

MediaDaten

2020

keNEXT



m.connect

Inhalt

Print und Online

mi connect. Unser Nutzenversprechen, neu definiert.	3-9
Titelportrait	10-11
Reichweiten / Zielgruppe	12
10 gute Gründe für ke NEXT	13
Preise / Formate	14-16
Sonderplatzierungen	17-18
IVW-EDA	19
Online-Werbung	20-27
Termin- und Themenplan	28-29
Videoproduktionen	30-31
Adressvermietung	32-33
Das schwarze Brett	34
Auflagenanalyse	35
Empfängeranalyse	36-37
Beschreibung der Erhebungsmethode	38
AGBs	39
Ansprechpartner	40





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

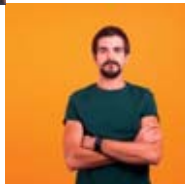
mi connect
steht für messbare
Erfolgsversprechen
an seine Kunden.

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 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.



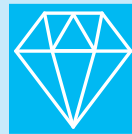
Services

- SEO On-/Offsite-Monitoring als neutrale und unabhängige Instanz
- Onsite-Überwachung
 - Search Console Monitoring
 - Beratung im Crawl- und Indexierungsmanagement
 - Empfehlungsmanagement
 - Digitale Markenführung



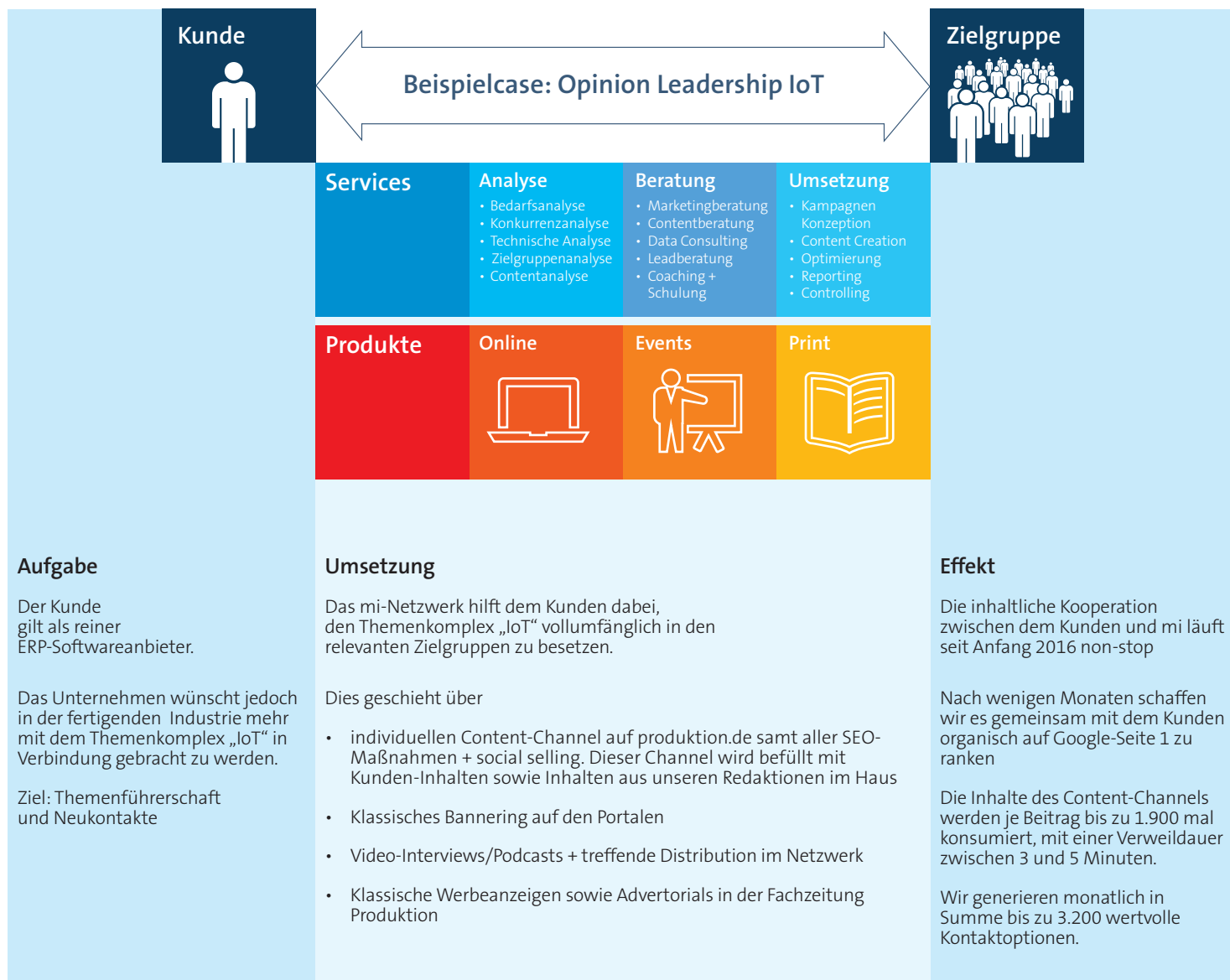
Vermarktung und Audience Analytics

- 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

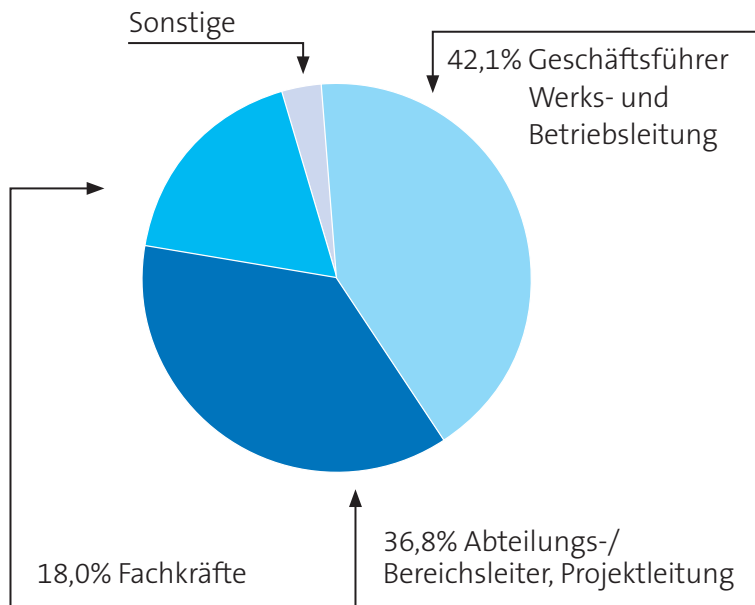
- Platzierung von 1 bis maximal 3 Beiträgen/Monat
- Jeder neue Beitrag wird in einem Distribution-Flight per Newsletter und Social im Netzwerk promotet
- mi connect und dessen Netzwerk nehmen die Posts auf und erweitern die Distribution über die eigenen Kanäle: Newsletter + social selling.
- Klassisches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



Referenzen:



Erreichen Sie die Top-Entscheider mit ke NEXT*!



ke NEXT wird von den Personen gelesen, die über die Auswahl von Produkten im Konstruktionsbereich entscheiden und Investitionen selber tätigen oder anweisen!

3,2 Leser pro Ausgabe

Quelle: teleResearch Copytest Februar 2019

Tatsächlich verbreitete Auflage:

23.185 Exemplare

IVW + IVW-EDA geprüft

*Quelle: IVW-EDA (Position im Betrieb)

1 Titel: ke NEXT

2 Kurzcharakteristik:

Die Medienmarke **ke NEXT** informiert Entscheider aus dem deutschsprachigen Maschinen- und Anlagenbau. Fokus der Berichterstattung sind Innovationen aus der Welt der Konstruktion und Automatisierung. Neben den klassischen Themen wie Antriebstechnik, Elektrotechnik etc. informieren wir über die großen Trendthemen Robotik, 3D-Druck und Predictive Maintenance. Die Berichterstattung findet in unserem monatlichen Printmagazin, unserer Website und unseren Youtube-Kanälen „ke NEXT TV“ und „next robotics“ statt. Der Youtube-Kanal „next-robotics“ wurde 2019 als **Fachmedium des Jahres** von der Deutschen Fachpresse in der Kategorie „Bester Social-Media-Einsatz“ ausgezeichnet.

3 Zielgruppe: Konstruktionsleiter, Entwickler und Geschäftsführer

4 Erscheinungsweise: 6 Ausgaben (siehe Themenplan)

5 Heftformat: DIN A4, 210 mm breit, 297 mm hoch

6 Jahrgang: 43. Jahrgang 2020

7 Bezugspreis Jahresabonnement:

Inland	€ 196,00 (zzgl. € 18 Versand & MwSt. = € 229,41)
Ausland	€ 196,00 (zzgl. € 36 Versand & MwSt. = € 248,67)
Einzelverkaufspreis	€ 30,00 (inkl. MwSt. & zzgl. Versand)

8 Organ: –

9 Mitgliedschaften: Online-Leserdienst klick

10 Verlag:

verlag moderne industrie GmbH
Postanschrift: 86895 Landsberg
Hausanschrift: Justus-von-Liebig-Str. 1, 86899 Landsberg

Telefon: 0 81 91 / 125-0
Telefax: 0 81 91 / 125-483
Internet: www.ke-next.de
E-Mail: Redaktion: redaktion.ke-next@mi-connect.de
Anzeigen: anzeigen.ke-next@mi-connect.de

11 Herausgeber: verlag moderne industrie GmbH

12 Anzeigen:

Media Sales Director:
Stefan Pilz, ☎ -330
E-Mail: stefan.pilz@mi-connect.de

Philipp Emering, ☎ -317
E-Mail: philipp.emering@mi-connect.de

13 Redaktion:

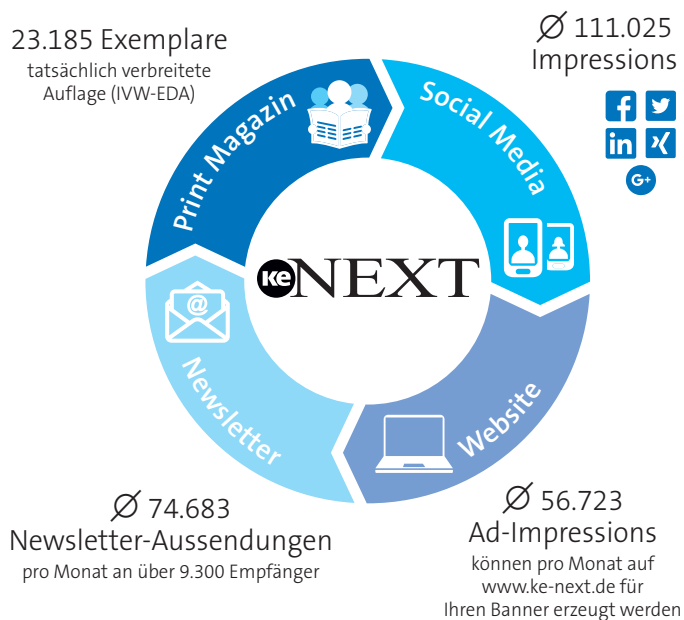
Wolfgang Kräußlich, ☎ -667
E-Mail: wolfgang.kraeusslich@mi-connect.de

14 Umfangsanalyse:	2018 = 12 Ausgaben
Format der Zeitschrift:	DIN A4
Gesamtumfang:	1.106 Seiten = 100,0 %
Redaktioneller Teil:	939 Seiten = 84,9 %
Anzeigenteil:	167 Seiten = 15,1 %
Beilagen:	7 Stück

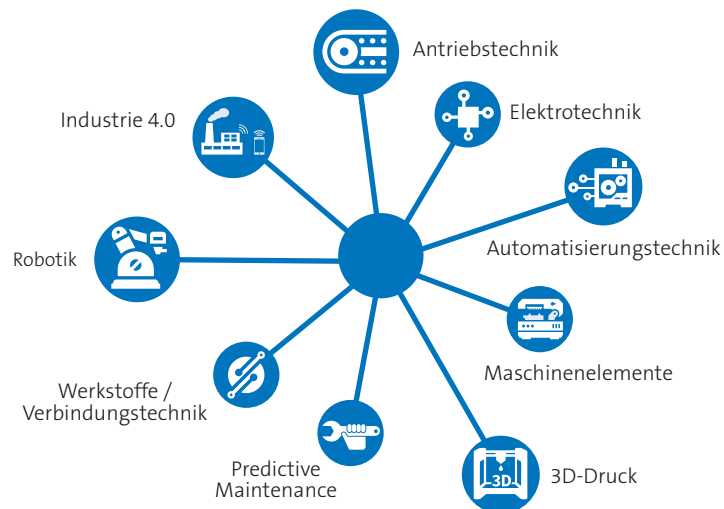
15 Inhalts-Analyse Redaktion:	2018 = 939 Seiten
Spektrum	32 Seiten = 3,4 %
Märkte & Chancen	164 Seiten = 17,5 %
Maschinenbau & Zukunft	342 Seiten = 36,4 %
Branche & Anwendung	158 Seiten = 16,8 %
Komponente & System	226 Seiten = 24,1 %
Innovation & Management	17 Seiten = 1,8 %

Über 250.000 Leser-/Userkontakte im Monat –

monatliche Durchschnittszahlen im Zeitraum 7/2018 – 6/2019



Themenspektrum Print & Online



Seit Januar 2019 wird jede Ausgabe von ke NEXT
als digitale Ausgabe aktiv über unsere Kanäle verbreitet!

10 gute Gründe für ke NEXT

- 1 ke NEXT ist eines der auflagenstärksten Magazine im Bereich der deutschsprachigen Konstruktionszeitschriften mit einer tatsächlich verbreiteten Auflage von 23.185 Exemplaren pro Ausgabe.
- 2 ke NEXT erreicht TOP-Entscheider und nicht „irgendwelche Konstrukteure“ – sondern: 42,1 % Geschäftsführer, 36,8 % Abteilungs-/Projektleitung, 18,0 % Fachkräfte.
- 3 Die Empfänger von ke NEXT sind nicht nur IVW, sondern sogar IVW-EDA geprüft. Diese seltene Prüfung garantiert Ihnen, dass wir auch wirklich diese Personen adressieren.
- 4 Die Deutsche Fachpresse hat den Youtube Kanal „next robotics“ von ke NEXT zum **Fachmedium des Jahres 2019** in der Kategorie „Bester Social-Media-Einsatz“ ausgezeichnet.
- 5 „Horizont“ - die Plattform für Marketing, Werbung und Medien hat im Mai 2018 ein Ranking der größten deutschen Fachzeitschriften veröffentlicht. ke NEXT ist auf Platz 65 der größten Fachzeitschriften Deutschlands. Und das bei aktuell über 4.000 Fachzeitschriften. Wir bedanken uns herzlich bei unseren Werbekunden für ihr Vertrauen.
- 6 ke NEXT ist aufgrund des auffälligen und modernen Layouts ein Titel der auffällt und gelesen wird – hier genießt Ihre Anzeige auch die gewünschte Beachtung.
- 7 ke NEXT gibt es nicht nur in Print, sondern natürlich auch Online mit einem der stärksten Portale für Konstruktion und Automatisierung - www.ke-next.de - über 100.000 Pl's und 60.000 Visits pro Monat gemäß IVW-Online-Prüfung.
- 8 ke NEXT hat im Vergleich mit anderen Konstruktionsmagazinen den günstigsten TKP (Tausender-Kontakt-Preis) in Höhe von 301,06 Euro für eine 1/1-Seite 4c.
- 9 Präsentieren Sie Ihr Unternehmen und Ihre Produkte auch in Bewegtbild. ke NEXT TV bietet Ihnen eine Vielzahl unterschiedlicher Videoformate, inklusive Promotion des fertigen Videos. Besuchen Sie auch gerne unseren Youtube-Kanal und überzeugen Sie sich selbst.
- 10 Das Team der ke NEXT steht Ihnen gerne beratend zur Seite wenn es um die Konzeption und Durchführung crossmedialer Kampagnen u.a. zur Lead-Generierung geht. Lassen Sie sich auch über Möglichkeiten von Content Marketing in unserem Netzwerk informieren!

1 Anzeigenpreise (Formate siehe Seite 7)

Format	4c-Preise in €
2/1 Seite	13.200,-
1/1 Seite	6.980,-
2/3 Seite	5.120,-
JuniorPage	4.590,-
1/2 Seite	3.960,-
1/3 Seite	2.770,-
1/4 Seite	2.040,-
1/8 Seite	1.160,-

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

1.1 Sonstige Formate 4c:

Berechnung nach mm-Preis (Spaltenbreite 41 mm)	
ab 300 mm	€ 7,60
bis 300 mm (Mindestformat 50 mm)	€ 9,95

2 Zuschläge Vorzugsplatzierungen:

2. Umschlagseite	€ 7.590,- Titelseitenklappe	€ 6.950,-
3. Umschlagseite	€ 7.110,- Centerfold	€ 8.980,-
4. Umschlagseite	€ 7.590,- Innen-Titelseite	€ 4.250,-
Anschnittzuschlag:	10 %	

3 Rabatte (bei Abnahme innerhalb eines Jahres)

Malstaffel		Mengenstaffel	
ab 3 Anzeigen	3 %	ab 3 Seiten	10 %
ab 6 Anzeigen	5 %	ab 6 Seiten	15 %
ab 12 Anzeigen	10 %	ab 12 Seiten	20 %

4 Rubrikanzeigen:

Stellenangebot:	20 % Rabatt auf den regulären Preis
Stellengesuche:	50 % Rabatt auf den regulären Preis
Firmeneintrag:	siehe gesondertes Blatt "Das schwarze Brett"

5 Sonderwerbformen (Sonderdrucke und PDFs auf Anfrage)

Einhefter: Preise 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.

Kombinationen:

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

Beilagen:

bis zu 25 g Gewicht	€ 6.240,-
bis 50 g Gewicht	€ 8.950,-
(Preise einschl. Portoanteil)	
max. Papierformat 20 x 29 cm	

Anlieferung:

Muster bei Auftragserteilung. Auflage bis 10 Tage vor Erscheinen.

Aufgeklebte Postkarten: nur als Sonderwerbform möglich. Preise auf Anfrage

Lieferanschrift für Einhefter, Beilagen und Beikleber:

pva Druckerei GmbH, z.H. Herrn Beitler, Industriestraße 15,
76829 Landau/Pfalz (mit Vermerk für keNEXT, Ausgabe...)

6 Kontakt:

Verkaufsleitung Anzeigendisposition

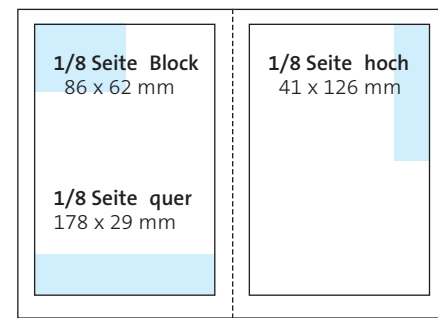
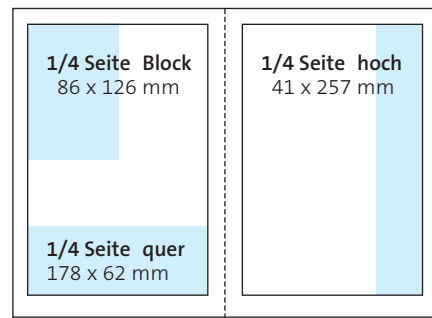
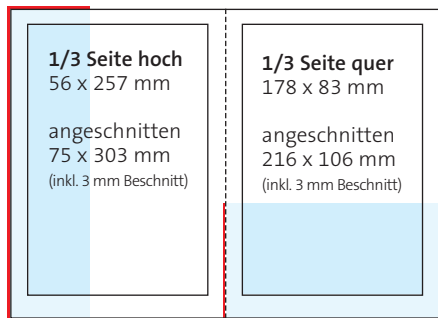
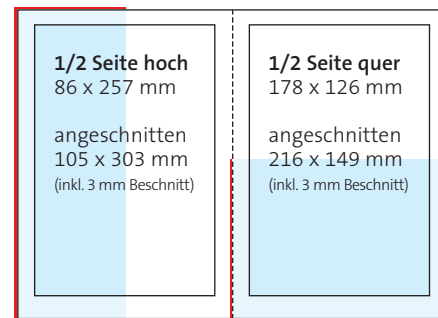
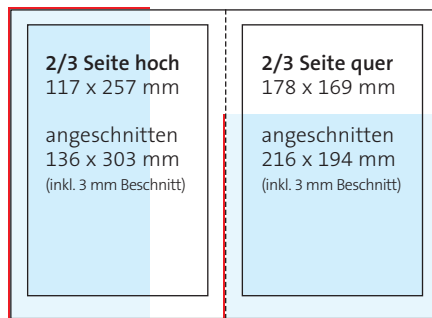
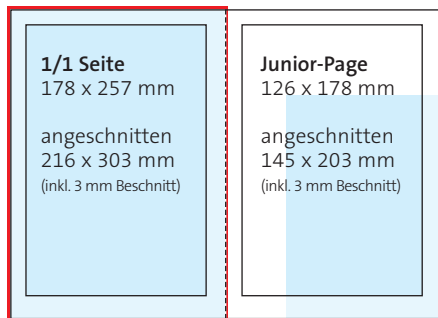
Stefan Pilz, stefan.pilz@mi-connect.de
Regine Russek, regine.russek@mi-connect.de

7 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



1 Zeitschriftenformat: 210 mm breit, 297 mm hoch

Satzspiegel: 178 mm breit, 257 mm hoch
4 Spalten je 41 mm breit

Bei Anzeigen im Anschnitt müssen relevante Motivteile (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)
Klebebindung / 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 und Datenübermittlung: Regine Russek,
Media Administration
Telefon: 08191/125-338
E-Mail: regine.russek@mi-connect.de

Umschlagseiten

2. Umschlagseite



aufmerksamkeitsstark
direkt neben der
Innentitelseite

4. Umschlagseite



Exklusive Sonderplatzierungen



Top-Platzierung
exklusiv im
Editorial

Exklusive Sonderplatzierungen

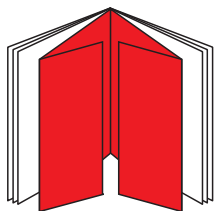


1/2 Seite Hoch-
format neben dem
Inhaltsverzeichnis



Exklusivplatzierung 1/3 Seite hoch oder Juniorpage in der 4-seitigen Spektrum-Strecke
(Unternehmensnews, Personalien)

Centerfold



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



Innenansicht

Titelklappe

Ganz vorn dabei – das sind Sie mit der Titelklappe von ke NEXT. 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 die Botschaft werblich oder redaktionell aufbauen bleibt Ihnen selbst überlassen.



Innenansicht

Innen-Titelseite inkl. Story



Buchen Sie die Anlaufseite zu einem unserer Specials und präsentieren Sie prominent Ihr Produkt! Zu folgenden Themen sind Innen-Titelseiten möglich:

Ausgabe	Erscheinungstermin	Heftschwerpunkt
ke NEXT März 2020	11.03.2020	Digitalisierung
ke NEXT April 2020	07.04.2020	Antriebstechnik
ke NEXT Juni 2020	02.06.2020	Robotik
ke NEXT September 2020	22.09.2020	Fluidtechnik
ke NEXT Oktober 2020	22.10.2020	Vernetzte Automatisierung
ke NEXT November 2020	11.11.2020	Intelligenz im Antrieb

Mit uns erreichen Sie Ihre Zielgruppe, garantiert!

ke NEXT ist IVW-EDA geprüft!

Was bedeutet das?

Von über 4.000 Fachzeitschriften in Deutschland sind nur insgesamt 44 (Stand 07/2019) IVW-EDA geprüft. Die Konstruktionstitel von mi connect (ke NEXT und fluid) gehören dazu!

EDA steht für Empfängerdatei-Analyse. **Jeder** Empfänger der ke NEXT 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!



keNEXT.de

- Web-Adresse:** www.ke-next.de
- Kurzcharakteristik:** ke-NEXT.de zählt zu den reichweitenstärksten Internetseiten rund um Konstruktions- und Automatisierungsthemen. Interaktive Inhalte machen ke-NEXT.de zur unverzichtbaren Informationsplattform für Techniker, Ingenieure und Entscheider. Unsere Redaktion geht auf die Bedürfnisse der Leser ein: kurze Beiträge, leicht konsumierbar, informativ. Im Vordergrund stehen Beiträge aus Industrieunternehmen und Wirtschaftsnachrichten. Darüber hinaus informieren wir den User über alles Wichtige rund um seinen Arbeitsplatz: Vom Gehaltsreport bis zur Industriegeschichte. Das moderne Layout ermöglicht einen schnellen intuitiven Zugriff auf die Inhalte. ke-NEXT.de ist selbstverständlich IVW-Online geprüft.

Werbeformen mit TKP-Preismodell

Banner	Format (in pixel)	Platzierung	TKP
Leaderboard 1	728 x 90	ROS - über Header	190,00 €
Wallpaper	Leaderboard + Skyscraper	ROS - über Header und rechts außen	265,00 €
Billboard	940 x 250	ROS - über Header	280,00 €
Content Ad 1	300 x 250	im Content	170,00 €
Sticky Skyscraper	160 x 600	ROS - rechts außen (immer im Bild)	170,00 €

Werbeformen mit Wochenpreisen

Banner	Format (in pixel)	Platzierung	Wochenpreis
Skyscraper 1 + 2	160 x 600	ROS - links außen	1.300,00 €
Fullsize Banner	468 x 60	nur im Umfeld redaktioneller Inhalte	775,00 €
Content Ad 2	300 x 250	im Content	1.300,00 €
Leaderboard 2	728 x 90	im Content	auf Anfrage

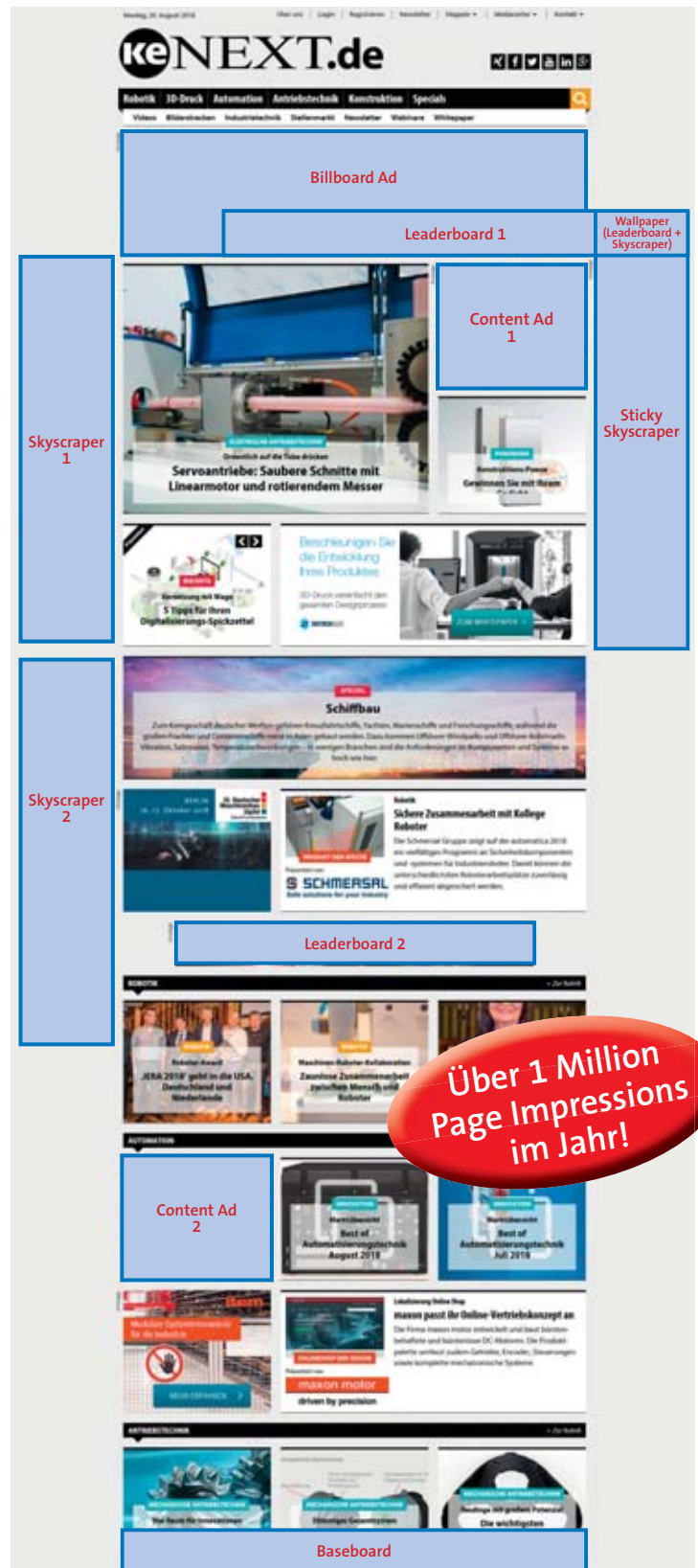
Sonderwerbeformen

Werbeform	Format (in pixel)	Platzierung	Preis
Baseboard	940 x 90	ROS - schiebt sich beim scrollen von unten in die Seite	1.300,00 € / Woche
Produkt der Woche	—	Prominente Teasermeldung	1.290,00 € / Woche
Webinar	—	auf Anfrage	
Rubriken-sponsoring	—	auf Anfrage	

TKP = Tausender-Kontakt-Preis (die Kosten fallen an, wenn die Werbeform 1000mal ausgeliefert wurde)
 ROS = Run-of-Site (die Werbeform wird auf der Startseite und allen Unterseiten ausgeliefert)
 Teaser = Redaktionell gestaltete Meldung um User zum klicken zu animieren

Weitere Sonderwerbeformen auf Anfrage

Rabatte: Kombipreise Webseite + Newsletter auf Anfrage



1 Zugriffskontrolle:



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

2 Nutzungsdaten: ke-next.de

Visits: 63.046
 Page Impressions: 111.025
 Quelle: www.ivw.de/ / Mai 2019

Werbeformen und Preise:

Werbeform	Format in Pixel	Position	Daten- volumen	Preis in € pro Woche
Leaderboard	650 x 90	Top + Meldung	max. 50 KB	810,00
Content Ad	300 x 250	Meldungsteil	max. 50 KB	735,00
Native Ad*	650 x 90	Meldungsteil	max. 50 KB	810,00

* Native Ad ist eine redaktionell anmutende Werbeform, die von uns für Sie erstellt wird. Der Banner enthält 350 Zeichen Text, 1 Überschrift mit 65 Zeichen und 1 Bild.

Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt.

- Empfänger:** Techniker, Ingenieure und Entscheider aus den Bereichen Konstruktion und Automatisierung
 - Verbreitung:** 9.382 (Stand: Juli 2019)
 - Empfänger gesamt:** 9.382
- Activity: Aktive Nutzer des Newsletters
- Mind. eine Reaktion in den letzten 30 Tagen: 5.936
 - Mind. 10 Reaktionen in den letzten 30 Tagen („Heavy User“): 2.178
- Versand:** Jeden Mittwoch versenden wir den ke NEXT Newsletter, der von unserer Redaktion erstellt wird. Am Freitag versenden wir wöchentlich unseren Wochenspiegel, in dem Ihr Banner ebenfalls enthalten ist.
 - Spezial Newsletter:** Neben den regulären Newslettern versenden wir jeden Montag unseren Robotik-Newsletter. Hier ist nur ein Bannerplatz verfügbar. Sprechen Sie uns gerne darauf an.






Smalley Wellenfedern

Durch das Vorspannen werden die Beschädigung des Lagers, der Verschleiß, die Geräuschentwicklung und Vibration reduziert



Sehr geehrter Herr Pilz,

Gelenklager machen Roboter beweglich. Hier zählen Belastbarkeit, Dynamik und Präzision. Für Konstrukteure, die auf der Suche nach der passenden Lösung sind, bietet Schaeffler **jetzt Roboterlager für alle sechs Achsen.** Außerdem: **Edge Computing, aber wie?! Cloud-Tipps für Maschinenbauer!** UND: **Drehzahleregelter Antrieb: Baukasten für Gesenkbiegepressen...**

Jetzt aber erst einmal viel Spaß beim Lesen des Beitrags [Roboterlager: Giese Lager passen zu allen sechs Achsen!](#) wünscht Ihnen

Ihre ke NEXT-Redaktion



E-Mail-Marketing mit ke NEXT

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 über 9.300 Abonnenten versendet und enthält 100% Kundinhalte.

Für Ihren Standalone-Newsletter bieten wir Ihnen 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 3.450,- Euro pro Versand

Fordern Sie Informationen zu den verschiedenen technischen Spezifikationen zur Anlieferung der Daten für den Versand Ihres Newsletters an.



Die besten Strategien und Technologien für die Vernetzung in Unternehmen

Nur, wenn Unternehmen über eine digitalisierte Produktion verfügen, können sie auf immer kürzere Produktzyklen in der Herstellung kosteneffizient reagieren. Die Digitalisierung des Fertigungsprozesses schafft die Möglichkeit, alle beteiligten Komponenten optimal einzusetzen und schnell und variabel an neue Prozesse anzupassen.

Erfahren Sie in diesem Whitepaper, wie Cloud-Lösungen die Flexibilisierung von Herstellungsprozessen wesentlich fördern können. Gepaart mit der notwendigen Modularität in der Automation zur schnellen Wandlungsfähigkeit der Produktionsanlagen und einem Maximum an Cyber-Security für die digitale Vernetzung, sind dies die Lösungen, die eine „Connected Factory“ braucht.

[Zum Whitepaper](#)

Webinare mit ke NEXT



- Gemeinsame Ideenfindung
- Anmeldeseite & Teilnehmermanagement
- Bewerbung auf allen Kanälen
- Testlauf im Vorfeld
- Moderation & Live-Stream
- Übertragung der Teilnehmerdaten und der Webinaraufzeichnung

Weitere Informationen und Preise auf Anfrage



Webinare sind für uns ein nützliches Marketinginstrument, um mit Kunden in Kontakt zu treten. Wir können unabhängig von Standorten gleichzeitig mit vielen Kunden in den Dialog gehen und z.B. neue Technologien vorstellen. Das statt-gefundene Webinar von ke NEXT hat das bewiesen. Über 100 Kunden und interessierten Lesern konnten wir unsere neue Technologie vorstellen, Fragen beantworten und Kontakte knüpfen. Das Interesse war groß. Es wurden viele fachliche Fragen gestellt und die Rückmeldung im Nachgang des Webinars waren durchweg positiv.

Simone Felderhoff, Unternehmenskommunikation ifm electronic gmbh

LIVE WEBINAR

keNEXT.de

Partner:

PROTOLABS

Manufacturing Accelerated

27. April 2018 um 10 Uhr

Kunststoff 3D-Druck

Technologien - Unterschiede - Spezialdienstleistungen



Befachter:
Philipp Amend
Manager Process Engineering & Technical Services
Protolabs



Moderator:
Wolfgang Kralüch
Chefredakteur
ke NEXT

Webinar: Kunststoff 3D-Druck

Bei dem Webinar geht es um Kunststoff-3D-Druck. Es bietet einen Überblick der gängigsten industriellen Verfahren zur Fertigung von Prototypen und Kleinserienteilen. Es werden die Vorteile und Unterschiede der Verfahren sowie vorhandene Spezialdienstleistungen wie das Metallisieren erläutert.

Zielgruppe

Einzelkäufer, Teamleiter, Entscheider in der F&E, Konstrukteure, Produktdesigner, Produktentwickler, über alle Branchen hinweg

Wieso Sie am Webinar teilnehmen sollten

- Sie erfahren, wie Sie Prototypen und Kleinserienteile schnell und mit bester Preis-Leistung mittels 3D-Druck erhalten können.
- Sie gewinnen Einblick in die wichtigsten Verfahren und Merkmale des Kunststoff-3D-Drucks aus erster Hand.

Das erwartet Sie im Webinar

- Nach einer kurzen Einführung geht es direkt mit den Vorteilen des Kunststoff-3D-Drucks los.
- Danach wird zunächst auf pulverbasierte Verfahren (Selektives Lasersintern und Multi Jet Fusion) eingegangen, bevor die flüssigkeitsbasierten an der Reihe sind (bspw. Stereolithographie).
- Zur besseren Übersicht folgen dann ein Vergleich der Verfahren sowie die Eignung für spezielle Dienstleistungen wie der Metallbeschichtung von 3D-gedruckten Kunststoffteilen.
- Eine Frage- und Antwortrunde rundet das Webinar ab.

Kostenlos teilnehmen

Termin:
27. April 2018

Uhrzeit:
10:00 Uhr

Referent:
Philipp Amend
Manager Process Engineering & Technical Service Proto Labs

Moderatoren:
Wolfgang Kralüch
Chefredakteur ke NEXT

Die Teilnehmer erhalten die Unterlagen und können sich die Aufzeichnung des Webinars ansehen. Außerdem erhalten Sie Antworten auf Ihre Fragen.

1 Dateiformate:

(animiertes) GIF-Format, JPG, HTML-, DHTML-Banner, Bilddateien bzw. Grafikdateien (auch Banner) immer als RGB (Farbschema).
Maximale Dateigröße 50 KB

Die angegebene Dateigröße ist eine Maximalgröße und versteht sich als die Gesamtsumme aller Daten, die das Werbemittel definieren (inkl. nachzuladende Dateien, Sniffer Code, Bilder, etc.).

Keine animierten Formate im Newsletter möglich.

2 Format des Newsletters:

HTML

3 Datenanlieferung:

Bitte senden Sie die Werbemittel für Ihre Kampagne mindestens 2 Wochen vor Schaltbeginn per E-Mail an: regine.russek@mi-connect.de

4 Externer AdServer-Einsatz

Bitte senden Sie die Werbemittel für Ihre Kampagne mindestens 2 Wochen vor Schaltbeginn per E-Mail an: regine.russek@mi-connect.de

5 Lieferfrist:

2 Wochen vor Kampagnenbeginn

Mit diesen Vorlaufzeiten haben wir ausreichend Zeit, die Formate zu testen und eine sichere Auslieferung der Kampagne zu gewährleisten. Verzögerungen durch verspätete Anlieferungen gehen ansonsten

nicht zu unseren Lasten. Bei der Anlieferung benötigen wir folgende Informationen:

- Kundenname
- Kampagnenname
- Buchungszeitraum
- Belegte Site
- Werbeformat
- Ansprechpartner für Rückfragen
- Klick-URL

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

6 Ansprechpartner:

Stefan Pilz
Tel: 0 8191 125-330
stefan.pilz@mi-connect.de

Philipp Emering
Tel.: 0 8191 125-317
philipp.emering@mi-connect.de

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 Ihre Wunschrubrik aus den Oberrubriken „Technik“ oder „Specials“ von ke-NEXT.de aus:



Beispiel: Technik → Antriebstechnik → Elektrische Antriebstechnik

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:
 - Skyscraper – 160x600 Pixel
 - Leaderboard – 728x90 Pixel
 - Billboard – 800x250 Pixel
 - Content-Ad – 300x250 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.ke-next.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.



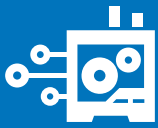
Preise

Volumen	Gesamtpreis	TKP
50.000 Ad Impressions	3.000,00 €	60,00 €
100.000 Ad Impressions	5.000,00 €	50,00 €
200.000 Ad Impressions	8.000,00 €	40,00 €

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.



	 Heft- schwerpunkt	 Themen- spezial	 Antriebs- technik	 Automatisierungs- technik	 Elektro- technik	 Maschinen- elemente	 Werkstoffe / Verbindungs- technik	 Messe- Spezial
ke NEXT März 2020 AS: 17.02.2020 ET: 11.03.2020	Digitali- sierung	Linear- technik	Gleitlager, DC-Motoren, Getriebe	SPS und Kompakt- steuerungen, Bussys- teme und Netzwerke, Sicherheitstechnik	Kabel & Leitungen, Steckverbinder, Spannungswandler	Schwingungs- elemente & Federn, Hydraulik- komponenten	Kunststoffe, Kleben	Automati- sierungstreff
ke NEXT April 2020 AS: 13.03.2020 ET: 07.04.2020	Antriebs- technik	Schutz- elemente	Wälzlager, Asyn- chronmotoren, Frequenzumrichter, Kupplungen	Industrie-PCs, Sensorik & Messtech- nik, Big Data & Cloud	Stromversorgung & USV, Schaltschränke, Energieführungen	Bürsten, Leuchten, Schutz- systeme	Werkstoffe für additive Fertigung	Hannover Messe
ke NEXT Juni 2020 AS: 06.05.2020 ET: 02.06.2020	Robotik	Maschinen- elemente	Linearlager, Servomotoren	RFID, Industrial Ethernet, Human Machine-Interface	Temperat- urmanagement, Signaltechnik, Schütze	Dichtungen, Dämpfungstech- nik	Halbzeuge, Nieten	Automatica
ke NEXT September 2020 AS: 28.08.2020 ET: 22.09.2020	Fluid- technik	Gehäuse	Wälzlager, DC-Motoren, Linearführungen	Sensorik & Mestech- nik, Bussysteme und Netzwerke	Anschlusstechnik, Schalter & Relais, Spannungswandler	Schutzab-deckun- gen, Anschlüsse	Beschichtungen, Schweißen	Motek
ke NEXT Oktober 2020 AS: 29.09.2020 ET: 22.10.2020	Vernetzte Automati- sierung	Präzisions- lager	Gleitlager, Getriebemotoren, Frequenzumrichter, Getriebe	Motion Control, Big Data & Cloud, Sicher- heitstechnik, Human- Machine-Interface	Steckverbinder, Energieführungen, Kabel & Leitungen	Leuchten, Federn & Ringe	Schrauben, Membranstoffe	Formnext
ke NEXT November 2020 AS: 19.10.2020 ET: 11.11.2020	Intelligenz im Antrieb	Getriebe	Wälzlager, Kupplungen, Linearantriebe	Sensorik & Mess- technik, Bussysteme und Netzwerke, Big Data & Cloud	Stromversorgung & USV, Reihenklem- men, Überspan- nungsschutz	Spannelemente, Dichtungen, Schläuche	Keramik, Oberflächen- veredelung	SPS



**next
Robotics**
by keNEXT



Die Deutsche Fachpresse hat unseren Youtube-Kanal „next Robotics“ von ke NEXT zum **Fachmedium des Jahres 2019** in der Kategorie „Bester Social-Media-Einsatz“ ausgezeichnet.



Ihr Vorteil ist unsere Kompetenz

Wir kennen Ihr Business und Ihre Branche. Sie müssen uns nicht lange erklären, in welchem Markt Sie sich bewegen und wer Ihre Kunden sind. Wir wissen, wo der Schuh drückt und wie wir Ihre Zielgruppe erreichen. Mit unserer langjährigen Erfahrung haben Sie einen Partner, der über einen erstklassigen Zugang zur Industrie verfügt. Arbeiten Sie mit Profis, dann wird Ihr Projekt ein Erfolg.



Kompetenz: Videowissen

Ihr Ansprechpartner hier im Haus ist Florian Blum. Er verfügt über eine langjährige Erfahrung bei der Produktion von Imagefilmen. Als Fernsehjournalist kennt er die Anforderungen an Kameramann, Licht und Ton genauso, wie die Abstimmung der Inhalte, Besprechung der Location, Vorgespräche mit Beteiligten und die kreative Leistung eines Drehplans. Von ihm werden Sie von Anfang an begleitet, er steht für Fragen und Belange zur Verfügung.



Kompetenz: Netzwerk

Wir arbeiten mit professionellen Kameramännern, Sprechern und Cuttern, die das redaktionelle Know-How ergänzen.

Promotion

Mit unseren Videoformaten buchen Sie die Bewerbung aller Videoformate gleich mit. Sie profitieren von unseren eigenen Kanälen und der zweitgrößten Suchmaschine Youtube.

Fordern Sie unseren ausführlichen Flyer mit allen Informationen zu ke NEXT TV an!



Social Media

ke NEXT twittet, xingt und facebooked. So vielfältig die Vorlieben unserer Leser sind, so vielfältig kommuniziert ke NEXT. Wir bedienen alle gängigen Social Media Kanäle.



Newsletter

Um potenzielle Neukunden über Ihr Video zu informieren, wird es im Newsletter unseren Lesern vorgestellt. Über 9.300 Abonnenten erhalten regelmäßig die ke NEXT News. Die Öffnungsrate von rund 16 % zeigt das hohe Interesse der Abonnenten für Technik, Trends und Unternehmen. Direkt nach dem Newsletterversand wachsen die Aufrufe der Videos meist stark an.

Die eigenen Kanäle nutzen

Ihr Video wird auf ke-NEXT.de veröffentlicht. Es kommt als Top-Story auf der Startseite und bleibt im ke NEXT-Archiv dauerhaft erhalten. Es wird in eine kurze Geschichte eingebettet, die von unserer Redaktion verfasst wird. Rund 100.000 Page Impressions stehen für eine starke Beachtung.

Youtube nutzen

SEO ist das Schlagwort, das auch für Youtube gilt. ke NEXT betreibt aktives Search Engine Optimizing. Wir verschlagworten unseren Youtube-Kanal, verlinken zu den Unternehmen, verweisen in Infokarten auf weitere Videos und nutzen Anmerkungen. Im Subtext finden sowohl die Browser als auch die User Erläuterungen zu den Inhalten des Videos.

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

Das schwarze Brett

Monat für Monat bei über 23.500 Empfängern präsent

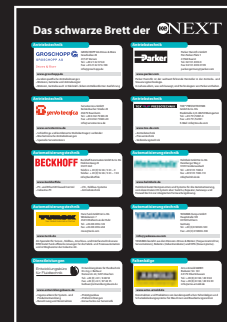
Hier fallen Sie auf, hier werden Sie gefunden!

Präsentieren Sie sich in jeder Ausgabe von ke NEXT mit Ihrem Eintrag auf dem schwarzen Brett.

- Nur 175 Euro pro Ausgabe
- Rechnungstellung immer zum Halbjahresende
- 3 Ausgaben im 1. Halbjahr, 3 Ausgaben im 2. Halbjahr
- Monatlicher Einstieg möglich

Was wir von Ihnen benötigen:

Firmenlogo • Rubrikennamen (frei wählbar) • Anschrift / Telefon / Fax / eMail • Freitext (max. 150 Zeichen)



Automatisierungstechnik

BECKHOFF

Beckhoff Automation GmbH & Co. KG
Hülshorstweg 20
33415 Verl
Telefon: + 49 (0) 52 46 / 9 63 - 0
Telefax: + 49 (0) 52 46 / 9 63 - 1 98
info@beckhoff.de

www.beckhoff.de

- PC- und EtherCAT-based Control
- Industrie-PC
- I/O-, Feldbus-Systeme
- Antriebstechnik

Abbildung in Originalgröße

- 1 Auflagenkontrolle:
- 2 Auflagen-Analyse:



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

Druckauflage:	23.455		
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):	23.185	davon Ausland:	459
Verkaufte Auflage:	2.668	davon Ausland:	13
– Abonnierte Exemplare:	87	davon Mitgliederstücke:	0
– Zugriffsrecht im Abonnement Paid Content***:	87		
– Sonstiger Verkauf:	2.581		
– Einzelverkauf:	0		
Freistücke:	20.517		
Rest-, Archiv- und Belegexemplare:	270		

3 Geografische Verbreitungsanalyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage %	Exemplare
Inland	95,5	22.145
Ausland	2,0	459
Sonstige*	2,5	581
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	23.185

Verbreitung nach Bundesländern:	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage %	Exemplare
Baden-Württemberg	19,9	4.622
Bayern	16,8	3.902
Berlin, Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern	3,5	812
Bremen, Hamburg, Schleswig-Holstein	4,4	1.028
Hessen	7,1	1.637
Niedersachsen	7,3	1.682
Nordrhein-Westfalen	23,0	5.326
Rheinland-Pfalz	4,0	928
Saarland	1,0	233
Sachsen, Sachsen-Anhalt	5,9	1.363
Thüringen	2,5	577
Ausland	2,0	459
Sonstige*	2,5	581
Rundungsdifferenz	0,1	35
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	23.185

* 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, WZ 2008)	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
		%	Empfänger
24, 25, 28	Maschinenbau Herstellung von Motoren, Turbinen, Pumpen, Armaturen, Lagern, Getrieben, Zahnrädern, Antriebselementen Herstellung von Maschinen zur Produktion von Solarmodulen, Land- und forstwirtschaftlichen Maschinen, Werkzeugmaschinen, Maschinen zur Metallerzeugung, Gießmaschinen, Bau- und Baustoffmaschinen, Nahrungs- und Genussmittelerzeugung, Textil- und Bekleidungsherstellung, Papiererzeugung, Kunststoffverarbeitung Herstellung von Rohren, Bearbeitung von Eisen, Stahl, NE-Metallen, Gießereien Stahl- und Leichtmetallbau, Tanks, Kessel, Schmiede-, Press-, Zieh- und Stanzteile, Oberflächenveredlung, Werkzeugherstellung, Metallwarenherstellung	52,8	12.253
26	Herstellung v. DV-Geräten, elektronischen u. optischen Erzeugnissen	8,6	1.987
27	Herstellung von elektrischen Ausrüstungen Herstellung von Elektromotoren, Generatoren, Transformatoren, Elektrizitätsverteilung, Kabel, Installationsmaterial, Lampen und Leuchten	5,6	1.291
10, 11, 12	NUG Nahrungs- und Genußmittel	2,4	545
20, 21	Herstellung von Chemischen- u. pharmazeutischen Erzeugnissen	2,8	644
22, 23	Herstellung von Gummi- u. Kunststoffwaren, Glas, Keramik	3,5	807
35, 36	Energieversorgung Elektrizitätserzeugung, -übertragung, -verteilung, -handel, Gasversorgung, Wärme- und Kälteversorgung, (inkl. Wasserversorgung)	2,1	487
29, 30	Fahrzeugbau Herstellung von Personenkraftwagen und Nutzkraftwagen, Herstellung von Karosserien, Aufbauten und Anhängern, Teilen und Zubehör für Kraftwagen Schiff-, Boots- und Yachtbau, Schienenfahrzeugbau, Luft- und Raumfahrzeugbau	4,2	977
31, 32, 33	Herstellung von sonstigen Waren Reparatur u. Instandhaltung von Maschinen und Ausrüstungen	2,2	507
46, 61–69	Handel, Dienstleistung (Telekommunikationstechnik, IT-Technologie etc.)	2,6	604
711	Ingenieurbüros, Bautechnik, technische Fachplanung, Ingenieurdesign	4,1	957
	Weitere Branchen	6,6	1.545
	Sonstige*	2,5	581
	Rundungsdifferenz	0,0	0
	Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	23.185

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

Die detaillierte Beschreibung der Erhebungsmethode finden Sie auf Seite 38

1.2 Größe der Wirtschaftseinheit

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Empfänger
1 – 49 Beschäftige	32,0	7.426
50 – 199 Beschäftige	13,1	3.028
200 – 499 Beschäftige	15,0	3.476
ab 500 Beschäftige	33,4	7.755
Betriebsgröße nach EDA nicht erhoben/bekannt	3,9	914
Sonstige*	2,5	581
Rundungsdifferenz	0,1	5
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	23.185

2.1 Tätigkeitsmerkmal: Funktion im Betrieb

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Empfänger
Geschäftsleitung, Technische Leitung	42,6	9.885
Konstruktion und Entwicklung	19,9	4.620
Einkauf	8,9	2.066
Produktion, MSR, Fertigung, Montage	10,3	2.399
weitere Funktionen	13,0	2.978
Funktion nach EDA-Kriterien nicht erhoben/bekannt	2,8	656
Sonstige*	2,5	581
Rundungsdifferenz	0,0	0
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	23.185

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

Die detaillierte Beschreibung der Erhebungsmethode finden Sie auf Seite 38

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: 69.223

2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger: 65.050
(Wechsel nach jeder dritten Ausgabe)

2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

– Verkaufte Auflage	2.668
davon: abonnierte Exemplare	87
Zugriffsrecht im Abonnement Paid Content *	87
Einzelverkauf	0
sonstiger Verkauf	2.581
– Freistücke	20.517
davon: ständige Freistücke	1.506
wechselnde Freistücke	18.741
Werbeexemplare	270

Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	23.185
→ davon Inland	22.726
→ davon Ausland	459

* Unternehmensangabe

3. Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA) 23.185 = 100,00 %

davon in der Untersuchung nicht erfasst:

→ sonstige (Messe, Veranstaltungsstücke,
Buchhandel, Einzelverkauf etc. 581 = 2,5 %

Die Untersuchung repräsentiert
von der Grundgesamtheit (tvA) 22.604 = 97,5 %

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: von Juli 2018 bis Juni 2019

3.7 Durchführung der Untersuchung: mi connect

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

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

§ 1 Geltung, Ausschließlichkeit

1. Für die Annahme und die Veröffentlichung aller Werbeeinlagen sowie Folgeaufträge gelten ausschließlich die vorliegenden AGB sowie die zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses aktuelle Preisliste des Unternehmens, deren Regelungen einen wesentlichen Vertragsbestandteil bilden. Die Gewissheit etwaiger AGB des Auftraggebers ist, soweit sie 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 (einschließlich elektronischer Veröffentlichungen) gegen Entgelt.
2. Aufträge für Werbemittel können persönlich, telefonisch, schriftlich, per Telefax, per E-Mail oder per Internet aufgegeben werden. Das Unternehmen haftet nicht für Übermittlungfehler.
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. Für die Werbemittel erforderlichen Inhalte, Informationen, Daten, Bebilderungen und sonstigen Materialien („Content“) stellt der Auftraggeber dem Unternehmen vollständig, fehler- und wirrefrei und den vertraglichen Vereinbarungen entsprechend rechtzeitig zur Verfügung. Werden Vorlagen digital (z. B. per CD-ROM oder E-Mail) an das Unternehmen übermittelt, sind sie nur mit geschlossenen Dateien zu übertragen, also mit solchen Dateien, die das Unternehmen inhaltlich nicht ändern kann. Das Unternehmen haftet nicht bei fehlerhafter Veröffentlichung von Werbemitteln, die mit offenen Dateien (z. B. unter Core Draw, QuarkXPress, Freehand gespeicherte Dateien) übermittelt werden. Zusammengehörende Dateien sind vom Auftraggeber in einem gemeinsamen Verzeichnis (Ordner) zu senden bzw. zu speichern. Bei digital übermittelten Druckvorlagen für Farbanzeigen hat der Auftraggeber gleichzeitig ein Farb-Proof und ein Proof-bzw. Messprotokoll mitzuliefern. Ansonsten bestehen keine Ersatzansprüche des Auftraggebers wegen etwaiger Farbabweichungen. Der Auftraggeber haftet dafür, dass die übermittelten Dateien frei von Computerviren sind. Dateien mit Computerviren kann 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 eine solche ungünstige oder schädliche Vorlage fordert das Unternehmen den unverzüglich Ersatz an. Vorlagen werden nur auf besondere Aufklärung und Genehmigung des Auftraggebers zurückgesandt, andernfalls gehen sie in die Eigentümergegenstände 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. Probestrichversand wird auf Wunsch des Auftraggebers durchgeführt. 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. Textzeilenanfangen müssen sich schon durch ihre Grundschrift vom redaktionellen Text 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 Einschreibebestellungen handelt). Eine Gewähr für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Offerten übernimmt das Unternehmen jedoch nicht.
8. Die in der Preisliste ausgewiesenen Anzeigenschluss- 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 den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit des Werbemittels verantwortlich. Er stellt das Unternehmen von allen Ansprüchen Dritter, die wegen der Veröffentlichung des Werbemittels aus dem Unternehmen resultieren, einschließlich der Rechteverletzung, frei. 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. Werbeanzeigen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen gegenüber den Werbungtreibenden an die Preisliste des Unternehmens zu halten. Die vom Unternehmen gewährte Vertriebsprovision errechnet sich aus dem Kundenkonto, also nach Abzug von Rabatt, Boni und Mängelanlagen. 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 Agenturartigkeit oder der Bonität der Werbeagentur bestehen. Aufträge durch Werbeagenturen werden in deren Namen und auf deren Rechnung erteilt. Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag daher im Zweifel mit der Werbeagentur zustande. Soll ein Werbungtreibender Aufträge geben, 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, Beilagen, Sonderveröffentlichungen und Kollektive, sowie Werbemittel, die nach Anzeigenschluss in Auftrag gegeben werden, kann das Unternehmen die Preisliste abweichend Preis 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 Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden.
2. Die in der Preisliste bezeichneten Nachlässe werden nur dem Auftraggeber und nur für die innerhalb eines Jahres geschalteten Werbemittel gewährt („Anzeigengrät“). Werbeagenturenrabatte 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 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 laufendfrist bis zu bezahlen, sofern nichts anderes vereinbart ist. Die sog. Pre-Notifikationfrist nach der SEPA-Basis-Lastschrift ist auf vier Tage verkürzt. Mahn- und Inkassokosten, die durch Zahlungsverzug entstehen, trägt der Auftraggeber. Das Unternehmen kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung eines laufenden Auftrags bis zur Beilagsurückzahlung 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 ohne Mehrwertsteuer eingeleitet sind, erfolgt die Rechnung ohne Mehrwertsteuerberechnung. Das Unternehmen ist zur Nachberechnung der Mehrwertsteuer berechtigt, wenn die Finanzverwaltung die Steuerpflicht des Anzeigenauftrags bejaht.
7. Aus einer Auftragsminderung 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 Auftragsminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigter Mangel, wenn eine Auflage am mindestens 20 v. H. unterschritten wird.
8. 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.
9. 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 dieses 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 (Nacherfüllung) verlangen, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Der Anspruch auf Nacherfüllung ist ausgeschlossen, wenn dies für das Unternehmen mit unverhältnismäßigen Kosten verbunden ist. Lässt das Unternehmen eine ihm gesetzte angemessene Frist verstreichen, verweigert er die Nacherfüllung. Ist die Nacherfüllung dem Auftraggeber nicht zumutbar oder schlägt sie fehl, so hat der Auftraggeber das Recht, vom Vertrag zurückzutreten oder die 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 den Vorlagen nicht sofort, sondern erst bei der Verarbeitung erkennbar, so hat der Auftraggeber dadurch entstehende Schäden oder Verluste bei der Herstellung zu tragen. Sind Mängel bei den Vorlagen nicht offenkundig, so hat der Auftraggeber bei ungenügender Veröffentlichung der nachfolgenden Werbeschaltung auf den Fehler hinzuwirken.
 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 Erfüllungsgeschäfte 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 Erfüllungsgeschäfte begründet ist, oder nach dem Charakter der Haftungsgarantie 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 Erfüllungsgeschäfte. 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 haftet im Falle höherer Gewalt und bei vom Unternehmen unverschuldeten Arbeitskämpfmaßnahmen von der Verpflichtung zur Vertragserfüllung frei. Schadensersatzansprüche bestehen deswegen nicht.

§ 7 Rechteinräumung

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

§ 8 Datenschutz

1. 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 <http://www.mi-verlag.de/datenschutz> eingesehen werden können, enthalten.

§ 9 Außergerichtliche Online-Streitbeilegung

1. 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

1. 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.

Kontakt

Matthias Pioro
Head of Sales
081 91/1 25-167
matthias.pioro@
mi-connect.de



Stefan Pilz
Media Sales Director
081 91/1 25-3 30
stefan.pilz@
mi-connect.de



Philipp Emering
Account Manager
081 91/1 25-317
philipp.emering@
mi-connect.de



Anke Träger
Content
Management
081 91/1 25-125
anke.traeger@
mi-connect.de



Wolfgang Kräußlich
Leitender
Chefredakteur
Konstruktionsmedien
081 91/1 25-6 67
wolfgang.kraeuuss-
lich@mi-connect.de



Florian Blum
Redaktion
081 91/1 25-163
florian.blum@
mi-connect.de



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



Angela Unger
Redaktion
081 91/1 25-132
angela.unger@
mi-connect.de



Silvia Düringer
Verkaufsassistentz
081 91/1 25-439
silvia.dueringer@
mi-connect.de



Luitgard Ludwig
Redaktionsassistentz
081 91/1 25-677
luitgard.ludwig@
mi-connect.de



Sabine Königl
Redaktionsassistentz
081 91/1 25-390
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