

Mediadaten 2027

Preisliste Nr. 39
gültig ab 1.1.2027

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-Guide		11
AMF T:	Termin- und Themenplan	12 – 13
Einhefter, Beilagen, aufgeklebte Werbemittel		14 – 15
Wandkalender/Fahrer-Jahrbuch		16 – 17
LogiMAT Daily		18 – 19
Online-Werbung/Sonderwerbeformen		20 – 21
Newsletter		22
AGB		23

HUSS-VERLAG GmbH
80912 München



Tobias Schweikl
Chefredakteur
LOGISTRA

Sehr geehrte Media-Entscheider,

wer täglich mit Transport, Fuhrpark oder Lager zu tun hat, spürt: Es geht längst nicht mehr um die Frage, ob sich etwas verändert. Sondern darum, wie schnell – und wie wir damit umgehen.

Bei der Dekarbonisierung zum Beispiel wird es jetzt konkret. E-Lkw und Brennstoffzellenfahrzeuge kommen auf die Straße. Doch mit dem Austausch des Antriebs allein ist es nicht getan. Ladeinfrastruktur, Stromversorgung, Tourenplanung und Prozesse müssen mitziehen. Gerade beim Depotladen wird deutlich, wie schnell ambitionierte Pläne die Verteilernetze vor Herausforderungen stellen. Gleichzeitig wächst das Schnellladenetz entlang der Autobahnen – allerdings zu Stromkosten, die für Transportunternehmen teils über der Grenze des Erträglichen liegen.

Mindestens genauso viel Bewegung sehen wir bei der Digitalisierung – im Lager ebenso wie auf der Straße. Bewährte Systeme stoßen an Grenzen, neue Lösungen entstehen – und mit künstlicher Intelligenz kommt eine Technologie hinzu, die Entscheidungen schneller, datenbasierter und zunehmend auch selbstständig trifft. Das eröffnet enorme Chancen, wirft aber auch Fragen auf: Wo schafft KI tatsächlich mehr Effizienz? Wo verändert sie Prozesse grundlegend? Und welche Rolle spielt der Mensch, wenn Maschinen immer mehr Entscheidungen übernehmen? Genau hier gibt LOGISTRA Orientierung. Nicht mit Schlagworten, sondern mit Informationen, die für Ihre Zielgruppen relevant sind. Mit Praxisbeispielen, Einordnungen und dem direkten Blick in die Branche.

Dazu sind wir auch im Jahr 2027 wieder dort, wo die Logistik zusammenkommt: auf der LogiMAT vom 16. bis 18. März in Stuttgart, auf der transport logistic vom 26. bis 29. April im München, auf der NUFAM vom 22. bis 25. September in Karlsruhe sowie auf der BVL Supply Chain CX am 20. und 21. Oktober in Berlin.

Unsere Fachredaktion erreicht Entscheider aus Transport und Lagerlogistik – über das Printmagazin mit einer IVW-geprüften Auflage von 10.619 Exemplaren, über logistra.de mit 44.537 Page Impressions und 32.756 Visits sowie über unseren wöchentlichen Newsletter mit rund 3.000 Abonnenten. Für Sie bedeutet das: Ihre Themen treffen auf Menschen, die sich beruflich genau mit diesen Veränderungen beschäftigen und Entscheidungen dazu treffen.

Lassen Sie uns diese Zielgruppen gemeinsam erreichen.

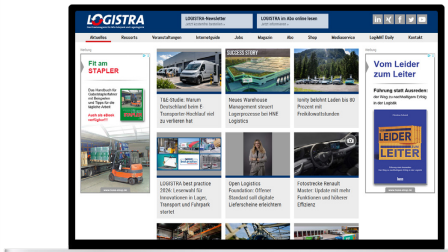
Herzliche Grüße

Tobias Schweikl
tobias.schweikl@hussverlag.de

Print



Online



www.logistra.de

1 **Titel:** LOGISTRA

2 **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)

5 **Heftformat:** 210 x 297 mm, DIN A4

6 **Jahrgang:** 39. Jahrgang 2027

7 **Bezugspreis:** Jahresabonnement Inland € 111,- (inkl. MwSt. zzgl. € 7,70 Versandspesen)

Einzelverkaufspreis € 19,- (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: Michael Frey -261 (verantwortlich)
michael.frey@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:** 2025 = 6 Ausgaben

Gesamtumfang:		328 Seiten =	100,00 %
Redaktioneller Teil:		257 Seiten =	78,35 %
Anzeigenteil:		71 Seiten =	21,65 %
davon:	Gelegenheitsanzeigen	–	
	Einhefter	8 Seiten =	11,27 %
	verlagseigene Anzeigen	27 Seiten =	38,02 %
Beilagen:		9 Stück	

15 **Inhalts-Analyse des Redaktionsteils: 2025 = 257 Seiten**

15a

Themen	Seiten	%
AutoID, Mobile Datenerfassung	15,10	6,40
Behälter, Paletten	12,90	5,47
Flurförderzeuge	24,20	10,25
Fördertechnik	23,30	9,87
Kommissionierung	14,80	6,27
Lagerverwaltung	10,50	4,45
Regalbau	9,70	4,11
Transportverwaltung	12,60	5,34
Transportdienstleistung	19,50	8,26
Verpackung	17,30	7,33
Versand	18,60	7,88
Lkw	26,40	11,19
Transporter	35,10	14,87
Fuhrparkverwaltung	17,00	7,20
Gesamt	257,00	100,00

15c

Branchen	Seiten	%
Automobil	51,70	21,91
Bau	26,90	11,40
Chemie/Pharma	19,10	8,09
Getränkelogistik	15,00	6,36
Nahrungs- und Genussmittel	25,50	10,81
Möbel	5,90	2,50
Maschinen und Anlagen	42,20	17,88
Textil	28,80	12,20
Handel	41,90	17,75
Gesamt	257,00	100,00

16 **Auflagenkontrolle:** Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V. (IVW)

17 **Auflagen-Analyse:** Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt (1. Juli 2025 bis 30. Juni 2026)

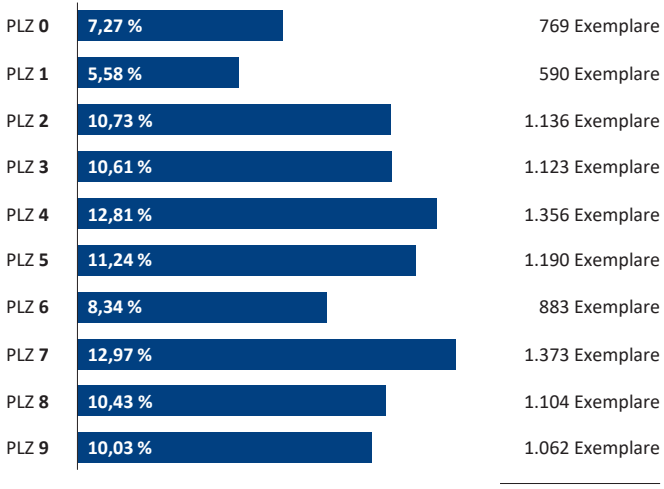
Druckauflage:	11.000		
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):	10.619	davon Ausland:	33
Verkaufte Auflage:	7.964	davon Ausland:	15
– Abonnierte Exemplare/ sonstiger Verkauf:	7.964	davon Mitgliederstücke:	0
– Einzelverkauf:			
Freistücke:	2.655		18
Rest-, Archiv- und Belegexemplare	381		

18 **Geografische Verbreitungs-Analyse:**

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	99,69	10.586
Ausland	0,31	33
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	**100**	10.619

Gliederung der Inlandsauflage nach den Postleitzonen:

Anteil tatsächlich verbreiteter Inlandsauflage



Tatsächlich verbreitete Inlandsauflage **10.586** 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: 57.505

2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger: 54.662
(Wechsel nach jeder 3. Ausgabe)

2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

Verkaufte Auflage		7.964
davon: Normalabonnenten/sonstiger Verkauf	7.964	
Mitglieder-Abonnenten	0	
Einzelverkauf	0	
ständige Freistücke	0	
wechselnde Freistücke	2.760	
Belegexemplare	381	
tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)		10.619
davon: Bundesrepublik Deutschland	10.586	
Ausland	33	

3 Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA)	10.619 =	100 %
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA)	10.619 =	100 %

3.2 Tag der Stichproben-Ziehung:
01. Juli 2026

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

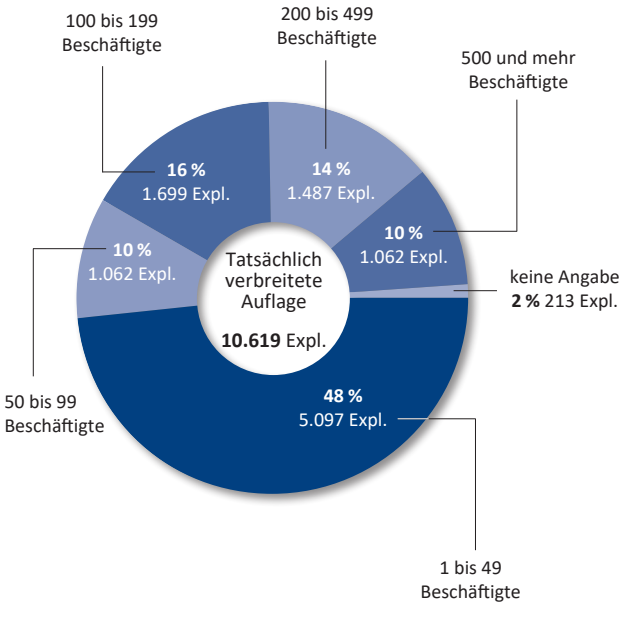
3.6 Zeitraum der Untersuchung:
Juli 2026

3.7 Durchführung der Untersuchung:
HUSS-VERLAG GmbH

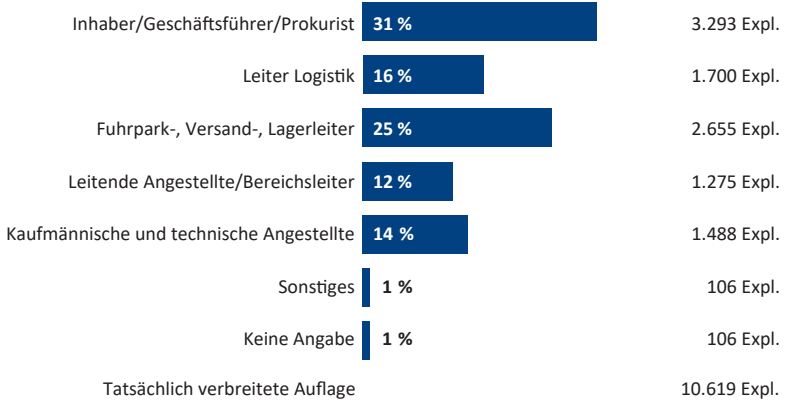
19 **Branchen / Wirtschaftszweige / Fachrichtungen / Berufsgruppen:**

Nr. der Klassifikation WZ 2008 Stand 2009	Empfängergruppen (lt. Klassifikation der Wirtschaftszweige)	%	Projektion (circa)
10, 11, 12, 46.3	Nahrungs- und Genussmittel	5	531
46.13	Baustoffhandel	10	1.062
20, 21, 22	Chemische Industrie	7	743
05-08, 19, 35	Mineralöl, Bergbau, Energie	2	213
24, 25	Stahl/Eisen/Blech	5	531
28, 29, 30	Maschinen-/Fahrzeugbau	10	1.062
26	Elektrotechnik/Feinmechanik	7	744
27	Feinmechanik/Optik	3	319
31, 32	Möbel/Holzwirtschaft	6	637
13, 14, 15	Leder, Textil, Bekleidung	3	319
17, 18	Druck und Papier	2	212
46, 47	Handel	17	1.805
49, 49.2, 49.4, 50, 51, 52, 53	Logistikdienstleister/Speditionen	18	1.911
72, 94	Behörden/Verbände	2	213
	Sonstiges	3	319
		100	10.619

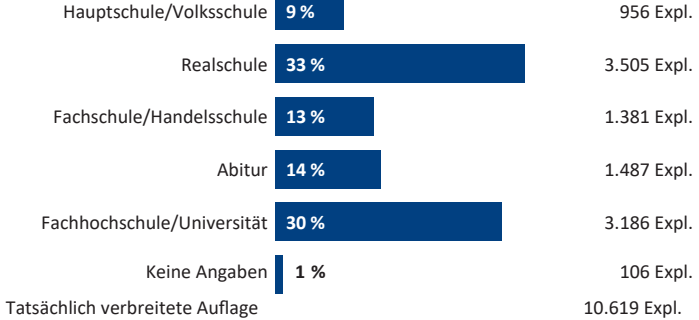
20 **Größe der Wirtschaftseinheit:**



21 **Tätigkeitsmerkmal: Position im Betrieb**



22 **Bildung/Ausbildung: Schulabschluss**



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.

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: DE45 7007 0010 0021 3132 00
BIC: DEUTDEMMXXX

7 **Anzeigenformate (im Satzspiegel) und Preise**
Alle Preise zzgl. MwSt.

Format	Breite x Höhe (in mm) hoch	norm	quer	4c
1/1 Seite	185 x 270			€ 5.180,-
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,-
1/4	43 x 270	90 x 128	185 x 62	€ 1.880,-
1/8	43 x 128	90 x 62	185 x 30	€ 1.080,-

Abweichende Formate auf Anfrage

8 **Zuschläge:**

8.1 **Farbzuschläge: –**
Sonderfarben auf Anfrage

8.2 **Vorzugsplatzierungen:**

Bild Titelseite (210 breit x 182 hoch + 3 mm Beschnitt)	€ 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: –**

9 **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
Chiffregebühr:	€ 15,-

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 Internet-Guide und VISION TRANSPORT

13 **Einhefter*:**

2-seitig	€ 4.380,-
4-seitig	€ 6.380,-
Benötigte Liefermenge	11.300 Exemplare

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

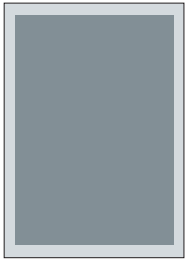
(Klebegebühr nicht rabattierbar)
Benötigte Liefermenge: 11.300 Exemplare
Höhere Gewichte und andere Werbeformen wie Warenmuster a. A.
Aufgeklebte Werbemittel nur in Verbindung mit einer Trägeranzeige

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/2027
Liefertermin: Bis spätestens 5 Tage nach Anzeigenschluss

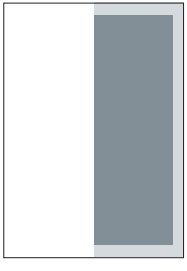
* Weitere Informationen und technische Daten siehe Informationsblatt „Einhefter, Beilagen, aufgeklebte Werbemittel“ S. 14/15

Alle Preise zzgl. MwSt.

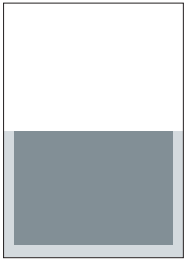
huss Adressen
Über 3 Mio. Direktmarketing-Adressen aus 5.000 Branchen für Ihren Werbeerfolg
www.huss-adressen.de Beratung +49 89 32391-319



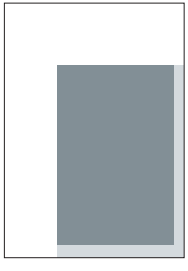
	1/1 Seite
im Satzspiegel	185 x 270 mm
im Anschnitt	210 x 297 mm*
4c-Preis	€ 5.180,-



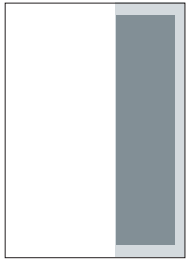
	1/2 Seite hoch
im Satzspiegel	90 x 270 mm
im Anschnitt	103 x 297 mm*
4c-Preis	€ 3.180,-



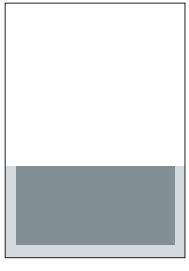
	1/2 Seite quer
im Satzspiegel	185 x 128 mm
im Anschnitt	210 x 144 mm*
4c-Preis	€ 3.180,-



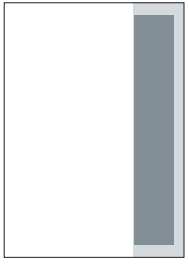
	Junior Page
im Satzspiegel	137 x 185 mm
im Anschnitt	150 x 198 mm*
4c-Preis	€ 3.580,-



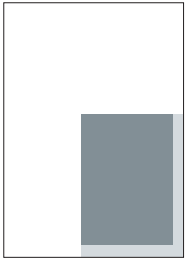
	1/3 Seite hoch
im Satzspiegel	58 x 270 mm
im Anschnitt	71 x 297 mm*
4c-Preis	€ 2.180,-



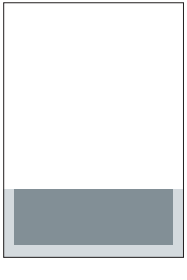
	1/3 Seite quer
im Satzspiegel	185 x 85 mm
im Anschnitt	210 x 98 mm*
4c-Preis	€ 2.180,-



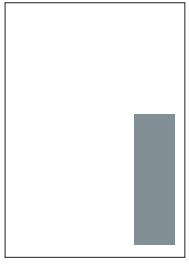
	1/4 Seite hoch
im Satzspiegel	43 x 270 mm
im Anschnitt	56 x 297 mm*
4c-Preis	€ 1.880,-



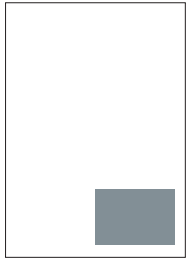
	1/4 Seite norm
im Satzspiegel	90 x 128 mm
im Anschnitt	103 x 144 mm*
4c-Preis	€ 1.880,-



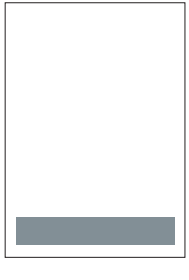
	1/4 Seite quer
im Satzspiegel	185 x 62 mm
im Anschnitt	210 x 75 mm*
4c-Preis	€ 1.880,-



	1/8 Seite hoch
im Satzspiegel	43 x 128 mm
im Anschnitt	–
4c-Preis	€ 1.080,-



	1/8 Seite norm
im Satzspiegel	90 x 62 mm
im Anschnitt	–
4c-Preis	€ 1.080,-



	1/8 Seite quer
im Satzspiegel	185 x 30 mm
im Anschnitt	–
4c-Preis	€ 1.080,-

Alle Preise zzgl. MwSt. Formate: Breite x Höhe * zzgl. 3 mm Beschnitt an allen Heftaußenkanten

LOGISTRA Internet-Guide 2027

Firmenporträts und Leistungsübersicht wichtiger Logistik-Anbieter – Print & Online!

21. Auflage 2027/2028

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
Erscheinungstermin:	16. Juni 2027 als Heft-im-Heft in LOGISTRA 5-6/2027 und am 25. Juni 2027 als Beilage in Transport 12/2027
Anzeigenschluss:	4. Mai 2027
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: 27.01. DU: 03.02. **ET: 24.02.**	• **Vorbericht LogiMAT 2027** • **Lagereinrichtung und -systeme** • KI • AMR • Humanoide Robotik • Kommissionierung • Regalsysteme • Hebehilfen • Ergonomie	• Ladungssicherung • Temperaturgeführte Transporte • Citylogistik • Auflieger • E-Lkw		**Deutscher Materialfluss-Kongress**, Dortmund, 26. - 27.01. **LogiMAT India**, Mumbai, 08. – 10.02. **LogiMAT**, Stuttgart, 16. - 18.03.
3/4 AS: 17.03. DU: 24.03. **ET: 14.04.**	• **Vorbericht transport logistic 2027** • **Nachbericht LogiMAT 2027** • Logistik-IT • Autonome Lkw-Be- und Entladung • Logistikdienstleistungen	• Telematik/Navigation • Transport-Management-Software • Reifenservice und Pannendienste • KI		**HANNOVER MESSE**, Hannover, 05. – 08.04. **Tag der Logistik**, 15.04. **LogiMAT China**, Shenzhen, 21. – 23.04. **transport logistic**, München, 26. – 29.04.
5/6 AS: 19.05. DU: 26.05. **ET: 16.06.**	• **Nachbericht transport logistic 2027** • **Automatisierung** • Flurförderzeuge • Intelligente Fördertechnik • Mobile Robotik	• Verteiler-Lkw • Autonomes Fahren • Waschanlagen • Kraftstoffe/Tankkarten	**Internet-Guide** **VISION TRANSPORT**	**ADAC Truck-Grand-Prix**, Nürburgring, 09. – 11.07.
7/8 AS: 04.08. DU: 11.08. **ET: 01.09.**	• **Vorbericht FACHPACK 2027** • Verpackung, Verladung • Behälter und Paletten • Bildverarbeitung zur Qualitäts-kontrolle • Rampen	• **Vorbericht NUFAM 2027** • Auflieger • Aufbauten • Anhänger • Ladungssicherung • Nutzfahrzeugreifen • Temperaturgeführte Transporte		**EUROBIKE**, Frankfurt, 01. – 03.09. **IAA MOBILITY**, München, 07. – 12.09. mit International Cargobike of the Year Award (CABOTY) **FACHPACK**, Nürnberg, 21. – 23.09. **NUFAM,** Karlsruhe, 22. – 25. September







Heft	Lager & Versand	Fuhrpark	Supplements	Veranstaltungen/Messen
9/10 AS: 08.09. DU: 15.09. **ET: 06.10.**	• **Vorbericht BVL Supply Chain CX 2027** • **Nachhaltigkeit** • Routenoptimierung • Energieeffiziente Lager • Mehrwegbehälter und Ladungsträger • (intelligente) Automatisierungslösungen	• Lastenräder • Elektromobilität • Telematik/Navigation • Transport-Management-Systeme • Alternative Antriebe • KI		**BVL Supply Chain CX 2027**, Berlin, 20. – 21.10.
11/12 AS: 13.10. DU: 20.10. **ET: 10.11.**	• **Logistik-IT** • ERP-, SCM- und Sicherheitssysteme • TMS, WMS • AutoID • Zoll und Export • KI • Dienstleistungen	• Autonomes Fahren • Letzte Meile • Kraftstoffe/Tankkarten • Betriebsstoffe • Citylogistik	**Wandkalender** 	
	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)		

AS = Anzeigenschluss **DU** = Druckunterlagenschluss **ET** = Erscheinungstermin

Änderungen aus aktuellem Anlass vorbehalten

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:

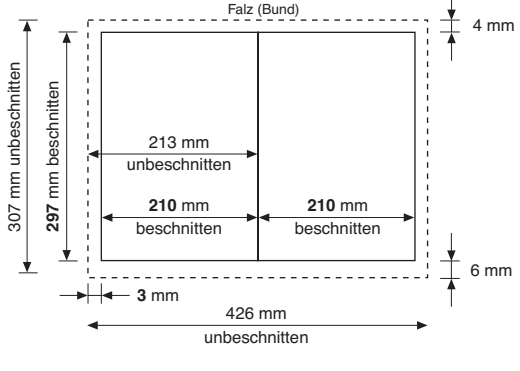
2-seitig	€ 4.380,-
4-seitig	€ 6.380,-

Benötigte Liefermenge: 11.300 Exemplare

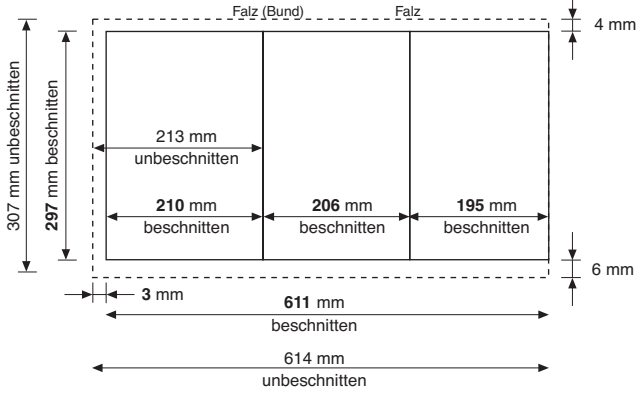
Anlieferungstermin: Bis spätestens 5 Tage nach Anzeigenschluss.

Alle Preise zzgl. MwSt.

4 Seiten (Rückstichheftung)



6 Seiten (Rückstichheftung)



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.

Beilagengebühren:

bis 25 g Gesamtgewicht	€ 240,- je tausend Exemplare
26 g bis 50 g Gesamtgewicht	€ 360,- je tausend Exemplare
höhere Gewichte auf Anfrage	
Teilbeilagen-Zuschlag pro PLZ-Split	€ 50,-

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.

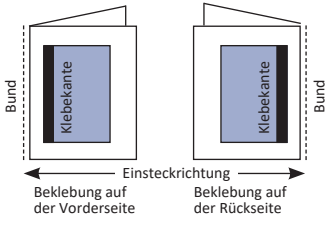
Formate:
Es gelten die Vorschriften für Postkarten.

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,- je 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/2027

Alle Preise zzgl. MwSt.

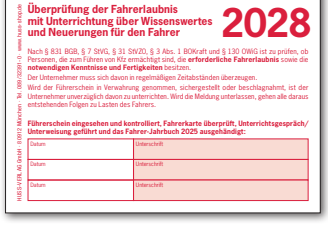
LOGISTRA-Wandkalender 2028



Erscheinungstag	10.11.2027 als Beilage in LOGISTRA 11-12/2027	
Anzeigenschluss:	06.10.2027	
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 +155 x 305 mm	€ 9.400,-

Alle Preise zzgl. MwSt.





Fahrer-Jahrbuch 2028

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

52. Ausgabe 2028

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
Druckauflage:		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 Umschlag	€ 4.000,- (Bild: B 105 x H 95 mm) auf Anfrage
Erscheinungstermin:		November 2027
Anzeigenschluss:		Oktober 2027

Preise zzgl. MwSt.

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 2027

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.

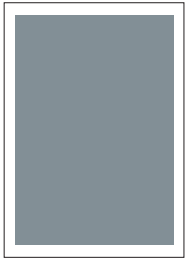
Die LogiMAT Daily ist ein aktueller und unverzichtbarer Messebegleiter.
www.logistra.de/logimat-daily

Leser-Zielgruppe:	Experten und Entscheider der Intralogistik, alle Besucher der LogiMAT 2027
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:	12. Februar 2027
Druckunterlagen:	19. Februar 2027
Erscheinungstage:	täglich am 16., 17. und 18. März 2027 zur Messe LogiMAT 2027 in Stuttgart

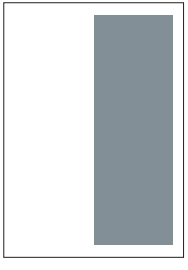
Ihre Anzeige erscheint in allen drei Messeausgaben + Online-Listung als PDF

Darüber hinaus sind alle bisher erschienenen und auch die neuen LogiMAT Daily - Ausgaben auf der Webseite der LOGISTRA jederzeit les- und einsehbar.

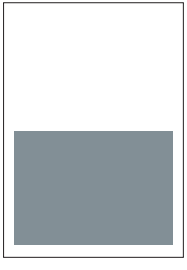
LogiMAT Daily 2027 Anzeigenformate und Preise



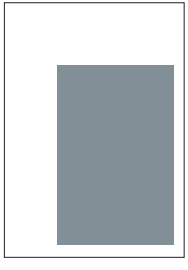
	1/1 Seite
im Satzspiegel	231 x 320 mm
4c-Preis	€ 6.450,-
sw-Preis	€ 5.200,-



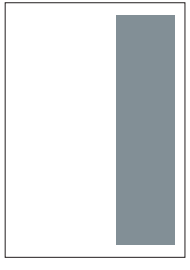
	1/2 Seite hoch
im Satzspiegel	111 x 320 mm
4c-Preis	€ 4.300,-
sw-Preis	€ 3.070,-



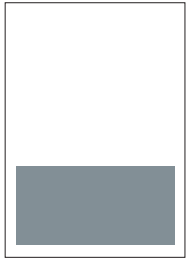
	1/2 Seite quer
im Satzspiegel	231 x 158 mm
4c-Preis	€ 4.300,-
sw-Preis	€ 3.070,-



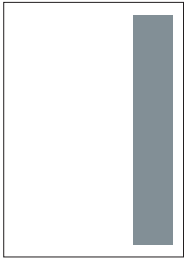
	Junior Page
im Satzspiegel	170 x 230 mm
4c-Preis	€ 4.300,-
sw-Preis	€ 3.070,-



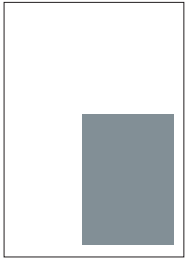
	1/3 Seite hoch
im Satzspiegel	69 x 320 mm
4c-Preis	€ 3.490,-
sw-Preis	€ 2.230,-



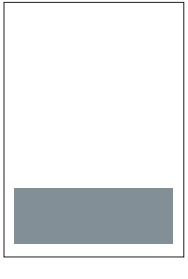
	1/3 Seite quer
im Satzspiegel	231 x 106 mm
4c-Preis	€ 3.490,-
sw-Preis	€ 2.230,-



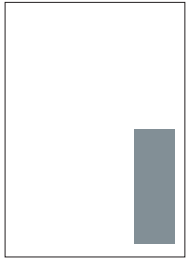
	1/4 Seite hoch
im Satzspiegel	52 x 320 mm
4c-Preis	€ 3.150,-
sw-Preis	€ 1.890,-



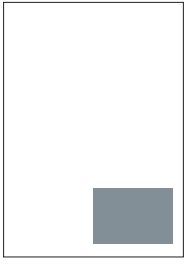
	1/4 Seite norm
im Satzspiegel	111 x 158 mm
4c-Preis	€ 3.150,-
sw-Preis	€ 1.890,-



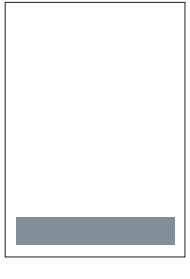
	1/4 Seite quer
im Satzspiegel	231 x 77 mm
4c-Preis	€ 3.150,-
sw-Preis	€ 1.890,-



	1/8 Seite hoch
im Satzspiegel	51 x 159 mm
4c-Preis	€ 2.690,-
sw-Preis	€ 1.430,-

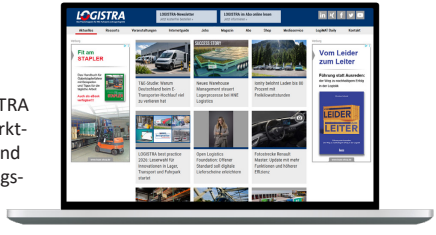


	1/8 Seite norm
im Satzspiegel	111 x 77 mm
4c-Preis	€ 2.690,-
sw-Preis	€ 1.430,-



	1/8 Seite quer
im Satzspiegel	231 x 37 mm
4c-Preis	€ 2.690,-
sw-Preis	€ 1.430,-

Alle Preise zzgl. MwSt. Formate: Breite x Höhe Druckvorlagen ohne Beschnitt anlegen Druckunterlagen ausschließlich als PDF-Datei im **Profil „ISOnewspaper26v4“**



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, Verteilerverkehr 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:** Michael Frey, Tel. +49 89 32391-261
E-Mail: michael.frey@hussverlag.de
Michaela Pech, Tel. +49 89 32391-251
E-Mail: michaela.pech@hussverlag.de

6 **Zugriffskontrolle:** dfp/Google AdManager

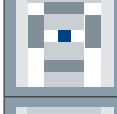
7 **Zugriffe:** Verlagsangabe
Page Impressions: 44.537
Visits: 32.756
Unique Visitors: 29.688

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)	Werbeform	Format (BxH)	Platzierung	Preis/TKP
	**Billboard 1**	max. 980 x 300 Pixel (Standard 850 x 250 Pixel) + zwingend zus. mobile Variante bis max. 360 x 300 Pixel (oder Rectangle)	Desktop + Mobile: exklusiv direkt unter Navigation, above the fold	**€ 85,-**
	**Billboard 2**		Desktop + Mobile: exklusiv innerhalb jeder News + Startseite oberhalb	**€ 85,-**
	**Billboard 3**		Desktop + Mobile: exklusiv innerhalb jeder News + Startseite mittig	**€ 85,-**
	**Half Page Ad Links (sticky)**	max. 400 x 800 (oder Standard 300 x 600) + zwingend zus. mobile Variante (Rectangle) Skyscraper (160 x 600)	exklusiv, links außen, feststehend (sticky) Smartphones: im (News-) Content oberhalb	**€ 80,-** (Skyscraper € 70,-)
	**Half Page Ad Rechts (sticky)**		exklusiv, rechts außen, feststehend (sticky) Smartphones: im (News-) Content oberhalb	**€ 80,-** (Skyscraper € 70,-)
	**Rectangle 1**	300 x 300 oder 300 x 250	gleicher Platz wie Billboard 2	**€ 50,-**
	**Rectangle 2**		gleicher Platz wie Billboard 3	**€ 50,-**

Sonderwerbeformen LOGISTRA

TKP - 20 % zum Vorjahr

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., 4. oder 6. 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. 22.500	ca. 45.000
Preis:	€ 1.690,-	€ 2.900,-

TKP - 15 % zum Vorjahr

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 8., 10. bzw. 12. 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. 12.500	ca. 25.000
Preis:	€ 850,-	€ 1.590,-

Alle Preise zzgl. MwSt.

1 LOGISTRA Newsletter

2 **Kurzcharakteristik:** Der LOGISTRA Newsletter berichtet wöchentlich über Themen aus den Bereichen Nfz-Fuhrpark und Lagerlogistik.

3 **Zielgruppe:** Fuhrparkleiter und Lagerleiter

4 **Verlag:** HUSS-VERLAG GmbH, Postanschrift: 80912 München

5 **Ansprechpartner:**
Logistik Michael Frey, Tel. +49 89 32391-261, michael.frey@hussverlag.de
Fuhrpark Michaela Pech, Tel. +49 89 32391-251, michaela.pech@hussverlag.de

6 **Zugriffskontrolle:** Episerver

7 **Abonnenten:** 3.046 (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		€390,-
Titelkopf Text-Banner		max. 165 Zeichen (inkl. Headline max. 40 Zeichen)	€390,-
Full-Banner	468 x 60 Pixel	–	€330,-
Text-Banner ohne Bild		500 Zeichen	€360,-
Text-Banner mit Bild	max. 240 x 160 Pixel	350 Zeichen	€360,-
Grafik-Banner	bis max. 650 x 200 Pixel	–	€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.



Titelkopf-Banner

Full-Banner

Grafik-Banner

Text-Banner mit Bild

Text-Banner ohne Bild

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

1. **„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. Rechtsverbindliche Anzeigenaufträge kommen erst durch schriftliche Bestätigung des Auftrags zustande.
2. **Abruf:** 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 Satz 1 genannten Frist abgerufen 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 bzw. Dokumente, auf die von der Online-Werbung verlinkt werden soll, aufrecht zu erhalten. Vorbehaltlich entgegenstehender Individualvereinbarungen sind die vom Bannersystem des Verlags genannten Werte bei den Visits und Page Impressions maßgeblich.
5. **Ablehnung von Aufträgen:** Der Verlag ist berechtigt, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Gesamtauftrages – nach sachgemäßem Ermessen abzulehnen. Dies gilt insbesondere, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt, vom deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder Beilagen durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung, der Zeitschrift oder des verlageseigenen Online-Angebots erwecken oder Fremdanzeigen enthalten. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich nach Kenntniserlangung des betreffenden Inhalts mitgeteilt. Online-Werbeformen, die im Widerspruch zu diesen Bestimmungen stehen, können auch nachträglich aus dem Online-Angebot entfernt werden.
6. **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 **Storno** von bereits gebuchten Aufträgen durch den Auftraggeber ist bis 14 Tage vor Anzeigenschluss (Print) bzw. Beginn der Kampagne (Online) möglich. Danach fallen Stornogebühren in Höhe von 50 % des Bruttopreises an. Bei Stornierungen nach Anzeigenschluss werden 100 % Stornogebühr vom Gesamtpreis fällig. Kündigungen und Rücktritte, 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. Für die **Kündigung** reichen Telefax oder E-Mail.
8. **Platzierung von Anzeigen:** Anzeigen werden in bestimmten Nummern, Ausgaben oder an bestimmten Stellen der Druckschrift oder den Online-Medien veröffentlicht, wenn dies bei der Auftragserteilung schriftlich, auch per Telefax und E-Mail vereinbart und vom Verlag bestätigt wird. Rubrikanzeigen werden grundsätzlich nur in der jeweiligen Rubrik veröffentlicht. Sofern keine eindeutigen Platzierungsvorgaben gemacht werden, kann der Verlag die Platzierung frei bestimmen.
9. **Haftung für die Inhalte der Anzeige:** Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der Anzeige und/oder der Online-Werbeform sowie hinsichtlich der hierfür zur Verfügung gestellten Materialien. Er stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter frei, die in diesem 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 Gegendarstellung, die sich auf tatsächliche Behauptungen der veröffentlichten Anzeige bezieht, zu tragen, und zwar nach Maßgabe des jeweils gültigen Anzeigentarifs. 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 Druckunterlagen und der Wunsch nach einer von der Vorlage abweichenden 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.
Rücksendung: Druckunterlagen werden nur auf besondere Aufforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet sechs Wochen nach der Veröffentlichung der Anzeige. An den Verlag übermittelte Datenträger mit Druckvorlagen gehen in das Eigentum des Verlages über. Sie werden nur auf ausdrücklichen Wunsch und gegen eine Versandgebühr von 5,00 € an den Auftraggeber auf dessen Risiko 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 Druckvorlage die Abdruckhöhe von der bestellten Abdruckhöhe im Auftrag ab, gilt das Maß der in Abdruck gebrachten Anzeigenhöhe. Angefangene Millimeter werden dabei auf volle Millimeter nach oben gerundet.
Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden. Sendet der Auftraggeber den ihm rechtzeitig übermittelten Probeabzug nicht innerhalb der gesetzten Frist zurück, so gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit 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, gelten zusätzlich die folgenden Bestimmungen:
Dateiformat: Bei digitaler Übermittlung von mehreren zusammengehörenden Dateien hat der Auftraggeber dafür Sorge zu tragen, dass diese Dateien innerhalb eines gemeinsamen Verzeichnisses (Ordner) gesendet bzw. gespeichert werden. Anzeigenvorlagen sollten nur mit geschlossenen Dateien digital übertragen werden, die der Verlag inhaltlich nicht ändern kann. Der Verlag kann offene Dateien (z. B. unter Corel Draw, QuarkXPress, Freehand gespeicherte Dateien) ablehnen. Der Verlag haftet nicht bei fehlerhafter Veröffentlichung von Anzeigen (Print), die mit offenen Dateien übermittelt 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 Prüfdrucke müssen zur Kontrolle der Farbverbindlichkeit den FOGRA/UGRA-Medienkeil in der aktuellen Version enthalten. Andrucke müssen einen offiziellen Druckkontrollstreifen aufweisen. Ohne Farb-Proof des Auftraggebers sind Farbabweichungen unvermeidbar. Diese können keine Ersatzansprüche des Auftraggebers auslösen. In jedem Fall ist ein 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 richtiger Farbanpassung ist eine farblich richtige Umsetzung in üblichen Toleranzen gewährleistet.
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 Schadenersatz in Anspruch zu nehmen, wenn durch solche durch den Auftraggeber infiltrierten Computerviren dem Verlag Schaden entstanden ist.
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 Verbreitung der Anzeige.
12. **Chiffreanzeigen:** Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen zur Abholung aufbewahrt bzw. dem Auftraggeber auf dem normalen Postweg weitergeleitet, auch wenn es sich um Einschreibesendungen und Eilbriefe handelt. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Ansonsten werden nicht abgeholte Zuschriften vernichtet. Der Verlag behält sich im Interesse und zum Schutz des Auftraggebers das Recht vor, die eingehenden Angebote zur Ausschaltung von Missbrauch des Ziffernd ienstes zu Prüfzwecken zu öffnen. Der Auftraggeber kann den Verlag berechtigen, Zuschriften auf Ziffernanzeigen zu öffnen.
13. **Errechnung Abnahmemenge:** Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
14. Zusätzliche **Satzkosten:** Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen. Gleiches gilt für vom Auftraggeber gelieferte Druckvorlagen, deren Behandlung oder nachträgliche Änderung zusätzliche Kosten verursachen.
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 tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
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.
17. **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 Gesamtdurchschnitt des vergangenen Insertionsjahres laut IVW-Meldungen um 30 % unterschritten wird. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungs- und Schadenersatzansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte. Änderungen des Heftumfangs behält sich der Verlag vor, ohne dass hieraus der Auftraggeber Ansprüche herleiten kann.
19. **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 kaufmännischen Geschäftsverkehr in Höhe von 9 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz der Europäischen Zentralbank ab Fälligkeit des Rechnungsbetrages, sowie einer Verzugsschadenspauschale in Höhe von 40,00 € berechnet, die auf einen geschuldeten Schadensersatz anzurechnen ist, soweit der Schaden nachweislich höher ist (z. B. wegen Kosten der Rechtsverfolgung). Die Pauschale fällt auch bei verspäteten Abschlags- oder Ratenzahlungen an. (§ 288 BGB n. F.) Zahlungsfristen betragen im kaufmännischen Geschäftsverkehr längstens 60 Tage, es sei denn, darüber hinausgehende Zahlungsfristen sind für den Gläubiger nicht grob unbillig. Ist der Auftraggeber Verbraucher liegt der Zinssatz im Verzugsfall bei 5 Prozentpunkten über dem jeweiligen Basiszinssatz. Dies gilt auch im Fall der Stundung. Die Geltendmachung eines weiteren Verzugsschadens behält sich der Verlag gegenüber Unternehmern und Verbrauchern vor. Den Vertragspartnern bleibt es jedoch vorbehalten, im einzelnen einen niedrigeren oder einen höheren Schaden nachzuweisen. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug von Unternehmern und Verbrauchern 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, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
21. **Gewährleistung:** Bei fehlerhaftem Abdruck einer Anzeige trotz rechtzeitiger Lieferung einwandfreier Druckunterlagen und rechtzeitiger Reklamation kann der Auftraggeber den Abdruck einer einwandfreien Ersatzanzeige (Nacherfüllung) oder Minderung des Anzeigenpreises in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt ist, verlangen.
Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden dieselben erst bei der Produktion deutlich, so hat der Auftraggeber bei unbeanstandet gebliebenen Andrucken keine Gewährleistungsansprüche. Das gleiche gilt bei Fehlern in wiederholt erscheinenden Anzeigen, wenn der Auftraggeber nicht vor Drucklegung der nächstfolgenden Anzeige auf den Fehler hinweist. Der Verlag ist nicht verpflichtet, die Druckunterlagen auf Vollständigkeit und Richtigkeit zu überprüfen. Die Gewährleistung bei **Online-Werbung** ist auf solche Fehler in der Wiedergabe der Online-Werbeform beschränkt, die in der Einflusssphäre des Verlags, d. h. insbesondere auf dem Server des Verlags entstehen bzw. begründet sind. Die Gewährleistung gilt ferner nicht für unwesentliche Fehler, z. B. dann, wenn die Beeinträchtigung bei der Wiedergabe der Online-Werbeform deren Zweck nicht wesentlich beeinträchtigt. Dem Auftraggeber ist bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, jederzeit eine gänzlich fehlerfreie Wiedergabe der Online-Werbeform zu ermöglichen. Bei einem Ausfall des Servers über einen erheblichen Zeitraum (mehr als 10 % der gebuchten Zeit) einer zeitgebundenen Festbuchung, wird der Verlag versuchen, den Ausfall an Medialeistung nachzuliefern oder die Zeit der Insertion zu verlängern, sofern dies den Interessen des Auftraggebers nicht zuwiderläuft. Im Falle des Scheiterns einer Nachlieferung innerhalb der ursprünglich gebuchten Insertion bzw. nach Verlängerung des Insertionszeitraumes, entfällt die Zahlungspflicht des Auftraggebers für die in dem Zeitraum nicht realisierten bzw. durchschnittlich nicht angefallenen Medialeistungen. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen. Im Übrigen liegt ein Fehler nicht vor bei einen Ausfall des vom Verlag genutzten Servers, der nicht länger als 24 Stunden (fortlaufend oder addiert) innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der vertraglich vereinbarten Schaltung andauert.
Beachtet der Auftraggeber diese Geschäftsbedingungen oder die Empfehlungen des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von digitalen Druckunterlagen und Online-Werbung nicht, so stehen ihm keine Ansprüche wegen fehlerhafter Anzeigenveröffentlichung zu.
Der Verlag gewährleistet die drucktechnisch zeitbedingt bestmögliche Wiedergabe der Anzeige im Rahmen der durch die Druckvorlagen gegebenen Möglichkeiten.
Reklamationen offensichtlicher Mängel müssen vom Auftraggeber spätestens innerhalb von vier Wochen nach Veröffentlichung schriftlich geltend gemacht werden. Sämtliche Gewährleistungsansprüche verjähren 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 verursacht werden oder
(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 Anzeigenpreise beschränkt.
c) Haftet der Verlag gemäß Ziffer a) (1) oder (2) für grobe Fahrlässigkeit oder Vorsatz von Mitarbeitern, die nicht Organe oder leitende Angestellte des Verlags sind, ist die Haftung des Verlags ebenfalls auf die vereinbarten Anzeigenpreise begrenzt.
d) Für mittelbare Schäden, Mangelfolgeschäden, 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 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.
g) 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 Auftraggebers 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 beim Druck zeigen. Der Auftraggeber hat dann bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche. Die eventuell entstehenden Mehrkosten z. B. zur Nachbeseerung der Druckunterlagen oder für Maschinenstillstand müssen weiterberechnet werden.
j) Fälle höherer Gewalt wie z. B. Arbeitskampfmaßnahmen, Beschlagnahme, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung oder Betriebsstörungen entbinden den Verlag von der Verpflichtung auf Erfüllung von Aufträgen und Leistung von Schadenersatz. Kann der Verlag dennoch die Aufträge mit 80 % der verkauften Auflage erfüllen, so hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen. Geringere Leistungen sind nach dem Tausender-Seitenpreis gemäß der im Tarif genannten verkauften Auflage zu bezahlen.
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 gültig 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 überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Print- und Online-Medien aller Art (inklusive Internet) erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs- und sonstigen Rechte, insbesondere zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich, inhaltlich und örtlich unbegrenzt in dem für die Durchführung der Aufträge notwendigen Umfang. Der Auftraggeber garantiert, dass er diese Nutzungsrechte frei von Rechten Dritten an den Verlag überträgt, andernfalls er den Verlag von allen Rechten Dritter freistellt, einschließlich der Kosten für die Rechtsverfolgung.

www.huss.de/de/agb.html

huss

Fachpublikationen

HUSS-VERLAG GmbH, München

Corporate Publishing







Güterverkehr & Service





Logistik







shop huss

www.huss-shop.de

Omnibus & Touristik





Automotive







li.hussverlag.de

Bestellen Sie noch heute Ihr Probeexemplar und die aktuellen Mediadaten!