

# MEDIAINFORMATIONEN 2017



# Gefahrstoffe – Reinhaltung der Luft

Bei den Themen Reinhaltung der Luft und Umgang mit Gefahrstoffen leistet die Zeitschrift **Gefahrstoffe – Reinhaltung der Luft** seit über sieben Jahrzehnten Pionierarbeit und hat sich dabei als erfolgreicher Werbeträger qualifiziert. Führende Unternehmen der Branche nutzen diese Zeitschrift, wenn es darum geht, Ingenieure zu erreichen, die die Weichen in Richtung Zukunft stellen. Die Zeitschrift berichtet in fundierten Fachbeiträgen interdisziplinär über Schadstoffentstehung, -ausbreitung, -erfassung und -abscheidung, Probenahme und Messverfahren. Sie setzt sich mit technischen und persönlichen Schutzausrüstungen und der arbeitsmedizinischen Vorsorge auseinander. Das Themenspektrum reicht von Fragen des Arbeits- und Gesundheitsschutzes, über Grenzwertdiskussionen, neue Messverfahren, Emissionsminderungstechniken, Überwachungseinrichtungen für Luftverunreinigungen und Umweltmeteorologie.



## Die Herausgeber:

**Deutsche Gesetzliche Unfallversicherung (DGUV).**  
**VDI/DIN-Kommission Reinhaltung der Luft (KRdL) – Normenausschuss** – Nachfolgeorganisation der 1957 gegründeten VDI-Kommission Reinhaltung der Luft und des Normenausschusses Luftreinhaltung des DIN.

## Die Zielgruppe:

Die Zeitschrift wendet sich an 2.000 Fachleute in Industrie und Verwaltung, die für den Schutz vor Gefahrstoffen im Innenraum und die Reinhaltung der Außenluft verantwortlich sind. Darüber hinaus spricht sie Hersteller und Betreiber von Geräten und Anlagen im Bereich Luftreinhaltung an sowie Naturwissenschaftler und Arbeitsmediziner in Forschung und Praxis – eine Zielgruppe mit großer Produkt-Entscheidungskompetenz.



### 1 Kurzcharakteristik

**Gefahrstoffe – Reinhaltung der Luft** ist die Fachzeitschrift für das gesamte Gebiet der Luftreinhaltung. Sie berichtet über Schadstoffentstehung, -ausbreitung, -erfassung und -abscheidung, Probenahme- und Messverfahren, Wirkung von Luftverunreinigungen, über Gefahren durch Stäube und Gase am Arbeitsplatz einschließlich der Diskussion über Grenzwerte aus technischer und arbeitsmedizinischer Sicht sowie über technische und persönliche Schutzmaßnahmen und arbeitsmedizinische Vorsorge.

**Gefahrstoffe – Reinhaltung der Luft** wendet sich an die für den Schutz vor Gefahrstoffen am Arbeitsplatz und die Reinhaltung der Außenluft Verantwortlichen in Industrie und Gewerbe, in Verwaltungen und Behörden sowie an die Hersteller und Betreiber von Verfahren, Geräten und Anlagen, an Ingenieure, Naturwissenschaftler und Mediziner in Forschung und Praxis.

- 2 Erscheinungsweise:** 9 x in 2017  
**3 Jahrgang:** 77. Jahrgang 2017  
**4 Web-Adresse (URL):** [www.gefährstoffe.de](http://www.gefährstoffe.de)  
**5 Mitgliedschaft:** –  
**6 Organ:** –  
**7 Herausgeber:** Deutsche Gesetzliche Unfallversicherung (DGUV)  
Mittelstr. 51  
10117 Berlin  
VDI/DIN-Kommission Reinhaltung der Luft (KRdL) – Normenausschuss  
Postfach 10 11 39, 40002 Düsseldorf
- 8 Verlag:** Springer-VDI-Verlag GmbH & Co. KG  
Postanschrift: Postfach 10 10 22, 40001 Düsseldorf  
Hausanschrift: VDI-Platz 1, 40468 Düsseldorf  
Telefon: (02 11) 61 03-3 43  
Telefax: (02 11) 61 03-3 00  
E-Mail: [gefährstoffe@springer-vdi-verlag.de](mailto:gefährstoffe@springer-vdi-verlag.de)

### 9 Redaktion:

Für den Bereich Gefahrstoffe am Arbeitsplatz:  
Dr. rer. nat. Dietmar Breuer, Dr. rer. nat. Eberhard Nies  
Dr. rer. nat. Peter Paszkiewicz  
Dr. rer. nat. Ralf Michaelis  
IFA, Sankt Augustin

Für den Bereich Reinhaltung der Luft:  
Dr. rer. nat. Norbert Höfert, KRdL, Düsseldorf  
Verantwortlich im Verlag: Dr.-Ing. Elisabeth Zimmermann,  
Düsseldorf

### 10 Anzeigen:

CrossMediaConsulting Wolfgang Ernd GmbH  
Luruper Chaussee 125, 22761 Hamburg  
Joanna Koptera  
[jkoptera@cmc-web.de](mailto:jkoptera@cmc-web.de)  
Telefon: +49 (0) 40 / 881 449-370  
Fax: +49 (0) 40 / 881 449-11

### 11 Vertrieb:

Sonja Müller, Telefon: (02 11) 61 03-1 40  
E-Mail: [leserservice@springer-vdi-verlag.de](mailto:leserservice@springer-vdi-verlag.de)

### 12 Bezugspreis:

Jahresabonnement (Inland)	inkl. Versandk. u. MwSt.	€ 378,50
Jahresabonnement (Ausland)	inkl. Versandk. exkl. MwSt.	€ 397,00
Einzelverkaufspreis		€ 48,00

### 13 ISSN:

0949-8036

### 14 Umfangs-Analyse 2015 = 9 Ausgaben

<b>Format der Zeitschrift:</b>	DIN A 4
<b>Gesamtumfang:</b>	552 Seiten = 100,0 %
<b>Redaktioneller Teil:</b>	507 Seiten = 92,0 %
<b>Anzeigenteil:</b>	45 Seiten = 8,0 %
davon	
Stellen- und Gelegenheitsanzeigen:	0,3 Seiten = –
Einhefter/Durchhefter:	– Seiten = –
Verlagseigene Anzeigen:	31,3 Seiten = 70,0 %
<b>Beilagen:</b>	6 Stück

} vom  
Anz.-  
Umfang

### 15 Inhalts-Analyse Redaktion: „–“



Springer-VDI-Verlag GmbH & Co. KG · Postfach 10 10 22 · 40001 Düsseldorf · Telefon (02 11) 61 03-3 78 · Telefax (02 11) 61 03-3 00 · E-Mail: anzeigenabwicklung@springer-vdi-verlag.de

## 16 Auflagenkontrolle:



## 17 Auflagen-Analyse:

Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt  
(1. Juli 2015 bis 30. Juni 2016)

<b>Druckauflage:</b>	2.000	
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):</b>	1.891	davon Ausland: 110
<b>Verkaufte Auflage:</b>	585	davon Ausland: 97
– Abonnierte Exemplare:	576	davon Mitgliederstücke: 36
– Sonstiger Verkauf:	9	
– Einzelverkauf:	0	
<b>Freistücke:</b>	1.306	
<b>Rest-, Archiv- und Belegexemplare:</b>	109	

## 18 Geographische Verbreitungs-Analyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	94,2	1.781
Ausland	5,8	110
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)</b>	100,0	1.891

## Kurzfassung der Erhebungsmethode zur Verbreitungsanalyse (AMF-Schema 2, Ziffer 18)

### 1 Untersuchungsmethode:

Verbreitungsanalyse durch Dateiauswertung – Total-Erhebung

### 2 Beschreibung der Empfängerschaft zum Zeitpunkt der Datenerhebung:

#### 2.1 Beschaffenheit der Datei:

In der Empfängerdatei sind die Anschriften aller Empfänger auf EDV erfasst. Die Datei ist nach Inlands- und Auslands-Empfängern gegliedert. Die Anschriften der Inlands-Empfänger sind nach PLZ, die der Auslands-Empfänger nach Ländern sortiert.

**2.2 Gesamtzahl Empfänger in der Datei:** 2.318

**2.3 Gesamtzahl wechselnden Empfänger:** 1.385

#### 2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

– Verkaufte Auflage	606
davon: abonnierte Exemplare	597
Einzelverkauf	–
sonstiger Verkauf	9
– Freistücke	1.255
davon: ständige Freistücke	84
wechselnde Freistücke	990
Werbeexemplare	181
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	1.861
→ davon Inland	1.856
→ davon Ausland	5

### 3 Beschreibung der Untersuchung:

#### 3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA)	1.861 = 100,0%
Davon in der Untersuchung nicht erfasst:	190 = 10,2%
→ Einzelverkauf	–
→ sonstiger Verkauf	9
→ Werbeexemplare	181
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA)	1.671 = 89,8%

**3.2 Tag der Datei-Auswertung:** 26. Juli 2016

#### 3.3 Beschreibung der Datenbasis:

Die Auswertung basiert auf der Gesamtdatei. Die ermittelten Anteile für die Verbreitung in der Bundesrepublik Deutschland und im Ausland wurden auf die tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt gemäß AMF-Ziffer 17 projiziert.

**3.4 Zielperson der Untersuchung:** entfällt

**3.5 Definition des Lesers:** entfällt

**3.6 Zeitraum der Untersuchung:** Juli 2016

**3.7 Durchführung der Untersuchung:** Springer-VDI-Verlag

Springer-VDI-Verlag GmbH & Co. KG · Postfach 10 10 22 · 40001 Düsseldorf · Telefon (02 11) 61 03-3 78 · Telefax (02 11) 61 03-3 00 · E-Mail: anzeigenabwicklung@springer-vdi-verlag.de

## 19 Branchen/Wirtschaftszweige/Unternehmenstypen

Abteilung/ Gruppe/ Klasse	Empfängergruppen (lt. Klassifikation der Wirtschaftszweige)	Anteil an tatsächl. verbr. Auflage	
		%	Exemplare
40, 41, 10	<b>Energiewirtschaft und Wasserversorgung, Bergbau</b>	5	89
24, 23.2	Grundstoff- und Produktionsgüterindustrie	10	178
25, 14.5	Chemische Industrie und Mineralölverarbeitung	1	18
26.6, 26.7, 26.8, 26.2, 26.1	Kunststoff, Gummi-, Asbestverarbeitung	3	53
27.1, 27.2, 27.3, 27.4, 27.5	Gewinnung und Verarbeitung von Steinen und Erden; Feinkeramik und Glasgewerbe	2	36
27.2, 29, 34	Hochofen-, Stahl-, Warmwalzwerke und Röhrenwerke, NE-Metallerzeugung, Eisen-, Stahl- und Tempergießereien	5	89
30, 31, 32, 33	Stahl-, Maschinen-, Fahrzeugbau	5	89
36, 21, 19, 17, 18	Elektrotechnik	1	18
15, 16	Holz-, Papier- und Pappeverarbeitung Leder-, Textil- und Bekleidungs-gewerbe	1	18
74.20, 74.30	Nahrungs- und Genussmittelgewerbe	1	18
74.20, 74.30	Ingenieur- und Planungsbüros, andere Dienstleistungsunternehmen	17	303
75.11.0	Kommunen, Bundes- und Landesbehörden		
75.12, 75.13	Stadt-, Gemeinde- und Kreisverwaltungen	14	249
75.30.7, 75.12.3	Berufsgenossenschaften, Gewerbeaufsichtsämter	12	214
73.10.5, 80, 92.4, 92.2	Wissenschaft, Forschung, Universitäten, Hochschulen Presse, Rundfunk, Fernsehen	20	356
-	Verschiedene Wirtschaftszweige	3	53
-	Keine Angaben	1	18
	Tatsächlich verbreitete Auflage	100	1.781

**20 Größe der Wirtschaftseinheit**

**21.1 Tätigkeitsmerkmal: Aufgabenbereich**

**21.2 Tätigkeitsmerkmal: Position im Betrieb**

**22 Bildung/Ausbildung**

**23 Alter**

Die Merkmale wurden nicht erhoben,  
weil die Beurteilung dieser Fachzeitschrift als  
Werbeträger hiervon nicht abhängig ist.

## Kurzfassung der Erhebungsmethode zur Empfänger-Struktur-Analyse (AMF-Schema 3-E)

### 1 Untersuchungsmethode:

Verteilungsanalyse durch Dateiauswertung – Total-Erhebung

### 2 Beschreibung der Empfängerschaft zum Zeitpunkt der Datenerhebung:

#### 2.1 Beschaffenheit der Datei

In der Empfängerdatei sind die Anschriften aller Empfänger auf EDV erfasst. Die Datei ist nach Inlands- und Auslands-Empfängern gegliedert. Die Anschriften der Inlands-Empfänger sind nach PLZ, die der Auslands-Empfänger nach Ländern sortiert.

**2.2 Gesamtzahl Empfänger in der Datei:** 2.247

**2.3 Gesamtzahl wechselnden Empfänger:** –

#### 2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

– Verkaufte Auflage	594
davon: abonnierte Exemplare	585
Einzelverkauf	–
sonstiger Verkauf	9
– Freistücke	1.297
davon: ständige Freistücke	84
wechselnde Freistücke	930
Werbeexemplare	283
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	1.891
→ davon Inland	1.886
→ davon Ausland	5

### 3 Beschreibung der Untersuchung:

#### 3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA)	1.891 = 100,0 %
Davon in der Untersuchung nicht erfasst:	292 = 15,4 %
→ Einzelverkauf	0
→ sonstiger Verkauf	9
→ Werbeexemplare	292
→ Bezieher über den Buchhandel	–
→ Empfänger Ausland	–
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA)	1.599 = 84,6 %

**3.2 Tag der Stichproben-Ziehung:** 18. Juli 2016

#### 3.3 Beschreibung der Stichprobe:

Für die Datei-Zuordnung der Empfänger zum Branchen-Merkmal wurden verwendet:

- Adressbücher und Fernsprehbücher, die dem Verband Deutscher Adressbuchverleger angeschlossen sind
- Schriftliche Mitteilungen der Empfänger
- Messekataloge (Herausgabe bzw. Datierung sämtlich 2015 und 2016)

Ausschöpfung für das Branchen-Merkmal	1.795 Fälle = 99 %
Keine Angaben in der Datei	19 Fälle = 1 %
	<hr/>
	1.814 Fälle = 100 %

**3.4 Zielperson der Untersuchung:** Empfänger

**3.5 Definition des Lesers:** entfällt

**3.6 Zeitraum der Untersuchung:** Juli 2016

**3.7 Durchführung der Untersuchung:** Springer-VDI-Verlag

Diese Untersuchung entspricht in der Anlage, Durchführung und Berichterstattung dem ZAW-Rahmenschema für Werbeträger-Analysen in der aktuellen Fassung.

<b>Messen, Veranstaltungen, Symposien</b>		<b>57. Jahrestagung der DGAUM</b> 15.–17.3. Hamburg  <b>VAAM-Jahrestagung und DGHM-Jahrestagung</b> 5.–8.3. Würzburg	<b>Hannover Messe 2017</b> 24.–28.4. Hannover	<b>Biotechnica 2017</b> 16.–18.5. Hannover	<b>AIRMON 2017</b> 11.–15.6. Dresden		<b>POWTECH 2017</b> 26.–28.9. Nürnberg	<b>A+A</b> 17.–20.10. Düsseldorf	
<b>Ausgabe</b>	<b>1 / 2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7 / 8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11 / 12</b>
<b>Anzeigenschluss</b>	<b>13.1.</b>	<b>14.2.</b>	<b>20.3.</b>	<b>19.4.</b>	<b>19.5.</b>	<b>14.7.</b>	<b>16.8.</b>	<b>19.9.</b>	<b>17.11.</b>
Erscheinungstermin	3.2.	3.3.	6.4.	5.5.	7.6.	2.8.	5.9.	5.10.	4.12.
<b>Arbeitsschutz</b> Gefahrstoffe Messtechnik Gesundheitsgefahren Arbeitsmedizin	Sicherer Umgang mit Gefahrstoffen	Probenahme, Analytik	Arbeitsplatzmessungen, Messverfahren	Sicherheit und Gesundheitsschutz am Arbeitsplatz	<b>Schwerpunktthema: Diesel-motorabgase</b>	<b>Schwerpunktthema: Neue Gefahrstoffverordnung</b>	Biostoffe, Messverfahren	Gefährdungsbeurteilung, Schutzmaßnahmen	Normung, Persönliche Schutzausrüstung
<b>Luftreinhaltung</b> Emissionsminderungstechniken Luftgüteüberwachung Messtechnik	Einfluss neuer Techniken in der Luftreinhaltung auf Luftqualität und Klima	<b>Schwerpunktthema: Innenraumluft</b>	Bioindikation Wirkung von Schadstoffen in Luft und Boden	Emissionsminderungstechniken Biogasanlagen	Emissions- und Immissionsmessungen	Umweltmeteorologie	Mikrobiologie Bioaerosole in der Innen- und Außenluft	<b>Schwerpunktthema: Gerüche</b> Erfassung, Beurteilung	Effizient Nutzung der Abwärme von Abgasreinigungsanlagen
<b>Herausgebermitteilungen</b>	In allen Ausgaben informieren die Herausgeber über ihre Arbeit.								



# Gefahrstoffe Reinhaltung der Luft

Air Quality Control

Media-  
Informationen

Anzeigen-Preisliste  
Nr. 30



Gültig ab 1. Januar 2017

## 2017

<b>Tats. verbr. Auflage</b>	1.891 Exemplare
<b>Format</b>	DIN A4 (210 mm breit, 297 mm hoch)
<b>Satzspiegel</b>	185 mm breit, 270 mm hoch, 4 Spalten zu je 45 mm

Anzeigenformate und Grundpreise	Format	Breite x Höhe in mm	Preis
	1 / 1 Seite	185 x 270	€ 1.992,00
	2 / 3 Seite	185 x 174      122 x 270	€ 1.328,00
	1 / 2 Seite	185 x 130      90 x 270	€ 996,00
	Junior Page	130 x 185	€ 996,00
	1 / 3 Seite	185 x 87      58 x 270	€ 664,00
	1 / 4 Seite	185 x 63      90 x 130      45 x 270	€ 498,00
	1 / 8 Seite	185 x 30      90 x 63      45 x 130	€ 249,00

<b>Titelseite</b>	Rückfrage beim Verlag erforderlich
-------------------	------------------------------------

<b>Zuschläge</b>	(nicht rabattfähig)
------------------	---------------------

<b>Farbzuschlag</b>	Primärfarben nach Eurokala je Farbe unabhängig vom Format	€ 370,00
---------------------	--	----------

<b>Sonderfarben</b>	je Farbe unabhängig vom Format	€ 460,00
---------------------	--------------------------------	----------

<b>Vorzugsplätze</b>	(werden nur ganzseitig vergeben) II., IV. Umschlagseite Sonstige Platzierungswünsche werden nur im Rahmen der drucktechnischen Möglichkeiten und unverbindlich berücksichtigt.	€ 125,00
----------------------	---	----------

<b>Format-zuschläge</b>	Für angeschnittene Anzeigen und für Bunddurchdruck. Beschnittzugabe: 3mm an allen Heftaußenkanten	€ 100,00
-------------------------	--	----------

<b>Mehrpriß für aufgeklebte Postkarte</b>	€ 45,- %, zzgl. Postgebühren und zzgl. Klebekosten € 52,- %, nur in Verbindung mit einer Trägeranzeige (alle Preise ohne Rabatt). Andere „Aufkleber“ auf Anfrage.
---	--

<b>Druckunterlagen</b>	Digitale Daten bevorzugt, möglichst EPS-Dateien
------------------------	---

<b>Stellen- und Gelegenheitsanzeigen</b>	Stellenangebote, Verkäufe, Ankäufe usw. Millimeterpreis (ohne Rabatt): Chiffre-Gebühr:	€ 2,10 € 12,00
--	--	-------------------

	(bei Auslands- oder Luftpostsendungen wird Mehrporto gesondert berechnet).
--	--

<b>Stellengesuche</b>	Millimeterpreis (ohne Rabatt) Chiffre-Gebühr	€ 1,35 € 10,00
-----------------------	---	-------------------

Alle o. g. Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

**Verlag**  
**Hausanschrift**  
**Postanschrift**  
**Postanschrift**  
**Telefon**  
**E-Mail/Internet**  
**Anzeigen**

Springer-VDI-Verlag GmbH & Co. KG  
VDI-Platz 1, 40468 Düsseldorf  
Postfach 10 10 22, 40001 Düsseldorf  
(02 11) 61 03-3 78 Fax (02 11) 61 03 -3 00  
anzeigenabwicklung@springer-vdi-verlag.de www.gefahrstoffe.de  
CrossMediaConsulting Wolfgang Ernd GmbH  
Luruper Chaussee 125, 22761 Hamburg  
Joanna Koptera · jkoptera@cmc-web.de  
Telefon: +49 (0) 40 / 881 449-370 · Fax: +49 (0) 40 / 881 449-11

**Erscheinungsweise** 9 x jährlich  
**Anzeigenschluss** siehe Termin- und Themenplan

**Zahlungsbedingungen** 14 Tage nach Rechnungsdatum netto, bei Vorauszahlung oder Bankbuchung 2% Skonto. Auf Postgebühren bei Beilagen wird kein Skonto gewährt. USt-Ident.-Nr.: DE 812109115  
Zahlungs- und Erfüllungsort: Düsseldorf

**Zahlungskonto** Commerzbank AG, Konto-Nr. 02 121 724 00 (BLZ 300 80000)  
SWIFT/BIC-Code: DRES DE FF 300  
IBAN: DE69 3008 0000 0212 1724 00

**Rabatte** bei Abnahme innerhalb eines Jahres  
nach der Malstaffel nach der Mengenstaffel  
bei 3 Anzeigen 3% bei 3 Seiten 5%  
bei 6 Anzeigen 5% bei 6 Seiten 10%  
bei 9 Anzeigen 10% bei 9 Seiten 15%  
bei 12 Anzeigen 15% bei 12 Seiten 20%

**Kombinationsrabatt** Bei Anzeigenaufträgen für mehrere Fachzeitschriften des Verlages wird ein Kombinationsrabatt gewährt.

**Beilagen** Nur Inlandsauflage. Format bis zu 200 x 290 mm und 4 Seiten Umfang.  
Gewicht bis zu 25 g. Inlandsauflage € 230,- %. Preise für Beilagen mit höherem Gewicht und Umfang auf Anfrage (nicht rabattierbar). Erforderliche Auflage: 2.000 Exemplare

Einhefter	Umfang	Berechnungsbasis	Preis
	1 Blatt	1 Seite	€ 1.992,00
auf DIN A 4 gefalzt	2 Blatt	2 Seiten	€ 3.984,00
	3 Blatt	2,5 Seiten	€ 4.980,00
auf DIN A 4 gefalzt	4 Blatt	3 Seiten	€ 5.976,00

Format für 1 Blatt unbeschnitten 216 mm breit x 303 mm hoch. Rabattierung nach der Mengenstaffel, auch in Kombination mit Anzeigen.  
Erforderliche Auflage: 2.000 Exemplare

**Versandanschrift** Für Beilagen und Beihefter: KLIEMO AG, Hütte 53, 4700 Eupen, Belgien  
(Bitte Zeitschrift und Ausgabe vermerken).

# Gefahrstoffe Reinhaltung der Luft

Air Quality Control

Media-  
Informationen



2017

Online-Werbung

## 1 Web-Adresse (URL):

www.gefährstoffe.de

## 2 Kurzcharakteristik:

In Ergänzung zur Printausgabe bietet www.gefährstoffe.de täglich aktuelle Meldungen für das gesamte Gebiet der Luftreinhaltung. Tagesaktuelle Branchen-News, Hintergründe, Hinweise zu neuen Technischen Regeln und Veranstaltungen sowie die Datenbank Umweltmarkt A-Z ergänzen das Informationsangebot.

## 3 Zielgruppe:

Fachleute in Industrie und Verwaltung, die für den Schutz vor Gefahrstoffen und die Reinhaltung der Luft verantwortlich sind, Hersteller und Betreiber von Geräten und Anlagen im Bereich der Luftreinhaltung, Ingenieure, Naturwissenschaftler und Mediziner.

## 4 Verlag:

Springer-VDI-Verlag GmbH & Co. KG  
VDI-Platz 1  
40468 Düsseldorf  
Telefon: (02 11) 61 03-0  
Telefax: (02 11) 61 03-4 14  
E-Mail: info@springer-vdi-verlag.de  
Internet: www.springer-vdi-verlag.de

## 5 Ansprechpartner:

Disposition: Susanne Storb  
Telefon: (02 11) 61 03-3 80  
Telefax: (02 11) 61 03-3 00  
E-Mail: storb@springer-vdi-verlag.de

## 6 Zugriffskontrolle:

Google Analytics

## 7 Zugriffe:

Visits: 912  
Page Impressions: 3.441  
(Basis: März 2016)

## 8 Datenanlieferung:

Mindestens 1 Woche vor Schaltbeginn per E-Mail an storb@springer-vdi-verlag.de

## Dateiformate:

JPG oder GIF, maximale Dateigröße 1,5 KB

## 9 Externer AdServer-Einsatz: -

## 10 Werbeformen und Preise:

Werbeform	Platzierung	Format (B x H)	Preis je Monat
Full-Size-Banner	News	468 x 60 Pixel	€ 960,-
Half-Size-Banner	alle Rubriken	234 x 60 Pixel	€ 480,-
Button	alle Rubriken	120 x 50 Pixel	€ 880,-
Skyscraper	alle Rubriken	120 x 600 Pixel	€ 1.190,-

(Mindestbuchung 4 Wochen)

## 11 Rabatte:

Malstaffel	Mengenstaffel	Rabatt
6 Monate	2 Banner	5 %
9 Monate	3 Banner	10 %
12 Monate	4 Banner	15 %

## 12 Zahlungsbedingungen:

14 Tage nach Rechnungsdatum netto, bei Vorauszahlung oder Bankabbuchung 2 % Skonto. Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

## Bankverbindung:

Commerzbank AG, BLZ 300 800 00, Konto-Nr.: 0212172400  
SWIFT/BIC-Code: DRES DE FF 300  
IBAN: DE69 3008 0000 0212 1724 00

# Gefahrstoffe Reinhaltung der Luft

Air Quality Control

## Media- Informationen

# 2017

Informationen  
zur digitalen  
Anzeigenübermittlung

Springer-VDI-Verlag, Anzeigenabwicklung, VDI-Platz 1 · 40468 Düsseldorf · Telefon (02 11) 61 03-3 78 · Telefax (02 11) 61 03-3 00, E-Mail: [anzeigenabwicklung@springer-vdi-verlag.de](mailto:anzeigenabwicklung@springer-vdi-verlag.de)

Bitte senden Sie uns Ihre Anzeigen digital per E-Mail oder auf CD-ROM.

### Datenformat

- **PDF-Dateien** (bevorzugt):  
nur High-end-PDFs in ausreichender Bildauflösung (mindestens 300 dpi bei Farb- und Graustufenbildern, mind. 600 dpi bei Bitmap-Bildern). Schriften müssen komplett eingebunden sein.
- **EPS-Dateien** (alternativ):  
Schriften eingebunden oder Text in Pfade gewandelt; alle eingebundenen Bilder im gewünschten Farbmodus (nur 4c, sw oder Sonderfarbigkeit) und **ohne** jegliche Komprimierung
- **offene Dateiformate** (nur wenn keine EPS- oder PDF-Dateien erstellt werden können): InDesign, Illustrator, Photoshop

### Bitte beachten Sie:

- Daten immer im CMYK-Modus liefern, nie im RGB-Modus!
- Bitte schicken Sie uns nur Compositdateien (nicht-separierte Dateien).
- Bei angeschnittenen Anzeigen mindestens 3 mm Beschnitt an allen Heftaußenkanten berücksichtigen.

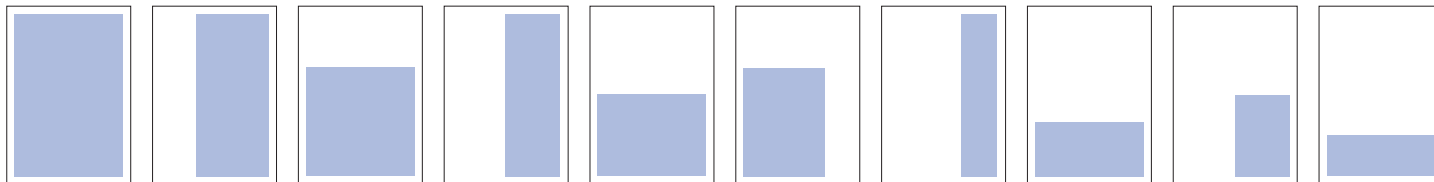
### Übermittlung der Daten

- **per E-Mail:** [anzeigenabwicklung@springer-vdi-verlag.de](mailto:anzeigenabwicklung@springer-vdi-verlag.de)
- **auf CD-ROM:** nach Möglichkeit im PC- oder Hybrid-Format, nicht im Macintosh-Format

### Damit wir Ihre Anzeigen richtig zuordnen und prüfen können:

- **Senden Sie bitte unbedingt ein Farbproof per Post**, weil nur so ein genauer Vergleich der Daten mit dem gewünschten Ergebnis möglich ist.
- Bei der Übermittlung per ISDN oder E-Mail: Die Dateien und Verzeichnisse müssen eindeutige Auftragsbezeichnungen haben, d.h. den Namen der Zeitschrift und Ihren Firmennamen enthalten. Bitte verwenden Sie nach Möglichkeit Dateinamen ohne Sonderzeichen, Leerzeichen und Umlaute.

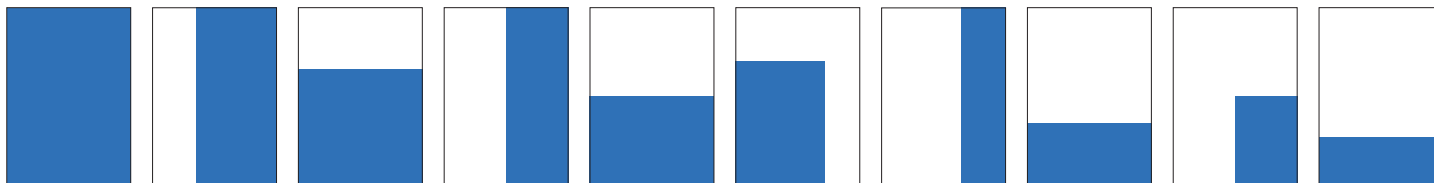
### im Satzspiegel



<b>1/1 Seite</b> 185 mm breit 270 mm hoch	<b>2/3 hoch</b> 122 mm breit 270 mm hoch	<b>2/3 quer</b> 185 mm breit 174 mm hoch	<b>1/2 hoch</b> 90 mm breit 270 mm hoch	<b>1/2 quer</b> 185 mm breit 130 mm hoch	<b>Junior Page</b> 130 mm breit 185 mm hoch	<b>1/3 hoch</b> 58 mm breit 270 mm hoch	<b>1/3 quer</b> 185 mm breit 87 mm hoch	<b>1/4 hoch</b> 90 mm breit 130 mm hoch	<b>1/4 quer</b> 185 mm breit 63 mm hoch
---	--	--	---	--	---	---	---	---	---

### im Anschnitt

alle Formate zzgl. 3 mm Beschnitt an allen Heftaußenkanten



<b>1/1 Seite</b> 210 mm breit 297 mm hoch	<b>2/3 hoch</b> 132 mm breit 297 mm hoch	<b>2/3 quer</b> 210 mm breit 192 mm hoch	<b>1/2 hoch</b> 100 mm breit 297 mm hoch	<b>1/2 quer</b> 210 mm breit 144 mm hoch	<b>Junior Page</b> 133 mm breit 188 mm hoch	<b>1/3 hoch</b> 72 mm breit 297 mm hoch	<b>1/3 quer</b> 210 mm breit 102 mm hoch	<b>1/4 hoch</b> 102 mm breit 142 mm hoch	<b>1/4 quer</b> 210 mm breit 79 mm hoch
---	--	--	--	--	---	---	--	--	---

### Sonder-Formate/Sonder-Werbeformen

Teilen Sie uns Ihre Wünsche zu Sonder-Formaten und Sonder-Werbeformen mit.

Wir unterbreiten Ihnen gerne ein Angebot.

# Gefahrstoffe Reinhaltung der Luft

Air Quality Control

## Media- Informationen

# 2017

Inserentenverzeichnis  
Januar 2015 bis Juni 2016

Springer-VDI-Verlag GmbH & Co. KG · Postfach 10 10 22 · 40001 Düsseldorf · Telefon (02 11) 61 03-3 78 · Telefax (02 11) 61 03-3 00 · E-Mail: [anzeigenabwicklung@springer-vdi-verlag.de](mailto:anzeigenabwicklung@springer-vdi-verlag.de)

AFAG Messe und Ausstellungen GmbH, Augsburg  
APC-Analytische Produktions-, Steuerungs- und Controlgeräte GmbH, Eschborn  
Bau- und Umweltchemie AG, CH-Zürich  
Bernt GmbH, Düsseldorf  
BWF Tec GmbH & Co. KG, Offingen  
Camfil KG, Reinfeld  
Carbon Service + Consulting GmbH + Co. KG, Vettweiß  
CCA-Carola Clean Air GmbH, Eggenstein-Leopoldshafen  
Comde-Derenda GmbH, Stahnsdorf  
DEHA – Haan & Wittmer GmbH, Froilzheim  
DENIOS AG, Bad Oeynhausen  
Deutsche Messe, Hannover  
DURAG Industrie Elektronik GmbH, Hamburg  
Eco Physics GmbH, München  
Ecoma GmbH, Honigsee  
Ecomed-Storck GmbH, Landsberg am Lech

ERGO Umweltinstitut GmbH, Dresden  
Ersatec GmbH, Barsinghausen  
Eurofins Umwelt, Hamburg  
EVK Umwelttechnik GmbH, Kaiserslautern  
Fr. Jacob Söhne GmbH & Co., Porta Westfalica  
Freudenberg Filtration Technologies KG, Weinheim  
Gerstel GmbH & Co. KG, Mülheim  
Grimm Aerosol Technik GmbH & Co. KG, Ainring  
Hartmann Biofilter GmbH + Co. KG, Lichtenau  
Haus der Technik e.V., Essen  
Helix Pflanzensysteme GmbH, Kornwestheim  
Herding Filtertechnik GmbH, Amberg  
Heubach GmbH, Köln  
IFU GmbH, Frankenberg  
iMA Richter + Röckle, Freiburg  
KMA Umwelttechnik GmbH, Königswinter  
Kommission Reinhaltung der Luft im VDI und DIN, Düsseldorf

Sven Leckel Ingenieurbüro GmbH, Berlin  
Lumasence, DK-Ballerup  
MAG. der Landeshauptstadt Klagenfurt, Klagenfurt  
Mercury Instruments GmbH, Karlsfeld  
Messe Düsseldorf GmbH, Düsseldorf  
Messe München GmbH, München  
METEK GmbH, Elmshorn  
Müller-BBM GmbH, Planegg  
MLU Meßtechnik für Luft und Umwelt GmbH, Essen  
Odournet GmbH, Honigsee  
Opsis GmbH, Frechen  
Palas GmbH, Karlsruhe  
passam AG, Männedorf  
Punker GmbH + Co., Eckernförde  
Reinluft Umwelttechnik GmbH, Stuttgart  
Ruwac Umwelttechnik, Melle  
SARSTEDT AG + Co., Nümbrecht  
ESV Erich Schmidt Verlag GmbH & Co., Berlin  
SGS Institut Fresenius GmbH, Taunusstein

SoundPLAN GmbH, Backnang  
Hubert Stüken GmbH & Co., KG, Rinteln  
TEKA Absaug- und Entsorgungstechnologie GmbH, Velen  
Terz GmbH, Kirchberg  
Testo GmbH & Co. KG, Lenzkirch  
TSI GmbH, Aachen  
UAS-United Air Specialists Inc., Bad Camberg  
UMW – Umweltmonitoring, München  
Umweltanalytik Holbach GmbH, Wadern  
Umweltanalytik RUK GmbH, Longuich  
Sachverständigenbüro Uppenkamp  
Walter Riemer Meßtechnik, Hausen  
WEKA Media GmbH & Co. KG, Kissing  
WESSLING Holding GmbH & Co. KG, Bochum  
Wölfel Meßsysteme Software GmbH, Höchberg

**Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen**

**Ziffer 1** „Anzeigenauftrag“ im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung. Für die Abwicklung eines Anzeigenauftrages sind ausschließlich diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen maßgeblich. Abweichende Bedingungen des Auftraggebers finden auch dann keine Anwendung, wenn der Verlag im Einzelfall nicht widerspricht.

**Ziffer 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 Anzeigen abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.

**Ziffer 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.

**Ziffer 4** 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.

**Ziffer 5** 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 nach 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.

**Ziffer 6** 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 eindeutig als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

**Ziffer 7** Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – 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 Geschäftsfälligen, Annahmestellen oder Vertretern abgegeben 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.

**Ziffer 8** 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.

**Ziffer 9** 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 Forderungserletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Aufgabenteilung – ausgeschlossen; Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbarer Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seiner gesetzlichen Vertreter und 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; 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 geleistet gemacht werden.

**Ziffer 10** 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.

**Ziffer 11** Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

**Ziffer 12** Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt.

Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen vom Empfang der Rechnung an laufende Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

**Ziffer 13** Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. 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 Rechnungen abhängig zu machen.

**Ziffer 14** Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenauschnitt, Beleglisten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

**Ziffer 15** Kosten für die Anfertigung bestellter Lithos, Filme und Vorlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

**Ziffer 16** Aus einer Aufgabeminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preiserminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Inserationsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder – wenn eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Aufgabeminderung ist nur dann ein Preiserminderung berechtigender Mangel, wenn sie bei einer Auflage bis zu 50000 Exemplare 20 v. H., bei einer Auflage bis zu 100000 Exemplare 15 v. H., bei einer Auflage bis zu 500000 Exemplare 10 v. H., bei einer Auflage über 500000 Exemplare 5 v. H., beträgt. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preiserminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, daß dieser vor Erscheinen der Anzeigen vom Vertrag zurücktreten konnte.

**Ziffer 17** Bei Chiffreanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Chiffreanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet.

**Ziffer 18** Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.

**Ziffer 19** Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages, Gerichtsstand ist der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsabschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes gelegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

**Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages**

- a) Anzeigenaufträge durch eine Agentur werden in deren Namen und auf deren Rechnung angenommen. Die Werbungsmitler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit der Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlervergütung (15 % auf Kundennetto = Bruttotarifpreis abzüglich kundenorientierter Rabatte) darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.
- b) Die allgemeinen und zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages gelten sinngemäß auch für Aufträge über Fremdbeilagen, Beikläber, Beihelfer oder technische Sonderausführungen. Jeder Auftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich.  
Die Haftung des Verlages ist auf den Nettopreis für das Beilagen, Beikläber oder Beihelfen beschränkt.
- c) Ansprüche auf Schadensersatz wegen Verlust, Fehlleistung oder Verzögerung in der Zusendung von Schriften auf Chiffreanzeigen sind ausgeschlossen.
- d) Falls eine Druckschrift ihr Erscheinen einstellt oder unterbricht, ohne dass dies vom Verlag zu vertreten ist, kann der Auftraggeber für Aufwendung an Text, Grafik, Herstellung von Druckunterlagen usw., die dadurch gegenstandslos werden, keinerlei irgendwede gearatete Forderung stellen.  
Im übrigen gilt Ziffer 9 der Allgemeinen Geschäftsbedingungen.
- e) Höhere Gewalt, Betriebsstörungen usw. entbinden den Verlag von den eingegangenen Verpflichtungen.
- f) 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. Erscheinen stornierte Anzeigen, so stehen auch dem Auftraggeber daraus keinerlei Ansprüche gegen den Verlag zu.
- g) Eine Änderung der Anzeigenpreisliste gilt ab Inkrafttreten auch für laufende Aufträge.
- h) Bei Konkursen und Zwangsvergleichen der Auftraggeber entfällt jeglicher Nachlass.
- i) Wenn für konzernangehörige Firmen die gemeinsame Robertlehner beansprucht wird, ist die schriftliche Bestätigung einer Kapitalbeteiligung von mindestens 50% erforderlich.
- j) Die Übersendung von mehr als zwei Farbvorlagen, 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. Der Verlag muß sich die Berechnung entstehender Mehrkosten vorbehalten.
- k) Der Verlag ist berechtigt, die bezüglich der Geschäftsbeziehung oder im Zusammenhang mit dieser erhaltenen Daten über den Geschäftspartner, gleich ob diese vom Geschäftspartner selbst oder von Dritten stammen, im Sinne des Bundesdatenschutzgesetzes zu verarbeiten.

# Zielgruppen-Kompetenz

Konstruktion · Produktion · Technische Sicherheit · Bau · Energie · Umwelt · Logistik

