

Mediadaten 2025



Preisliste Nr. 37
gültig ab 1.1.2025



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



HUSS-VERLAG GmbH
80912 München

huss



Tobias Schweikl
Chefredakteur
LOGISTRA

Liebe Media-Entscheider,

die Logistikbranche befindet sich in einem ständigen Wandel, der von zwei wesentlichen Megatrends geprägt wird: Digitalisierung und Nachhaltigkeit. Diese Trends beeinflussen sowohl die Prozesse im Lager als auch den Transport auf der Straße und verändern die Branche grundlegend.

Ein zentraler Aspekt ist dabei die Dekarbonisierung. Viele Unternehmen haben bereits nachhaltig gewirtschaftet, doch jetzt geht es darum, den CO₂-Footprint weiter zu minimieren oder sogar eine vollständige CO₂-Neutralität zu erreichen. Elektrische Lastwagen und Brennstoffzellen-Trucks sind wichtige Schritte in diese Richtung, doch auch alle anderen Wirtschaftsprozesse werden auf ihre Klimafreundlichkeit überprüft. Die Logistik von morgen könnte somit völlig anders aussehen als die von heute.

Genauso revolutionär ist das Potenzial der Digitalisierung. Lager- und Transportsoftware sind bereits weit verbreitet, doch die eigentliche Umwälzung steht mit dem Einsatz künstlicher Intelligenz (KI) noch bevor. KI übernimmt immer mehr Entscheidungen und ermöglicht dadurch schnellere und effizientere Prozesse. Diese Entwicklungen eröffnen nicht nur neue Möglichkeiten, sondern erhöhen auch den Informationsbedarf unserer Leserinnen und Leser. LOGISTRA begleitet diese Entwicklungen und bietet Ihnen als Werbepartner vielfältige Möglichkeiten, Ihre Zielgruppen zu erreichen. Unser Angebot umfasst neben dem Printmagazin einen wöchentlichen Newsletter, eine täglich aktualisierte Onlinepräsenz sowie aktive Social-Media-Kanäle. Darüber hinaus veranstalten wir den renommierten International Cargobike of the Year Award, der innovative Lösungen im Bereich der Lastenräder auszeichnet.

Unsere Berichterstattung konzentriert sich auch in diesem Jahr auf die wichtigsten Fachmessen und Kongresse der Branche. Wir berichten ausführlich über Trends und Innovationen auf der LogiMAT (11. – 13. März 2025, Stuttgart), der transport logistic (2. – 5. Juni 2025, München), der IAA MOBILITY (9. – 14. September 2025, München), der FACHPACK (23. – 25. September 2025, Nürnberg), der NUFAM (25. – 28.09.2025, Karlsruhe) und der BVL Supply Chain CX (22. – 24. Oktober 2025, Berlin).

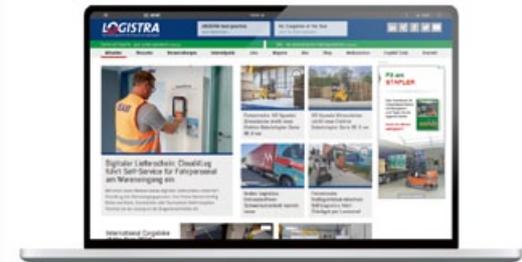
LOGISTRA erreicht Logistiker in Deutschland, Österreich und der Schweiz durch unser Printmagazin mit einer IVW-geprüften verbreiteten Auflage von 10.450 Exemplaren (tvA IVW II/2024), online über unsere Website www.logistra.de mit 23.118 Page Impressions und 15.174 Visits sowie über unseren wöchentlichen Newsletter mit rund 2.257 Abonnenten. Nutzen Sie die Reichweite und Expertise von LOGISTRA, um Ihre Botschaften zielgerichtet zu platzieren und Ihre Zielgruppe effektiv zu erreichen. Wir freuen uns darauf, Sie als Werbepartner zu begrüßen und gemeinsam die Zukunft der Logistik mitzugestalten.

Herzlichst Ihr
Tobias Schweikl
tobias.schweikl@hussverlag.de

Print



Online



www.logistra.de

- 1 **Titel:** LOGISTRA
- 2 **Kurzcharakteristik:** Das Fachmagazin LOGISTRA informiert über praxiserprobte Lösungen und Produkte zur Optimierung von Lager, Versand sowie des Verteilerverkehrs.
www.logistra.de
- 3 **Zielgruppe:** Operativ verantwortliche Entscheider in der Distributionslogistik
- 4 **Erscheinungsweise:** 6-mal im Jahr (Doppelnummern)
- 5 **Heftformat:** 210 x 297 mm, DIN A4
- 6 **Jahrgang:** 37. Jahrgang 2025
- 7 **Bezugspreis:** Jahresabonnement Inland € 106,- (inkl. MwSt. zzgl. € 9,60 Versandkosten)
Einzelverkaufspreis € 18,- (inkl. MwSt. zzgl. € 3,- Versandkosten)
ISSN-Nr. 1862-7250
- 8 **Organ:** –
- 9 **Mitgliedschaften:** –
- 10 **Verlag:** HUSS-VERLAG GmbH
Telefon: +49 89 32391-0
Telefax: +49 89 32391-163
Internet: www.huss.de
- 11 **Herausgeber:** Wolfgang Huss, Dipl.-Ing. (FH) Christoph Huss
- 12 **Anzeigen/Vertrieb:** Logistik: Gabriele König -261 (verantwortlich) gabriele.koenig@hussverlag.de
Fuhrpark: Michaela Pech -251 (verantwortlich) michaela.pech@hussverlag.de
Oliver Dorsch -314
leserservice@hussverlag.de
- 13 **Redaktion:** Tobias Schweikl -493 (verantwortlich)

14 **Umfangs-Analyse:** 2023 = 6 Ausgaben

Gesamtumfang:	312 Seiten = 100,00 %
Redaktioneller Teil:	237 Seiten = 76,00 %
Anzeigenteil:	75 Seiten = 24,00 %
davon: Gelegenheitsanzeigen	–
Einhefter	8 Seiten = 10,66 %
verlagseigene Anzeigen	25 Seiten = 33,33 %
Beilagen:	10 Stück

15 **Inhalts-Analyse des Redaktionsteils: 2023 = 237 Seiten**

15a Themen	Seiten	%	15c Branchen	Seiten	%
AutoID, Mobile Datenerfassung	11,90	5,02	Automobil	35,90	15,15
Behälter, Paletten	12,30	5,19	Bau	25,70	10,84
Flurförderzeuge	19,70	8,31	Chemie/Pharma	14,80	6,24
Fördertechnik	21,80	9,20	Getränkelogistik	13,80	5,82
Kommissionierung	12,50	5,27	Nahrungs- und Genussmittel	23,60	9,96
Lagerverwaltung	11,80	4,98	Möbel	11,80	4,98
Regalbau	7,60	3,21	Maschinen und Anlagen	37,20	15,70
Transportverwaltung	13,10	5,53	Textil	25,50	10,76
Transportdienstleistung	15,40	6,50	Handel	48,70	20,55
Verpackung	14,90	6,29	Gesamt	237,00	100,00
Versand	15,70	6,62			
Lkw	26,10	11,01			
Transporter	32,30	13,63			
Fuhrparkverwaltung	21,90	9,24			
Gesamt	237,00	100,00			

16 **Auflagenkontrolle:**



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

17 **Auflagen-Analyse:** Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt
(1. Juli 2023 bis 30. Juni 2024)

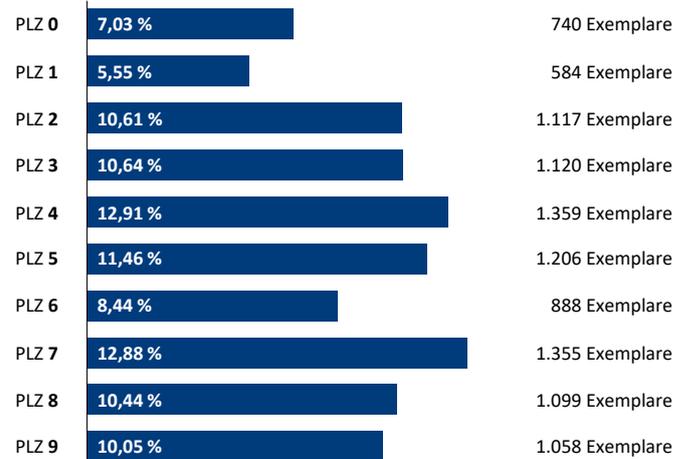
Druckauflage:	11.000		
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):	10.564	davon Ausland:	38
Verkaufte Auflage:	7.928	davon Ausland:	20
– Abonnierte Exemplare/ sonstiger Verkauf:	7.928	davon Mitgliederstücke:	0
– Einzelverkauf:			
Freistücke:	2.636		19
Rest-, Archiv- und Belegexemplare	436		

18 **Geografische Verbreitungs-Analyse:**

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	99,64	10.526
Ausland	0,36	38
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100	10.564

Gliederung der Inlandsauflage nach den Postleitzonen:

Anteil tatsächlich verbreiteter Inlandsauflage



Tatsächlich verbreitete Inlandsauflage

10.526 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: 63.133

2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger: 60.857
(Wechsel nach jeder 3. Ausgabe)

2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

Verkaufte Auflage	7.928
davon: Normalabonnenten/sonstiger Verkauf	7.928
Mitglieder-Abonnenten	0
Einzelverkauf	0
ständige Freistücke	0
wechselnde Freistücke	2.636
Belegexemplare	436
tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	10.564
davon: Bundesrepublik Deutschland	10.526
Ausland	38

3 Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA) 10.564 = 100 %

Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA) 10.564 = 100 %

3.2 Tag der Stichproben-Ziehung:

01. Juli 2024

3.3 Beschreibung der Stichprobe:

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

3.4 Zielperson der Untersuchung:

entfällt

3.5 Definition des Lesers:

entfällt

3.6 Zeitraum der Untersuchung:

Juli 2024

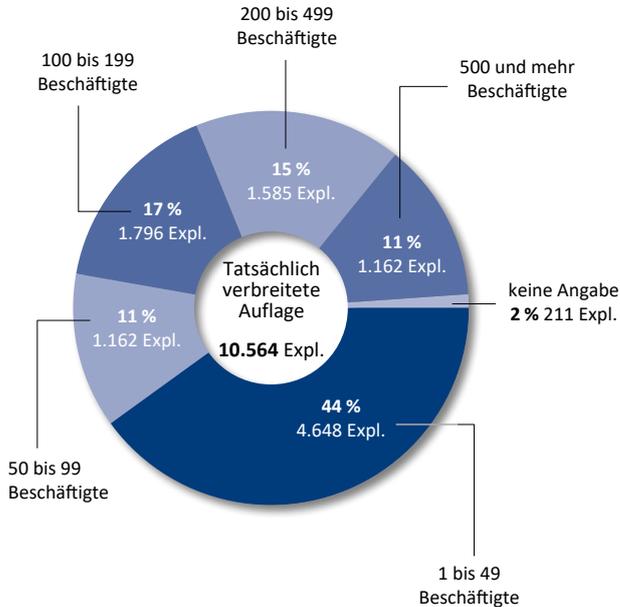
3.7 Durchführung der Untersuchung:

HUSS-VERLAG GmbH

19 Branchen/Wirtschaftszweige/Fachrichtungen/Berufsgruppen:

Nr. der Klassifikation WZ 2008 Stand 2009	Empfängergruppen (lt. Klassifikation der Wirtschaftszweige)	%	Projektion (circa)
10, 11, 12, 46.3	Nahrungs- und Genussmittel	6	634
46.13	Baustoffhandel	10	1.056
20, 21, 22	Chemische Industrie	6	634
05-08, 19, 35	Mineralöl, Bergbau, Energie	2	211
24, 25	Stahl/Eisen/Blech	5	528
28, 29, 30	Maschinen-/Fahrzeugbau	11	1.162
26	Elektrotechnik/Feinmechanik	8	845
27	Feinmechanik/Optik	3	317
31, 32	Möbel/Holzwirtschaft	6	634
13, 14, 15	Leder, Textil, Bekleidung	3	317
17, 18	Druck und Papier	2	211
46, 47	Handel	16	1.690
49, 49.2, 49.4, 50, 51, 52, 53	Logistikdienstleister/Speditionen	15	1.585
72, 94	Behörden/Verbände	3	317
	Sonstiges	4	423
		100	10.564

20 Größe der Wirtschaftseinheit:



23 Alter:

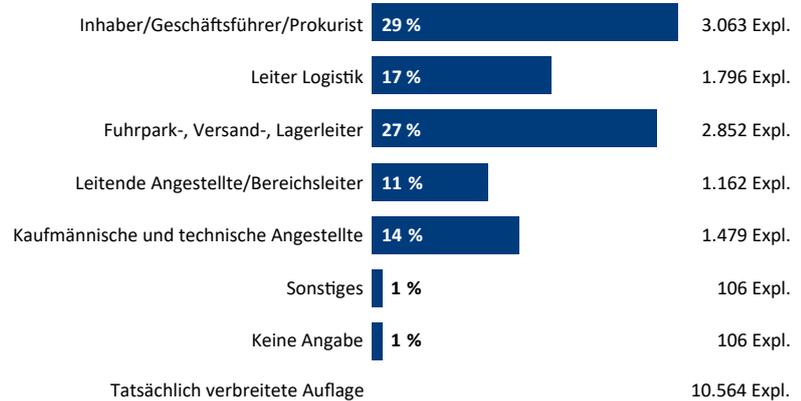
wurde nicht erhoben

24 Gemeindegrößeklassen:

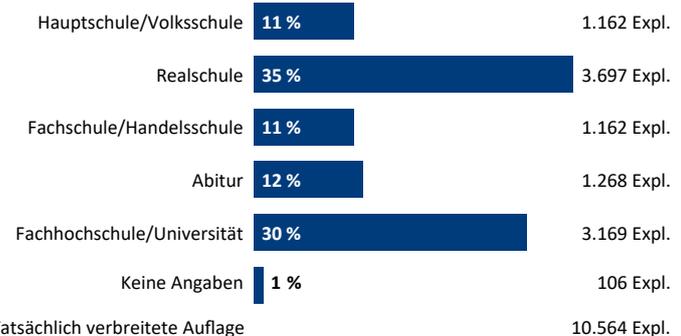
wurde nicht erhoben, weil die Beurteilung dieser Fachzeitschrift als Werbeträger hiervon nicht abhängig ist.

Kurzfassung der Erhebungsmethode siehe Seite 5.

21 Tätigkeitsmerkmal: Position im Betrieb



22 Bildung/Ausbildung: Schulabschluss



- 1 **Auflage:**
Druckauflage 11.000
(Verlagsangabe)
- 2 **Zeitschriftenformat:**
210 mm breit x 297 mm hoch, DIN A4
Satzspiegel:
185 mm breit x 270 mm hoch
- 3 **Druck- und Bindeverfahren, Druckunterlagen:**
Inhalt: Rollenoffset (Euroskala), Umschlag: Bogenoffset (Euroskala)
Klammerheftung

Digitale Anzeigen-Druckunterlagen

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

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

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

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

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

Datenträger: DVD

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

Erstellung von Druckunterlagen auf Anfrage (zum Selbstkostenpreis)

- 4 **Termine:** Siehe Termin- und Themenplan auf Seite 12/13
Erscheinungsweise: 6-mal im Jahr

- 5 **Verlag:** HUSS-VERLAG GmbH
Hausanschrift: Joseph-Dollinger-Bogen 5, 80807 München
Postanschrift: 80912 München, Deutschland
Internet: www.logistra.de
Anzeigendispo: Telefon: +49 89 32391-263, Fax: -163
E-Mail: anzeigen@logistra.de
- 6 **Zahlungsbedingungen:**
Zahlung innerhalb von 5 Tagen abzüglich 2 % Skonto oder 14 Tage netto ohne Abzug

Bankverbindung:

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

SWIFT CODE: DEUTDEMMXXX

IBAN: DE45 7007 0010 0021 3132 00

BIC: DEUTDEMMXXX

- 7 **Anzeigenformate (im Satzspiegel) und Preise**

Alle Preise zzgl. MwSt.

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

Abweichende Formate auf Anfrage

8 **Zuschläge:**

8.1 **Farbzuschläge:** –
Sonderfarben auf Anfrage

8.2 **Vorzugsplatzierungen:**

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

8.3 **Formatzuschläge:** –

9 **Rubrikanzeigen:**

Spaltenzahl: 4, Spaltenbreite: 43 mm
• Stellenangebote: € 3,80 pro mm und Spalte
• Stellengesuche: € 2,00 pro mm und Spalte
• An-/Verkäufe/Sonstiges: € 3,80 pro mm und Spalte
Chiffregebühr: € 15,-

10 **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 **Kombinationen:**

LOGISTRA und VISION TRANSPORT

13 **Einhefter*:**

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

14 **Beilagen*:** nicht rabattierbar

Lose eingelegt, maximale Größe 200 x 280 mm
Preise bis 25 g Gesamtgewicht: € 240,- je tausend Exemplare
26 g bis 50 g Gesamtgewicht: € 360,- je tausend Exemplare
Teilbeilagen (nach PLZ möglich)
Benötigte Liefermenge: 11.300 Exemplare
Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist die Vorlage eines verbindlichen Musters,
notfalls eines Blindmusters mit Größen- und Gewichtsangabe, erforderlich.

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

Klebegebühr bis 25 g: € 100,- je tausend Exemplare
Klebegebühr von 26 bis 50 g: € 150,- je tausend Exemplare
(Klebegebühr nicht rabattierbar)
Benötigte Liefermenge: 11.300 Exemplare
Höhere Gewichte und andere Werbeformen wie Warenmuster a. A.
Aufgeklebte Werbemittel nur in Verbindung mit einer Trägeranzeige

16 **Versandanschrift** für Position 13 – 15:

Dierichs Druck + Media GmbH & Co. KG
Frankfurter Straße 168
34121 Kassel
Telefon: +49 561 60280-171

Liefervermerk: Für LOGISTRA-Ausgabe Nr. xx/2025
Liefertermin: Bis spätestens 10 Tage nach Anzeigenschluss

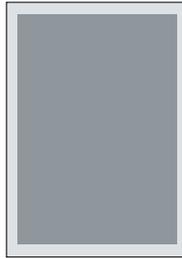
* Weitere Informationen und technische Daten siehe Informationsblatt
„Einhefter, Beilagen, aufgeklebte Werbemittel“ S. 14/15

Alle Preise zzgl. MwSt.



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

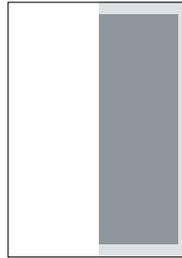
www.huss-adressen.de Beratung +49 89 32391-319



1/1 Seite

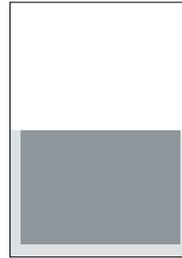
**im Satzspiegel
im Anschnitt
4c-Preis**

185 x 270 mm
210 x 297 mm*
€ 5.180,-



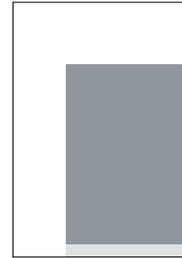
1/2 Seite hoch

90 x 270 mm
103 x 297 mm*
€ 3.180,-



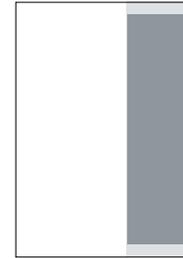
1/2 Seite quer

185 x 128 mm
210 x 144 mm*
€ 3.180,-



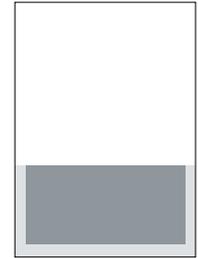
Junior Page

137 x 185 mm
150 x 198 mm*
€ 3.580,-



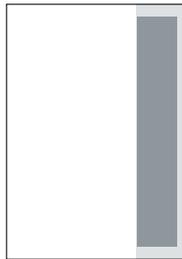
1/3 Seite hoch

58 x 270 mm
71 x 297 mm*
€ 2.180,-



1/3 Seite quer

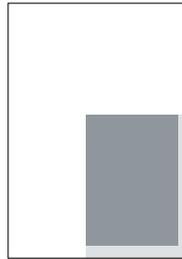
185 x 85 mm
210 x 98 mm*
€ 2.180,-



1/4 Seite hoch

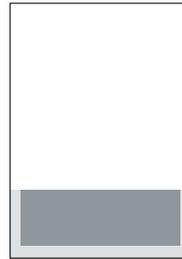
**im Satzspiegel
im Anschnitt
4c-Preis**

43 x 270 mm
56 x 297 mm*
€ 1.880,-



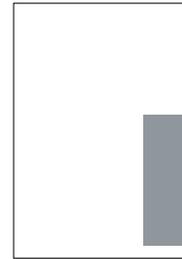
1/4 Seite norm

90 x 128 mm
103 x 144 mm*
€ 1.880,-



1/4 Seite quer

185 x 62 mm
210 x 75 mm*
€ 1.880,-



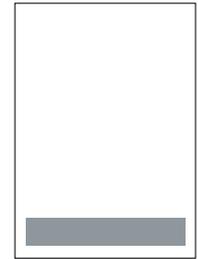
1/8 Seite hoch

43 x 128 mm
–
€ 1.080,-



1/8 Seite norm

90 x 62 mm
–
€ 1.080,-



1/8 Seite quer

185 x 30 mm
–
€ 1.080,-

Alle Preise zzgl. MwSt.

Formate: Breite x Höhe

* zzgl. 3 mm Beschnitt an allen Heftaußenkanten

LOGISTRA Internet-Guide 2025

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

19. Auflage 2025/2026

Kurzcharakteristik: Anbieter von Produkten und Dienstleistungen aus dem Bereich Lagerlogistik und Fuhrpark stellen Lager-, Versand- und Fuhrparkverantwortlichen ihr Unternehmen vor - übersichtlich sortiert nach Themen von A wie AutoLD bis Z wie Zustelldienste. In gedruckter Form erreichen Sie Ihre Zielgruppe reichweitenstark durch das Heft-im-Heft in LOGISTRA sowie als Beilage in der Zeitung Transport mit einer Gesamtauflage von 29.000 Exemplaren!

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

Zielgruppe: Lager- und Versandverantwortliche sowie Fuhrpark- und Flottenmanager in Industrie- und Handelsunternehmen sowie Expeditionen

Druckauflage: 29.000 Exemplare

Format: DIN A4, 210 mm x 297 mm

Erscheinungstermin: 23. Mai 2025 als Heft-im-Heft in LOGISTRA 5-6/2025 und am 6. Juni 2025 als Beilage in Transport 11/2025

Anzeigenschluss: 9. April 2025

Leistung: Printeintrag im LOGISTRA Internet-Guide inklusive ein Jahr Online unter www.logistra.de/internetguide mit Verlinkung

Laufzeit: ein Jahr

Preis: € 670,- pro Eintrag

Alle Preise zzgl. MwSt.



Heft	Lager & Versand	Fuhrpark	Supplements	Veranstaltungen/Messen
<p>1/2 AS: 28.01. DU: 04.02. ET: 24.02.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • LogiMAT 2025 Vorbericht • Logistik-IT • Automatisierung • Lagertechnik 	<ul style="list-style-type: none"> • Ladungssicherung • Temperaturgeführte Transporte • Citylogistik 		<p>LogiMAT India, Mumbai, 13.02. – 15.02. LogiMAT, Stuttgart, 11. – 13.03. Deutscher Materialfluss-Kongress, Garching, 20. – 21.03.</p> 
<p>3/4 AS: 07.03. DU: 14.03. ET: 01.04.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • LogiMAT 2025 Nachbericht • Förder- und Lagertechnik • Kommissionierung 	<ul style="list-style-type: none"> • bauma 2025 Vorbericht • Baustofftransporte • Waschanlagen • Elektromobilität 	<p>Vision Transport</p> 	<p>Tag der Logistik, 10.04. bauma, München, 07. – 13.04. HANNOVER MESSE, Hannover, 31.03. – 04.04. LogiMAT China, Shenzhen, 24. – 26.04.</p>
<p>5/6 AS: 25.04. DU: 02.05. ET: 23.05.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • transport logistic 2025 Vorbericht • Logistikdienstleistungen • Logistik-IT • Nachhaltigkeit 	<ul style="list-style-type: none"> • transport logistic 2025 Vorbericht • Telematik/Navigation • Transport-Management-Software • Reifenservice und Pannendienste 	<p>Internet-Guide</p> 	<p>transport logistic, München, 02. – 05.06. EUROBIKE, Frankfurt, 25. – 29.06. ADAC Truck-Grand-Prix, Nürburgring, 10. – 13.07.</p>
<p>7/8 AS: 13.08. DU: 20.08. ET: 10.09.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • FACHPACK 2025 Vorbericht • Verpackung und Versand • Lagertechnik • Industrietore & Rampen 	<ul style="list-style-type: none"> • NUFAM 2025 Vorbericht • Lastenräder • Temperaturgeführte Transporte • Letzte Meile 		<p>NUFAM, Karlsruhe, 25. – 28.09. IAA MOBILITY, München, 09. – 14.09. mit International Cargobike of the Year Award (CABOTY) FACHPACK, Nürnberg, 23. – 25.09.</p>

Heft	Lager & Versand	Fuhrpark	Supplements	Veranstaltungen/Messen
<p>9/10</p> <p>AS: 09.09. DU: 16.09. ET: 10.10.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • BVL Supply Chain CX 2025 Vorbericht • Logistik-IT • Zoll & Export • AutoID 	<ul style="list-style-type: none"> • Elektromobilität • Verteiler-Lkw • Nutzfahrzeugreifen 		<p>LogiMAT Southeast Asia, Bangkok/Thailand, 15. – 17.10. BVL Supply Chain CX 2025, Berlin, 22. – 24.10.</p>
<p>11/12</p> <p>AS: 21.10. DU: 28.10. ET: 18.11.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Lebensmittellogistik • Logistikkdienstleistung • Lagerverwaltung 	<ul style="list-style-type: none"> • Autonomes Fahren • Waschanlagen • Kraftstoffe/Tankkarten 	<p>Wandkalender</p> 	
	<p>Ständige Themen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verpackung, Verladung, Versand • Behälter und Paletten • Lagereinrichtung und -verwaltung • Logistiksoftware (Lager, Versand, Export) 	<p>Ständige Themen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tests und Fahrberichte von Verteiler-Lkw, Transportern und Lieferwagen • Vorstellung neuer leichter und schwerer Nutzfahrzeuge • Vorstellung neuer Auflieger, Aufbauten und Anhänger • Transport-Management-Systeme • Betriebsstoffe (Frostschutz, AdBlue, Schmiermittel, Diesel, Erdgas) 		

AS = Anzeigenschluss DU = Druckunterlagenschluss ET = Erscheinungstermin

Änderungen aus aktuellem Anlass vorbehalten

13 Einhefter:

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

Formate:

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

Technische Angaben:

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

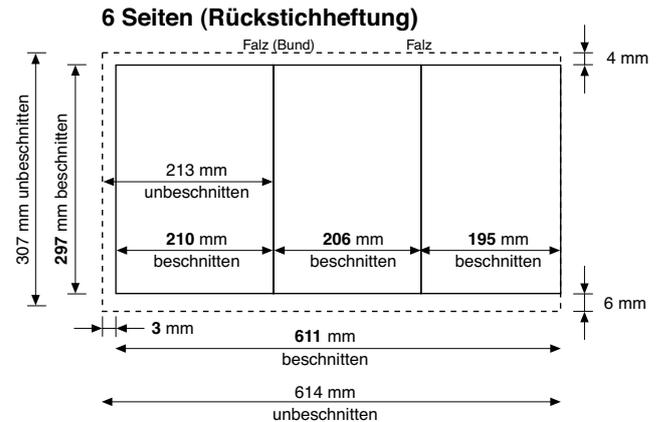
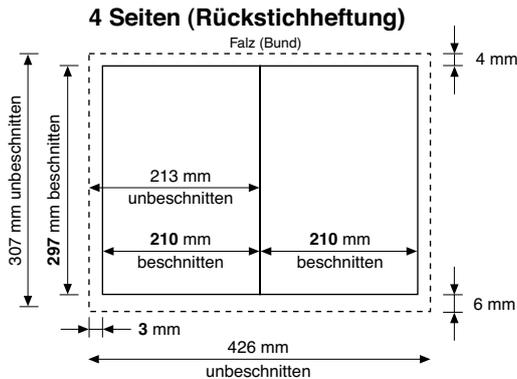
Preis:

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

Benötigte Liefermenge: 11.300 Exemplare

Anlieferungstermin: Bis spätestens 10 Tage nach Anzeigenschluss.

Alle Preise zzgl. MwSt.



14 **Beilagen:**

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

Technische Daten:

Beilagen werden lose eingelegt.

Maximalformat: 200 x 280 mm

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

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

Beilagengebühren:

bis 25 g Gesamtgewicht € 240,- je tausend Exemplare

26 g bis 50 g Gesamtgewicht € 360,- je tausend Exemplare

höhere Gewichte auf Anfrage
Teilbeilagen-Zuschlag pro PLZ-Split € 50,-

Teilbeilagen (nach PLZ) auf Anfrage.

Beilagen werden **nicht rabattiert**.

Berechnete Auflage: 11.000 Exemplare

Benötigte Liefermenge: 11.300 Exemplare

Anlieferungstermin: Bis spätestens 10 Tage nach Anzeigenschluss.

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

bei Maschinenklebung:

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

Formate:

Es gelten die Vorschriften für Postkarten.

Mindestformat: 140 x 90 mm (Breite x Länge)

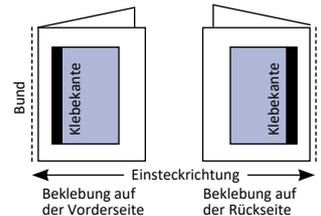
Maximalformat: 235 x 125 mm (Breite x Länge)

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

Erschwernisse werden gesondert in Rechnung gestellt.

Benötigte Liefermenge: 11.300 Exemplare

Anlieferungstermin: Bis spätestens 10 Tage nach Anzeigenschluss.



Technische Angaben:

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

Versandanschrift:

Dierichs Druck + Media GmbH & Co. KG
Frankfurter Straße 168
34121 Kassel
Telefon: +49 561 60280-171

Liefervermerk:

Für LOGISTRA-Ausgabe Nr. xx/2025

Alle Preise zzgl. MwSt.

LOGISTRA-Wandkalender 2026

155x75mm

75x155 mm

75x75 mm

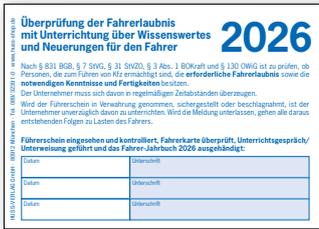
2026

155x155mm

JANUAR	FEBRUAR	MÄRZ	APRIL	MAI	JUNI	JULI	AUGUST	SEPTEMBER	OKTOBER	NOVEMBER	DEZEMBER
1. Sa	1. So	1. So	1. So	1. So	1. So	1. So	1. So	1. So	1. So	1. So	1. So
2. So	2. So	2. So	2. So	2. So	2. So	2. So	2. So	2. So	2. So	2. So	2. So
3. So	3. So	3. So	3. So	3. So	3. So	3. So	3. So	3. So	3. So	3. So	3. So
4. So	4. So	4. So	4. So	4. So	4. So	4. So	4. So	4. So	4. So	4. So	4. So
5. So	5. So	5. So	5. So	5. So	5. So	5. So	5. So	5. So	5. So	5. So	5. So
6. So	6. So	6. So	6. So	6. So	6. So	6. So	6. So	6. So	6. So	6. So	6. So
7. So	7. So	7. So	7. So	7. So	7. So	7. So	7. So	7. So	7. So	7. So	7. So
8. So	8. So	8. So	8. So	8. So	8. So	8. So	8. So	8. So	8. So	8. So	8. So
9. So	9. So	9. So	9. So	9. So	9. So	9. So	9. So	9. So	9. So	9. So	9. So
10. So	10. So	10. So	10. So	10. So	10. So	10. So	10. So	10. So	10. So	10. So	10. So
11. So	11. So	11. So	11. So	11. So	11. So	11. So	11. So	11. So	11. So	11. So	11. So
12. So	12. So	12. So	12. So	12. So	12. So	12. So	12. So	12. So	12. So	12. So	12. So
13. So	13. So	13. So	13. So	13. So	13. So	13. So	13. So	13. So	13. So	13. So	13. So
14. So	14. So	14. So	14. So	14. So	14. So	14. So	14. So	14. So	14. So	14. So	14. So
15. So	15. So	15. So	15. So	15. So	15. So	15. So	15. So	15. So	15. So	15. So	15. So
16. So	16. So	16. So	16. So	16. So	16. So	16. So	16. So	16. So	16. So	16. So	16. So
17. So	17. So	17. So	17. So	17. So	17. So	17. So	17. So	17. So	17. So	17. So	17. So
18. So	18. So	18. So	18. So	18. So	18. So	18. So	18. So	18. So	18. So	18. So	18. So
19. So	19. So	19. So	19. So	19. So	19. So	19. So	19. So	19. So	19. So	19. So	19. So
20. So	20. So	20. So	20. So	20. So	20. So	20. So	20. So	20. So	20. So	20. So	20. So
21. So	21. So	21. So	21. So	21. So	21. So	21. So	21. So	21. So	21. So	21. So	21. So
22. So	22. So	22. So	22. So	22. So	22. So	22. So	22. So	22. So	22. So	22. So	22. So
23. So	23. So	23. So	23. So	23. So	23. So	23. So	23. So	23. So	23. So	23. So	23. So
24. So	24. So	24. So	24. So	24. So	24. So	24. So	24. So	24. So	24. So	24. So	24. So
25. So	25. So	25. So	25. So	25. So	25. So	25. So	25. So	25. So	25. So	25. So	25. So
26. So	26. So	26. So	26. So	26. So	26. So	26. So	26. So	26. So	26. So	26. So	26. So
27. So	27. So	27. So	27. So	27. So	27. So	27. So	27. So	27. So	27. So	27. So	27. So
28. So	28. So	28. So	28. So	28. So	28. So	28. So	28. So	28. So	28. So	28. So	28. So
29. So	29. So	29. So	29. So	29. So	29. So	29. So	29. So	29. So	29. So	29. So	29. So
30. So	30. So	30. So	30. So	30. So	30. So	30. So	30. So	30. So	30. So	30. So	30. So
31. So	31. So	31. So	31. So	31. So	31. So	31. So	31. So	31. So	31. So	31. So	31. So

vermittelt Wissen aus der Praxis für die Praxis. **LOGISTRA.de**

- Erscheinungstag** 18.11.2025 als Beilage in LOGISTRA 11-12/2025
- Anzeigenschluss:** 09.10.2025
- Auflage:** 11.000
- Format:** DIN A1 (820 x 580 mm)
- Werbemöglichkeiten:**
- | | | |
|-----------------|-------------------------------|-----------|
| 1 Feld | 75 x 75 mm | € 450,- |
| 2 Felder | 75 x 155 mm | € 800,- |
| | 155 x 75 mm | € 800,- |
| 4 Felder | 155 x 155 mm | € 1.500,- |
| Exklusiv | 800 x 155 mm
+155 x 305 mm | € 9.400,- |
- Aller Preise zzgl. MwSt.



Fahrer-Jahrbuch 2026

Seit 49 Jahren bewährt – neue Vorschriften und Wissenswertes für Fahrer über Fahrzeuge und Verkehr

50. Ausgabe 2026

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

Käufer/Zielgruppe:

Fuhrpark- und Versandverantwortliche, Fahrer und Verladepersonal

Ideales Werbeumfeld für:

Zulieferer der Nutzfahrzeugindustrie, Raststätten, Tankstellen

Druckauflage:

17.000 Exemplare

Format/Umfang:

120 x 168 mm, 176 Seiten

Farbprofil:

Umschlag = ISOcoated_v2_eci.icc
Inhalt = PSO_uncoated_iso_12647_eci.icc

Preis: 1/1 Seite 4c

€ 2.980,-

1/2 Seite 4c

€ 1.630,-

Titelseite

€ 4.000,- (Bild: B 105 x H 95 mm)

Umschlag

auf Anfrage

Erscheinungstermin:

November 2025

Anzeigenschluss:

Oktober 2025

Preise zzgl. MwSt.



„Fahrer-App“ zum Fahrer-Jahrbuch

Banner-Werbepartnerschaften

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

Preis für exklusive Sponsor-Partnerschaft und Advertisorials auf Anfrage.

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

KNAPP mission: zero touch

Halle 3 | Stand B01 | B03
Halle 6 | Stand C77

LogiMAT Daily
Die offizielle Messezeitung

Ausgabe 1/2024

Verlag: **huss**
Publikation: **LOGISTIK** **LOGISTRA**

Donstag, 19. März 2024 - www.logimat-messe.de

AKTUELLES

Ausstellerstimmen zur Messe 4
Gaskommentar:
Künstliche Intelligenz 14
Im Interview: Michael Ruchty, Messeleiter LogiMAT Stuttgart 19
Best Practice: Neues LVS beim Einzelhändler Waldfahr 20

BESTES PRODUKT

Intelligente Routenplanung 26
Trendthema: Fördertechnik 28
Trend-News: Identifikation 34
International News 42

SERVICE

Forum: Digitale Verpackung 22
Hallensplan 24
After Work / ÖPNV Stuttgart 46
Impressum 46

Positive Impulse

LOGIMAT 2024 Mit fast 1.600 Ausstellern und einem umfassenden Rahmenprogramm öffnet die führende Präsentations-, Informations- und Kommunikationsplattform der Intralogistik wieder ihre Tore. Im Fokus stehen wirtschaftliche Lösungen in turbulenten Zeiten.

Unter dem Motto „SHARPING CHANGE TOGETHER: Sustainability „As-Ego-nomics“ versammelt sich zur LogiMAT 2024 die internationale Fachwelt der Intralogistik auf dem Stuttgarter Messegelände. In drei amnestierten Hallen sind 19 Ausgabebuchten zehn Messehallen sowie in den Eingangshallen C04 und West präsentieren knapp 1.600 Aussteller aus 40 Ländern auf 125.000 Quadrat-

meter Ausstellungsfläche live jüngsten Produktneuerungen und Lösungen für eine effiziente Intralogistik. Rund 150 Unternehmen sind zum ersten Mal auf der LogiMAT vertreten.

Dieses Jahr kommen jeder dritte Aussteller aus dem Ausland – Bis aus Übersee, davon 48 aus China. Takt auf Taiwan und 23 aus Nordamerika. Die langjährige Anwesenheit der GeneGripz Pty Ltd,

australischer Hersteller von Anbaugeräten und Sicherheitslösungen für Stapler, „Das Gros der weltweit führenden Entwickler, Hersteller und Lösungsanbieter fokussiert mit seinen Exponaten auf der LogiMAT mindestens eines der drei Leitthemen“, erläutert Messeleiter Michael Ruchty von der veranstaltenden EURO-EXPO/Messe- und Kongress GmbH. „Das Spektrum reicht dabei von der Automa-

Let's Talk
Die Expertenrunde von SSI SCHÄFER

Intralogistik-Experten live im Gespräch

10:30 Uhr Eintrag in die Lagervermittlung / LagerHR SSI LOGIMAT®
12:30 Uhr Fuhrintelligenz & Software / Frachtofen-IM
14:30 Uhr Secure Remote Access: Die Zukunft der sicheren Remote-Zugriffe / BearingPoint

HEUTE
Heute 1/2024

SSI SCHÄFER

LogiMAT Daily 2025

Die offizielle Messezeitung

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

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

Leser-Zielgruppe:

Experten und Entscheider der Intralogistik, alle Besucher der LogiMAT 2025

Ideales Werbeumfeld für:

Alle LogiMAT-Aussteller

Druckauflage insgesamt:

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

Format:

255 x 350 mm

Anzeigenschluss:

3. Februar 2025

Druckunterlagen:

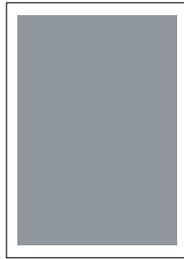
10. Februar 2025

Erscheinungstage:

täglich am 11., 12. und 13. März 2025
zur Messe LogiMAT 2025 in Stuttgart

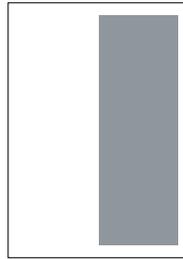
Ihre Anzeige
erscheint in allen drei
Messeausgaben + Online-
Listung als PDF

LogiMAT Daily 2025 Anzeigenformate und Preise



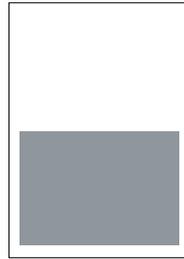
1/1 Seite

231 x 320 mm
 4c-Preis € 6.450,-
 sw-Preis € 5.200,-



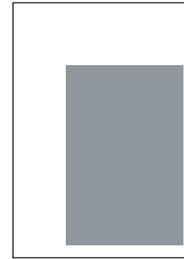
1/2 Seite hoch

111 x 320 mm
 4c-Preis € 4.300,-
 sw-Preis € 3.070,-



1/2 Seite quer

231 x 158 mm
 4c-Preis € 4.300,-
 sw-Preis € 3.070,-



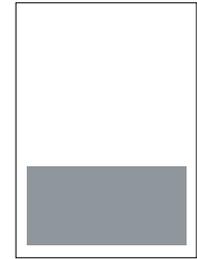
Junior Page

170 x 230 mm
 4c-Preis € 4.300,-
 sw-Preis € 3.070,-



1/3 Seite hoch

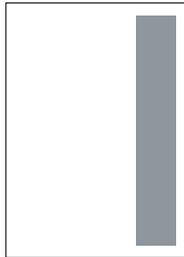
69 x 320 mm
 4c-Preis € 3.490,-
 sw-Preis € 2.230,-



1/3 Seite quer

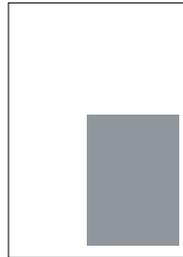
231 x 106 mm
 4c-Preis € 3.490,-
 sw-Preis € 2.230,-

im Satzspiegel
 4c-Preis
 sw-Preis



1/4 Seite hoch

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



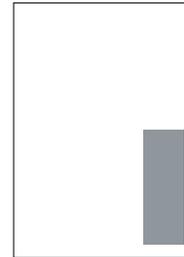
1/4 Seite norm

111 x 158 mm
 4c-Preis € 3.150,-
 sw-Preis € 1.890,-



1/4 Seite quer

231 x 77 mm
 4c-Preis € 3.150,-
 sw-Preis € 1.890,-



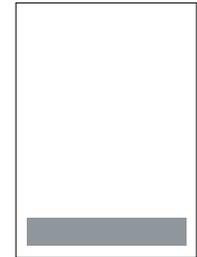
1/8 Seite hoch

51 x 159 mm
 4c-Preis € 2.690,-
 sw-Preis € 1.430,-



1/8 Seite norm

111 x 77 mm
 4c-Preis € 2.690,-
 sw-Preis € 1.430,-



1/8 Seite quer

231 x 37 mm
 4c-Preis € 2.690,-
 sw-Preis € 1.430,-

im Satzspiegel
 4c-Preis
 sw-Preis

Alle Preise zzgl. MwSt.

Formate: Breite x Höhe

Druckvorlagen ohne Beschnitt anlegen

Druckunterlagen ausschließlich als PDF-Datei im Profil „ISOnewspaper26v4“

- 1 **Web-Adresse (URL):**
www.logistra.de
- 2 **Kurzcharakteristik:**
Der Onlineauftritt von LOGISTRA bietet News, Fachartikel, Marktübersichten, Bildergalerien und einen aktuellen Veranstaltungskalender aus den Bereichen Lager, Versand, Verteilerverkehr und Fuhrpark. Im „Online-Internet-Guide“ finden sich wichtige Anbieter-Adressen nach Schlagwörtern sortiert.
- 3 **Zielgruppe:** Lager- und Versandverantwortliche sowie Fuhrparkleiter und Flottenmanager aus Industrie und Handel
- 4 **Verlag:** HUSS-VERLAG GmbH, Postanschrift: 80912 München
- 5 **Ansprechpartner:** Gabriele König, Tel. +49 89 32391-261
E-Mail: gabriele.koenig@hussverlag.de
Michaela Pech, Tel. +49 89 32391-251
E-Mail: michaela.pech@hussverlag.de
- 6 **Zugriffskontrolle:** dfp/Google AdManager
- 7 **Zugriffe:** Verlagsangabe
Page Impressions: 23.118
Visits: 15.174
Unique Visitors: 13.508
- 8 **Datenanlieferung:** 7 Tage vor Schaltung an anzeigen@logistra.de als GIF (statisch oder animiert), JPG, 3rd Party JavaScript Redirect Tag, HTML5 (nur per Redirect) mit einer max. Größe von 150 KB (HTML5-Subload bis max. 500 KB). Dauer eines Ad-Impression ist mindestens 30 Sekunden.
- 9 **Externer AdServer-Einsatz:** dfp/Google AdManager
- 10 **Werbeformen und Preise:** siehe Tabelle rechts
Alle Preise zzgl. MwSt.



Abbildungen (ähnlich)	Werbeform	Format (BxH)	Platzierung	Preis/TKP
	Billboard	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	€ 85,-
	Half Page rechts (sticky)	300 x 600 Pixel	rechts außen oder mobile Content unterhalb	€ 80,-
	Sky-scraper (sticky)	160 x 600 Pixel	rechts außen oder mobile Content unterhalb	€ 75,-
	Rectangle	300 x 250 (bis max. 300 x 300) Pixel	linke Sidebar oder mobile Content oberhalb	€ 50,-
	Large Mobile (oder Half Banner)	300 x 100 (oder 234 x 60) Pixel	linke Sidebar oder mobile Content unterhalb	€ 30,-

Sonderwerbformen LOGISTRA

Das Online-Advertorial (Native Advertising, Content Marketing)

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

Leistungen

- Online-Advertorial mit maximal 3.000 Zeichen, Bildern, Backlinks, Dateianhängen, Videos u.v.m. auf logistra.de
- 2-mal oder 4-mal im **LOGISTRA-Newsletter** mit Bild, Überschrift, Teaser-Text und Link zum Advertorial

Platzierung

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

Ihre Vorteile

- Exklusivität
- Professionelles Reporting am Kampagnenende

Konditionen

Laufzeit:	2 Wochen	4 Wochen
Impressions:	ca. 11.500	ca. 23.000
Preis:	€ 1.690,-	€ 2.900,-

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

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

Leistungen

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

Platzierung

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

Ihre Vorteile

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

Konditionen

Laufzeit:	2 Wochen	4 Wochen
Impressions:	ca. 7.500	ca. 15.000
Preis:	€ 790,-	€ 1.490,-

Alle Preise zzgl. MwSt.

1 **LOGISTRA Newsletter**

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

3 **Zielgruppe:** Fuhrparkleiter und Lagerleiter

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

5 **Ansprechpartner:**

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

6 **Zugriffskontrolle:** Episerver

7 **Abonnenten:** 2.257 (Verlagsangabe)

8 **Datenanlieferung:** 7 Tage vor Schaltbeginn per E-Mail an anzeigen@logistra.de, GIF (nicht animiert), JPG (max. 72 dpi), Text mit 350 Zeichen (inkl. Überschrift und Leerzeichen) + Bild (max. 240 x 160 Pixel), nur Text mit 500 Zeichen (inkl. Überschrift und Leerzeichen)

9 **Werbeformen und Preise** (pro Schaltung):

Bezeichnung	Maße (B x H)	Text	Preis
Titelkopf Bild-Banner	310 x 90 Pixel		€ 340,-
Titelkopf Text-Banner		max. 165 Zeichen (inkl. Headline max. 40 Zeichen)	€ 340,-
Full-Banner	468 x 60 Pixel	–	€ 310,-
Grafik-Banner	bis max. 620 x 170 Pixel	–	€ 340,-
Text-Banner ohne Bild		500 Zeichen	€ 340,-
Text-Banner mit Bild	max. 240 x 160 Pixel	350 Zeichen	€ 340,-

10 **Erscheinungsweise:** Wöchentlich, mittwochs

11 **Rabatte:** Nach Rücksprache

12 **Zahlungsbedingungen:** Zahlung innerhalb von 5 Tagen abzüglich 2 % Skonto oder 14 Tage netto ohne Abzug

Bankverbindung: Deutsche Bank, München; Kto.-Nr. 0 213 132 00, BLZ 700 700 10
 SWIFT CODE: DEUTDEMMXXX
 IBAN: DE45 7007 0010 0021 3132 00
 BIC: DEUTDEMMXXX

Alle Preise zzgl. MwSt.



Titelkopf-Banner

Full-Banner

Grafik-Banner

Text-Banner mit Bild

Text-Banner ohne Bild

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

- „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 kommen nicht zur Ausführung.
- Abdruck:** Anzeigen und Fremdbeilagen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abdruck 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.
- Abchlussfrist:** Die Anzeigenaufträge sind bis zum Ende der vereinbarten bzw. der in der in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenliste hinaus weitere Anzeigen zu drucken/verarbeiten. Die Anzeigen sind 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 entgegenstehender Individualvereinbarungen sind die vom Bannerstern des Verlags genannten Werte bei den Visits und Page Impressions maßgeblich.
- Ausführung von Aufträgen:** Der Verlag ist verpflichtet, die Anzeigen in der vereinbarten Reihenfolge und zum vereinbarten Zeitpunkt – nach geschäftlichem Ermessen abzuheften. 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 geltendem Recht 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 Ende der Kampagne eingehen, werden als Retentionsfr. für die nächste Print-Auflage bzw. Online-Kampagne wahlweise. 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 Anzeigen:** 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 Auftragbestorner 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 Inserent, die Kosten der Verteidigung in einem Streitverfahren zu übernehmen und sich auf tatsächliche Behauptungen der veröffentlichten Anzeige beschränkt zu halten. Im Falle der Verletzung des jeweils gültigen Anzeigenrechts, Erscheinen nicht rechtzeitig silierte Anzeigen, so stehen auch dem Auftraggeber daraus keine Ansprüche gegen den Verlag zu.
- Druckerunterlagen:** Für die rechtzeitige und einwandfreie Lieferung des Anzeigentextes in Druckerunterlagen, Beilagen sowie in der Online-Werbung ist der Auftraggeber verantwortlich. Die Anzeigentexte sind in der jeweiligen Anzeigentabelle des Auftrages zu belegen. Die Pflicht zur Aufbereitung des Textes nach den jeweiligen Vorgaben ist mit Eingang der Unterlagen beim Verlag verbunden. 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 Größenverhältnisse 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 dem Auftrag gebrauchten Anzeigenabdruckhöhe. Die Abdruckhöhe wird nach oben gerundet.
Probeabgabe 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 Probeabgabe.
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 nur im 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 Farberblichkeit in der FOGRA/UGRA-Medienklib in der aktuellen Version enthalten. Andrucke müssen ein offizielles Druckkontrollstreifen aufweisen. Ohne Farb-Proof des Auftraggebers sind Farbanwabenungen unvermeidbar. Diese können keine Ersatzansprüche des Auftraggebers auslösen. In jedem Fall ist ein Farb-Proof per Fax oder per E-Mail zu sachlicher Richtigkeit zu senden. Ein Korrekturauftrag und Umfang des Auftraggebers ausdrücklich angefordert werden. Nur bei richtiger Farbanpassung ist eine farblich richtige Umsetzung in üblichen Toleranzen gewährleistet.
Computerviren: Der Auftraggeber haftet dafür, dass die übermittelten bzw. gespeicherten Dateien frei von Computerviren sind. Der Verlag ist berechtigt, Dateien mit Computerviren zu löschen, ohne dass dem Auftraggeber hieraus Ansprüche entstünden. Der Verlag behält sich zudem vor, den Auftraggeber auf Schadensersatz in Anspruch zu nehmen, wenn durch solche durch den Auftraggeber mitgelieferten Computerviren dem Verlag Schaden entstünden.
11. Anzeigenbeleg: Der Verlag ist verpflichtet, die Anzeigen in der vereinbarten Reihenfolge und zum vereinbarten Zeitpunkt in den Anzeigenaufträgen werden Anzeigenschnitte, 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. Wervolle Unterlagen senden der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Ansonsten werden nicht abgeholt Zuerstfristen verrichtet. Der Verlag behält sich im Interesse des Auftraggebers das Recht vor, die eingegangenen Angebote zur Ausschaltung von Missbrauch des Chiffrendienstes zu Prüfzwecken zu öffnen. Der Auftraggeber kann den Verlag berechtigen, Zuschriften auf Chiffrenanzeigen zu öffnen.
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 Materialgegenstände gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen von Aufträgen durch den Auftraggeber zu tragen. Gleiches gilt für vom Auftraggeber geforderte 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.
- 16. 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.
17. Abwechslende 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 Preistabelle abweichende Preise festlegen.
18. Auflagenänderung: Aus einer Auflagenänderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisänderung hergeleitet werden, wenn die in der Preistabelle garantierte verkaufte Auflage im Gesamtdurchschnitt des vergangenen Inserationsjahres laut IWW-Medienumfrage um 30 % unterschritten wird. Darüber hinaus sind bei Abschluss der Auflage die tatsächlichen Verkaufszahlen auszuweisen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte. Änderungen des Heftumfangs behält sich der Verlag vor, ohne dass hieraus der Auftraggeber Ansprüche herleiten kann.
19. Rechnungen sind innerhalb von 14 Tagen nach Rechnungslegung zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart wurde. Die Rechnungslegung erfolgt schriftlich nach dem Abschluss der Rechnung im Sinne des Monats, in dem die Rechnungsstellung zu korrigieren.
20. Bei Zahlungsrückzug oder Stundung werden die Rechnung und die jeweiligen Zinsen, im kaufmännischen Geschäftsjahr in Höhe von 9 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz der Europäischen Zentralbank ab fälligkeit des Rechnungsbetrags, sowie einer Verzugschuldenspauschale in Höhe von 40,00 € berechnet, die auf einen geschuldeten Schuldensatz anzurechnen ist, soweit der Schaden nachweislich höher ist (z. B. wegen Kosten der Rechtsverteidigung). Die Pauschale fällt auch bei verspäteten Abwechslungen – Ratenzahlungen an. (§ 288 BGB n. F.) Zahlungsrücklagen betragen im kaufmännischen Geschäftsjahr 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 Verzugsbetrags 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 Zahlungsrückzug 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.
21. 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-Werbetexten beschränkt sich auf die Einfussphäre 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-Werbetexten 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-Werbetexte zu ermöglichen. Bei einem Ausfall des Servers über einen erheblichen Zeitraum von bis zu 10 Tagen ist der Auftraggeber verpflichtet, den Ausfall zu akzeptieren und sich auf eine Medialösung nachzuweisen oder die Zeit der Insertion zu verlängern, sofern dies den Interessen des Auftraggebers nicht zuwiderläuft. Im Falle des Scheiterns einer Nachlieferung innerhalb der ursprünglich gebuchten Insertion bzw. nach Verlängerung des Insertionszeitraumes, entfällt die Zahlungspflicht des Auftraggebers für die in dem Zeitraum nicht realisierten bzw. durchschnittlich nicht angefallenen Medialösungen. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen. Im Übrigen liegt ein Fehler nicht vor bei einem Ausfall des vom Verlag genutzten Servers, der für länger als 24 Stunden fortlaufend oder während von 20 Tagen während der Laufzeit des Auftrages über ein vereinigtes Schiedsgericht 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 1. Monats nach dem Auftragsabschluss des auf die Veröffentlichung der entsprechenden Anzeige oder Beilage folgenden Jahres.
2.2.a) Zur Haftung, gleich auf welchem Rechtsgrund einschließlicher 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 die Haftung des Verlags für die vereinbarten Anzeigenpreise begrenzt.
d) Für mittelbare Schäden, Mangelfolgeschäden, entgangenen Gewinn und Ersatz vergeblicher Aufwendungen haftet der Verlag nicht, sofern diese nicht auf Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit des Organen 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) Der Ausschluss oder die Begrenzung von Ansprüchen gem. den vorstehenden Ziffern b) bis f) schließt Ansprüche gegen Mitarbeiter und Beauftragte des Verlags ein.
g) Eine Haftung des Verlages wegen Personenschäden, Fehlens zugesicherter Eigenschaften oder nach dem Produktanwendungsbereich 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) Keine Haftung für Fehler aus telefonischen oder fernschriftlichen Übermittlungen jeder Art. Eine Haftung wird auch nicht übernommen, wenn sich Mängel an der Vorlage erst bei der Reproduktion oder beim Druck zeigen. Der Auftraggeber hat dann bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche. Die eventuell entstehenden Mehrkosten z. B. zur Nachbesetzung der Druckerunterlagen oder für Maschinenstillstand müssen weiterberechnet werden.
2.2.b) Fälle höherer Gewalt wie z. B. Arbeitskampfmassnahmen, Beschlagnahme, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung oder Betriebsstörungen entbinden den Verlag von der Verpflichtung auf Erfüllung von Aufträgen und Leistung von Schadenersatz. Kann der Verlag dennoch die Aufträge mit 80 % der verkauften Auflage erfüllen, so hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen. Geringere Leistungen sind nach dem Tausender-Seitenpreis gemäß der im Tarif genannten verkauften Auflage zu bezahlen.
23. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist der Sitz des Verlags, soweit hierüber eine Vereinbarung gesetzlich zulässig ist. Auf den Vertrag findet deutsches Recht Anwendung, wobei zwingendes Verbraucherrecht des Landes, in dem Sie sich gewöhnlich aufhalten, anwendbar bleibt.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlags

- Die allgemeinen und unter zusätzlichen Geschäftsbedingungen, die Auftragsbestätigung und die jeweils gültige Preistabelle 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 Preistabelle des Verlags zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlungsvermittlung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.
- Die Auftraggeber (**Werbegestalter**), die zum ersten Mal mit dem Verlag in Geschäftsvorbereitung treten, kann **Vorauskasse** 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. Die Durchführbarkeit der Aufträge ist davon abhängig, dass der Auftraggeber die Durchführbarkeit der Aufträge durch den Verlag frei von Dritten an den Verlag überträgt, andernfalls er den Verlag von allen Rechten Dritter freistellt, einschließlich der Kosten für die Rechtsverteidigung.

HUSS-VERLAG GmbH

Joseph-Dollinger-Bogen 5
80807 München
Tel. +49 89 32391-0
management@hussverlag.de
www.huss.de



HUSS-MEDIEN GmbH

Am Friedrichshain 22
10407 Berlin
Tel. +49 30 42151-0
management@hussmedien.de
www.huss.de






[tw.hussverlag.de](https://twitter.com/hussverlag)
[xi.hussverlag.de](https://www.facebook.com/hussverlag)
[li.hussverlag.de](https://www.linkedin.com/company/hussverlag)

Bestellen Sie noch heute Ihr Probeexemplar und die aktuellen Mediadaten!

