AR- und VR-Technologie, EAM- und CMMS-Systeme, Remote Service, Mobile Instandhaltung, Datensicherheit, Wissensmanagement, ERP- und Softwarearchitekturen, Kommunikation, Datenmanagement	Reinigungsmaschinen, Maschinenreinigung, Reinigungsverfahren, Reinigungsmittel	Fernwartung, Anlagenüberwachung, Instandhaltungs- und Dienstleistungsmanagement, Teilereinigung	Wellenausrichtung, Maschineneinrichtung, Sensorik, Thermografie Wegweiser Instandhaltung 2021
Instandhaltung berichtet in Praxisbeiträgen zu den verschiedensten Themen wie z.B. vorbeugende und vorausschauende Wartung, Wege- und Zeitoptimierung, reaktive Instandhaltung, Organisation von Instandhaltungsmaßnahmen, Werkstattausrüstung, Personenschutz, Gerüste, Hebezeuge, Obsoleszenzmanagement, zerstörungsfreie Prüfung, Vorschriften, Verordnungen, Future Assets, die Arbeit von Instandhaltungs-Verbänden und Ihre Aufgaben.				
Messen	Maintenance Dortmund 12. - 13. Februar 2020	Interclean Amsterdam 12. - 15. Mai 2020	in.Stand Stuttgart 21. - 22. Oktober 2020 Arbeitsschutz aktuell 6. - 10. Oktober 2020	

- 1 Web-Adresse:** www.instandhaltung.de
- 2 Kurzcharakteristik:** www.instandhaltung.de liefert relevante und exklusive Informationen zu den Themen Management, Wartung, Inspektion und Instandsetzung von Maschinen, Anlagen und Industriebauten aller Wirtschaftszweige. Praxisnah werden neuen technische Verfahren, Ausrüstungen und Werkzeuge zur Umsetzung von Strukturen der Industrie 4.0 sowie News aus der Branche vorgestellt. Die Darstellung neuester Trends bei Digitalisierung und Instandhaltungsprozessen machen www.instandhaltung.de zur unentbehrlichen und aktuellen Orientierungshilfe für Hersteller und Anwender. Die Zielgruppe sind Hersteller und Anwender industrieller Ausrüstungen sowie, industrieller Dienstleister.
- 3 Zielgruppe:** Instandhalter, Betriebsleiter, Instandhaltungs- und Serviceleiter, Leiter Technik, IT, Einkauf und Produktion

Preise und technische Informationen

Werbeform	Format (in Pixel)	Preis pro Woche
Billboard	940 x 250	670,- EUR
Superbanner	728 x 90	490,- EUR
Skyscraper rechts	160 x 600	520,- EUR
Wallpaper (Skyscraper rechts + Superbanner)	160 x 600 + 728 x 90	895,- EUR
Content-Ad	300 x 250	490,- EUR
Baseboard	940 x 90	590,- EUR
Produkt der Woche	prominente Teasermeldung (1 Woche auf der Startseite)	550,- EUR

Nutzungsdaten: Page Impressions: 11.297
Visits: 7.555
Monatsdurchschnitt: Januar – Juni 2019



- 1 Newsletter:** Instandhaltung
- 2 Kurzcharakteristik:** In anschaulichen und logisch gegliederten Übersichten erfahren Sie kurz und kompakt alles Neue zum Thema Instandhaltung. Die Themen sind aufgeteilt in Produkte- und Dienstleistungsnews, Anwenderbeiträge, Aktuelles aus der Branche, Veranstaltungen und exklusive Beiträge aus dem Bereich der Instandhaltung.
- 3 Zielgruppe:** Instandhalter, Betriebsleiter, Instandhaltungs- und Serviceleiter, Leiter Technik, IT, Einkauf und Produktion.
- 4 Erscheinungsweise:** 2 x wöchentlich, Montag und Mittwoch
- 5 Abonnenten:** 16.600 User

Preise und technische Informationen

Werbeform	Format (in Pixel)	Preis pro Woche
Top-Format	650 x 90	590,- EUR
Textanzeige	Bild + max. 350 Zeichen	620,- EUR
Content-Ad	300 x 250	560,- EUR
Fullsizebanner	468 x 60	510,- EUR

Banneranlieferung www.instandhaltung.de und Newsletter

- 1. Datenanlieferung:** mindestens 1 Woche vor Schaltbeginn per Email an michaela.richter@mi-connect.de

Angaben: Kundenname, Kampagnenname, Buchungszeitraum, belegte Website, Werbeformat, Kontaktangaben für eventuelle Rückfragen, Landingpage (Klick-URL)

Bei Flash-Versionen für die Website benötigen wir zusätzlich: Angabe der Flashversion, Information über ActionScript, GIF oder JPG als Fallback im Format der gebuchten Werbeform, Sniffer Code (falls vorhanden).

- 2. Formate:**
Website: animiertes oder statisches GIF, JPG, Flash-, HTML-, DHTML-Banner
Newsletter: statisches Bildformat (GIF oder JPG)
Textanzeigen: Bild (145 x 145 Pixel) + 350 Zeichen Text
- 3. Farbschema:** RGB
- 4. maximale Dateigröße:** 40 KB
- 5. Reporting:** Sie erhalten auf Wunsch eine Auswertung der Ad-Impressions und der Ad-Klicks.
- 6. Ansprechpartner:**
Astrid Turba
Tel.: 0 81 91/1 25-496
E-Mail: astrid.turba@mi-connect.de
- 7. Stornogebühren:** 10 % vom Listenpreis



Instandhaltung

Top-Format

IOS, Android oder Windows
Qual der Wahl: Betriebssysteme für die mobile Instandhaltung

Eine moderne Instandhaltung ohne den Einsatz von mobilen Devices oder Assistenten wie Smartphones, Tablets oder gar Datenbrillen wird immer undenkbarer. Aber welches Betriebssystem soll auf dem Gerät laufen? Wir haben Experten gefragt.

Mehr



Content Ad
Textanzeige
Fullsizebanner

Anzeige
3D-Druck in der Instandhaltung



Beim Chemiekonzern BASF befasst sich Dr. Alba Mena Subiranas als Vice President Maintenance & Reliability Solutions seit mehreren Jahren mit dem Thema 3D-Druck. Im Interview berichtet sie über Herausforderungen, Nutzen und Trends der Technologie.

Mehr

Instandhaltung: Wie eine App die Arbeit leichter macht



Für seine Außendienst-Bereiche Instandhaltung, Service und Wartung setzt ein Spezialist für Steuerungs-, Druckluft-, Verlade- und Sprühsysteme auf eine mobile Software-Lösung per App und profitiert vom hohen Automatisierungsgrad im Tagesgeschäft.

Mehr

Produkt der Woche
Mehr Lebensmittelsicherheit mit der SKF Blue Range



Lebensmittelproduktionsanlagen werden regelmäßig gereinigt. Der übliche Hochdruck-Wasserstrahl hat jedoch einen Nachteil: Er kann Kerne im ganzen Betrieb verbreiten. Dem wirken die neuen Blue Range-Kugellagergehäusen aus der 500' Food Line entgegen.

Mehr

Content Ad
Textanzeige
Fullsizebanner



Berlin
Leiter Instandhaltung
(m/w/d)
Verantwortliche Leitung der Abteilung Instandhaltung



Freiburg
Instandhaltungsingenieur
(m/w/d) Anlagentechnik
Planung und Steuerung von Instandhaltungsmaßnahmen



Essen
Bauleiter (m/w/d)
Instandhaltung /
Modernisierung
Planung, Durchführung und

Standalone-Newsletter mit Instandhaltung

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 die Abonnenten versendet und enthält 100% Kundeninhalte.

Für Ihren Standalone-Newsletter bieten wir verschiedene Optionen an:

Standalone-Newsletter Standard

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

Hier ist die Erstellung sowie eine Korrekturschleife immer inklusive

Preis: 4.950,- Euro pro Versand

Gerne senden wir Ihnen die Guidelines zu.

A/B-Testing

Auf Wunsch versenden wir Ihren Newsletter mit A/B Testing. Das bedeutet, Sie liefern 2 verschiedene Betreffzeilen an. Wir splitten die Zielgruppen in zwei kleinere Testgruppen. Diese werden im Vorfeld des regulären Versands beliefert. Das Mailing mit dem Betreff, das eine bessere Öffnungsrate erzielt, wird an die verbleibenden Abonnenten gesendet.

Nachversand an Nichtöffner

Erneuter Versand mit neuem Betreff an die Nichtöffner ca. 1-2 Wochen nach dem Erstversand. Bitte liefern Sie 2 unterschiedliche Betreffzeilen an.

Preis: EUR 800,- EUR

Beispiel eines Standalone-Newsletters im Kundenlayout

The screenshot shows a newsletter layout for 'Instandhaltung'. At the top left is a red 'Infobrief' icon. The main title 'Instandhaltung' is in a large, bold font. Below it, the headline reads 'Professionell Crimpen mit Phoenix Contact'. The main image shows a blue and black crimping tool (Crimpfox Centrus) surrounded by various wires. Below the image, there are three columns of text, each with a sub-heading and a small image of the tool:

- EINFACH - SICHER - LANGLEBIG**
CRIMFOX CENTRUS
Mit der Crimpfox Centrus von Phoenix Contact wird das Crimpen von Adressblöcken so sicher und komfortabel wie noch nie.
- EINFACH**
Durch das ergonomische Design und die optimale Mechanik wird das Verarbeiten von Adressblöcken mit der Crimpfox Centrus zum Kinderspiel. Durch den geringen Öffnungswinkel liegt die Crimpzange perfekt in der Hand und erleichtert Ihnen dank der optimalen Kraftübertragung die Arbeit.
- SICHER**
Die Crimpfox Centrus stellt sich automatisch auf den jeweiligen Querschnitt ein und bietet Ihnen in Kombination mit der innovativ entworfenen Zangenlippe die Präzisionssicherheit.
- LANGLEBIG**
Die Crimpzangen von Phoenix Contact sind auf mehr als 50.000 Crimpzyklen nach DIN 41612 1 getestet. Die robuste Ausführung durch speziell gehärtete Werkstoffteile und Kupfschutz ermöglicht Ihnen damit ganz präzise Crimparbeiten.

Retargeting

Definieren Sie die Anzahl der Ad-Impressions, die Sie insgesamt mit Ihrer Reichweiten-Kampagne generieren möchten. Wählen Sie bis zu 15 Schlagworte aus, die für Ihre Kampagne bezeichnend sind. Wir generieren anhand von Cookies und User Journeys Ihre Zielgruppe und liefern Ihre Banner der Zielgruppe aus. Über unseren Dienstleister bespielen wir Consumerportale mit Ihrer Imagewerbung.



Stellen sie uns ein Banner set mit folgenden Formaten zur Verfügung:

- Skyscraper – 160x600 Pixel
- Leaderboard – 728x90 Pixel
- Billboard – 800x250 Pixel
- Content-Ad – 300x250 Pixel

Welche Banner auf welcher Seite wie oft ausgeliefert werden hängt von der Verfügbarkeit ab. Wie liefern in Echtzeit aus.

Preise:

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

Vorteile:

1. Extrem hohe Reichweite von bis zu 200.000 Ad Impressions pro Monat.
2. Gesteigerte Brand Awareness durch gesteigerte Kontakte bei Instandhaltern.
3. Steigerung Ihres Images durch Ihre Präsenz auf starken Consumerseiten.
4. Maximale Kontrolle Ihrer Werbeinvestitionen durch genaue Reichweitenauswertung.
5. Keine Streuverluste oder überzogene Kosten bei der Buchung von Consumerportalen.

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

§ 1 Geltung, Ausschließlichkeit

1. Für die Aufnahme und die Veröffentlichung aller Werbetaufträge 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 der Werbemittelhersteller, sofern diese mit diesen AGB nicht vereinbar sind, ist ausgeschlossen.
2. Diese AGB gelten sinngemäß für Beilagenaufträge. Diese werden vom Unternehmen grundsätzlich erst nach Vorlage und Prüfung eines Modells angenommen.

§ 2 Angebot, Vertragschluss

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 sowie sämtlichen elektronischen Veröffentlichungsformen zum Zweck der Verbreitung.
2. Aufträge für Werbemittel können mündlich, 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 der Inhalt des Auftrages 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 Fremdzensuren 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. Dies gilt für die Werbemittel inhaltlich, Informationen, Daten, Dateien und sonstigen Material („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, so mit solchen Dateien, die das Unternehmen inhaltlich nicht ändern kann. Das Unternehmen haftet nicht für fehlerhafter Veröffentlichung von Werbemitteln, die mit offenen Dateien (z. B. unter Corel Draw, QuarkXPress, Freehand gespeicherte Dateien) übermittelt werden. Zusammengehörende Dateien sind vom Auftragnehmer in einem gemeinsamen Verzeichnis (Ordner) zu senden bzw. zu speichern. Bei digital übermittelten Druckvorlagen für Farbanzeigen hat der Auftraggeber ein Farb-Proof und ein Proof- bzw. Messprotokoll mitzuliefern. Ansonsten bestehen keine Ersatzansprüche des Auftraggebers wegen etwaiger Farbbeziehungen. 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 ableiten könnte. Das Unternehmen behält sich zudem Ersatzansprüche vor, wenn die Computerviren beim Unternehmen weiteren Schaden verursachen. Für ebenfalls ungeeignete oder fehlerhafte Vorlagen fordert das Unternehmen unverzüglich Ersatz an. Vorlagen werden nur auf besondere Aufforderung an den Auftraggeber zurückgesandt, andernfalls gehen 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 ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit des zurückgesandten Abzugs. Wird der Abzug nicht 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 Erscheinen mit dem Unternehmen abzustimmen. Textzeileanzeigen müssen sich schon durch ihre Grundstruktur vom redaktionellen Teil unterscheiden. Das Unternehmen ist berechtigt, Werbemittel, die nicht als solche zu erkennen sind, 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 in der Preisliste ausgewiesenen Anzeigenschlüsse und Erscheinungstermine sind für das Unternehmen unverbindlich. Dem Unternehmen ist frei, diese kurzfristig auf Basis von Leistungsänderungen zu verschieben.
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 den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit des Werbemittels verantwortlich. Er stellt das Unternehmen von allen Ansprüchen Dritter gegen die Veröffentlichung des Werbemittels frei, einschließlich der angemessenen Kosten zur Rechtsverfolgung. Das Unternehmen ist nicht zur Prüfung verpflichtet, ob ein Werbemittel rechtswirksam ist. Wird das Unternehmen durch die rechtliche Entscheidung z. B. zum Abdruck einer Gegenandersetzung oder Berichtigung aufgrund des geschalteten Werbemittels verpflichtet, hat der Auftraggeber diese Veröffentlichung nach der gültigen Preisliste zu bezahlen.
11. Werbetaugenten sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen gegenüber den Werbungtreibenden an die Preisliste des Unternehmens zu halten. Die vom Unternehmen gewährte Vermittlungsprovision errechnet sich aus dem Kundenkonto, also nach Abzug von Rabatt, Boni und Mängelablass. Die Vermittlungsprovision fällt nur 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 Beschreibung der fertigen und druckreifen Druckunterlagen obliegt und eine Gewerbeanmeldung als Werbeagentur vorliegt. Dem Unternehmen steht es frei, Aufträge von Werbeagenturen abzulehnen, wenn Zweifel an der berufsmäßigen Ausübung der Agenturertätigkeit oder der Bonität der Werbeagentur bestehen. Aufträge durch Werbeagenturen werden in deren Namen und auf deren Rechnung erteilt. Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertreter der Werbeagentur zustande. Soll eine 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, Preisreimderung

1. Der Preis für die Veröffentlichung eines Werbemittels richtet sich nach der im Zeitpunkt der Auftragserteilung gültigen Preisliste. Für redaktionell gestaltete Werbemittel, Beilagen, Sonderveröffentlichungen und Kollektive, sowie Werbemittel, die nach Anzeigenschluss in Auftrag gegeben werden, kann das Unternehmen die Preisliste abweichende Preise festlegen. Preisänderungen für erteilte Aufträge sind gegenüber dem Unternehmen wirksam, wenn sie vom Unternehmen mindestens einen Monat vor Veröffentlichung des Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preisreihung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Erhalt der Mitteilung über die Preisreihung ausgedeutet werden.
2. Die in der Preisliste bezeichneten Nachlässe werden nur dem Auftraggeber und nur für die innerhalb eines Jahres geschalteten Werbemittel gewährt („Anzeigensjahr“). Wenn ein Nachlass abgetreten nur innerhalb eines Anzeigensjahres. 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 eines Monat nach Ablauf des Anzeigensjahres 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-Notifizationsfrist nach der SEPA-Basis-Lastschrift ist auf vier Tage verkürzt. Mahn- und Inkassofaktoren, die durch Zahlungsverzug entstehen, trägt der Auftraggeber. Das Unternehmen kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung eines laufenden Auftrages bis zur Behebung des Zahlungsverzugs 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 früherer Rechnungsbeiträge 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 Nachrechnung der Aufträge verpflichtet, wenn die Finanzverwaltung die Steuerpflicht des Anzeigenauftrags bejaht.
7. Aus einer Auftragsminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Werbemittel ein Anspruch auf Preisreimderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Schaltung beginnenden Anzeigensjahres 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 der vergangenen Kalenderjahre unterschritten wird. Eine Auftragsminderung ist nur dann ein zu Preisreimderung berechtigter Mangel, wenn eine Auflage um mindestens 20 v. H. unterschritten wird.
Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisreimderungsansprüche 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 gegen den fehlerhaften Auftragnehmer 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 Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Der Anspruch auf Nachlieferung ist ausgeschlossen, wenn dies für das Unternehmen mit unverhältnismäßigen Kosten verbunden ist. Lässt das Unternehmen eine ihm zugesagte 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 Zahlungsreimderung 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 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 der nächstfolgenden Werbetaufteilung 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 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 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 befreit 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 dem Anspruch 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 Rechteinräumung

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 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 Auftrages notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen erteilt unbegrenzt eingeräumt und berechtigten zur Schaltung 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/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/odr>. Die Verbraucher können die Plattform zur Streitbeilegung nutzen. Dies ist jedoch nicht verpflichtend. Die Nutzung der Streitbeilegungsverfahren vor einer Verbraucherschlichtungsstelle weder berechtigt 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.

Veranstaltungen mi connect

Unsere Veranstaltungsabteilung bietet für die Kernbranchen der deutschen Industrie zielgruppenspezifische Fachveranstaltungen mit begleitenden Fachausstellungen. Durch unsere Redaktionen garantieren wir dabei die Nähe zum Markt und somit zu den relevanten Themen. Auf diese Weise ergänzen die Veranstaltungen unsere marktführenden Fachzeitschriften und unsere reichweitenstarken Portale ideal.



Smart Maintenance – Smart Maintaining People

Die Fachkonferenz „Smart Maintenance – Smart Maintaining People“ des Fachmagazins INSTANDHALTUNG bringt die operativen Entscheider der Branche zusammen. Hier erhalten Praktiker und Macher die Werkzeuge, die sie brauchen, um ihre Aufgaben effektiv, adäquat und nachhaltig zu bearbeiten. Die Veranstaltung fokussiert aktuelle Use Cases aus der Praxis von Anwenderunternehmen und thematisiert wichtigste Fragen rund um die strategische Umgestaltung und Neuausrichtung der Instandhaltung im Zuge der neuen technologischen Anforderungen. Somit geben wir den Instandhaltern das Rüstzeug, ihre werterhaltenden und wertschöpfenden Tätigkeiten zeitgemäß anzugehen und nachzuweisen.

Zeigen Sie Flagge und präsentieren Sie Ihr Unternehmen auf der Smart Maintenance Konferenz. Detaillierte Informationen und maßgeschneiderte Angebote zu Ausstellung und Sponsoring erhalten Sie von Isabelle Waiblinger.

Übrigens: Sie können uns auch als Medien- oder Kooperationspartner für Ihre Events buchen. Sprechen Sie uns einfach an!

Daniela Ihle
Projektleiterin
Veranstaltungen
daniela.ihle@mi-connect.de



Isabelle Waiblinger
Sales Managerin
Veranstaltungen
08191-125-244
isabelle.waiblinger@mi-connect.de

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

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!

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.



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

1 Auflagenkontrolle:
2 Auflagen-Analyse:



Exemplare pro Ausgabe im
Jahresdurchschnitt**
01. Juli 2018 – 30. Juni 2019

Druckauflage:	12.700		
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):	12.467	davon Ausland:	304
Verkaufte Auflage:	1.024	davon Ausland:	121
– Abonnierte Exemplare:	1.024	davon Mitgliederstücke:	566
– Zugriffsrecht im Abonnement Paid Content ***:	1.024		
– Sonstiger Verkauf:	0		
– Einzelverkauf:	0		
Freistücke:	11.443		
Rest-, Archiv- und Belegexemplare:	233		

3 Geografische Verbreitungsanalyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	96,3	12.000
Ausland	2,4	304
Sonstige*	1,3	163
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	12.467

Verbreitung nach Bundesländern	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Baden-Württemberg	17,2	2.144
Bayern	16,1	2.005
Berlin, Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern	4,1	509
Bremen, Hamburg, Schleswig-Holstein	4,8	593
Hessen	6,9	864
Niedersachsen	7,6	947
Nordrhein-Westfalen	25,1	3.132
Rheinland-Pfalz	4,0	497
Saarland	1,1	143
Sachsen, Sachsen-Anhalt	6,8	850
Thüringen	2,4	296
Ausland	2,4	304
Sonstige*	1,3	163
Rundungsdifferenz	0,2	20
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	12.467

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

** beinhaltet alle im Berichtszeitraum erschienenen Exemplare

*** Unternehmensangabe

1.1 Branchen / Wirtschaftszweige

WZ 2008 Code	Empfängergruppen (lt. Klassifikation der Wirtschaftszweige 2008)	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
		%	Empfänger
28	Maschinenbau (inkl. Reparatur und Installation)	25,5	3.173
19, 20, 21	Kokerei und Mineralölverarbeitung, Chemische und Pharmazeutische Industrie	8,0	995
25	Herstellung von Metallerzeugnissen (inkl. Reparatur und Installation)	12,9	1.608
26, 27, 32.5	Elektrotechnik (MSR, Medizin- und Telekommunikationstechnik, elektrische Ausrüstungen)	10,7	1.330
22, 23	Herstellung von Gummi- und Kunststoffwaren, Zement, Kalk und gebr. Gips	6,9	866
24	Metallerzeugung und -bearbeitung	5,0	625
29, 30	Herstellung von Kraftwagen und Kraftwagenteilen, Sonstiger Fahrzeugbau (Schiff-, Schienen-, Luft- und Raumfahrzeugbau)	5,2	646
49-97	Telekommunikation, Unternehmensberatung, Reinigung von Gebäuden, Straßen und Verkehrsmittel	10,8	1.341
46, 47	Handel (sonst. Maschinen, Ausrüstungen und Zubehör)	5,0	618
	Weitere Branchen	8,5	1.083
	Sonstige*	1,3	163
	Rundungsdifferenz	0,2	19
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)		100,0	12.467

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

1.2 Größe der Wirtschaftseinheit

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Empfänger
1 – 99 Beschäftigte	50,3	6.273
100 – 199 Beschäftigte	16,5	2.061
200 – 499 Beschäftigte	14,9	1.863
500 – 999 Beschäftigte	6,3	790
1.000 und mehr Beschäftigte	5,6	695
Betriebsgröße nach EDA-Kriterien nicht erhoben/bekannt	5,0	624
Sonstige*	1,3	163
Rundungsdifferenz	0,1	-2
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	12.467

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

Die detaillierte Beschreibung der Erhebungsmethode finden Sie auf Seite 29

2.1 Tätigkeitsmerkmal: Aufgabenbereich

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Empfänger
Instandhaltung (Instandhaltungsleiter, Instandhaltungsfachleute, Technisches Büro)	34,7	4.332
Unternehmensleitung (Inhaber, Vorstände, Geschäftsführer, Technische Leiter)	26,3	3.280
Produktion (Betriebsleiter, Werksleiter, Produktionsleiter)	18,8	2.341
Konstruktion (Konstruktion, Entwicklung, Forschung, Versuch)	5,5	689
Einkauf, Vertrieb, Marketing	3,5	438
Weitere Funktionen (z.B. Produktmanagement, Projektierung)	10,0	1.225
Sonstige*	1,3	163
Rundungsdifferenz	-0,1	-1,0
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	12.467

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

Beschreibung der Erhebungsmethode

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:

48.997

2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger:

47.921

(Wechsel nach jeder vierten Ausgabe)

2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

– Verkaufte Auflage	1.024
davon: abonnierte Exemplare	1.024
Zugriffsrecht im Abonnement Paid Content*	1.024
Einzelverkauf	0
sonstiger Verkauf	0
– Freistücke	11.443
davon: ständige Freistücke	52
wechselnde Freistücke	11.158
Werbeexemplare	233

* Unternehmensangabe

Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	12.467
→ davon Inland	12.163
→ davon Ausland	304

3. Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA)	12.467 =	100,00 %
Davon in der Untersuchung nicht erfasst:		
– sonstige (Messe, Veranstaltungsstücke, Buchhandel, Einzelverkauf etc.)	163 =	1,31 %
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA)		
	12.304 =	98,69 %

3.2 Tag der Datei-Auswertung:

02. August 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:

1. Juli 2018 – 30. 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.

Kontakt

Matthias Piro
Head of Sales
081 91/125-167
matthias.piro@
mi-connect.de



Astrid Turba
Account Managerin
081 91/125-496
astrid.turba@
mi-connect.de



Claus Wilk
Chefredakteur
081 91/125-329
claus.wilk@
mi-connect.de



Stefan Weinzierl
verantw. Redakteur
081 91/125-343
stefan.weinzierl@
mi-connect.de

Isabelle Waiblinger
Sales Managerin
Veranstaltungen
081 91/125-244
isabelle.waiblinger@
mi-connect.de



Sabine Tatzel
Assistentin Sales
081 91/125-370
sabine.tatzel@
mi-connect.de



Eva Fitzpatrick
Assistentin
Redaktion
081 91/125-442
eva.fitzpatrick@
mi-connect.de



Susanne
Guggenberger
Assistentin
Redaktion
081 91/125-310
susanne.
guggenberger@
mi-connect.de



Evelyn Mahlik
Content Managerin
Online
081 91/125-234
evelyn.mahlik@
mi-connect.de



Michaela Richter
Media
Administration
081 91/125-324
michaela.richter@
mi-connect.de

AUTOMOBIL
PRODUKTION

ARZT &
WIRTSCHAFT

fertigung

fluid

TECHNIK
EINKAUF

Instandhaltung

eeNEXT

Produktion

werkzeug &
formenbau

mi connect