Technikwissen für Ingenieure
Anzeigentarif Nr. 18 gültig ab 1. Januar 2024, Jahrgang 18
vdi-fachmedien.de

VDI Fachmedien

Mediadaten 2024
Lärmbekämpfung

„Die 'Lärmbekämpfung' ist die einzige deutschsprachige Fachzeitschrift für das gesamte Gebiet der Akustik sowie des Lärm-, Schall- und Schwingungsschutzes. Damit bietet sie eine Diskussionsplattform in Sachen Lärm- und Schallschutz für Wirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft.

Alle Beiträge vermitteln auf höchstem journalistischem Niveau Themen wie Lärmschutz vor Verkehrslärm, Umgebungslärm, Freizeitlärm sowie Lärmwirkung und Schutz vor Lärm am Arbeitsplatz. Die Zeitschrift liefert darüber hinaus Informationen zum aktuellen Regelwerk und dessen Umsetzung in die Praxis."

Annika Hilse
Chefredakteurin

Inhalt

Lärmbekämpfung

ingenieur.de/laermbekaempfung

Vorwort 2

Print und Digital aus einer Hand

· Titelporträt 4
· Termin- und Themenplan 6
· Jubiläumsaktion 7

Print: Preise und Formate

· Anzeigenpreise / -formate 10
· Stellenanzeigen, Einhefter, Beilagen, Rabattstaffel 11

Display-Werbung

· Bannerformate 12

Content-Solutions

· Artikelsponsoring 13
· Unternehmen im Blick 14
· Digital-Advertorial 16
· Produkt / Event / Webinar des Monats 18
· Podcast 19

Stellenmarkt

· Stellenanzeigen in der "Lärmbekämpfung" 21

Verlagsangaben 22

Allgemeine Geschäftsbedingungen 23

Ansprechpartner*innen 25

Titelporträt

"Lärmbekämpfung"

Kernkompetenz Akustik / Schallschutz / Schwingungstechnik

"Lärmbekämpfung" ist die einzige deutschsprachige Zeitschrift für das gesamte Gebiet der Akustik, des Schallschutzes und der Schwingungstechnik und damit ein aufmerksamkeitsstarker Werbeträger.

Sie versteht sich als interdisziplinärer Fachtitel für die Lärmwirkungsforschung, aber auch für wissenschaftliche und praxisbezogene Originalbeiträge über technische Möglichkeiten zur Lärm- und Schwingungsminderung. Das Themenspektrum reicht von primären Maßnahmen an der Schallquelle bis hin zu passivem (sekundärem) Schall- und Schwingungsschutz wie Kapselung, Dämpfung und Isolierung. Diese Themenpalette reicht von primären Lärmquellen im Verkehrsbereich wie Flugzeuge, Fahrzeuge bis hin zu Eisenbahnen.

POSITIONIERUNG

Die Zeitschrift wendet sich an knapp 1.000 Fachleute in Planungs- und Ingenieurbüros, in Forschungs- und Entwicklungsabteilungen, in einschlägigen Hochschulinstituten sowie in Genehmigungsbehörden für Arbeits- und Umweltschutz – eine Zielgruppe mit großer Produkt-Entscheidungskompetenz. 578 Leser*innen haben die "Lärmbekämpfung" abonniert. Als Werbeträger hat die Zeitschrift eine Alleinstellung, wenn es darum geht, diese Zielgruppe streuungsfrei zu erreichen. Dabei spricht sie in Fragen der Lärmschutzplanung besonders Schallschutzplaner*innen, Lärmsanierer*innen, Ingenieurbüros für Akustik, Forschungsgesellschaften und Hochschulen an.

Auflage gesamt

834 Ex.
verbreitete Auflage*

682 Ex.
verkaufte Auflage*

540 Ex.
Abonnement-Auflage*

Erscheinungsweise

- 6 Printausgaben in 2024
- aktuelle Beiträge auf ingenieur.de/laermbekaempfung

Podcasts

Technik aufs Ohr:

408.676
Abonnent*innen

31.272
Downloads / Streams pro Monat

Druckwelle:

32.493
Abonnent*innen

2.384
Downloads / Streams pro Monat

Prototyp:

53.046
Abonnent*innen

3.338
Downloads / Streams pro Monat

Verlagsangabe Stand 08/2023

Page Impressions

2.236
Monatsdurchschnitt
Nov. 2022 - Okt. 2023

09:46 Min.
Durchschnittliche Lesedauer der Beiträge

Umfangsanalyse

Format der Zeitschrift **DIN A4**
Gesamtumfang **224 Seiten**
Redaktioneller Teil **191 Seiten**
Anzeigenteil **33 Seiten**

(Verlagsangabe Auswertung 2022)

* Jahresdurchschnitt (IVW-Meldung 12/22 bis 11/23)

Termin- und Themenplan 2024

VDI Fachmedien » Lärmbekämpfung » Mediadaten

Ausgabe	Termine	Lärmschwerpunkte					Messen/ Veranstaltungen Berichte Hintergründe Informationen
		Umgebungslärm/ Lärmmesstechnik	Baulicher Schallschutz	Maschinenlärm	Verkehrslärm/ Umgebungslärm	Lärm- und Schwingungsschutz am Arbeitsplatz	
1 Januar Februar	RS: 22.11. AS: 07.12. ET: 11.01.	**VERKEHRSLÄRM/ LÄRMAKTIONS-PLANUNG**	Schalldämmung/ Lärmsanierung	Schallleistungs-messung an Maschinen	Lärmkartierung und Umgebungslärm	Minderung von Lärm an Arbeitsstätten	
2 März April	RS: 29.01. AS: 13.02. ET: 11.03.	Lärmaktionsplanung in den Bundesländern	Berechnungsverfahren zur Lärmminderung/ Immissionsschutz	Lärmmanagement auf Baustellen	Lärmminderungs-maßnahmen	**GEFÄHRDUNGS-BEURTEILUNG LÄRM UND SCHWINGUNGEN**	**DAGA 2023** Hannover 18.-21.03. **26. Tag gegen Lärm** bundesweit 24.04.
3 Mai Juni	RS: 18.03. AS: 04.04. ET: 02.05.	Lärmmessverfahren: Schall- und Schwin-gungsschutz	Raumakustik bei Großveranstaltungen	Fahrzeugtechnik/ Schallimissionen	Lärmwirkungs-forschung/ Lärmbelastung	Lärm an Lüftungs-anlagen, Filtertechnik	**Sensor + Test** Nürnberg 11.-13.06.
4 Juli August	RS: 24.05. AS: 11.06. ET: 8.07.	Freizeitlärm	Bauakustik/ Lärmsanierungen	Turbinenlärm/ Lärmschutz an technischen Anlagen	Straßenlärm/ Schienenlärm	Schalldämpfer/ Schallpegel-messgeräte	
5 September Oktober	RS: 25.07. AS: 09.08. ET: 06.09.	Lärmmessung / Lärmmanagement / Schallimmissionsschutz	Innenraumgestaltung/ Psychoakustik	Elekrofahrzeuge und Lärmminderung	Lärm aus Anlagen erneuerbarer Energien	Gehörschutz/ Schallexposition	**Arbeitsschutz aktuell** Stuttgart 05.-07.11.
6 November Dezember	RS: 24.09. AS: 11.10. ET: 08.11.	Lärmmesstechnik / Schallpegelmess-geräte/Umgebungslärm	Bauleitplanung Schallschutz	Lärmschutz in der Industrie/Produktion	Baufahrzeuge und Lärm an Baustellen	Lärmprävention/ Lärmminderung in Industrieanlagen	

RS: Redaktionsschluss, AS: Anzeigenschluss, ET: Erscheinungstermin

Änderungen und Erweiterungen vorbehalten.

Buchbar nur bis September 2024!

VDI Verlage feiern gemeinsam

100 Jahre VDI Verlag: Inserieren Sie mit Mehrwert!

Lärmbekämpfung

100 Jahre VDI Verlag - das sind 100 Jahre Leidenschaft für Technikthemen im Sinne unserer Mission: Ingenieur*innen und Technikinteressierte mit Wissen und Services dazu zu befähigen, ihr ganzes Potenzial zu entfalten.

Im Zuge unseres 100-jährigen Jubiläums möchten wir nicht nur unsere Erfolgsgeschichte feiern, sondern auch mit Ihnen gemeinsam in die Zukunft investieren. Werden Sie Teil dieses besonderen Anlasses und **unterstützen Sie mit Ihrer Werbung eines von drei herausragenden VDI-Förderprojekten**:

VDIni-Club

Im VDIni-Club können Kinder ab vier Jahren mitmachen. In den Clubs vor Ort, aber auch digital, können sie ihr Wissen vertiefen.

Technisch komplexe Inhalte werden im Club spielerisch und kindgerecht aufbereitet. Das VDIni-Club-Magazin bietet Comics, spannende Versuche zum Selbermachen, Rätseln und Tipps rund um das Thema Technik.

VDI Zukunftspiloten

Bei den VDI-Zukunftspiloten können sich Jugendliche ab 13 Jahren mit technischen Themen beschäftigen und Unterstützung und Gleichgesinnte finden. Sie erarbeiten im Team unter der Leitfrage „Kann man das nicht besser machen?“ Ansätze, wie Technik eingesetzt werden kann, um die Welt ein Stückchen besser zu machen.

VDI Young Engineers

Persönliche Kontakte, fachlicher Austausch, wertvolle Karrieretipps und spannende Projekte - das und viel mehr bietet das Netzwerk der VDI Young Engineers, das VDI-Netzwerk für Studierende und Young Professionals.

Tradition trifft Innovation:
Unsere Werbeformate im Jubiläumsjahr

Zu unserem 100-jährigen Bestehen bieten wir Ihnen Kommunikationspakete, die Ihr Unternehmen ins Rampenlicht rücken und gleichzeitig die VDI-Förderprojekte unterstützen:

Berichten Sie über Ihr soziales Engagement in Ihrer Stadt, für die Region oder bestimmte Organisationen, Förderprogramme, die Sie als Unternehmen unterstützen – ganz nach dem Motto „Tue Gutes und erzähle darüber!“

Unser Beitrag zur Aktion: Ein Teil der Werbeerlöse fließt in ein von Ihnen ausgewähltes, auf der Vorderseite beschriebenes VDI-Projekt.

Und so geht's:

Nutzen Sie unsere Kommunikationspakete und beschreiben Sie, wofür sich Ihr Unternehmen engagiert. Suchen Sie sich ein Förderprojekt des VDI aus, welches Sie mit Ihrer Werbung unterstützen möchten und geben Sie ein kurzes Statement ab, warum Sie sich dieses Förderprojekt ausgesucht haben.

Kommunikationspaket 1:

Printanzeige Unternehmen im Blick in Lärmbekämpfung

+ Firmenprofil auf INGENIEUR.de

+ Shorttext auf Landingpage „100 Jahre VDI Verlag“

Anzeigenformate	Festpreis, 4c
1/1-Seite	3.360 EUR
1/2-Seite quer	1.780 EUR

Kommunikationspaket 2:

Digitales Advertorial auf laermbekaempfung.de

+ Banner im INGENIEUR.de Technik-Newsletter + Social Post

+ Shorttext auf Landingpage „100 Jahre VDI Verlag“

	Festpreis
Digital-Advertorial / INGENIEUR.de Technik-Newsletter / Sponsored Post + Banner in Rotation (Fullsize)	4.000 EUR

Unternehmen im Blick:

Ein exklusives Printformat in Lärmbekämpfung, das Ihr Unternehmen in den Mittelpunkt stellt. Zeigen Sie, was Sie einzigartig macht und wie Sie die Ingenieurswelt beeinflussen!

Advertorials:

Teilen Sie Ihre Geschichte in einem redaktionellen Stil. Ein effektiver Weg, um Ihre Botschaft authentisch und glaubwürdig zu vermitteln.

Banner im Newsletter:

Erreichen Sie unsere treue Leserschaft direkt in ihrem Posteingang. Ein Banner, das Aufmerksamkeit erregt und zum Klicken einlädt.

Social Media Posts:

Nutzen Sie die Kraft der sozialen Medien, um Ihre Botschaft zu verbreiten. Wir helfen Ihnen, eine engagierte und zielgerichtete Community zu erreichen.

Seit einem Jahrhundert sind wir Ihr verlässlicher Partner. Nutzen Sie dieses besondere Jubiläum, um gemeinsam mit uns die nächste Generation von Ingenieurinnen und Ingenieuren zu fördern. **Kontaktieren Sie uns und werden Sie Teil unserer Jubiläumsaktion!**

Alle Preise zzgl. ges. MwSt.

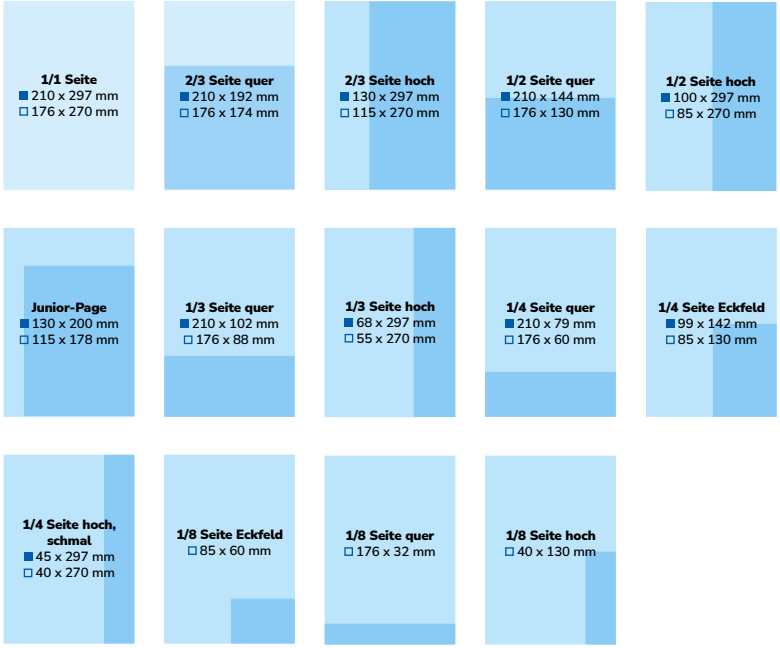
Lärmbekämpfung

Print: Preise und Formate

VDI Fachmedien » Lärmbekämpfung » Mediadaten

Anzeigenformate und Preise*

Anzeigenformate	Festpreis, 4c
1/1 Seite	3.360 EUR
2/3 Seite	2.600 EUR
1/2 Seite	2.250 EUR
Juniorpage	2.300 EUR
1/3 Seite	1.300 EUR
1/4 Seite	1.100 EUR
1/8 Seite	830 EUR
Titelseite	3.400 EUR
Innentitelseite	2.250 EUR
Advertorial 1/1 Seite	2.360 EUR
Advertorial 1/2 Seite	1.800 EUR
2.+3. Umschlagseite	3.450 EUR
4. Umschlagseite	3.500 EUR
Sonderfarbe Farbzuschlag	450 EUR



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)

Alle Preise zzgl. ges. MwSt.

Print: Preise und Formate

Stellenanzeigen	Festpreis, 4c
1/1 Seite	3.360 EUR
1/2 Seite	2.250 EUR
1/3 Seite	1.300 EUR
1/4 Seite	1.100 EUR
1/8 Seite	830 EUR
Stellenanzeige online	2.550 EUR
Kombizuschlag für Online (auf Printpreis)	550 EUR
Chiffregebühr	7 EUR

Rabattstaffel (bei Abnahme innerhalb eines Jahres)

Malstaffel		Mengenstaffel	
3 Anzeigen	3 %	3 Seiten	5 %
6 Anzeigen	5 %	6 Seiten	10 %

Einhefter	
2-seitig	2.200 EUR
4-seitig	4.400 EUR
6-seitig	5.500 EUR
8-seitig	6.600 EUR

Format unbeschnitten 216 mm breit x 303 mm hoch.
Rabattierung nach der Mengenstaffel, auch in Kombination mit Anzeigen.
Erforderliche Auflage: 1.000 Exemplare

Beilagen	
Vollbeilage Inland bis 25 g Teilbeilagen und Beilagen mit höherem Gewicht auf Anfrage Format max. 4 Seiten(200 x 290 mm) erforderliche Auflage: 1.000 Exemplare	500 EUR

Aufgeklebte Werbemittel
Aufkleben von Postkarten 44 EUR o/oo. Aufkleben von Gegenständen (z. B. Muster / Proben, CD-ROM / DVD) auf Anfrage. Aufkleben von Druckerzeugnissen oder Gegenständen zusätzlich 55 EUR o/oo Klebekosten. Aufgeklebte Werbemittel nur in Verbindung mit einer Trägeranzeige (1/1 Seite).

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

Alle Preise zzgl. ges. MwSt.

Bannerformate

Wallpaper – über Navigation u. rechts der Seite

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

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

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

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

Superbanner – prominent über Navigation

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

Medium Rectangle – rechts im Content

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)
Weitere Informationen finden Sie unter **businessad.de**

Alle Preise zzgl. ges. MwSt.

Artikelsponsoring

Ein Beitrag aus Ihrem Hause ist in der Printausgabe oder auf der Website hinter der Paywall veröffentlicht – und Sie möchten diesen gerne im Weiteren nutzen?

Sie erhalten ein druckfähiges Artikel-PDF mit unbegrenzten Nutzungsrechten.

Sie möchten gerne auf unsere Website verlinken – wir stellen den Beitrag vor die Paywall und teasern diesen auf der Home unter „Empfehlung des Verlages“ an.

Musterbeispiel:

Erweiterte Leserschaft: Ihr Beitrag erscheint vor der Paywall und ist somit auch Nicht-Abonnent*innen zugänglich.

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

Ihr Artikel als PDF: Nutzen Sie den Artikel für Ihre Zwecke nach Erscheinen der Printausgabe, Erstellung der PDF Ihres Beitrags 330 EUR.

MEDIA-TIPP

Sollten auf den verwendeten Fotos anderweitige Nutzungsrechte liegen, so können Sie uns gerne eigenes Fotomaterial einreichen.

Alle Preise zzgl. ges. MwSt.

* Der Artikel darf nur zu eigenen Zwecken ins Internet gestellt, nicht verändert und nicht an Dritte vermarktet werden. Wenn Sie das PDF im Internet zum Download anbieten, fügen Sie bitte in unmittelbarer Nähe zur Datei eine Quellenangabe und einen Link zur Website hinzu und setzen ihn auf „no-follow“.

Unternehmen im Blick / Anwenderbericht

Ihr crossmediales Kommunikationspaket in Lärmbekämpfung und auf INGENIEUR.de

Mit dem Format „Unternehmen im Blick“ setzen wir Ihr Unternehmen crossmedial und aufmerksamkeitsstark in Szene. Die Unternehmensdarstellung erfolgt mit einem kurzen Unternehmenssteckbrief in der Printausgabe. Mit dem Anwenderbericht präsentieren Sie die Produkte und die Lösungskompetenz Ihres Unternehmens in der Kundenanwendung und stellen in der Praxis eingesetzte und bewährte Lösungen vor.

Beide Werbeformate finden ihre crossmediale Ergänzung über ein 12-monatiges Firmenprofil auf INGENIEUR.de. Das Layout – und auf Wunsch auch die inhaltliche Überarbeitung – übernehmen wir für Sie.

Binden Sie Ihren Unternehmensfilm über einen YouTube-Link mit ein und nutzen Sie zur Trafficsteigerung zusätzlich ein Banner im INGENIEUR.de Technik-Newsletter.

Profitieren Sie von einer komfortablen Abwicklung:
Sie liefern die Inhalte, die Umsetzung übernehmen die VDI Fachmedien.

Spezifikationen:

Headline:

- Maximal 50 Zeichen
- (Empfehlung: 40 – 50 Zeichen)

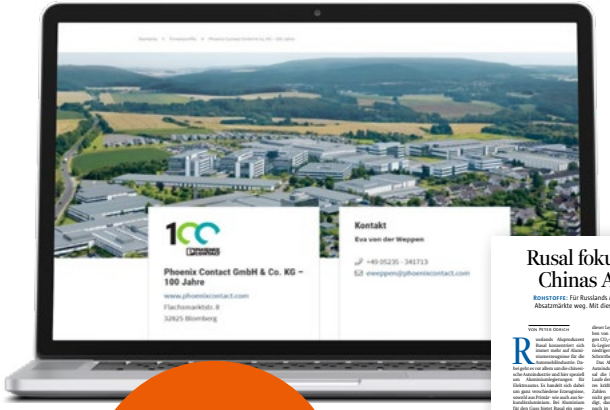
Textumfang:

- 1/2-Seite: max. 1.500 Zeichen
- 1/1-Seite: max. 3.000 Zeichen

Fotos:

- Bildmotiv: 140 mm Breite x max. 55 mm Höhe, 300 dpi

MEDIA-TIPP
Mit einem ergänzenden **Exklusiv-Podcast** rücken Sie Ihr Unternehmen in den richtigen Fokus (**siehe Seite 19**)!



Nutzen Sie die **crossmediale Reichweite** mit **Ingenieur.de**

Rusal fokussiert sich auf Chinas Autoindustrie

Phoenix Contact feiert 100jähriges Unternehmensbestehen

Standardkampagne:

Anzeigenformate	Content-Werbung
1/1-Seite	3.360 EUR
1/2-Seite	2.250 EUR
hinzubuchbare Beratungsleistung:	200 EUR

MEDIA-TIPP

Buchen Sie folgende Reichweiten-verstärker für Ihre Kampagne:

- Digtal-Advertorial, **Seite 16**
- Banner auf dem Portal, **Seite 12**

Alle Preise zzgl. ges. MwSt.

Digital-Advertorial / digitaler Anwenderbericht

Content Marketing – Mit Inhalten punkten!

Advertorials und Anwenderberichte eignen sich hervorragend zur Vorstellung erklärungsbedürftiger Produkte oder Dienstleistungen. Im Look & Feel der Website gestaltet, fügen sie sich gut in die Veröffentlichungsumgebung ein. Vom Bericht bis zum Interview sind alle gängigen Darstellungsformen denkbar.

Direkt in das CMS-System eingebunden erscheint der Artikel wie ein klassischer Newsbeitrag auf der Startseite. Die Bewerbung erfolgt zusätzlich über eine Pushmeldung im INGENIEUR.de Technik-Newsletter sowie Social-Post.

Content-Marketing ausgespielt über Ihr Fachportal!

Musterbeispiel:

MEDIA-TIPP
Denken Sie an den **Traffic-Boost** über Banner (**siehe Seite 12**)!

Spezifikationen:

- **Advertorial**

  Überschrift: max. 80 Zeichen
  Teasertext: max. 140-160 Zeichen
  Fließtext: max. 4.500 Zeichen
  Bilder: in 2:1, mind. 980 x 490 px

- **Newsletter**

  Display Ad: 560 x 400 px
  Native Ad: Bildmotiv: Querfomat 2:1 + Bildquelle
  Überschrift: max. 80 Zeichen
  Fließtext: max. 240 Zeichen

- **Social Media**

  Textlänge:
  Facebook: 40-140 Zeichen empf.
  LinkedIn: 250 Zeichen empf.
  X: max. 243 Zeichen
  Xing: 200 Zeichen empf.

  Bilder:
  Facebook: 1200 x 630 px
  LinkedIn: 1200 x 627 px
  X: 1200 x 675 px
  Xing: 720 x 450 px

- Anlieferung als Word Document
- Videoeinbindung möglich

Content Marketing – Mit Inhalten punkten!

Mit dem Brand Hub bieten wir Ihnen eine innovative und zugleich leistungsstarke Marketingplattform. Advertorials, Videos, Whitepaper finden hier im Look & Feel Ihres Unternehmens ihren Raum. Der ideale Rahmen für Ihre Inhalte und Kampagnen – eine Komplettlösung, die Ihnen alles bietet, was Sie für den Aufbau und die Förderung Ihrer Marke benötigen.

Leistungen	Basic Refresh 2.000 EUR	XL Refresh 3.000 EUR	Brand Hub
Artikelanzahl digitales Advertorial/Anwenderbericht	1	1	Bis zu 4
Logo Einbindung			✓
Verwendung Ihrer CD-Farbgebung			✓
Festplatzierung von Bannerflächen			✓
Schaltung im INGENIEUR.de Technik-Newsletter	1	2	4*
Native Integration auf Homepage			✓
Laufzeit	1 Monat	1 Monat	6 Monate
Links aus dem Artikel auf die Kunden-Website			✓
Social-Seeding über das Social-Media-Netzwerk	1 Social Post	1 Social Post	4 Social Posts
Redaktionelle Teaser in entsprechender Rubrik			✓
Produktempfehlung kann integriert werden			✓
Ad-Bundle digital in Portalrotation		1 Monat	Optional zubuchbar
Preis	**4.000 EUR**	**7.500 EUR**	**14.300 EUR**

MEDIA-TIPP:
Nutzen Sie diesen reichweitenstarken Brand Hub, um Ihre Marke aufbauen und ausbauen zu können!

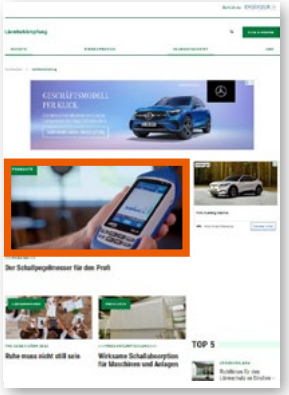
Alle Preise zzgl. ges. MwSt.

Produkt des Monats
Event des Monats
Webinar des Monats

Ihre wirksame Langzeit-Präsenz

Teaserbox auf der Startseite

Musterbeispiel:



Top-Ranking und prominente Darstellung

Medialeistung	inbegriffen
Platzierung einen Monat auf der Homepage, danach in passender Rubrik	✓
Ihr Artikel durchläuft zudem die Home von INGENIEUR.de	✓
Gesamtlaufzeit: 6 Monate (in der Rubrik)	✓
Suchmaschinenwirksam	✓
Top-Ranking und prominente Darstellung in der Rubrik	✓
Inklusiv: Social-Seeding*, Video-Einbindung und INGENIEUR.de Technik-Newsletter-Push	✓
Ihr Mediainvest/Monat	**1.700 EUR**
Refresh	**700 EUR**

*Facebook, LinkedIn, X, Instagram, Xing

MEDIA-TIPP
Die Platzierung erfolgt als Produkt, Event oder Webinar des Monats.
Zusätzlich durchläuft Ihre Werbung die reichweitenstarke Home von INGENIEUR.de!

Alle Preise zzgl. ges. MwSt.

Podcast – aktuelle Werbe-Stars

3-facher Hörgenuss für Ingenieur*innen und alle Technikbegeisterten

Hören Sie rein unter **INGENIEUR.de/podcasts**

	Technik aufs Ohr	Druckwelle	Prototyp
Unsere Podcasts werden über Podigee (Spotify, Apple Podcasts, Amazon und Google) ausgespielt.	„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 sprechen unsere Moderator*innen mit ihren Interviewgästen über aktuelle Themen, die Ingenieur*innen interessieren und bewegen.	Im Podcast Druckwelle geht es um die additive Fertigung, der Trend in der Produktion und Industrie. Im Podcast spricht VDI nachrichten-Redakteur Stefan Asche mit den führenden Köpfen der additiven Fertigung. Die Expert*innen erläutern neue Drucktechnologien und Materialien. Sie bewerten Entwicklungen und geben Praxistipps.	Podcast Prototyp begleitet alle angehenden Ingenieur*innen auf ihrem Weg auf der Karriereleiter nach oben, vom Studium bis zum Chef*innen-sessel. Mit den Redakteur*innen von VDI nachrichten teilen bekannte Gesichter aus Wirtschaft, Forschung und Bildung ihre Erfahrungen, geben hilfreiche Karriere-Tipps und verraten spannende Details aus ihrem eigenen Berufsleben.
Erscheinungsweise	donnerstags alle zwei Wochen	donnerstags alle zwei Wochen	donnerstags alle zwei Wochen
Abonnent*innen*	408.676	32.493	53.046
Hörer*innen/Monat*	13.604	1.271	1.943
Downloads/Streams/Monat*	31.272	2.384	3.338

* Verlagsangabe 08/2023

Übersicht Medialeistungen

Wir empfehlen:
Für 300 EUR
sprechen unsere professionellen Moderator*innen Ihre Ad ein!

Medialeistung	Native-Audio-Ad	Story-Ad	Exklusiv-Podcast
Konzept	Ihre Werbebotschaft in unserem Podcast wird als Pre-Roll direkt zu Beginn oder als Mid-Roll an passender Stelle im laufenden Podcast ausgestrahlt.	Mit einer Story-Ad – eingebunden als kleine Interview-Sequenz im Frage- und Antwortspiel – platzieren wir Ihre tieferge-hende Botschaft an passender Stelle im laufenden Podcast.	Beim Exklusiv-Podcast gestalten Sie Ihre ganz eigene Podcast-Folge, mit Ihren individuellen Themen. Insbesondere Inhalte mit hoher Lösungskompetenz glänzen in diesem Format.
Key Facts	• 20 Sekunden als Pre-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	**2.100 EUR**	**6.200 EUR**	**15.000 EUR**
Mediainvest Druckwelle	**900 EUR**	**3.800 EUR**	**5.100 EUR**
Mediainvest Prototyp	**1.320 EUR**	**4.750 EUR**	**7.995 EUR**

Ihre Vorteile

Für Ihren Auftritt in unserem Podcast können Sie mit hoher Wertigkeit verbunden mit unserem vollen Service rechnen:

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

MEDIA-TIPP

Viele Exklusiv-Podcast-Bucher*innen setzen als idealen Werbe-Booster zusätzlich unsere Crossmedia-Formate Advertorial und Teaser-Elemente sowie Social Media ein.

Alle Preise zzgl. ges. MwSt.

Stellenanzeigen in der "Lärmbekämpfung"

Online:
Vorlauf nur noch 3 Werktage

Die Suche nach den passenden Ingenieur*innen gleicht der Suche nach der Nadel im Heuhaufen?

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

Zielgruppen:
Ingenieur*innen mit Fachgebiet Akustik (Deutsche Gesellschaft für Akustik DEGA)

Druckauflage: 1.000

Ausgaben/Jahr: 6

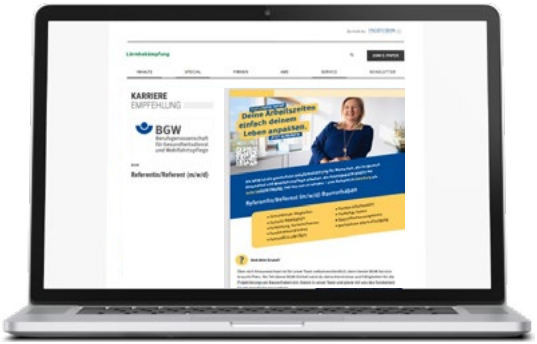
Ihr Ansprechpartner:
CrossMediaConsulting Wolfgang Ernd GmbH
Arnd Walgenbach

Telefon: +49 40 881 449-370
Telefax: +49 40 881 449-11
awalgenbach@crossmediaconsulting.de

Stellenanzeigen	Festpreis, 4c
1/1 Seite	3.360 EUR
1/2 Seite	2.250 EUR
1/3 Seite	1.300 EUR
1/4 Seite	1.100 EUR
1/8 Seite	830 EUR
Stellenanzeige online	2.550 EUR
Kombizuschlag für Online (auf Printpreis)	550 EUR
Chiffregebühr	7 EUR

Karriereempfehlung auf laermbekaempfung.de

- Ihre Stellenanzeige wird online als pdf eingestellt für 2.550 EUR
- Die Platzierung erfolgt im Fachportal mit Logo und Stellenbezeichnung
- Sie können Ihre pdf-Stellenanzeige mit einem Link versehen
- Laufzeit: 4 Wochen
- Kombizuschlag für Online (auf Printpreis): 550 EUR



Lärmbekämpfung

Verlagsangaben

Verlag

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

Herausgeber:
VDI Fachmedien GmbH & Co. KG

Geschäftsbedingungen:
Für die Abwicklung von Anzeigenaufträgen gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen des Verlags (siehe Seite 23-24).

Bankverbindung:
Commerzbank AG, Düsseldorf
SWIFT/BIC-Code: DRES DE FF 300
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

Bezugspreis:

Jahresabonnement (Inland)	281,80 EUR*
Einzelverkaufspreis	47,50 EUR*
E-Paper-Abonnement	242,10 EUR
E-Paper-Upgrade	48,50 EUR

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, Frank Vinken

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

Tech Specs zur PDF-Erstellung für E-Paper-Beilagen

Screen-PDF Version 1,6 oder höher

Farbmodus:
RGB

Auflösung:
150 dpi

Logos, Grafiken:
Vektor-Grafiken und Anzeigen vor dem Platzieren in „png“ umwandeln. Keine EPS, PDF X3 oder andere Postscript-Formate verwenden.

Druckbögen:
nein (Einzelseiten ohne Schnittmarken)

Schreibschutz:
ohne

Schriften:
einbetten

Formularfelder:
ohne

Transparenzen:
erlaubt (Live-Transparenzen möglich, wenn beim Export Dateiformate verwendet werden, die Live-Transparenz unterstützen.)

Transparenzreduzierung:
nein

Technische Angaben Print

Druckverfahren: Offset

Satzspiegel: 176 mm x 270 mm (B x H)

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 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

* inkl. Versandkosten und Mehrwertsteuer, zzgl. Porto

Geschäftsbedingungen

VDI Fachmedien » Lärmbekämpfung » Mediadaten

Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB)

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 Heftnummern, 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.

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.

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 Anzeigenschlusstermin und von dem Ausgleich offenstehender 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.

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 Handelsregisterauszuges 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 zugelieferten 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.

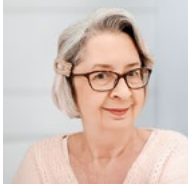
23. Advertorials sind fremdproduzierte Teile, die sich in Form und Aufmachung deutlich von den redaktionellen Teilen der Zeitung / dem Magazin (in Typo, grafischen Elementen, Farbigkeit, Spaltigkeit) unterscheiden müssen. Sie enthalten Text und Werbung Dritter. Sie sind grundsätzlich mit einem eigenen 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.

Die Allgemeinen Geschäftsbedingungen finden Sie hier:
ingenieur.de/allgemeine-geschaeftsbedingungen/

Ansprechpartner*innen

Ken Fouhy
Geschäftsführer
kfouhy@vdi-fachmedien.de

Petra Seelmann-Maedchen
Leiterin Sales Solutions
Telefon: +49 211 6188-191
pmaedchen@vdi-nachrichten.com



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

Annika Hilse
Chefredakteurin
Telefon: +49 211 6103-343
ahilse@vdi-fachmedien.de

Arnd Walgenbach
Anzeigen Verkauf
Telefon: +49 40 881 449-370
Telefax: +49 40 881 449-11
awalgenbach@crossmediaconsulting.de

Sandra Schüttler
Redaktion Innendienst
Telefon: +49 211 6103-124
sschuettler@vdi-fachmedien.de

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

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