

Mediadaten 2027

Preisliste Nr. 36
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
AMF P:	Formate und Preise	7 – 9
Einhefter, Beilagen, aufgeklebte Werbemittel		10 – 11
AMF T:	Termin- und Themenplan	12 – 13
Sonderheft Retrofit & Maintenance		14
Sonderheft Best Projects		15
Shuttle Cross Media Kombi		16
Online-Werbung		17 – 19
Newsletter/Social Media		20 – 21
TL-Talk und TL-Talk light 2027		22
AGB		23

Technische Logistik TL TALK

HUSS-VERLAG GmbH
80912 München



Jan Kaulfuhs-Berger
Chefredakteur
Technische Logistik

Sehr geehrte Damen und Herren,

die Intralogistik verändert sich kontinuierlich. Automatisierung, Digitalisierung und Künstliche Intelligenz treiben diese Entwicklung ebenso voran wie neue Anforderungen an Effizienz, Flexibilität und Nachhaltigkeit. Orientierung in diesem dynamischen Markt wird damit immer wichtiger.

Genau hier setzt die „Technische Logistik“ an. Wir beobachten den Markt kontinuierlich, filtern die tägliche Informationsflut und bereiten relevante Entwicklungen für Entscheider der Branche auf. Nachrichten, Produkte, Projekte und personelle Veränderungen finden das ganze Jahr über ihren Weg in unsere Berichterstattung – digital wie in Print. In unserem Fachmagazin konzentrieren wir uns zudem auf ausgewählte Themen, Hintergründe und Anwendungen. Dabei stehen nicht nur Technologien im Mittelpunkt, sondern auch die Menschen, die den Wandel der Intralogistik gestalten.

2027 bauen wir unsere digitalen Angebote deutlich aus. Unsere Webseite präsentiert sich im neuen Look and Feel und eröffnet zusätzliche Möglichkeiten für Ihre Unternehmenskommunikation und Leadgenerierung.

Der **„TL-Talk“** entwickelt sich weiter. Das Format findet künftig als **Webinar der Marke Technische Logistik** statt. Als Partner erhalten Sie mehr Sichtbarkeit in Ihrer Zielgruppe, positionieren sich als relevanter Impulsgeber und generieren Leads. Ergänzend bietet **„TL-Talk light“** Ihnen die Möglichkeit, ein für Sie relevantes Thema kompakt in einem kurzen Video zu präsentieren – auf Wunsch kombiniert mit einem Eintrag in unserem Branchenverzeichnis.

Mit diesem „TL Podcast“ erweitern wir unser Angebot um ein Audioformat. Neben redaktionellen Gesprächen, beispielsweise mit Forschungseinrichtungen oder Hochschulen, können Sie als Unternehmen dieses Format für eigene fachliche Themen und deren Ansprache nutzen.

Mit unserem **ab 2027 wöchentlichen Newsletter** verstärken wir auch dieses Format in der Frequenz und mit zusätzlichen Werbeplätzen.

Damit verbinden wir Fachmagazin, Webseite, Newsletter, Video und Podcast zu einem Kommunikationsangebot, das Ihnen und Ihrem Unternehmen vielfältige Möglichkeiten bietet, die für Sie wichtigen Themen im Umfeld der professionellen Intralogistik zu positionieren.

Wir freuen uns darauf, gemeinsam mit Ihnen die Intralogistik 2027 sichtbar zu machen.

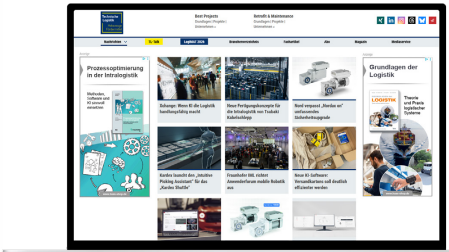
Vielen Dank für Ihre Unterstützung!

Herzlichst Ihr
Jan Kaulfuhs-Berger
jan.kaulfuhs-berger@hussverlag.de

Print



Online



www.technische-logistik.net

1 **Titel:** Technische Logistik

2 **Kurzcharakteristik:** Fachmedium für Intralogistik. Es dient der fachlichen Information zwischen Anwendern und Herstellern sowie den Fachleuten in Planung, Organisation, Fertigung und Beschaffung.
www.technische-logistik.net

3 **Zielgruppe:** Investitionsentscheider und -vorbereiter in der Intralogistik: Logistikleiter, Lager- und Produktionsleiter, technische Leiter sowie Techniker in Entwicklung, Planung und Fertigung

4 **Erscheinungsweise:** 8 Ausgaben + 2 Sonderhefte

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

6 **Jahrgang:** 67. Jahrgang 2027

7 **Bezugspreis:** Jahresabonnement Inland € 193,00
(inkl. MwSt. zzgl. € 11,80 Versandspesen)

Einzelverkaufspreis € 24,00
(inkl. MwSt. zzgl. € 3,00 Versandspesen)

ISSN-Nr. 2698-8623

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:** Michael Frey -261 (verantwortlich)
michael.frey@hussverlag.de

Adrienne Géra -260
adrienne.gera@hussverlag.de

Roxana Grabenhofer -266
roxana.grabenhofer@hussverlag.de

13 **Redaktion:** Jan Kaulfuhs-Berger -269 (verantwortlich)
jan.kaulfuhs-berger@hussverlag.de

14 **Umfangs-Analyse:** 2025 = 8 Ausgaben + 2 Sonderhefte

Gesamtumfang:		736 Seiten	=	100,00 %
Redaktioneller Teil:		605 Seiten	=	82,20 %
Anzeigenteil:		131 Seiten	=	17,80 %
davon:	Stellen- und Gelegenheitsanzeigen	5 Seiten	=	3,82 %
	verlagseigene Anzeigen	44 Seiten	=	33,59 %
	Einhefter	0 Seiten	=	0,00 %
Beilagen:		1 Stück		

15 **Inhalts-Analyse des Redaktionsteils: 2025 = 605 Seiten**

15a

Themen	Seiten	%
Flurförderzeuge	54,50	9,01
FTS/AMR/Robotik	45,50	7,52
Lagertechnik	203,50	33,64
Antriebs- und Getriebetechnik	9,00	1,49
Kran- und Hebetechnik	32,00	5,29
Transport und Umschlag	14,00	2,31
Identsysteme/Sensorik	24,00	3,97
Fördertechnik/Materialfluss	43,00	7,11
KI und Digitalisierung	17,00	2,81
Software/IT	44,00	7,27
Industrie allgemein	57,50	9,50
Sonstiges	61,00	10,08
Gesamt	605,00	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)

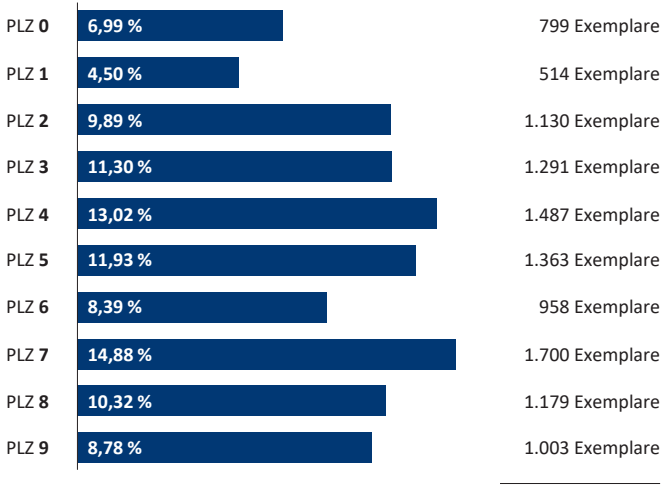
Druckauflage:	12.000		
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):	**11.510**	davon Ausland:	86
Verkaufte Auflage:	1.417	davon Ausland:	21
– Abonnierte Exemplare:	417	davon Mitgliederstücke:	0
– Einzelverkauf:	0		
– Sonstiger Verkauf:	1.000		
Freistücke:	10.093		65
Rest-, Archiv- und Belegexemplare	490		

18 **Geografische Verbreitungs-Analyse:**

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	99,2	11.424
Ausland	0,7	86
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	**100**	**11.510**

Gliederung der Inlandsauflage nach den Postleitzonen:

Anteil tatsächlich verbreiteter Inlandsauflage



Tatsächlich verbreitete Inlandsauflage **11.424** 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: 30.862

2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger: 29.165
(Wechsel nach jeder 3. Ausgabe)

2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

Verkaufte Auflage		1.417
davon: abonnierte Exemplare	417	
Einzelverkauf	0	
sonstiger Verkauf	1.000	
ständige Freistücke	179	
wechselnde Freistücke	9.605	
Werbeexemplare	121	
tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)		11.510
davon: Inland	11.424	
Ausland	86	

3 Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA)	11.510 =	100 %
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA)	11.389 =	98,95 %

3.2 Tag der Stichproben-Ziehung:
30. Juni 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 2 projiziert.

3.4 Zielperson der Untersuchung:
entfällt

3.5 Definition des Lesers:
entfällt

3.6 Zeitraum der Untersuchung:
III/2025 bis II/2026

3.7 Durchführung der Untersuchung:
HUSS-VERLAG GmbH

Branchen, Wirtschaftszweige, Fachrichtungen, Berufsgruppen

Nr. der Grund-systematik	Empfängergruppen (laut Klassifikation der Wirtschaftszweige)	Anteil an TvA	
		%	Exemplare
28	Maschinenbau	29,2	3.361
61, 63, 64	Transport, Verkehr, Logistik	20,5	2.360
49-53	Ingenieur- und technische Büros, Logistik-Dienstleistungen	13,6	1.565
46, 47	Handel (Groß- und Einzelhandel)	9,7	1.116
29, 30	Fahrzeugbau	5,5	633
26, 27	Elektrotechnik, Elektronik	4,8	552
72	Forschung, Entwicklung, Sonstige	2,9	334
24, 25	Herstellung von Metallerzeugnissen, Metallerzeugung und -bearbeitung	2,7	311
10-12	Nahrungs- und Genussmittel	2,2	253
300	Baugewerbe/Herstellung von Bauteilen	2,5	288
62	Informationstechnologie/Telekommunikation	1,8	207
16-18	Holz, Papier- und Druckgewerbe	1,2	138
05-07	Energiewirtschaft und Wasserversorgung/ Bergbau	1,2	138
22	Kunststoff- und Gummiverarbeitung	1,0	115
23	Glasgewerbe, Keramik	0,7	81
200-205	Chemische Industrie	0,5	58
		100,0	11.510

Tätigkeitsmerkmal: Stellung (Position) im Betrieb

	Anteil an TvA	
	%	Exemplare
Inhaber/Mitinhaber	28,9	3.326
Vorstand/Geschäftsführer	20,6	2.371
leitende Funktion (Fuhrpark, Vertrieb, Lager, Betrieb)	17,5	2.014
technischer Angestellter/Fachingenieur	10,1	1.163
Kaufmännischer Leiter, Projekt-/Konstruktionsleiter	9,2	1.059
Verwaltung/Organisation	7,1	817
Logistikleiter	5,2	599
Sonstiges	1,4	161
tatsächlich verbreitete Auflage	**100,0**	**11.510**

Quelle: Verlagsangaben

1 **Auflage:**
Druckauflage (Verlagsangabe) 12.000

2 **Zeitschriftenformat:**
210 mm breit x 297 mm hoch, DIN A4

Satzspiegel:
185 mm breit x 266 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_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@technische-logistik.net, ansonsten per FTP (auf Anfrage)

Erstellung von Druckunterlagen auf Anfrage (zum Selbstkostenpreis)

4 **Termine:** Siehe Termin- und Themenplan auf Seite 12/13
Erscheinungsweise: 8-mal im Jahr + 2 Sonderhefte

5 **Verlag:**
HUSS-VERLAG GmbH
Hausanschrift: Joseph-Dollinger-Bogen 5, 80807 München
Postanschrift: 80912 München, Deutschland
Internet: www.technische-logistik.net
Anzeigendispo: Telefon: +49 89 32391-265
E-Mail: anzeigen@technische-logistik.net

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 266			€ 6.670,-
Junior Page	135 x 185			€ 4.320,-
1/2	90 x 266		185 x 130	€ 3.750,-
1/3	58 x 266		185 x 85	€ 2.890,-
1/4	43 x 266	90 x 130	185 x 63	€ 2.260,-
1/8	43 x 130	90 x 63	185 x 30	€ 1.250,-

Abweichende Formate auf Anfrage

8 **Zuschläge:**

8.1 **Farbzuschläge: –**
Sonderfarben auf Anfrage

8.2 **Vorzugsplatzierungen:**

Bild Titelseite	€ 7.150,-
Zwischentitel	€ 4.750,-
4. Umschlagseite (4c)	€ 6.950,-
2. und 3. Umschlagseite (4c) jeweils	€ 6.850,-
1/3 Seite (4c) neben Editorial oder Inhaltsverzeichnis	€ 2.990,-

Sonstige bindende Platzierungsvorschriften ab 1/2 Seite und größer:
jeweils 10 % Aufschlag vom Grundpreis

8.3 **Formatzuschläge: –**

9 **Rubrikanzeigen:**
Spaltenzahl: 3, Spaltenbreite: 58 mm

• An-/Verkäufe/Sonstiges:	€ 5,50 pro mm und Spalte
• Stellenangebote:	€ 5,50 pro mm und Spalte
• Stellengesuche:	€ 2,50 pro mm und Spalte

Mindestgröße: 58 x 40 mm, Mindestabnahme: 4 Ausgaben

• 4 x sw á	€ 100,- pro Ausgabe
• 4 x 4c á	€ 150,- pro Ausgabe
• 8 x sw á	€ 85,- pro Ausgabe
• 8 x 4c á	€ 125,- pro Ausgabe
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 **Einhefter*:**

2-seitig	€ 6.050,-
4-seitig	€ 8.850,-
Benötigte Liefermenge	12.200 Exemplare

13 **Beilagen*:** nicht rabattierbar
Lose eingelegt, maximale Größe 200 x 280 mm

Preise bis 25 g Gesamtgewicht:	€ 325,- je tausend Exemplare
26 g bis 50 g Gesamtgewicht:	€ 400,- je tausend Exemplare
Teilbeilagen (nach PLZ möglich)	
Benötigte Liefermenge:	12.200 Exemplare

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

14 **Aufgeklebte Werbemittel (Postkarten, 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:	12.200 Exemplare

Höhere Gewichte und andere Werbeformen wie Warenmuster a. A.
Aufgeklebte Werbemittel nur in Verbindung mit einer Trägeranzeige

15 **Versandanschrift** für Position 13 – 15:
Möller Pro Media GmbH
Zeppelinstraße 6
16356 Ahrensfelde/OT Blumberg
Liefervermerk: Für Technische Logistik-Ausgabe Nr. xx/2027
Liefertermin: Bis spätestens 5 Tage nach Anzeigenschluss

* Weitere Informationen und technische Daten siehe Informationsblatt „Einhefter, Beilagen, aufgeklebte Werbemittel“ S. 10/11

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	1/2 Seite hoch	1/2 Seite quer	Junior Page	1/3 Seite hoch	1/3 Seite quer
im Satzspiegel	185 x 266 mm	90 x 266 mm	185 x 130 mm	135 x 185 mm	58 x 266 mm	185 x 85 mm
im Anschnitt	210 x 297 mm*	105 x 297 mm*	210 x 148 mm*	153 x 202 mm*	70 x 297 mm*	210 x 99 mm*
4c-Preis	€ 6.670,-	€ 3.750,-	€ 3.750,-	€ 4.320,-	€ 2.890,-	€ 2.890,-

	1/4 Seite hoch	1/4 Seite norm	1/4 Seite quer	1/8 Seite hoch	1/8 Seite norm	1/8 Seite quer
im Satzspiegel	43 x 266 mm	90 x 130 mm	185 x 63 mm	43 x 130 mm	90 x 63 mm	185 x 30 mm
im Anschnitt	52 x 297 mm*	105 x 148 mm*	210 x 74 mm*	52 x 148 mm*	105 x 74 mm*	210 x 49 mm*
4c-Preis	€ 2.260,-	€ 2.260,-	€ 2.260,-	€ 1.250,-	€ 1.250,-	€ 1.250,-

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

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:

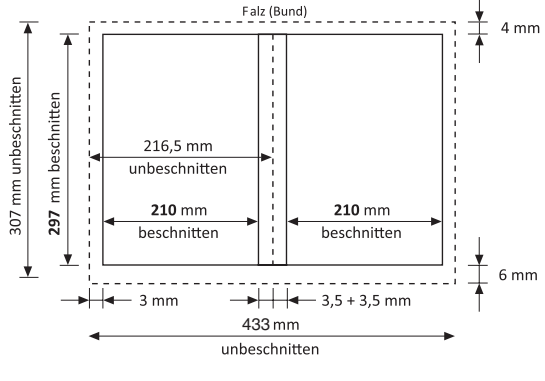
2-seitig	€ 6.050,-
4-seitig	€ 8.850,-

Benötigte Liefermenge: 12.200 Exemplare

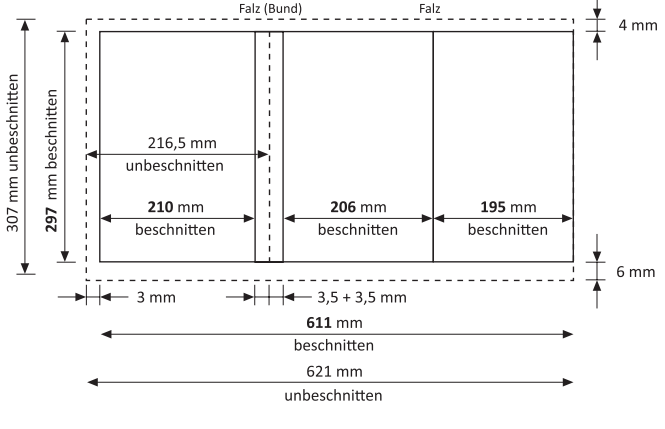
Anlieferungstermin: Bis spätestens 5 Tage nach Anzeigenschluss.

Alle Preise zzgl. MwSt.

4 Seiten (Klebebindung)



6 Seiten (Klebebindung)



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.
Beilagenhinweis:
Ein Beilagenhinweis wird kostenlos im Anzeigenteil aufgenommen.
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	€ 325,- je tausend Exemplare
26 g bis 50 g Gesamtgewicht	€ 400,- je tausend Exemplare
höhere Gewichte auf Anfrage	
Teilbeilagen-Zuschlag pro PLZ-Split	€ 50,-

Teilbeilagen (nach PLZ) auf Anfrage.
Beilagen werden **nicht rabattiert**.

Berechnete Auflage:	12.000 Exemplare
Benötigte Liefermenge:	12.200 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.

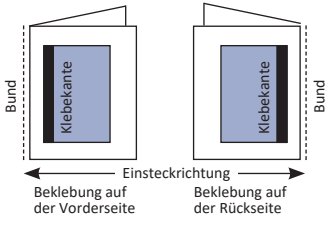
Formate:
Es gelten die Vorschriften für Postkarten.

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:	12.200 Exemplare
Anlieferungstermin:	Bis spätestens 5 Tage nach Anzeigenschluss.



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

Versandanschrift:
Möller Pro Media GmbH
Zeppelinstraße 6
16356 Ahrensfelde/OT Blumberg

Liefervermerk:
Für Technische Logistik Nr. xx/2027
Name des Kunden, Bezeichnung der Drucksache, Auflagenhöhe, Lieferanzahl der Paletten/Pakete

Alle Preise zzgl. MwSt.

Ständige Themen:

- Lagertechnik
- Flurförderzeuge
- FTS, AMR, Robotik
- Kran- und Hebetechnik
- Shuttle-Technologie
- Sensorik und Ident-Technik
- Fördertechnik
- Antriebs- und Getriebetechnik
- Software und Automatisierung

Ständige Rubriken:

- Personen & Karrieren
- Märkte & Unternehmen
- Produkte & Innovationen
- Aus der Branche
- Aus der Praxis
- Aus der Forschung
- Reportagen
- Interview
- Fokusthema

Heft	Themenschwerpunkte	Messen und Events
1 AS: 29.01.27 **ET: 26.02.27**	**Hauptausgabe LogiMAT: Ausführlicher Vorbericht zur weltweit größten Intralogistik-Messe** Produktnews, Innovationen und Interviews zur Messe Hintergründe & Statements Fördertechnik & Antriebe, FFZ & Komponenten, Mobile Robotik / FTS / AMR, Lagertechnik, Künstliche Intelligenz, Software für Lagerautomation, Shuttle und Shuttletechnologie, Krane und Hebezeuge, Sensorik und Ident **FOKUS-THEMA: Universitäten und Forschung / Fachkräftegewinnung**	**LogiMAT** Stuttgart **16. - 18.03.**
2 AS: 24.02.27 **ET: 24.03.27**	**Rückblick auf die LogiMAT** **SPECIAL: Materialhandling, Umschlag, Verladung** Hallentore, Industrietore, Verladesysteme und Ladungssicherungen, Rampen, Torabdichtungen, Überladebrücken, Lichtgitter **FOKUS-THEMA: Flurförderzeuge** Staplertechnik und -komponenten, Sitze, Kabinen, Reifen, Anbaugeräte, Sicherheit und Ergonomie, Ladesysteme, Flottenmanagement, Staplerleitsysteme, Sicherheitstechnik, Einsätze in der Praxis ***Vorschau auf die transport logistic***	**transport logistic** München **26. - 29.04.**
3 AS: 13.04.27 **ET: 11.05.27**	**SPECIAL: Shuttle- und Shuttletechnologie** System-, Fahrzeug-, Energie- und Antriebssysteme, Lastaufnahmemittel, Sensorik und Funkanbindung **FOKUS-THEMA: Hafentechnik sowie Kran – und Hebetechnik** Hafen- und Brückenkrane, Spreader, Reach Stacker, Energieführungen, AGV, Gabelstapler sowie Antriebssysteme, Automatisierungslösungen, Hubwerke, Modernisierung von Kranen und Krananlagen, Vakuumheber, Kabelführungen, Hebetechnik, Hallenkrane ***Vorschau auf die TOC Hamburg***	**TOC Europe** Hamburg **25. - 27.05.**
4 AS: 11.05.27 **ET: 08.06.27**	**SPECIAL: Software für Lagerautomation** Künstliche Intelligenz im Lager, Digitalisierung, Automatisierung Lagerverwaltungssysteme, Daten und Datenanalyse, Kommissionierung und Bereitstellung, WMS **FOKUS-THEMA: Fördertechnik** Hängeförderer, Rollenförderer, Stetig- und Unstetigförderer, Sorter, Einsätze in unterschiedlichen Branchen der Intralogistik, Elektrohängebahnen ***Vorschau auf die automatica***	**automatica** München **22. - 25.06.**

AS = Anzeigenschluss **ET** = Erscheinungstermin

Heft	Themenschwerpunkte	Messen und Events
5 AS: 06.07.27 **ET: 03.08.27**	**SPECIAL: Mobile Robotik / FTS und AMR** Übersicht, Abgrenzungen und Gemeinsamkeiten, Erfolgreiche Einsätze in der Intralogistik, Sicherheit im praktischen Einsatz, Motoren und Antriebe, Sensorik und Sicherheit, kooperative Fahrten, Semi- und Vollautomatisierung der Ladetechnik **FOKUS-THEHMA: Materialhandling, Umschlag, Verladung** Hallentore, Industrietore, Verladesysteme und Ladungssicherungen, Rampen, Torabdichtungen, Überladebrücken, Lichtgitter	
6 AS: 11.08.27 **ET: 08.09.27**	**SPECIAL: Verpackung** Messevorschau über Produktinnovationen auf der FACHPACK **Produktnews zur Messe, Kartonier-, Umreifungs- Foliersysteme, Etikettieranlagen, Behälter, Paletten** **FOKUS-THEMA: Kran- und Hebetechnik** Antriebssysteme, Automatisierungslösungen, Hubwerke, Modernisierung von Kranen und Krananlagen, Vakuumheber, Kabelführungen, Hebetechnik, Hallenkrane ***Vorschau auf die FACHPACK***	**FACHPACK** Nürnberg **21. - 23.09.**
SONDERHEFT Retrofit & Maintenance AS: 30.08.27 **ET: 27.09.27**	**Sonderheft: Retrofit & Maintenance 2027**  Aktuelle Modernisierungs- und Instandhaltungsprojekte; Reportage und erfolgreiche Projekte aus der Praxis; Firmenportraits (Weitere Infos: siehe Seite 14)	
7 AS: 16.09.27 **ET: 14.10.27**	**SPECIAL: Fördertechnik** Hängeförderer, Rollenförderer, Steig- und Unstetigförderer, Sorter, Einsätze in unterschiedlichen Branchen der Intralogistik, Elektrohängebahnen **FOKUS-THEMA: Lagertechnik** Kommissionierung, Handling vom Wareneingang bis zum Warenausgang, Regalsysteme und Lagerstrategien, Paletten und Behälter, Reinigungsgeräte, Hallenheizung und -klimatisierung	
8 AS: 14.10.27 ET: 11.**11.27**	**SPECIAL: Sensorik und Ident Technik** Sensoren an Fahrzeugen und Sicherheitstechnik Kennzeichnung und Identifikation, Einsatz von RFID, Bildverarbeitung, Mensch-Maschine-Sicherheit **FOKUS-THEMA: Antriebs- und Getriebetechnik** Motoren und Antriebe, Lineartechnik, erfolgreiche Implementierung in fördertechnischen Anlagen in der Intralogistik ***Vorschau auf die SPS***	**SPS** Nürnberg **23. - 25.11.**
SONDERHEFT Best Projects AS: 12.11.27 **ET: 10.12.27**	**Sonderheft: Best Projects 2028**  Ratgeber für Investoren, Reportagen und erfolgreiche Einsatzfälle in der Praxis; Firmenportraits (weitere Infos: siehe Seite 15)	

Änderungen aus aktuellem Anlass vorbehalten

Retrofit und Maintenance 2027

Das Sonderheft **Retrofit & Maintenance** erscheint seit 2006 und zeigt Alternativen zum Neubau durch Modernisierung und Instandhaltung bestehender Anlagen, oft bei laufendem Betrieb. Es beinhaltet aktuelle Retrofit-Lösungen und Best-Practice-Beispiele aus Intra- und Produktionslogistik.

Anzeigenschluss: 30. August 2027

Druckunterlagen: 02. September 2027 (Anzeigen und Projektbeitrag)

Erscheinungstermin: **27. September 2027**

Druckauflage: 12.000 Exemplare

Zielgruppe: Anwender und Entscheider aus Intralogistik und Produktion

Umfang: circa 120 Seiten

Grundpaket:

- 1/2 Seite hoch Firmenprofil Print (inkl. Logo und Bild) + ein Jahr Online im Branchenverzeichnis mit Verlinkung auf Ihre Website
- Projektbeitrag 2 Druckseiten Print + Online mit Verlinkung auf das Firmenprofil
- Gestaltung übernimmt für Sie der Verlag

Paketkosten: 2.600,-€

Upgrade Branchenverzeichnis: Für eine individuelle und umfassendere Online-Präsentation Ihres Unternehmens. Siehe Seite 17

Preis: 290,-€

Top-Angebot: bei Anzeigenschaltung ab einer 1/2 Seite 4c ist das Grundpaket inklusive, Anzeigenpreise siehe Seite 9

Projektbeitrag: Ihr Projektbeitrag wird in Teil 2) oder Teil 3) des Sonderhefts veröffentlicht.

- 2 Druckseiten, 6.000 bis 8.000 Zeichen
- Senden Sie Ihren Projektbeitrag bitte an redaktion@technische-logistik.net

Weitere Werbeformate auf Anfrage.





Beispiel Firmenprofil

Themenstruktur

Teil 1) **Überblick von Branchenexperten**

Über die Aspekte, die das Warum, Wann, Was und Wie einer Modernisierung betreffen (Personal, Spezialwerkzeuge, Inspektionen, Fernwartung, Online-Services, Sicherheitsüberprüfungen, Gefährdungsbeurteilungen usw.)

Teil 2) **„Modernisierung - die besten Lösungen“**

Vorher-Nachher-Beispiele von Lagermodernisierung, FTS- und Kranmodernisierung, Umrüstungen bei laufendem Betrieb, Modernisierung von Fremdanlagen und Einsatz von Simulationstools.

Teil 3) **Maintenance - Wartung und Instandhaltung**

Beispiele für vorbeugende und korrektive Instandhaltung, Generalüberholung, Ersatzteillogistik (Minimierung der Lagerhaltung), Teleservice,
TCO (Total Cost of Ownership) und Aftersales-Service

Teil 4) **Firmenprofile der Retrofit- oder Maintenance-Anbieter**

Alle Preise zzgl. MwSt.

Best Projects 2028

In Zeiten der Globalisierung sind schlüsselfertige Anlagen und Systeme in den Bereichen Lager, Produktion und Distribution ein wichtiger Umsatzfaktor in der Intralogistik.

Die Sonderpublikation "**Best Projects 2028**" widmet sich dem gesamten Spektrum von Projektgeschäften und zeigt anhand aktueller Projekte, wie man energieeffiziente, kostengünstige und moderne Anlagen plant, realisiert und in Betrieb nimmt. Sie bietet eine fachkompetente Analyse, Beratung, Planung, Simulation, Implementierung, Realisierung und schlüsselfertige Übergabe, was potenziellen Investoren bei ihrer Entscheidung hilft. Schwerpunkt ist hierbei die zum Einsatz gekommene Intralogistik.

Anzeigenschluss:	12. November 2027
Druckunterlagen:	17. November 2027 (Anzeigen und Projektbeitrag)
Erscheinungstermin:	**10. Dezember 2027**
Druckauflage:	12.000 Exemplare
Zielgruppe:	Investoren und Entscheider aus Produktion, Distribution, Industrie und Handel
Umfang:	circa 120 Seiten
Grundpaket:	• 1/2 Seite hoch, Firmenprofil Print (inkl. Logo und Bild) + ein Jahr Online im Branchenverzeichnis mit Verlinkung zu Ihrer Website • Projektbeitrag 2 Druckseiten Print + Online mit Verlinkung auf das Firmenprofil • Gestaltung übernimmt für Sie der Verlag **Paketkosten: 2.600,-€**
Upgrade Branchenverzeichnis:	Für eine individuelle und umfassendere Online-Präsentation Ihres Unternehmens. Siehe Seite 17 **Preis: 290,-€**





Beispiel Firmenprofil

Top-Angebot:

bei Anzeigenschaltung ab einer 1/2 Seite 4c ist das Grundpaket inklusive, Anzeigenpreise siehe Seite 9

Projektbeitrag:

Ihr Projektbeitrag wird in Teil 2) oder Teil 3) des Sonderhefts veröffentlicht.

- 2 Druckseiten, 6.000 bis 8.000 Zeichen
- Senden Sie Ihren Projektbeitrag bitte an redaktion@technische-logistik.net

Weitere Werbeformate auf Anfrage.

Themenstruktur

Teil 1) **Grundlagen und Theorie im Projektgeschäft**

Hinweise für Investoren: Standortbestimmung, Ausschreibungsverfahren, Förderungsmöglichkeiten

Teil 2) **Analyse, Beratung, Planung und Konzeption**

Beratungs- und Planungsprojekte und Konzeptbeispiele (inklusive Planungstools, Simulations- und Visualisierungssoftware usw.)

Teil 3) **Von der Realisierung bis zur Inbetriebnahme - Projekte des Jahres**

Objektberichte verschiedener Anbeiter: Gesamtverantwortung, Realisierung, Inbetriebnahme, Service und Aftersales-Leistungen

Teil 4) **Unternehmensprofile**

Alle Preise zzgl. MwSt.

Shuttle Cross-Media Kombi

Durch den Einsatz von Crossmedia-Kombinationen können Sie die Performance Ihrer Werbemaßnahmen deutlich steigern. Mit einer gezielten Verbindung von Print- und Online-Medien stellen Sie sicher, dass Ihre Werbebotschaft Ihre Zielgruppe auf mehreren Kanälen erreicht und somit eine größere Aufmerksamkeit erzielt. So profitieren Sie von einer noch stärkeren Präsenz und einer höheren Reichweite Ihrer Kampagne. Wir bieten Ihnen ein spezielles Paket an, das genau auf diese Strategie abgestimmt ist: ***Shuttle Cross-Media Kombi***

Dieses Paket wird zur **Ausgabe 3/27** (AS 13.04.2027, ET 11.05.2027) unseres Magazins angeboten, dessen **Special-Thema Shuttle-Systeme** ist. Im Rahmen dieses Pakets erscheint Ihr **Firmenprofil** sowohl in der **Print-Ausgabe** als auch auf unserer **Online-Plattform**. Zusätzlich wird Ihr Logo im **Shuttle-Sondernewsletter,** Versand am 19. Mai 2027, platziert. Damit stellen wir sicher, dass Ihre Botschaft sowohl in gedruckter Form als auch digital optimal präsent ist.

Paketumfang:
- Firmenprofil 1/4 Seite 4c norm Print sowie Online im Branchenverzeichnis
- Logopräsenz: unter der Rubrik „Shuttle-Profis“ mit Verlinkung auf das Firmenprofil
- Sondernewsletter: Logo inkl. Verlinkung auf das Firmenprofil

Anzeigenschluss: 13. April 2027

Druckunterlagenschluss: 13. April 2027

Erscheinungstermin: 11. Mai 2027

Daten: Logo + ca. 1.000 Zeichen inkl. Leerzeichen
Firmenprofil: Firmenadresse, Telefon, E-Mail, Internet, Systeme/Lösungen/Komponenten, Einsatzgebiete und Möglichkeiten, Referenzen, Ansprechpartner Shuttle Systeme

Ihre Vorteile:
- Ansprache der Zielgruppe über 3 Medien: Print, Website und Newsletter
- Das Firmenprofil ist ein Jahr Online
- Steigerung Ihrer Reichweite

Konditionen: Preis: 1.550,- €

Upgrade Branchenverzeichnis: 290,- €

Für eine individuelle und umfassendere Online-Präsentation Ihres Unternehmens. Siehe S. 17

Alle Preise zzgl. MwSt.

Branchenverzeichnis Online

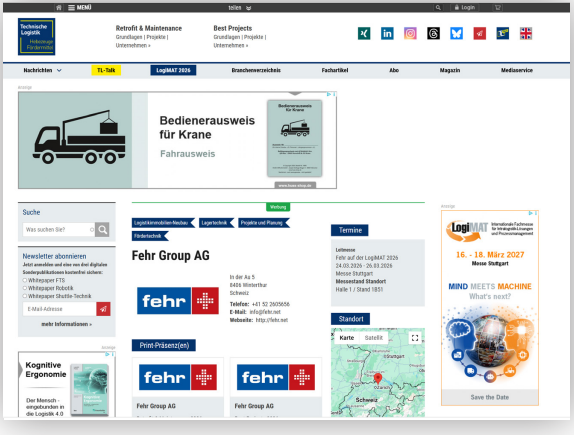
Das Branchenverzeichnis Online bietet die Möglichkeit einer individuellen und umfassenden **Präsentation Ihres Unternehmens** auf unserer Website.

Platzierung:

- Im **Branchenverzeichnis** der Website
- Ihr Profil mit Ihren Inhalten und Ihrem Logo werden über die allgemeine **Website-Suche** und über die Suche im **Branchenverzeichnis** inklusive **Index- und Kartensuchfunktionen** gefunden
- **Ihr Logo mit Verlinkung** wird auf der Startseite, in den News, auf den Übersichtsseiten, in den Fachartikeln etc. in Rotation platziert

Leistungen:

- **Individuelles Profil** mit ca. 3.500 Zeichen und bis zu drei Bildern
- Es können eigene **News** veröffentlicht werden
- Mehrere **Ansprechpartner** mit Kontaktdaten und Links zu deren Social-Media-Profilen
- **Videos** (über YouTube oder Vimeo) und eine **Bildergalerie** mit bis zu zwanzig Bildern sowie **Termine** und **Dokumente** als PDF bzw. Kartendarstellung mit dem **Standort** des Unternehmens
- Automatische Darstellung
  - aktueller Meldungen Ihres X-Accounts **(X-Feed)** (ehem. Twitter)
  - **aktueller News Ihrer Website** (über RSS-Feed)
- Verlinkung
  - Ihres **Unternehmens-Newsletters** bzw. Kontaktformulars
  - Ihrer **Social-Media-Präsenz**
- **Klein- und Stellenanzeigen** sind Zusatzprodukte unseres Branchenverzeichnisses
- **Reporting** nach Laufzeitende



Richtlinien und Datenanlieferung: Das Profil und deren Inhalte werden nach Registrierung auf der Website von Ihnen selbst eingegeben und aktualisiert. Sie erhalten mit Ihren Zugangsdaten eine ausführliche Anleitung dafür.

Tipps:

- Je mehr Profil-Inhalte von Ihnen auf unserer Website eingestellt werden, umso häufiger kann Ihr Profil gefunden und aufgerufen werden
- Nutzen Sie die Möglichkeit, innerhalb der Profiltexte, Backlinks für eine **SEO**-Optimierung Ihrer Website zu setzen.

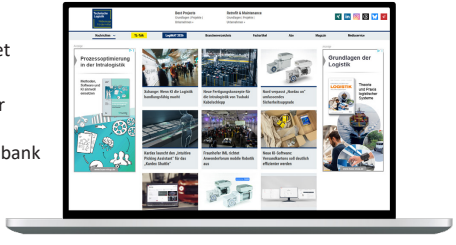
Preis: € 640,-

Laufzeit: ein Jahr

Alle Preise zzgl. MwSt.

1 **Web-Adresse (URL):**
www.technische-logistik.net

2 **Kurzcharakteristik:**
Tagesaktuelle News aus der Intralogistik, Fachartikel, Produktnews, Firmendatenbank aktuelle Termine/Messen, Kongresse, Tagungen, Fach-Links und vieles mehr



3 **Zielgruppe:** Investitionsentscheider und -vorbereiter in der Intralogistik: Logistikleiter, Lager- und Produktionsleiter, technische Leiter sowie Techniker in Entwicklung, Planung und Fertigung

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

5 **Ansprechpartner:** Michael Frey, Tel. +49 89 32391-261
E-Mail: michael.frey@hussverlag.de
Adrienne Géra, Tel. +49 89 32391-260
E-Mail: adrienne.gera@hussverlag.de
Roxana Grabenhofer, Tel. +49 89 32391-266
E-Mail: roxana.grabenhofer@hussverlag.de

6 **Zugriffskontrolle:** dfp/Google AdManager

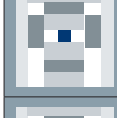
7 **Zugriffe:** Verlagsangabe
Page Impressions: 25.758
Visits: 17.241 (Verlagsangabe, AMF, April - Juni 2026)

8 **Datenanlieferung:** 7 Tage vor Schaltung an anzeigen@technische-logistik.net 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 je Monat
	**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	**€ 2.100,-**
	**Billboard 2**		Desktop + Mobile: exklusiv innerhalb jeder News + Startseite oberhalb	**€ 1.500,-**
	**Billboard 3**		Desktop + Mobile: exklusiv innerhalb jeder News + Startseite mittig	**€ 1.500,-**
	**Half Page 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	**€ 1.900,-** (Skyscraper € 1.100,-)
	**Half Page Rechts (sticky)**		exklusiv, rechts außen, feststehend (sticky) Smartphones: im (News-) Content oberhalb	**€ 1.900,-** (Skyscraper € 1.100,-)
	**Rectangle 1**	300 x 300 oder 300 x 250	gleicher Platz wie Billboard 2	**€ 1.250,-**
	**Rectangle 2**		gleicher Platz wie Billboard 3	**€ 1.250,-**

Das Online-Advertorial (Native Advertising, Content Marketing)

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

Datenanlieferung

- Überschrift (max. 85 Zeichen)
- Teaser-Text (max. 500 Zeichen)
- Advertorial-Text (max. 3.500 Zeichen)
- Aufmacherbild (min. 1.300 Pixel breit, max. 5 MB)
- 1 bis 5 weitere Bilder (min. 1.300 Pixel breit, Bildunterschrift maximal 200 Zeichen)
- Backlinks, Dateianhänge, Videos (Youtube- oder Vimeo-Link)
- Datenanlieferung bis spätestens 7 Tage vor Schaltbeginn an anzeigen@technische-logistik.net

Platzierung

- Teaser-Platzierung auf der Startseite als 2., 4. und 6. News mit Bild, Überschrift, Teaser-Text (150 Zeichen) und Link zum Advertorial
- Header-Teaser oberhalb der Navigationsleiste mit Link zum Advertorial
- 2- bzw. 4-mal Text-Bild-Banner im Newsletter

Ihre Vorteile

- Exklusivität
- Professionelles Reporting am Kampagnenende

Konditionen

Laufzeit:	2 Wochen	4 Wochen
Impressions:	ca. 4.500	ca. 9.000
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 garantiert.

Datenanlieferung

- Überschrift (max. 85 Zeichen inklusive Leerzeichen),
- Teasertext (max. 265 Zeichen inklusive Leerzeichen),
- 1 Bild (JPG, PNG, GIF), Größe wird angepasst, optimal 900 x 600 Pixel, max. 150 kB und externe Verlinkung nach Wunsch
- Werbeformat mit „Look & Feel“ eines Redaktionsbeitrags
- Neben Image-Kampagnen besonders geeignet für Lead- bzw. Traffic-Generierung
- Datenanlieferung bis spätestens 7 Tage vor Schaltbeginn an anzeigen@technische-logistik.net

Platzierung

- Platzierung auf der Startseite als 8., 10. und 12. News (hier wird der Text als Teaser gekürzt)
- Innerhalb jeder Newsansicht oberhalb oder unterhalb des Newstextes

Ihre Vorteile

Professionelles Reporting nach Laufzeitende mit Impressions, Klicks und CTR

Konditionen

Laufzeit:	2 Wochen	4 Wochen
Impressions:	ca. 3.500	ca. 7.000
Preis:	€ 680,-	€ 1.350,-

Alle Preise zzgl. MwSt.

1 Technische Logistik-Newsletter

NEU:
ab 2027
wöchentlich

2 **Kurzcharakteristik:**
Aktuelle Branchennews aus der Intralogistik
mit ausgewählten Fachbeiträgen und wichtigen Terminen.

3 **Zielgruppe:**
Abonnenten aus allen Bereichen der Intralogistik

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

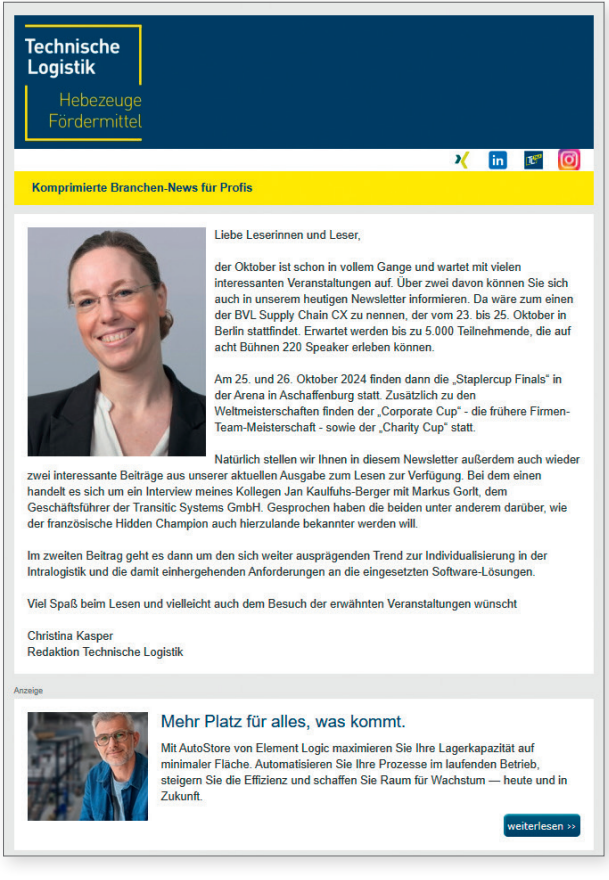
5 **Ansprechpartner:**
Michael Frey, Tel. +49 89 32391-261, michael.frey@hussverlag.de
Adrienne Géra, Tel. +49 89 32391-260, adrienne.gera@hussverlag.de
Roxana Grabenhofer, Tel. +49 89 32391-266, roxana.grabenhofer@hussverlag.de

6 **Zugriffskontrolle:**
Episerver

7 **Abonnenten:**
5.334 (Verlagsangabe)
26,3 % (Öffnungsrate)
13,5 % (Unique Öffnungsrate)

8 **Datenanlieferung:**
7 Tage vor Schaltbeginn per E-Mail an anzeigen@technische-logistik.net, GIF (nicht animiert), JPG (max. 72 dpi), Text mit 500 Zeichen (inkl. Überschrift und Leerzeichen) + Bild (max. 200 x 200 Pixel), nur Text mit 600 Zeichen (inkl. Überschrift und Leerzeichen)

9 **Erscheinungsweise:**
wöchentlich mittwochs



Werbeform	Maße (Breite × Höhe)	Text	Preis je Ausgabe
Titelkopf Bild-Banner	475 x 155 Pixel	–	€ 970,-
Titelkopf Text-Banner	–	max. 320 Zeichen (inkl. Headline max. 60 Z. + CTA/Linktext max. 60 Z.)	€ 970,-
Text-Banner mit Bild	Bild mit 240 x 160 Pixel	350 Zeichen inkl. Leerzeichen	€ 920,-
Text-Banner ohne Bild	–	max. 500 Zeichen inkl. Leerzeichen	€ 920,-
Grafik-Banner	bis max. 650 x 200 Pixel	–	€ 920,-



Titelkopf-Banner

Grafik-Banner

Text-Banner mit Bild

Text-Banner ohne Bild

Newsletter und Social-Media-Boost:

	Newsletter „Technische Logistik“ TextAD mit Bild: 350 Zeichen + Bild (max. 240 × 160 Pixel) + Link TextAD ohne Bild: 500 Zeichen + Link	Preis: € 920,-
	Sponsored Post in unserem LinkedIn-Channel über 5.500 Follower, Bild: 1.080 × 1.080 Pixel + Text: bis zu 2.000 Zeichen	Preis: € 450,-
	Social-Media-Boost Ihre TextAD mit Bild: 350 Zeichen + im Newsletter „Technische Logistik“+ Sponsored-Post in unserem LinkedIn-Channel	Vorzugs-preis: € 1.350,-

Alle Preise zzgl. MwSt.

TL-Talk - das Technische Logistik Webinar

Mit den TL-Talks buchen Sie ein 60-minütiges Technische Logistik-Live-Webinar zu einem Thema Ihrer Wahl. Profitieren Sie vom crossmedialem Content-Marketing mit der Marke der Technischen Logistik. Für noch mehr Sichtbarkeit nutzen Sie Ihr TL-Talk-Webinar für Ihre eigenen Kanäle.

Auszug aus den Leistungen rund um das Webinar:

- Eventanzeige in einer Ausgabe der Technische Logistik (Gestaltung durch HUSS, Text durch Koop-Partner)
- Drei Newsletter-Schaltungen (Text-Banner mit Bild)
- Half-Page-/Billboard-Bannerschaltung (je nach Verfügbarkeit) mit 25.000 PIs (Gestaltung und Text durch HUSS)
- Redaktionelle Online-Berichterstattung (News, Redaktions-Newsletter, Social Media)
- Postings in Social-Media-Kanälen mit Hinweis auf das Webinar
- Redaktionelle Vor- sowie Nachberichterstattung in Print und online in Form von News
- Moderation (ca. 60 Minuten) des Webinars durch ein Technische Logistik-Redaktionsmitglied
- Nennung als Kooperationspartner des Technische Logistik-Webinars
- Technische Durchführung (von Webinar-Hosting über Teilnehmermanagement bis hin zum Webinar-Video)
- Betreuung bei Vorbereitung und Durchführung des Webinars
- Bereitstellung des aufgenommenen Webinars für den Medienpartner
- Bereitstellung der generierten Leads (DSGVO-konform)

Preis: ab € 4.500,00

Kontakt: Michael Frey (verantwortlich), Tel. +49 89 32391-261
E-Mail: michael.frey@hussverlag.de
Adrienne Géra, Tel. +49 89 32391-260
E-Mail: adrienne.gera@hussverlag.de
Roxana Grabenhofer, Tel. +49 89 32391-266
E-Mail: roxana.grabenhofer@hussverlag.de

Podcast TL-Talk light

Mit unserem neuen Podcast-Format TL-Talk light bieten wir Ihnen die vollständige Produktion eines Videointerviews mit einem Gast Ihrer Wahl in Kooperation mit Technische Logistik.

- Technische Umsetzung des Livestreams und oder der Aufzeichnung (Audio, Video)
- Thema und Fragen nach Kundenwunsch in Absprache mit Redaktion
- Moderation durch die Technische Logistik-Redaktion
- Aufzeichnung wird in jedem Fall zusätzlich für eigene Verwendung zur Verfügung gestellt
- Dauer des Videos / Podcasts je nach Thema und Setting zwischen 15 und 20 Min.

Vorteile:

- Redaktionelle inhaltliche Expertise und Reputation bei Fachthemen-Kommunikation
- Profitieren Sie von der Marke Technische Logistik mit jahrzehntelanger, erfolgreicher Marktpräsenz
- Technisches Inhouse Know-how
- Wenig Aufwand durch unsere Full-Service-Leistungen sowie Beratung und Support

Auszug aus den Aktivitäten zur Promotion des Podcast TL-Talk light:

- Zwei Schaltungen (Text-Banner mit Bild) an die Abonnenten des Technische Logistik Newsletters
- Postings in Social-Media-Kanälen mit Hinweis auf den Podcast
- Bewerbung über die Technische Logistik Webseite

Preis: € 2.800,00

Kontakt: Michael Frey (verantwortlich), Tel. +49 89 32391-261
E-Mail: michael.frey@hussverlag.de
Adrienne Géra, Tel. +49 89 32391-260
E-Mail: adrienne.gera@hussverlag.de
Roxana Grabenhofer, Tel. +49 89 32391-266
E-Mail: roxana.grabenhofer@hussverlag.de

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 infitrierten 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 ungenügendem Abdruck 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 Nachbesserung 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

Fachpublikationen

HUSS-VERLAG GmbH, München

Corporate Publishing







Güterverkehr & Service





Logistik







Omnibus & Touristik





Automotive







shop huss

www.huss-shop.de

li.hussverlag.de

Bestellen Sie noch heute Ihr Probeexemplar und die aktuellen Mediadaten!