

Mediadaten 2022



TECHNIKWISSEN FÜR INGENIEURE
www.vdi-fachmedien.de

Anzeigenkatalog Nr. 62
gültig ab 1. Januar 2022
Jahrgang 73

VDI fachmedien



Foto: Frank Vinken/dwb



Ihre einzigartige Mischung aus technisch-wissenschaftlichen Autorenbeiträgen und anwendungsoorientierten Berichten macht die HLH zur fachlichen Pflichtlektüre für alle Planer im Bereich der Technischen Gebäudeaustrüstung.

Ergänzt durch produktsspezifische Meldungen, Berichte zu Fachtagungen und Messen sowie klimapolitischen Entwicklungen, ist die Fachzeitschrift aus dem Hause der VDI Fachmedien eine unentbehrliche Orientierungshilfe für ein bestens informiertes Fachpublikum.

Marc Daniel Schmeltzer

Chefredakteur der HLH

Inhalt



HLH



INGENIEUR.de
TECHNIK - KARRIERE - NEWS
ingenieur.de/hlh

Vorwort	2	Display Werbung	15
Print und Digital aus einer Hand			
· Titelporträt	4	· Content-Solutions	16
· Digitalporträt www.ingenieur.de	6	· Digital-Advertorial, Produktempfehlung und Firmenporträt	16
· Exklusiv-Themenseite			
· ArtikelSponsoring und Artikel-PDF	8	· ArtikelSponsoring und Artikel-PDF	18
· Exklusiv-Supplement			
· Newsletter	20	· Newsletter	20
· Podcast	21	· Podcast	21
· Premium-Firmeneintrag	10	· Premium-Event im Veranstaltungskalender	22
· Rubriken, Sonderplatzierungen, Einheftter, Beilagen	11	· Premium-Event im Veranstaltungskalender	24
· Rubriken, Sonderplatzierungen, Einheftter, Beilagen	12	· Premium-Event im Veranstaltungskalender	26
Stellenmarkt			
· Stellenanzeigen in der HLH	13	· Verlagsangaben	27
Digital			
· Webporträt HLH	14	· Ansprechpartner	29
· Allgemeine Geschäftsbedingungen			
			30

HLH

Kernkompetenz Technische Gebäudeausrüstung

Die HLH informiert alle Ingenieure aus den Bereichen Planung, Ausführung und Anwendung, und damit die entscheidenden Fachleute der Technischen Gebäudeausrüstung, über das fachliche Gesamtgeschehen im Markt.

In wissenschaftlichen Fachaufsätzen und praxisnahen Anwendungsberichten werden grundsätzliche wie aktuelle Themen beleuchtet. Dabei bildet die HLH das gesamte Spektrum der Technischen Gebäudeausrüstung ab: von der Heiztechnik über die Bereiche Klima, Lüftung und Kälte bis zur Sanitärtechnik. Gebäudeautomation und MSR-Technik sowie Aufsätze und Berichte aus den Segmenten Energiebedarf und Erneuerbare Energien bilden weitere regelmäßige Themen schwerpunkte. Als Titel der VDI Fachmedien profitiert die HLH von der direkten Anbindung an Deutschlands größtes Ingenieurernetzwerk.

Positionierung

Die HLH ist mit einer Auflage von 11.000 Exemplaren, wovon 7.509 abonniert sind, der maßgebliche Werbeträger in der Zielgruppe der Fachingenieure und Fachplaner im Bereich der Technischen Gebäudeausrüstung in Deutschland. Seit über 70 Jahren am Markt, erreicht die HLH als offizielles Organ des VDI regelmäßig über 7.000 Ingenieure des VDI Verein Deutscher Ingenieure im Bereich Technische Gebäudeausrüstung – eine exklusive Zielgruppe mit hoher Produktentscheidungskompetenz. Diese hochkarätige Leserschaft, in Kombination mit höchster redaktioneller Qualität, machen die HLH seit vielen Jahren zu dem führenden Werbeträger im TGA-Markt.

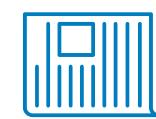


**Einzigartige
Reichweite!
Qualifizierte
Zielgruppe!**



Erscheinungsweise

9 x in 2022
(davon 3 Doppelausgaben)

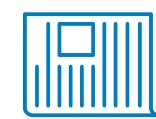


Jahrgang 73



Erscheinungsweise

9 x in 2022
(davon 3 Doppelausgaben)

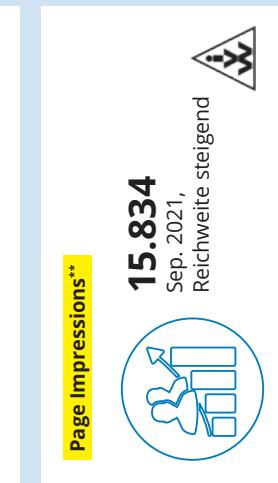
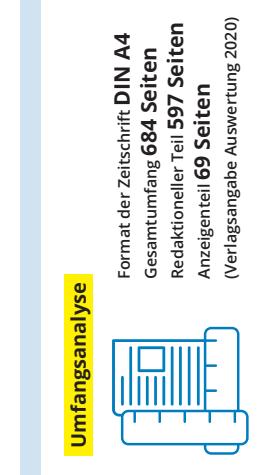
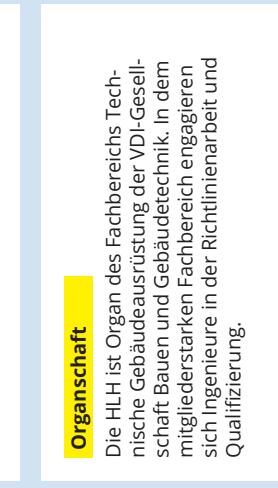
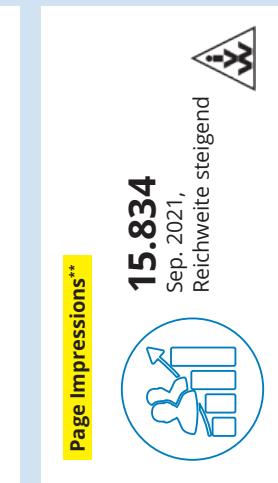
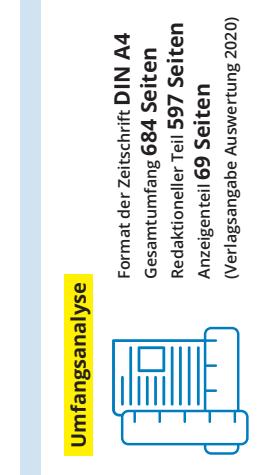
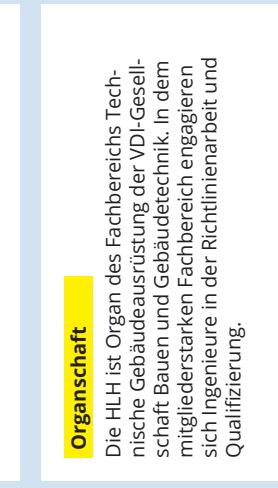


Jahrgang 73



verbreitete Auflage*

10.000 Ex.



Page Impressions**



15.834

Sep. 2021,
Reichweite steigend



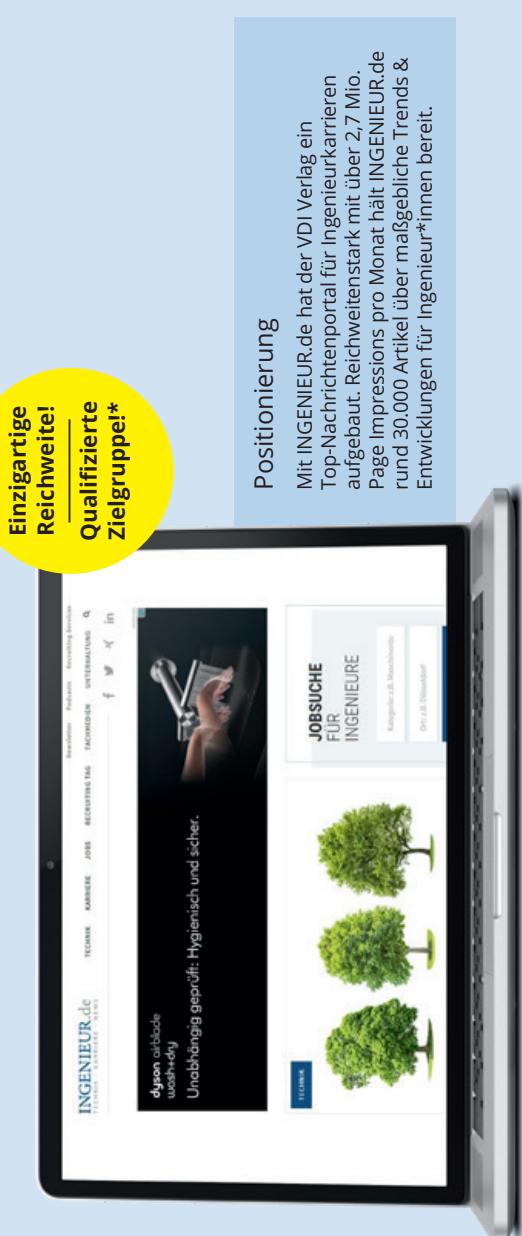
Organschaft

Die HLH ist Organ des Fachbereichs Technische Gebäudeausrüstung der VDI-Gesellschaft Bauen und Gebäudetechnik. In dem mitgliederstarken Fachbereich engagieren sich Ingenieure in der Richtlinienarbeit und Qualifizierung.

INGENIEUR.de – Technik, Karriere, News

Objektprofil

Wer Zukunft gestalten will, braucht etablierte Innovationstreiber UND qualifizierten Nachwuchs. In der weitläufigen Welt der Technik ist INGENIEUR.de für genau diese beiden Schlüsselgruppen die digitale Wissensheimat: Die innovative Plattform INGENIEUR.de liefert Fäch- und Führungskräften der Ingenieurberufe News aus Wirtschaft, Wissenschaft und Forschung sowie Karriere und Recruiting.

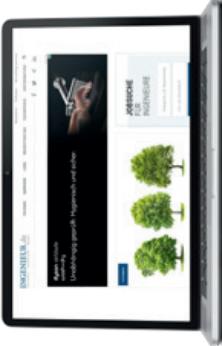


* Durch die Integration der HLH auf Deutschlands größtem Ingenieurportal stellen wir unsere Inhalte nun einem noch größeren Fachpublikum zur Verfügung. Das Webporträt der HLH finden Sie auf Seite 14.

Positionierung

Mit INGENIEUR.de hat der VDI Verlag ein Top-Nachrichtenportal für Ingenieurkarrieren aufgebaut. Reichweitenstark mit über 2,7 Mio. Page Impressions pro Monat hält INGENIEUR.de rund 30.000 Artikel über maßgebliche Trends & Entwicklungen für Ingenieur*innen bereit.

Page Impressions



2.729.607

71,75 %

pro Monat davon sind mobil unterwegs

IWW 09/2021

Visits

1.958.646

pro Monat

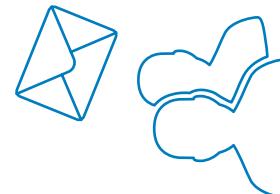
IWW 09/2021



Newsletter

INGENIEUR.de

Technik-Newsletter
6.520



Registrierte User und Newsletter-Empfänger,
Verlagsangabe 10/2021

Fans & Follower

0,64 Mio.

AGOF daily digital facts
07/2021, Einzelmonat,
Grundgesamtheit 16+



Podcasts

Karriere-Newsletter
42.200

Druckwelle:
9.584 Abonnenten*innen
2.286 Downloads /
Streams pro Monat

Verlagsangabe 10/2021

Termin- und Themenplan 2022

Ausgabe		1/2	3	4	5	6	7/8	9	10	11/12
Anzeigenschluss		28. Januar 2022	7. März 2022	1. April 2022	27. April 2022	1. Juni 2022	3. August 2022	31. August 2022	30. September 2022	31. Oktober 2022
Erscheinungstermin		18. Februar 2022	28. März 2022	26. April 2022	18. Mai 2022	24. Juni 2022	25. August 2022	21. September 2022	24. Oktober 2022	23. November 2022
Heft beim Leser**		23. Februar 2022	31. März 2022	29. April 2022	23. Mai 2022	29. Juni 2022	30. August 2022	26. September 2022	27. Oktober 2022	28. November 2022
Messen & Veranstaltungen*			Light + Building 13. – 18.3., Frankfurt / Main	IFH / Intherm 26. – 29.4., Nürnberg	The smarter E / Intersolar 11. – 13.5., München			SHK Essen 6. – 9.9., Essen	Chillventa 11. – 13.10., Nürnberg	GET Nord 17. – 19.11., Hamburg
Sonderthemen Berichte Hintergründe Informationen		Vorbericht zur Light + Building: Trends und Produkte	Vorbericht zur IFH / Intherm: Trends und Produkte	Vorbericht zur The smarter E / Intersolar: Trends und Produkte			Vorbericht zur SHK Essen: Trends und Produkte	Vorbericht zur Chillventa: Trends und Produkte	Vorbericht zur GET Nord: Trends und Produkte	
Heiztechnik	Heizkörper und Wärmeverteilung Radiatoren, Flächenheizkörper, Konvektoren, Fußboden- und Deckenheizungen, Heizungsverteiler, Umwälzpumpen, Rohrleitungen, Armaturen	Sonderausgabe: Entwicklungen, Trends, Prognosen in der Heiz-, Raumluft- und Sanitärtechnik Special Light + Building	Special Wärmeerpumpen geothermische Heizsysteme	Erneuerbare Energien, Biomasse, Photovoltaik, Speichertechnologie	Vom Kessel bis zum Schornstein: Optimierte Systemtechnik, Hydraulischer Abgleich, Heizungswasseraufbereitung	Heiz- und Kühlsysteme für Hallen und Großräume	Special zu Möglichkeiten der CO₂-neutralen Wärmeversorgung	MSR-Technik Hydraulischer Abgleich, Wärmemengenzähler, Heizkostenverteiler, Thermostatventile	Heiz- und Kühlflächensysteme, klimatisieren mit Bauteilen	Forschungsstand Heiztechnik
	Wärmeerzeuger Wärmeerpumpen, Heizkessel, Brenner und Feuerungen, Solaranlagen, Schornsteine		BHKW, Kraft-Wärme-Kopplung, Brennstoffzellenheizgeräte, Großheizkessel		Verbrauchserfassung, Smart Metering, Monitoring			Special Gebäudeautomation Smart Building, Smart Home, Digitale MSR-Technik, Elektrotechnik in der TGA	Abwärmenutzung	
Raumlufttechnik	Klima- und Lüftungstechnik, Reinraumtechnik Anlagen, Systeme, Verfahren	Raum- und Gebäudeautomation / Mess-, Steuer- und Regelungstechnik / Software & IT / Facility Management	Energieoptimierte Luft- und Klimatechnik, Luftbefeuchtung, Luftfilter	Special Brandschutz Lüftungs-/Brandschutzzklappen, Brandmeldesysteme, Löschanlagen, Entrauchung	Special Hygiene in der Raumlufttechnik Inkl. Online-Special	Kontrollierte Wohnungslüftung	Luft- und Brandschutztechnik	Special Lüftung - Klima - Kälte - Ventilatoren anlässlich der Chillventa Inkl. Online-Special		Raumlufttechnik: Neue Trends und Entwicklungen in der Klima- und Lufttechnik
	Anlagenkomponenten Ventilatoren, Luftfilter, Luftkanäle, Wärmetauscher, Kältemaschinen, Wärmerückgewinnung		Gebäudeautomation in der Praxis	Software- und IT-Lösungen, BIM	Tageslichtnutzung und künstliche Beleuchtung			Aufzugstechnik		Special Integrale Planung Software für TGA-Planer, Building Information Modeling (BIM), Simulationssoftware
Elektrotechnik	Brandschutz, Photovoltaik, Aufzugstechnik, Lichttechnik, Sicherheitstechnik, Elektroanlagen, Elektroinstallationen, Facility Management	Raum- und Gebäudeautomation / Mess-, Steuer- und Regelungstechnik / Software & IT / Facility Management		Pumpensysteme	Special Trinkwasserhygiene	Wasseraufbereitung, Trinkwassernutzung	Sanitärtechnische Konzepte für Schwimmbecken, Sport- und Freizeiteinrichtungen, Schulen	Sanitärtechnische Konzepte für den Wohnungsbau	Sanitärtechnische Konzepte für Krankenhäuser und Pflegeeinrichtungen	
	Sanitäre Einrichtungen Trinkwassersysteme, Be- und Entwässerung, Bäder, Armaturen, Brausen, Thermostate, Duschen, Toiletten, sanitästechnisches Zubehör, Schwimmbadtechnik		Trinkwasserhygiene, sichere Trinkwasser-Installationen und sanitärtechnische Konzepte im öffentlichen und halb-öffentlichen Bereich	Modernisierungskonzepte für Sanitäranlagen in Wohngebäuden	Vorwandinstallationen, Vorwandsysteme, Rohre	Regen- und Abwassernutzung, Dachentwässerung, Entwässerungssysteme		Barrierefreie Sanitärräume		
Sanitärtechnik	Installationstechnik Vorwandinstallation, vorgefertigte Sanitäranlagen, Unterputz-Körper, Rohre, Wärmedämmung von Rohrleitungen, Befestigungs-/Schallschutz-einrichtungen, Abwasser-/Regenwassernutzung	Raum- und Gebäudeautomation / Mess-, Steuer- und Regelungstechnik / Software & IT / Facility Management								

Redaktionsschluss 4 Wochen vor Anzeigenschluss, Änderungen und Erweiterungen vorbehalten.

* Einige Veranstaltungen finden digital statt. Bitte informieren Sie sich im Vorfeld auf der Website. ** kann in Ausnahmefällen abweichen

Anzeigenformate* und Preise**

(Tarif-Nr.: 62)

Format in Seiten-teilen	Grundpreis s/w	2-farbig***	3-farbig***	4-farbig***
1/1 Seite	4.922,00 EUR	5.322,00 EUR	5.722,00 EUR	6.122,00 EUR
2/3 Seite	3.281,00 EUR	3.681,00 EUR	4.081,00 EUR	4.481,00 EUR
1/2 Seite	2.461,00 EUR	2.861,00 EUR	3.261,00 EUR	3.661,00 EUR
Junior Page	2.461,00 EUR	2.861,00 EUR	3.261,00 EUR	3.661,00 EUR
1/3 Seite	1.641,00 EUR	2.041,00 EUR	2.441,00 EUR	2.841,00 EUR
1/4 Seite	1.230,00 EUR	1.630,00 EUR	2.030,00 EUR	2.430,00 EUR
1/8 Seite	615,00 EUR	1.015,00 EUR	1.415,00 EUR	1.816,00 EUR

Zuschläge

(nicht rabattfähig)

Sonderfarben	420,00 EUR
Anschnittszuschlag	100,00 EUR

Malstaffel		Mengenstaffel	
3 Anzeigen	3 %	3 Seiten	5 %
6 Anzeigen	5 %	6 Seiten	10 %
9 Anzeigen	10 %	9 Seiten	15 %
12 Anzeigen	15 %	12 Seiten	20 %

Kombinationen:
 Bei Anzeigenaufrägen für mehrere Fachzeitschriften

Sonderformate: auf Anfrage
 * Alle Formate auf Seite 11
 ** Alle Preise verstehen sich zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer
 *** Die im Preis enthaltenen Farbzuschläge sind nicht rabattfähig

Rabatte

(bei Abnahmen innerhalb eines Jahres)

Anzeigenformate

Satzspiegel: 176 mm breit, 270 mm hoch, 4 Spalten zu je 39,5 mm

■ = Anschnitt (B x H) plus 3 mm Anschnitt an den Heftaußenkanten

□ = Satzspiegel (B x H)

1/1 Seite 210 x 297 mm ■ 176 x 270 mm □	2/3 Seite quer 210 x 192 mm ■ 176 x 174 mm □	1/2 Seite quer 130 x 297 mm ■ 115 x 270 mm □	1/3 Seite quer 130 x 200 mm ■ 115 x 178 mm □	1/4 Seite quer 99 x 142 mm ■ 85 x 130 mm □	1/8 Seite quer 176 x 32 mm □	1/18 Seite hoch 40 x 130 mm □
1/3 Seite 68 x 297 mm ■ 55 x 270 mm □	1/2 Seite hoch 100 x 297 mm ■ 85 x 270 mm □	1/3 Seite quer hoch 210 x 144 mm ■ 176 x 130 mm □	1/4 Seite hoch 130 x 200 mm ■ 115 x 178 mm □	1/8 Seite quer hoch 85 x 60 mm □	1/16 Seite hoch 176 x 88 mm □	1/32 Seite hoch 40 x 88 mm □
1/4 Seite 210 x 297 mm ■ 176 x 270 mm □	1/3 Seite quer 210 x 192 mm ■ 176 x 174 mm □	1/4 Seite quer hoch 100 x 297 mm ■ 85 x 270 mm □	1/5 Seite quer 130 x 200 mm ■ 115 x 178 mm □	1/10 Seite quer hoch 99 x 142 mm ■ 85 x 130 mm □	1/20 Seite hoch 176 x 88 mm □	1/40 Seite hoch 40 x 88 mm □
1/8 Seite 176 x 60 mm □	1/4 Seite quer 210 x 79 mm ■ 176 x 60 mm □	1/8 Seite quer hoch 99 x 142 mm ■ 85 x 130 mm □	1/16 Seite quer 130 x 200 mm ■ 115 x 178 mm □	1/32 Seite quer hoch 85 x 60 mm □	1/64 Seite hoch 176 x 88 mm □	1/128 Seite hoch 40 x 88 mm □

Rubrikanzeigen:		Festpreis*	a) Einheftter	Umfang	Berechnungsbasis	Festpreis*
Stellenangebote	pro mm (39,5 mm breit)	4,40 EUR	1 Blatt	1 Seite		4.922,00 EUR
Stellengesuche	pro mm (39,5 mm breit)	2,00 EUR	auf DIN A 4 gefalzt	2 Blatt	2 Seiten	9.844,00 EUR
Chiffregebühr		9,00 EUR		3 Blatt	2,5 Seiten	12.305,00 EUR
An-/Verkäufe	pro mm (39,5 mm breit)	4,40 EUR	auf DIN A 4 gefalzt	4 Blatt	3 Seiten	14.766,00 EUR
Chiffregebühr		9,00 EUR				

Erforderliche Auflage: 10.000 Exemplare
Rabattierung nach der Mengenstaffel, auch in Kombination mit Anzeigen.

Premiumplatzierungen	Festpreis*
Titelseite	6.122,00 EUR
Innentitelseite	3.661,00 EUR
Anzeige im Inhaltsverzeichnis (1/3 Seite hoch)	2.841,00 EUR
Anzeige im Inhaltsverzeichnis (1/2 Seite hoch)	3.661,00 EUR
Advertisorial (1/1 Seite)	4.285,00 EUR
Advertisorial (1/2 Seite)	2.929,00 EUR
werden nur ganzzseitig vergeben:	
II., IV. Umschlagseite, Zuschlag	100,00 EUR
III. Umschlagseite, Zuschlag	50,00 EUR

b) Beilagen
Nur Inlandsausgabe. Format bis zu 200 x 290 mm, max. 4 Seiten Umfang.
Gewicht bis 25 g; 370,00 EUR o/oo. Preise inkl. Postentgelte.
Preise für Beilagen mit höherem Gewicht und Umfang auf Anfrage.
Beilagen nicht rabattierbar.

Erforderliche Auflage: 10.000 Exemplare

Premiumplatzierungen	Festpreis*
Titelseite	6.122,00 EUR
Innentitelseite	3.661,00 EUR
Anzeige im Inhaltsverzeichnis (1/3 Seite hoch)	2.841,00 EUR
Anzeige im Inhaltsverzeichnis (1/2 Seite hoch)	3.661,00 EUR
Advertisorial (1/1 Seite)	4.285,00 EUR
Advertisorial (1/2 Seite)	2.929,00 EUR
werden nur ganzzseitig vergeben:	
II., IV. Umschlagseite, Zuschlag	100,00 EUR
III. Umschlagseite, Zuschlag	50,00 EUR

c) Aufgeklebte Werbemittel
Aufkleben von Postkarten 42,00 EUR o/oo. Aufkleben von Gegenständen (z. B. Muster/Proben, CD-ROM/DVD) auf Anfrage. Aufkleben von Druckergebnissen oder Gegenständen zusätzlich 52,00 EUR o/oo Klebekosten.
Aufgeklebte Werbemittel nur in Verbindung mit einer Trägeranzeige (1/1 Seite).

* Alle Preise verstehen sich zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer

Stellenmarkt

Stellenanzeigen in der HLH

Die Suche nach den passenden Ingenieuren gleicht der Suche nach der Nadel im Heuhaufen?

Nicht, wenn Sie gezielt dort werben, wo Sie mit 0 % Streuverlust und 100 % Trefferquote Ingenieure aus den verschiedenen Bereichen finden: in den Fachzeitschriften der VDI Fachmedien.

Zielgruppe:
Fachplaner und Ingenieure der
Technischen Gebäudeausrüstung
(VDI-Gesellschaft Bauen und Gebäudetechnik)
Druckauflage: 10.000
Ausgaben/Jahr: 9
Ihr Ansprechpartner:
CrossMediaConsulting Wolfgang Ernd GmbH
Joanna Klingbiel
Telefon: +49 40 881 449-370
jklingbiel@cmc-c-web.de



Grundpreis* 4,40 EUR
Farbzuschlag pro Farbe** alle Formate 400,00 EUR

* pro mm (39,5 mm breit), ** Euroskala/Sonderfarbe

Preis je Stellenanzeige **500 EUR***

* Preis gilt nur in Kombination mit einer Printanzeige, nicht bei reiner Online-Buchung. Preis hierfür auf Anfrage.

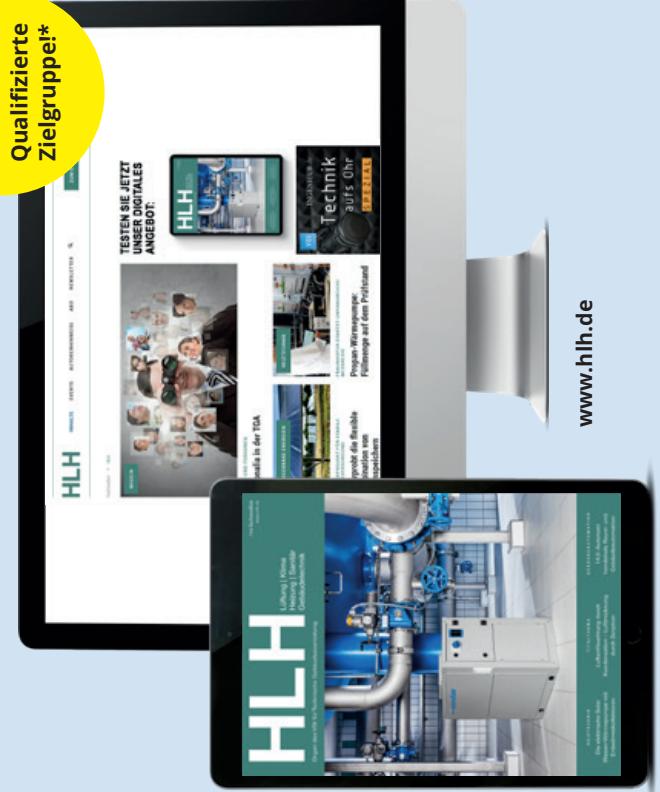
Webporträt

Durch die Integration der „HLH“ auf Deutschlands größtem Ingenieurportal stellen wir unsere Inhalte nun einem noch größeren Fachpublikum zur Verfügung.

In Ergänzung zur Printausgabe finden unsere Leser auf dem Portal „HLH“ neben der E-Paper-Ausgabe tagesaktuelle Branchen-News, spannende Berichte, Produkt- und Firmenporträts sowie Karriereempfehlungen und natürlich den Veranstaltungskalender.

Zielgruppe:

Fachingenieure und TGA-Planer aus den Bereichen Planung, Ausführung und Anwendung.



www.hlh.de

Page Impressions
www.hlh.de

15.834
Monatsdurchschnitt Sep. 2021

* MW 09/2021, Reichweite steigend

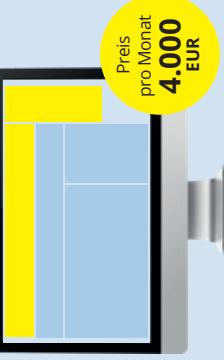
* Durch die Integration der HLH auf Deutschlands größtem Ingenieurportal stellen wir unsere Inhalte nun einem noch größeren Fachpublikum zur Verfügung.

Display Werbung auf www.hlh.de

VDI Fachmedien »HLH» Mediadaten

Bannerformate

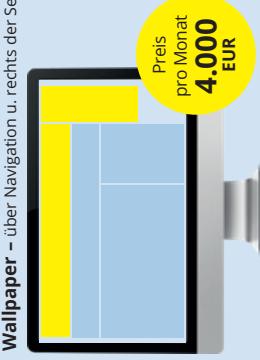
Wallpaper – über Navigation u. rechts der Seite



Abmessung: 800 x 90 Px
Rechts: 120 (200) x 600 Px
Initial Load: max. 200 KB
Host Initiated Subload: max. 300 KB

Gewicht: Preis pro Monat
4.000 EUR

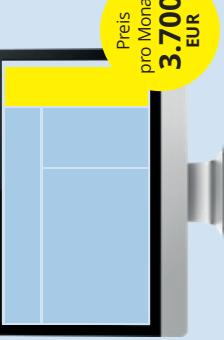
Billboard Ad – prominent unter Navigation



Abmessung: 800 (970) x 250 Px
Initial Load: max. 200 KB
Host Initiated Subload: max. 300 KB

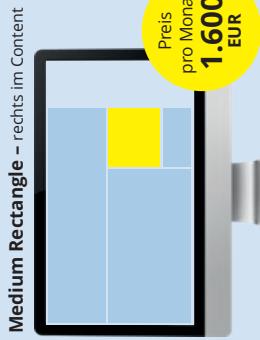
Gewicht: Preis pro Monat
3.700 EUR

Sitebar Ad – rechts neben Content, permanent im sichtbaren Bereich



Abmessung: Dynamisch in Höhe u. Breite. Als Orientierung des Seitenverhältnis dient die „Ratio“ 1:2
Initial Load: max. 200 KB
Host Initiated Subload: max. 300 KB

Gewicht: Preis pro Monat
3.700 EUR



Abmessung: 300 x 250 Px
Initial Load: max. 200 KB
Host Initiated Subload: max. 200 KB

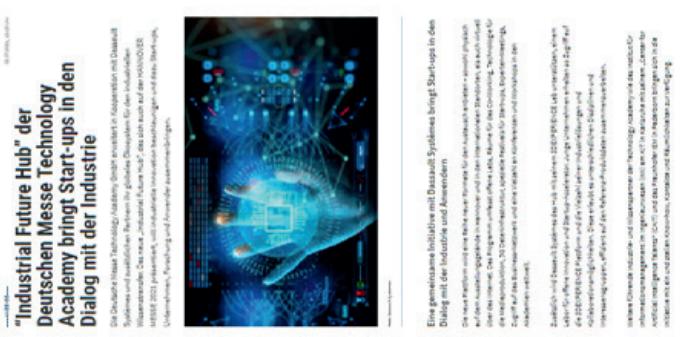
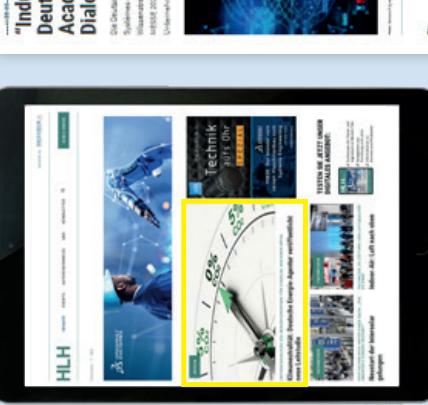
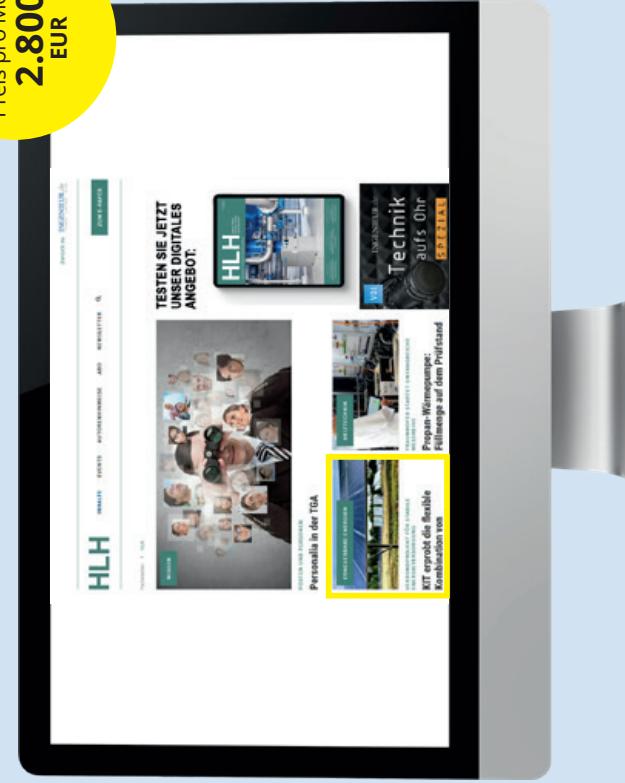
Gewicht: Preis pro Monat
1.600 EUR

Abmessung: 728 x 90 Px
Initial Load: max. 200 KB
Host Initiated Subload: max. 200 KB
Dateiformate: jpg, png, gif, html5 (statisch oder animiert)

Digital-Advertisorial

Das Digital-Advertisorial transportiert Ihre anspruchsvolle Botschaft nachhaltig in die hochkarätige Zielgruppe. Präsentieren Sie Ihren Content im themen- und zielgruppenaffinen Umfeld. Stellen Sie Ihre Problemlösungsansätze im redaktionellen Look&Feel vor und nutzen Sie die Chance, Ihre Werbbotschaft im Umfeld redaktioneller Artikel, einer glaubwürdigen und kompetenten Redaktion, einzubinden.

- Platzierung in den redaktionellen Beitragskacheln des Portals.
- Artikel läuft mit Bild und Überschrift auf dem Portal des Fachmagazins ein.
- Verlinkung erfolgt auf Ihre eigene Artikelseite. Nach Ablauf der 4 Wochen bleibt der Artikel 6 Monate in der entsprechenden Rubrik auffindbar.
- Artikel läuft mit Bild und Überschrift ebenfalls auf der Startseite INGENIEUR.de ein.
- Mehrere Bilder, Logos, Grafiken und Videos können eingebunden werden. Beitrag kann bis 6.000 Zeichen lang sein.



Produkttempfehlung oder Firmenporträt

Die Produkttempfehlung rückt Ihr innovatives Highlight in den Fokus unserer hochkarätigen Zielgruppe. Das Firmenporträt stellt Sie vor und positioniert Sie als Kompetenzträger der Branche. Platzieren Sie sich im redaktionellen Look&Feel und nutzen Sie die Chance, Ihre Kompetenz im Umfeld redaktioneller Artikel, einer glaubwürdigen und kompetenten Redaktion, einzubinden.

- Platzierung in den redaktionellen Beitragsskachsen des Portals.
- Produkttempfehlung oder Firmenporträt laufen mit Bild und Überschrift auf dem Portal des Fachmagazins ein.
- Verlinkung erfolgt auf Ihre eigene Artikelseite. Nach Ablauf der 4 Wochen bleibt der Artikel 6 Monate in der entsprechenden Rubrik auffindbar.
- Artikel läuft mit Bild und Überschrift ebenfalls auf der Startseite INGENIEUR.de ein.



Wir beraten Sie gerne und planen gemeinsam mit Ihnen eine Content-Solutions-Kampagne!

Exklusiv-Themenseite

Ihre exklusive Themenseite bietet Ihnen maximale Möglichkeiten, Ihre wertvollen Informationen zu transportieren. Die Platzierung in der Navigation unseres Portals macht Sie zu einem seriösen Partnerunternehmen. Mit dem Aufbau Ihrer exklusiven Rubrik kreieren Sie ein individuelles Umfeld für Ihre Kommunikation in einer themenaffinen Zielgruppe.

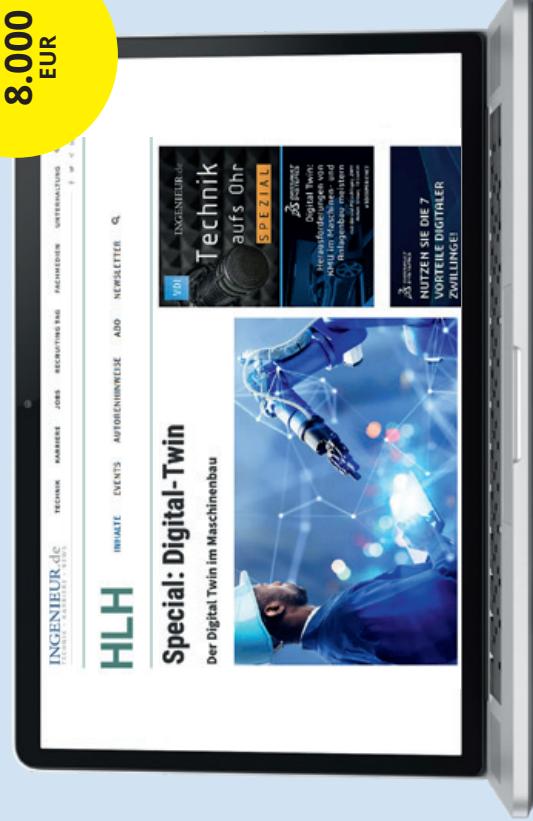
- Exklusive Platzierung Ihrer eigenen Rubrikseite in der Navigation des Portals.
- Ihre Rubrik wird auf der Startseite des Portals als Empfehlung der Redaktion geführt.
- Verlinkung erfolgt auf Ihre Rubrikseite.
- Alle Artikel laufen mit Bild und Überschrift auf dem Fachmagazins ein.
- Alle Artikel laufen ebenfalls mit Bild und Überschrift auf der Startseite INGENIEUR.de ein.

Special: Digital-Twin
Der Digital Twin im Maschinenbau

Special: Digital-Twin



Preis ab
8.000 EUR



Übersicht Medialeistungen

Medialeistung	Small	XL	Brandchannel
Enthaltene Anzahl Artikel	4	12	24
Dauer der Präsenz in Monaten	3	6	12
Premium-Event-Kalendereinträge für Webinare, Events, Konferenzen	–	6	24
Einbindung von Stellenanzeigen auf der Themenseite des Portals	–	4	12
Premium-Teaser-Box zur Themenseite, als Medium Rectangle auf dem Portal	buchbar für 1.500 EUR einmalig	buchbar für 2.000 EUR einmalig	inklusive
Social Seeding	separat buchbar	1x Channel Ihrer Wahl als Teaser für die Themenseite	6 x alle Social-Channels von INGENIEUR.de als Teaser für die Themenseite und für Artikel
Preis (netto)	8.000 EUR	16.000 EUR	22.000 EUR

Special: Digital-Twin

Der Digital Twin im Maschinenbau

The theoretical background: Wie der Digital Twin viele Wege beschreift macht Maschinen- und Anlagenbau fit für die Zukunft macht

Dassault Systemes ist einer der führenden Software-Anbieter für Unternehmen aus Produktion und Entwicklung. Weltweit über 200.000 Kunden sind durch das 140 Ländern vertraut mit Produkten vom Design bis Systemen, um den Dienstleistungen reiche Konfigurationsplattform zu unterstützen und auszubauen. Im Bereich von Dassault Systemes steht dabei das digitale TWIN Konzept, das es ermöglicht, maschinenbautechnische Strukturen und -Bildern – z. B. in Form von Katalogen, Architektur oder in der Entwicklung – mit rechnerintensiven Modellen zu koppeln. Was bedeutet das für Unternehmen? Dass sie in den kommenden Minuten einfache Anfragen zu den

Immer die beste Lösung: Equipment as a Service

Die Lösung für die Produktion und Entwicklung ist komplett neu konzipiert. Der neue Service basiert auf dem Prinzip der „Equipment as a Service“ (EaaS). Das bedeutet, dass Unternehmen nicht mehr die Anschaffung von Maschinen benötigen, sondern diese können über einen langfristigen Vertrag an Dritte vermietet werden. Dies ermöglicht eine optimierte Nutzung der Ressourcen und eine bessere Kostenkontrolle.

Episode 1 von „Auf Wolke sieben mit 3DEXPERIENCE on the Cloud von Dassault Systemes!“

„DAY IN THE LIFE OF A DAY TUP DEI“

Produkt EMPFEHLUNG

Produkt EMPFEHLUNG

Der Digital Twin im Maschinenbau

Special: Digital-Twin

Gezielte, detaillierte, produktionsoptimierende Nachhaltiger Marketingstrategie

Nachhaltigere agierende und Prozesse optimierende Basis der 3DEXPERIENCE Platform

Einzelfoto 5 von „Auf Wolke sieben mit 3DEXPERIENCE on the Cloud von Dassault Systemes!“

Special: Digital-Twin

Gezielte, detaillierte, produktionsoptimierende Nachhaltiger Marketingstrategie

Nachhaltigere agierende und Prozesse optimierende Basis der 3DEXPERIENCE Platform

Einzelfoto 5 von „Auf Wolke sieben mit 3DEXPERIENCE on the Cloud von Dassault Systemes!“

Special: Digital-Twin

Gezielte, detaillierte, produktionsoptimierende Nachhaltiger Marketingstrategie

Nachhaltigere agierende und Prozesse optimierende Basis der 3DEXPERIENCE Platform

Einzelfoto 5 von „Auf Wolke sieben mit 3DEXPERIENCE on the Cloud von Dassault Systemes!“

* Social Media Posts können nur realisiert werden, wenn der buchende Kunde über ein offizielles Facebook und Twitter Profil verfügt.

Artikelsponsorring

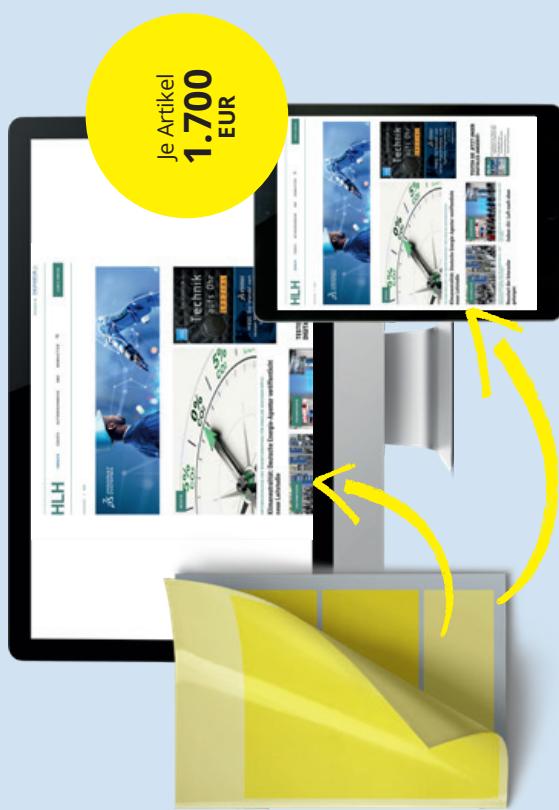
In unserer Fachzeitschrift ist ein Beitrag von Ihnen erschienen?
Oder wurde über Sie, Ihre Produkte und Systeme berichtet?
Stellen Sie Ihren Fachbeitrag einem noch breiteren Publikum
zur Verfügung und lassen Sie die hochkarätige Zielgruppe des
Online-Portals von Ihrem Know-how profitieren.

- Freie Nutzung Ihres Fachbeitrags auch für Nicht-Abonnenten.
- Fachbeitrag wird vor die Paywall gestellt und allen Portalnutzern als Artikel zugänglich gemacht.
- Artikel läuft mit Bild und Überschrift auf dem Portal des Fachmagazins ein und verlinkt auf Ihren Beitrag.
- Artikel wird als „exklusiv“ gekennzeichnet.
- Artikel läuft mit Bild und Überschrift ebenfalls auf der Startseite INGENIEUR.de ein.



Erweiterte Leserschaft: Ihr Beitrag erscheint öffentlich zugänglich auf www.hlh.de und ist somit für das breite Fachpublikum und auch für Nicht-Abonnenten zugänglich.

* Der Artikel darf nur zu eigenen Zwecken ins Internet gestellt, nicht verändert und nicht an Dritte vermarktet werden. Wenn Sie die PDF Datei im Internet zum Download anbieten, fügen Sie bitte in unmittelbarer Nähe zur Datei eine Quellenangabe und einen Link zu www.hlh.de hinzu.



Große Reichweite: Ihr Beitrag wird zusätzlich auf der Startseite von www.ingenieur.de, dem reichweitenstärksten Ingenieurportal Deutschlands, ausgespielt.



Der Artikel wird individuell nach Ihren Wünschen modifiziert oder ergänzt und um Logo und Kontaktdaten erweitert, bis zu einem Umfang gemäß Produktempfehlung auf Seite 17.



Ihr Artikel als PDF

Nutzen Sie den Artikel für Ihre Zwecke nach Erscheinung in den Fachmedien!
Erstellung der PDF Ihres Beitrags 300 EUR netto zzgl. MwSt.

Content-Solutions auf www.hlh.de

VDI Fachmedien » HLH » Mediadaten

Exklusiv-Supplement

Ihre Beilage oder Ihr Whitepaper auf www.hlh.de

Qualitativ hochwertige Fachinformationen, umfassend, gezielt und reichweitenstark an die Zielgruppe der technischen Fach- und Führungskräfte zu liefern, dass erreichen Sie mit dem lesefreundlich blätterbaren PDF-Format auf www.hlh.de. Verlinken Sie das Whitepaper auf Ihre Website und generieren Sie dort direkt Ihre Kontakte. Die Bewerbung erfolgt als Teaserbox auf unserem Portal.

Jetzt Leads generieren

Auf Wunsch steht Ihnen auch unser Leadservice zur Sammlung qualitativ hochwertiger Leads zur Verfügung. So schaffen Sie für Ihre Vertriebsmitarbeiter laufend neue Kundenpotentiale und Umsatzchancen.

Leadgenerierungstool innerhalb der Kampagne optional zubuchbar.



Wir beraten Sie gerne und planen gemeinsam mit Ihnen eine Reichweiten-Kampagne!

Newsletter hlh.de

The newsletter features a large yellow circular call-to-action button in the center: "Buchbar ab April 2022".

Digitale Zukunft der Arbeit

Am 26. Oktober 2021 um 16:00 Uhr
Salle grande des Domus und Herren,
Heizung | Klimatechnik | Sanitär | Gebläsetechnik

Digitalisierung und die Zukunft der Arbeit

Weltweit sind Unternehmen in der Produktion und im Handel mit dem Übergang von analog zu digital konfrontiert. Der Wandel ist nicht linear und kann sich in unterschiedlichen Phasen vollziehen. Einige Unternehmen haben sich bereits auf den digitalen Markt ausgeweitet, während andere noch an der Anwendung von digitalen Technologien arbeiten. Einige Unternehmen haben sich auf den digitalen Markt ausgeweitet, während andere noch an der Anwendung von digitalen Technologien arbeiten.

Das digitale Update für die TGA-Branche: Spannende Forschungsprojekte, aktuelle Studien, exklusive Hintergrundberichte – der Newsletter der HLH informiert alle 14 Tage über die wichtigsten Themen aus dem Bereich der Technischen Gebäudeausrüstung. **Einmalig mit dabei:** Informationen zu Förderprogrammen und Richtlinien, Berichte zu Fachmessen und Produkten, Neuigkeiten aus Unternehmen und Verbänden. **Der Nutzwert für den planenden Ingenieur steht dabei stets im Fokus der Berichterstattung.**

Digitale Kampagnenverlängerung aus einer Hand: egal ob mit Banner oder Text-Bildanzeige. Mit den neuen Newsletterangeboten der VDI Fachmedien landet Ihre Unternehmenskommunikation verlässlich und direkt bei Ihrer Zielgruppe.

- Ihre Zielgruppe sind technikaffine Ingenieure und Entscheider.
- Platzieren Sie Ihre Werbebotschaft in einem unserer neuen Newsletter-Produkte.
- Wir tragen Ihr Thema in den Markt.
- Sie profitieren von einer starken Medienmarke.
- Exklusives und aufmerksamkeitsstarkes Umfeld.
- Versand 14-täglich.

Wählen Sie aus

Buchbar ab April 2022

1. Banner

560 px breit x max. 400 px hoch, max. 300 KB

Preis: 700 EUR



2. Text-/Bild-Anzeige

Überschrift: max. 80 Zeichen inkl. Leerzeichen
Anzeigentext: max. 240 Zeichen inkl. Leerzeichen
Bildmotiv (Querformat): 2:1 (+Bildquelle)

Preis: 600 EUR



Di-Ing. Bernhard Untzield, Partner Roland Berger
Arbeiten in der Fabrik der Zukunft – Visionen und Herausforderungen
Die industrielle Produktion hat sich bereits im letzten Jahrzehnt stark gewandelt. Wie sehen die Visionen für die Zukunft und das Industrielle Arbeiten der Zukunft aus? Welche Herausforderungen kommen auf Mitarbeiter, Unternehmen und Gesetzgeber zu?



Friederike Lampert, Head of Marketing



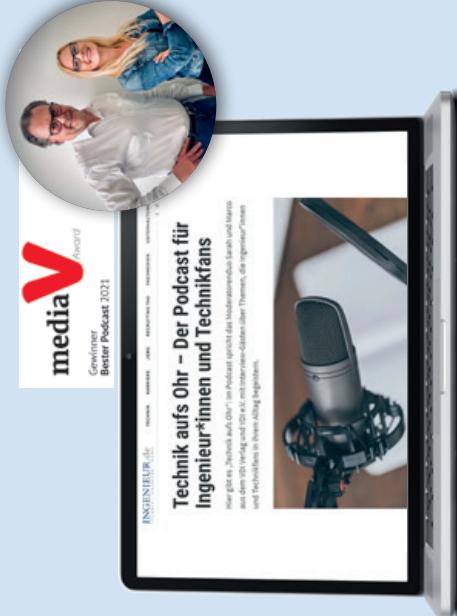
* Anmutungsbeispiel INGENIEUR.de

Podcasts – aktuelle Werbe-Stars

Kaum gelaucht, schon nominiert und ausgezeichnet

Unsere Hörer*innen erfreuen sich aktuell an zwei hochkarätigen Podcast-Formaten:

„Technik aufs Ohr“ – der Podcast speziell für Ingenieur*innen sowie Technikbegeisterte. Ob AI, Smart Factory oder alles rund um die Karriere – in einem unterhaltsamen und dialogischen Format spricht unser Moderationsteam mit seinen Interview-Gästen über aktuelle Themen, die Ingenieur*innen interessieren und bewegen.



„Druckwelle“ – der Podcast zur Additiven Fertigung. Ob Metalldruck, Kunststoffe und Keramiken oder weitere ausgewählte Anwendungsbereiche der Additiven Fertigung.



Technik aufs Ohr

Das einzigartige Konzept hat den Mediav Award 2021 gewonnen und ist für die Rudolf-Diesel-Medaille nominiert! Das Moderationsduo Sarah Janczura und Marco Dadomo steigert das Interesse an Technik – und das auf leichte, schnell konsumierbare Weise. Mit dem Podcast wird der VDI in einer neuen, jungen Zielgruppe sichtbarer und gewinnt gänzlich neue Fans.

Wissenschaft in den Charts:

„Technik aufs Ohr“ zählt zu den Top 5-Podcasts in den Spotify Charts der Kategorie Technologie.

Druckwelle

Hör mal, so funktioniert der 3-D-Druck!

Die additive Fertigung gilt als Zukunftstechnologie. Beinahe täglich werden neue Verfahren entwickelt, um verschiedene Materialien in Form zu bringen. Moderator Stefan Asche erklärt, wohin die Reise geht. Dazu blickt er mit seinen Gästen tief in die Bauräume der jüngsten Maschinen. Wer hört, kann mitreden.

Unsere Podcasts werden über Podigee (Spotify, Apple Podcasts, Amazon und Google) ausgespielt.

Übersicht Medialeistungen

Medialeistung	Native Audio Ad	Story Ad	Exklusiv Podcast
Konzept	Ihre Werbebotschaft in unserem Podcast, z.B. mit einer Laufzeit von 15 Sekunden (jeweils als Pre-Roll und Post-Roll) oder 30 Sekunden (als Mid-Roll).	Mit einer Story Ad – eingebunden als kleine Interview-Sequenz im Frage- und Antwortspiel – platzieren wir Ihre tiefergehende Botschaft an passender Stelle im laufenden Podcast.	Als Exklusiv-Podcast gestalten Sie Ihre ganz eigene Podcast-Folge, mit Ihren individuellen Themen. Insbesondere Inhalte mit hoher Lösungskompetenz glänzen in diesem Format.
Key Facts	• je 15 Sekunden als Pre-Roll und Post-Roll • alternativ 30 Sekunden als Mid-Roll • Verlinkung erfolgt in der Shownote beim Podcast-Aufruf.	• Dauer: 1:30 – 2:00 Min. • Wir erstellen mit Ihnen 3 Fragen und Antworten. • Antworten einfach mit dem Smartphone aufnehmen • Verlinkung erfolgt in der Shownote beim Podcast-Aufruf	• Dauer: 30 Min. • Nennung & Verlinkung in Episoden-Beschreibung • Wir übernehmen mit Ihnen gemeinsam die Produktion.
Mediainvest Technik aufs Ohr	ab 1.500 EUR*	4.500 EUR	12.500 EUR
Mediainvest Druckwelle	ab 900 EUR*	3.800 EUR	5.000 EUR

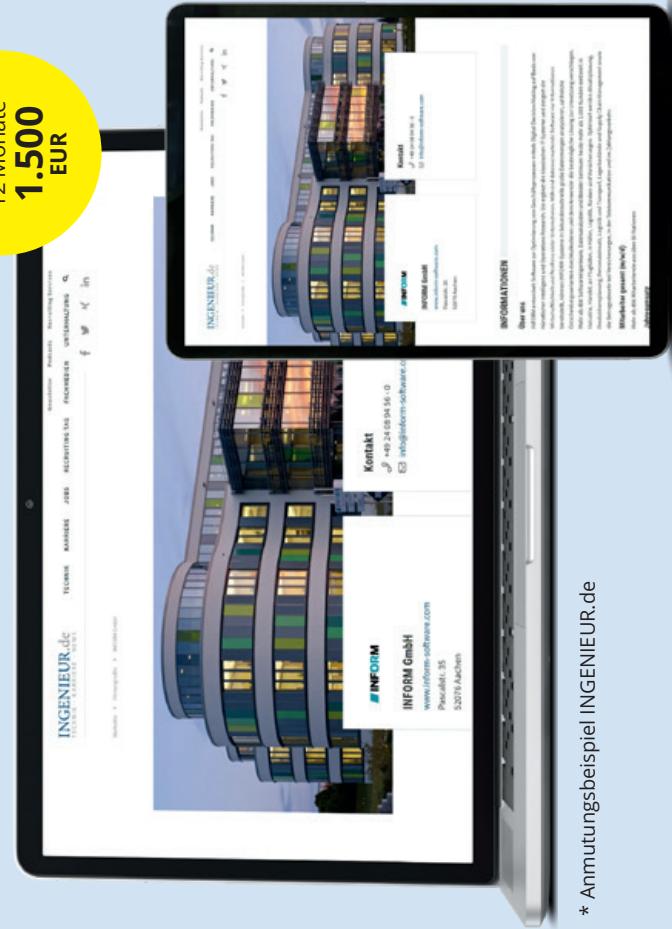


* Preis bei Anlieferung Ihrer wav-Datei, Zuschlag 300 EUR wenn der VD Vertrag das Ad produziert. Invest bei 4 Buchungen: 4.600 EUR für Technik aufs Ohr / 3.000 EUR für Druckwelle

Premium-Firmeneintrag

Stellen Sie sich mit dem Premium-Firmeneintrag unserer hochkarätigen Zielgruppe als Kompetenzzträger und Top-Arbeitgeber vor. Platzieren Sie Informationen über Ihr Unternehmen, USP, Ihre Geschäftsfelder, Unternehmensgröße und Mitarbeiterzahl sowie sämtliche Vakanzen und heben Sie sich ab. Optimales Employer-Branding-Tool. Binden Sie Videos, Interviews, Auszeichnungen oder Links mit ein und informieren Sie maximal über die Vorteile, die nur Sie bieten.

- Ganzjährige Premium-Platzierung in unserem Firmenregister. Über Firmenname und Logo hinaus wird Ihr Eintrag im Register mit „Premium“ gekennzeichnet.
- In Ihrem Eintrag können Logos, 1 Header-Bild, bis zu 6 Bilder und Videos eingebunden werden, Länge bis zu 6.000 Zeichen.



* Anmutterungsbeispiel INGENIEUR.de

Wir beraten Sie gerne und planen gemeinsam mit Ihnen eine Content-Solutions-Kampagne!

Content-Solutions auf www.hlh.de
VDI Fachmedien » HLH » Mediadaten

Premium-Event im Veranstaltungskalender

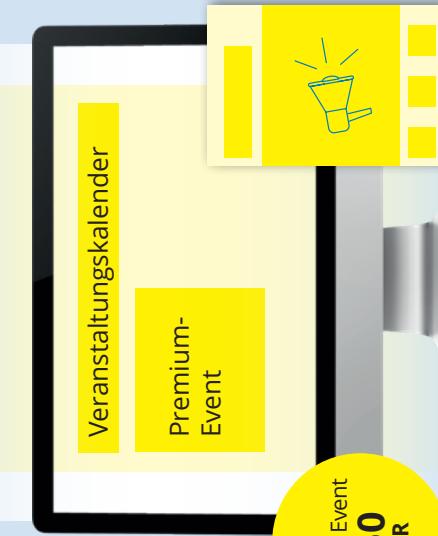
Stellen Sie Ihre Veranstaltung in den Mittelpunkt und profitieren Sie von der hochkarätigen Zielgruppe unseres Portals.

- Verankerung einer Top-Position im Kalender inklusive Bild oder Messe-Logo (4 Wochen lang).
- Eintrag im Kalender wird zusätzlich als „Empfehlung“ gekennzeichnet. Verlinkung erfolgt auf Ihr Event, bis zu 5 Bilder und Grafiken sowie 3.000 Zeichen möglich.

Eventkommunikation in den VDI Fachmedien und auf INGENIEUR.de

Ihre Möglichkeiten für die optimale Aufmerksamkeit in Ihrer individuellen Zielgruppe

- Ankündigung im Print-Fachmedium
- Ankündigung auf dem Portal
- Ankündigungsanzeigen im Vorfeld in Print und Online
- Aufnahme im Event- und Messekalender
- Premium-Event-Eintrag
- Fotostrecken und Advertorials zu Ihrer Veranstaltung
- Nachberichterstattung als Advertorial im Print-Fachmedium
- Nachberichterstattung als Advertorial auf dem Portal



Wir beraten Sie gerne und planen gemeinsam mit Ihnen eine Event-Kampagne!

Verlag:
VDI Fachmedien GmbH & Co. KG
VDI-Platz 1
40468 Düsseldorf
Telefon: +49 211 6103-0

Herausgeber:
Verein Deutscher Ingenieure e. V.

Organ:
Fachbereich Technische Gebäudeausrüstung
der VDI-Gesellschaft Bauen und Gebäudetechnik

Bezugspreis:
Jahresabonnement (Inland) 235,00 EUR*
Einzelverkaufspreis 26,80 EUR*
E-Paper-Abonnement 198,90 EUR

* inkl. Versandkosten und Mehrwertsteuer

Weitere Angaben

Termine und weitere Angaben:

Anzeigenschluss und Druckunterlagenchluss entnehmen Sie dem Themenplan. Die Rücktrittstermine sind jeweils identisch mit den Anzeigenschlussterminen. Der Verlag behält sich die Anzeigenveröffentlichung vor.
Alle Abbildungen in den Mediadaten beinhalten Umsetzungsbispiel oder Muster-Ansichten.

Bildnachweis:

Shutterstock/goodluz (1, 4); Frank Vinken/dwb (2, 29);
Julia Rosek (24)

Lieferanschrift für Beilagen, Einheft und aufgeklebte Werbemittel:

Kliemo AG
Hütte 53
4700 Eupen, Belgien
(Bitte Zeitschrift und Ausgabe vermerken)

Zahlungsbedingungen:

14 Tage nach Rechnungsdatum netto,
bei Vorauszahlung oder Bankabbuchung
2 % Skonto.
Auf Postgebühren bei Beilagen wird
kein Skonto gewährt.
UST-ID-Nr.: DE 812109115

Technische Angaben Print

Druckverfahren:

Offset

Satzspiegel:

176 mm x 270 mm (BxH)

Prozessstandard:

Fogra39

Rasterweite:

200 dpi

Gesamt-Farbauftrag:

Maximal 220 %

Anlieferung Druckdaten:

VDI Fachmedien GmbH & Co. KG
VDI-Platz 1, 40468 Düsseldorf
anzeigenabwicklung@vdi-fachmedien.de

Dateiübertragung:

Per E-Mail, auf einem Datenträger (CD, USB-Stick) oder per Download; Bei der Übermittlung per FTP-Transfer oder E-Mail:
Die Dateien und Verzeichnisse müssen eindeutige Auftragsbezeichnungen haben, d.h. den Namen der Zeitschrift und Ihren Firmennamen enthalten.

Datiformate:
PDF (PDF/X-1a bevorzugt), EPS, JPEG (alternativ)

Bildauflösung:

- hochauflösend mit 300 dpi, Farbmodell immer CMYK
- Bitmap (Strichscans) sollten eine Auflösung von mindestens 600 dpi haben
- Offene Daten sind zu vermeiden
- Alle verwendeten Schriften sind in Pfade zu wandeln oder vollständig einzubetten.

Ansprechpartner

VDI Fachmedien »HLH« Mediadaten



Ken Fouhy
Geschäftsführer
kfouhy@vdi-fachmedien.de



Sarah Simon
Leiterin Media Sales
Telefon: +49 211 6103-166
Telefax: +49 211 610397-166
ssimon@vdi-fachmedien.de



Marc Daniel Schmelzer
Chefredakteur
Telefon: +49 211 6103-462
dschmelzer@vdi-fachmedien.de



Joanna Klingbiel
Anzeigenverkauf
Telefon: +49 40 881 449-370
Telefax: +49 40 881 449-11
j.klingbiel@cmc-web.de

Susanne Storb
Anzeigen Innendienst
Telefon: +49 211 6103-380
anzeigenabwicklung@vdi-fachmedien.de

Ines Henning
Redaktion Innendienst
Telefon: +49 211 6103-311
ihenning@vdi-fachmedien.de

Digital-Team
Content- & Kampagnensteuerung
content@vdi-fachmedien.de

Vertriebsunion Meynen
Leserservice
Telefon: +49 6123 9238-202
vdi-fachmedien@vuservice.de

Allgemeine Geschäftsbedingungen

01. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag zwischen Verlag und Auftraggeber über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel (nachfolgend insgesamt als „Anzeige“ bezeichnet) eines Werbungsbetriebes oder sonstigen Inserenten (nachfolgend insgesamt als „Werbetreibende“ bezeichnet) in einer Zeitschrift oder digital zum Zweck der Verbreitung. Jeder Auftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich.

02. Ein „Abschluss“ ist ein Vertrag über die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen unter Beachtung der dem Werbungsbetriebenden gemäß, preisliste das Auftraggeber erfolgen. Rabatte werden nicht gewährt für Unternehmen, deren Geschäftszweck unter anderem darin besteht, für verschiedene Werbungstreibende Anzeigenaufträge zu erteilen, um eine gemeinsame Rabatteinräumung zu beanspruchen. So ist der Auftrag innerhalb eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeschränkt, sofern die erste Anzeige innerhalb eines Jahres nach Vertragschluss abgerufen und veröffentlicht wird.

03. Werden einzelne oder mehrere Abrufe eines Abschlusses aus Unständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zuverloren hat, so hat der Auftraggeber, unbeschädigt zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Der Auftraggeber hat, wenn nichts anderes vereinbart ist, rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb eines Jahres entsprechenden Nachlass.

04. Bei der Errechnung der Abnahmen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.

05. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die nur in bestimmten Heftnummern, bestimmt Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Vertrag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.

06. Anzeigen, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – abzulehnen, insbesondere wenn – deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist u. a. wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder für andere Werbemittel oder – deren Veröffentlichung, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten. Aufträge für andere Werbemittel sind für den Verlag erst nach Vorlage des Musters und dessen Billigung bindend. Soweit der Vertrag von seinem Ablehnungsrecht bezüglich von Werbemitteln, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbundwerbung), keinen Gebrauch macht, bedürfen diese in jedem Einzelfall der vorliegenden schriftlichen Annahmeklärung des Verlages. Diese berechtigt den Verlag zur Erhebung eines Verbundaufschlages. Die Ablehnung einer Anzeige oder eines anderen Werbemittels wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

12. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

13. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall schriftlich eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwasige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

14. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden bankübliche Zinsen sowie die Einziehungskosten bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, vor Beginn einer neuen Geschäftsvorbindung und auch während der Laufzeit eines Abschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages zum Anzeigenabschlussstermin und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

15. Der Verlag liefert auf Wunsch eines Anzeigenbelegs, je nach Art und Umfang des Anzeigentextes, werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verleges über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

16. Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Expressbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weiter geleitet. Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertrolle Unterlagen senden der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Dem Verlag kann einzeln vertraglich als Vertreter des Rechts eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklären Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A 4 (Gewicht 1.000 g) überschreiten, sowie Waren, Bücher, Katalogsendungen und Pakete sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann jedoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren / Kosten übernimmt.

17. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Im Geschäftswerke mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerechtigkeit gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthaltsort des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthaltsort aus dem Gefüngsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

18. Die Werbungsmittel und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungsbetrieben an die Preisliste des Verlages zu halten. Eine Änderung der Anzeigenpreisliste gilt ab Inkrafttreten auch für laufende Aufträge. Dies gilt gegenüber Nicht-Kaufleuten nicht bei Aufträgen, die innerhalb von vier Monaten nach Vertragsabschluss abgewickelt werden sollen.

08. Für die rechtzeitige Lieferung und die einwandfreie Beschaffenheit geeigneter Druckunterlagen oder anderer Werbemittel ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Kosten des Verleges für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen. Vereinbart ist für den belegten Titel nach Maßgabe der Angaben in der Preisliste sowie in der Auftragsbestätigung übliche Beschaffenheit der Anzeigen im Rahmen der durch die Druckunterlagen und der von der Druckerei eingesetzten Technik gegebenen Möglichkeiten.

09. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung der Druckunterlagen endet drei Monate nach der erstmaligen Veröffentlichung der Anzeige oder des anderen Werbemittels.

10. Entspricht die Veröffentlichung der Anzeige nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit bzw. Leistung, so hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzveröffentlichung des anderen Werbemittels, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck bzw. die Anzeige oder des anderen Werbemittels beeinträchtigt wurde. Der Verlag hat das Recht, eine Ersatzanzeige bzw. Aufwand erforder, der unter Beachtung des Inhalts des Schuldverhältnisses und der Gebote von Treu und Glauben in einem groben Missverhältnis zu dem Leistungsinteresse des Auftraggebers steht, oder – diese für den Verlag nur mit unverhältnismäßig hohen Kosten möglich wäre. Lässt der Verlag eine für die Ersatzanzeige oder die Veröffentlichung des anderen Werbemittels gesetzte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige / Ersatzveröffentlichung erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgangsmachung des Auftrages. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels ist die Rückgangsmachung des Auftrages ausgeschlossen. Reklamationen bei nicht offensichtlichen Mängeln müssen binnen eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn geltend gemacht werden. Der Verlag haftet für sämtliche Schäden, gleich ob aus vertraglicher Pflichtverletzung oder aus unerlaubter Handlung nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen: Bei grober Fahrlässigkeit beschränkt sich die Haftung im kaufmännischen Verkehr auf den Er satz des typischen vorhersehbaren Schadens; diese Beschränkung gilt nicht, soweit der Schaden durch gesetzliche Vertreter oder leitende Angestellte des Verlages verursacht wurde. Bei einfacher Fahrlässigkeit haftet der Verlag nur, wenn eine wesentliche Vertragspflicht verletzt wurde. In solchen Fällen ist die Haftung auf den typischen vorhersehbaren Schaden beschränkt. Bei Ansprüchen nach dem Produkthaftungsgesetz sowie bei einer Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit haftet der Verlag nach den gesetzlichen Vorschriften. Reklamationszeitung – außer bei nicht offensichtlichen Wängeln – innerhalb von vier Wochen nach Veröffentlichung zeitigst gemacht werden. Alle gegen den Verlag gerichteten Ansprüche aus vertraglichen Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf vorsätzlichen Verhalten beruhen.

11. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm bis zum Anzeigenabschluss oder innerhalb der bei der Übersetzung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

20. Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung beansprucht, ist der schriftliche Nachweis des Konzernstatus des Werbungsbetriebenden erforderlich. Konzernverbundene Unternehmen im Sinne dieser Bestimmung sind Unternehmen, zwischen denen eine kapitalmäßige Beteiligung von mindestens 50 Prozent besteht. Der Konzernstatus ist bei Kapitalgesellschaften durch Besteigung eines Wirtschaftsprüfers oder durch Vorlage eines letzten Geschäftsjahresberichtes, bei Personengesellschaften durch Vorlage eines Handelsregisterauszuges nachzuweisen. Der Nachweis muss innerhalb der ersten Hälfte des Abschlusszeitraumes erbracht werden. Ein späteres Nachweisen kann nicht rückwirkend anerkannt werden. Konzernrabattierung wird nur für die Dauer der Konzernzugehörigkeit gewährt. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzusehen; mit der Beendigung der Konzernzugehörigkeit endet auch die Konzernrabattierung.

21. Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung der Anzeige erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber trägt, allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zusätzlichkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen sowie der zugelieferten Werbemittel. Er stellt den Verlag im Rahmen des Anzeigenauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen oder auf Grund presserechtlicher Vorschriften entstehen können. Bei Veröffentlichung von Gegenstandsstellungen bestimmten sich die zu erzielenden Kosten auf dem Maßstab des Anzeigentantos. Ferner wird der Verlag von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Verlag nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen. Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Print- und Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sondierung, öffentliche Zugänglichmachung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen öffentlich unbegrenzt übertragen.

22. Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, illegalem Arbeitskampf, rechtswidriger Beschädigung, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und der Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient – hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit 50 % der im Durchschnitt der letzten vier Quartale vertriebenen oder auf andere Weise zugesicherten Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die zugesicherte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht.

23. Advertorials sind fremd produzierte Teile, die sich in Form und Aufmachung deutlich von den redaktionellen Teilen der Zeitung / dem Magazin im Typografischen Elementen, Farbigkeit, Spaltigkeit unterscheiden müssen. Sie enthalten Text und Werbung. Dritter. Sie sind grundsätzlich mit einem eigenen Impressum zu versehen. Das Advertorial kann durch den Verlag mit dem Wort „Anzeige“ ohne Rücksprache gekennzeichnet werden. Der Verlag behält sich die Veröffentlichung nach Vorlage eines verbündeten Musters vor sowie das Recht, bei besonderen Publikationen Sonderpreise festzusetzen. Dem Verlag ist das Advertorial mindestens 10 Werktag vor Druckunterlagenabschluss zur Prüfung und Billigung vorzulegen.

Zielgruppen-Kompetenz

VDI fachmedien

HLH
Haus für Lärmbekämpfung
Technische Schallabschirmung
Schallabsorptionsstoffe



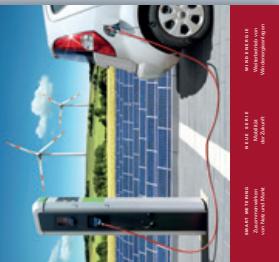
Die HLH AG ist ein führender Anbieter von technischer Schallabschirmung und Schallabsorptionsstoffen. Die Produkte der HLH AG werden in der Automobil-, Maschinen- und Anlagenbau- sowie im Bauwesen eingesetzt.

Bauingenieur
Technische Zeitschrift für Bauwesen



Die Bauingenieur ist eine technische Fachzeitschrift für Bauwesen. Sie beschreibt die Entwicklung und Anwendung von Bautechniken, Materialien und Methoden. Die Zeitschrift ist für Architekten, Bauingenieure und Bauwissenschaftler bestimmt.

BWK
ENERGIE



Die BWK Energie ist eine technische Fachzeitschrift für den Bereich Energie. Sie beschreibt die Entwicklung und Anwendung von Energiesystemen, wie z.B. Wind- und Solarenergie. Die Zeitschrift ist für Ingenieure und Wissenschaftler bestimmt.

Gefahrstoffe
Reinhaltung der Luft



Die Gefahrstoffe Reinhaltung der Luft ist eine technische Fachzeitschrift für Umwelttechnik. Sie beschreibt die Entwicklung und Anwendung von Methoden zur Reduzierung von Schadstoffen in der Luft. Die Zeitschrift ist für Ingenieure und Wissenschaftler bestimmt.

Konstruktion
Technische Zeitschrift für Konstruktionstechnik



Die Konstruktion ist eine technische Fachzeitschrift für Konstruktionstechnik. Sie beschreibt die Entwicklung und Anwendung von Methoden zur Optimierung von Produktionsprozessen. Die Zeitschrift ist für Ingenieure und Wissenschaftler bestimmt.

Lärmbekämpfung
Akustik Schallschutz - Schallabsorbierende



Die Lärmbekämpfung ist eine technische Fachzeitschrift für Akustik und Schallschutz. Sie beschreibt die Entwicklung und Anwendung von Methoden zur Reduzierung von Lärm. Die Zeitschrift ist für Ingenieure und Wissenschaftler bestimmt.

Logistik
für Unternehmen



Die Logistik ist eine technische Fachzeitschrift für Logistik. Sie beschreibt die Entwicklung und Anwendung von Methoden zur Optimierung von Logistikprozessen. Die Zeitschrift ist für Ingenieure und Wissenschaftler bestimmt.

Umwelt Magazin
Nachhaltig - Kreativ - Visionär



Die Umwelt Magazin ist eine technische Fachzeitschrift für Umwelttechnik. Sie beschreibt die Entwicklung und Anwendung von Methoden zur Reduzierung von Schadstoffen in der Umwelt. Die Zeitschrift ist für Ingenieure und Wissenschaftler bestimmt.

VDI-Z
Technische Zeitschrift für Produktionstechnik



Die VDI-Z ist eine technische Fachzeitschrift für Produktionstechnik. Sie beschreibt die Entwicklung und Anwendung von Methoden zur Optimierung von Produktionssystemen. Die Zeitschrift ist für Ingenieure und Wissenschaftler bestimmt.

VDI Fachmedien GmbH & Co. KG
HLH
www.hlh.de

CrossMediaConsulting
Wolfgang Ernd GmbH

Joanna Klingbiel
Telefon: +49 40 881 449-370
Telefax: +49 40 881 449-11
jklingbiel@cmci-web.de

Anzeigen:

Joanna Klingbiel
Telefon: +49 40 881 449-370
Telefax: +49 40 881 449-11
jklingbiel@cmci-web.de

VDI-Platz 1
40468 Düsseldorf
Telefon: +49 211 6103-0