

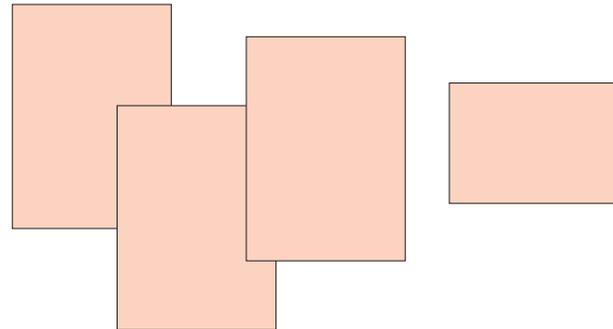


Die Medienmarke

Zielgruppe

Themenspektrum

Crossmediales Angebot (Fachzeitschrift, Website...)



**FACHZEITSCHRIFT**

1	Titel-Porträt	Seite X
T	Termin- und Themenplan	Seite X
P	Preisliste	Seite X
2	Auflagen- und Verbreitungs-Analyse	Seite X
F	Formate und technische Angaben	Seite X
3-E	Empfänger-Struktur-Analyse	Seite X
3-L	Leser-Struktur-Analyse	Seite X
3-R	Reichweiten-Aanalyse	Seite X

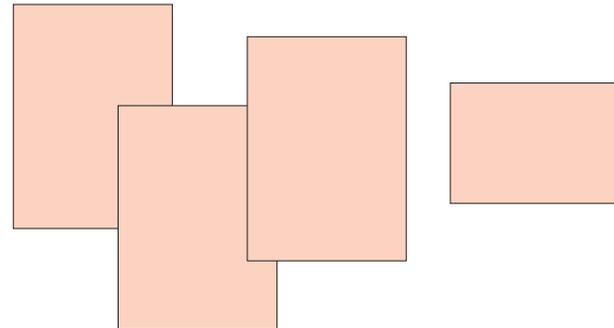
WEBSITE

1	Porträt	Seite XX
P	Preise/Werbeformen	Seite XX
N	Nutzungsdaten	Seite XX
F	Formate und technische Angaben	Seite XX

NEWSLETTER

1	Porträt	Seite XX
P	Preise/Werbeformen	Seite XX
N	Nutzungsdaten	Seite XX
F	Formate und technische Angaben	Seite XX

Weitere Leistungen wie z.B. Mobile, Web-TV, Events/
Veranstaltungen, Direktmarketing/Adressvermittlung,
Marktforschung, Corporate Publishing usw.

Die Medienmarke**Zielgruppe****Themenspektrum****Crossmediales Angebot (Fachzeitschrift, Website...)**

- 1 Titel: hi hochinteressant
- 2 Kurzcharakteristik: hi hochinteressant ist die Fachzeitschrift für ... Die Hauptrubriken sind: ... hi hochinteressant bietet die besondere Perspektive der ... und unterstützt damit seine Zielgruppe optimal in ihrer Aufgabe...Zwei Sonderhefte vertiefen jeweils aktuelle Trendthemen, zur Messe ... publiziert hi hochinteressant die Messezeitung ...
- 3 Zielgruppe: Die Zielgruppe der hi hochinteressant setzt sich vor allem aus Empfängern in wichtigen Branchen zusammen. Für weitere Informationen stehen IVW-EDA-Daten sowie unsere aktuelle Leser-Struktur-analyse zur Verfügung.
- 4 Erscheinungsweise: monatlich + 1 Sonderausgabe
- 5 Heftformat: DIN A4
- 6 Jahrgang: 13. Jahrgang 20xx
- 7 Bezugspreis: Jahresabonnement Inland xx,xx €
Jahresabonnement Ausland xx,xx €
Einzelverkaufspreis x,xx €
Versandkosten x,xx €
- 8 Organ: Offizielles Organ des Verbands ...
- 9 Mitgliedschaft/
Teilnahme: IVW, IVW-EDA, Reichweitenanalyse ...
- 10 Verlag: Interessant Fachverlag GmbH
Lange Straße 1, 12345 Großstadt
Telefon +49 1234 98765-0
www.infoverlag.de
- 11 Herausgeber: Dr. Karl Einstein
- 12 Anzeigen: Max Verkaufgern, Anzeigenleiter
E-Mail: verkaufgern@interessant.de

- 13 Redaktion: Moritz Schreibgern, Chefredakteur
E-Mail: schreibgern@interessant.de
Anna Telefoniergern, Redaktionsassistentin
E-Mail: telefoniergern@interessant.de
Telefon +49 1234 98765-12

14 Umfangs-Analyse 20xx = 12 Ausgaben

Gesamtumfang:	1.159 Seiten =	100,0 %
Redaktionsteil	740 Seiten =	63,8 %
Anzeigenteil	419 Seiten =	36,2 %
davon:		
Stellen- und Gelegenheitsanzeigen	14 Seiten =	3,3 %
Verlagseigene Anzeigen	16 Seiten =	3,8 %
Einhefter	26 Seiten =	6,2 %
Beilagen	2 Stück	

15 Inhalts-Analyse des Redaktionsteils

	740 Seiten =	100,0%
Fertigungsmaschinen u. -verfahren	213 Seiten =	28,8 %
Werkzeugtechnik	136 Seiten =	18,4 %
Automatisierungstechnik	79 Seiten =	10,7 %
Robotik	52 Seiten =	7,0 %
Werkzeug- und Formenbau	45 Seiten =	6,1 %
C-Technologien	38 Seiten =	5,1 %
Oberflächentechnik	35 Seiten =	4,7 %
Lasertechnik	31 Seiten =	4,2 %
Verbindungstechnik	28 Seiten =	3,8 %
Qualitätssicherung	24 Seiten =	3,2 %
Materialfluss	22 Seiten =	3,0 %
Markt, Branchennews	37 Seiten =	5,0 %

1 Auflagenkontrolle:

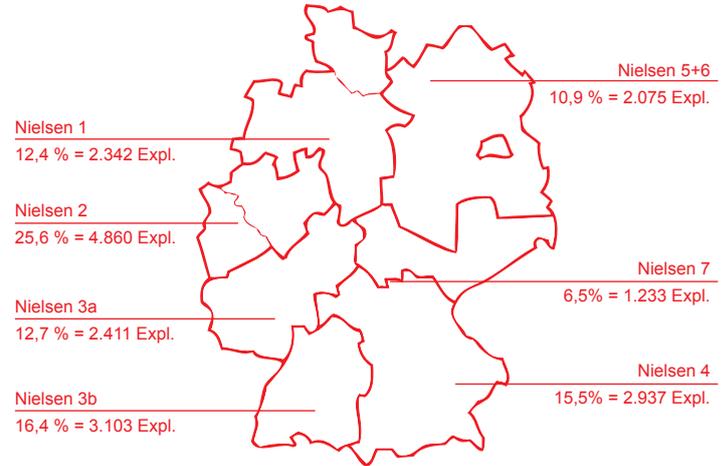
2 Auflagen-Analyse: Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt
(1. Juli 20xx bis 30. Juni 20xx)

Druckauflage	19.767		
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):	19.706	davon Ausland:	745
Verkaufte Auflage:	9.651	davon Ausland:	550
Abonnierte Exemplare:	9.576	davon Mitgliederstücke:	7.069
Einzelverkauf:	-		
Sonstiger Verkauf:	75		
Freistücke:	10.055		
Rest-, Beleg- und Archivexemplare:	61		

3 Geografische Verbreitungs-Analyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	96,2	18.961
Ausland	3,8	745
davon Schweiz	2,5	474
davon Österreich	1,3	271
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	19.706

3.1 Verbreitung nach Nielsengebieten:



Kurzfassung der Erhebungsmethode

1. Methode: **Empfänger-Struktur-Analyse durch Dateiauswertung - Totalerhebung**
2. Grundgesamtheit: tvA Inland 18.691 = 100 %, in der Untersuchung nicht erfasst 745 = 3,8 %
3. Stichprobe: **Totalerhebung**
4. Zielperson der Untersuchung: **Die in der Datei erfassten persönlichen Empfänger in Institutionen**
5. Zeitraum der Untersuchung: ... bis...(Datum)
6. Durchführung der Untersuchung: **Fachverlag GmbH**

Die detaillierte Erhebungsmethode kann unter www.fachzeitschrift.de/erhebungsmethoden eingesehen werden.



1.1 Branchen/Wirtschaftszweige

WZ 2008 Code	Empfängergruppen (lt. Klassifikation der Wirtschaftszweige 2008)	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
		%	Projektion (circa)
	VERARBEITENDES GEWERBE		
13	Herstellung von Textilien	12	2.200
14	Herstellung von Bekleidung	14	2.600
15	Herstellung von Leder, Lederwaren und Schuhen	8	1.500
20.4	Herstellung von Seifen, Wasch-, Reinigungs- und Körperpflegemitteln sowie von Duftstoffen	6	1.100
	HANDEL		
46.16	Handelsvermittlung von Textilien, Bekleidung, Schuhen und Lederwaren	12	2.200
46.18.5	Handelsvermittlung von kosmetischen Erzeugnissen und Körperpflegemitteln	9	1.700
46.6	Großhandel mit Gebrauchs- und Verbrauchsgütern	13	2.400
47.91	Versand- und Internet-Einzelhandel	8	1.500
	ERBRINGUNG VON FREIBERUFLICHEN DIENSTLEISTUNGEN		
70.2	Public-Relations- und Unternehmensberatung	4	700
73.1	Werbung	7	1.300
	keine Angabe	7	1.300
	Rundungsdifferenz		-12
	Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100	18.512

1.2 Größe der Wirtschaftseinheit

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Projektion (circa)
1 - 49 Beschäftigte	20	3.700
50 - 99 Beschäftigte	15	2.780
100 - 199 Beschäftigte	19	3.520
200 - 499 Beschäftigte	17	3.150
500 und mehr Beschäftigte	23	4.260
keine Angabe	6	1.110
Rundungsdifferenz		-8
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100	18.512

Kurzfassung der Erhebungsmethode

1. Methode: **Empfänger-Struktur-Analyse** durch telefonische Erhebung - Stichprobenerhebung
2. Grundgesamtheit:

Grundgesamtheit (tvA)	18.512 = 100,0 %
In der Untersuchung nicht erfasst	435 = 2,4 %
3. Stichprobe: **256 Netto-Interviews**, 71,1 % Ausschöpfung, **Random-Auswahl**
4. Zielperson der Untersuchung: **Erstempfänger**
5. Zeitraum der Untersuchung: bis (Datum)
6. Durchführung der Untersuchung: **MAFO-Institut, X-Stadt**

Die detaillierte Erhebungsmethode kann unter www.fachzeitschrift.de/erhebungsmethoden eingesehen werden.



2.1 Tätigkeitsmerkmale

Aufgabenbereich

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Projektion (circa)
Unternehmensführung	13	2.410
Marketing	51	9.440
davon Produktmanagement	21	3.890
davon Werbeabteilung	18	3.330
davon Öffentlichkeitsarbeit	12	2.220
Verkauf/Vertrieb	22	4.070
Einkauf	5	930
Verwaltung/Personal	4	740
Sonstige	2	370
Keine Angabe	3	550
Rundungsdifferenz		2
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100	18.512

Position im Betrieb

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Projektion (circa)
Inhaber/Geschäftsführer	8	1.480
Bereichsleiter	28	5.180
Abteilungsleiter	31	5.740
Kaufmännischer Angestellter	22	4.070
Sonstige	7	1.300
Keine Angabe	4	740
Rundungsdifferenz		2
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100	18.512

2.2 Sozio-Demografie

Berufliche Ausbildung

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Projektion (circa)
Gewerbliche Lehre	6	1.110
Kaufmännische Lehre	12	2.220
Fachschule	17	3.150
Fachhochschule	34	6.290
Universität/TU	28	5.180
Keine Angabe	3	560
Rundungsdifferenz		2
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100	18.512

Alter

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Projektion (circa)
Bis 29 Jahre	10	1.850
30 - 39 Jahre	29	5.370
40 - 49 Jahre	28	5.180
50 - 64 Jahre	21	3.890
65 Jahre und älter	6	1.100
Keine Angabe	6	1.100
Rundungsdifferenz		22
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100	18.512



1.1 Branchen/Wirtschaftszweige

WZ 2008 Code	Empfängergruppen (lt. Klassifikation der Wirtschaftszweige 2008)	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
		%	Exemplare
25.1	Stahl- und Leichtmetallbau	7,7	1.107
25.6	Oberflächenveredlung und Wärmebehandlung; Mechanik a. n. g.	3,1	446
26.3	Herstellung von Geräten und Einrichtungen der Telekommunikationstechnik	4,2	604
26.51	Herstellung von Mess-, Kontroll-, Navigations- u. ä. Instrumenten und Vorrichtungen	5,8	834
27.1	Herstellung von Elektromotoren, Generatoren, Transformatoren, Elektrizitätsverteilungs- und -schaltanlagen	8,9	1.280
28.13	Herstellung von Pumpen und Kompressoren a.n.g.	4,3	618
28.14	Herstellung von Armaturen a.n.g.	9,3	1.337
28.4	Herstellung von Werkzeugmaschinen	18,3	2.631
29.1	Herstellung von Kraftwagen und Kraftwagenmotoren	12,4	1.783
29.3	Herstellung von Teilen und Zubehör für Kraftwagen	7,4	1.064
32.5	Herstellung von medizinischen und zahnmedizinischen Apparaten und Materialien	5,7	820
71.12.2	Ingenieurbüros für technische Fachplanung und Ingenieurdesign	2,6	374
	Weitere Branchen (Anteil unter 0,5%)	2,4	345
	Branche nicht bekannt		388
	Sonstige	5,2	748
	Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100	14.379



1.2 Größe der Wirtschaftseinheit

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
1 - 49 Beschäftige	9,6	1.380
50 - 99 Beschäftige	14,6	2.099
100 - 199 Beschäftige	19,1	2.746
200 - 499 Beschäftige	20,6	2.961
500 - 999 Beschäftige	21,8	3.135
1.000 - 4.999 Beschäftige	7,3	1.050
mehr als 5.000 Beschäftige	2,8	403
keine Angabe	4,2	604
Rundungsdifferenz		1
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100	14.379

Kurzfassung der Erhebungsmethode

1. Methode: **Empfänger-Struktur-Analyse durch Dateiauswertung**
Totalerhebung gemäß IVW-EDA-Richtlinien
 2. Grundgesamtheit:
Grundgesamtheit (tvA) 14.379 = 100,0 %
In der Untersuchung nicht erfasst 748 = 5,2 %
 3. Stichprobe: **Totalerhebung**
 4. Zielperson der Untersuchung: **Die in der Datei erfassten persönlichen Empfänger in Institutionen.**
 5. Zeitraum der Untersuchung: bis (Datum)
 6. Durchführung der Untersuchung: **Fachverlag GmbH**
- Die detaillierte Erhebungsmethode kann unter www.fachzeitschrift.de/erhebungsmethoden eingesehen werden.

2.1 Tätigkeitsmerkmale

2.1.1 Aufgabenbereich

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Geschäftsleitung	5,9	848
Produktion	36,4	5.234
Technisches Büro	12,6	1.812
Qualitätssicherung	9,7	1.395
Instandhaltung	14,1	2.027
Einkauf	9,8	1.409
Aufgabenbereich nicht bekannt	6,3	906
Keine Angabe	5,2	748
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100	14.379

2.1.2 Position im Betrieb

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inhaber/Geschäftsführer	8,1	1.165
Betriebsleiter	7,3	1.050
Abteilungsleiter	29,6	4.256
Meister	9,5	1.366
Techniker	23,2	3.336
Weitere Positionen (Anteil unter 0,5%)	10,5	1.510
Position nicht bekannt	6,6	949
Sonstige	5,2	748
Rundungsdifferenz		-1
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100	14.379



1.1 Branchen/Wirtschaftszweige/Unternehmenstypen

1.1.1 Branchen/Wirtschaftszweige

WZ 2008 Code	Empfängergruppen (lt. Klassifikation der Wirtschaftszweige 2008)	Anteil der ermittelten Leser (WLK)	
		%	Projektion (circa)
18.2	Vervielfältigung von bespielten Ton-, Bild- und Datenträgern	28	2.690
58.11	Verlegen von Büchern	8	770
58.13	Verlegen von Zeitungen	8	770
58.14.	Verlegen von Zeitschriften	11	1.060
58.19	Sonstiges Verlagswesen (ohne Software)	5	480
58.2	Verlegen von Software	7	670
59.20.2	Verlegen von bespielten Tonträgern	11	1.060
73.11	Werbeagenturen	43	4.130
82.1	Sekretariats- und Schreibdienste, Copy-Shops	6	580

Mehrfachnennungen (100% = 9.600 Leser)

1.1.2 Unternehmenstypen

	Anteil der ermittelten Leser (WLK)	
	%	Projektion (circa)
Einzelunternehmen	54	5.200
Konzernzentrale/Hauptsitz	15	1.440
Betriebsstätte	19	1.820
Sonstige	10	960
Keine Angabe	2	190
	100	9.600

1.2 Größe der Wirtschaftseinheit

	Anteil der ermittelten Leser (WLK)	
	%	Projektion (circa)
1 - 9 Beschäftigte	20	1.920
10 - 19 Beschäftigte	15	1.440
20 - 49 Beschäftigte	19	1.820
50 - 99 Beschäftigte	10	960
100 - 199 Beschäftigte	18	1.730
200 - 499 Beschäftigte	10	960
500 und mehr Beschäftigte	6	580
keine Angabe	2	190
	100	9.600

Kurzfassung der Erhebungsmethode

1. Methode: **Leser-Struktur-Analyse** durch telefonische Erhebung - Stichprobenerhebung
2. Grundgesamtheit:
Grundgesamtheit (tvA) $9.600 = 100,0 \%$
In der Untersuchung nicht erfasst $1.064 = 11,1 \%$
3. Stichprobe: **255 Netto Interviews**, 70,5 % Ausschöpfung, Random Auswahl
4. Zielperson der Untersuchung: **Befragt wurde der hauptsächliche Leser in der Institution**
5. Zeitraum der Untersuchung: **Die telefonische Befragung erfolgt von xxx bis xxx (Datum)**
6. Durchführung der Untersuchung: **MAFO-Institut, X-Stadt**

Die detaillierte Beschreibung der Erhebungsmethode kann unter www.fachzeitschrift.de/erhebungsmethoden eingesehen werden.



2.1 Tätigkeitsmerkmale

2.1.1 Aufgabenbereich

	Anteil der ermittelten Leser (WLK)	
	%	Projektion (circa)
Geschäftsleitung	19	1.820
Marketing	17	1.630
Marktforschung	7	670
Redaktion	11	1.060
Gestaltung	5	480
PR-Abteilung	6	580
Werbung	12	1.150
Verkauf	16	1.540
Sonstige	4	380
keine Angabe	3	290
	100	9.600

2.1.2 Position im Betrieb

	Anteil der ermittelten Leser (WLK)	
	%	Projektion (circa)
Inhaber/Geschäftsführer/Vorstand	27	2.590
Betriebsleiter	23	2.210
Abteilungsleiter mit Prokura	21	2.020
Abteilungsleiter	18	1.730
Sonstige Angestellte	7	670
Keine Angabe	4	380
	100	9.600



2.2 Sozio-Demografie

2.2.1 Schulabschluss

	Anteil der ermittelten Leser (WLK)	
	%	Projektion (circa)
Hauptschulabschluss	5	480
Realschulabschluss	38	3.650
Fachhochschulreife	20	1.920
Abitur	34	3.260
Keine Angabe	3	290
	100	9.600

2.2.2 Berufliche Ausbildung

	Anteil der ermittelten Leser (WLK)	
	%	Projektion (circa)
Gewerbliche Lehre	6	580
Fachschule	38	3.650
Fachhochschule	32	3.070
Universität/TU/TH	20	1.920
Keine Angabe	4	380
	100	9.600

2.2.3 Alter

	Anteil der ermittelten Leser (WLK)	
	%	Projektion (circa)
Bis 29 Jahre	11	1.060
30 - 39 Jahre	31	2.980
40 - 49 Jahre	30	2.880
50 - 64 Jahre	18	1.730
65 Jahre und älter	6	580
keine Angabe	4	380
Rundungsdifferenz		-10
	100	9.600



1.1 Reichweiten

	Grundgesamtheit = 105.900 Entscheider		Tausender-Leser-Preis Basis Tarif Nr. 20XX 1/1 s/w € 3.500,-
	%	absolut	
Weitester Leserkreis (WLK) mindestens eine Ausgabe von 12 gelesen	46,0	48.710	€ 71,85
LpA Leser einer durchschnittlichen Ausgabe	30,7	32.510	€ 107,66

LpA nach Teilbereichen

	LpA		Tausender-Leser-Preis Basis Tarif Nr. 20XX 1/1 s/w € 3.500,-
	%	absolut	
Teil-Zielgruppe I (= 83.000 Entscheider)	36,3	29.880	€ 117,14
Teil-Zielgruppe II (= 18.600 Entscheider)	42,5	7.910	€ 442,48

Reichweitenwachstum

LpA	Reichweite nach Belegung von 1 bis 12 Ausgaben											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
	30,7 %	34,8 %	38,3 %	40,5 %	42,0 %	43,2 %	43,9 %	44,5 %	45,0 %	45,3 %	45,6 %	46,0 %

Basis: Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA) lt. Ziffer 2 = 29.605 Expl.

Kurzfassung der Erhebungsmethode

1. Methode: Reichweitenanalyse durch persönlich-mündliche Interviews, Stichprobenerhebung
2. Grundgesamtheit: Alle Betriebe der Branche XY: 31.000 Betriebe = 100 % (lt. Verbandsstatistik); alle Entscheider der Branche XY: 105.900 Entscheider (lt. Kontakterhebung)
3. Stichprobe: 512 Netto-Interviews, 72 % Ausschöpfung, Quoten-Auswahl

4. Zielperson der Untersuchung: Befragt wurde der Inhaber / Geschäftsführer oder Leiter des Betriebs
5. Zeitraum der Untersuchung: Die Durchführung der Interviews erfolgte von ... bis ... (Datum)
6. Durchführung der Untersuchung: MAFO-Institut, X-Stadt
Die detaillierte Erhebungsmethode kann unter www.fachzeitschrift.de/erhebungsmethoden eingesehen werden.

1 Anzeigenpreise und Formate (Preise in Euro, Zuschläge nicht rabattierbar)

Format	Satzspiegel-Formate Breite x Höhe in mm	Anschnitt-Formate Breite x Höhe in mm*	Zuschlag Anschnitt	Grund- preise s/w	Zuschlag 2c	Preise 2-farbig	Zuschlag 3c	Preise 3-farbig	Zuschlag 4c	Preise 4-farbig
1/1	185 x 265	210 x 297	570,-	7.580,-	758,-	8.570,-	758,-	9.560,-	758,-	10.550,-
2/3 hoch quer	120 x 265 185 x 175	134 x 297 210 x 190	570,-	5.060,-	758,-	6.050,-	758,-	7.040,-	758,-	8.030,-
Junior Page	135 x 185	146 x 202	350,-	3.790,-	400,-	4.780,-	400,-	5.770,-	400,-	6.760,-
1/2 hoch quer	90 x 265 185 x 130	104 x 297 210 x 145	350,-	3.790,-	400,-	4.780,-	400,-	5.770,-	400,-	6.760,-
1/3 hoch quer	60 x 265 185 x 90	72 x 297 210 x 105	350,-	2.530,-	400,-	3.520,-	400,-	4.510,-	400,-	5.500,-
1/4 2spaltig hoch quer	90 x 130 43 x 265 185 x 60	104 x 145 55 x 297 210 x 75	350,-	1.895,-	250,-	2.390,-	250,-	2.885,-	250,-	3.380,-
1/8 2spaltig hoch quer	90 x 60 43 x 130 185 x 30	104 x 75 55 x 145 210 x 45	350,-	950,-	250,-	1.445,-	250,-	1.940,-	250,-	2.435,-

* zzgl. xx mm Beschnitt
Weitere Formate auf Anfrage.

tvA: xxx Exemplare

1 Anzeigenpreise und Formate (Preise in Euro, Zuschläge rabattierbar)

Format	Satzspiegel-Formate Breite x Höhe in mm	Anschnitt-Formate Breite x Höhe in mm*	Grundpreise s/w	Preise 2-farbig	Preise 3-farbig	Preise 4-farbig
1/1	185 x 265	210 x 297	7.580,-	8.570,-	9.560,-	10.550,-
2/3 hoch quer	120 x 265 185 x 175	134 x 297 210 x 190	5.060,-	6.050,-	7.040,-	8.030,-
Junior Page	135 x 185	146 x 202	3.790,-	4.780,-	5.770,-	6.760,-
1/2 hoch quer	90 x 265 185 x 130	104 x 297 210 x 145	3.790,-	4.780,-	5.770,-	6.760,-
1/3 hoch quer	60 x 265 185 x 90	72 x 297 210 x 105	2.530,-	3.520,-	4.510,-	5.500,-
1/4 2spaltig hoch quer	90 x 130 43 x 265 185 x 60	104 x 145 55 x 297 210 x 75	1.895,-	2.390,-	2.885,-	3.380,-
1/8 2spaltig hoch quer	90 x 60 43 x 130 185 x 30	104 x 75 55 x 145 210 x 45	950,-	1.445,-	1.940,-	2.435,-

* zzgl. xx mm Beschnitt
Weitere Formate auf Anfrage.

tvA: xxx Exemplare



- 2 Zuschläge
Platzierung 2. und 4. Umschlagseite xxx,- €
3. Umschlagseite xxx,- €
andere bindende Platzierungen (ab 1/4 S.) mit xx% Zuschlag auf den entsprechenden s/w-Formatpreis (nicht rabattierbar)
- Farbe Genannte Preise gelten für ISO-Farbe
Farbe wird über Farbzuschlag berechnet, der nicht rabattierbar ist.
Zuschlag für Sonderfarben je Farbe 1.000,- €
Metall- und Leuchtfarben auf Anfrage
- Format für Anzeigen über Satzspiegel wird Anschnittzuschlag erhoben (nicht rabattierbar)
- 3 Rabatte: Abnahme innerhalb 12 Monaten (Insertionsjahr):
Malstaffel Mengenstaffel
bei x Anzeigen x % xx Seiten x %
bei x Anzeigen x % xx Seiten x %
bei x Anzeigen x % xx Seiten x %
bei x Anzeigen x % xx Seiten x %
- Auf Farb-/Anschnittzuschläge, Ad Specials und Beilagen sowie Stellenanzeigen kein Nachlass. Kombi-Rabatte bei Crossmedia-Kampagnen auf Anfrage.
- 4 Rubriken: pro mm, 1-spaltig, xx mm breit
Stellenangebote xx €, Stellengesuche xx €
Siehe Information Stellenmarkt Seite xx
Chiffregebühr inkl. Offertenporto xx €

- 5 Sonderwerbformen: Beihefter
rabattierbar, 1 Beihefter = 1/1 Anzeigenseite
nach Papiergewicht
80-134 g/m² 135-180 g/m²
1 Blatt = 2 Seiten € 8.500,- € 10.000,-
2 Blatt = 4 Seiten € 13.000,- € 15.000,-

- Beilagen
Preise je 1.000 St., inkl. Portokostenanteil
- | Gewicht | Preis/oo | Gewicht | Preis/oo |
|----------|----------|----------|----------|
| bis 25 g | € xx | bis 40 g | € xx |
| bis 30 g | € xx | bis 45 g | € xx |
| bis 35 g | € xx | bis 50 g | € xx |
- je 5 g mehr: 5 % Aufschlag vom Grundpreis bis 25 g.
Beilagen auf Florpost-Papier auf Anfrage .

Beikleber auf Anfrage

- 6 Kontakt: Beratung, Buchung:
Rolf Müller, Anzeigenverkaufsleitung
Telefon 0123 9876-543
Datenlieferung, Rechnungen, Belege:
Petra Schmidt, Auftragsabwicklung
Telefon 0123 9876-542

- 7 Zahlungsbedingungen:
Bankverbindung: Bank, 1 234 567 (BLZ 100 100 10
IBAN: DE12 1234 5678 0001 1234 56
UST-Ident-Nr. DE123456789
Bankeinzug/Vorauszahlung mit 3 % Skonto bis
30 Tage nach Rechnungsdatum ohne Abzug

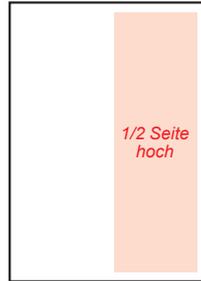
Anzeigenformate



Satzspiegel:
B x H: 185 mm x 265 mm
Anschnittformat:
B x H: 210 mm x 297 mm



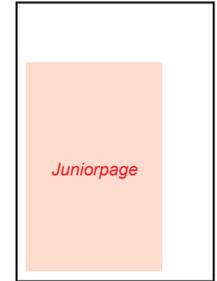
Satzspiegel:
B x H: 185 mm x 175 mm
Anschnittformat:
B x H: 210 mm x 190 mm



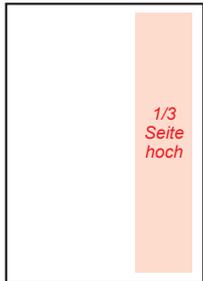
Satzspiegel:
B x H: 90 mm x 265 mm
Anschnittformat:
B x H: 104 mm x 297 mm



Satzspiegel:
B x H: 185 mm x 130 mm
Anschnittformat:
B x H: 210 mm x 145 mm



Satzspiegel:
B x H: 135 mm x 185 mm
Anschnittformat:
B x H: 146 mm x 202 mm



Satzspiegel:
B x H: 60 mm x 265 mm
Anschnittformat:
B x H: 72 mm x 297 mm



Satzspiegel:
B x H: 185 mm x 90 mm
Anschnittformat:
B x H: 210 mm x 105 mm



Satzspiegel:
B x H: 43 mm x 265 mm
Anschnittformat:
B x H: 55 mm x 297 mm



Satzspiegel:
B x H: 90 mm x 130 mm
Anschnittformat:
B x H: 104 mm x 145 mm



Satzspiegel:
B x H: 185 mm x 60 mm
Anschnittformat:
B x H: 210 mm x 75 mm

Anzeigenformate im Anschnitt: alle Formate zzgl. 3 mm Beschnittzugabe an allen Seiten. Sonderformate auf Anfrage.



- 1 Zeitschriftenformat: 210 mm breit x 297 mm hoch, DIN A4
unbeschnitten: 216 mm breit x 303 mm hoch
- Satzspiegel: 188 mm breit x 270 mm hoch
4 Spalten à 44 mm Breite
- 2 Druck- und Bindeverfahren: Offsetdruck (Bogen oder Rolle), Klebebindung oder Rückstichheftung
- 3 Datenübermittlung: Nutzen Sie unser Anzeigenportal zur Anlieferung der Daten per Internet unter www.musterfirma.de
E-Mail: anzeigen@musterdruckerei.de
Bei Rückfragen: Tel: +49 7111234 5678-123
- 4 Datenformate: Wir empfehlen die Anlieferung von PDF/X-3 Daten. Offene Daten (z.B. InDesign, Quark XPress usw.) sind zu vermeiden. Mindestens muss die Datei druckfähig sein, d.h. alle verwendeten Schriften sind einzubetten, Halbtonbilder benötigen eine Auflösung von 300 dpi, Strichbilder mindestens 600 dpi.
- 5 Farben: Druckfarben (CMYK) nach ISO 12647-2 (PSO), Sonderfarben sind in Absprache möglich. Zur Konvertierung und Kontrolle des Farbraums (ICC-Color Management) wird speziell auf die Standard-Offsetprofile der ECI verwiesen.(kostenloser Bezug ders Pakets „ECI_Offset_2009“ bei www.eci.org).
- 6 Proof: Farbverbindliches Proof nach „Medienstandard Druck“ (bvdm). Digital erstellte Prüfdrucke müssen zur Kontrolle der Farbverbindlichkeit den FORGA Medienkeil enthalten (kostenpflichtig zu beziehen bei www.forgra.org). Andrucke müssen einen offiziellen Druckkontrollstreifen aufweisen.
- 7 Datenarchivierung: Daten werden archiviert, unveränderte Wiederholungen sind deshalb in der Regel möglich. Eine Datengarantie wird jedoch nicht übernommen.
- 8 Gewährleistung: Bei Anlieferung von unvollständigen oder abweichenden Daten (Texte, Farben, Abbildungen) übernehmen wir keine Haftung für das Druckergebnis. Fehlbildungen aufgrund von unvollständigen oder fehlerhaften Dateien, falschen Einstellungen oder unvollständigen Angaben werden berechnet. Dies gilt auch für zusätzliche Satz- oder Reproarbeiten sowie für die Erstellung fehlerhafter Proofs.
- 9 Kontakt: Petra Schmidt, Auftragsabwicklung
Tel. +49 711 7594-312

TITEL (LOGO)

Beihefter

Formate und technische Angaben



Beihefter: Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist ein verbindliches Muster, notfalls ein Blindmuster mit Größen- und Gewichtsangabe vorzulegen. Beihefter müssen so gestaltet werden, dass sie als Werbung erkennbar sind, nicht mit dem Redaktionsteil verwechselt werden können und dürfen nur für das Verkaufsprogramm eines Werbungstreibenden werben. Die Platzierung von Beiheftern ist abhängig von den technischen Möglichkeiten. Beihefter, die auf einem anderen Werkstoff als Papier gedruckt sind, können nur nach vorheriger, vom Verlag einzuholender Zustimmung der Post angenommen werden.

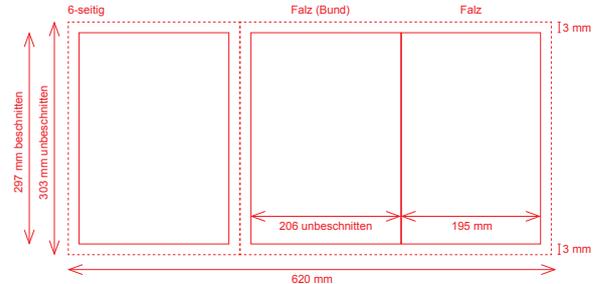
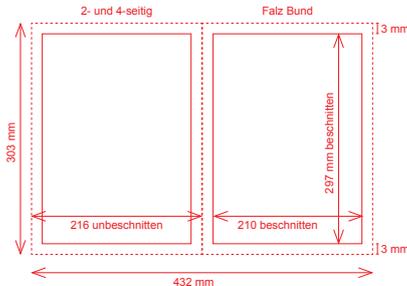
Formate:

unbeschnitten in mm	Breite x Höhe
1 Blatt (= 2 Seiten)	216 x 305
2 Blatt (= 4 Seiten)	432 x 305
3 Blatt (= 6 Seiten)	620 x 305
4 Blatt (= 8 Seiten)	= 2 x 2 Blatt

Benötigte Menge: xx xxx Exemplare

Technische Angaben: Beihefter sind unbeschnitten anzuliefern. Mehrblättrige Beihefter müssen entsprechend gefalzt angeliefert werden. Die Vorderseite des Beihefters ist zu kennzeichnen. In der Art und Ausführung müssen Beihefter so beschaffen sein, dass eine zusätzliche Aufbereitung und Bearbeitung nicht erforderlich ist. Erschwernisse und zusätzliche Falz- und Klebearbeiten werden gesondert in Rechnung gestellt. Bei mehrblättrigen Beiheftern muss der Beihefter zum Bund, also in Einsteckrichtung geschlossen sein. In allen anderen Fällen muss ein Erschwerniszuschlag berechnet werden

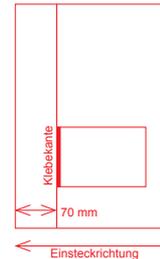
Versandanschrift: Lieferung frei
Bahnhof:
Liefervermerk: Für „Zeitschrift XX“, Ausgabe (Nr.)
Zeiten: Mo. - Fr. 7.00 Uhr bis 18.00 Uhr
Euro-Palettenmaß: 80 x 120 cm (Höhe max. 110 cm)





- Beilagen:** Bedingung für die Auftragsannahme und -bestätigung durch den Verlag ist die Vorlage eines verbindlichen Musters, notfalls eines Blindmusters mit Größen- und Gewichtsangabe. Beilagen dürfen nur für das Verkaufsprogramm eines Werbungtreibenden werben. Sie müssen so gestaltet sein, dass sie mit dem Textteil der Zeitschrift nicht verwechselt werden können. Die Platzierung erfolgt den technischen Möglichkeiten entsprechend.
- Beilagenhinweis:** Ein Beilagenhinweis wird kostenlos im Anzeigenteil aufgenommen
- Benötigte Auflage:** xxx Exemplare
- Anliefertermin:** Bis x Tage nach Anzeigenschluss, siehe Termin- und Themenplan Seite xx.
- Format:** Maximal 200 mm breit x 290 mm hoch
- Versandanschrift:** Lieferung frei Musterdruckerei, Muster Straße 13, 99999 Musterstadt
Liefervermerk: Für „Titel“ Ausgabe (Nr.)
Zeiten: Mo. – Fr. 7.00 Uhr bis 18.00 Uhr
Euro-Palettenmaß: 80 x 120 cm (Höhe max. 110 cm)
- Technische Angaben:** Beilagen werden lose eingelegt. Sie müssen aus einem Stück bestehen und so beschaffen sein, dass eine zusätzliche Verarbeitung entfällt. Erschwernisse bei der Verarbeitung 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 zur Prüfung der Möglichkeiten von Verarbeitung und Versand angenommen werden. Sofern die Beilage aus mehreren Blättern besteht, muss sie zum Bund, also in Einsteckrichtung, geschlossen sein.

Aufgeklebte Werbemittel:



Versandanschrift für aufgeklebte Werbemittel:

Aufgeklebte Postkarten auf Beiheftern oder Anzeigen werden wie folgt berechnet: xx € pro Tausend inkl. Portokostenanteil zzgl. Klebekosten:
- Maschinelles Aufkleben ist bei paralleler Klebekante zum Bund und mind. 1 cm bis max. 7 cm Entfernung vom Bund in variabler Höhe möglich.
Klebekosten: xx € pro Tausend. In anderen Fällen, auch bei schräger Platzierung, werden Klebekosten von xx € pro Tausend für manuelles Aufkleben berechnet.

Weitere Werbemittel (Warenmuster, CD/DVD etc.) werden als Beilage berechnet. Klebekosten auf Anfrage mit Vorlage eines verbindlichen Musters. Aufkleben ist bei paralleler Klebekante zum Bund und mind. 2 cm bis max. 7 cm Entfernung vom Bund in variabler Höhe möglich.

Benötigte Auflage: xxx Exemplare

Lieferung frei Musterdruckerei, Musterstraße 15, 99999 Musterstadt, Bahnstation: Musterstadt
Liefervermerk: Lieferung frei Musterdruckerei, Muster Straße 13, 99999 Musterstadt
Liefervermerk: Für „Titel“ Ausgabe (Nr.)
Zeiten: Mo. - Fr. 7.00 Uhr bis 18.00 Uhr
Euro-Palettenmaß: 80 x 120 cm (Höhe max. 110 cm)



Ausgabe	Termine	Themen	Messen/Ausstellungen
1 Januar	Erscheinungstermin: xx.xx.20xx Anzeigenschluss: xx.xx.20xx Druckunterlagen: xx.xx.20xx	Vorberichtsausgabe zu den Frühjahrsbörsen	A-Börse München, xx.xx. - xx.xx.20xx
		Haushalt und Küche: Töpfe und Pfannen mit Antihafbeschichtungen; Braten in der Röhre; Kunststoffschüsseln u. -behälter	BC-Börse Hannover, xx.xx. - xx.xx.20xx
		Elektrogeräte: Kaffee-, Espressoautomaten, Toaster, Eierkocher, Elektro- und Gasgrills	MACEF Primavera Mailand, xx.xx. - xx.xx.20xx
		Bad und Küche: Ausstattung und Einrichtung: Möbel, Keramik, Armaturen, Accessoires	
2 Februar	Erscheinungstermin: xx.xx.20xx Anzeigenschluss: xx.xx.20xx Druckunterlagen: xx.xx.20xx	Hauptausgabe zu AMBIENTE und DOMOTECHNICA	AMBIENTE Internationale Frankfurter Frühjahrsmesse xx.xx. - xx.xx.20xx
		Kochen und Backen: Edelstahlgeschirre; Schnellkochtöpfe; Backbleche u. -formen; Küchenmesser u. -scheren	DOMOTECHNICA Köln, xx.xx. - xx.xx.20xx
		Küche und Keller: Haushaltsregale, Flaschenständer; Vorrichtungen für die Vorratswirtschaft; sonstige Einrichtungen	
		Elektrohaushaltsgeräte: Kühl- und Gefriergeräte, Gefriertruhen; Waschmaschinen und Wäschetrockenautomaten	
3 März	Erscheinungstermin: xx.xx.20xx Anzeigenschluss: xx.xx.20xx Druckunterlagen: xx.xx.20xx	Berichtsausgabe Frühjahrsessen und -börsen	A-Börse München, xx.xx. - xx.xx.20xx
		Wohnen und Wirtschaften: Lichtobjekte für den Wohnraum; Planen und Einrichten von Abstellkammern; Alles für die Wohnküche	BC-Börse Hannover, xx.xx. - xx.xx.20xx
		Haushalt und Küche: Geräte u. Materialien für die Bodenpflege; Designrends bei Glas, Porzellan, Keramik; Der gedeckte Tisch	MACEF Primavera Mailand, xx.xx. - xx.xx.20xx
		Personal Care: Geräte für die Haarpflege, Rasiergeräte, Zahnbürsten und Mundduschen, Massagegeräte, Geräte für Fitness u. Gesundheit	

Messe-
ausgabe

Die Redaktion behält sich aus Gründen der Aktualität Themenänderungen vor.

- 1 Web-Adresse: www.titel.de
- 2 Kurzcharakteristik: umfangreiches Internet Angebot der B2B Kommunikation für Entscheider aus Industrie und Handwerk. Täglich aktuelle Nachrichten und Hintergrundberichte. Mit Produktdatenbank und Stellenmarkt.
- 3 Zielgruppe: professionelle Entscheider aus Industrie und Handwerk
- 4 Verlag: Interessant Fachverlag GmbH
- Ansprechpartner
Redaktion: Moritz Surfger, Chefredakteur,
Tel: + 49 1234 98765-1, m.sufgern@infoverlag.de
- Ansprechpartner
Online-Werbung: Max Verkaufgern,
Tel: + 49 1234 98765-2, m.verkaufgern@infoverlag.de
oder Angabe des Online-Vermarkters



Abbildung Website



1 Preise und Werbeformen:

Werbeform	Platzierung	Format/Größe in Pixel	Datenvolumen bis	TKP in €	Preis in €/Zeiteinheit
Full Banner	Startseite im Rotationsverfahren mit 3 weiteren	468 x 60	40 KB	105,00	700,00/p. Monat
Super Banner*	Startseite, Rubrikseite, im Rotationsverfahren mit 4 weiteren	728 x 90	40 KB	115,00	850,00/p. Monat
Expandable Super Banner	Themenebene und alle Unterseiten, im Rotationsverfahren	728 x 300 (90)	40 KB	130,00	1.030,00/p. Woche
Rectangle*	Startseite im Firmenverzeichnis, Rotationsverfahren	180 x 150	40 KB	100,00	650,00/p. Monat
Medium Rectangle/Content AD*	Startseite, Rubrikseite, im Rotationsverfahren	300 x 250	40 KB	110,00	800,00/p. Woche
Standard Skyscraper	Startseite, Rubrikseite, im Rotationsverfahren	120 x 600	40 KB	210,00	1.450,00/ p. Monat
Wallpaper	Startseite, Rubrikseite	728 x 90 + 120 x 600	40 KB	115,00	850,00/ p. Monat
Expandable Skyscraper	Startseite, Rubrikseite, im Rotationsverfahren	420 (160) x 600	40 KB	260,00	1.900,00/p. Monat
Universal Flash Layer	Logoutseite	400 x 400	40 KB	230,00	1.700,00/p. 4 Wochen
Flash Layer	Logoutseite	individuell	40 KB	260,00	1.900,00/p. Monat

Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt.

2 Rabatte

Abnahme innerhalb 12 Monaten (Insertionsjahr):
 Malstaffel
 bei x Schaltungen x % xx Umsatz x %
 bei x Schaltungen x % xx Umsatz x %
 bei x Schaltungen x % xx Umsatz x %
 bei x Schaltungen x % xx Umsatz x %

4 Sonderthemen:

Messspecialchars

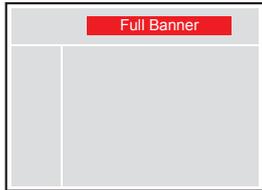
5 Zahlungsbedingungen:
 Bankverbindung:

Bank, 1 234 567 (BLZ 100 100 10
 IBAN: DE12 1234 5678 0001 1234 56
 UST-Ident-Nr. DE123456789
 Bankeinzug/Vorauszahlung mit 3 % Skonto bis
 30 Tage nach Rechnungsdatum ohne Abzug

3 Rubriken:

Homepage
 News
 Produktdatenbank
 Termine

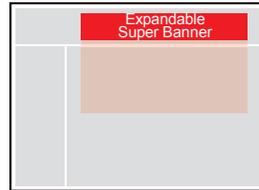
1 Bannerformate:



Platzierung: Startseite im Rotationsverfahren mit 3 weiteren
 Format/Größe: 468 x 60 Pixel
 Datenvolumen bis: 40 KB



Platzierung: Startseite, Rubrikseite, im Rotationsverfahren mit 4 weiteren
 Format/Größe: 728 x 90 Pixel
 Datenvolumen bis: 40 KB



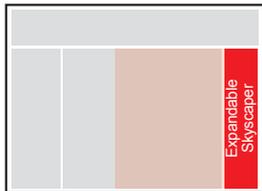
Platzierung: Themenebene und alle Unterseiten, im Rotationsverfahren
 Format/Größe: 728 x 300 (90) Pixel
 Datenvolumen bis: 40 KB



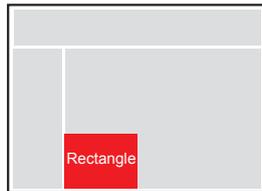
Platzierung: Startseite, Rubrikseite, im Rotationsverfahren
 Format/Größe: 120 x 600 Pixel
 Datenvolumen bis: 40 KB



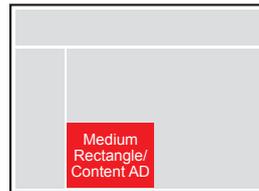
Platzierung: Themenebene und alle Unterseiten, im Rotationsverfahren
 Format/Größe: 728 x 90 Pixel und 120 x 60 Pixel
 Datenvolumen bis: 40 KB



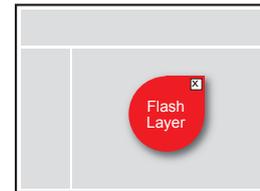
Platzierung: Startseite, Rubrikseite, im Rotationsverfahren
 Format/Größe: 420 x 160 (600) Pixel
 Datenvolumen bis: 40 KB



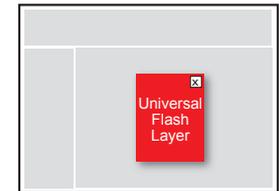
Platzierung: Startseite, Rubrikseite, im Rotationsverfahren mit 4 weiteren
 Format/Größe: 728 x 90 Pixel
 Datenvolumen bis: 40 KB



Platzierung: Startseite, Rubrikseite, im Rotationsverfahren
 Format/Größe: 300 x 250 Pixel
 Datenvolumen bis: 40 KB



Platzierung: Logoutseite
 Format/Größe: individuell
 Datenvolumen bis: 40 KB



Platzierung: Logoutseite
 Format/Größe: 160 x 600 Pixel
 Datenvolumen bis: 40 KB

1. Zugriffskontrolle:

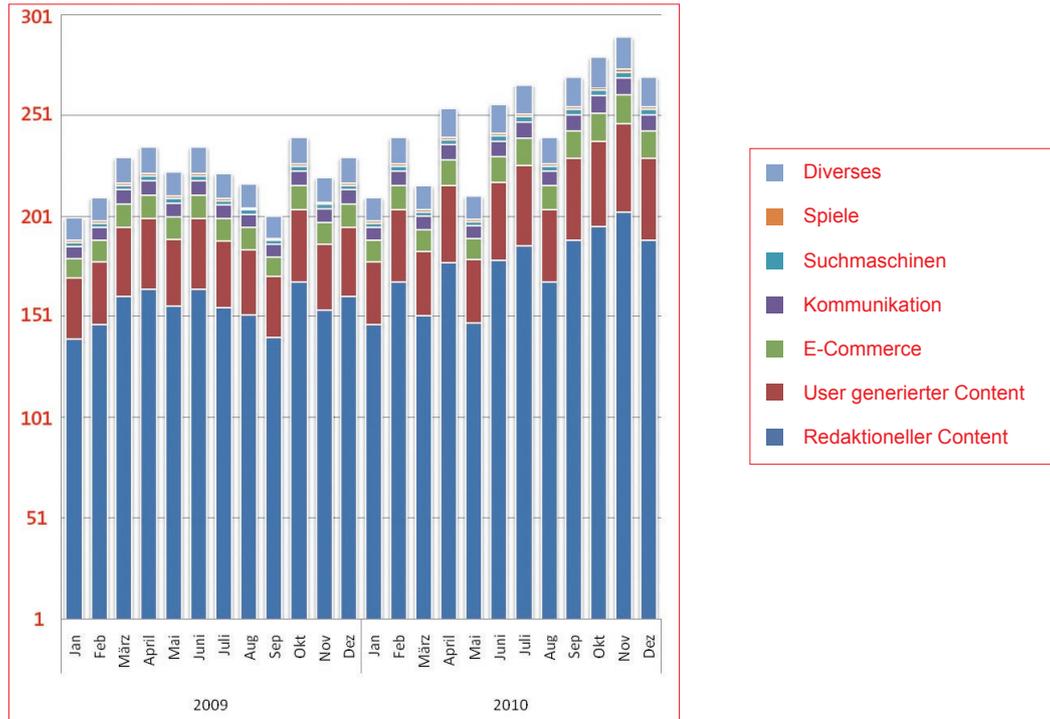


2. Nutzungsdaten:

Visits: xxxxxx (Monat/Jahr)
Page Impressions: xxxx(Monat/Jahr)
Quelle: www.ivw.de



1. Kategorie: Visits



Quelle: IVW.de

- 1 Name Titel(Logo)Newsletter, newsletter@titel.de
- 2 Kurzcharakteristik Der innovative Newsletter erscheint zu Trendthemen, aktuellen Nachrichten der Themenbereiche xyz sowie zu speziellen Fachmessen und Events mit den Schwerpunktthemen ABC.
- 3 Zielgruppe Der Newsletter erreicht Abonnenten, die an News und Produkten aus dem Fachgebiet interessiert sind! Die Abonnenten kommen aus den Bereichen A, B und C. Alle Empfänger des Newsletter haben über das sogenannte „double opt-in“ Verfahren Ihr Einverständnis zum Erhalt von Mailings gegeben
- 4 Erscheinungsweise wöchentlich
- 5 Verlag Interessant Fachverlag GmbH
- Ansprechpartner
Redaktion: Moritz Schreibgern, Chefredakteur
E-Mail: schreibgern@interessant.de
- Anna Telefoniergern, Redaktionsassistentin
E-Mail: telefoniergern@interessant.de
Telefon +49 1234 98765-12
- Anzeigen: Max Verkaufgern, Anzeigenleiter
E-Mail: verkaufgern@interessant
Telefon +49 1234 98765-12

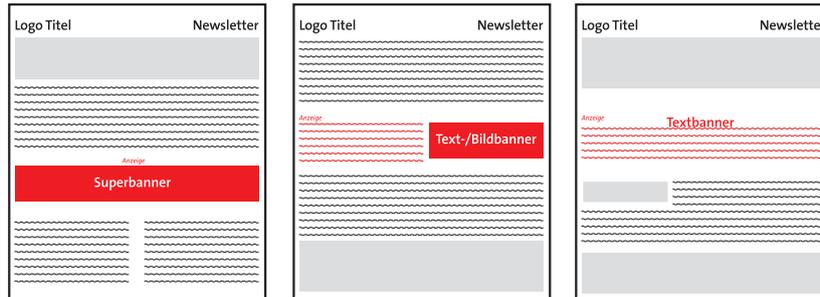


Abbildung Newsletter

1 Werbeformen und Preise:

Werbeform	Platzierung	Format in Pixel	Datenvolumen bis	Preis in €
Super Banner	Kopf des Newsletters	600 x 180	30 KB	3.000,00
Text-/Bildbanner	Einbindung nach Themenbereichen	195 x 130, 400 Zeichen inkl. Leerzeichen	30 KB	2.500,00
Text-Teaser	Einbindung nach Rubriken	7 Zeilen à 70 Zeichen inkl. Leerzeichen	30 KB	3.500,00

Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt. Agentur-Provision: 15% vom Kunden-Netto.



weitere Informationen erhalten Sie unter: www.mediadaten-newsletter.de

2 Rabatte

Abnahme innerhalb 12 Monaten (Insertionsjahr):
 Malstaffel
 bei x Schaltungen x % xx Umsatz x %
 bei x Schaltungen x % xx Umsatz x %
 bei x Schaltungen x % xx Umsatz x %
 bei x Schaltungen x % xx Umsatz x %

3 Zahlungs-
 bedingungen:
 Bankverbindung:

Bank, 1 234 567 (BLZ 100 100 10
 IBAN: DE12 1234 5678 0001 1234 56
 UST-Ident-Nr. DE123456789
 Bankeinzug/Vorauszahlung mit 3 % Skonto bis
 30 Tage nach Rechnungsdatum ohne Abzug



1 Empfänger

Der E-Mail Newsletter erreicht Fach- und Führungskräfte, die an News und Produkten aus dem Fachgebiet interessiert sind!

2 Verbreitung

14.579 Abonnenten
Stand: xx.xx.2011

Anteil	Funktion
59 %	Berater, Trainer
26 %	Führungskräfte und Personalverantwortliche
6 %	Hochschulangehörige
9 %	Sonstige

Anteil	Geschlechterverteilung
62 %	Männer
38 %	Frauen

Anteil	Nationenkennung der Empfänger
66 %	.de-Adressen (Deutschland)
11 %	.at-Adressen (Österreich)
10 %	.ch-Adressen (Schweiz)
8 %	.com-Adressen (International)
5 %	sonstige Adressen

