

LEBENSMITTEL TECHNIK



Offizielles Organ der Gesellschaft Deutscher Lebensmitteltechnologien e.V. (GDL), des Vereins Österreichischer Lebensmittel- und Biotechnologen (VÖLB), der Industrievereinigung für Lebensmitteltechnologie und Verpackung e.V. (IVLV) sowie Partner im DLG-Netzwerk für Lebensmittelverarbeitung

MEDIA-INFORMATIONEN 2012

Anzeigenpreisliste Nr. 52
Gültig ab 1. Januar 2012

*...damit Ihre
Werbung wirkt!*

www.lebensmitteltechnik-online.de

**LEBENSMITTEL
TECHNIK**

Offizielles Organ der Gesellschaft Deutscher Lebensmitteltechnologien e.V. (GDL), des Vereins Österreichischer Lebensmittel- und Biotechnologen (VÖLB), der Industrievereinigung für Lebensmitteltechnologie und Verpackung e.V. (IVLV) sowie Partner im DLG-Netzwerk für Lebensmittelverarbeitung

911
September
43. Jahrgang
4-14/2012

**Automatisierung
Antriebe für
den effizienten
Brauprozess**

Schneidetechnik
Erhebliche
Reduzierung des
Ausschusses

Prebiotika
Absicherung der
Funktionalität

Tiefkühlager
Verbesserte
Logistikabläufe
sparen Kosten

PHOTO: J. H. H. H.

*Trennbereich zur
Anzeige Prof. Dr. 2012*

Im Verlag

Uwe Miculcy

Anzeigenleitung

Telefon: +49(0)40/38 60 93-50

E-Mail: u.miculcy@lebensmitteltechnik-online.de

Birgit Tobolla

Mediaberatung

Telefon: +49(0)40/38 60 93-52

E-Mail: b.tobolla@lebensmitteltechnik-online.de

Bernd Kostbade

Mediaberatung

Telefon: +49(0)40/38 60 93-53

E-Mail: b.kostbade@lebensmitteltechnik-online.de

Doris Zemke

Bezugsquellenverzeichnis/Stellenmarkt/Disposition

Telefon: +49(0)40/38 60 93-51

E-Mail: d.zemke@lebensmitteltechnik-online.de

LT Food Medien-Verlag GmbH

Bugdahnstraße 5, 22767 Hamburg

Telefon: +49(0)40/38 60 93-01

Telefax: +49(0)40/38 60 93-85

E-Mail: service@lebensmitteltechnik-online.de

Internet: www.lebensmitteltechnik-online.de

Im Ausland

United Kingdom

MEDIA NETWORK EUROPE

University House, 11-13 Lower Grosvenor Place, London SW1W 0EX, UK

phone: +44/20/78347676, fax: +44/20/79730076

e-mail: media@alaincharles.com, contact: Mr. Richard Rozelaar

USA, Canada

TRADE MEDIA INTL.

421 Seventh Avenue, Suite 607, New York 10001, USA

phone: +1/212/5643380, fax: +1/212/5943841

e-mail: corrie.deGroot@tmicor.com, contact: Ms. Corrie de Groot

Netherlands, Belgium and Luxembourg

AMADIS MARKETING

Postbox 840, NL-6800 AV Arnhem

phone: +31/26/8443954

e-mail: amadismarketing@gmail.com, contact: Mr. Huub Klarenaar

Schweiz, Fürstentum Liechtenstein

RICO DORMANN MEDIA, CONSULTANT MARKETING

Moosstraße 7, CH-8803 Rüschlikon

phone: +41/44/7208550, fax: +41/44/7211474

e-mail: dormann@rdormann.ch, contact: Mr. Rico Dormann



Inhalt

Titel-Porträt.....	4
Termin- und Themenplan	6
Preisliste	8
Formate und technische Angaben.....	9
Empfänger-Struktur-Analyse	16

DER MARKT (Quelle: BVE)

- Die Ernährungsindustrie ist in Deutschland der viertgrößte Industriezweig mit knapp 150 Mrd. EURO Jahresgesamtumsatz.
- Charakterisiert durch eine hohe langfristige wirtschaftliche Stabilität.
- Langfristig besteht ein positiver Trend in der Gesamtumsatzentwicklung.
- Gekennzeichnet durch eine positive Investitionsbereitschaft: 2011 betrug der Zuwachs der Anlageninvestitionen 15 %.

Sie wollen, dass Ihre Werbekampagne erfolgreich und effizient ist?

Dann wenden Sie sich an uns. Unser Anzeigenteam ist Ihnen gerne bei der Planung Ihrer (crossmedialen) Kampagne behilflich und erstellt Ihnen ein individuelles, auf Ihre Bedürfnisse ausgerichtetes Angebot.

DIE FACHZEITSCHRIFT

- Seit über 40 Jahren am Markt etabliert
- Vielfältige und hochwertige Inhalte zu allen branchenrelevanten Thematiken
- Höchste Abonnentenzahl im Wettbewerb
- Auflage: über 9.400
- Empfängerstruktur:
 - 35 % Unternehmens-/Betriebsführung,
 - 28 % Entscheider der Entwicklung und Konstruktion von Maschinen und Anlagen,
 - 30 % Entscheider und Entscheidungsbeteiligte der Produktion

Optimale Voraussetzungen für Ihren Werbeerfolg:

- Entscheider und Entscheidungsbeteiligte der Branche ohne Streuverluste erreichen
- Werblich attraktives redaktionelles Umfeld
- Starke Leser-Blatt-Bindung
- Hohe Aufmerksamkeit

*LEBENSMITTELTECHNIK –
Ihr Werbeträger für die
Lebensmittel- und Getränkeindustrie*

DAS ONLINE-PORTAL

Fachwissen wird heutzutage über mehrere Medien abgerufen. Deswegen gibt es bei uns auch ein Online-Portal (www.lebensmitteltechnik-online.de) und einen Newsletter von LEBENSMITTELTECHNIK. Durch diesen starken Verbund können Entscheider der Lebensmittel- und Getränkeindustrie crossmedial erreicht werden.

DIE SPECIALS

Im Fokus: Hygienic Design

Drimal jährlich ein ideales redaktionelles Umfeld, um auf hygienegerecht konstruierte und gestaltete Maschinen, Anlagen und Komponenten aufmerksam zu machen.

Schwerpunktt Themen

Die mehrmals im Jahr erfolgende inhaltliche Fokussierung auf ausgewählte Themen stellt ein besonderes Umfeld für spezielle Werbemaßnahmen dar.

Bezugsquellenverzeichnis (BZV)

Eine der umfangreichsten und bedeutendsten Marktübersichten. Das BZV dient Einkäufern als Informations- und Orientierungsquelle und sichert somit die ganzjährige Aufmerksamkeit von Entscheidern sowie Entscheidungsbeteiligten. Auf Wunsch auch farbige und/oder crossmediale Einträge möglich.

Stellenmarkt

Etablierter und umfangreicher Stellenmarkt für Fach- und Führungskräfte der gesamten Lebensmittel- und Getränkeindustrie. Optional auch nur online oder crossmediale Schaltungen möglich.

Sonderheft EHEDG-Marktspiegel

Im Rahmen dieser in ihrer Art im deutschsprachigen Raum einzigartigen Marktübersicht mit erweiterter und zielgruppenfokussierter Verbreitung können Lösungen für die hygienische Produktion Entschieden der gesamten Lebensmittel- und Getränkeindustrie wirksam und effizient präsentiert werden.

- 1 Titel:** LEBENSMITTELTECHNIK
- 2 Kurzcharakteristik:** **LEBENSMITTELTECHNIK** zählt seit über 40 Jahren zu den bedeutendsten und renommiertesten Fachzeitschriften für die gesamte Lebensmittel- und Getränkeindustrie. Praxis- und anwendungsbezogen vermittelt LEBENSMITTELTECHNIK fundiertes Fachwissen und hochwertige Brancheninformationen zu allen Aspekten rund um die gesamte branchenspezifische Wertschöpfungskette sowie zu allen relevanten Themen der Lebensmittel- und Getränkeproduktion. Somit versorgt LEBENSMITTELTECHNIK Fach- und Führungskräfte mit allem Wissenswerten und hat einen hohen Nutzwert sowohl im beruflichen Alltag bei der Bewältigung technischer Aufgabenstellungen als auch im Rahmen von Investitionsentscheidungen. In Form von Fachbeiträgen, Berichten, Interviews, Praxisbeispielen und Branchennachrichten erstreckt sich die Themenvielfalt von Roh- und Zusatzstoffen über Prozess- und Verpackungstechnik, Messtechnik, Automatisierung und Robotik bis hin zu Logistik und Hygiene. Messberichte, Produktvorstellungen sowie Unternehmens-, Personal-, Wirtschafts- und Veranstaltungsinformationen komplettieren das Angebot.
- 3 Zielgruppe:** Alle mit dem Produktionsprozess von Lebens- und Genussmitteln bzw. Getränken verantwortlich befassenen Fachleute mit Führungsverantwortung. Kernzielgruppe sind somit alle Entscheider und Entscheidungsbeteiligte der Lebensmittel- und Getränkeindustrie wie Inhaber, Vorstände, Geschäftsführer, Werks-, Betriebs-, Produktions- und Laborleiter, Projekt- und Konstruktionsleiter, Einkäufer, Produktentwickler und Qualitätssicherungsbeauftragte.
- 4 Erscheinungsweise:** monatlich (2 Doppelausgaben)
Sonderheft: EHEDG-Marktspiegel (jährlich)
- 5 Heftformat:** DIN A4
- 6 Jahrgang/Jahr:** 44. Jahrgang 2012
- 7 Bezugspreis:** (jeweils inklusive Versandkosten)
Jahresabonnement Standard:
Inland EURO 88,-/Ausland EURO 98,-
Studentenabonnement Standard:
Inland EURO 55,-/Ausland EURO 66,-
Jahresabonnement Plus (inkl. CD Jahresarchiv):
Inland EURO 103,-/Ausland EURO 113,-
Studentenabonnement Plus (inkl. CD Jahresarchiv):
Inland EURO 70,-/Ausland EURO 81,-
Einzelverkaufspreis:
Heft EURO 12,-/CD Jahresarchiv EURO 45,-
- 8 Organ:** Offizielles Organ der Gesellschaft Deutscher Lebensmitteltechnologien e.V. (GDL), des Vereins Österreichischer Lebensmittel- und Biotechnologen (VÖLB), der Industrievereinigung für Lebensmitteltechnologie und Verpackung e.V. (IVLV) sowie Partner im DLG-Netzwerk für Lebensmittelverarbeitung
- 9 Mitgliedschaften:** -



10 Verlag: LT Food Medien-Verlag GmbH
Bugdahnstraße 5, 22767 Hamburg
Telefon: +49(0)40/38 60 93-01
Telefax: +49(0)40/38 60 93-85
E-Mail: service@lebensmitteltechnik-online.de

11 Herausgeber: Volker Herrmann

12 Anzeigen: Uwe Miculcy
(Anzeigenleiter)
Tel.: +49(0)40/38 60 93-50
E-Mail: u.miculcy@lebensmitteltechnik-online.de

Birgit Tobolla
(Mediaberatung)
Tel.: +49(0)40/38 60 93-52
E-Mail: b.tobolla@lebensmitteltechnik-online.de

Bernd Kostbade
(Mediaberatung)
Tel.: +49(0)40/38 60 93-53
E-Mail: b.kostbade@lebensmitteltechnik-online.de

Doris Zemke
(Bezugsquellenverzeichnis, Stellenmarkt, Disposition)
Tel.: +49(0)40/38 60 93-51
E-Mail: d.zemke@lebensmitteltechnik-online.de

13 Redaktion: Thomas Wiese
(Chefredakteur)
Tel.: +49(0)40/38 60 93-22
E-Mail: t.wiese@lebensmitteltechnik-online.de

Wolf-Dieter Stechmann
(stellv. Chefredakteur)
Tel.: +49(0)40/38 60 93-20
E-Mail: w.stechmann@lebensmitteltechnik-online.de







14 Umfangs-Analyse 2010 = 10 Ausgaben

Gesamtumfang:	698 Seiten	= 100,00 %
Redaktionsteil	465 Seiten	= 66,62 %
Anzeigenteil	233 Seiten	= 33,38 %
davon:		
Stellen- und Gelegenheitsanzeigen	17 Seiten	= 7,30 %
Verlagseigene Anzeigen	3 Seiten	= 1,29 %
Einhefter	14 Seiten	= 6,01 %
Beilagen	18 Stück	

15 Inhalts-Analyse des Redaktionsteils

	465 Seiten	= 100,00 %
Editorial	7 Seiten	= 1,51 %
Inhaltsverzeichnis	20 Seiten	= 4,30 %
Nachrichten	14 Seiten	= 3,01 %
Personalien	7 Seiten	= 1,51 %
Managementsysteme	11 Seiten	= 2,37 %
Lebensmittelrecht	14 Seiten	= 3,01 %
Veranstaltungen	5 Seiten	= 1,08 %
Roh- und Zusatzstoffe	46 Seiten	= 9,89 %
Produktion	84 Seiten	= 18,06 %
Robotik	28 Seiten	= 6,02 %
Verpackung	80 Seiten	= 17,20 %
Fördern, Lagern, Transportieren	33 Seiten	= 7,10 %
Wägen, Messen, Steuern, Regeln	30 Seiten	= 6,45 %
Betriebsbedarf	62 Seiten	= 13,33 %
EDV	10 Seiten	= 2,15 %
Bücher	4 Seiten	= 0,86 %
Vorschau	7 Seiten	= 1,51 %
Impressum	3 Seiten	= 0,64 %

Ausgabe, Erscheinungs-termin	Anzeigen-/Druckvorlagentermin	Ingredients; Produktion, Verfahrenstechnik	Verpackung, Kennzeichnung; Abfüll- und Dosiertechnik; Wägetechnik	Robotik, Automation; Messtechnik, Sensorik; Intralogistik; Betriebsbedarf; IT; Hygiene	Messen und Veranstaltungen
1-2 21.02.12	31.01.12 Sonderheft EHEDG-Marktspiegel	Vorberichtsausgabe zur HygieniCon, zur Ipack-Ima und zur Anuga FoodTec, Nachberichtsausgabe zur ProSweets			
		<ul style="list-style-type: none"> • Stärke, Stärkederivate • Öle, Fette, Fettersatzstoffe • Mühlen, Walzen, Kutter • Eindampfen, Trocknen, thermische Verfahrenstechnik • Innovationen auf der Anuga FoodTec I 	<ul style="list-style-type: none"> • Kunststoffverpackungen • Pneumatische Zuführsysteme, Rohstoffhandling • Wäge- und Dosiermaschinen 	<ul style="list-style-type: none"> • Robotik, Visionsysteme, Automatisierung • Pumpen, Ventile, Armaturen • Fässer, Big Bags, Container, Lagersysteme • Reinigung, Desinfektion, Betriebshygiene 	<ul style="list-style-type: none"> • ISM/ProSweets, 29.01.-01.02.12, Köln • FRUIT LOGISTICA/FRESHCONEX, 08.-10.02.12, Berlin • BioFach, 15.-18.02.12, Nürnberg • HygieniCon, 28.02.-01.03.12, Karlsruhe • IPACK-IMA, 28.02.-03.03.12, Mailand
3 20.03.12	28.02.12 	Hauptberichtsausgabe zur Anuga FoodTec			
		<ul style="list-style-type: none"> • Kulturen, Mikroorganismen • Fruchtzubereitungen, Pürees, Konzentrate • Prozessanlagen • Kühlen, Gefrieren, Frosten • Innovationen auf der Anuga FoodTec II 	<ul style="list-style-type: none"> • Verpackungen aus Wellpappe, Karton und Papier • Aseptische Füll- und Verpackungstechnik • Kennzeichnen; Etikettieren, Sleeven 	<ul style="list-style-type: none"> • Inspektionsanlagen, Fremdkörperdetektoren • IT-Systeme, Branchensoftware • Intralogistik, RFID • Qualitätsmanagement, Lebensmittelsicherheit 	<ul style="list-style-type: none"> • USETEC, 05.-07.03.12, Köln • CeBIT, 06.-10.03.12, Hannover • LogiMAT, 13.-15.03.12, Stuttgart • Anuga FoodTec, 27.-30.03.12, Köln
4 16.04.12	22.03.12 	Vorberichtsausgabe zur Hannover Messe			
		<ul style="list-style-type: none"> • Emulgatoren, Lecithine • Verdickungsmittel • Extruder, Formautomaten • Emulgieren, Dispergieren, Homogenisieren 	<ul style="list-style-type: none"> • Glasbehälter, Metallverpackungen • Sammel- und Endverpackung • Wiegen, Mischen, Dosieren 	<ul style="list-style-type: none"> • Messgeräte, Regler, Sensoren • Analytik, Laborausstattung, Schnellmethoden • Energieeffizienz, Energiemanagement, Energieversorgung • Bodenbeläge 	<ul style="list-style-type: none"> • analytica, 17.-20.04.12, München • Hannover Messe, 23.-27.04.12, Hannover
5 15.05.12	23.04.12 	Vorberichtsausgabe zur Automatica und zur Vitafoods, Nachberichtsausgabe zur Anuga FoodTec			
		<ul style="list-style-type: none"> • Antioxidantien • Farbstoffe, färbende Lebensmittel • Schneide- und Zerkleinerungstechnik • Filtrations- und Membrantechnik • Innovationen auf der Anuga FoodTec III 	<ul style="list-style-type: none"> • Verschlüsse, Verschließsysteme • Palettieren, Schrumpfen, Strecken • Kontrollwaagen, Preisauszeichner 	<ul style="list-style-type: none"> • Robotik, Visionsysteme, Automatisierung • Reinraumtechnik, Luftmanagement • Schmierstoffe • Reinigung, Desinfektion, Betriebshygiene 	<ul style="list-style-type: none"> • Control, 08.-11.05.12, Stuttgart • Tecnoalimentaria/Hispack, 15.-18.05.12, Barcelona • Vitafoods, 22.-24.05.12, Genf • Sensor + Test, 22.-24.05.12, Nürnberg • AUTOMATICA, 22.-25.05.12, München
6 11.06.12	18.05.12 	Vorberichtsausgabe zur Achema, Nachberichtsausgabe zur Hannover Messe			
		<ul style="list-style-type: none"> • Aromen, Mineralstoffe, Vitamine • Ballaststoffe, funktionelle Fasern • Wärmeträgeranlagen, Trockner, Verdampfer • Siebmaschinen 	<ul style="list-style-type: none"> • Um- und Transportverpackung • Füll- und Verschleißmaschinen • Pulver- und Schüttguttechnologie, Ex-Schutz 	<ul style="list-style-type: none"> • Druckluftanlagen, Vakuumtechnik • Pumpen, Ventile, Armaturen • Silos, Tanks, Lagerbehälter • Schädlingsbekämpfung 	<ul style="list-style-type: none"> •ACHEMA, 18.-22.06.12, Frankfurt/Main

7-8 24.07.12 03.07.12 	Nachrichtsausgabe zur Achema und zur Automatica			
9 18.09.12 28.08.12 	Vorberichtsausgabe zur FachPack und zur InterMeat/InterMopro/InterCool			
10 15.10.12 21.09.12 	Vorberichtsausgabe zur IPA und zur Parts2Clean			
11 06.11.12 16.10.12 	Vorberichtsausgabe zur Hi Europe, zur Brau Beviale, zur Emballage und zur SPS/IPC/Drives, Nachrichtsausgabe zur FachPack			
12 14.12.12 23.11.12 	Vorberichtsausgabe zur ProSweets, Nachrichtsausgabe zur Brau Beviale und zur Hi Europe			
1-2/13 05.02.13 15.01.13 	Nachrichtsausgabe zur Achema und zur Automatica			

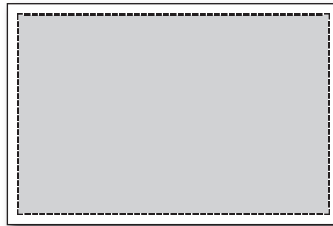
Der Redaktionsplan umfasst aus Gründen der Übersichtlichkeit lediglich ausgewählte Themengebiete und Begriffe. Für nähere Informationen zu den geplanten Veröffentlichungen wenden Sie sich bitte an die Redaktion. Zusätzlich werden in jeder Ausgabe in der Rubrik Spektrum Neuentwicklungen aus allen Bereichen vorgestellt. Änderungen vorbehalten.

1 Anzeigenpreise und Formate

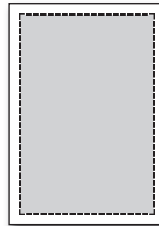
Größe	Anzeigenpreise in EURO			
	s/w	2c	3c	4c
2/1	6.860,-	7.320,-	7.780,-	7.950,-
1/1	3.670,-	4.130,-	4.590,-	4.760,-
3/4 quer	2.790,-	3.250,-	3.710,-	3.880,-
2/3 hoch/quer	2.590,-	3.050,-	3.510,-	3.680,-
1/2 Juniorpage	2.320,-	2.680,-	3.040,-	3.240,-
1/2 hoch/quer	1.910,-	2.270,-	2.630,-	2.830,-
1/3 hoch/quer	1.360,-	1.720,-	2.080,-	2.280,-
1/4 hoch/2-spaltig/quer	990,-	1.290,-	1.590,-	1.750,-
1/8 2-spaltig/quer	520,-	820,-	1.120,-	1.280,-
Umschlagseiten (U2/3/4)	3.940,-	4.440,-	4.940,-	5.090,-

alle Preise zuzügl. ges. MwSt./alle Zuschläge sind rabattfähig

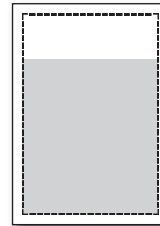
Druckfarben nach ISO 2846-1 (Euroskala)/Preiszuschlag je Sonderfarbe EURO 750,-



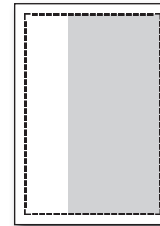
Satzspiegel
2/1 Seite über Bund
382 x 267
Anschnitt 420 x 297
inkl. Beschnitt 436 x 303



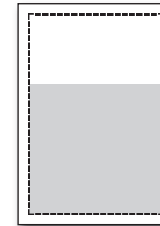
Satzspiegel
1/1 Seite
186 x 267
Anschnitt 210 x 297
inkl. Beschnitt 216 x 303



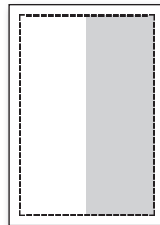
Satzspiegel
3/4 Seite quer, 4-spaltig
186 x 200
Anschnitt 210 x 218
inkl. Beschnitt 216 x 221



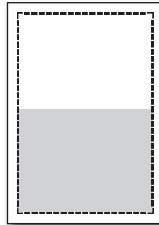
Satzspiegel
2/3 Seite hoch
122 x 267
Anschnitt 132 x 297
inkl. Beschnitt 135 x 303



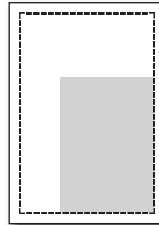
Satzspiegel
2/3 Seite quer, 4-spaltig
186 x 174
Anschnitt 210 x 192
inkl. Beschnitt 216 x 195



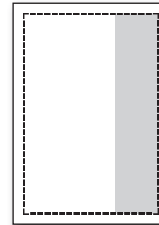
Satzspiegel
1/2 Seite hoch
2-spaltig
90 x 267
Anschnitt
100 x 297
inkl.
Beschnitt
103 x 303



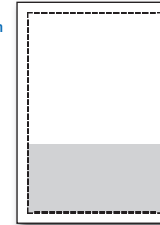
Satzspiegel
1/2 Seite quer
4-spaltig
186 x 130
Anschnitt
210 x 148
inkl.
Beschnitt
216 x 151



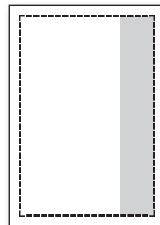
Satzspiegel
1/2 Seite Juniorpage
130 x 186
Anschnitt
148 x 210
inkl.
Beschnitt
151 x 213



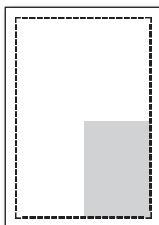
Satzspiegel
1/3 Seite hoch
59 x 267
Anschnitt
69 x 297
inkl.
Beschnitt
72 x 303



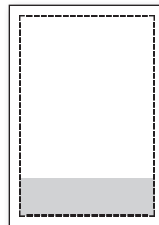
Satzspiegel
1/3 Seite quer
4-spaltig
186 x 89
Anschnitt
210 x 105
inkl.
Beschnitt
216 x 108



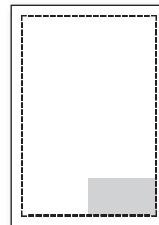
Satzspiegel
1/4 Seite hoch
1-spaltig
43,5 x 267
Anschnitt
55 x 297
inkl.
Beschnitt
58 x 303



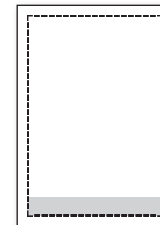
Satzspiegel
1/4 Seite 2-spaltig
90 x 130
Anschnitt
100 x 148
inkl.
Beschnitt
103 x 151



Satzspiegel
1/4 Seite quer
4-spaltig
186 x 64
Anschnitt
210 x 80
inkl.
Beschnitt
216 x 83



Satzspiegel
1/8 Seite 2-spaltig
90 x 64
Anschnitt
100 x 80
inkl.
Beschnitt
103 x 83



Satzspiegel
1/8 Seite quer
4-spaltig
186 x 32
Anschnitt
210 x 48
inkl.
Beschnitt
216 x 51

2 Zuschläge:

Platzierung	Titelpaket (rabattfähig): 1 x Titelmotiv, 4c, 145 mm x 184 mm (Gestaltung in Absprache mit dem Verlag) 1 x 1/2 Anzeigenseite 4c neben Inhaltsverzeichnis	EURO 5.480,-
	Umschlagseiten U2, U3, U4 (rabattfähig): 1/1 Seite, 4c, inkl. Anschnitt	EURO 5.090,-
	Platzierungszuschlag (ab 1/4 Seite, rabattfähig): 10 % vom Grundpreis	

Farbe Rabattierbare Gesamtpreise für 2,3,4-Farbigkeit siehe Seite 8. Die angegebenen Preise gelten für Druckfarben (CMYK) nach ISO 2846-1 (Eurosкала). Andere Farben gelten als Sonderfarbe. Metall- und Leuchtfarben nach Muster auf Anfrage.

Formate Ansnittzuschlag (rabattfähig)
10 % vom Grundpreis
Anzeigen über Bund (ab 2 x 1/4 Seite, rabattfähig):
15 % Zuschlag auf den Grundpreis
Schnittreserve im Bund von jeweils 5 mm hinzurechnen

3 Rabatte: Bei Abnahme innerhalb von 12 Monaten (Insertionsjahr):

Malstaffel	Mengenstaffel
3 Anzeigen 3 %	ab 1 Seite 5 %
5 Anzeigen 5 %	ab 2,5 Seiten 10 %
7 Anzeigen 10 %	ab 5 Seiten 15 %
10 Anzeigen 15 %	ab 10 Seiten 20 %

Nachlässe werden jeweils nach der günstigsten Staffel gewährt. Nicht rabattiert werden Stellenanzeigen, Bezugsquelleneinträge, Beilagen und aufgeklebte Werbemittel.

4 Rubriken: Stellenmarkt:

Stellenangebote und sonstige Gelegenheitsanzeigen
(nicht rabattfähig):
s/w, je mm/1-spaltig (43,5 mm breit) EURO 3,15
Zusatzoptionen:
2-spaltig (90 mm), 3-spaltig (136 mm),
4-spaltig (186 mm)
2c/3c/4c auf Anfrage
Chiffre-Gebühr inkl. Inlandspporto EURO 17,-

Stellengesuche (nicht rabattfähig):
s/w, je mm/1-spaltig (43,5 mm) EURO 2,30
Zusatzoptionen:
2-spaltig (90 mm), 3-spaltig (136 mm),
4-spaltig (186 mm)
2c/3c/4c auf Anfrage
Chiffre-Gebühr inkl. Inlandspporto EURO 9,50

Bezugsquellenverzeichnis (nicht rabattfähig):
s/w, je mm/1-spaltig, 43,5 mm breit EURO 2,70
Farbzuschlag je Eintrag + Ausgabe EURO 30,-

5 Sonder- werbe- formen:

Internet-Werbung
www.lebensmitteltechnik-online.de
Bannerwerbung (Website/Newsletter)
Bezugsquellenverzeichnis
Stellenmarkt

Konditionen
und Ausge-
staltung
auf Anfrage

Textteilanzeigen
(nur in der Rubrik Spektrum, rabattfähig):
Ausgestaltung in Absprache mit dem Verlag
s/w, je mm/1-spaltig, 43,5 mm breit: EURO 12,-
4c, je mm/1-spaltig, 43,5 mm breit: EURO 24,-

Beihefter, Beilagen, aufgeklebte Werbemittel
siehe Seite 12 und 13

Sonderdrucke
LEBENSMITTELTECHNIK berichtet über Ihr Unternehmen bzw.
Ihre Produkte? Profitieren Sie hiervon gleich doppelt, indem Sie
sich einen Sonderdruck von diesem Artikel anfertigen lassen.
Eine optimale Ergänzung zu Ihren Werbemaßnahmen. Verbreiten
Sie diesen Sonderdruck auf Messen, über Ihren Außendienst
oder per Mailing an Ihre Kunden. Kontaktieren Sie uns, wir
erstellen Ihnen gerne ein individuelles Angebot. Auch die
Zusendung einer beliebigen Heftanzahl ist möglich.

Sie wollen eine besondere Werbeform einsetzen?

Zum Beispiel einen Backcover Gatefolder, eine
Anzeigenstrecke oder ein Megainsert?

Kein Problem! Wenden Sie sich an uns und wir erstellen
Ihnen ein individuelles Angebot!

6 Kontakt:

Uwe Miculcy
(Anzeigenleiter)
Telefon: +49(0)40/38 60 93-50
E-Mail: u.miculcy@lebensmitteltechnik-online.de

Birgit Tobolla
(Mediaberatung)
Telefon: +49(0)40/38 60 93-52
E-Mail: b.tobolla@lebensmitteltechnik-online.de

Bernd Kostbade
(Mediaberatung)
Telefon: +49(0)40/38 60 93-53
E-Mail: b.kostbade@lebensmitteltechnik-online.de

Doris Zemke
(Bezugsquellenverzeichnis, Stellenmarkt, Disposition)
Telefon: +49(0)40/38 60 93-51
E-Mail: d.zemke@lebensmitteltechnik-online.de

7 Zahlungs- bedin- gungen:

3 % Skonto bei Vorauszahlung und Einzugsermächtigung,
2 % Skonto innerhalb von 10 Tagen nach Rechnungsdatum,
netto Kasse innerhalb von 30 Tagen nach Rechnungsdatum.

Bankver- bindung:

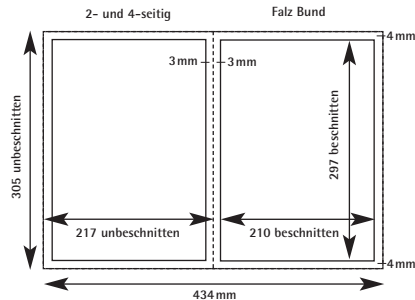
Commerzbank AG
Kto.-Nr. 2108009, BLZ 200 400 00

Allgemeine Geschäftsbedingungen: Unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB)
finden Sie auf den Seiten 18 und 19.

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

Preise: 2 Seiten (rabattfähig als 1 Anzeigenseite) EURO 3.440,-
4 Seiten (rabattfähig als 2 Anzeigenseiten) EURO 6.530,-
weitere Angebote auf Anfrage

Formate: unbeschnitten in mm Breite x Höhe
1 Blatt (= 2 Seiten) 217 x 305
2 Blatt (= 4 Seiten) 434 x 305



Benötigte Menge: 9.600 Exemplare inkl. Zuschuss

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

Versandanschrift: Integralis Industriebuchbinderei
Lettershop und Fulfillment GmbH
Längenfeldstraße 4
30952 Ronnenberg
Liefervermerk: Lebensmitteltechnik, Ausgabe.../2012
Lieferung: frei Haus
Mo. - Fr. 8.00 Uhr bis 15.30 Uhr
Euro-Palettenmaß: 80 x 120 cm (Höhe max. 110 cm)
Lieferung bis 10 Tage vor Erscheinungstermin

Beilagen: Bedingung für die Auftragsannahme und -bestätigung durch den Verlag ist die Vorlage eines verbindlichen Musters, notfalls eines Blindmusters mit Größen- und Gewichtsangabe. Beilagen dürfen nur für das Verkaufsprogramm eines Werbungtreibenden werben. Sie müssen so gestaltet sein, dass sie mit dem Textteil nicht verwechselt werden können. Die Platzierung erfolgt den technischen Möglichkeiten entsprechend.

Preise: (nicht rabattfähig)
bis 25 g EURO 195,- ‰ zuzügl. Postgebühr
bis 50 g EURO 295,- ‰ zuzügl. Postgebühr
weitere Angebote auf Anfrage

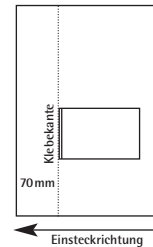
Beilagenhinweis: Ein Beilagenhinweis wird kostenlos im Heft aufgenommen.

Benötigte Auflage: 9.600 Exemplare inkl. Zuschuss
Inlandsauflage möglich = 7.900 Ex. inkl. Zuschuss

Format: Maximal 205 mm breit x 294 mm hoch

Technische Angaben: Beilagen werden lose eingelegt. Sie müssen aus einem Stück bestehen und so beschaffen sein, dass eine zusätzliche Verarbeitung entfällt. Erschwernisse bei der Verarbeitung und zusätzliche Arbeiten (z.B. Falzen) werden gesondert in Rechnung gestellt. Beilagen, die auf einem anderen Werkstoff als Papier gedruckt sind, können nur nach Vorlage eines verbindlichen Musters zur Prüfung der Möglichkeiten von Verarbeitung und Versand angenommen werden. Sofern die Beilage aus mehreren Blättern besteht, muss sie zum Bund, also in Einsteckrichtung, geschlossen sein.

Aufgeklebte Werbemittel:



Aufgeklebte Postkarten auf Beiheftern oder Anzeigen (nicht rabattfähig) werden wie folgt berechnet: EURO 68,- pro Tausend inkl. Portokostenanteil zzgl. Klebekosten:
- Maschinelles Aufkleben ist bei paralleler Klebekante zum Bund und mind. 1 cm bis max. 7 cm Entfernung vom Bund in variabler Höhe möglich. Klebekosten: EURO 46,- pro Tausend.
- In anderen Fällen, auch bei schräger Platzierung, werden Klebekosten von EURO 87,- pro Tausend für manuelles Aufkleben berechnet.

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

Benötigte Auflage: 9.600 Exemplare inkl. Zuschuss

Versandanschrift für Beilagen und aufgeklebte Werbemittel:

Integralis Industriebuchbinderei
Lettershop und Fulfillment GmbH
Längenfeldstraße 4, 30952 Ronnenberg
Liefervermerk: Lebensmitteltechnik, Ausgabe.../2012
Lieferung: frei Haus
Mo. - Fr. 8.00 Uhr bis 15.30 Uhr
Euro-Palettenmaß: 80 x 120 cm (Höhe max. 110 cm)
Lieferung bis 10 Tage vor Erscheinungstermin

- 1 Zeitschriftenformat:** 210 mm breit x 297 mm hoch, DIN A4
unbeschnitten 216 mm breit x 303 mm hoch
- Satzspiegel:** 186 mm breit x 267 mm hoch
4 Spalten à 43,5 mm Breite
- 2 Druck- und Bindeverfahren:** Bogenoffsetdruck, Klebebindung
- 3 Datenübermittlung:** Dateien bevorzugt als PDF.
E-Mail: d.zemke@lebensmitteltechnik-online.de
- 4 Datenformate:** Wir empfehlen die Anlieferung von PDF/X-3 Daten.
Offene Daten (z.B. InDesign, Quark XPress usw.) sind zu vermeiden. Mindestens muss die Datei druckfähig sein, d.h. alle verwendeten Schriften sind einzubetten, Halbtonbilder benötigen eine Auflösung von 300 dpi, Strichbilder mindestens 600 dpi.
- 5 Farben:** Druckfarben (CMYK) nach ISO 2846-1 (Eurosкала), Sonderfarben sind in Absprache möglich.
- 6 Proof:** Farbverbindliches Proof nach „Medienstandard Druck“ (bvdm). Digital erstellte Prüfdrucke müssen zur Kontrolle der Farbverbindlichkeit den FOGRA Medienkeil enthalten (kostenpflichtig zu beziehen bei www.fogra.org). Andrucke müssen einen offiziellen Druckkontrollstreifen haben.
- 7 Datenarchivierung:** Die übermittelten Daten werden archiviert, unveränderte Wiederholungen sind deshalb in der Regel möglich.
Eine Datengarantie wird jedoch nicht übernommen.

- 8 Gewährleistung:** Bei Anlieferung von unvollständigen oder abweichenden Daten (Texte, Farben, Abbildungen) übernehmen wir keine Haftung für das Druckergebnis. Fehlbelichtungen aufgrund von unvollständigen oder fehlerhaften Dateien, falschen Einstellungen oder unvollständigen Angaben werden berechnet. Dies gilt auch für zusätzliche Satz- oder Reproarbeiten sowie für die Erstellung fehlerhafter Proofs.
- 9 Kontakt:** Doris Zemke
(Disposition)
Telefon: +49(0)40/38 60 93-51
E-Mail: d.zemke@lebensmitteltechnik-online.de

1 Auflagenkontrolle:



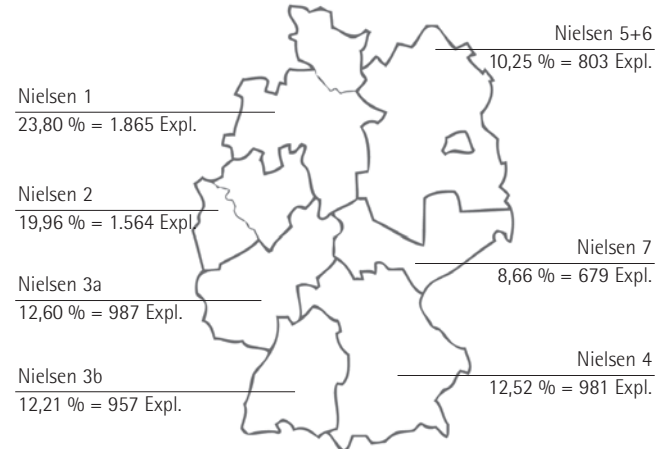
2 Auflagenanalyse: Exemplare pro Ausgabe im Durchschnitt (1. April 2011 bis 30. September 2011)

Druckauflage:	9.460		
Tatsächlich verbreitete Auflage (TvA):	9.373	davon Ausland:	1.537
Verkaufte Auflage:	4.355	davon Ausland:	831
Abonnierte Exemplare:	4.212	davon Mitgliederstücke	3.780
Einzelverkauf:	-		
Sonstiger Verkauf:	143		
Freistücke:	5.018		
Rest-, Archiv- und Belegexemplare:	87		

3 Geografische Verbreitungsanalyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	83,6	7.836
Ausland	16,4	1.537
davon Schweiz	4,8	453
davon Österreich	6,5	612
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	9.373

3.1 Verbreitung nach Nielsengebieten/Ausland:



Ausland

Gebiete	%	absolut
Österreich	39,82	612
Dänemark, Schweden, Norwegen, Finnland	7,35	113
Benelux, Frankreich	14,64	225
Osteuropa	4,94	76
Schweiz	29,47	453
außerhalb Europas	3,78	58
Summe	100,00	1.537

1.1 Branchen/Wirtschaftszweige

WZ 2008 Code	Empfängergruppen (lt. Klassifikation der Wirtschaftszweige 2008)	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
		%	Exemplare
10.1	Schlachten und Fleischverarbeitung	8,15	764
10.2	Fischverarbeitung	1,69	158
10.3	Obst- und Gemüseverarbeitung	3,92	367
10.32	Herstellung von Frucht- und Gemüsesäften	4,20	394
10.4	Herstellung von pflanzlichen und tierischen Ölen und Fetten	0,92	86
10.5	Milchverarbeitung	8,47	794
10.61	Mahl- und Schälmühlen	1,46	137
10.62	Herstellung von Stärke und Stärkeerzeugnissen	1,97	185
10.71	Herstellung von Backwaren (Industrie und Handwerk über 1 Mio. Umsatz)	10,09	946
10.72	Herstellung von Dauerbackwaren	1,95	183
10.73	Herstellung von Teigwaren	1,75	164
10.81	Herstellung von Zucker	1,03	97
10.82	Herstellung von Süßwaren (ohne Dauerbackwaren)	5,45	511
10.83	Verarbeitung von Kaffee und Tee, Herstellung von Kaffee-Ersatz	1,96	184
10.84	Herstellung von Würzmitteln und Soßen	5,67	531
10.85	Herstellung von Fertiggerichten	5,79	543
10.86	Herstellung von homogenisierten und diätischen Nahrungsmitteln	2,81	263
10.89	Herstellung von sonstigen Nahrungsmitteln	0,48	45
10.9	Herstellung von Futtermitteln	1,63	152
11.01-11.04	Herstellung von Spirituosen, Traubenwein, Apfelwein und anderen Fruchtweinen, Wermutwein und sonstigen	4,00	375
11.05-11.06	Herstellung von Bier, Malz	5,93	556
11.07	Herstellung von Erfrischungsgetränken; Gewinnung natürlicher Mineralwässer	4,21	395
12.00	Tabakverarbeitung	1,35	127
28.93	Hersteller von Maschinenkomponenten	2,60	243
33.20	Herstellung von Maschinen für die Ernährungs- und Getränkeindustrie	6,21	582
85.4/91.0	Wissenschaft, Universitäten, Fachschulen, Institute, Verbände, Bibliotheken, Archive	5,21	488
Sonstige	Anbieter von Roh- und Zusatzstoffen	1,10	103
	Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100	9.373

1.2 Größe der Wirtschaftseinheit

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
1 - 49 Beschäftigte	8,8	826
50 - 99 Beschäftigte	12,1	1.137
100 - 199 Beschäftigte	21,9	2.052
200 - 499 Beschäftigte	34,3	3.214
500 - 999 Beschäftigte	16,2	1.518
1.000 und mehr Beschäftigte	5,5	514
keine Angabe	1,2	112
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	9.373

2.1 Tätigkeitsmerkmale

Aufgabenbereich

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Unternehmensführung (Inhaber, Vorstand, Geschäftsführung)	22,6	2.118
Technische Leitung, Werksleitung	12,1	1.134
Entwicklung und Konstruktion von Maschinen und Anlagen	28,3	2.653
Forschung, Labor, Produktentwicklung	14,4	1.350
Produktionsleitung, Qualitätssicherung	15,2	1.424
Einkauf, Materialwirtschaft u. a.	3,1	290
Marketing, Vertrieb u. a.	4,3	404
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	9.373

Kurzfassung der Erhebungsmethode

1. Methode: Empfänger-Struktur-Analyse durch Dateiauswertung
- Totalerhebung
2. Grundgesamtheit: tvA Inland 7.836 = 100 %
3. Stichprobe: Totalerhebung
4. Zielperson der Untersuchung: Die in der Datei erfassten Empfänger in Institutionen und Unternehmen.
5. Zeitraum der Untersuchung: bis 12.10.2011
6. Durchführung der Untersuchung: B+P Vertriebservice GmbH, Alfeld

Die detaillierte Erhebungsmethode kann unter www.lebensmitteltechnik-online.de eingesehen werden.

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zwecke der Verbreitung.
2. Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.
3. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.
4. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger 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.
5. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
6. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
7. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
8. Der Verlag behält sich vor, Auftragsaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
9. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.
10. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen; Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen, die nicht leitende Angestellte sind; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts beschränkt. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.
11. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.
12. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrundegelegt.
13. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber vierzehn Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlungen werden nach der Preisliste gewährt.

14. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Dem Kunden bleibt der Nachweis eines geringeren Verzugschadens vorbehalten. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses, das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offestehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

15. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Auftrages 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.

16. Der Verlag behält sich vor, bei angelieferten Filmen die Redigitalisierungskosten weiterzube-rechnen

17. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisermäßigung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder – wenn eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittlich verkaufte Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisermäßigung berechtigter Mangel, wenn sie um mehr als 20 v. H. beträgt. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisermäßigungsansprüche 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.

18. Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. 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. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.

19. Betr. Maternaufbewahrung. Unzutreffend.

20. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des

Auftraggebers im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

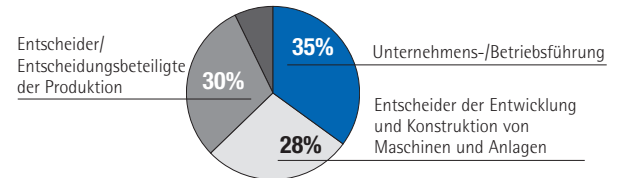
Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

- a) Die Werbemittel und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.
- b) Die allgemeinen und die zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages gelten sinngemäß auch für Aufträge über Beikleber, Beihefter oder technische Sonderausführungen. Jeder Auftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich.
- c) Eine Änderung der Anzeigenpreisliste gilt ab Inkrafttreten auch für laufende Aufträge, nicht jedoch vor Ablauf von 3 Monaten nach Bekanntgabe.
- d) Wenn für konzernangehörige Firmen die gemeinsame Rabattierung beansprucht wird, ist die schriftliche Bestätigung einer Kapitalbeteiligung von mehr als 50 v. H. erforderlich.
- e) Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen. Dem Auftraggeber obliegt es, den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen, die diesen aus der Ausführung des Auftrages, auch wenn er storniert sein sollte, gegen den Verlag erwachsen. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden.
- f) Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, Arbeitskampf, Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen – sowohl im Betrieb des Verlages als auch in fremden Betrieben, derer sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient – hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit 80 v. H. der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften oder auf andere Weise zugesicherten Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte verkaufte oder auf andere Weise zugesicherte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht.
- g) Die Pflicht zur Aufbewahrung von Druckunterlagen endet 3 Monate nach Erscheinen der jeweiligen Anzeige, sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen worden ist.
- h) Die Übersendung von mehr als 2 Farbvorlagen, die nicht termingerechte Lieferung der Druckunterlagen und der Wunsch nach einer von der Vorlage abweichenden Druckwiedergabe können Auswirkungen auf Platzierung und Druckqualität verursachen, die nicht zu Reklamationen berechtigen. Der Verlag muss sich die Berechnung entstehender Mehrkosten vorbehalten.



Erfolgreich werben mit LEBENSMITTELTECHNIK:

- Auflage: über 9.400
- Abonnenten: über 4.200
- Crossmedialer Verbund aus Print, Online und Newsletter
- Leserschaft:



LT Food Medien-Verlag GmbH
 Bugdahnstraße 5, 22767 Hamburg
 Telefon: +49(0)40/38 60 93-01
 Telefax: +49(0)40/38 60 93-85
 service@lebensmitteltechnik-online.de
www.lebensmitteltechnik-online.de