

Mediadaten 2026

Preisliste Nr. 38 gültig ab 1.1.2026





AMF 1:	Titelporträt	2 – 3
AMF 2:	Auflagen- und Verbreitungsanalyse	4
AMF 2:	Kurzfassung Erhebungsmethode	5
AMF 3-E:	Empfänger-Struktur-Analyse	6 – 7
AMF P:	Formate und Preise	8 – 10
Internet-G	Guide	11
AMF T:	Termin- und Themenplan	12 – 13
Einhefter,	Beilagen, aufgeklebte Werbemittel	14 – 15
Wandkale	nder/Fahrer-Jahrbuch	16 – 17
LogiMAT [Daily	18 – 19
Online-We	erbung/Sonderwerbeformen	20 – 21
Newslette	er	22
AGB		23





HUSS-VERLAG GmbH 80912 München



www.huss.de www.logistra.de





Tobias Schweikl Chefredakteur LOGISTRA

Sehr geehrte Media-Entscheider,

die Logistik steht weiter unter erheblichem Veränderungsdruck. Zwei Entwicklungen prägen aktuell Lager- und Transportprozesse besonders stark: die fortschreitende Digitalisierung und der Umbau hin zu emissionsfreien Strukturen.

Statt allgemeiner Nachhaltigkeit steht nun die konkrete Dekarbonisierung im Zentrum. E-Lkw und Brennstoffzellenfahrzeuge sind Teil der Lösung, greifen aber für sich genommen immer noch zu kurz. Gefragt ist ein ganzheitlicher Ansatz entlang der gesamten Lieferkette. Ziel ist es, CO₂-Emissionen messbar zu senken oder im Idealfall ganz zu vermeiden – mit direkten Auswirkungen auf Fuhrpark, Prozesse und Geschäftsmodelle.

Parallel dazu schreitet die Digitalisierung voran – sowohl im Lager als auch im Transport. Bewährte IT-Systeme stoßen zunehmend an Grenzen. Künstliche Intelligenz

verspricht Effizienzgewinne, erfordert aber auch neue Denkweisen: Entscheidungen treffen Maschinen – oft undurchschaubar, aber schnell und datenbasiert. Diese Entwicklung verändert das Zusammenspiel von Mensch und Technik grundlegend.

In dieser dynamischen Lage gewinnen belastbare Informationen an Bedeutung. LOGISTRA begleitet die Transformation – unter anderem durch fundierte Berichte von Branchenevents wie der LogiMAT (24. - 26. März 2026, Stuttgart), der HANNOVER MESSE (20. - 24. April 2026, Hannover), der IAA TRANSPORTATION (15. - 20. September 2026, Hannover) und der BVL Supply Chain CX (21. - 23. Oktober 2026, Berlin).

Unsere Fachredaktion erreicht Entscheider aus Transport und Lagerlogistik in Deutschland, Österreich und der Schweiz – über das Printmagazin (IVW-geprüfte Auflage: 10.714 Exemplare), die Website www.logistra.de (36.338 Page Impressions, 19.777 Visits) und den wöchentlichen Newsletter mit rund 2.900 Abonnenten.

Positionieren Sie Ihre Themen in einem relevanten Umfeld.

Herzliche Grüße Tobias Schweikl tobias.schweikl@hussverlag.de

Print



Online



www.logistra.de

1 Titel: LOGISTRA

Kurzcharakteristik: Das Fachmagazin LOGISTRA informiert über

praxiserprobte Lösungen und Produkte zur Optimierung von Lager, Versand sowie

des Verteilerverkehrs. www.logistra.de

3 **Zielgruppe:** Operativ verantwortliche Entscheider in der

Distributionslogistik

4 Erscheinungsweise: 6-mal im Jahr

(Doppelnummern)

Heftformat: 210 x 297 mm, DIN A4

6 Jahrgang: 38. Jahrgang 2026

7 **Bezugspreis:** Jahresabonnement Inland € 106,-

(inkl. MwSt. zzgl. € 9,60 Versandspesen)

Einzelverkaufspreis € 18,-

(inkl. MwSt. zzgl. € 3,- Versandspesen)

ISSN-Nr. 1862-7250

8 Organ: –

9 Mitgliedschaften: –

10 Verlag: HUSS-VERLAG GmbH

Telefon: +49 89 32391-0 **Telefax:** +49 89 32391-163

Internet: www.huss.de

11 Herausgeber: Dipl.-Ing. (FH) Christoph Huss

12 Anzeigen/Vertrieb: Logistik: Gabriele König -261 (verantwortlich)

gabriele.koenig@hussverlag.de

Fuhrpark: Michaela Pech -251 (verantwortlich)

michaela.pech@hussverlag.de

Oliver Dorsch -314

leserservice@hussverlag.de

13 Redaktion: Tobias Schweikl -493 (verantwortlich)

14 Umfangs-Analyse:

2024 = 6 Ausgaben

 Gesamtumfang:
 312 Seiten = 100,00 %

 Redaktioneller Teil:
 236 Seiten = 75,64 %

 Anzeigenteil:
 76 Seiten = 24,36 %

davon: Gelegenheitsanzeigen –

Einhefter 8 Seiten = 10,52 % verlagseigene Anzeigen 28 Seiten = 36,84 %

Beilagen: 9 Stück

15 Inhalts-Analyse des Redaktionsteils: 2024 = 236 Seiten

15a	Themen	Seiten	%
	AutoID, Mobile Datenerfassung	13,20	5,59
	Behälter, Paletten	11,50	4,87
	Flurförderzeuge	21,70	9,19
	Fördertechnik	22,60	9,58
	Kommissionierung	15,80	6,69
	Lagerverwaltung	11,40	4,83
	Regalbau	10,60	4,49
	Transportverwaltung	11,20	4,75
	Transportdienstleistung	17,10	7,25
	Verpackung	15,90	6,74
	Versand	13,00	5,51
	Lkw	22,80	9,66
	Transporter	30,70	13,01
	Fuhrparkverwaltung	18,50	7,84
	Gesamt	236,00	100,00

15c	Branchen	Seiten	%
	Automobil	43,90	18,60
	Bau	26,60	11,27
	Chemie/Pharma	12,70	5,38
	Getränkelogistik	11,10	4,70
	Nahrungs- und Genussmittel	21,40	9,07
	Möbel	7,30	3,09
	Maschinen und Anlagen	41,50	17,58
	Textil	31,80	13,47
	Handel	39,70	16,82
	Gesamt	236,00	100,00







16 Auflagenkontrolle:



Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V. (IVW)

17 **Auflagen-Analyse:** Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt (1. Juli 2024 bis 30. Juni 2025)

Druckauflage:	11.000		
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):	10.714	davon Ausland:	34
Verkaufte Auflage: – Abonnierte Exemplare/	7.954	davon Ausland:	17
sonstiger Verkauf: – Einzelverkauf:	7.954	davon Mitgliederstücke:	0
Freistücke:	2.760		17
Rest-, Archiv- und Belegexemplare	286		

18 Geografische Verbreitungs-Analyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	99,68	10.680
Ausland	0,32	34
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100	10.714

Gliederung der Inlandsauflage nach den Postleitzonen:

Anteil tatsächlich verbreiteter Inlandsauflage

PLZ 0	7,27 %	776 Exemplare
PLZ 1	5,67 %	605 Exemplare
PLZ 2	10,72 %	1.145 Exemplare
PLZ 3	10,64 %	1.136 Exemplare
PLZ 4	12,89 %	1.377 Exemplare
PLZ 5	11,23 %	1.199 Exemplare
PLZ 6	8,35 %	893 Exemplare
PLZ 7	12,85 %	1.372 Exemplare
PLZ 8	10,37 %	1.107 Exemplare
PLZ 9	10,02 %	1.070 Exemplare
Tatsächl	ich verbreitete Inlandsauflage	10.680 Exemplare

Kurzfassung der Erhebungsmethode zur Verbreitungs-Analyse (AMF-Schema 2, Ziffer 18, 3-E)

1 Untersuchungsmethode:

Verbreitungs-Analyse durch Dateiauswertung – Totalerhebung

2 Beschreibung der Empfängerschaft zum Zeitpunkt der Datenerhebung:

2.1 Beschaffenheit der Datei:

In der Empfängerdatei sind die Anschriften aller Empfänger aufgeführt. Aufgrund der postalischen Angaben kann die Datei nach Postleitzahlen bzw. Inlands- und Auslandsempfängern sortiert werden.

2.2 Gesamtzahl Empfänger in der Datei:

59.178

2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger: (Wechsel nach jeder 3. Ausgabe)

58.184

2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

Verkaufte Auflage		7.954
davon: Normalabonnenten/sonstiger Verkauf	7.954	
Mitglieder-Abonnenten	0	
Einzelverkauf	0	
ständige Freistücke	0	
wechselnde Freistücke	2.760	
Belegexemplare	286	
tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)		10.714
davon: Bundesrepublik Deutschland	10.680	
Ausland	34	

3 Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA) 10.714 =100 % Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA) 10.714 = 100 %

3.2 Tag der Stichproben-Ziehung:

01. Juli 2025

3.3 Beschreibung der Stichprobe:

Die Auswertung basiert auf der Gesamtdatei. Die ermittelten Anteile für die Verbreitungsgebiete wurden auf die tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt gemäß AMF-Ziffer 17 projiziert.

3.4 Zielperson der Untersuchung:

entfällt

3.5 Definition des Lesers:

entfällt

3.6 Zeitraum der Untersuchung:

Juli 2025

3.7 Durchführung der Untersuchung:

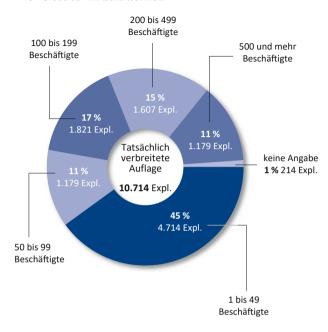
HUSS-VERLAG GmbH



19 Branchen/Wirtschaftszweige/Fachrichtungen/Berufsgruppen:

Nr. der Klassifikation WZ 2008 Stand 2009	Empfängergruppen (lt. Klassifikation der Wirtschaftszweige)	%	Projektion (circa)
10, 11, 12, 46.3	Nahrungs- und Genussmittel	6	643
46.13	Baustoffhandel	10	1.071
20, 21, 22	Chemische Industrie	6	643
05-08, 19, 35	Mineralöl, Bergbau, Energie	2	214
24, 25	Stahl/Eisen/Blech	5	536
28, 29, 30	Maschinen-/Fahrzeugbau	11	1.179
26	Elektrotechnik/Feinmechanik	8	857
27	Feinmechanik/Optik	3	322
31, 32	Möbel/Holzwirtschaft	6	643
13, 14, 15	Leder, Textil, Bekleidung	3	321
17, 18	Druck und Papier	2	214
46, 47	Handel	16	1.714
49, 49.2, 49.4, 50, 51, 52, 53	Logistikdienstleister/Speditionen	15	1.607
72, 94	Behörden/Verbände	3	321
	Sonstiges	4	429
		100	10.714

20 Größe der Wirtschaftseinheit:



23 Alter: wurde nicht erhoben

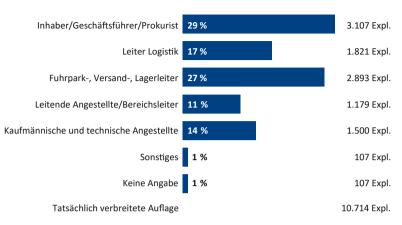
24 **Gemeindegrößeklassen:** wurde nicht erhoben, weil die Beurteilung

dieser Fachzeitschrift als Werbeträger

hiervon nicht abhängig ist.

Kurzfassung der Erhebungsmethode siehe Seite 5.

21 Tätigkeitsmerkmal: Position im Betrieb



22 Bildung/Ausbildung: Schulabschluss

Hauptschule/Volksschule	11 %	1.179 Expl.
Realschule	35 %	3.750 Expl.
Fachschule/Handelsschule	11 %	1.179 Expl.
Abitur	12 %	1.285 Expl.
Fachhochschule/Universität	30 %	3.214 Expl.
Keine Angaben	1 %	107 Expl.
Tatsächlich verbreitete Auflage		10.714 Expl.

2026





Anzeigen-Preisliste Nr. 38 gültig ab 1. Januar 2026

1 Auflage:

Druckauflage 11.000 (Verlagsangabe)

2 Zeitschriftenformat:

210 mm breit x 297 mm hoch, DIN A4

Satzspiegel:

185 mm breit x 270 mm hoch

3 Druck- und Bindeverfahren, Druckunterlagen:

Inhalt: Rollenoffset (Euroskala), Umschlag: Bogenoffset (Euroskala) Klammerheftung

Digitale Anzeigen-Druckunterlagen

Datenformat: Bitte liefern Sie Ihre Druckunterlage als PDF-Datei (maximal PDF 1.3). Wir empfehlen die internationale Norm PDF/X-1a.

Farbraum: Der Druck erfolgt nach der Euroskala im Prozessstandard Offsetdruck mit den Grundfarben Cyan, Magenta, Gelb und Schwarz. Sonderfarben sind nur nach Absprache möglich und werden ansonsten in unserer Druckvorstufe in 4c umgewandelt.

Profil: Für Anzeigen auf dem Umschlag sowie für Anzeigen im Inhalt ISOcoated_v2_300_eci.icc

Das Profil kann unter www.eci.org heruntergeladen werden.

Proof: Eine verbindliche Farbwiedergabe im Druck kann nur mit einem Proof mit Ugra/Fogra-Medienkeil gewährleistet werden. Ein farbiger Ausdruck kann lediglich zur Kontrolle dienen.

Datenträger: DVD

Datenübertragung bis 5 MB per E-Mail an: anzeigen@logistra.de, ansonsten per FTP (auf Anfrage)

Erstellung von Druckunterlagen auf Anfrage (zum Selbstkostenpreis)

4 Termine: Siehe Termin- und Themenplan auf Seite 12/13 Erscheinungsweise: 6-mal im Jahr 5 Verlag: HUSS-VERLAG GmbH

Hausanschrift: Joseph-Dollinger-Bogen 5, 80807 München

Postanschrift: 80912 München, Deutschland

Internet: www.logistra.de

Anzeigendispo: Telefon: +49 89 32391-263, Fax: -163 E-Mail: anzeigen@logistra.de

6 Zahlungsbedingungen:

Zahlung innerhalb von 5 Tagen abzüglich 2 % Skonto oder 14 Tage netto ohne Abzug

Bankverbindung:

Deutsche Bank, München, Konto-Nr. 0 213 132 00, BLZ 700 700 10

SWIFT CODE: DEUTDEMMXXX **IBAN:** DF45 7007 0010 0021 3132 00

BIC: DEUTDEMMXXX

7 Anzeigenformate (im Satzspiegel) und Preise

Alle Preise zzgl. MwSt.

Junior Page 137 x 185 € 3.580 1/2 90 x 270 185 x 128 € 3.180 1/3 58 x 270 185 x 85 € 2.180	Format	Breite x Hö	ihe (in mm)		
Junior Page 137 x 185 € 3.580 1/2 90 x 270 185 x 128 € 3.180 1/3 58 x 270 185 x 85 € 2.180		hoch	norm	quer	4c
1/2 90 x 270 185 x 128 € 3.180 1/3 58 x 270 185 x 85 € 2.180	1/1 Seite	185 x 270			€ 5.180,-
1/3 58 x 270 185 x 85 € 2.18	Junior Page	137 x 185			€ 3.580,-
	1/2	90 x 270		185 x 128	€ 3.180,-
1/4 43 x 270 90 x 128 185 x 62 € 1.88	1/3	58 x 270		185 x 85	€ 2.180,-
	1/4	43 x 270	90 x 128	185 x 62	€ 1.880,-
1/8 43 x 128 90 x 62 185 x 30 € 1.08	1/8	43 x 128	90 x 62	185 x 30	€ 1.080,-

Abweichende Formate auf Anfrage

Zuschläge:

8.1 Farbzuschläge: -

Sonderfarben auf Anfrage

8.2 Vorzugsplatzierungen:

Bild Titelseite	€ 6.800,-			
4. Umschlagseite (4c)	€ 5.880,-			
2. und 3. Umschlagseite (4c) jeweils	€ 5.580,-			
1/3 Seite (4c) neben Editorial	€ 2.280,-			
1/2 Seite (4c) hoch neben Inhaltsverzeichnis	€ 3.280,-			
Inselanzeige (von 4 Seiten Redaktion umgeben)	€ 8,50 pro mm			
Sonstige bindende Platzierungsvorschriften ab 1/2 Seite und größer:				
jeweils 10 % Aufschlag vom Grundpreis				

8.3 Formatzuschläge: -

Rubrikanzeigen:

Spaltenzahl: 4, Spaltenbreite: 43 mm

• Stellenangebote: € 3,80 pro mm und Spalte Stellengesuche: € 2,00 pro mm und Spalte • An-/Verkäufe/Sonstiges: € 3,80 pro mm und Spalte € 15,-

Chiffregebühr:

10 Sonderwerbeformen:

Preise und Zuschläge für Sonderwerbeformen auf Anfrage

11 Rabatte: Bei Abnahme innerhalb eines Jahres

Malstaffel	Mengenstaffel
3 Anzeigen 3 %	2 Seiten 5 %
6 Anzeigen 5 %	4 Seiten 10 %
8 Anzeigen 8 %	6 Seiten 15 %
10 Anzeigen 10 %	8 Seiten 20 %

12 Kombinationen:

LOGISTRA und VISION TRANSPORT

13 Finhefter*:

2-seitig	€ 4.380,-
4-seitig	€ 6.380,-
Danistata Hafannaana	11 200 Fue

11.300 Exemplare Benötigte Liefermenge

14 Beilagen*: nicht rabattierbar

Lose eingelegt, maximale Größe 200 x 280 mm

Preise bis 25 g Gesamtgewicht: € 240,- je tausend Exemplare 26 g bis 50 g Gesamtgewicht: € 360,- je tausend Exemplare

Teilbeilagen (nach PLZ möglich)

Benötigte Liefermenge: 11.300 Exemplare

Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist die Vorlage eines verbindlichen Musters, notfalls eines Blindmusters mit Größen- und Gewichtsangabe, erforderlich.

15 Aufgeklebte Werbemittel (Postkarten, CDs/DVDs, Booklets) bei Maschinenklebung*:

Klebegebühr bis 25 g: € 100,- je tausend Exemplare Klebegebühr von 26 bis 50 g: € 150,- je tausend Exemplare

(Klebegebühr nicht rabattierbar)

Benötigte Liefermenge: 11.300 Exemplare Höhere Gewichte und andere Werbeformen wie Warenmuster a. A. Aufgeklebte Werbemittel nur in Verbindung mit einer Trägeranzeige

16 Versandanschrift für Position 13 – 15:

Dierichs Druck + Media GmbH & Co. KG

Frankfurter Straße 168

34121 Kassel

Telefon: +49 561 60280-171

Liefervermerk: Für LOGISTRA-Ausgabe Nr. xx/2026 Liefertermin: Bis spätestens 5 Tage nach Anzeigenschluss

* Weitere Informationen und technische Daten siehe Informationsblatt "Einhefter, Beilagen, aufgeklebte Werbemittel" S. 14/15

Alle Preise zzgl. MwSt.



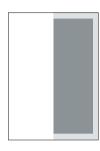
Über 3 Mio. Direktmarketing-Adressen aus 5.000 Branchen für Ihren Werbeerfolg

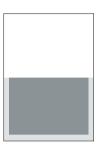
www.huss-adressen.de Beratung +49 89 32391-319

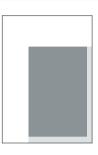
2026















im Satzspiegel im Anschnitt 4c-Preis

185 x 270 mm 210 x 297 mm* € 5.180,-

1/2 Seite hoch 90 x 270 mm 103 x 297 mm* € 3.180,-

1/2 Seite quer 185 x 128 mm 210 x 144 mm* € 3.180,-

Junior Page 137 x 185 mm 150 x 198 mm* € 3.580,-

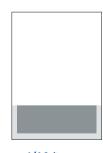
:

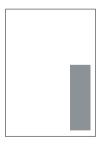
1/3 Seite hoch 58 x 270 mm 71 x 297 mm* € 2.180,-

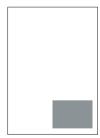
1/3 Seite quer 185 x 85 mm 210 x 98 mm* € 2.180,-













im Satzspiegel im Anschnitt 4c-Preis

1/4 Seite hoch 43 x 270 mm 56 x 297 mm* € 1.880,-

1/4 Seite norm 90 x 128 mm 103 x 144 mm* € 1.880,-

1/4 Seite quer 185 x 62 mm 210 x 75 mm* € 1.880,-

1/8 Seite hoch 43 x 128 mm -€ 1.080.-

1/8 Seite norm 90 x 62 mm -€ 1.080.-

1/8 Seite quer 185 x 30 mm — € 1.080.-

Alle Preise zzgl. MwSt.

Formate: Breite x Höhe

* zzgl. 3 mm Beschnitt an allen Heftaußenkanten



LOGISTRA Internet-Guide 2026

Firmenporträts und Leistungsübersicht wichtiger Logistik-Anbieter – Print & Online! 20. Auflage 2026/2027

Kurzcharakteristik: Anbieter von Produkten und Dienstleistungen aus dem Bereich

> Lagerlogistik und Fuhrpark stellen Lager-, Versand- und Fuhrparkverantwortlichen ihr Unternehmen vor - übersichtlich sortiert nach Themen von A wie AutoID bis Z wie Zustelldienste.

In gedruckter Form erreichen Sie Ihre Zielgruppe reichweitenstark durch das Heft-im-Heft in LOGISTRA sowie als Beilage in der Zeitung Transport mit einer Gesamtauflage von

29.000 Exemplaren!

Ihr Firmenporträt Online unter www.logistra.de/internetguide ermöglicht Ihnen zudem, Ihren Kundenkreis treffsicher zu

erweitern.

Zielgruppe: Lager- und Versandverantwortliche sowie Fuhrpark- und

Flottenmanager in Industrie- und Handelsunternehmen

sowie Speditionen

Druckauflage: 29.000 Exemplare

Format: DIN A4, 210 mm x 297 mm

15. Juni 2026 als Heft-im-Heft in LOGISTRA 5-6/2026 und am Erscheinungstermin:

26. Juni 2026 als Beilage in Transport 12/2026

Anzeigenschluss: 4. Mai 2026

Leistung: Printeintrag im LOGISTRA Internet-Guide inklusive ein Jahr

Online unter www.logistra.de/internetguide mit Verlinkung

Laufzeit: ein Jahr

Preis: € 670,- pro Eintrag

Alle Preise zzgl. MwSt.







Heft	Lager & Versand	Fuhrpark	Supplements	Veranstaltungen/Messen
1/2 AS: 02.02. DU: 09.02. ET: 02.03.	LogiMAT 2026 Vorbericht Logistik-IT KI im Lager Automatisierung Flurförderzeuge	Ladungssicherung Temperaturgeführte Transporte Citylogistik		LogiMAT India, Mumbai, 05. – 07.02. LogiMAT, Stuttgart, 24 26.03.
3/4 AS: 16.03. DU: 20.03. ET: 14.04.	LogiMAT 2026 Nachbericht Förder- und Lagertechnik Kommissionierung	Transporter und Lieferwagen Waschanlagen Elektromobilität		Deutscher Materialfluss-Kongress, Dortmund, 15 16.04. Tag der Logistik, 16.04. HANNOVER MESSE, Hannover, 20. – 24.04. LogiMAT China, Shenzhen, 22. – 24.04. interpack, Düsseldorf, 07. – 13.05.
5/6 AS: 18.05. DU: 22.05. ET: 15.06.	Start der Leserwahl: LOGISTRA best practice 2026 Logistik-IT Nachhaltigkeit	Start der Leserwahl: LOGISTRA best practice 2026 Telematik/Navigation Transport-Management- Software Reifenservice und Pannendienste	Internet-Guide VISION TRANSPORT VISION TRANSPORT	EUROBIKE, Frankfurt, 24. – 27.06. ADAC Truck-Grand-Prix, Nürburgring, 10. – 12.07.
7/8 AS: 27.07. DU: 03.08. ET: 24.08.	Verpackung und Versand Lagertechnik Industrietore & Rampen	IAA TRANSPORTATION 2026 Vorbericht Lastenräder Alternative Antriebe E-Lkw und Transporter	Acceptance of the control of the con	IAA TRANSPORTATION, Hannover, 15. – 20.09. mit International Cargobike of the Year Award (CABOTY)

Heft	Lager & Versand	Fuhrpark	Supplements	Veranstaltungen/Messen
9/10 AS: 07.09. DU: 14.09. ET: 05.10.	BVL Supply Chain CX 2026 Vorbericht Lagereinrichtung Zoll & Export Logistik-IT	Gewinner Lastenradpreis CABOTY 2026 Elektromobilität Verteiler-Lkw Nutzfahrzeugreifen		BVL Supply Chain CX 2026, Berlin, 21. – 23.10.
11/12 AS: 19.10. DU: 26.10. ET: 16.11.	LOGISTRA best practice 2026: Die Gewinner Lebensmittellogistik Logistikdienstleistung Lagerverwaltung	LOGISTRA best practice 2026: Die Gewinner Autonomes Fahren Waschanlagen Kraftstoffe/Tankkarten	Wandkalender 2027	
	Ständige Themen Verpackung, Verladung, Versand Behälter und Paletten Lagereinrichtung und -verwaltung Logistiksoftware (Lager, Versand, Export)	Ständige Themen Tests und Fahrberichte von Verteiler-Lkw, Transportern und Lieferwagen Vorstellung neuer leichter und schwerer Nutzfahrzeuge Vorstellung neuer Auflieger, Aufbauten und Anhänger Transport-Management-Systeme Betriebsstoffe (Frostschutz, AdBlue, Schmiermittel, Diesel, Erdgas)	werenitelt Wosen aus der Frank fo	de Practi. (DOSTRA de

AS = Anzeigenschluss DU = Druckunterlagenschluss ET = Erscheinungstermin

13 Einhefter:

Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist die Vorlage eines verbindlichen Musters, notfalls eines Blindmusters mit Größen und Gewichtsangaben, bis spätestens zum Anzeigenschluss der jeweiligen Ausgabe erforderlich. Einhefter dürfen nur für das Verkaufsprogramm eines Werbungtreibenden werben. Sie müssen den Postbestimmungen entsprechend so gestaltet sein, dass sie nicht mit dem Redaktionsteil verwechselt werden können.

Die Platzierung ist abhängig von den technischen Möglichkeiten.

Formate:

- 1 Blatt (= 2 Seiten + Klappe mind. 10 cm breit) unbeschnitten 213 mm breit x 307 mm hoch
- 2 Blatt (= 4 Seiten) unbeschnitten 426 mm breit x 307 mm hoch
- 3 Blatt (= 6 Seiten) unbeschnitten 614 mm breit x 307 mm hoch



Technische Angaben:

Einhefter müssen unbeschnitten, mehrblättrige Einhefter gefalzt angeliefert werden. Der Kopf muss geschlossen sein.

Die Vorderseite des Einhefters muss entsprechend gekennzeichnet werden. Einhefter müssen in der Art und Ausführung so beschaffen sein, dass eine zusätzliche Aufbereitung und Bearbeitung entfällt. Erschwernisse und zusätzliche Falz- und Klebearbeiten werden gesondert berechnet.

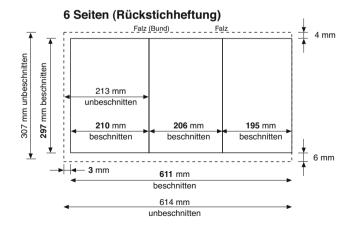
Preis:

2-seitig € 4.380,-4-seitig € 6.380.-

Benötigte Liefermenge: 11.300 Exemplare

Anlieferungstermin: Bis spätestens 5 Tage nach Anzeigenschluss.

Alle Preise zzgl. MwSt.



14 Beilagen:

Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist die Vorlage eines verbindlichen Musters mit Größen- und Gewichtsangabe bis spätestens Anzeigenschluss der jeweiligen Ausgabe erforderlich. Beilagen dürfen nur für das Verkaufsprogramm eines Werbungtreibenden werben. Sie müssen den Postbestimmungen entsprechend so gestaltet sein, dass sie nicht mit dem Redaktionsteil verwechselt werden können. Die Platzierung von Beilagen erfolgt den technischen Möglichkeiten entsprechend.

Technische Daten:

Beilagen werden lose eingelegt.

Maximalformat: 200 x 280 mm

Sie müssen so beschaffen sein, dass eine zusätzliche Bearbeitung entfällt. Erschwernisse und zusätzliche Arbeiten (z.B. Falzen) werden gesondert in Rechnung gestellt.

Beilagen, die auf einem anderen Werkstoff als Papier gedruckt sind, können nur nach Vorlage eines verbindlichen Musters und vorheriger Zustimmung des Verlages und der Post angenommen werden.

€ 50.-

Beilagengebühren:

bis 25 g Gesamtgewicht € 240,- je tausend Exemplare
26 g bis 50 g Gesamtgewicht € 360,- je tausend Exemplare
höhere Gewichte auf Anfrage

höhere Gewichte auf Anfrage Teilbeilagen-Zuschlag pro PLZ-Split Teilbeilagen (nach PLZ) auf Anfrage.

Beilagen werden nicht rabattiert.

Berechnete Auflage: 11.000 Exemplare
Benötigte Liefermenge: 11.300 Exemplare

Anlieferungstermin: Bis spätestens 5 Tage nach Anzeigenschluss.

15 Aufgeklebte Werbemittel, Postkarten (CDs/DVDs, Booklets)

bei Maschinenklebung:

Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist die Vorlage des Anzeigenmotivs mit aufgeklebter Postkarte (Standmuster) erforderlich. Warenmuster können nur nach Vorlage eines verbindlichen Musters und vorheriger, vom Verlag bei der Post einzuholender Zustimmung angenommen werden.

Formate:

Es gelten die Vorschriften für Postkarten.

Mindestformat: 140 x 90 mm (Breite x Länge)

Maximalformat: 235 x 125 mm (Breite x Länge)

Klebegebühren: bis 25 g € 100,- je tausend Exemplare

von 26 bis 50 g € 150.- ie tausend Exemplare

Erschwernisse werden gesondert in Rechnung gestellt.

Benötigte Liefermenge: 11.300 Exemplare

Anlieferungstermin: Bis spätestens 5 Tage nach Anzeigenschluss.



Technische Angaben:

Bei aufgeklebten Postkarten oder Warenmustern sollten die Klebekanten in Bundrichtung liegen.

Versandanschrift:

Dierichs Druck + Media GmbH & Co. KG Frankfurter Straße 168

34121 Kassel

Telefon: +49 561 60280-171

Liefervermerk:

Für LOGISTRA-Ausgabe Nr. xx/2026

Alle Preise zzgl. MwSt.



LOGISTRA-Wandkalender 2027



Erscheinungstag 16.11.2026 als Beilage in

LOGISTRA 11-12/2026

Anzeigenschluss: 05.10.2026 Auflage: 11.000

Format: DIN A1 (820 x 580 mm)

Werbemöglichkeiten:

1 Feld	75 x 75 mm	€	450,-
2 Felder	75 x 155 mm	€	800,-
	155 x 75 mm	€	800,-
4 Felder	155 x 155 mm	€	1.500,-
Exklusiv	800 x 155 mm	€	9.400,-
	+155 x 305 mm		

Alle Preise zzgl. MwSt.





mit Unter	ring der Fahrerlaubnis rrichtung über Wissenswertes 2027 erungen für den Fahrer
Personen, die	3B. § 7 StVG, § 31 StVZO, § 3 Abs. 1 BOKraft und § 130 OWiG ist zu prüfen, o num Führen von Kfz ermächtigt sind, die erforderliche Fahrerlaubals sowie d Kenntnisse und Fertigkeiten besitzen.
Der Unternehm	ner muss sich davon in regelmäßigen Zeitabständen überzeugen.
Unternehmer u	erschein in Verwahrung genommen, sichergestellt oder beschlagnahmt, ist di vorziglich davon zu unterrichten. Wird die Meldung unterlassen, gehen alle darau Folgen zu Lasten des Fahrers.
entstellenden	
Führerschein	eingesehen und kontrolliert, Fahrerkarte überprüft, Unterrichtsgespräch geführt und das Fahrer-Jahrbuch 2027 ausgehändigt:
Führerschein	eingesehen und kontrolliert, Fahrerkarte überprüft, Unterrichtsgespräch geführt und das Fahrer-Jahrbuch 2027 ausgehändigt: Unterschilt
Führerschein Unterweisung	geführt und das Fahrer-Jahrbuch 2027 ausgehändigt:

Fahrer-Jahrbuch 2027

Seit 50 Jahren bewährt – neue Vorschriften und Wissenswertes für Fahrer über Fahrzeuge und Verkehr

51. Ausgabe 2027

Dieses Taschenbuch hilft Unternehmen, ihrer gesetzlich vorgeschriebenen Informationspflicht nachzukommen und ist eine wichtige Planungshilfe für alle Fahrer. Das Fahrer-Jahrbuch bietet inhaltliche Schwerpunkte rund um die Themen Unterwegs, Sicherheit, Ladungssicherung, Recht, Gefahrgut sowie Service und beinhaltet u. a. wichtige Informationen zu Lenk- und Ruhezeiten, Dieselfahrverboten und Mauttarifen. Hilfreiche Checklisten sowie ein umfangreiches Kalendarium mit den gültigen Fahrverboten machen das Fahrer-Jahrbuch zu einem praxistauglichen Begleiter. Ergänzend liegt dem Buch eine Fahrerkarte bei, damit kann der vorgeschriebene Nachweis zur Führerscheinkontrolle erbracht werden.

Käufer/Zielgruppe: Fuhrpark- und Versandverantwortliche,

Fahrer und Verladepersonal

Ideales Werbeumfeld für: Zulieferer der Nutzfahrzeugindustrie,

Raststätten, Tankstellen 14.000 Exemplare

Format/Umfang: 120 x 168 mm, 176 Seiten

Farbprofile: Umschlag = ISOcoated_v2_eci.icc Inhalt = PSO_uncoated_iso_12647_eci.icc

Preise: 1/1 Seite 4c € 2.980,-1/2 Seite 4c € 1.630.-

Titelseite € 4.000,- (Bild: B 105 x H 95 mm)

Umschlag auf Anfrage
Erscheinungstermin: November 2026
Anzeigenschluss: Oktober 2026

Preise zzgl. MwSt.

Druckauflage:

Jetzt in 11 Sprachen digital lesbar



"Fahrer-App" zum Fahrer-Jahrbuch

Banner-Werbepartnerschaften

Die "Fahrer-App" bietet in der Android-Version und als Web-App unter fahrer-app.de Logo- und Bannerauslieferungen in Rubriken inkl. Verlinkungen. Darüber hinaus wird in Print- und Online- Medien des Verlags die Fahrer-App beworben.

Preise für exklusive Sponsor-Partnerschaft und Advertorials auf Anfrage.

Kontakt:

Tel. +49 89 32391-251 michaela.pech@hussverlag.de





LogiMAT Daily 2026 Die offizielle Messezeitung

Die offizielle Messezeitung "LogiMAT Daily" erscheint an jedem Messetag und wird an die Fachbesucher verteilt. Sie gibt einen Überblick über den vergangenen Messetag und weist auf das Programm des aktuellen Tages hin. Fachthemen, Interviews und Messeimpressionen stehen im Mittelpunkt der Berichterstattung.

Die LogiMAT Daily ist ein aktueller und unverzichtbarer Messebegleiter. www.logistra.de/logimat-daily

Leser-Zielgruppe: Experten und Entscheider der Intralogistik, alle

Besucher der LogiMAT 2026
Ideales Werbeumfeld für: Alle LogiMAT-Aussteller

Druckauflage insgesamt: 24.500 Exemplare

(1. Tag: 8.000, 2. Tag: 10.000, 3. Tag: 6.500)

Format: 255 x 350 mm

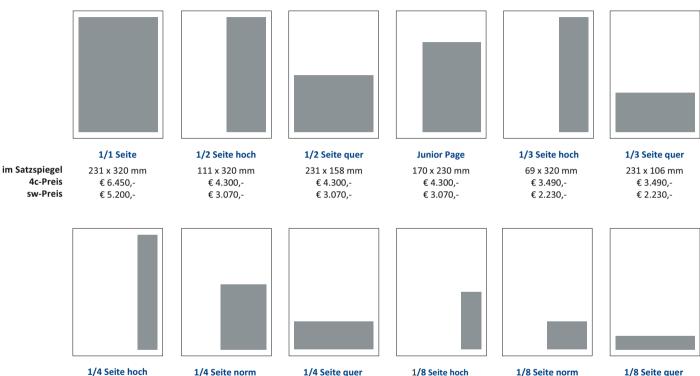
Anzeigenschluss: 13. Februar 2026

Druckunterlagen: 20. Februar 2026

Erscheinungstage: täglich am 24., 25. und 26. März 2026 zur Messe LogiMAT 2026 in Stuttgart

Ihre Anzeige erscheint in allen drei Messeausgaben + Online-Listung als PDF

LogiMAT Daily 2026 Anzeigenformate und Preise



im Satzspiegel 4c-Preis sw-Preis 52 x 320 mm € 3.150,-€ 1.890,-

111 x 158 mm € 3.150.-€ 1.890,-

231 x 77 mm € 3.150.-€ 1.890,-

51 x 159 mm € 2.690.-€ 1.430,-

111 x 77 mm € 2.690.-€ 1.430,-

231 x 37 mm € 2.690.-€ 1.430,-

Alle Preise zzgl. MwSt.

Formate: Breite x Höhe

Druckvorlagen ohne Beschnitt anlegen

Druckunterlagen ausschließlich als PDF-Datei im Profil "ISOnewspaper26v4"





as Praxismagazin für Nfz-Fuhrpark und Lagerlogist

1 **Web-Adresse (URL):** www.logistra.de

2 Kurzcharakteristik:

Der Onlineauftritt von LOGISTRA bietet News, Fachartikel, Marktübersichten, Bildergalerien und einen aktuellen Veranstaltungskalender aus den Bereichen Lager, Versand, Verteiler-



verkehr und Fuhrpark. Im "Online-Internet-Guide" finden sich wichtige Anbieter-Adressen nach Schlagwörtern sortiert.

- 3 Zielgruppe: Lager- und Versandverantwortliche sowie Fuhrparkleiter und Flottenmanager aus Industrie und Handel
- 4 Verlag: HUSS-VERLAG GmbH, Postanschrift: 80912 München
- 5 Ansprechpartner: Gabriele König, Tel. +49 89 32391-261

E-Mail: gabriele.koenig@hussverlag.de Michaela Pech, Tel. +49 89 32391-251 E-Mail: michaela.pech@hussverlag.de

6 Zugriffskontrolle: dfp/Google AdManager

7 Zugriffe: Verlagsangabe

Page Impressions: 36.338 Visits: 19.777 Unique Visitors: 17.806

- 8 Datenanlieferung: 7 Tage vor Schaltung an anzeigen@logistra.de als GIF (statisch oder animiert), JPG, 3rd Party JavaScript Redirect Tag, HTML5 (nur per Redirect) mit einer max. Größe von 150 KB (HTML5-Subload bis max. 500 KB). Dauer eines Ad-Impression ist mindestens 30 Sekunden.
- 9 Externer AdServer-Einsatz: dfp/Google AdManager
- 10 Werbeformen und Preise: siehe Tabelle rechts

Alle Preise zzgl. MwSt.

Abbildungen (ähnlich)	Werbe- form	Format (BxH)	Platzierung	Preis/ TKP
	Billboard	max. 980 x 300 Pixel (Standard 850 x 250 Pixel) + zwingend zus. mobile Variante bis max. 360 x 225 Pixel (Standard 300 x 100 Pixel)	direkt unter der Haupt- navigation	€ 85,-
	Half Page rechts (sticky)	300 x 600 Pixel	rechts außen oder mobile Content unterhalb	€ 80,-
	Sky- scraper (sticky) 160 x 600 Pixel rechts außen oder mobile Content unterhalb		€ 75,-	
	Rectangle	300 x 250 (bis max. 300 x 300) Pixel	linke Sidebar oder mobile Content oberhalb	€ 50,-
	Large Mobile (oder Half Banner)	300 x 100 (oder 234 x 60) Pixel	linke Sidebar oder mobile Content unterhalb	€ 30,-





Sonderwerbeformen LOGISTRA

Das Online-Advertorial (Native Advertising, Content Marketing)

Mit einem Online-Advertorial auf logistra.de haben Sie die Möglichkeit, Ihre Werbebotschaft mittels Text und Bild gezielt im redaktionellen Umfeld von LOGISTRA zu platzieren. Sie sprechen unsere Leser in ihrem gewohnten Leseumfeld an und erzeugen eine sehr hohe Aufmerksamkeit sowie Kommunikationsbreite innerhalb unserer hochwertigen Zielgruppe.

Leistungen

- Online-Advertorial mit maximal 3.500 Zeichen, Bildern, Backlinks, Dateianhängen, Videos u.v.m. auf logistra.de
- 2-mal oder 4-mal im **LOGISTRA-Newsletter** mit Bild, Überschrift, Teaser-Text und Link zum Advertorial

Platzierung

- Teaser-Platzierung auf der Startseite als 2. oder 5. News mit Bild, Überschrift, Teaser-Text und Link zum Advertorial
- Header-Teaser oberhalb der Navigationsleiste mit Link zum Advertorial

Ihre Vorteile

- Exklusivität
- Professionelles Reporting am Kampagnenende

Konditionen

 Laufzeit:
 2 Wochen
 4 Wochen

 Impressions:
 ca. 17.500
 ca. 35.000

 Preis:
 € 1.690. € 2.900.

Die Native TextAd (Native Advertising, Lead- und Traffic-Generierung)

Das Textbanner mit Bild ist eine native Werbeform, die direkt im redaktionellen Bereich unserer Webpräsenz platziert ist und eine überdurchschnittliche Aufmerksamkeit bzw. CTR garantiert.

Leistungen

- Textbanner (ca. 350 Zeichen) mit Bild und externer Verlinkung nach Wunsch
- Werbeformat mit "Look & Feel" eines Redaktionsbeitrags
- Neben Image-Kampagnen besonders geeignet für Lead- bzw. Traffic-Generierung

Platzierung

- Platzierung auf der Startseite als 6. bzw. 9. News
- Innerhalb jeder Newsansicht oberhalb oder unterhalb des Newstextes

Ihre Vorteile

- Exklusivität, da immer nur eine Kampagne geschaltet wird (keine Rotation)
- Professionelles Reporting nach Laufzeitende mit Impressions, Klicks und CTR auf Wochenbasis

Konditionen

 Laufzeit:
 2 Wochen
 4 Wochen

 Impressions:
 ca. 10.000
 ca. 20.000

 Preis:
 € 790, € 1.490,

Alle Preise zzgl. MwSt.



1 LOGISTRA Newsletter

- 2 Kurzcharakteristik: Der LOGISTRA Newsletter berichtet w\u00f6chentlich \u00fcber Themen aus den Bereichen Nfz-Fuhrpark und Lagerlogistik.
- 3 Zielgruppe: Fuhrparkleiter und Lagerleiter
- 4 Verlag: HUSS-VERLAG GmbH, Postanschrift: 80912 München
- 5 Ansprechpartner:

Logistik Gabriele König, Tel. +49 89 32391-261, gabriele.koenig@hussverlag.de Fuhrpark Michaela Pech, Tel. +49 89 32391-251, michaela.pech@hussverlag.de

- 6 Zugriffskontrolle: Episerver
- 7 Abonnenten: 2.874 (Verlagsangabe)
- 8 Datenanlieferung: 7 Tage vor Schaltbeginn per E-Mail an anzeigen@logistra.de, GIF (nicht animiert), JPG (max. 72 dpi), Text mit 350 Zeichen (inkl. Überschrift und Leerzeichen) + Bild (max. 240 x 160 Pixel), nur Text mit 500 Zeichen (inkl. Überschrift und Leerzeichen)
- 9 Werbeformen und Preise (pro Schaltung):

Bezeichnung	Maße (B x H)	Text	Preis
Titelkopf Bild-Banner	310 x 90 Pixel		€ 360,-
Titelkopf Text-Banner		max. 165 Zeichen	€ 360,-
		(inkl. Headline	
		max. 40 Zeichen)	
Full-Banner	468 x 60 Pixel	-	€ 330,-
Grafik-Banner	bis max. 650 x 200 Pixel	-	€ 360,-
Text-Banner ohne Bild		500 Zeichen	€ 360,-
Text-Banner mit Bild	max. 240 x 160 Pixel	350 Zeichen	€ 360,-

- 10 Erscheinungsweise: Wöchentlich, mittwochs
- 11 Rabatte: Nach Rücksprache
- 12 **Zahlungsbedingungen:** Zahlung innerhalb von 5 Tagen abzüglich 2 % Skonto oder 14 Tage netto ohne Abzug

Bankverbindung: Deutsche Bank, München; Kto.-Nr. 0 213 132 00, BLZ 700 700 10

SWIFT CODE: DEUTDEMMXXX IBAN: DE45 7007 0010 0021 3132 00

BIC: DEUTDEMMXXX

Alle Preise zzgl. MwSt.



Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) für Anzeigen, Fremdbeilagen und Online-Werbung

- "Anzeigenauftrag" im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung von Anzeigen und Fremdbeilagen in einer Druckschrift sowie über Online-Werbung zum Zweck der Verbreitung. Ein Abschluss erfolgt unter Beachtung der gemäß Preisliste zu gewährenden Rabatte. Rechtsverhöliche Anzeisenauffliche Anzeisenauffliche Anzeinen und von der Verbreitung des Auffahres zu stande.
- Abruft Anzeigen und Fremdbeilagen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. 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 der in Sart 1 senanten Erist aberufen und veröffentlicht wird.
- 3. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen zu den vertraglich vereinbarten Konditionen bzw. nach Preisliste abzurufen.
- 4. Online-Werbung (d. h. Homepage, Newsletter etc.) bestimmt sich nach dem gebuchten Zeitraum. Der Auftraggeber hat während der gesamten Laufzeit des Vertrages die Webseiten zwu. Dokumente, auf die von der Online-Werbung verinkt werden soll, aufrecht zu erhalten. Vorbehaltlich entgegenstehender Individualvereinbaruneen sind die vom Bannersstem des Verlass senannten Werte bei den Vists und Page Impressions maßeblich.
- 5. Albehaung von Aufträgen: Der Verlag ist berechtigt, Anzeigenaufträge auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Gesamtauftrages nach sachgemäßem Ermessen abzulehen. Dies gilt indesondere venn deren Inhalt gegen Gestetze der behörfüller Bestimmungen verstößt, vom deutschen Werberat in einem Beschwerde-verfahren beanstandet wurde oder deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutabr ist oder Beilagen durch Format oder Aufmachung beim Leser den infunkz eines Bestantiells der Zeitung, der Zeitschrift oder des verlagseigenen Online-Angebots erwecken oder Fremdanzeigen enthalten. Die Ablehaung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich nach Kenntnisserlangung des betreffenden Inhalts mitgeteilt. Online-Werbeformen, die im Widessorubt zu diese Mes Bestammungen stehen, Können auch nachtstädlich aus dem Online-Angebots erten den.
- Anzeigenschluss: Die in den Preislisten angegebenen Anzeigenschlüsse sind für den Verlag unverbindlich. Dem Verlag steht es frei, Anzeigenschlusstermine kurzfristig, dem Produktionsablauf entsprechend. anzupassen.
- 7. Das Storne von bereits gebuchten Aufträgen durch den Auftrageber ist bis 14 Tage vor Anzeigenschluss (Print) bzw. Beginn der Kampagne (Online) möglich. Dansach fallen Stornogebühren in Höhe von 50 % des Bruttopreises an. Bei Stornierungen nach Anzeigenschluss werden 100 % Stornogebühr vom Gesamtpreis fällig. Kündigungen und Rücktritet, die nach dem Anzeigenschluss bzw. dem Beginn der Kampagne eingehen, werden frühestens für die nächste Print-Ausgabe bzw. Online-Kampagne wirksam. Allerdings können Anzeigenaufträge nach Anzeigenschluss bzw. dem Beginn der Kampagne grundsätzlich nur aus wichtigem Grund gekündigt werden Fürle Klindigung erichen Teiler Ausgehaber von Schrift ericht ericht ericht ericht erichte Verweiten Frühre von Schrift ericht e
- Platzierung von Anzeigen: Anzeigen werden in bestimmten Nurmern, Ausgaben oder an bestimmten Stellen der Drudschrift oder den Online-Medien veröffentlicht, wenn dies bei der Auftragserteilung schriftlich, auch per telleka und E-Mail vereinbart und vom Verlag bestätigt wird. Rubrikanzeigen werden grundsätzlich nur in der jeweiligen Rubrik veröffentlicht. Sofen keine eindeutigen Platzierungsvorgaben gemacht, werden, kann der Verlag die Platzierunger feit bestimmen.
- 9. Haffung für die Inhalte der Anzeige: Der Auftraggeber fragt allein die Verantworfung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigleit der Anzeige und Joder der Online-Werbeform sowie hinsichtlich der hiefült zur Verfügung gestellten Matteralien. Er stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter fein die seem Zusammenhang etwa geltend gemacht werden (inklusive der Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung), auch wenn der Auftrag storniert sein sollte. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Durch Erteilung eines Anzeigenauftrages verpflichtet sich der Inserent, die Kosten der Veröffentlichung einer Gegendrastellung, die sich auf taatsächliche Behauptungen der veröffentlichten Anzeige bereicht, zu tragen, und zwar nach Maßgabe des jeweils gültigen Anzeigentarlis. Erscheinen nicht rechtzeitig sistierte Anzeigen, so stehen auch dem Auftraggeber daraus keine Ansprüche gegen den Verlag zu.
- 10. Druckunterlagen: Für die rechtzeitige und einwandfreie Lieferung des Anzeigentextes in Druckunterlagen, Beilagen sowie in der Online-Werbung ist der Auftraggeber verantwortlich. Die Schlusstermine für Druckunterlagen sind der jeweiligen Anzeigenpreisliste des Verlages zu entnehmen.
 - Gefahrübergang ist mit Eingang der Unterlagen beim Verlag oder der Online-Werbeformen. Die Übersendung von mehr als zwei Farbvorlagen, die nicht termingerechte Lieferung der Druckwiedergabe können Auswirkungen auf Platzierung und Druckqualität verursachen und schließen spätere Reklamationen aus.
 - Soweit möglich, wird der Verlag jedoch für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen unverzüglich Ersatz anfordern.
 - Rücksending: Druckunterlagen werden nur auf besondere Auffrorderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet sechs Wochen nach der Veröffentlichung der Anzeige. An den Verlag übermittelle Datenträger mit Druckvorägen gehen in das Eigentum des Verlages über. Sie werden nur auf ausdrücklichen Wunsch und gegen eine Versandgebühr von 5,00 ¢ an den Auftrageber auf dessen Risklo zurück gesendet.
 - Abdruckhöhe von Anzeigen: Sind keine besonderen Größenvorschriften vereinbart oder vorgegeben, wird die Anzeige mit der für eine solche Anzeige üblichen Höhe abgedruckt und berechnet. Weicht bei einer fertig angelieferten Druckunterlage die Abdruckhöhe von der bestellten Abdruckhöhe im Auftrag ab, gilt das Maß der in Abdruck eberschen Anzeigenöhe Anzeigenbine Anzeigenöhe Anzeigenbine Anzeigenöhe Anzeigenbine Anzeigenb
 - Probeabüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Fist mitgeteilt werden. Sendet der Auftrageber den Ihm rechtzeilig übermittelten Probeabzug nicht innerhalb der gesetzten Frist zurück, so gilt die Genehmigung zum Druck ab erteilt. Der Auftrageber trägt die Verhanntvortung für die Khitigkeit der zurückgesandten Probeabzüge.
 - Werden Druckvorlagen oder Online-Werbung digital (z. B. Diskette, CD-ROM) oder durch Fernübertragung (z. B. ISDN, E-Mail) papierlos an den Verlag übermittelt, eelten zusätzlich die folgenden Bestimmungen:
 - Dateformat: Bei digitaler Übermittung vom mehreren zusammengehörenden Dateigen hat der Auftrage par Gerber dafür Songe zu tragen, dass diese Dateien innerhalb eines ergemeinsamen Versichnisses (Ornden, dass diese Dateien innerhalb eines ergemeinsamen Versichnisses (Ornden) gesende bzw. gespeichert werden. Ausgierwordage noblien zur mit geschlisses nen Dateien übermit der Verlage inhaltlich nicht an dem kann. Der Verlag hatte nicht geschlich versich wird zu der Verlage inhaltlich nicht dar versichen Versichen und zu Anzeisen (Prunt), die mit offenen Dateien übermittlich werden.
 - Online-Werbung darf nach Absprache mit dem Verlag nur in geeigneten Dateiformaten angeliefert werden. Die Vorgaben des Verlags sind zu beachten. Der Verlag haftet nicht für fehlerhaft angelieferte Dateien.
 - Farbanzeigen: Bei digital übermittelten Druckvorlagen für Farbanzeigen ist vom Auftraggeber ein Farb-Proof mitzuliefern. Digital erstellte Prüfurude müssen zur Kontrolle der Farbverbindlichkeit den FOSRA/UGRA-Medienkell in der aktuellen Version enthalten. Auforude müssen einen offiziellen Drucksontrollstreifen aufweiten. Ohne Farb-Proof des Auftraggebers sind Farbabwechungen unwermeibab zilese können keine Erstanzsprüche des Auftraggebers in der Farbabwechungen unwermeibab zilese können keine Erstanzsprüche des Auftraggebers in der Jahreburgen und eine Ausdruck per Fax an den Verlag zu senden, um die sachliche Richtigkeit überprüfen zu können. Ein Korrekturfax muss vom Auftraggeber ausdrücklich angefordert werden. Nur bei chribtger Farbanspassing ist eine Farbich richtige Umsetzungen, üb füllerhoff Derenzen enswährlichste.
 - Computerviren: Der Auftraggeber haftet dafür, dass die übermittelten bzw. gespeicherten Dateien frei von Computerviren sind. Der Verlag ist berechtigt, Dateien mit Computerviren zu löschen, ohne dass dem Auftraggeber hieraus Ansprüche entstünden. Der Verlag behält sich zudem vor, den Auftraggeber auf Schadenerstat in Anspruch zu nehemen, wenn durch solche durch den Auftraggeber inlieriteren Computerviren dem Verlag Schaden entstaden ein. Anspruch zu nehemen, wenn durch solche durch den Auftraggeber inlieriteren Computerviren dem Verlag Schaden entstaden ein.
- 11. Anzeigenbeleg: Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg in Kopie. 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 Verbretung der Anzeigen.
- 13. Errechnung Abnahmenenge: Bei der Errechnung der Abnahmenengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter ungerechnet.
 14. Zusätzliche Satzbosten: Kosten für de Anfertigung bestellter Druckunstralgen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertreched erheiblich Anderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen. Gleiches gilt für vom Auftraggeber gelieferte Druckvorlagen, deren Behandlung oder nachträgliche Änderung zusätzliche Kosten erurssachen.
- 15. Nachlässe: Wird ein Auftrag 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 talsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages berührt.

- 16. Preisänderungen: Bei Änderung der Anzeigenpreise treten die neuen Bedingungen auch für laufende Aufträge sofern keine anders lautende, schriftliche Vereinbarung getroffen wurde mit dem Einführungstermin des neuen Tarifs in Kraft.
- Abweichende Preise: Für Anzeigen in Verlagsbeilagen und redaktionell gestaltete Anzeigen, Anzeigen in Sonderveröffentlichungen und Kollektiven sowie für die Onlinewerbung und für Anzeigen, welche nach Anzeigenschluss verkauft werden. kann der Verlag von der Preisliste abweichende Preise festlegen.
- 18. Auflagenminderung: Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn die in der Preisliste garantierte verkaufte Auflage im Gesamtdurtschritt des vergeingenen insertionsjähres laut IVM-Medingen um 30 % unterschritten wird. Darüber hinaus sind ein Abschäusen Preisminderungen um 30 Kandenerstatinsprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auflragegeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte. Anderungen des Heftumfangs behält sich der Verlag vor, ohne dass hieraus der Auflages der Auflage son der Verlag vor, ohne dass hieraus der Auflageseber Ansorüche herfelten kann.
- Rechnungen sind innerhalb von 14 Tagen nach Rechnungslegung zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Der Verlag ist berechtigt, fehlerhafte Rechnungen innerhalb von sechs Monaten nach Rechnungsstellung zu korrigieren.
- 20. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden die gesetzlichen Zinsen, im kaufmaninschen Geschäftsverhehr in Höhe von 9.00 Perzentpunkten über dem Basistinssatz der Europäischen Zentfalbank ab Falligkeit des Rechnungsbetrages, sowie einer Verzugsschafenspassuchale in Höhe von 40.00 Perzentpunkten über dem Schädensersatz anzurechnen ist, soweit der Schäden nachweislich höher ist (z. B. wegen Kosten der Rechtsverfolgung). Die Pauschale fällt auch bei verspäteten Absichlags- oder Retenzahlungen an (§ 288 BGB. 1-) Zahlungsfristen betragen im kaufmänischen Geschäftsverkerh längstens 50 Tage, es sei denn, därüber hinausgehende Zahlungsfristen sind für den Gläubiger nicht grob unbillig, ist der Auftraggeber Verbraucher liegt der Zinssatz im Verzugsfäll bei 5 Proentpunkten über dem jeweiligen Basisinssatz. Dies gilt auch im Fall der Stundung. Die Geltendmachung eines wetteren Verzugsschafen schaft ist oher Verlag gegenüber Unternehmer und Verbrauchern vor. Den Vertragspartnern bleibt es jedoch vorbehalten, im einzehen einen niedrigeren oder einen höheren Schäden nachzuweisen. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug von Unternehmer und Verbrauchen die weiter Aussihrung des Janfenden Auftragsgebes bz. zur Bezählungsteil von wickstellen und für der estlichen einen sind gesen der Schaftsgebes der Auftragsgebes der Auftragsgebes der Auftragsgebes der Auftragsgebes der Auftragsgebes der Auftragsgebes zur der Verlag berechtigt, auf währen der Laudseil eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Auszehnung des Betrages und von dem Ausgelich öffenstehender Rechnunzsbeitze abhäneitz um auch nach n.
- 21. Gewährleistung: Bei fehlerhaftem Abdruck einer Anzeige trotz rechtzeitiger Lieferung einwandfreier Druckunterlagen und rechtzeitiger Reklamation kann der Auftrageber den Abdruck einer einwandfreien Ersatzanzeige (Wacherfüllung) oder Minderung des Anzeigenpreises in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchteit ist, verlaneen.
- Deemtraching St, Verlangen:

 Sind etwaige Mangel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden dieselben erst bei der Produktion deutlich, so hat der Auftraggeber bei ungenügendem Abdruck keine Geswährleistungsansprüche. Das gleiche gilb ein Fehlern in wiederholt erstenheinden Anzeigen, wenn der Auftraggeber nicht vor Drucklegung der nächstoftigenden Anzeige auf den Fehler hinweist. Der Vertag ist nicht verpflichtet, die Druckunterlagen auf Vollstängließen Anfeitigeke zu überprüfen.
 Die Gewährleistung bei Online-Werbung ist auf solche Fehler in der Wiedergabe der Online-Werbedrom beschränkt, die in der Einflusssphäre des Kerlings, d. h. nisbegang bei der Wiedergabe der Online-Werbedrom der der Stenkten der Viedergabe der Online-Werbedrom der stenkten der Viedergabe der Greinken und der Viedergabe der Online-Werbedrom zu ermöglichen. Bei einem Ausfall des Servers über einem erheblichen Zeiternauf mehr ab 10.5 der gebuchten Zeit einer zieglebundenen Festbuchung, wird der Verlag versrichen, den Ausschlagebers für die in dem einer Verlagen der Verlagen verlagen der Verlagen
- Der Verlag gewährleistet die drucktechnisch seitbedingt bestmögliche Wiedergabe der Anzeige im Bahmen der druch die Druckvortagen gegebenen Möglichkeiten. Reklamationen offensichtlicher Mängel müssen vom Auftrageber spätestens innerhalb von vier Wochen nach Veröffentlichung achrifitig legeten gemacht werden. Sämtliche Gewährleistungsansprüche verjahren mit Ablauf des 31. Dezember des auf die Veröffentlichung der entsprechenden Anzeige oder Beilage folgenden Jahres.
- 22.a) Zur Haftung, gleich aus welchem Rechtsgrund einschließlich unerlaubter Handlungen, ist der Verlag nur verpflichtet, soweit Schäden (1) durch schuldhafte Verletzung einer vertragswesentlichen Pflicht (Kardinalpflicht) durch den Verlag in eine das Erreichen des Vertragszwecks gefährdenden Weise vertragsbetrag der Vertragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsbetragsb
- (2) auf grobe Fahrlässigkeit oder Vorsatz von dem Verlag zurückzuführen sind.
- b)Haftet der Verlag gemäß Ziffer a) (1) für die Verletzung einer vertragswesentlichen Pflicht, ohne dass ihm grobe Fahrlässigkeit oder Vorsatz zur Last fallen, ist die Haftung von dem Vertrag auf die vereinbarten Anzeigenoreise beschränkt.
- c) Haffar der Verlag gemäß Ziffer a J (1) oder (2) für grobe Fahrlässigkeit oder Vorsatz von Mitarbeitern, die nicht Organe oder leitende Angestellte des Verlags sind, ist die Haffung des Verlags ehenfalls auf die vereinharten Anziegenpreise begernat.
 d)Für mittelbare Schäden, Mangellögenschäden, entgangenen Gewinn und Ersatz vergeblicher Aufwendungen haftet der Verlag nicht, sofern diese nicht auf Vorsatz oder
- grobe Fahrlässigkeit von Organen oder leitenden Angestellten des Verlags zurückzuführen sind.
 e)Ansonsten ist jede Haftung des Verlages auf solche typischen Schäden beschränkt, mit deren Eintritt der Verlag nach den ihm bei Vertragsabschluss bekannten
- e)Ansonsten ist jede Haltung des Verlages auf solche typischen Schaden beschrankt, mit deren Eintritt der Verlag nach den ihm bei Vertragsabschluss bekanntei Umständen vernünftigerweise rechnen konnte.
- f) Der Ausschluss oder die Begrenzung von Ansprüchen gem. den vorstehenden Ziffern a) bis e) schließt Ansprüche gegen Mitarbeiter und Beauftragte des Verlags ein.
 el Eine Haftung des Verlages wegen Personenschäden. Fehlens zugesicherter Eigenschaften oder nach dem Produkthaftungsgesetz bleibt unberührt.
- h)Keine Ansprüche des Auftraggebers bestehen für den Fall, dass die Nichtverfügbarkeit auf Arbeiten oder Wartungsaufgaben beruht, die lediglich im Interesse des Auftragegebers erfolgen.
- i) Der Verlag übernimmt keine Haftung für Fehler aus telefonischen oder fernschriftlichen Übermittlungen jeder Art. Eine Haftung wird auch nicht übernommen, wenn sich Mängel an der Vorlage erst bei der Reproduktion oder bim Druck zeigen. Der Auftraggeber hat dann bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche. Die eventuell entstehenden Mehrkosten z. B. um Nachbesserung der Druckunterlagen oder für Maschinnenstillstand müssen weiterberechen werden.
- j) Fälle höherer Gewalt wie z. B. Arbeitskampfinaßnahmen, Beschlagnahme, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung oder Betriebsstörungen entbinden den en Verlag von der Verpflichtung auf Fürligung von Aufzigen und elestung von Schadenersatz. Anna der Verlag dennoch die Aufzige wöst der verkaufen Aufstegen und elestung von Schadenersatz. Anna der Verlag dennoch die Aufzige wöst der verkaufen Aufstegen der Weiter von Schadenersatz. Anna der Verlag dennoch die Aufzige der verkaufen Aufstegen der Verlag von Schadenersatz. Anna der Verlag denschaft von Schadenersatz. Auf der Verlag Ausspruch auf von Schadenersatz von Schadenersatz von Schadenersatz von der Verlag von Ver
- 23. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist der Sitz des Verlags, soweit hierüber eine Vereinbarung gesetzlich zulässig ist. Auf den Vertrag findet deutsches Recht Anwendung, wobei zwingendes Verbraucherrecht des Landes, in dem Sie sich gewöhnlich aufhalten, anwendbar bleibt.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlags

- a) Die allgemeinen und unsere zusätzlichen Geschäftsbedingungen, die Auftragsbestätigung und die jeweils gültige Preisliste sind für jeden Auftrag maßgebend. Abweichende Geschäftsbedingungen werden erst zültig durch schriftliche Bestätigung des Verlags.
- b) Die Werbungsmittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungstreibenden an die Preisliste des Verlags zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.
- c) Bei Auftraggebern/Werbeagenturen, die zum ersten Mal mit dem Verlag in Geschäftsverbindung treten, kann Vorauskasse bis zum Anzeigenschlusstermin verlangt werden.
- d) Der Auftraggeber übertrigt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Print- und Online-Medien aller Art (niksie) het necht in den Auftraggeber übertrigt dem Verlag der Auftraggeber übertragung. Senden gelter ab der Steine Nutzung der Werbung in Debertragung. Senden gent an der Auftrage notwendigen Umfang. Der Auftraggeber der diese Nutzungsrechte der eine Nutzungsrechten Dritten an den Verlag überträgen. Senden Dritten an den Verlag überträgen der Auftrage notwendigen Umfang. Der Auftraggeber gerantiert, dass er diese Nutzungsrechten Dritten reinel Leine Dritten an den Netze überträget. Auftrage von allen Rechten Dritter freisell, leinschließlich der Kosten für die Rechtsverfoliumz.

huss

Fachpublikationen HUSS-VERLAG GmbH, München

Corporate Publishing















