

Mediadaten 2026



Preisliste Nr. 35
gültig ab 1.1.2026



AMF 1: Titelporträt	2 – 3
AMF 2: Auflagen- und Verbreitungsanalyse	4
AMF 2: Kurzfassung Erhebungsmethode	5
AMF 3-E: Empfänger-Struktur-Analyse	6
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-Talks 2026	22
AGB	23



HUSS-VERLAG GmbH
80912 München

huss



**Jan Kaulfuhs-
Berger**
Chefredakteur
Technische
Logistik

Sehr geehrte Damen und Herren,

die Intralogistik, die gesamte Logistik, ja, die gesamte Wertschöpfungskette ist ständigen Schwankungen und Unsicherheiten unterworfen. Hinzu kommen die rasanten technischen Entwicklungen und Innovationen. Hier den Überblick zu behalten, ist nicht ganz leicht.

Die Redaktion „**Technische Logistik**“ erhält täglich dutzende Meldungen über Innovationen und deren erfolgreiche Anwendungen in der Praxis. Aus diesen bereiten wir für unsere Leser die wichtigsten News auf, berichten über effiziente und nachhaltige Einsätze in Unternehmen und recherchieren nach, wo es nötig erscheint.

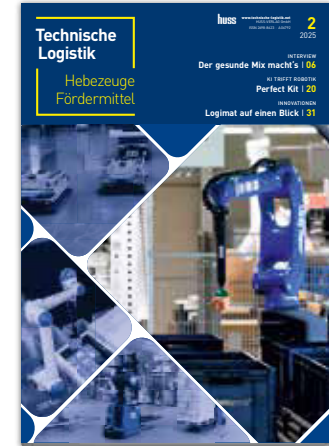
Alle wichtigen News und Entwicklungen, personelle Veränderungen und vorgestellte Innovationen erhalten Einzug in unsere Online-Berichterstattung – nahezu tagtäglich, rund um das ganze Jahr. Flankiert wird diese durch unseren 14-tägigen Newsletter, der die allerwichtigsten Themen noch einmal aufgreift und – besonders wichtig – auf ausgewählte Beiträge in unserem Fachmagazin „**Technische Logistik**“ explizit hinweist.

Stichwort Fachmagazin „**Technische Logistik**“, und spätestens an dieser Stelle wird das Thema „Flut an Informationen“ und das Filtern daraus noch wichtiger. Wir haben es einmal so definiert: Nur die Crème der Informationen schafft es in die „**Technische Logistik**“. Und ehe wir an dieser Stelle zu technisch werden, eins ist – trotz aller auch in unserem Heft vorkommenden „Buzz-Word-Themen“ wie Fahrerlose Transportsysteme, Autonome Mobile Roboter, Automatisierung und Künstliche Intelligenz – sicher und wird auch so bleiben: Im Mittelpunkt des Ganzen steht immer der Mensch. Auch deshalb ist es uns als Redaktion von „**Technische Logistik**“ wichtig, genau den Menschen (mit) in den Mittelpunkt der Berichterstattung zu stellen. Das unterstreichen unsere qualitativ wie auch quantitativ hochwertigen Interviews mit den Menschen, die hinter den Prozessen und Innovationen stehen, die die Intralogistik prägen.

Ähnliches gilt auch für den, nun in der Branche nahezu einzigartigen, **TL-TALK** von „**Technische Logistik**“. Unternehmensvertreter präsentieren vor laufender Kamera im Gespräch mit der Redaktion Produkte, Innovationen und den USP ihres Unternehmens – im Vorfeld einer Messe oder zu einem passenden Special in unserem Heft. Für 2026 gibt es auch hier Neuerungen. Neben der Tatsache, dass wir den **TL-TALK** auch bei Ihnen vor Ort durchführen können, bieten wir ab 2026 auch individuelle Webinare in Zusammenarbeit mit Ihnen an.

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:** 66. Jahrgang 2026
- 7 **Bezugspreis:** Jahresabonnement Inland € 193,00 (inkl. MwSt. zzgl. € 11,80 Versandkosten)
 Einzelverkaufspreis € 24,00 (inkl. MwSt. zzgl. € 3,00 Versandkosten)
 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:** Gabriele König -261 (verantwortlich) gabriele.koenig@hussverlag.de
 Adrienne Géra -260 adrienne.gera@hussverlag.de
 Roxana Grabenhofer -266 roxana.grabenhofer@hussverlag.de

- 13 **Redaktion:** Jan Kaulfuhs-Berger (verantwortlich)
 +49 30 42151-204
jan.kaulfuhs-berger@hussverlag.de
- 14 **Umfangs-Analyse:** 2024 = 9 Ausgaben + 2 Sonderhefte
- | | | | |
|--|------------|---|----------|
| Gesamtumfang: | 836 Seiten | = | 100,00 % |
| Redaktioneller Teil: | 685 Seiten | = | 81,90 % |
| Anzeigenteil: | 151 Seiten | = | 18,10 % |
| davon: Stellen- und Gelegenheitsanzeigen | 7 Seiten | = | 4,60 % |
| verlagseigene Anzeigen | 30 Seiten | = | 19,90 % |
| Einhefter | 0 Seiten | = | 0,00 % |
| Beilagen: | 1 Stück | | |

15 **Inhalts-Analyse des Redaktionsteils: 2024 = 685 Seiten**

15a Themen	Seiten	%
Flurförderzeuge & FTS	89,50	13,00
Robotik	44,50	6,00
Lagertechnik	226,00	33,00
Antriebs- und Getriebetechnik	12,50	2,00
Kran- und Hebetechnik	31,00	5,00
Transport und Umschlag	10,50	2,00
Identsysteme/Sensorik	28,50	4,00
Fördertechnik/Materialfluss	47,00	7,00
KI und Digitalisierung	21,50	3,00
Software/IT	69,50	10,00
Sonstiges	104,50	15,00
Gesamt	685,00	100,00

16 **Auflagenkontrolle:**



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

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

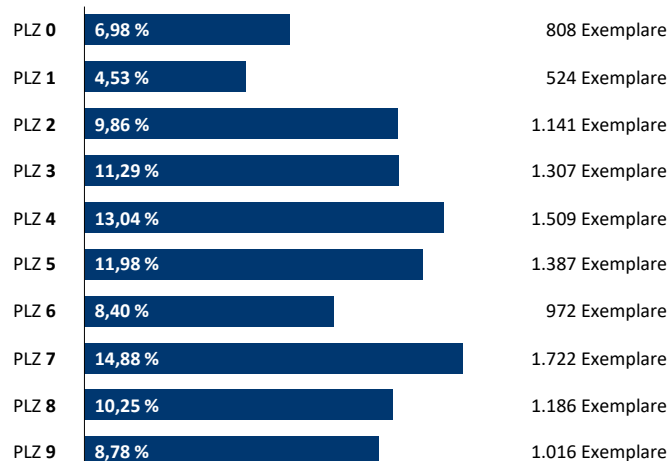
Druckauflage:	12.000		
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):	11.674	davon Ausland:	102
Verkaufte Auflage:	1.344	davon Ausland:	23
– Abonnierte Exemplare:	344	davon Mitgliederstücke:	0
– Einzelverkauf:	0		
– Sonstiger Verkauf:	1.000		
Freistücke:	10.330		79
Rest-, Archiv- und Belegexemplare	326		

18 **Geografische Verbreitungs-Analyse:**

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	99,1	11.572
Ausland	0,9	102
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100	11.674

Gliederung der Inlandsauflage nach den Postleitzonen:

Anteil tatsächlich verbreiteter Inlandsauflage



Tatsächlich verbreitete Inlandsauflage

11.572 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: 32.480

2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger: 31.752
(Wechsel nach jeder 3. Ausgabe)

2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

Verkaufte Auflage	1.344
davon: abonnierte Exemplare	344
Einzelverkauf	0
sonstiger Verkauf	1.000
ständige Freistücke	179
wechselnde Freistücke	10.021
Werbeexemplare	138
tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	11.674
davon: Inland	11.572
Ausland	102

3 Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA) 11.674 = 100 %

Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA) 11.536 = 98,8 %

3.2 Tag der Stichproben-Ziehung:

30. Juni 2025

3.3 Beschreibung der Stichprobe:

Die Auswertung basiert auf der Gesamtdatei. Die ermittelten Anteile für die Verbreitungsgebiete wurden auf die tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt gemäß AMF-Ziffer 2 projiziert.

3.4 Zielperson der Untersuchung:

entfällt

3.5 Definition des Lesers:

entfällt

3.6 Zeitraum der Untersuchung:

Juli 2025

3.7 Durchführung der Untersuchung:

HUSS-VERLAG GmbH

Branchen, Wirtschaftszweige, Fachrichtungen, Berufsgruppen

Nr. der Grundsystematik	Empfängergruppen (laut Klassifikation der Wirtschaftszweige)	Anteil an TvA	
		%	Exemplare
28	Maschinenbau	29,2	3.409
61, 63, 64	Transport, Verkehr, Logistik	20,5	2.393
49-53	Ingenieur- und technische Büros, Logistik-Dienstleistungen	13,6	1.588
46, 47	Handel (Groß- und Einzelhandel)	9,7	1.132
29, 30	Fahrzeugbau	5,5	642
26, 27	Elektrotechnik, Elektronik	4,8	560
72	Forschung, Entwicklung, Sonstige	2,9	339
24, 25	Herstellung von Metallerzeugnissen, Metallerzeugung und -bearbeitung	2,7	315
10-12	Nahrungs- und Genussmittel	2,2	257
300	Baugewerbe/Herstellung von Bauteilen	2,5	292
62	Informationstechnologie/Telekommunikation	1,8	210
16-18	Holz, Papier- und Druckgewerbe	1,2	140
05-07	Energiewirtschaft und Wasserversorgung/Bergbau	1,2	140
22	Kunststoff- und Gummiverarbeitung	1,0	117
23	Glasgewerbe, Keramik	0,7	82
200-205	Chemische Industrie	0,5	58
		100,0	11.674

Tätigkeitsmerkmal: Stellung (Position) im Betrieb

	Anteil an TvA	
	%	Exemplare
Inhaber/Mitinhaber	28,9	3.374
Vorstand/Geschäftsführer	20,6	2.405
leitende Funktion (Fuhrpark, Vertrieb, Lager, Betrieb)	17,5	2.043
technischer Angestellter/Fachingenieur	10,1	1.179
Kaufmännischer Leiter, Projekt-/Konstruktionsleiter	9,2	1.074
Verwaltung/Organisation	7,1	829
Logistikleiter	5,2	607
Sonstiges	1,4	163
tatsächlich verbreitete Auflage	100,0	11.674



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

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)		quer	4c
	hoch	norm		
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	€ 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 Sonderwerbformen:

Preise und Zuschläge für Sonderwerbformen 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/2026

Liefertermin: Bis spätestens 5 Tage nach Anzeigenschluss

* Weitere Informationen und technische Daten siehe Informationsblatt

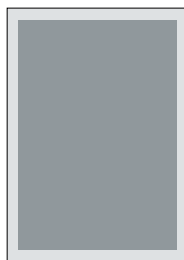
„Einhefter, Beilagen, aufgeklebte Werbemittel“ S. 10/11

Alle Preise zzgl. MwSt.



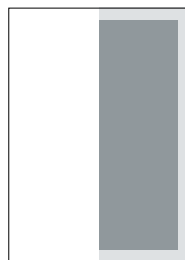
Über 3 Mio. Direktmarketing-Adressen aus 5.000 Branchen
für Ihren Werbeerfolg

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



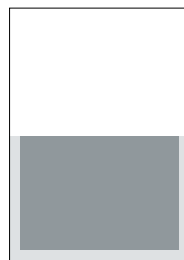
1/1 Seite

185 x 266 mm
210 x 297 mm*
€ 6.670,-



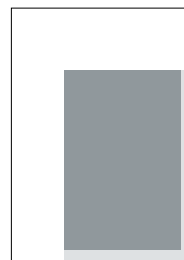
1/2 Seite hoch

90 x 266 mm
105 x 297 mm*
€ 3.750,-



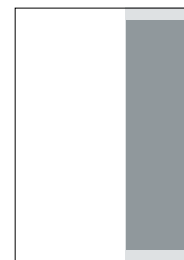
1/2 Seite quer

185 x 130 mm
210 x 148 mm*
€ 3.750,-



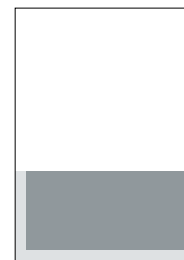
Junior Page

135 x 185 mm
153 x 202 mm*
€ 4.320,-



1/3 Seite hoch

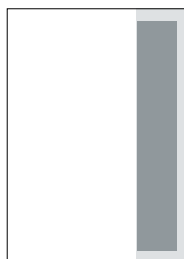
58 x 266 mm
70 x 297 mm*
€ 2.890,-



1/3 Seite quer

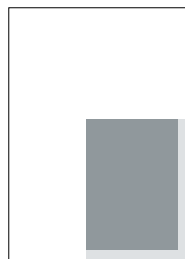
185 x 85 mm
210 x 99 mm*
€ 2.890,-

im Satzspiegel
im Anschnitt
4c-Preis



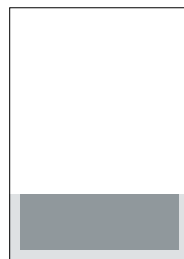
1/4 Seite hoch

43 x 266 mm
52 x 297 mm*
€ 2.260,-



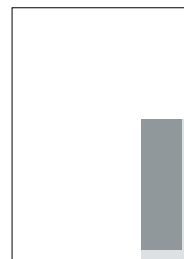
1/4 Seite norm

90 x 130 mm
105 x 148 mm*
€ 2.260,-



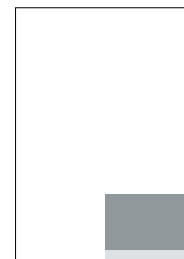
1/4 Seite quer

185 x 63 mm
210 x 74 mm*
€ 2.260,-



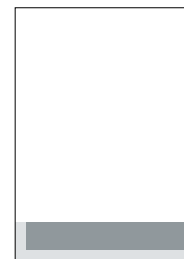
1/8 Seite hoch

43 x 130 mm
52 x 148 mm*
€ 1.250,-



1/8 Seite norm

90 x 63 mm
105 x 74 mm*
€ 1.250,-



1/8 Seite quer

185 x 30 mm
210 x 49 mm*
€ 1.250,-

im Satzspiegel
im Anschnitt
4c-Preis

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.

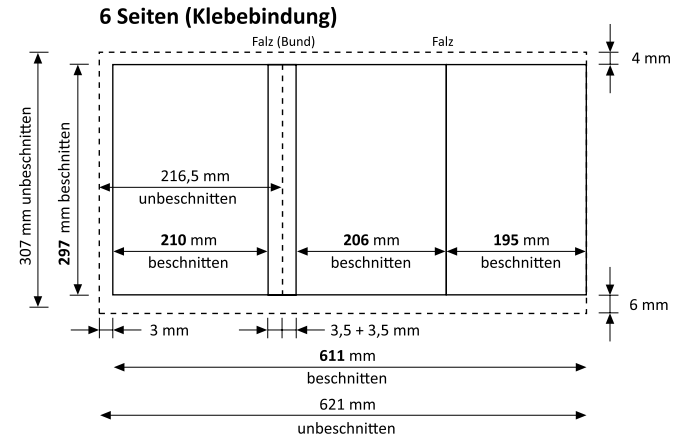
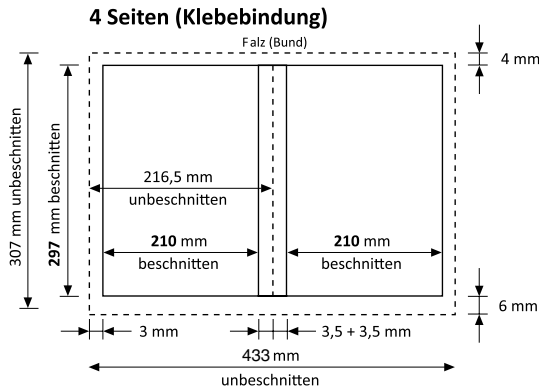
Preis:

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

Benötigte Liefermenge: 12.200 Exemplare

Anlieferungstermin: Bis spätestens 5 Tage nach Anzeigenschluss.

Alle Preise zzgl. MwSt.



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)

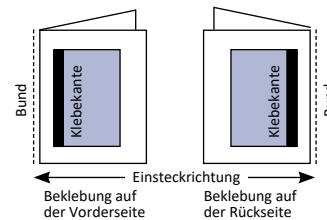
Maximalformat: 235 x 125 mm (Breite x Länge)

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/2026

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
<p>1</p> <p>AS: 16.01.26 ET: 11.02.26</p>	<p>SPECIAL: Kran – und Hebetechnik Antriebssysteme, Automatisierungslösungen, Hubwerke, Modernisierung von Kranen und Krananlagen, Vakuumheber, Kabelführungen, Hebetechnik, Hallenkrane</p> <p>FOKUS-THEMA: LogiMAT-Vorbericht Erste Messevorschau über Produktinnovationen in der Intralogistik Produktnews, Innovationen und Interviews zur Messe</p>	<p>Internationale Kranfachtagung Bochum 16. - 17.03.</p>
<p>2</p> <p>AS: 06.02.26 ET: 11.03.26</p>	<p>Hauptausgabe LogiMAT Ausführlicher Vorbericht zur weltweit größten Intralogistik-Messe Produktnews, Innovationen und Interviews zur Messe, Hintergründe & Statements</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fördertechnik & Antriebe - Lagertechnik - Shuttle und Shuttletechnologie - FFZ & Komponenten - Künstliche Intelligenz - Krane und Hebezeuge - Mobile Robotik - Software für Lagerautomation - Sensorik und Ident 	<p>LogiMAT Stuttgart 24. - 26.03.</p>  <p>LogiNext Germany Hamburg 14. - 15.04.</p>
<p>3</p> <p>AS: 18.03.26 ET: 21.04.26</p>	<p>Rückblick auf die LogiMAT Highlights, Innovationen, Emotionen</p> <p>SPECIAL: Software für Lagerautomation Künstliche Intelligenz im Lager, Digitalisierung, Automatisierung, Lagerverwaltungssysteme, Daten und Datenanalyse, Kommissionierung und Bereitstellung, WMS</p> <p>FOKUS-THEMA: Hafentechnik Vorschau auf die TOC Hamburg Hafen- und Brückenkrane, Spreader, Reach Stacker, Energieführungen, AGV, Gabelstapler</p>	<p>Interpack Düsseldorf 07. - 13.05.</p> <p>TOC EUROPE 2026 Hamburg 19. - 21.05.</p>
<p>4</p> <p>AS: 27.04.26 ET: 27.05.26</p>	<p>SPECIAL: Shuttle- und Shuttletechnologie System-, Fahrzeug-, Energie- und Antriebssysteme, Lastaufnahmemittel, Sensorik und Funkanbindung</p> <p>FOKUS-THEMA: Flurförderzeuge und Komponenten Staplertechnik und -komponenten, Sitze, Kabinen, Reifen, Anbaugeräte, Sicherheit und Ergonomie, Ladesysteme, Flottenmanagement, Staplerleitsysteme, Sicherheitstechnik, Einsätze in der Praxis</p>	

Heft	Themenschwerpunkte		Messen und Events
SONDERHEFT Retrofit & Maintenance AS: 05.05.26 ET: 11.06.26	Sonderheft: Retrofit & Maintenance 2026 Aktuelle Modernisierungs- und Instandhaltungsprojekte; Reportagen und erfolgreiche Projekte aus der Praxis; Firmenportraits (Weitere Infos: siehe Seite 14)		
5 AS: 16.06.26 ET: 24.07.26	SPECIAL: Fördertechnik Hängeförderer, Rollenförderer, Steig- und Unstetigförderer, Sorter, Einsätze in unterschiedlichen Branchen der Intralogistik, Elektrohängebahnen FOKUS-THEMA: Antriebs- und Getriebetechnik Motoren und Antriebe, Lineartechnik, erfolgreiche Implementierung in fördertechnischen Anlagen in der Intralogistik		
6 AS: 17.08.26 ET: 11.09.26	SPECIAL: Mobile Robotik Übersicht, Abgrenzungen und Gemeinsamkeiten, erfolgreiche Einsätze in der Intralogistik, Sicherheit im praktischen Einsatz FOKUS-THEMA: Fahrerlose Transportsysteme Erfolgreiche Einsätze in der Praxis, Motoren und Antriebe, Sensorik und Sicherheit, kooperative Fahrten, Semi- und Vollautomatisierung der Ladetechnik		FTS-Fachtagung Dortmund 23.09.
7 AS: 11.09.26 ET: 08.10.26	SPECIAL: Transport und Umschlag Hallentore, Industrietore, Verladesyteme und Ladungssicherungen, Rampen, Torabdichtungen, Überladebrücken, Lichtgitter FOKUS-THEMA: Lagertechnik Kommissionierung, Handling vom Wareneingang bis zum Warenausgang, Regalsysteme und Lagerstrategien, Paletten und Behälter		BVL Berlin 21. - 23.10.
8 AS: 16.10.26 ET: 12.11.26	SPECIAL: Sensorik und Ident Technik Vorschau auf die SPS Produktinformationen und Messeneuheiten, Sensoren an Fahrzeugen und Sicherheitstechnik, Kennzeichnung und Identifikation, Einsatz von RFID, Bildverarbeitung, Mensch-Maschine-Sicherheit FOKUS-THEMA: Flurförderzeuge Staplertechnik und -komponenten, Sitze, Kabinen, Reifen, Anbaugeräte, Sicherheit und Ergonomie, Ladesysteme, Flottenmanagement, Staplerleitsysteme, Sicherheitstechnik, Einsätze in der Praxis		SPS Nürnberg 24. - 26.11.
SONDERHEFT Best Projects AS: 13.11.26 ET: 15.12.26	Sonderheft: Best Projects 2027 Ratgeber für Investoren, Reportagen und erfolgreiche Einsatzfälle in der Praxis; Firmenportraits (weitere Infos: siehe Seite 15)		

AS = Anzeigenschluss ET = Erscheinungstermin

Retrofit und Maintenance 2026

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: 05. Mai 2026

Druckunterlagen: 08. Mai 2026

Erscheinungstermin: 11. Juni 2026

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, Ersatzteillistik (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 2027

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 2027**" 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: 13. November 2026

Druckunterlagen: 18. November 2026

Erscheinungstermin: **15. Dezember 2026**

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,-€

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 Anbieter: Gesamtverantwortung, Realisierung, Inbetriebnahme, Service und Aftersales-Leistungen

Teil 4) Unternehmensprofile

Alle Preise zzgl. MwSt.



Beispiel Firmenprofil

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 4/26** (AS 27.04.2026, ET 27.05.2026) 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 10. Juni 2026, 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: 27. April 2026

Druckunterlagen-schluss: 27. April 2026

Erscheinungstermin: 27. Mai 2026

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 Profiltexthe, 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:** Gabriele König, Tel. +49 89 32391-261
E-Mail: gabriele.koenig@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: 10.950

Visits: 5.733

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	max. 980 x 300 Pixel (Standard 850 x 250 Pixel) + zwingend zus. mobile Variante bis max. 360 x 225 Pixel (Standard 300 x 100 Pixel)	direkt unter der Hauptnavigation	€ 2.100,-
	Half Page rechts (sticky)	300 x 600 Pixel	rechts außen oder linke Sidebar	€ 2.100,-
	Sky-scraper (sticky)	120 x 600 Pixel	rechts außen oder linke Sidebar	€ 2.050,-
	Rectangle	300 x 250 (bis max. 300 x 300) Pixel	linke Sidebar	€ 1.250,-
	Large Mobile (oder Half Banner)	300 x 100 (oder 234 x 60) Pixel	gesamte HP (nur mobil)	€ 750,-

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

- 3.500 bis 6.000 Zeichen
- Überschrift (maximal 85 Zeichen)
- Aufmacherbild (900 × 600 Pixel)
- 1 bis 5 weitere Bilder (900 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. News mit Bild, Überschrift, Teaser-Text (150 Zeichen) und Link zum Advertorial
- Header-Teaser oberhalb der Navigationsleiste mit Link zum Advertorial

Ihre Vorteile

- Exklusivität
- Professionelles Reporting am Kampagnenende

Konditionen

Laufzeit:	2 Wochen	4 Wochen
Impressions:	ca. 5.000	ca. 10.000
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 (circa 30 Zeichen inklusive Leerzeichen),
- Teasertext (circa 100 Zeichen inklusive Leerzeichen),
- Bild (im Seitenverhältnis 3:2, 540 × 360 Pixel) 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 5. bzw. 8. 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**

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:**

Gabriele König, Tel. +49 89 32391-261, gabriele.koenig@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:** 5.429 (Verlagsangabe)





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)

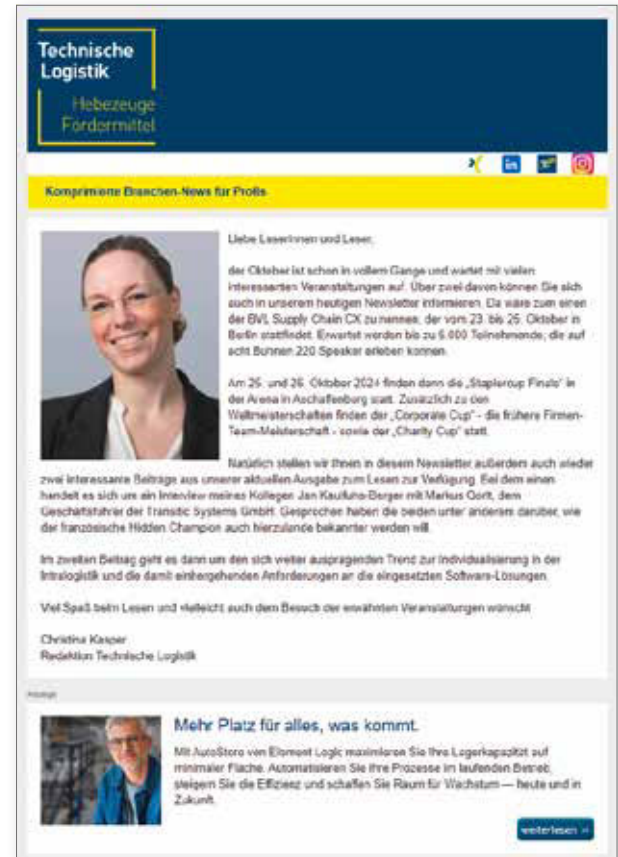
9 **Erscheinungsweise:** 14-tägig + Sondernewsletter

10 **Rabatte:** Nach Rücksprache

Newsletter und Social-Media-Boost:





	<p>Newsletter „Technische Logistik“ TextAD: 500 Zeichen + Bild (200 x 200 Pixel) + Link</p>	<p>Preis: € 920,-</p>
	<p>Sponsored Post in unserem LinkedIn-Channel über 5.000 Follower Bild: 800 x 530 Pixel + Text: 500 Zeichen</p>	<p>Preis: € 450,-</p>
 	<p>Social-Media-Boost Ihre TextAD im Newsletter „Technische Logistik“ + Sponsored-Post in unserem LinkedIn-Channel</p>	<p>Vorzugspreis: € 1.350,-</p>

Alle Preise zzgl. MwSt.



**Termine
Newsletter 2026:**

Januar	14. Januar 2026 28. Januar 2026
Februar	11. Februar 2026 25. Februar 2026
März	11. März 2026 - Sondernewsletter zur LogiMAT 18. März 2026 - Sondernewsletter zur LogiMAT 25. März 2026 - Sondernewsletter zur LogiMAT
April	01. April 2026 - Sondernewsletter zur LogiMAT 15. April 2026 29. April 2026
Mai	13. Mai 2026 27. Mai 2026
Juni	10. Juni 2026 - inkl. Special Shuttle-Systeme 24. Juni 2026
Juli	08. Juli 2026 22. Juli 2026
August	05. August 2026 19. August 2026
September	02. September 2026 16. September 2026 30. September 2026
Oktober	14. Oktober 2026 28. Oktober 2026
November	11. November 2026 25. November 2026
Dezember	09. Dezember 2026

	Werbeform	Maße (Breite x Höhe)	Text	Preis je Ausgabe
	Full-Banner	468 x 60 Pixel	–	€ 890,-
	Grafik-Banner	bis max. 650 x 85 Pixel	–	€ 970,-
	Text-Banner ohne Bild	–	max. 600 Zeichen inkl. Leerzeichen	€ 920,-
	Text-Banner mit Bild	max. 200 x 200 Pixel	max. 500 Zeichen inkl. Leerzeichen	€ 920,-

TL-Talks

Wir bieten Ihnen die Chance, in einer exklusiven Talkrunde Ihr Unternehmen, Produkte und Erfahrungen vorzustellen. Sie können eigene Themen wählen oder unsere Special-Themen nutzen. Die Aufnahme erfolgt bei Ihnen vor Ort oder in unseren Studios in München oder Berlin. Wir promoten die Talkrunde Crossmedial über Print, Online und Social Media. Dabei begleiten wir Sie vor, während und nach dem Event.

Für noch mehr Sichtbarkeit nutzen Sie Ihren TL-Talk für Ihre eigenen Kanäle via Verlinkung auf unsere Website.

- Werbekampagne:**
- Newsletter-Einladung an 56.700 Empfänger von Technischer Logistik, LOGISTIK HEUTE und LogiMAT mit Logo und Link
 - Postings auf LinkedIn (über 5.000 Follower) für die Vorankündigung und den anschließenden Videoabruf auf www.technische-logistik.net
 - Veröffentlichung als Interview in der entsprechend passenden Print-Ausgabe der Technische Logistik sowie online Ihres TL-Talk auf www.technische-logistik.net mit Nennung des Referenten, Ihrer Firma und Kurzbeschreibung
 - Video-Veröffentlichung auf www.technische-logistik.net

Preis: Aufzeichnung in unserem Studio Berlin oder München: 4.200,- €
Aufzeichnung am Wunschort: Preis auf Anfrage

Kontakt: Gabriele König (verantwortlich), Tel. +49 89 32391-261
E-Mail: gabriele.koenig@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



Termine:

TL-TALK 1: Produktinnovationen zur LogiMAT 2026
Ausstrahlung: Februar 2026

TL-TALK 2: Software für die Lagerautomation
Ausstrahlung: April 2026

TL-TALK 3: Shuttle- und Shuttle-Technologie
Ausstrahlung: Mai 2026

TL-TALK 4: Retrofit & Maintenance
Ausstrahlung: Juni 2026

TL-TALK 5: Fördertechnik
Ausstrahlung: Juli 2026

TL-TALK 6: Mobile Robotik
Ausstrahlung: September 2026

TL-TALK 7: Transport und Umschlag / BVL-Kongress
Ausstrahlung: Oktober 2026

TL-TALK 8: Sensorik & Ident-Technik / Vorschau SPS
Ausstrahlung: November 2026

TL-TALK 9: Best Projects
Ausstrahlung: Dezember 2026

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

- „Anzeigenauftrag“** im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung von Anzeigen und Fremdbeilagen in einer Druckausfertigung sowie über Online-Werbung zum Zweck der Verbreitung. Ein Abschluss erfolgt unter Beachtung der gemäß Preistabelle zu gewährenden Rabatte. Rechtswidrige Anzeigenaufträge können durch schriftliche Bestätigung des Auftrags zuunten.
- Abwurf:** Anzeigen und Fremdbeilagen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abwurf 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.
- Abschlussfrist:** Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Auftrag bis zum Ende der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenliste hinaus weitere Anzeigen zu den vereinbarten Konditionen bzw. nach Preistabelle abzurufen.
- Online-Werbung** (d. h. Homepage, Newsletter etc.) bestimmt sich nach dem gebuchten Zeitraum. Der Auftraggeber hat während der gesamten Laufzeit der Werbung die Webseiten bzw. Dokumente, auf die von der Online-Werbung verlinkt werden soll, aufrecht zu erhalten. Vorbehaltlich eingehender Individualvereinbarungen sind die vom Bannerstern des Verlags genannten Werte bei den Visits und Page Impressions maßgeblich.
- Ausführung von Aufträgen:** Der Verlag ist verpflichtet, die Aufträge in der Reihenfolge der Abgabe und nach geschäftlichem Ermessen auszuführen. Dies gilt insbesondere dann, wenn deren Inhalt gegen gesetzliche 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 Bestandsteils der Zeitung, der Zeitschrift oder des verlagserigen Online-Angebots erwecken oder Fremdanzeigen enthalten. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich nach Kenntniserlangung des betreffenden Inhalts mitgeteilt. Online-Werbetexte, die in Widerspruch zu den geltenden Gesetzen stehen, können nachträglich aus dem Online-Angebot entfernt werden.
- Anzeigenschluss:** Die in den Preistabellen angegebenen Anzeigenschlüsse sind für den Verlag unverbindlich. Dem Verlag steht es frei, Anzeigenschlusstermine kurzfristig, dem Produktionsablauf entsprechend, anzupassen.
- 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. Rückstellungen und Rücktrittsfr. die nach dem Auftragsbeginn der Kampagne eingehen, werden als Retentionsfr. für die nächste Print-Ausgabe bzw. Online-Kampagne wachsend. 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.
- Platzierung von Anzeigen:** Anzeigen werden in bestimmten Nummern, Ausgaben oder an bestimmten Stellen der Druckausfertigung oder den Online-Medien veröffentlicht, wenn dies bei der Auftragserteilung schriftlich, auch per Telefax oder E-Mail vereinbart und vom Verlag bestätigt wird. Rubrikanzeigen werden grundsätzlich nur in der jeweiligen Rubrik veröffentlicht, wenn dies vereinbart wurde. Die Platzierung von Anzeigen ist dem Auftraggeber vorbehalten.
- 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-Werbetexte 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 die Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Durch Erteilung eines Anzeigenauftrages verpflichtet sich der Inseter, die Kosten der Verteidigung in einem gerichtlichen Verfahren in Bezug auf die behauptete oder veröffentlichte Anzeige zu tragen, und zwar nach dem Maßgabe des jeweils gültigen Anzeigentarifs. Erscheinen nicht rechtzeitig silierte Anzeigen, so stehen auch dem Auftraggeber daraus keine Ansprüche gegen den Verlag zu.
- Druckerunterlagen:** Für die rechtzeitig und einwandfrei Lieferung des Anzeigentextes in Druckerunterlagen, Beilagen sowie in der Online-Werbung ist der Auftraggeber selbst verantwortlich. Die Druckunterlagen sind der jeweiligen Anzeigentabelle des Auftrags zu entnehmen. Die Pflicht zur Aufbereitung des Textes nach den Vorgaben des **Gefährdungsbogen** ist mit Eingang der Unterlagen beim Verlag verbindlich. Die Übernahme von mehr als zwei Farbvorlagen, die nicht termingerechtere Lieferung der Druckerunterlagen 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 Druckerunterlagen unverzüglich Ersatz anfordern. **Rücksendung:** Druckerunterlagen werden nach besonderer Aufforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbereitung des Textes nach den Vorgaben der Veröffentlichung der Anzeige. An den Verlag übermittelte Datenmaterial mit Druckerunterlagen 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 angelegerten Druckerunterlage die Abdruckhöhe von der bestellten Abdruckhöhe im Auftrag ab, gilt das Maß der in den Druck gebrachten Anzeige als maßgebend. Die Abdruckhöhe wird nach oben gerundet. **Probeweize** werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übergabe des Probeabzugs 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 Druckerunterlagen oder Online-Werbung digital** (z. B. Diskette, CD-ROM) oder durch Fernübertragung (z. B. IDON, E-Mail) papierlos an den Verlag übermittelt, gelten zusätzlich die folgenden Bestimmungen: **Datenschutz:** 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 dem Verlag nur in geeigneten Dateiformaten angefertigt werden. Die Vorgaben des Verlags sind zu beachten. Der Verlag haftet nicht für fehlerhaft angefertigte Dateien. **Farbanzeigen:** Bei digital übermittelten Druckvorlagen für Farbanzeigen ist vom Auftraggeber ein Farb-Proof mitzuliefern. Digitale Erstellung Prüfdrucke müssen zur Kontrolle der Farbverbindlichkeit des FOGRA/UGRA-Medienkoll in der aktuellen Version enthalten. Andrucke müssen ein offizielles Druckkontrollstreifen aufweisen. Ohne Farb-Proof des Auftraggebers sind Farbanzeichnungen unvermeidbar. Diese können keine Ersatzansprüche des Auftraggebers auslösen. In jedem Fall ist ein Druckproof für Fax oder im elektronischen Format zu erstellen. Ein Korrektur- und Umfang des Auftrages ausdrücklich angefordert werden. Nur bei richtiger Farbpassung 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 hiervon Ansprüche entstünden. Der Verlag behält sich zudem vor, den Auftraggeber auf Schadensersatz in Anspruch zu nehmen, wenn durch solche durch den Auftraggeber mitgelieferten Computerviren dem Verlag Schaden entstünden. **11. Anzeigenbeleg:** Der Verlag ist verpflichtet, dem Auftraggeber auf Wunsch ein Exemplar des Anzeigen- und Umfang des Auftrages sowie 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. Chiffrenanzeigen:** Die Eingänge auf Chiffrenanzeigen werden vier Wochen zur Abholung aufbewahrt bzw. dem Auftraggeber auf dem normalen Postweg weitergeleitet, auch wenn es sich um Einschreibebriefchen und Ellbriefe handelt. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Ansonsten werden nicht abgeholt gezeichnete Unterlagen dem Auftraggeber zugewiesen. **13. Errechnung Abnahmehempe:** Bei der Errechnung der Abnahmehempen werden Text-Millimetermetern dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet. **14. Zusätzliche Satzkosten:** Kosten für die Anfertigung bestellter Druckerunterlagen sowie für Auftragsgeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen von Aufträgen zu tragen. Gleiches gilt für vom Auftraggeber gefeierte 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 Rechtschiltzen, den Unterschied zwischen dem gewählten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlags beruht.

- Preisänderungen:** Bei Änderung der Anzeigenpreise treten die neuen Bedingungen auch für laufende Aufträge – sofern keine anders lautende, schriftliche Vereinbarung getroffen wurde – mit dem Einführungsdatum des neuen Tarifs in Kraft.
- Ablehnende Preise:** Für Anzeigen in Vorbelegungen und reaktionell 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.
- Auflagenänderung:** Aus einer Auflagenänderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisänderung hergeleitet werden, wenn die in der Preisliste garantierte verkaufte Auflage im Gesamtdurchschnitt des vergangenen Inserationsjahres laut IWW-Medienwert um 30 % unterschritten wird. Darüber hinaus sind bei Abschluss der Aufträge die Schadensersatzansprüche 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.
- Rechnungen** sind innerhalb von 14 Tagen nach Rechnungslegung zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart wurde. Die Rechnungslegung erfolgt schriftlich mit Beleg und Rechnung im Sinne des Monats, in dem die Rechnungsstellung zu korrigieren.
- Bei Zahlungsrückgang** oder Stundung werden die Zahlungsziele mit gesetzlichen Zinsen, im kaufmännischen Geschäftsbereich in Höhe von 9 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz der Europäischen Zentralbank ab fälligkeit des Rechnungsbetrages, sowie einer Verzugschadenspauschale in Höhe von 40,00 € berechnet, die auf einen geschuldeten Schadensersatz anzurechnen ist, soweit der Schaden nachweislich höher ist (z. B. wegen Kosten der Rechtsverteidigung). Die Pauschale fällt auch bei verspäteten Abzahlungen- oder Ratenzahlungen an. (§ 288 BGB n. F.) Zahlungsrückstellungen betragen im kaufmännischen Geschäftsbereich längstens 60 Tage, es sei denn, darüber hinausgehend Zahlungsfristen sind für den Gläubiger nicht grob unbillig. Ist der Auftraggeber Verbraucher liegt der Zinssatz im Verzugsfall bei 10 Prozentpunkten über dem jeweiligen Basiszinssatz. Dies gilt auch im Fall der Zahlung. Die Geltendmachung eines weiteren Verzugsbetrages behält sich der Verlag gegenüber Unternehmen und Verbrauchern vor. Den Vertragspartnern bleibt es jedoch vorbehalten, im einzelnen einen niedrigeren oder einen höheren Schaden nachzuweisen. Der Verlag kann bei Zahlungsrückgang von Unternehmen 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 Anzeigenschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offestehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
- Gewährleistung:** Bei fehlerhaftem Abdruck einer Anzeige trifft rechtzeitig Lieferung einwandfreier Druckerunterlagen und rechtzeitiger Reklamation kann der Auftraggeber den Abdruck einer einwandfreien Ersatzanzeige (Nachlieferung) oder Minderung des Anzeigepreises in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt ist, verlangen. Sind etwaige Mängel bei den Druckerunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden dieselben erst bei der Produktion deutlich, so hat der Auftraggeber bei ungenügender Abgabe 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 Druckerunterlagen auf Vollständigkeit und Richtigkeit zu überprüfen. Die Gewährleistung bei Online-Werbung beschränkt, die in der Einführungsphase 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-Werbetexte 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-Werbung zu ermöglichen. Bei einem Ausfall des Servers über einen erheblichen Zeitraum von bis zu 10 Tagen ist der Auftraggeber verpflichtet, sich auf die Möglichkeit einzulassen, den Ausfall der Medialösung nachzuliefern oder die Zeit der Insertion zu verlängern, sofern dies den Interessen des Auftrages 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 Medialösungen. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen. Im Übrigen liegt ein Fehler nicht vor bei einem Ausfall des vom Verlag genutzten Servers, der nicht länger als 24 Stunden fortlaufend oder während der Laufzeit von 20 Tagen nachweislich über einen Zeitraum von mehr als 24 Stunden vorliegt. Beachtet der Auftraggeber diese Geschäftsbedingungen und die Empfehlungen des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von digitalen Druckerunterlagen und Online-Werbung, so steht ihm keine Ansprüche wegen fehlerhafter Anzeigerveröffentlichung zu. Der Verlag gewährleistet die drucktechnisch zeitbedingte bestmögliche Wiedergabe der Anzeige im Rahmen der durch die Druckvorlagen gegebenen Möglichkeiten. **Reklamationen** offensichtlich Mängel müssen vom Auftraggeber spätestens innerhalb von vier Wochen nach Veröffentlichung schriftlich geltend gemacht werden. Sämtliche Gewährleistungsansprüche verjähren mit Ablauf des 31. Juli des Jahres, in dem der Auftraggeber die entsprechenden Anzeige oder Beilage folgendes Jahres.
- 2.a) zur Haftung**, gleich auf welchem Rechtsgrund einschliesslich unerlaubter Handlungen, ist der Verlag nur verpflichtet, soweit Schäden (1) durch schuldhaft Verletzung einer vertragswesentlichen Pflicht (Kardinalpflicht) durch den Verlag in eine das Erreichen des Vertragszwecks gefährdenden Weise verursacht werden oder (2) durch Fahrlässigkeit oder Vorsatz von dem Verlag zurückzuführen sind. b) Haftung 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) Haftung 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 begrenzt auf das Verbleibende der 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 des Organe oder leitenden Angestellten des Verlags zurückzuführen sind. e) Ansonsten ist jede Haftung des Verlags auf solche typischen Schäden beschränkt, mit deren Eintritt der Verlag nach dem ihm bei Vertragsabschluss bekannten Umständen vernünftigerweise rechnen konnte. f) Die Haftung des Verlags ist begrenzt auf Ansprüche gem. den vorstehenden Ziffern a) bis c) schließt Ansprüche gegen Mitarbeiter und Beauftragte des Verlags ein. g) Eine Haftung des Verlages wegen Personenschäden, Fehlens zugehöriger Eigenschaften oder nach dem Produktungsgesetz bleibt unberührt. h) Keine Ansprüche des Auftraggebers bestehen für den Fall, dass die Nichtverfügbarkeit auf Arbeiten oder Wartungsarbeiten beruht, die lediglich im Interesse des Auftraggebers erfolgen. i) Eine 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 Nachbesetzung der Druckerunterlagen 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 dem Auftraggeber 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

- Die allgemeinen und unter zusätzlichen Geschäftsbedingungen, die Auftragsbestätigung und die jeweils gültige Preisliste sind für jeden Auftrag maßgebend. Abweichende Geschäftsbedingungen werden erst gültig durch schriftliche Bestätigung des Verlags.
- Die **Werbungsmittel** und **Werbegestaltungen** sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungstreibenden an die Preisliste des Verlags zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlungsvermittlung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden. Die Auftraggeber/Werbegestaltungen, die zum ersten Mal mit dem Verlag in Geschäftsvereinbarung treten, kann **Vorausgabe** bis zum Anzeigenschlusstermin verlangt werden.
- 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 Verfügbarmachung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich und örtlich unbefristet und ausschließlich für die Durchfuhrung der Aufträge. Der Auftraggeber ist verpflichtet, dass er diese Rechte auch an Dritte frei von Nachteilen und Dritten an den Verlag überträgt, andernfalls er den Verlag von allen Rechten Dritter freistellt, einschliesslich der Kosten für die Rechtsverteidigung.

Corporate Publishing



Güterverkehr & Service



Logistik



Omnibus & Touristik



Automotive



www.huss-shop.de



li.hussverlag.de

Bestellen Sie noch heute Ihr Probeexemplar und die aktuellen Mediadaten!

