

Mediadaten 2022



TECHNIKWISSEN FÜR INGENIEURE
www.vdi-fachmedien.de

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

VDI fachmedien



Foto: Frank Vinken/dwb



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

Ergänzt durch produktspezifische 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 Schmelzer
Chefredakteur der HLH

Inhalt



HLH



INGENIEUR.de
TECHNIK - KARRIERE - NEWS

ingenieur.de/hlh

Vorwort	2
Print und Digital aus einer Hand	
· Titelporträt	4
· Digitalporträt www.ingenieur.de	6
Termin- und Themenplan	8
Print: Preise und Formate	
· Anzeigenpreise	10
· Anzeigenformate	11
· Rubriken, Sonderplatzierungen, Einhefter, Beilagen	12
Stellenmarkt	
· Stellenanzeigen in der HLH	13
Digital	
· Webporträt HLH	14

Display Werbung	
· Bannerformate	15
Content-Solutions	
· Digital-Advertorial, Produktempfehlung und Firmenporträt	16
· Exklusiv-Themenseite	18
· Artikelsponsoring und Artikel-PDF	20
· Exklusiv-Supplement	21
· Newsletter	22
· Podcast	24
· Premium-Firmeneintrag	26
· Premium-Event im Veranstaltungskalender	27
Verlagsangaben	28
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 Themenschwerpunkte. Als Titel der VDI Fachmedien profitiert die HLH von der direkten Anbindung an Deutschlands größtem Ingenieurnetzwerk.

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.

Erscheinungsweise

9 x in 2022

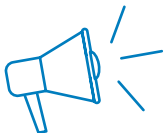
(davon 3 Doppelausgaben)



Jahrgang 73



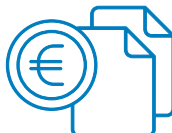
verbreitete Auflage*



10.000 Ex.



verkaufte Auflage*



7.539 Ex.



abonnierte Auflage*



7.509 Ex.



Page Impressions**



15.834

Sep. 2021,
Reichweite steigend



Umfangsanalyse



Format der Zeitschrift **DIN A4**
Gesamtumfang **684 Seiten**
Redaktioneller Teil **597 Seiten**
Anzeigenteil **69 Seiten**
(Verlagsangabe Auswertung 2020)

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 Fach- und Führungskräften der Ingenieurberufe News aus Wirtschaft, Wissenschaft und Forschung sowie Karriere und Recruiting.

Ein 2 x wöchentlich erscheinender Technik-Newsletter sowie ein 14-täglicher Karriere-Newsletter runden das Informationsangebot ab. INGENIEUR.de tauscht sich über die Social-Media-Kanäle bereits mit über 96.000 Fans und Followern aus.



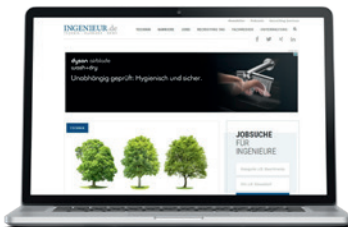
Einzigartige Reichweite!
Qualifizierte Zielgruppe!*

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.

* 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.

Page Impressions



2.729.607
pro Monat

71,75 %
davon sind mobil unterwegs

IVW 09/2021

(1.924.238 PI mobile IVW 09/2021)

Visits

1.958.646
pro Monat



IVW 09/2021

Newsletter

INGENIEUR.de

Technik-Newsletter
6.520



Karriere-Newsletter
42.200



Registrierte User und Newsletter-Empfänger,
Verlagsangabe 10/2021

Unique User



0,64 Mio.
AGOF daily digital facts
07/2021, Einzelmonat,
Grundgesamtheit 16+

Fans & Follower



96.000

VDI nachrichten und
INGENIEUR.de,
Verlagsangabe 10/2021

Podcasts



Technik aufs Ohr:
114.122 Abonnenten*innen
43.166 Downloads /
Streams pro Monat



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

Verlagsangabe 10/2021

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*				IFH / Intherm 26. – 29.4., Nürnberg	The smarter E / Intersolar 11. – 13.5., München			SHK Essen 6. – 9.9., Essen	Light + Building 2. – 6.10., Frankfurt/Main Chillventa 11. – 13.10., Nürnberg	SmartHK, 8. – 11.11., Berlin GET Nord 17. – 19.11., Hamburg
Sonderthemen Berichte Hintergründe Informationen			Vorbericht zur IFH / Intherm: Trends und Produkte	Vorbericht zur The smarter E / Intersolar: Trends und Produkte			Vorbericht zur SHK Essen: Trends und Produkte	Vorberichte zur Chillventa und zur Light + Building: Trends und Produkte	Vorbericht zur GET Nord: Trends und Produkte	
Heiztechnik	Heizkörper und Wärmeverteilung Radiatoren, Flächenheiz- körper, Konvektoren, Fußboden- und Decken- heizungen, Heizungsver- teiler, Umwälzpumpen, Rohrleitungen, Armaturen	Sonderausgabe: Entwicklungen, Trends, Prognosen in der Heiz-, Raumluf- und Sanitärtechnik	Special Wärmepumpen geothermische Heizsysteme	Erneuerbare Energien, Biomasse, Photovoltaik, Speichertechnologie	Vom Kessel bis zum Schoornstein: Optimierte System- technik, Hydraulischer Abgleich, Heizungs- wasseraufbereitung	Heiz- und Kühlsysteme für Hallen und Großräume	Special zu Möglichkeiten der CO ₂ -neutralen Wärmeversorgung	MSR-Technik Hydraulischer Abgleich, Wärmemengenzähler, Heizkostenverteiler, Thermostatventile	Heiz- und Kühlflächen- systeme, klimatisieren mit Bauteilen	Forschungsstand Heiztechnik
	Wärmeerzeuger Wärmepumpen, Heizkessel, Brenner und Feuerungen, Solarsysteme, Schorn- steine			BHKW, Kraft-Wärme-Kopplung, Brennstoffzellenheiz- geräte, Großheizkessel		Verbrauchserfassung, Smart Metering, Monitoring				
	Klima- und Lüftungs- technik, Reinraumtechnik Anlagen, Systeme, Verfahren			Energieoptimierte Luft- und Klimatechnik, Luftbefeuchtung, Luftfilter	Special Brandschutz Lüftungs-/Brand- schutzklappen, Brandmeldesysteme, Löschanlagen, Entrauchung	Kontrollierte Wohnungs- lüftung	Luft- und Brandschutz- technik	Special Lüftung – Klima – Kälte – Ventilatoren anlässlich der Chillventa	Special Gebäudeautomation Smart Building, Smart Home, Digitale MSR-Technik, Elektrotechnik in der TGA	Raumluftechnik: Neue Trends und Entwicklungen in der Klima- und Lufttechnik
Raumluftechnik	Anlagenkomponenten Ventilatoren, Luftfilter, Luftkanäle, Wärmetau- scher, Kältemaschinen, Wärmerückgewinnung	Raum- und Gebäudeautomation / Mess-, Steuer- und Regelungstechnik / Software & IT / Facility Management	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	Sanitärtechnische Konzepte für den Wohnungsbau	Sanitärtechnische Konzepte für Krankenhäuser und Pflegeeinrichtungen	Sanitärtechnische Konzepte für Krankenhäuser und Pflegeeinrichtungen
	Brandschutz, Photo- voltaik, Aufzugstechnik, Lichttechnik, Sicherheits- technik, Elektroanlagen, Elektroinstallationen, Facility Management									
Elektrotechnik	Sanitäre Einrichtungen Trinkwassersysteme, Be- und Entwässerung, Bäder, Armaturen, Brausen, Thermostate, Duschen, Toiletten, sani- itärtechnisches Zubehör, Schwimmbadtechnik	Sanitärtechnik	Trinkwasserhygiene, sichere Trinkwasser- Installationen und sanitärtechnische Konzepte im öffentlichen und halb-öffentlichen Bereich	Modernisierungs- konzepte für Sanitär- anlagen in Wohn- gebäuden	Pumpensysteme	Special Trinkwasserhygiene	Wasseraufbereitung, Trinkwassernutzung	Sanitärtechnische Konzepte für Schwimm- bäder, Sport- und Freizeit- einrichtungen, Schulen	Sanitärtechnische Konzepte für den Wohnungsbau	Sanitärtechnische Konzepte für Krankenhäuser und Pflegeeinrichtungen
	Installationstechnik Vorwandinstallation, vorgefertigte Sanitärinstal- lationen, Unterputz-Körper, Rohre, Wärmedämmung von Rohrleitungen, Befestigungs-/Schallschutz- einrichtungen, Abwasser-/ Regenwassernutzung									
Sanitärtechnik		Regen- und Abwassernut- zung, Dachentwässerung, Entwässerungssysteme	Vorwandinstallationen, Vorwandsysteme, Rohre						Barrierefreie Sanitärräume	

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)

Formate in Seitenteilen	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

Sonderformate: auf Anfrage

* Alle Formate auf Seite 11

** Alle Preise verstehen sich zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer

*** Die im Preis enthaltenen Farbzuschläge sind nicht rabattfähig

Zuschläge

(nicht rabattfähig)

Sonderfarben	420,00 EUR
Anschnittszuschlag	100,00 EUR

Rabatte

(bei Abnahmen innerhalb eines Jahres)

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:

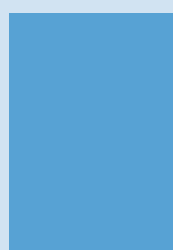
Bei Anzeigenaufträgen für mehrere Fachzeitschriften

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

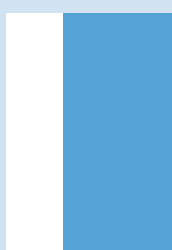
□ = Satzspiegel (B x H)



1/1 Seite
210 x 297 mm ■
176 x 270 mm □



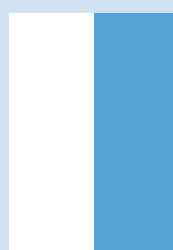
2/3 Seite quer
210 x 192 mm ■
176 x 174 mm □



2/3 Seite hoch
130 x 297 mm ■
115 x 270 mm □



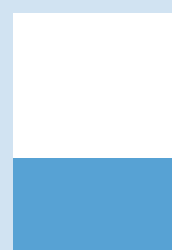
1/2 Seite quer
210 x 144 mm ■
176 x 130 mm □



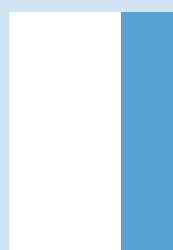
1/2 Seite hoch
100 x 297 mm ■
85 x 270 mm □



Junior Page
130 x 200 mm ■
115 x 178 mm □



1/3 Seite quer
210 x 102 mm ■
176 x 88 mm □



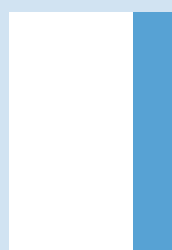
1/3 Seite hoch
68 x 297 mm ■
55 x 270 mm □



1/4 Seite quer
210 x 79 mm ■
176 x 60 mm □



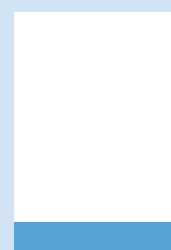
1/4 Seite hoch
99 x 142 mm ■
85 x 130 mm □



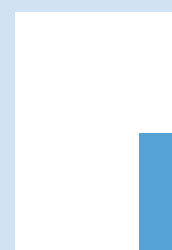
1/4 Seite hoch, schmal
45 x 297 mm ■
40 x 270 mm □



1/8 Seite quer
85 x 60 mm □



1/8 Seite quer
176 x 32 mm □



1/8 Seite hoch
40 x 130 mm □

Rubrikanzeigen:		Festpreis*
Stellenangebote	pro mm (39,5 mm breit)	4,40 EUR
Stellengesuche	pro mm (39,5 mm breit)	2,00 EUR
Chiffregebühr		9,00 EUR
An-/Verkäufe	pro mm (39,5 mm breit)	4,40 EUR
Chiffregebühr		9,00 EUR

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
Advertorial (1/1 Seite)	4.285,00 EUR
Advertorial (1/2 Seite)	2.929,00 EUR
werden nur ganzseitig vergeben:	
II., IV. Umschlagseite, Zuschlag	100,00 EUR
III. Umschlagseite, Zuschlag	50,00 EUR

Lieferanschrift für Positionen a) bis c):
Kliemo AG, Hütte 53, 4700 Eupen, Belgien
(Bitte Zeitschrift und Ausgabe vermerken)

* Alle Preise verstehen sich zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer

a) Einhefter	Umfang	Berechnungsbasis	Festpreis*
	1 Blatt	1 Seite	4.922,00 EUR
auf DIN A 4 gefalzt	2 Blatt	2 Seiten	9.844,00 EUR
	3 Blatt	2,5 Seiten	12.305,00 EUR
auf DIN A 4 gefalzt	4 Blatt	3 Seiten	14.766,00 EUR

Format für 1 Blatt unbeschnitten 216 mm breit x 303 mm hoch.
Rabattierung nach der Mengenstaffel, auch in Kombination mit Anzeigen.
Erforderliche Auflage: 10.000 Exemplare

b) Beilagen
Nur Inlandsauflage. 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

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 Druck-erzeugnissen oder Gegenständen zusätzlich 52,00 EUR o/oo Klebekosten. Aufgeklebte Werbemittel nur in Verbindung mit einer Trägeranzeige (1/1 Seite).

Stellenmarkt

VDI Fachmedien » HLH » Mediadaten

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-web.de

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

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

Karriereempfehlung auf www.hlh.de

Die Karriereempfehlung stellt Sie unseren hochkarätigen Zielgruppen als herausragenden Arbeitgeber vor. Nutzen Sie die Verlängerung Ihrer Print-Anzeige auf das Portal und lassen Sie sich in den Fokus rücken.

- Platzierung Ihrer Stellenanzeige in den Beitragskacheln des Portals. Stellenanzeige wird explizit als Empfehlung gekennzeichnet.
- Logo und Überschrift werden in der Beitragskachel eingebaut.
- Verlinkung erfolgt auf PDF Ihrer Stellenanzeige.
- Ihre Stellenanzeige wird 1 Monat online gestellt.

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.

Einzigartige Reichweite!
Qualifizierte Zielgruppe!*



www.hlh.de

Page Impressions
www.hlh.de*



15.834

Monatsdurchschnitt Sep. 2021

* IVW 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 » Mediadata

Bannerformate

Wallpaper – über Navigation u. rechts der Seite



Preis
pro Monat
4.000
EUR

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

Halfpage Ad – rechts im Content



Preis
pro Monat
3.700
EUR

Abmessung: 300 x 600 Px
Gewicht: Initial Load: max. 200 KB
Host Initiated Subload: max. 300 KB

Sitebar Ad – rechts neben Content, permanent im sichtbaren Bereich



Preis
pro Monat
3.700
EUR

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

Billboard Ad – prominent unter Navigation



Preis
pro Monat
3.700
EUR

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

Superbanner – prominent über Navigation



Preis
pro Monat
2.700
EUR

Abmessung: 728 x 90 Px
Gewicht: Initial Load: max. 200 KB
Host Initiated Subload: max. 200 KB

Medium Rectangle – rechts im Content



Preis
pro Monat
1.600
EUR

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

Dateiformate: jpg, png, gif, html5 (statisch oder animiert)

Digital-Advertorial

Das Digital-Advertorial 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 Werbebotschaft 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.

Preis pro Monat
2.800
EUR



“Industrial Future Hub” der Deutschen Messe Technology Academy bringt Start-ups in den Dialog mit der Industrie

Die Deutsche Messe Technology Academy GmbH erweitert in Kooperation mit Dassault Systèmes und zusätzlichen Partnern ihr globales Ökosystem für den industriellen Wissenstransfer. Das neue „Industrial Future Hub“, das sich auch auf der HANNOVER MESSE 2023 präsentiert, will industrielle Innovation beschleunigen und dazu Start-ups, Unternehmen, Forschung und Anwender zusammenbringen.

Eine gemeinsame Initiative mit Dassault Systèmes bringt Start-ups in den Dialog mit der Industrie und Anwendern

Die neue Plattform wird eine Reihe neuer Formate für den Austausch anbieten – sowohl physisch auf dem Ausstellungsstandort in Hannover und in den internationalen Standorten, als auch virtuell über das Internet. Das Programm umfasst offene Labs, Räume für das Co-Working, Technologie für die Individualisierung, 3D-Druck-Infrastruktur, spezielle Festivals für Start-ups, Experten-Meetings, Zugriff auf das Business-Netzwerk und eine Vielzahl an Konferenzen und Workshops in den Akademien weltweit.

Zusätzlich wird Dassault Systèmes das Hub mit seinem IDEASPACE Lab unterstützen, einem Labor für offene Innovation und Startup-Accelerator. Junge Unternehmen erhalten so Zugriff auf die IDEASPACE Plattform und die Vielzahl seiner Industrieleistungen und Kollaborationsmöglichkeiten. Diese erlaubt es unterschiedlichen Disziplinen und Interessengruppen, effizient auf den Referenz-Produktdaten zusammenzuarbeiten.

Weitere führende Industrie- und Wissenschaftspartner der Technology Academy wie das Institut für Informationsmanagement (IM) in Ingolstadt, das KIT in Karlsruhe mit seinem „Center for Artificial Intelligence Telerita“ (CAITI) und das Fraunhofer IPA in Paderborn bringen sich in die Initiative mit ein und stellen Know-how, Kontakte und Räumlichkeiten zur Verfügung.

Produktempfehlung oder Firmenporträt

Die Produktempfehlung 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 Beitragskacheln des Portals.
- Produktempfehlung 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.
- 3 Bilder, ein Logo und eine Grafik können eingebunden werden. Beitrag kann bis zu 3.000 Zeichen lang sein.

Preis pro Monat
1.700
EUR

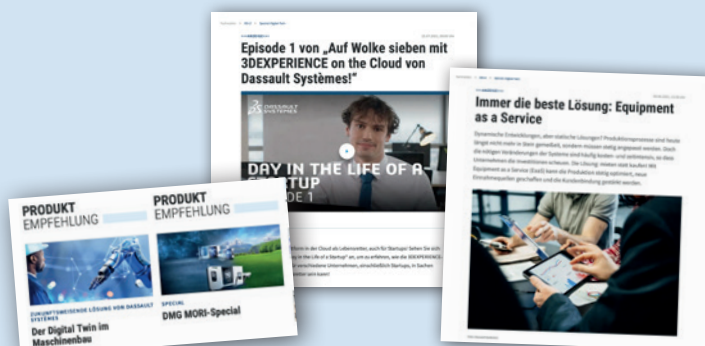
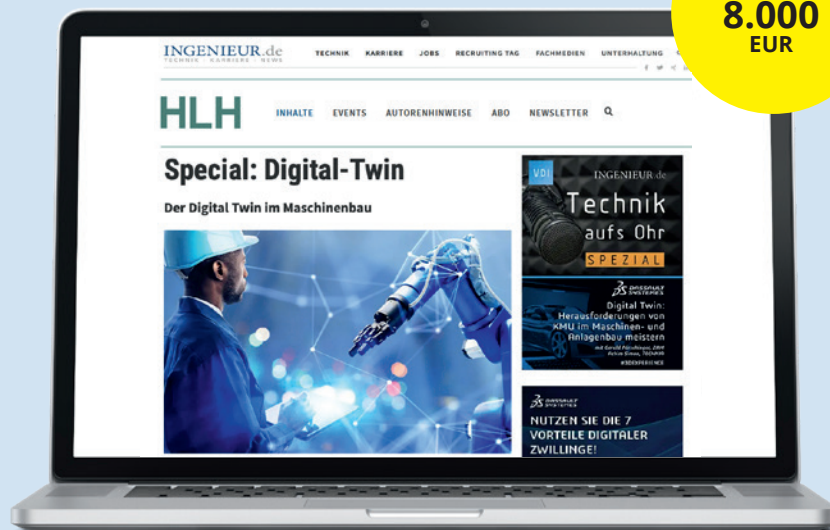
Wir beraten Sie gerne und planen gemeinsam mit Ihnen eine Content-Solutions-Kampagne!

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

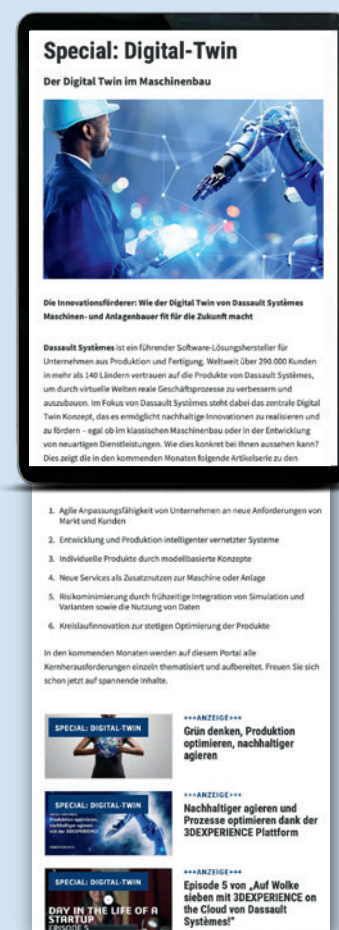
Preis ab
8.000
EUR



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

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



Artikelsponsoring

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.

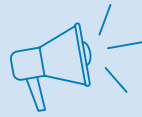
- Freie Nutzung Ihres Fachbeitrags auch für Nicht-Abonnenten.
- Fachbeitrag wird vor die Paywall gestellt und allen Portalnutzern als Artikel zugänglich gemacht.
- Artikel läuft mit Bild und Überschrift auf dem Portal des Fachmagazins ein und verlinkt auf Ihren Beitrag.
- Artikel wird als „exklusiv“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



Je Artikel
**1.700
EUR**



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



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.

* 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.

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, das 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.

Service-
pauschale
**500
EUR**



Preis je Monat
**5.000
EUR**

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

Newsletter hlh.de



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. Ebenfalls 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.

Buchbar ab
**April
2022**

Wählen Sie aus

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



Podcasts – aktuelle Werbe-Stars

Kaum gelauncht, 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 KI, 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 Anwendungsgebiete 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 verschiedenste 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

Ihre Vorteile

Mit Ihrem Auftritt in unserem Podcast profitieren Sie von hoher Wertigkeit, verbunden mit unserem vollen Service:

- Große Reichweite
- Hohe Exklusivität
- Einfaches Handling
- Hohe Wirksamkeit
- Kluge Einbindung
- Hohe Flexibilität



Technik aufs Ohr:

111.117 Abonnenten
7.074 Downloads/Monat
4.100 durchschn. Downloads/
 je Exklusiv-Folge



Druckwelle:

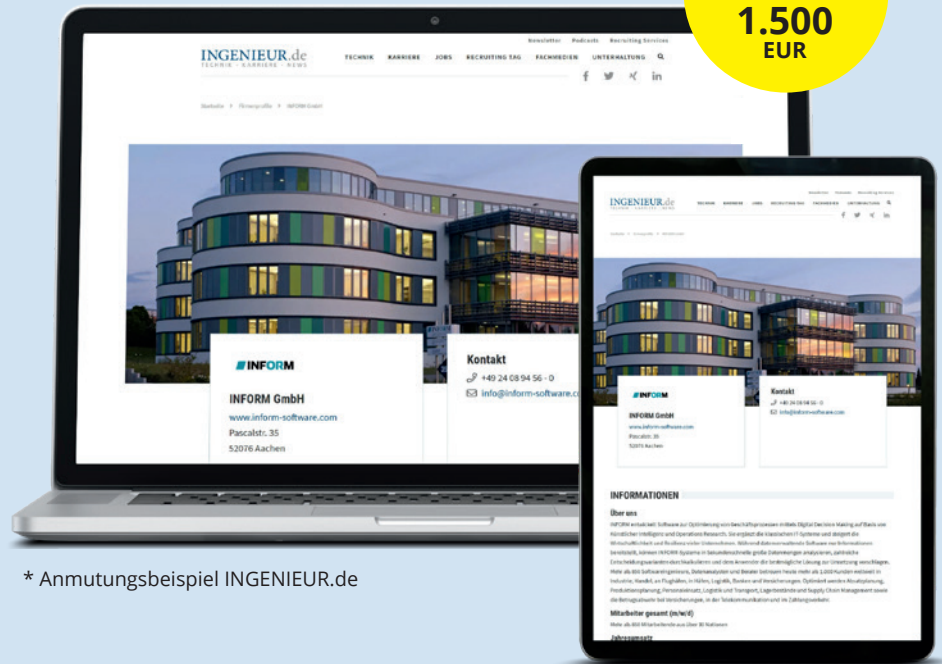
9.307 Abonnenten
703 Downloads/Monat
600 durchschn. Downloads/
 je Exklusiv-Folge

* Preis bei Anlieferung Ihrer wav-Datei, Zuschlag 300 EUR wenn der VDI Verlag 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 Kompetenzträger 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.



* Anmuthungsbeispiel INGENIEUR.de

Preis für
12 Monate
**1.500
EUR**

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

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.

Preis je Event
**750
EUR**



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 Messekalendar
- 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

Geschäftsbedingungen:
Für die Abwicklung von Anzeigenaufträgen gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen des Verlags (siehe Seite 30 – 31).

Bankverbindung:
Commerzbank AG, Düsseldorf
SWIFT/BIC-Code: DRES DE 33 000
IBAN: DE69 3008 0000 0212 1724 00

Mehrwertsteuer:
Es gilt der zum Zeitpunkt der Leistungserbringung gültige gesetzliche Mehrwertsteuersatz.

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

Weitere Angaben

Termine und weitere Angaben:
Anzeigenschluss und Druckunterlagenschluss 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 Umsetzungsbeispiele oder Muster-Ansichten.

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

Lieferanschrift für Beilagen, Einhefter und aufgeklebte Werbemittel:
Kliemo AG
Hütte 53
4700 Eupen, Belgien
(Bitte Zeitschrift und Ausgabe vermerken)

Technische Angaben Print

Druckverfahren:
Offset
Satzspiegel:
176 mm x 270 mm (BxH)

Prozessstandard:
Fogra39

Rasterweite:
200 lpi

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.

Dateiformate:
PDF (PDF/X-1a bevorzugt),
EPS, JPG (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



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



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



Joanna Klingbiel
Anzeigen Verkauf
Telefon: +49 40 881 449-370
Telefax: +49 40 881 449-11
jklingbiel@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@vuserice.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 „Anzeigen“ bezeichnet) eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten (nachfolgend insgesamt als „Werbungtreibende“ 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 Werbungtreibenden gemäß Preisliste zu gewährenden Rabatte, wobei die jeweiligen Veröffentlichungen auf Abruf des Auftraggebers erfolgen. Rabatte werden nicht gewährt für Unternehmen, deren Geschäftszweck unter anderem darin besteht, für verschiedene Werbungtreibende Anzeigenaufträge zu erteilen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb eines Jahres nach Vertragsschluss abgerufen und veröffentlicht wird.

03. Werden einzelne oder mehrere Abrufe eines Abschlusses aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied 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 Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.

05. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die nur in bestimmten Hefnummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag 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 vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

07. Der Verlag behält sich ohne Anerkennung einer Prüfungspflicht vor, Anzeigen – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – abzulehnen, insbesondere wenn – deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder – deren Veröffentlichung für den Verlag u. a. wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder – Anzeigen, 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 Verlag von seinem Ablehnungsrecht bezüglich von Werbemitteln, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbundwerbung), keinen Gebrauch macht, bedürfen diese in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annahmeerklärung 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. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

14. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden bankübliche Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages 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 Geschäftsverbindung und auch während der Laufzeit eines Abschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages zum Anzeigenschlussstermin und von dem Ausgleich offestehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

15. Der Verlag liefert auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages 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 weitergeleitet. Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Dem Verlag kann einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A 4 (Gewicht 1 000 g) überschreiten, sowie Waren, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen 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 Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlichrechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

18. Die Werbungsmittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten.

19. 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 Verlages für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen. Vereinbart ist die 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 Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung des anderen Werbemittels, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige oder des anderen Werbemittels beeinträchtigt wurde. Der Verlag hat das Recht, eine Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung zu verweigern, wenn – diese einen Aufwand erfordert, 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 unverhältnismäßigen Kosten möglich wäre. Lässt der Verlag eine ihm 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 Rückgängigmachung des Auftrages. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels ist die Rückgängigmachung des Auftrags 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 Ersatz 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. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Veröffentlichung geltend gemacht werden. Alle gegen den Verlag gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf vorsätzlichem 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 Anzeigenschluss oder innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

20. Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung beansprucht, ist der schriftliche Nachweis des Konzernstatus des Werbungtreibenden 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 Bestätigung eines Wirtschaftsprüfers oder durch Vorlage des letzten Geschäftsberichtes, bei Personengesellschaften durch Vorlage eines Handelsregistersauszuges nachzuweisen. Der Nachweis muss innerhalb der ersten Hälfte des Abschlusszeitraumes erbracht werden. Ein späterer Nachweis kann nicht rückwirkend anerkannt werden. Konzernrabatte bedürfen in jedem Fall der ausdrücklichen, schriftlichen Bestätigung durch den Verlag. Konzernrabatte werden nur für die Dauer der Konzernzugehörigkeit gewährt. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzuzeigen; 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 Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen sowie der zugefertigten Werbemittel. Er stellt den Verlag im Rahmen des Anzeigenauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen oder aufgrund presserechtlicher Vorschriften entstehen können. Bei Veröffentlichung von Gegendarstellungen bestimmen sich die zu ersetzenden Kosten nach Maßgabe des Anzeigentarifs. 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, Sendung, 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 örtlich unbegrenzt übertragen.

22. Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, illegalem Arbeitskampf, rechtswidriger Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen – sowohl im Betrieb des Verlages als auch in fremden Betrieben, derer sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient – hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit 80 % der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verbreiteten 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 fremdproduzierte Teile, die sich in Form und Aufmachung deutlich von den redaktionellen Teilen der Zeitung / dem Magazin (in Typo, grafischen 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 verbindlichen Muster vor sowie das Recht, bei besonderen Publikationen Sonderpreise festzusetzen. Dem Verlag ist das Advertorial mindestens 10 Werktage vor Druckunterlagenschluss zur Prüfung und Billigung vorzulegen.

