

## 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
Sonderhe	ft Retrofit & Maintenance	14
Sonderhe	ft Best Projects	15
Shuttle Cr	ross Media Kombi	16
Online-W	erbung	17 – 19
Newslette	er/Social Media	20 – 21
TL-Talks 2	026	22
AGB		23









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 de la 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 fachli-

chen 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

Jahrgang: 66. Jahrgang 2026

7 **Bezugspreis:** Jahresabonnement Inland € 193,00

(inkl. MwSt. zzgl. € 11,80 Versandspesen)

Einzelverkaufspreis € 24,00

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

ISSN-Nr. 2698-8623

8 Organ:

9 Mitgliedschaften:

10 Verlag: HUSS-VERLAG GmbH

 Telefon:
 +49 89 32391-0

 Telefax:
 +49 89 32391-163

Internet: www.huss.de

11 Herausgeber: Dipl.-Ing. (FH) Christoph Huss

12 Anzeigen/Vertrieb: 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

1 Stück

14 **Umfangs-Analyse:** 2024 = 9 Ausgaben + 2 Sonderhefte

Gesamtı	Gesamtumfang:		=	100,00 %
Redaktio	oneller Teil:	685 Seiten	=	81,90 %
Anzeige	nteil:	151 Seiten	=	18,10 %
davon:	Stellen- und	7 Seiten	=	4,60 %
	Gelegenheitsanzeigen			
	verlagseigene Anzeigen	30 Seiten	=	19,90 %
	Einhefter	0 Seiten	=	0,00 %

Beilagen:

#### 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 11.67		11.674

#### Gliederung der Inlandsauflage nach den Postleitzonen:

Anteil tatsächlich verbreiteter Inlandsauflage

PLZ <b>0</b>	6,98 %	808 Exemplare
PLZ 1	4,53 %	524 Exemplare
PLZ 2	9,86 %	1.141 Exemplare
PLZ 3	11,29 %	1.307 Exemplare
PLZ 4	13,04 %	1.509 Exemplare
PLZ <b>5</b>	11,98 %	1.387 Exemplare
PLZ <b>6</b>	8,40 %	972 Exemplare
PLZ <b>7</b>	14,88 %	1.722 Exemplare
PLZ 8	10,25 %	1.186 Exemplare
PLZ <b>9</b>	8,78 %	1.016 Exemplare
Tatsächl	ich 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 31.752

2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger:

(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	Empfängergruppen		nteil an TvA
Grund- systematik	(laut Klassifikation der Wirtschaftszweige)	%	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/Telekommuni- kation	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		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

#### 2026





## Anzeigen-Preisliste Nr. 35 gültig ab 1. Januar 2026

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

Abweichende Formate auf Anfrage

#### 8 Zuschläge:

#### 8.1 Farbzuschläge: -

Sonderfarben auf Anfrage

#### 8.2 Vorzugsplatzierungen:

Bild Titelseite		€ 7.150,-
Zwischentitel		€ 4.750,-
4. Umschlagseite	e (4c)	€ 6.950,-
2. und 3. Umsch	lagseite (4c) jeweils	€ 6.850,-
1/3 Seite (4c) ne	ben 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:
 Stellenangebote:
 \$5,50 pro mm und Spalte
 \$5,50 pro mm und Spalte
 \$2,50 pro mm und Spalte
 \$2,50 pro mm und Spalte

Mindestgröße: 58 x 40 mm, Mindestabnahme: 4 Ausgaben

• 4 x sw á € 100,- pro Ausgabe
• 4 x 4c á € 150,- pro Ausgabe
• 8 x sw á € 85,- pro Ausgabe
• 8 x 4c á € 125,- pro Ausgabe
Chiffregebühr: € 15,-

#### 10 Sonderwerbeformen:

Preise und Zuschläge für Sonderwerbeformen auf Anfrage

#### 11 Rabatte: Bei Abnahme innerhalb eines Jahres

Malstaffel	Mengenstaffel
3 Anzeigen 3 %	2 Seiten 5 %
6 Anzeigen 5 %	4 Seiten 10 %
8 Anzeigen 8 %	6 Seiten 15 %
10 Anzeigen 10 %	8 Seiten 20 %

#### 12 Einhefter\*:

2-seitig	€ 6.050,-
4-seitig	€ 8.850,-
Danistata Liafarranaa	12 200 F

Benötigte Liefermenge 12.200 Exemplare

#### 13 Beilagen\*: nicht rabattierbar

Lose eingelegt, maximale Größe 200 x 280 mm

Preise bis 25 g Gesamtgewicht:  $\leqslant$  325,- je tausend Exemplare 26 g bis 50 g Gesamtgewicht:  $\leqslant$  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

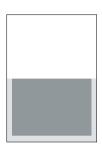
Alle Preise zzgl. MwSt.

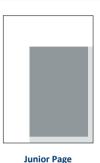


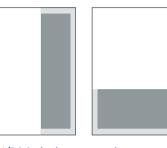
Über 3 Mio. Direktmarketing-Adressen aus 5.000 Branchen für Ihren Werbeerfolg

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









im Satzspiegel im Anschnitt 4c-Preis

1/1 Seite 185 x 266 mm 210 x 297 mm\* € 6.670,-

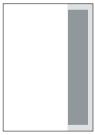
1/2 Seite hoch 90 x 266 mm 105 x 297 mm\* € 3.750,-

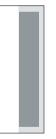
1/2 Seite quer 185 x 130 mm 210 x 148 mm\* € 3.750,-

135 x 185 mm 153 x 202 mm\* € 4.320,-

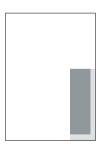
1/3 Seite hoch 58 x 266 mm 70 x 297 mm\* € 2.890,-

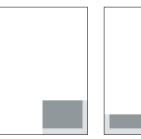
1/3 Seite quer 185 x 85 mm 210 x 99 mm\* € 2.890,-











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,-

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.

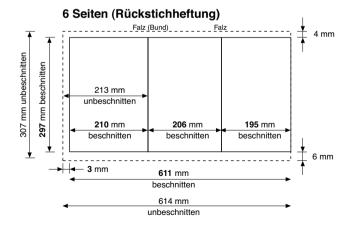
#### Preis:

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.

€ 50.-

#### 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 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)

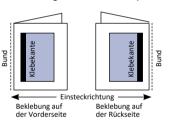
**Klebegebühren:** bis 25 g € 100,- je tausend Exemplare

von 26 bis 50 g € 150.- ie 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.

AS: 27.04.26

ET: 27.05.26

Ständige Themen:

2026

FOKUS-THEMA: Hafentechnik

Vorschau auf die TOC Hamburg



Ständige Ruhriken:

#### Termin- und Themenplan

17. - 19.06.

<ul> <li>Lagertechnik</li> <li>Flurförderzeuge</li> <li>FTS, AMR, Robot</li> </ul>	<ul><li>Kran- und Hebetechnik</li><li>Shuttle-Technologie</li></ul>	<ul><li>Fördertechnik</li><li>Antriebs- und Getriebetechnik</li><li>Software und Automatisierung</li></ul>	Personen & Karrieren     Märkte & Unternehmen     Produkte & Innovationen	<ul><li>Aus der Branche</li><li>Aus der Praxis</li><li>Aus der Forschun</li></ul>	<ul><li>Reportagen</li><li>Interview</li><li>Fokusthema</li></ul>
Heft	Themenschwerpunkte			Messen	und Events
AS: 16.01.26 ET: 11.02.26	SPECIAL: Kran – und Hebetechnik Antriebssysteme, Automatisierungslösungen, Hubwerke, Modernisierung von Kranen und Krananlagen, Vakuumheber, Kabelführungen, Hebetechnik, Hallenkrane FOKUS-THEMA: LogiMAT-Vorbericht Erste Messevorschau über Produktinnovationen in der Intralogistik Produktnews, Innovationen und Interviews zur Messe			Internatio Kranfachta Bochum 16 17.03	agung
AS: 06.02.26 ET: 11.03.26	- Lagertechnik - Künstlich	r Messe, Imponenten - Mobile ne Intelligenz - Softwar	Robotik re für Lagerautomation k und Ident	LogiMAT Stuttgart 24 26.03 LogiNext 0 Hamburg 14 15.04	Germany
<b>3</b> AS: 18.03.26 ET: 21.04.26	Rückblick auf die LogiMAT Highlights, Innovationen, Emotionen  SPECIAL: Software für Lagerautomation Künstliche Intelligenz im Lager, Digitalisierung, Kommissionierung und Bereitstellung, WMS FOKUS-THEMA: Verpackung Vorschau auf die Interpack Messevorschau über Produktinnovationen auf Produktnews zur Messe, Kartonier-, Umreifung	der Interpack		Interpack Düsseldor 07 13.09	f
4	SPECIAL: Shuttle- und Shuttletechnologie System-, Fahrzeug-, Energie- und Antriebssyste	eme, Lastaufnahmemittel, Sensorik	und Funkanbindung	TOC EURO Hamburg	PE 2026

www.huss-mediasales.de

Hafen- und Brückenkrane, Spreader, Reach Stacker, Energieführungen, AGV, Gabelstapler

	Retrofit & Maintenance	
Heft	Themenschwerpunkte 2026	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)	
<b>S</b> 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	
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.
<b>7</b> AS: 11.09.26 ET: 08.10.26	SPECIAL: Transport und Umschlag Hallentore, Industrietore, Verladesysteme 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.
<b>8</b> 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

Anwender und Entscheider aus Intralogistik und Produktion Zielgruppe:

**Umfang:** circa 120 Seiten

Grundpaket: 1/2 Seite hoch Firmenprofil Print (inkl. Logo und Bild) + ein Jahr Online im Branchenverzeichnis mit Verlinkung auf Ihre Website

> Projektbeitrag 2 Druckseiten Print + Online mit Verlinkung auf das Firmenprofil

Gestaltung übernimmt für Sie der Verlag

Paketkosten: 2.600.-€

Upgrade Branchenverzeichnis:

Für eine individuelle und umfassendere Online-Präsentation Ihres Unternehmens, Siehe Seite 17

Preis: 290,-€

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

Projektbeitrag: Ihr Projektbeitrag wird in Teil 2) oder Teil 3) des

Sonderhefts veröffentlicht.

2 Druckseiten, 6.000 bis 8.000 Zeichen

Senden Sie Ihren Projektbeitrag bitte an redaktion@technische-logistik.net

Weitere Werbeformate auf Anfrage.





Beispiel Firmenprofil

#### Themenstruktur

#### Teil 1) Überblick von Branchenexperten

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

#### Teil 2) "Modernisierung - die besten Lösungen"

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

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

Beispiele für vorbeugende und korrektive Instandhaltung, Generalüberholung, Ersatzteillogistik (Minimierung der Lagerhaltung), Teleservice,

TCO (Total Cost of Ownership) und Aftersales-Service

Teil 4) Firmenprofile der Retrofit- oder Maintenance-Anbieter

Alle Preise zzgl. MwSt.



#### **Best Projects 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

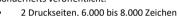
Preis: 290.-€

#### 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.



 Senden Sie Ihren Projektbeitrag bitte an redaktion@technische-logistik.net

Weitere Werbeformate auf Anfrage.

# Technische Logistik Indexemple Interpretation Interpretatio



Beispiel Firmenprofil

#### 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 Visiualiserungssoftware usw.)

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

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

Teil 4) Unternehmensprofile

Alle Preise zzgl. MwSt.



#### **Shuttle Cross Media Kombi**

Durch den Einsatz von Crossmedia-Kombinationen können Sie die Performance Ihrer Werbemaßnahmen deutlich steigern. Mit einer gezielten Verbindung von Printund 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- 27. April 2026

schluss:

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:

Upgrade Branchenverzeichnis: 290,- €

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

Alle Preise zzgl. MwSt.

Preis: 1.550.- €

2026 Online-Werbung

#### **Branchenverzeichnis Online**

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

#### Platzierung:

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

#### Leistungen:

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



#### Richtlinien und Datenanlieferung:

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

#### Tipps:

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

Preis:

€ 640,ein Jahr

Laufzeit:

Alle Preise zzgl. MwSt.





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

#### 2 Kurzcharakteristik:

Technische Logistik

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)	Werbe- form	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 Haupt- navigation	€ 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,-

2026

## Online-Werbung O

### 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 f
  ür 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 Wochen4 WochenImpressions:ca. 3.500ca. 7.000Preis:€ 680,-€ 1.350,-

Alle Preise zzgl. MwSt.

2026 Newsletter

#### 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:

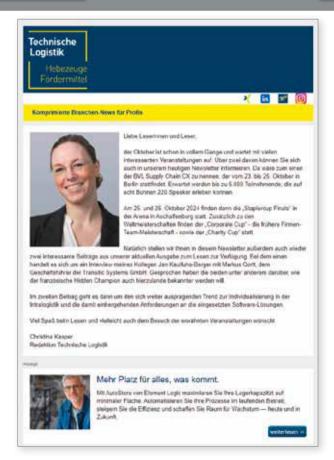
7 Tage vor Schaltbeginn per E-Mail an anzeigen@technische-logistik.net, GIF (nicht animiert), JPG (max. 72 dpi), Text mit 500 Zeichen (inkl. Überschrift und Leerzeichen) + Bild (max. 200 x 200 Pixel), nur Text mit 600 Zeichen (inkl. Überschrift und Leerzeichen)

- 9 Erscheinungsweise: 14-täglich + Sondernewsletter
- 10 Rabatte: Nach Rücksprache

#### Newsletter und Social-Media-Boost:

₩	Newsletter "Technische Logistik" TextAD: 500 Zeichen + Bild (200 × 200 Pixel) + Link	Preis: € 920,-
in	Sponsored Post in unserem LinkedIn-Channel über 5.000 Follower Bild: 800 × 530 Pixel + Text: 500 Zeichen	Preis: € 450,-
in	Social-Media-Boost Ihre TextAD im Newsletter "Technische Logistik"+ Sponsored-Post in unserem LinkedIn-Channel	Vorzugs- preis: € 1.350,-

Alle Preise zzgl. MwSt.



#### Termine Newsletter 2026:

Januar	14. Januar 2026
	28. Januar 2026
Februar	11. Februar 2026
rebruur	25. Februar 2026
März	11. März 2026 - Sondernewsletter zur LogiMAT
	18. März 2026 - Sondernewsletter zur LogiMAT 25. März 2026 - Sondernewsletter zur LogiMAT
	25. Marz 2026 - Soriderflewsietter zur LogiMAT
April	01. April 2026 - Sondernewsletter zur LogiMAT
	15. April 2026
	29. April 2026
Mai	13. Mai 2026
with	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
OKTOBET	28. Oktober 2026
November	
	25. November 2026
Dezember	09. Dezember 2026
DCZCIIIDCI	OJ. DELEMBET ZUZU

Werbeform	Maße (Breite × Höhe)	Text	Preis je Ausgabe
Full-Banner	468 × 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,-



2026 TL-Talks

#### **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: •

Preis:

- Newsletter-Einladung an 56.700 Empfänger von Technischer Logstik, 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 Referen-

ten, Ihrer Firma und Kurzbeschreibung

Video-Veröffentlichung auf www.technische-logistik.net

Aufzeichung 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

- 1. "Anzeigenauftrag" im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung von Anzeigen und Fremdbeilagen in einer Druckschrift sowie über Online-Werbung zum Zweck der Verbreitung. Ein Abschluss erfolgt unter Beachtung der gemäß Preisliste zu gewährenden Rabatte. Bechtsverhindliche Anzeigenaufträge kommen erst durch schriftliche Bestätigung des Auftrags zustande
- 2. Abruf: Anzeigen und Eremdheilagen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsahschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Ahschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.
- 3. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen zu den vertraglich vereinbarten Konditionen bzw. nach Preisliste abzurufen.
- 4. Online-Werbung (d. h. Homepage, Newsletter etc.) bestimmt sich nach dem gebuchten Zeitraum. Der Auftraggeber hat während der gesamten Laufzeit des Vertrages die Webseiten bzw. Dokumente, auf die von der Online-Werbung verlinkt werden soll, aufrecht zu erhalten. Vorhehaltlich entgegenstehender Individualvereinbarungen sind die vom Bannersystem des Verlags genannten Werte bei den Visits und Page Impressions maßgeblich.
- 5. Ablehnung von Aufträgen: Der Verlag ist herechtigt. Anzeigenaufträge auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Gesamtauftrages nach sachgemäßem Ermessen abzulehnen. Dies eilt insbesondere, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt, vom deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder Beilagen durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung, der Zeitschrift oder des verlagseigenen Online-Angebots erwecken oder Fremdanzeigen enthalten. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich nach Kenntniserlangung des betreffenden Inhalts mitgeteilt. Online-Werbeformen, die im Widerspruch zu diesen Bestimmungen stehen, können auch nachträglich aus dem Online-Angebot entfernt werden.
- 6. Anzeigenschluss: Die in den Preislisten angegebenen Anzeigenschlüsse sind für den Verlag unverbindlich. Dem Verlag steht es frei, Anzeigenschlusstermine kurzfristig, dem Produktionsablauf entsprechend, anzupassen.
- 7. Das Storno von bereits gebuchten Aufträgen durch den Auftraggeber ist bis 14 Tage vor Anzeigenschluss (Print) bzw. Beginn der Kampagne (Online) möglich. Danach fallen Stornogebühren in Höhe von 50 % des Bruttopreises an. Bei Stornierungen nach Anzeigenschluss werden 100 % Stornogebühr vom Gesamtpreis fällig. Kündigungen und Rücktritte, die nach dem Anzeigenschluss bzw. dem Beginn der Kampagne eingehen, werden frühestens für die nächste Print-Ausgabe bzw. Online-Kampagne wirksam. Allerdings können Anzeigenaufträge nach Anzeigenschluss bzw. dem Beginn der Kampagne grundsätzlich nur aus wichtigem Grund gekündigt werden. Für die Kündigung reichen Telefax oder F-Mail.
- 8. Platzierung von Anzeigen: Anzeigen werden in bestimmten Nummern, Ausgaben oder an bestimmten Stellen der Druckschrift oder den Online-Medien veröffentlicht. wenn dies bei der Auftragserteilung schriftlich, auch per Telefax und E-Mail vereinbart und vom Verlag bestätigt wird. Rubrikanzeigen werden grundsätzlich nur in der jeweiligen Rubrik veröffentlicht. Sofern keine eindeutigen Platzierungsvorgaben gemacht werden, kann der Verlag die Platzierung frei bestimmen.
- 9. Haftung für die Inhalte der Anzeige: Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der Anzeige und/oder der Online-Werbeform sowie hinsichtlich der hierfür zur Verfügung gestellten Materialien. Er stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter frei, die in diesem Zusammenhang etwa geltend gemacht werden (inklusive der Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung), auch wenn der Auftrag storniert sein sollte. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Durch Erteilung eines Anzeigenauftrages verpflichtet sich der Inserent. die Kosten der Veröffentlichung einer Gegendarstellung, die sich auf tatsächliche Behauptungen der veröffentlichten Anzeige bezieht, zu tragen, und zwar nach Maßgabe des jeweils gültigen Anzeigentarifs. Erscheinen nicht rechtzeitig sistierte Anzeigen, so stehen auch dem Auftraggeber daraus keine Ansprüche gegen den Verlag zu.
- 10. Druckunterlagen: Für die rechtzeitige und einwandfreie Lieferung des Anzeigentextes in Druckunterlagen, Beilagen sowie in der Online-Werbung ist der Auftraggeber verantwortlich. Die Schlusstermine für Druckunterlagen sind der jeweiligen Anzeigenpreisliste des Verlages zu entnehmen.
  - Gefahrübergang ist mit Eingang der Unterlagen beim Verlag oder der Online-Werbeformen. Die Übersendung von mehr als zwei Farbyorlagen, die nicht termingerechte Lieferung der Druckunterlagen und der Wunsch nach einer von der Vorlage abweichenden Druckwiedergabe können Auswirkungen auf Platzierung und Druckqualität verursachen und schließen spätere Reklamationen aus.
  - Soweit möglich, wird der Verlag jedoch für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen unverzüglich Ersatz anfordern.
  - Rücksendung: Druckunterlagen werden nur auf besondere Aufforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet sechs Wochen nach der Veröffentlichung der Anzeige. An den Verlag übermittelte Datenträger mit Druckvorlagen gehen in das Eigentum des Verlages über. Sie werden nur auf ausdrücklichen Wunsch und gegen eine Versandgebühr von 5,00 € an den Auftraggeber auf dessen Risiko zurück gesendet.
  - Abdruckhöhe von Anzeigen: Sind keine besonderen Größenvorschriften vereinbart oder vorgegeben, wird die Anzeige mit der für eine solche Anzeige üblichen Höhe abgedruckt und berechnet. Weicht bei einer fertig angelieferten Druckunterlage die Abdruckhöhe von der bestellten Abdruckhöhe im Auftrag ab, gilt das Maß der in Abdruck gebrachten Anzeigenhöhe. Angefangene Millimeter werden dabei auf volle Millimeter nach oben gerundet.
  - Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Verlag herücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der hei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden. Sendet der Auftraggeber den ihm rechtzeitig übermittelten Probeabzug nicht innerhalb der gesetzten Frist zurück, so gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge.
  - Werden Druckvorlagen oder Online-Werbung digital (z. B. Diskette, CD-ROM) oder durch Fernübertragung (z. B. ISDN, E-Mail) papierlos an den Verlag übermittelt, gelten zusätzlich die folgenden Bestimmungen:
  - Dateiformat: Bei digitaler Übermittlung von mehreren zusammengehörenden Dateien hat der Auftraggeber dafür Sorge zu tragen, dass diese Dateien innerhalb eines gemeinsamen Verzeichnisses (Ordner) gesendet bzw. gespeichert werden. Anzeigenvorlagen sollten nur mit geschlossenen Dateien digital übertragen werden, die der Verlag inhaltlich nicht ändern kann. Der Verlag kann offene Dateien (z. B. unter Corel Draw, QuarkXPress, Freehand gespeicherte Dateien) ablehnen. Der Verlag haftet nicht bei fehlerhafter Veröffentlichung von Anzeigen (Print), die mit offenen Dateien übermittelt werden.
  - Online-Werbung darf nach Absprache mit dem Verlag nur in geeigneten Dateiformaten angeliefert werden. Die Vorgaben des Verlags sind zu beachten. Der Verlag haftet nicht für fehlerhaft angelieferte Dateien.
  - Farbanzeigen: Bei digital übermittelten Druckvorlagen für Farbanzeigen ist vom Auftraggeber ein Farb-Proof mitzuliefern. Digital erstellte Prüfdrucke müssen zur Kontrolle der Farbverbindlichkeit den FOGRA/UGRA-Medienkeil in der aktuellen Version enthalten. Andrucke müssen einen offiziellen Druckkontrollstreifen aufweisen, Ohne Farb-Proof des Auftraggebers sind Farbabweichungen unvermeidbar. Diese können keine Ersatzansprüche des Auftraggebers auslösen. In jedem Fall ist ein Ausdruck per Fax an den Verlag zu senden, um die sachliche Richtigkeit überprüfen zu können. Ein Korrekturfax muss vom Auftraggeber ausdrücklich angefordert werden. Nur bei richtiger Farbanpassung ist eine farblich richtige Umsetzung in üblichen Toleranzen gewährleistet.
  - Computerviren: Der Auftraggeber haftet dafür, dass die übermittelten bzw. gespeicherten Dateien frei von Computerviren sind. Der Verlag ist berechtigt, Dateien mit Computerviren zu löschen, ohne dass dem Auftraggeber hieraus Ansprüche entstünden. Der Verlag behält sich zudem vor, den Auftraggeber auf Schadenersatz in Anspruch zu nehmen, wenn durch solche durch den Auftraggeber infiltrierten Computerviren dem Verlag Schaden entstanden ist.
- 11. Anzeigenbeleg: Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg in Kopie. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige
- 12. Chiffreanzeigen: Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen zur Abholung aufbewahrt bzw. dem Auftraggeber auf dem normalen Postweg weitergeleitet. auch wenn es sich um Einschreibesendungen und Eilbriefe handelt. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Ansonsten werden nicht abgeholte Zuschriften vernichtet. Der Verlag behält sich im Interesse und zum Schutz des Auftraggebers das Recht vor, die eingehenden Angebote zur Ausschaltung von Missbrauch des Zifferndienstes zu Prüfzwecken zu öffnen. Der Auftraggeber kann den Verlag berechtigen, Zuschriften auf Ziffernanzeigen zu öffnen.
- 13. Errechnung Abnahmemenge: Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet. 14. Zusätzliche Satzkosten: Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen. Gleiches gilt für vom Auftraggeber gelieferte Druckvorlagen, deren Behandlung oder nachträgliche Änderung zusätzliche Kosten verursachen.
- Nachlässe: Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.

- 16. Preisänderungen: Bei Änderung der Anzeigenpreise treten die neuen Bedingungen auch für laufende Aufträge sofern keine anders lautende, schriftliche Vereinbarung getroffen wurde - mit dem Einführungstermin des neuen Tarifs in Kraft.
- 17. Abweichende Preise: Für Anzeigen in Verlagsbeilagen und redaktionell gestaltete Anzeigen, Anzeigen in Sonderveröffentlichungen und Kollektiven sowie für die Onlinewerbung und für Anzeigen, welche nach Anzeigenschluss verkauft werden, kann der Verlag von der Preisliste abweichende Preise festlegen.
- 18. Auflagenminderung: Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn die in der Preisliste garantierte verkaufte Auflage im Gesamtdurchschnitt des vergangenen Insertionsjahres laut IVW-Meldungen um 30 % unterschritten wird. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungs- und Schadenersatzansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte. Änderungen des Heftumfangs behält sich der Verlag vor. ohne dass hieraus der Auftraggeber Ansprüche herleiten kann.
- 19. Rechnungen sind innerhalb von 14 Tagen nach Rechnungslegung zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Der Verlag ist herechtigt, fehlerhafte Rechnungen innerhalb von sechs Monaten nach Rechnungsstellung zu korrigieren
- 20. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden die gesetzlichen Zinsen, im kaufmännischen Geschäftsverkehr in Höhe von 9. Prozentnunkten über dem Basiszinssatz der Europäischen Zentralbank ab Fälligkeit des Rechnungsbetrages, sowie einer Verzugsschadenspauschale in Höhe von 40,00 € berechnet, die auf einen geschuldeten Schadensersatz anzurechnen ist, soweit der Schaden nachweislich höher ist (z. B. wegen Kosten der Rechtsverfolgung). Die Pauschale fällt auch bei verspäteten Abschlags- oder Ratenzahlungen an. (§ 288 BGB n. F.) Zahlungsfristen betragen im kaufmännischen Geschäftsverkehr längstens 60 Tage, es sei denn, darüber hinausgehende Zahlungsfristen sind für den Gläubiger nicht grob unbillig. Ist der Auftraggeber Verbraucher liegt der Zinssatz im Verzugsfall bei 5 Prozentounkten über dem jeweiligen Basiszinssatz. Dies gilt auch im Fall der Stundung. Die Geltendmachung eines weiteren Verzugsschadens behält sich der Verlag gegenüber Unternehmern und Verbrauchern vor. Den Vertragspartnern bleibt es jedoch vorbehalten, im einzelnen einen niedrigeren oder einen höheren Schaden nachzuweisen. Der Verlag kann hei Zahlungsverzug von Unternehmern und Verbrauchern die weitere Ausführung des laufenden Auftrages his zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
- Gewährleistung: Bei fehlerhaftem Abdruck einer Anzeige trotz rechtzeitiger Lieferung einwandfreier Druckunterlagen und rechtzeitiger Reklamation kann der Auftraggeber den Abdruck einer einwandfreien Ersatzanzeige (Nacherfüllung) oder Minderung des Anzeigenpreises in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige
  - Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennhar, sondern werden dieselben erst bei der Produktion deutlich, so hat der Auftraggeber bei ungenügendem Abdruck keine Gewährleistungsansprüche. Das gleiche gilt bei Fehlern in wiederholt erscheinenden Anzeigen, wenn der Auftraggeber nicht vor Drucklegung der nächstfolgenden Anzeige auf den Fehler hinweist. Der Verlag ist nicht veroflichtet, die Druckunterlagen auf Vollständigkeit und Richtigkeit zu überprüfen, Die Gewährleistung bei Online-Werbung ist auf solche Fehler in der Wiedergabe der Online-Werbeform beschränkt, die in der Einflusssphäre des Verlags, d. h. insbesondere auf dem Server des Verlags entstehen bzw. begründet sind. Die Gewährleistung gilt ferner nicht für unwesentliche Fehler, z. B. dann, wenn die Beeinträchtigung bei der Wiedergabe der Online-Werbeform deren Zweck nicht wesentlich beeinträchtigt. Dem Auftraggeber ist bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, jederzeit eine gänzlich fehlerfreie Wiedergabe der Online-Werbeform zu ermöglichen. Bei einem Ausfall des Servers über einen erheblichen Zeitraum (mehr als 10 % der gebuchten Zeit) einer zeitgebundenen Festbuchung, wird der Verlag versuchen, den Ausfall an Medialeistung nachzuliefern oder die Zeit der Insertion zu verlängern, sofern dies den Interessen des Auftraggebers nicht zuwiderläuft. Im Falle des Scheiterns einer Nachlieferung innerhalb der ursprünglich gebuchten Insertion bzw. nach Verlängerung des Insertionszeitraumes, entfällt die Zahlungsoflicht des Auftraggebers für die in dem Zeitraum nicht realisierten bzw. durchschnittlich nicht angefallenen Medialeistungen. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen. Im Übrigen liegt ein Fehler nicht vor bei einen Ausfall des vom Verlag genutzten Servers, der nicht länger als 24 Stunden (fortlaufend oder addiert) innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der vertraglich vereinbarten Schaltung andauert. Beachtet der Auftraggeber diese Geschäftsbedingungen oder die Empfehlungen des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von digitalen Druckunterlagen und Online-Werbung nicht, so stehen ihm keine Ansprüche wegen fehlerhafter Anzeigenveröffentlichung zu.
- Der Verlag gewährleistet die drucktechnisch zeitbedingt bestmögliche Wiedergabe der Anzeige im Rahmen der durch die Druckvorlagen gegebenen Möglichkeiten. Reklamationen offensichtlicher Mängel müssen vom Auftraggeber spätestens innerhalb von vier Wochen nach Veröffentlichung schriftlich geltend gemacht werden. Sämtliche Gewährleistungsansprüche verjähren mit Ablauf des 31. Dezember des auf die Veröffentlichung der entsprechenden Anzeige oder Beilage folgenden Jahres. 22.a)Zur Haftung, gleich aus welchem Rechtsgrund einschließlich unerlaubter Handlungen, ist der Verlag nur verpflichtet, soweit Schäden
- (1) durch schuldhafte Verletzung einer vertragswesentlichen Pflicht (Kardinalpflicht) durch den Verlag in eine das Erreichen des Vertragszwecks gefährdenden Weise
- (2) auf grobe Fahrlässigkeit oder Vorsatz von dem Verlag zurückzuführen sind.
- b)Haftet der Verlag gemäß Ziffer a) (1) für die Verletzung einer vertragswesentlichen Pflicht, ohne dass ihm grobe Fahrlässigkeit oder Vorsatz zur Last fallen, ist die Haftung von dem Vertrag auf die vereinbarten Anzeigenpreise beschränkt.
- c) Haftet der Verlag gemäß Ziffer a) (1) oder (2) für grobe Fahrlässigkeit oder Vorsatz von Mitarbeitern, die nicht Organe oder leitende Angestellte des Verlags sind, ist die Haftung des Verlags ebenfalls auf die vereinbarten Anzeigenpreise begrenzt. d) Für mittelbare Schäden, Mangelfolgeschäden, entgangenen Gewinn und Ersatz vergeblicher Aufwendungen haftet der Verlag nicht, sofern diese nicht auf Vorsatz oder
- grobe Fahrlässigkeit von Organen oder leitenden Angestellten des Verlags zurückzuführen sind. e)Ansonsten ist jede Haftung des Verlages auf solche typischen Schäden beschränkt, mit deren Eintritt der Verlag nach den ihm bei Vertragsabschluss bekannten
- Umständen vernünftigerweise rechnen konnte
- f) Der Ausschluss oder die Begrenzung von Ansprüchen gem. den vorstehenden Ziffern a) bis e) schließt Ansprüche gegen Mitarbeiter und Beauftragte des Verlags ein. g)Eine Haftung des Verlages wegen Personenschäden. Fehlens zugesicherter Eigenschaften oder nach dem Produkthaftungsgesetz bleibt unberührt
- h)Keine Ansprüche des Auftraggebers bestehen für den Fall, dass die Nichtverfügbarkeit auf Arbeiten oder Wartungsaufgaben beruht, die lediglich im Interesse des Auftraggebers erfolgen
- i) Der Verlag übernimmt keine Haftung für Fehler aus telefonischen oder fernschriftlichen Übermittlungen jeder Art. Eine Haftung wird auch nicht übernommen, wenn sich Mängel an der Vorlage erst bei der Reproduktion oder beim Druck zeigen. Der Auftraggeber hat dann bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche. Die eventuell
- entstehenden Mehrkosten z. B. zur Nachbesserung der Druckunterlagen oder für Maschinenstillstand müssen weiterberechnet werden. i) Fälle höherer Gewalt wie z. B. Arbeitskampfmaßnahmen. Beschlagnahme, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung oder Betriebsstörungen entbinden den Verlag von der Veroflichtung auf Erfüllung von Aufträgen und Leistung von Schadenersatz. Kann der Verlag dennoch die Aufträge mit 80 % der verkauften Auflage erfüllen, so hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen. Geringere Leistungen sind nach dem Tausender-Seitenpreis gemäß der im Tarif
- genannten verkauften Auflage zu bezahlen. 23. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist der Sitz des Verlags, soweit hierüber eine Vereinbarung gesetzlich zulässig ist. Auf den Vertrag findet deutsches Recht Anwendung,
- wobei zwingendes Verbraucherrecht des Landes, in dem Sie sich gewöhnlich aufhalten, anwendbar bleibt.

#### Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlags

- a) Die allgemeinen und unsere zusätzlichen Geschäftsbedingungen, die Auftragsbestätigung und die jeweils gültige Preisliste sind für jeden Auftrag maßgebend. Abweichende Geschäftsbedingungen werden erst gültig durch schriftliche Bestätigung des Verlags.
- Die Werbungsmittler und Werbeagenturen sind veroflichtet, sich in ihren Angeboten. Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungstreibenden an die Preisliste des Verlags zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden
- Bei Auftraggebern/Werbeagenturen, die zum ersten Mal mit dem Verlag in Geschäftsverbindung treten, kann Vorauskasse bis zum Anzeigenschlusstermin verlangt
- Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Print- und Online-Medien aller Art (inklusive Internet) erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs- und sonstigen Rechte, insbesondere zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich, inhaltlich und örtlich unbegrenzt in dem für die Durchführung der Aufträge notwendigen Umfang. Der Auftrageeber garantiert, dass er diese Nutzungsrechte frei von Rechten Dritten an den Verlag überträgt, andernfalls er den Verlag von allen Rechten Dritter freistellt, einschließlich der Kosten für die Rechtsverfolgung.

# huss

# Fachpublikationen HUSS-VERLAG GmbH, München

#### **Corporate Publishing**











