

2011



MEDIA

Informationen

Print + Online

AMF 1: Titelporträt	2
Auflage/Druckverfahren	3
Preise	4
Formate	5
Sonderwerbeformen	7
Termin- und Themenplan	8/9
Online-Werbung	10
AMF 2: Auflagenanalyse	11
AMF 3-E: Empfängeranalyse	12
Kurzfassung der Erhebungsmethode	13
AGB's	14
Vorteile des Technologie-Magazins <i>get</i>	15
Gesprächspartner	16

mi verlag
moderne industrie

erfolgsmedien für experten

Mediengruppe **SV** Süddeutscher Verlag

1 Kurzcharakteristik:

Das Technologie-Magazin für erneuerbare Energie berichtet über aktuelle Technologien, Verfahren und Komponenten für alle Formen der regenerativen Energieerzeugung. *get* gibt Konstrukteuren und Entwicklern das notwendige Rüstzeug zu Planung, Bau und Inbetriebnahme von Anlagen erneuerbarer Energie an die Hand. Durch Reportagen, Interviews, Fachberichte und Trendanalysen informiert *get* darüber hinaus über die Rahmenbedingungen der „Green Energy Technology“ – national und international.

2 Erscheinungsweise: 6 x jährlich
(siehe Themenplan)

3 Jahrgang: 2. Jahrgang 2011

4 Web-Adresse (URL): www.get-magazin.de

5 Mitgliedschaften: -

6 Organ: -

7 Herausgeber: verlag moderne industrie GmbH

8 Verlag:

Postanschrift:
Hausanschrift:
Telefon:
Telefax:
Internet:
E-Mail:
verlag moderne industrie GmbH
86895 Landsberg
Justus-von-Liebig-Str. 1, 86899 Landsberg
08191 / 125-0
08191 / 125-483
www.get-magazin.de
Redaktion: get-redaktion@mi-verlag.de
Anzeigen: get-anzeigen@mi-verlag.de

9 Redaktion:

Wolfgang Kräußlich
Telefon: 08191 / 125-667
E-Mail: wolfgang.kraeußlich@mi-verlag.de
Sarah Holzer
Telefon: 08191 / 125-297
E-Mail: sarah.holzer@mi-verlag.de

10 Anzeigen:

Astrid Keller
Telefon: 08191 / 125-490
E-Mail: astrid.keller@mi-verlag.de

11 Vertrieb:

Telefon: 06123 / 9238-257

12 Bezugspreis:

(inkl. Versandkosten und MwSt.)
Jahresabonnement Inland € 79,00
Ausland € 106,00
Einzelverkaufspreis
(zzgl. Versandkosten) € 19,50

13 ISSN:

1869-8522

1 Auflage:

Druckauflage: 15.150 Exemplare
Tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt: 13.842 Exemplare
(lt. AMF-Schema 2, Ziffer 17)

2 Zeitschriftenformat: DIN A4, 210 mm breit, 297 mm hoch

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

3 Druckverfahren: Rollen-Offset

Bindeverfahren: Rücken-Drahtung

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

Farbanzeigen: Bei digital übermittelten Druckvorlagen für Farbanzeigen ist gleichzeitig ein Farb-Proof mit Fogra Medienkeil Version 2.0 oder 2.2 und einem Proof- bzw. Messprotokoll (= Zertifikat) vom Kunden mitzuliefern. Ansonsten bestehen keine Ersatzansprüche des Kunden wegen etwaiger Farbabweichungen.

Vorgaben für das Proof: Nach FOGRA-Standard. Mit FOGRA Medienkeil 2.0 oder 2.2 nach Standard, ISOwebcoated.icc für Inhalt in der Regel Papiertyp 3 FOGRA 28L – nach Standard, ISOcoated_v2_eci.icc für Umschlag in der Regel Papiertyp 2 FOGRA 39L – nach Standard.

Weitere Informationen über Voreinstellungen des PDF-Formates unter www.pdf-club.de oder technische Hotline (0 81 91) 1 25-338

4 Termine:

siehe Redaktionsplan

Erscheinungsweise: 6 x jährlich
Erscheinungstermin: siehe Erscheinungs- und Themenplan
Anzeigenschluss: 4 Wochen vor Erscheinen

5 Verlag:

Hausanschrift: verlag moderne industrie GmbH
Justus-von-Liebig-Str. 1
86899 Landsberg
Postanschrift: 86895 Landsberg
Internet: www.get-magazin.de

Anzeigenabteilung: Astrid Keller
Telefon: 08191/125-490
Telefax: 08191/125-483
E-Mail: astrid.keller@mi-verlag.de

6 Zahlungsbedingungen: netto innerhalb 30 Tagen nach Rechnungsdatum bei Vorauszahlung 2 % Skonto
bei Bankeinzug 3 % Skonto

Bankverbindungen:

Sparkasse Landsberg
BLZ 700 520 60
Kto. 37754

Postbank München
BLZ 700 100 80
Kto. 786 13801

7 Anzeigenformate und Preise mit Rubrikanzeigen

Format	Breite x Höhe in mm	4c-Preise in € (voll rabattfähig)
1/1 Seite	178 x 257	5.400,-
2/3 Seite	117 x 257 / 178 x 169	3.910,-
1/2 Seite	86 x 257 / 178 x 126	3.070,-
Junior Page	126 x 178	3.530,-
1/3 Seite	56 x 257 / 178 x 83	2.140,-
1/4 Seite	86 x 126 / 178 x 62 / 41 x 257	1.530,-
1/8 Seite	41 x 126 / 86 x 62 / 178 x 29	835,-

7.1 Sonstige Formate 4c:

Berechnung nach mm-Preis (Spaltenbreite 41 mm)

ab 300 mm € 5,25

bis 300 mm € 6,92

(Mindestgröße 50 mm)

Vorzugsplatzierungen:

2. Umschlagseite € 5.700,-

4. Umschlagseite € 5.700,-

1/4-Seite über Bund, unter dem Inhalt € 3.060,-

Im Satzspiegel: 388 x 62 / im Anschnitt: 426 x 85

7.2 s/w, 2c und 3c Preise

4c Preis abzüglich 15 %

8 Zuschläge: (nicht rabattierbar)

8.1 Zuschläge für Platzierungen:

Platzierungsvorschriften ab 1/2 Seite 10 %

9 Rubrikanzeigen:

Stellenangebot: 20 % Rabatt auf den regulären Preis (siehe Punkt 7)

Stellengesuch: 50 % Rabatt auf den regulären Preis (siehe Punkt 7)

10 Sonderwerbformen:

Ausstellerporträt zur Hannover Messe Wind+Energy,

Intersolar € 380,-

weitere Sonderwerbformen wie Banderole, Klappe usw. auf Anfrage

11 Rabatte (bei Abnahme innerhalb eines Jahres)

Malstaffel

ab 3 Anzeigen 3 %

ab 6 Anzeigen 5 %

ab 12 Anzeigen 10 %

Mengenstaffel

ab 3 Seiten 10 %

ab 6 Seiten 15 %

ab 12 Seiten 20 %

12 Kombinationen:

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

13 Einhefter:

Umfang	Papiergewicht	
	bis 90 g/m ²	bis 120 g/m ²
2 Seiten	€ 5.010,-	€ 5.230,-
4 Seiten	€ 8.510,-	€ 8.890,-

weitere Formate auf Anfrage.

Anlieferung: Muster bei Auftragserteilung. Auflage bis 14 Tage vor Erscheinen. Format unbeschnitten 216 mm breit, 306 mm hoch. Kopfbeschnitt 6 mm.

Mehrseitige Beihefter auf obiges Format gefalzt.

Hinweis: Aufgrund der Rückdratung werden Einhefter entweder im Mittelbund platziert oder eingeklebt. Bei Klebung entsteht Kleberand von 1 cm.

14 Beilagen:

Beilagen: (nicht rabattfähig)

bis zu 25 g Gewicht € 4.550,-

je weitere 25 g Gewicht € 2.320,-

(Preise einschl. Portoanteil)

max. Papierformat: 20 x 29 cm

benötigte Liefermenge: 15.200 Exemplare

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

15 Aufgeklebte Postkarten:

In Verbindung mit Anzeige oder Einhefter € 1.210,-

Zuzüglich Klebekosten

– für maschinelle Verarbeitung € 540,-

– für manuelle Verarbeitung € 1.250,-

16 Lieferanschrift für Einhefter, Beilagen und Beikleber:

Vogel Druck und Medienservice GmbH,

Warenannahme, Leibnizstraße 5, 97204 Höchberg

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

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

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

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

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

<p>1/8 Seite Block 86 x 62 mm</p> <p>1/8 Seite quer 178 x 29 mm</p>	<p>1/8 Seite hoch 41 x 126 mm</p>
---	--

*angeschnitten

— Anschnittformate inkl. 3 mm Beschnittzugaben

WIR MACHEN DEN UNTERSCHIED

Seit 1952 publiziert die **verlag moderne industrie GmbH** aktuelle marktorientierte und praxisnahe Fachinformationen. Ob Online-Service, Fachzeitschrift, Kongress oder Direktmarketing – unser erklärtes Ziel ist es, die Experten ihres Faches in ihrem Erfolg zu fördern. Crossmedial und mit höchster redaktioneller Qualität.

14 anerkannte Fachpublikationen richten sich zielgenau an die Top Entscheider in Industrie und Wirtschaft – **national und international.**

Die Zeitschriften im Überblick:

AUTOMOBIL PRODUKTION
aerotec
antriebspraxis
ARZT&WIRTSCHAFT
Produktion
fertigung
fluid
get green energy technology
Instandhaltung
ke KONSTRUKTION & ENGINEERING
Materialfluss
meditec INTERNATIONAL
technik+EINKAUF
werkzeug&formenbau



mi verlag
moderne industrie

erfolgsmedien für experten

verlag moderne industrie GmbH
Justus-von-Liebig-Str. 1
86899 Landsberg

Tel. 08191/125-0
Fax 08191/125-444
www.mi-verlag.de

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

Adressvermietung

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

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

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

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

Sonderdrucke

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

Süddeutscher Verlag Veranstaltungen GmbH

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

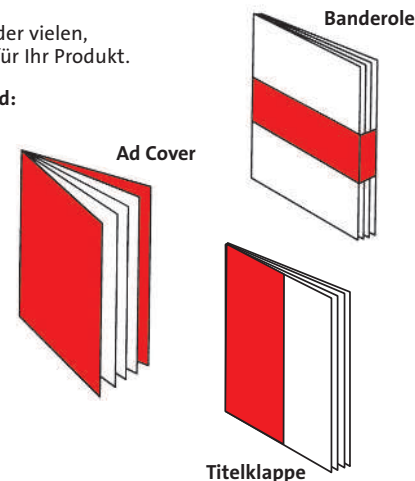
Weitere Informationen zu allen Sonderwerbformen erhalten Sie von Ihrem Verkaufsteam!

Sonderwerbformen

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

Unsere Sonderwerbformen sind:

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



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

Titelklappe: Das Magazin wird mit einem das halbe Cover abdeckendem Umhefter ummantelt (bei Klammerheftung) oder erhält eine nur auf dem Cover aufgebrauchte Klappe (bei Klebebindung).

Banderole: Die Banderole wird als bedruckter Papierstreifen um die Zeitschrift/Zeitung gelegt und auf der Rückseite verschlossen.



Ausgabe	1/2011	2/2011	3/2011	4/2011	5/2011	6/2011
Erscheinungstermin	03.02.2011	29.03.2011	01.06.2011	23.08.2011	04.10.2011	15.12.2011
Anzeigenschluss	11.01.2011	04.03.2011	09.05.2011	29.07.2011	09.09.2011	23.11.2011
Forschung, Markt + Branche News, Normen und Gesetze, Trends, Unternehmen & Märkte	Energieversorgung und Auswirkungen auf erneuerbare Energien	Zielmarktfokus: Australien Hannover Messe Wind + Energy	Forschung: Energiespeicher, Messfokus Intersolar	Zielmarktfokus: Indien	Forschung: Photothermie	Zielmarktfokus: Europa und Nordafrika
Sonnenenergie Photovoltaik, Solarzellen, Montage, Verglasung, Solarthermie, Parabolrinnensysteme, Solartürme, Nachführungssysteme, Planungstools	Solarthermie, Vakuumröhren-, Flach- und Parabolrinnen-Kollektoren, Antriebstechnik	Nachführung, Montagesysteme, Wechselrichter, Handling von PV-Modulen	Solarthermie, Receiver, Antriebstechnik, Verkabelung	Blitzschutz, Wechselrichter, Logistik, Förder- und Hebeteknik	PV-Module, Dick- und Dünnschichtzellen, Nachführung, Antriebstechnik, Verkabelung	Solarthermie, Dampferzeugung, Montagesysteme
Windkraft Windkrafttürme, Rotoren, Generatoren, Getriebe, Lager, Umrichter, Schaltschränke, Verkabelung, Messtechnik	Lager, Montage, Türme und Gondeln, Bremssysteme, Wartung und Instandhaltung	Antriebstechnik, hydraulische und elektrische Pitchverstellung, Rotorblätter, Logistik und Montage	Drehgeber, Windparkvernetzung und -protokolle, Wartung und Instandhaltung, Steuerungstechnik	Offshore-Anlagen, Antriebstechnik, Lager, Fernwartung	Positionier- und Bremssysteme, Rotorblätter, Repowering	Antriebstechnik, Drehgeber, Kleinwindanlagen
Nachwachsende Rohstoffe Biomasse, Biogas, Pellets, Seetang, Rührwerke, Sensorik, Messstationen, Verkabelung, Sicherheitstechnik	BHKW, Kraft-Wärme-Kopplung	Biogas, Netzeinspeisung und Kabel, Sicherheitstechnik	Condition Monitoring, Fernüberwachung, Fermenter und Vorratsysteme	Biomasse, Rührwerke und Antriebstechnik, Pellets, Fördertechnik	News, Produkte und Komponenten	Sicherheitstechnik, BHKW, Turbinen und Generatoren
Wasserkraft Gezeitenkraftwerke, Strömungsenergie, Wellenenergie, Flusskraftwerke, hydraulische Wandler, Turbinen, Generatoren	Turbinen und Generatoren, Regler	Osmosekraftwerk, Flusskraftwerke, Kleinwasserkraftwerke	Meeresenergie, Gezeiten- und Wellenkraftwerk	Hoch-, Mittel- und Niederspannungskraftwerke	Laufwasserkraftwerk, Pumpspeicherkraftwerk	News, Produkte und Komponenten
Geothermie Hydrothermal, Petrothermal, Wärmesonden, Kollektoren, Wärmepumpen	Bohrtechnik, Sonden, Wärmepumpen	News, Produkte und Komponenten	Kraft-Wärme-Kopplung, Wärmetauscher, oberflächennahe Geothermie	News, Produkte und Komponenten	Kalina-Prozess, ORC-Technologie, Tiefengeothermie	Binärverfahren, Dampfturbinen, HDR-Systeme
Infrastruktur Dezentrale Energiespeicherung, Energiewandlung, Transport und Netztechnik, Fernwartung, Condition Monitoring	Energieparkvernetzung, Smart Grid, Verkabelung, Mess-, Prüf- und Regeltechnik	Wechsel- und Frequenzumrichter, elektrische und elektronische Steuerung	Mittelspannungstechnik, Überspannungsschutz, Anschlussstechnik, Steckverbinder, Sicherheitstechnik	Instandhaltung und Wartung, Mess-, Prüf- und Regeltechnik/ Condition Monitoring	elektrische und elektronische Steuerung, Sensoren	Wechsel- und Frequenzumrichter, Anschlussstechnik, Steckverbinder
Messen Ausgabe liegt auf der Messe aus	E-world energy & water , Essen, 8.–10. Februar 2011 GeoTHERM , Offenburg, 24.–25. Februar 2011 new energy husum , Husum, 17.–20. März 2011	HANNOVER MESSE Wind + Energy , Hannover, 4.–8. April 2011	Intersolar Europe , München, 8.–10. Juni 2011	RENEXPO , Augsburg, 22.–25. September 2011 26th EU PVSEC , Hamburg, 5.–9. September 2011	Motek , Stuttgart, 10.–13. Oktober 2011 SPS/IPC/ DRIVES , Nürnberg, 22.–24. November 2011 Interpellets , Stuttgart, 5.–7. Oktober 2011 DGK und GeoENERGIA , Bochum, 15.–17. November 2011	

Unser Onlineangebot

- 1 Web-Adresse:** www.get-magazin.de
- 2 Kurzcharakteristik:** Auf dem Portal www.get-magazin.de finden Konstrukteure, Entwickler und Planer Informationen über die Planung, die Konstruktion und den Bau von Anlagen zur Gewinnung erneuerbarer Energie. Wir berichten in Kurzbeiträgen über Komponenten und stellen in Anwenderberichten Lösungen vor. Trend-Beiträge zeigen die technologische Entwicklung der innovativen Branchen Photovoltaik und Solarthermie, Windkraft, Biogas und Biomasse, Wasserkraft und Geothermie. Komponenten und technische Lösungen stehen im Vordergrund.
- 3 Zielgruppe:** Planer, Entwickler, Konstrukteure von Anlagen zur Gewinnung erneuerbarer Energie.
- 4 Zugriffskontrolle:** –
- 5 Zugriffe (pro Monat):** Page Impressions: 3.200 Monatsdurchschnitt: 01-06/2010



Banner und Preise auf www.get-magazin.de

Werbeform	Position	Platzierung	Format in Pixel (Breite x Höhe)	Preis/ Monat
Fullsizebanner	mittig	Alle Rubriken	468 x 60	€ 100,-
Halbsizebanner (= Seitenbanner)	rechts	Alle Rubriken	234 x 60	€ 50,-
Skyscraper (= Seitenbanner)	rechts	Alle Rubriken	120 bis 160 x 600	€ 180,-
Leaderboard od. Superbanner	top	Alle Rubriken	728 x 60 bis 90	€ 200,-
Content Ad	mittig	Alle Rubriken	320 x 250	€ 250,-


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

Crossmediapakete: Speziell auf Ihr persönliches Marketingziel genau abgestimmte preisgünstige Angebote aus Print- und Online-Werbung. Die Crossmedia-Angebote bestehen z.B. aus Printanzeige, Partnerlinks, Microsites, Banner- und Newsletterwerbung. Selbstverständlich sind auch eigene Kombinationen möglich. Bitte wenden Sie sich an Ihren Mediaberater.

Datenanlieferung: mindestens 1 Woche vor Schaltbeginn per E-Mail an susanne.guggenberger@mi-verlag.de
Banner: (animiertes) GIF-Format, JPG, Flash-, HTML-, DHTML-Banner in den unten angegebenen Größen. Bilddateien bzw. Grafikdateien (auch Banner) immer als RGB (Farbschema). Maximale Dateigröße 20 KB
Videos: Anlieferung als Flash oder Windows Media Video (WMV) je nach Datengröße per Mail, CD-ROM/DVD oder Download-Link. Maximale Videolänge 5 Minuten. Überlängen nach Vereinbarung

Externer AdServer-Einsatz: OpenAdstream von RealMedia

Ansprechpartner: Astrid Keller Tel. +49 (0)8191/125-490; E-Mail: astrid.keller@mi-verlag.de

16 Auflagenkontrolle:			
17 Auflagen-Analyse:		Exemplare 2. Quartal 2010 im Durchschnitt	
Druckauflage:	15.150		
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):	13.842	davon Ausland:	251
Verkaufte Auflage:	30	davon Ausland:	–
– Abonnierte Exemplare:	30	davon Mitgliederstücke:	–
– Sonstiger Verkauf:	–		
– Einzelverkauf:	–		
Freistücke:	13.812		
Rest-, Beleg- und Archivexemplare: **	1.308		

** geplante Exemplare zur Auslage: Industrieforum Pellets, European Photovoltaic Congress, Motek, Biogas Kongress Osnabrück

18 Geographische Verbreitungsanalyse:

Wirtschaftsraum:	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	88,0	12.179
Ausland	1,8	251
Sonstige*	10,2	1.412
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	13.842

Verbreitung nach Nielsen-Gebieten:	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Nielsen-Gebiet 1 Hamburg, Bremen, Schleswig-Holstein, Niedersachsen	11,1	1.356
Nielsen-Gebiet 2 Nordrhein-Westfalen	26,1	3.185
Nielsen-Gebiet 3a Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland	13,0	1.580
Nielsen-Gebiet 3b Baden-Württemberg	21,9	2.662
Nielsen-Gebiet 4 Bayern	15,5	1.891
Nielsen-Gebiet 5–7 Berlin und neue Bundesländer	12,4	1.505
Tatsächlich verbreitete Auflage Inland (tvA)	100,0	12.179

* Nicht analysierte Auflage wie z.B. Messe- und Kongressexemplare (z. B. Intersolar EUROPE, Biogas Kongress, Hannover Messe, Energy)

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

19 Branchen/Wirtschaftszweige/Fachrichtungen/Berufsgruppen

WZ 2008	Empfängergruppen (lt. Klassifikation der Wirtschaftszweige, WZ 2008)	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
		%	Empfänger
24, 25	Herstellung von Metallerzeugnissen, Verbindungselementen, Metallkonstruktionen, Rohre, Stahl- und Leichtmetallbau, Tanks, Kessel, Schmiede-, Press-, Zieh- und Stanzteile für den Einsatz im Bereich erneuerbare Energien	14,3	1.979
26	Herstellung von elektronischen Bauelementen zur Steuerungstechnik, Mess-Prüf- und Regeltechnik, optische und fotografische Instrumente, sowie magnetische Datenträger und Solarmodule	15,2	2.104
27	Herstellung von Motoren, Generatoren, Transformationen, Elektrizitäts- und Schalteinrichtungen, Batterien, Akkumulatoren, Kabel und elektrisches Installationsmaterial	14,9	2.062
28	Herstellung von Maschinen zur Produktion von Solarmodulen, Komponenten für Windkraft, Sondermaschinenbau	25,6	3.544
35, 36	Energieversorgung, Netzwerksysteme, Energieverteilung und -messung	14,8	2.049
71	Planungs- und Ingenieurbüros	3,1	429
weitere Branchen	Herstellung von chemischen Grundstoffen, Kunststoffe, Bauinstallation, Elektroinstallation	1,9	263
	Sonstige*	10,2	1.412
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)		100,0	13.842

* Nicht analysierte Auflage wie z.B. Messe- und Kongressexemplare (z.B. intersolar EUROPE, Biogas Kongress, Hannover Messe Energy)

20 Größe der Wirtschaftseinheit

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Empfänger
1 – 49 Beschäftigte	32,0	4.429
50 – 99 Beschäftigte	18,1	2.505
100 – 199 Beschäftigte	13,0	1.800
200 – 499 Beschäftigte	16,9	2.339
ab 500 Beschäftigte	7,7	1.066
Mitarbeiterzahl nicht bekannt	2,1	291
Sonstige*	10,2	1.412
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	13.842

21.1 Tätigkeitsmerkmal: Aufgabenbereich

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Empfänger
Unternehmensleitung	35,3	4.886
Leitung Konstruktion, Forschung und Entwicklung	27,6	3.820
Produktion, Fertigung	10,2	1.412
Wartung, Instandhaltung	5,2	720
Vertrieb, Marketing, Kundenberatung und -service	5,9	817
Einkauf	5,6	775
Sonstige*	10,2	1.412
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	13.842

* Nicht analysierte Auflage wie z.B. Messe- und Kongressexemplare (z.B. Intersolar EUROPE, Biogas Kongress, Hannover Messe, Energy)

- 21.2 Tätigkeitsmerkmal: Stellung (Position) im Betrieb
 22 Bildung/Ausbildung: Berufliche Stellung
 23 Alter
 24 Gemeindegrößenklassen

} Nicht erhoben, weil der Nutzungswert dieser Fachzeitschrift beim Empfänger hiervon nicht abhängig ist.

1. Untersuchungsmethode:

Empfänger-Struktur-Analyse durch Dateiauswertung – Total-Erhebung

2. Beschreibung der Empfängerschaft zum Zeitpunkt der Datenerhebung:

2.1 Beschaffenheit der Datei

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

2.2 Gesamtzahl der Empfänger in der Datei 16.529

2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger: 16.463

2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

– Verkaufte Auflage	30	
davon: abonnierte Exemplare	30	
Einzelverkauf	0	
sonstiger Verkauf	0	
– Freistücke	13.812	
davon: ständige Freistücke	36	
wechselnde Freistücke	12.468	
Werbeexemplare	1.308	
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)		13.842
– davon Inland	13.591	
– davon Ausland	251	

3. Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA) 13.842 = 100,0 %

Davon in der Untersuchung nicht erfasst:
– Werbeexemplare 1.308 = 9,45 %

Die Untersuchung repräsentiert
von der Grundgesamtheit (tvA) 12.534 = 90,55 %

3.2 Tag der Datei-Auswertung: 01.08.2010

3.3 Beschreibung der Datenbasis:

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

3.4 Zielperson der Untersuchung:

Die in der Datei erfassten persönlichen Empfänger in Institutionen.

3.5 Definition des Lesers: entfällt

3.6 Zeitraum der Untersuchung: Juni 2010

3.7 Durchführung der Untersuchung: Verlag

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

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

§ 1 Geltung, Ausschließlichkeit

1. Für die Annahme und die Veröffentlichung aller Werbeaufträge sowie Folgeaufträge gelten ausschließlich die vorliegenden AGB sowie die zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses aktuelle Preisliste des Verlages, deren Regelungen einen wesentlichen Vertragsbestandteil bilden. Die Gültigkeit etwaiger AGB des Auftraggebers ist, soweit sie mit diesen AGB nicht übereinstimmen, ausgeschlossen.

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

§ 2 Angebot, Werbellösungen

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

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

3. Der Verlag ist berechtigt, Aufträge, auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Gesamtschlusses, nach pflichtgemäßem Ermessen abzulehnen. Dies ist insbesondere, wenn der Inhalt gegen Absatz- oder behördliche Bestimmungen verstößt oder vom deutschen Presse- oder Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde, deren Veröffentlichung für den Verlag wegen der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines redaktionellen Beitrags erwecken oder Fremdanzeigen enthalten. Der Verlag wird die Ablehnung unverzüglich nach Kenntnislangung der betreffenden Inhalte mitteilen.

§ 3 Preise, Zahlungsbedingungen, Preisreduzierung

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

2. Die in der Preisliste bestimmten Nachlässe werden nur dem Auftraggeber und nur für die innerhalb eines Jahres geschalteten Werbemittel gültig („Anzeigengarant“). Wiederholungsrabatte gelten 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 entsteht, wenn er nicht spätestens einen 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 aus der Preisliste einschließlich, und der durch die Rechnung laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht anders vereinbart ist. Mahn- und Inkassokosten, die durch Zahlungsverzug entstehen, trägt der Auftraggeber. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung eines laufenden Auftrags bis zur Bezahlung zurückstellen und Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Gesamtschlusses das Erscheinen weiterer Werbemittel abweichend von einem vereinbarten Zahlungsvertrag von einer Vorauszahlung und vom Ausgleich früher Rechnungsbeträge abhängig zu machen. Fehlerhafte Rechnungen können vom Verlag innerhalb von sechs Monaten nach Rechnungsstellung korrigiert werden.

5. Sämtliche Preise verstehen sich zuzüglich Mehrwertsteuer in gesetzlicher Höhe am Tag der Rechnungsstellung.

6. Bei Aufträgen aus dem Ausland, die nicht mehrwertsteuerpflichtig sind, erfolgt die Rechnungsstellung ohne Mehrwertsteuerberechnung. Der Verlag ist zur Nachberechnung der Mehrwertsteuer berechtigt, wenn die Finanzverwaltung die Steuerpflicht des Werbemittels bejaht.

7. Aus einer Auflagenreduzierung kann bei einem Abschluss über mehrere Werbemittel ein Anspruch auf Preisreduzierung 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 Verkaufslage vorhanden, die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenreduzierung ist nur dann ein Preisreduzierung berechtigter Mangel, wenn eine zugesicherte Auflage um mindestens 20 v. H. unterschritten wird. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisreduzierungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen des Werbemittels vom Vertrag zurücktreten konnte.

Gewährleistungsansprüche von Kaufleuten als Auftraggeber verjähren 12 Monate nach Veröffentlichung des Werbemittels.

§ 4 Vertragsabwicklung

1. Aufträge sind innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzuwickeln, beginnend mit der ersten Schaltung des Werbemittels.

2. Alle für die Werbemittel erforderlichen Inhalte, Informationen, Daten, Dateien und sonstigen Materialien („Vorlagen“) stellt der Auftraggeber dem Verlag vollständig, fehler- und virenfrei und den vertraglichen Vereinbarungen entsprechend rechtzeitig zur Verfügung. Werden Vorlagen digital (z. B. per CD-ROM oder E-Mail) an den Verlag übermittelt, sind sie nur mit geschlossenen Dateien zu übertragen, also mit solchen Dateien, die der Verlag inhaltlich nicht ändern kann. Der Verlag haftet nicht bei fehlerhafter Veröffentlichung von Werbemitteln, die mit offenen Dateien (z. B. unter Corel Draw, QuarkXPress, Freehand gespeicherte Dateien) übermittelt werden. Zusammengehörige 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 mitzulefern. Ansonsten bestehen keine Ersatzansprüche des Auftraggebers wegen etwaiger Farbabweichungen. Der Auftraggeber haftet dafür, dass die übermittelten Dateien frei von Computerviren sind. Dateien mit Computerviren kann der Verlag löschen, ohne dass der Auftraggeber hierzu Ansprüche herleiten könnte. Der Verlag behält sich zudem Ersatzansprüche vor, wenn die Computerviren beim Verlag weiteren Schaden verursachen. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Vorlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet für die belegte Ausgabe übliche Qualität im Rahmen der durch die Vorlagen gegebenen Möglichkeiten. Vorlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgemittelt; andernfalls gelten sie in das Eigentum des Verlages über. Die Pflicht zur Aufbewahrung aller zugesandten Unterlagen endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.

3. Kosten für die Anfertigung bestellter Vorlagen, Filme oder Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen trägt der Auftraggeber.

4. Probezüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit des zurückgesandten Abzugs. Wird der Abzug an den Verlag zurückgeschickt, so gilt die Genehmigung des Werbemittels als erteilt.

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

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

7. Zuscriften auf Chiffren sind nur auf besondere Anforderung vor Veröffentlichung der Anzeige aufzuwahren und dem Auftraggeber auf normalem Postwege zugesandt (auch wenn es sich um Express- oder Einschreibesendungen handelt). Eine Gewähr für die Verwahrung und rechtzeitige

Weitergabe der Offerten übernimmt der Verlag jedoch nicht.

8. Die in der Preisliste ausgewiesenen Anzeigenschlüsse und Erscheinungstermine sind für den Verlag unverbindlich. Dem Verlag steht es frei, diese kurzfristig dem Produktionsablauf entsprechend anzupassen.

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 der Verlag die Erstattung der bis zur Kündigung angefallenen Kosten nach den gesetzlichen Vorschriften verlangen.

10. Der Auftraggeber ist für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit des Werbemittels verantwortlich. Er stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter wegen der Veröffentlichung des Werbemittels frei, einschließlich der angemessenen Kosten zur Rechtsverteidigung. Der Verlag ist nicht zur Prüfung verpflichtet, ob ein Werbemittel die Rechte Dritter beeinträchtigt. Wird der Verlag durch gerichtliche Entscheidung z. B. zum Abdruck einer Gegendarstellung oder Berichtigung aufgrund des geschalteten Werbemittels verpflichtet, hat der Auftraggeber diese Veröffentlichung nach der gültigen Preisliste zu bezahlen.

11. Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen gegenüber den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Vermittlungsprovision errechnet sich aus dem Kundennetto, also nach Abzug von Rabatt, Boni und Mängelnachlass. Die Vermittlungsprovision fällt nur bei Vermittlung von Aufträgen Dritter an. Sie wird nur an vom Verlag anerkannte Werbeagenturen vergütet unter der Voraussetzung, dass der Auftrag unmittelbar von der Werbeagentur erteilt wird, ihr die Beschaffung der fertigen und druckreifen Druckunterlagen obliegt und eine Gewerbeanmeldung als Werbeagentur vorliegt. Dem Verlag steht es frei, Aufträge von Werbeagenturen abzulehnen, wenn Zweifel an der berufsmäßigen Ausübung der Agentur Tätigkeit oder der Bonität der Werbeagentur bestehen. Aufträge durch Werbeagenturen werden in deren Namen und auf deren Rechnung erteilt. Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Verlag daher im Zweifel mit der Werbeagentur zustande. Soll ein Werbungtreibender Auftraggeber werden, muss dies gesondert unter namentlicher Nennung des Werbungtreibenden vereinbart werden. Der Verlag ist berechtigt, von der Werbeagentur einen Mandatsnachweis zu verlangen.

§ 5 Mängelgewährleistung

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

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

3. Reklamationen müssen vom Auftraggeber bei offensichtlichen Mängeln spätestens innerhalb von zwei Wochen nach Eingang der Rechnung geltend gemacht werden. Nicht offensichtliche Mängel muss der Auftraggeber spätestens ein Jahr nach Veröffentlichung der entsprechenden Druckseite reklamieren. Bei fehlerhafter Wiedergabe des Werbemittels – trotz rechtzeitiger Lieferung einwandfreier Vorlagen und rechtzeitiger Reklamation – kann der Auftraggeber eine einwandfreie Erschließung (Nachlieferung) verlangen, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Der Anspruch auf Nachlieferung ist ausgeschlossen, wenn dies für den Verlag mit unverhältnismäßigen Kosten verbunden ist. Lässt der Verlag eine ihm gesetzte angemessene Frist verstreichen, verweigert er die Nachlieferung, ist die Nachlieferung durch Auftraggeber nicht zumutbar oder schlägt sie fehl, so hat der Auftraggeber das Recht, vom Vertrag zurückzutreten oder Zahlungsreduzierung in dem Maaße geltend zu machen, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Bei unwesentlichen Mängeln ist der Rücktritt ausgeschlossen.

4. Sind Mängel bei den Vorlagen nicht sofort, sondern erst bei der Verarbeitung erkennbar, so hat der Auftraggeber dadurch entstehende Mehrkosten oder Verluste bei der Herstellung zu tragen. Sind Mängel bei den Vorlagen nicht offenkundig, so hat der Auftraggeber bei ungenügender Veröffentlichung keine Ansprüche. Das Gleiche gilt bei Fehlern in wiederholten Werbeschaltungen, wenn der Auftraggeber nicht rechtzeitig vor Veröffentlichung der nächstfolgenden Werbeschaltung auf den Fehler hinweist.

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

§ 6 Haftung

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

2. Der Verlag wird im Falle höherer Gewalt und bei vom Verlag unverschuldeten Arbeitskampfmassnahmen von der Verpflichtung zur 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 Verlag die für die zweckgemäße Nutzung des Werbemittels in den jeweiligen Werbeträgern erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte ein, insbesondere die jeweils erforderlichen Rechte zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Speicherung, Bearbeitung, zu öffentlichem Zuganglichmachen, Einstellen in einer Datenbank, Entnahme aus einer Datenbank und Bereithalten zum Abruf, und zwar zeitlich, räumlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen öffentlich unbegrenzt eingeräumt und berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie in allen bekannten Formen von Werbeträgern.

§ 8 Speicherung von Auftragsdaten

Der Verlag speichert im Rahmen der Geschäftsbeziehungen die Auftragsdaten mithilfe der elektronischen Datenverarbeitung nach den gesetzlichen Bestimmungen des Bundesdatenschutzgesetzes. Der Verlag ist berechtigt, Brottowerbeumätze und vergleichbar relevante Daten des Auftraggebers auf Produktebene zur Veröffentlichung an Unternehmen weiterzuleiten, die sich mit der Erhebung und Auswertung solcher Informationen beschäftigen. Diese Daten werden dort aggregiert und in anonymisierter Form in den Markt kommuniziert.

§ 9 Erfüllungsort, Gerichtsstand

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

Stand: Juli 2010

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

Vorteile des Technologie-Magazins *get*

get gibt Antworten auf die zentralen Fragen der Erzeugung erneuerbarer Energie. Dazu berichtet *get* über aktuelle Technologien, Verfahren, Komponenten und Systeme für alle Formen der regenerativen Energieerzeugung. Darüber hinaus deckt das Themenspektrum die Trends und Rahmenbedingungen der „green energy technology“ ab – national und international.

get bietet gezielte Fachinformationen für die Experten der Branche. Es gibt Konstrukteuren, Planern und Entwicklern das notwendige Rüstzeug zu Planung, Bau und Inbetriebnahme von Anlagen zur regenerativen Energieerzeugung an die Hand.

get berichtet in Form von Anwendungsreportagen, Produktbeschreibungen, Konstruktionsbeispielen und Trendanalysen über den komplexen Bereich der Konstruktion von Anlagen zur Gewinnung erneuerbarer Energie.





Wolfgang Kräußlich
Leitender Chefredakteur
Konstruktionsmedien
Tel.: 08191/125-667
wolfgang.krauesslich
@mi-verlag.de



Sarah Holzer
Redaktion
Tel.: 08191/125-297
Fax: 08191/125-822
sarah.holzer@mi-verlag.de



Joachim Vogl
Redaktion
Tel.: 08191/125-163
joachim.vogl@mi-verlag.de



Franz Graf
Redaktion
Tel.: 08191/125-401
franz.graf@mi-verlag.de



Ingrid Fackler
Redaktion
Tel.: 08191/125-481
ingrid.fackler@mi-verlag.de



Stefan Pilz
Anzeigenleitung
Tel.: 08191/125-330
Fax: 08191/125-483
stefan.pilz@mi-verlag.de



Astrid Keller
Mediaberatung/Projektleitung
Tel.: 08191/125-490
Fax: 08191/125-483
astrid.keller@mi-verlag.de



Susanne Guggenberger
Anzeigendisposition
Tel.: 08191/125-832
susanne.guggenberger@mi-verlag.de



Luitgard Ludwig
Redaktionsassistentz
Tel.: 08191/125-677
luitgard.ludwig@mi-verlag.de