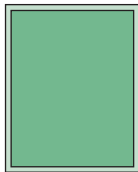
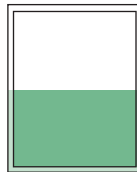




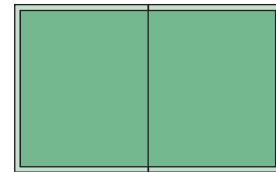
ANZEIGENFORMATE UND PREISE



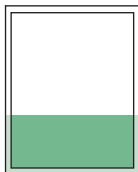
1/1 Seite
192 x 269 mm*
213 x 303 mm**
(4f) CHF 3910.-



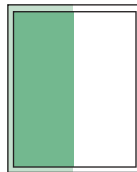
1/2 Seite quer
192 x 131 mm*
213 x 154 mm**
(sw) CHF 1950.-
(4f) CHF 2575.-



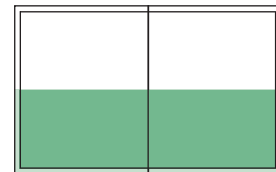
2 x 1/1 Panorama
402 x 269 mm*
426 x 303 mm**
(4f) CHF 7820.-



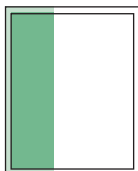
1/3 Seite quer
192 x 86 mm*
213 x 109 mm**
(sw) CHF 1280.-
(4f) CHF 1680.-



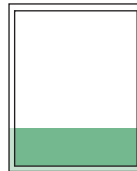
1/2 Seite hoch
94 x 269 mm*
106 x 303 mm**
(sw) CHF 1950.-
(4f) CHF 2575.-



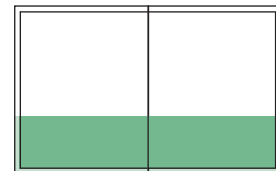
2 x 1/2 Panorama
402 x 131 mm*
426 x 154 mm**
(sw) CHF 3900.-
(4f) CHF 5150.-



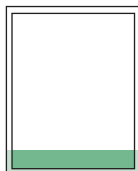
1/3 Seite hoch
61 x 269 mm*
73 x 303 mm**
(sw) CHF 1280.-
(4f) CHF 1680.-



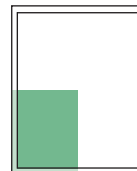
1/4 Seite quer
192 x 64 mm*
213 x 88 mm**
(sw) CHF 990.-
(4f) CHF 1445.-



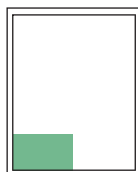
2 x 1/3 Panorama
402 x 86 mm*
426 x 109 mm**
(sw) CHF 2560.-
(4f) CHF 3360.-



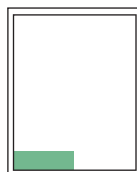
1/8 Seite quer
192 x 31 mm*
213 x 52 mm**
(sw) CHF 550.-
(4f) CHF 760.-



1/4 Seite hoch
94 x 131 mm*
106 x 154 mm**
(sw) CHF 990.-
(4f) CHF 1445.-



1/8 Seite hoch
94 x 64 mm*
(sw) CHF 550.-
(4f) CHF 760.-



1/16 Seite
94 x 31 mm*
(sw) CHF 360.-
(4f) CHF 550.-

Sonderplatzierung

Titelseite (213 x 175 mm inkl. Beschnitt)	CHF 5440.-
2. Umschlagseite (192 x 269 mm*)	CHF 4695.-
3. Umschlagseite (192 x 269 mm*)	CHF 4185.-
4. Umschlagseite (192 x 269 mm*)	CHF 4950.-
Publireportage 1/1 Seite	CHF 3150.-
Publireportage 1/2 Seite	CHF 2070.-

* Satzspiegel

** Randabfallend (inkl. 3 mm Beschnitt)

Sämtliche Preise verstehen sich zuzüglich Mehrwertsteuer.

Rabatte auf Seitenformate:

Wiederholungsrabatt	3 x	5%
	6 x	10%
	11 x	15%

Kombination mit TIR, BUS, KMT, TT möglich

Beraterkommission (RBK)

10%

Beilagen:

Drucksachen-Beikleber, -Beihefter, -Beilagen
Preis auf Anfrage

Rubrik Markt:

Occasionen/Kleinanzeigen
Spaltenbreite 45 mm
Preis einspaltige Millimeterzeile
s/w und 4-farbig CHF 2.35

Rubrik Einkauf:

Spaltenbreite 60 mm
Preis 1-spaltige mm-Zeile
s/w und 4-farbig CHF 4.20

ERSCHEINUNG UND TERMINE

Nr.	Monat	Erscheinung	Anzeigenschluss	Messen
1	Februar	23.02.2012	10.02.2012	Logimat Stuttgart 13.–15.03.2012
2	April	12.04.2012	30.03.2012	Easy Fair Verpackung Zürich 24.–25.04.2012
3	Juni	14.06.2012	01.06.2012	
4	August	30.08.2012	17.08.2012	FRACHT Winterthur, 19.–20.09.2012 / Fachpack Nürnberg 25.–27.09.2012 / PetroTrans Kassel 27.–29.09.2012
5	November	08.11.2012	26.10.2012	Pack&Move Basel 20.–23.11.2012

TECHNISCHE ANGABEN

Heftformat:	DIN A4 210 x 297 mm
Satzspiegel:	192 x 269 mm
Randanschnitt auf allen Seiten möglich	
Beilagen, Beihefter, Einkleber willkommen	
Druckverfahren:	Offset
Buntfarbe:	unbegrenzt
Druckunterlagen:	Digitale Daten als PDF, mind. 300 dpi
Raster:	80
FTP-Server:	Server: transfer.dfmedia.ch, Benutzer: motormedia, Passwort: inserate

AUFLAGEN

Auflage	
Total adressierte Auflage	3850 Ex.
– Wechsellersand	1100
Druckauflage	6000

PREISE EINZELVERKAUF/ABONNEMENTE

Jahresabonnement Inland	CHF 55.–
2-Jahres-Abonnement	CHF 94.–
Mehrfachabonnemente	auf Anfrage
Ausland	CHF 70.–
Einzelnummer	CHF 10.–

ONLINE-WERBUNG, PREISE IN CHF, DAUER 1 MONAT

Werbeform	Format (Pixel)	Homepage (ausschl.)		Run of Site		Rubriken	
		allein	Wechsel mit 3	allein	Wechsel mit 3	allein	Wechsel mit 3
Leaderboard	728 x 90 (70 kb)	300.–	220.–	450.–	200.–	200.–	150.–
Fullbanner	468 x 60 (50 kb)	280.–	200.–	400.–	180.–	180.–	150.–
Skyscraper	160 x 600 (70 kb)	400.–	300.–	600.–	450.–	300.–	250.–
Rectangle	300 x 250 (50 kb)	350.–	270.–	500.–	350.–	280.–	240.–
Button	160 x 160 (50 kb)	280.–	200.–	400.–	180.–	180.–	150.–
Layer	300 x 250 (70 kb)	350.–	270.–	500.–	350.–	280.–	240.–

Das Online-Angebot ist unabhängig von der Printwerbung in der LOG logistiknews.


Weitere Möglichkeiten der Online-Werbung finden Sie auf der Homepage von MotorMedia GmbH, www.motormedia.ch.

VOLUMENRABATTE FÜR DIE ONLINE-WERBUNG

Abschluss in Franken	Rabatt in %
5000.–	5
10 000.–	10
20 000.–	15

Die Volumenrabattvereinbarung bedarf der Schriftlichkeit. Im Übrigen gelten die Insertionsbestimmungen.

PROFIL

Die neue, unabhängige Fachzeitschrift für Logistik vor und nach dem Transport. Wir berichten über Fördern, Heben, Lagern und die dafür nötigen Gerätschaften und vor allem über die Steuerungs- und Überwachungssysteme und -Software. Die Transportlogistik bilden wir in der TIR transNews  ab.

Herausgeber • MotorMedia GmbH, Europastrasse 15, 8152 Glattbrugg

Leitung • Arnold A. Beuggert, Postfach, Europastrasse 15, CH-8152 Glattbrugg, Tel. +41 (0)58 344 90 05, Fax +41 (0)58 344 90 01, Mobile +41 (0)79 605 31 01, arnold.beuggert@motormedia.ch

Erscheinungsweise • 5-mal jährlich, im 2. Jahrgang

Sprache • Deutsch

Leserschaft/Zielgruppen • Entscheidungsträger der Logistikbereiche der Grossunternehmen, der Logistik- und Transportunternehmen und der Speditionsfirmen. Verantwortliche der Lagerhäuser und Logistikzentren in der Schweiz und Liechtenstein. Beratungsfirmen im Logistikbereich und Unternehmensberater aus dem industriellen Umfeld.

Geografische Verbreitung • Mehrheitlich deutschsprachige Schweiz

Redaktionsadresse • Henrik Petro, Chefredaktor, Postfach, Europastrasse 15, CH-8152 Glattbrugg, Tel. +41 (0)58 344 90 02, Fax +41 (0)58 344 90 01, Mobile +41 (0)79 412 35 00, henrik.petro@motormedia.ch

• Jürgen Hildebrandt, Redaktor, Postfach, Europastrasse 15, CH-8152 Glattbrugg, Tel. +41 (0)58 344 90 08, Fax +41 (0)58 344 90 01, Mobile +41 (0)78 835 65 01, juergen.hildebrandt@motormedia.ch

Anzeigenleitung • Herta Kornetzky, Tel. +41 (0)58 344 90 06, Fax +41 (0)58 344 90 01, Mobile +41 (0)79 605 31 02, herta.kornetzky@motormedia.ch

Produktmanagement und Onlineservices • Désirée Fallet, Postfach, Europastrasse 15, CH-8152 Glattbrugg, Tel. +41 (0)58 344 90 35, Fax +41 (0)58 344 90 01, desiree.fallet@motormedia.ch

Abonnemente • dfmedia, Burgauerstrasse 50, 9230 Flawil, Tel. +41 (0)58 344 96 96, Fax +41 (0)58 344 97 83, leserservice@dfmedia.ch, www.motormedia.ch

Auftragserweiterung und Stornierung • Bei Erweiterung eines Insertionsauftrages innert Jahresfrist wird der sich gemäss Tarif ergebende erhöhte Rabatt rückwirkend vergütet. Eine Stornierung des Auftrages kann nur bei stichhaltigen Gründen akzeptiert werden. Bei Stornierung eines Teilauftrages muss die Rabattdifferenz in jedem Fall berechnet werden.

Platzierung • Platzierungswünsche werden nach Möglichkeit berücksichtigt. Das Nichteinhalten einer Platzierungsvorschrift berechtigt den Auftraggeber zu keiner Forderung.

Themenbereiche • Branchen-News • Flurförderfahrzeuge • Förderanlagen und Komponenten • Stapler • Stapler-Leitsysteme • Antriebstechnik • Hebezeuge • Krantechnik • Anbaugeräte • Lagersysteme • Lagerregale • Arbeitsbühnen • Lifte • Hochregallager • Regalbediengeräte • Kettenförderer • Fahrerlose Transportfahrzeuge • Verschiebewagen • Vertikalförderer • Lagerverwaltungssoftware • Lagerverwaltungssysteme • Materialflussrechner • Identifikatoren • Sensorik • Kommissioniertechnik • Handling/Robotik • IT-Technik • Software

Die MotorMedia übernimmt für die vertraglichen Beziehungen mit den Inserenten die Geschäftsbedingungen des Verbandes Schweizerischer Werbegesellschaften

A. ANWENDBARKEIT

1. Geschäftsbeziehungen zu Inserenten

1.1. Die Geschäftsbedingungen regeln die vertraglichen Beziehungen (Insertionsvertrag) zwischen einer Werbegesellschaft und einem Inserenten. Gegenüber den Werbegesellschaften handeln Werbe-, Media- oder PR-Agenturen im Namen und auf Rechnung des Inserenten.

1.2. Der Insertionsvertrag beinhaltet die Publikation (Einzelaufträge, Wiederholungsaufträge und Mengenabschlüsse) von Inseraten, Werbebeilagen und Beiheftern (Inserate) durch eine Werbegesellschaft, inkl. oder exkl. Beratung, Kreation von Inseraten im DTP-Verfahren, Erstellung von Mediaplänen oder administrativen Dienstleistungen. Gegenüber den Verlagen übernehmen die Werbegesellschaften die Publikation der Inserate als ihre eigene Verpflichtung.

2. Geschäftsbedingungen der Inserenten

2.1. Die Geschäftsbedingungen werden mit Vertragsschluss Bestandteil des Insertionsvertrages. Gleichzeitig verzichtet der Inserent auf die Anwendung seiner eigenen Geschäftsbedingungen.

B. VERTRAGSABWICKLUNG

3. Preise

3.1. Bezüglich Publikation gelten die jeweils gültigen Insertionstarife und Rabatte der Verlage, zuzüglich MWST.

3.2. Bezüglich Beratungs-, Kurations-, Planungs- oder administrativen Dienstleistungen der Werbegesellschaften gelten deren jeweils gültigen Dienstleistungstarife, zuzüglich MWST.

3.3. Änderungen der Insertionstarife, Rabatte, Dienstleistungstarife und der MWST treten auch bei laufenden Publikationen sofort in Kraft. Der Inserent hat aber das Recht, innerhalb von zwei Wochen seit Bekanntgabe des neuen Preises vom Vertrag zurückzutreten. In diesem Fall hat er nur Anrecht auf den Rabatt, der gemäss Rabattskala der effektiv abgenommenen Menge entspricht.

4. Zusätzliche Kosten

4.1. Ausserordentliche Aufwendungen der Verlage oder der Werbegesellschaften, welche nicht in deren Insertions- oder Dienstleistungstarifen enthalten sind, können zusätzlich verrechnet werden, zuzüglich MWST. Als solche gelten auf Seiten der Verlage beispielsweise aufwendige Bearbeitungen von Voll-Druckmaterial.

5. Grösse der Inserate

5.1. Für die Verrechnung massgeblich ist die in der betreffenden Zeitung gemessene Grösse von Trennlinie zu Trennlinie. Bei Vollvorlagen und Rahmeninseraten werden zur Abdruckhöhe 2 mm dazugerechnet.

5.2. Mehrmals erscheinende Inserate mit gleicher Vorlage oder Text werden alle mit der Grösse des ersterschienenen Inserates verrechnet.

6. Mengenabschlüsse, Mengenrabatte

6.1. Für den Bezug von bestimmten Insertionsvolumen in mm oder Franken (nachfolgend Volumen) während eines bestimmten Zeitraums (Mengenabschluss) können die Insertionstarife Mengenrabatte vorsehen.

6.2. Wird das vereinbarte Volumen in diesem Zeitraum übertroffen und dadurch eine höhere Rabattstufe erreicht, wird nach Ablauf des Abschlusses rückwirkend der höhere Rabatt vergütet.

6.3. Wird das vereinbarte Volumen in diesem Zeitraum nicht erreicht, wird der zuzulassende Rabatt rückbelastet. Dem Inserenten wird dabei eine Toleranz von 3% auf dem vereinbarten Volumen gewährt. Die nicht bezogenen Volumen können nicht auf das folgende Abschlussjahr übertragen werden.

7. Wiederholungsaufträge, Wiederholungsrabatte

7.1. Für Inserate, die an zum voraus festgesetzten Daten unverändert erscheinen (Wiederholungsaufträge), können die Insertionstarife Wiederholungsrabatte vorsehen.

7.2. Die Inserate müssen grundsätzlich unverändert erscheinen; einzig bei Vollvorlagen können in der Regel die Sujets gewechselt werden.

7.3. Rückwirkend wird ein höherer Rabatt gewährt, sofern der Wiederholungsauftrag vor Erscheinen des letzten Inserates unter den gleichen Voraussetzungen erweitert und damit eine höhere Stufe erreicht wird.

8. Modalitäten Mengenabschlüsse bzw. Wiederholungsaufträge

8.1. Für jedes Insertionsorgan muss ein separater Mengenabschluss bzw. Wiederholungsauftrag vereinbart werden.

8.2. Der Mengenabschluss bzw. Wiederholungsauftrag kann grundsätzlich nur von einem einzelnen Inserenten getätigt werden. Konzernen und Holdinggesellschaften kann jedoch die Schweizerische Treuhandgesellschaft unter gewissen Voraussetzungen die Berechtigung zusprechen, Konzernabschlüsse zu tätigen.

8.3. Die Laufdauer des Mengenabschlusses bzw. Wiederholungsauftrages beträgt 12 Monate. Beginnt er bis und mit dem 15. eines Monats, so dauert er bis Ende Vormonat des folgenden Jahres; beginnt er ab 16. bis Ende eines Monats, so läuft er bis Ende des laufenden Monats des folgenden Jahres.

8.4. Grundsätzlich gilt für die ganze Laufdauer der gleiche Rabattsatz.

9. Verlegerrecht

9.1. Die Verlage behalten sich vor, Änderungen der Inserat Inhalte zu verlangen oder Inserate ohne Angabe von Gründen abzulehnen.

9.2. Die Verlage können aus technischen Gründen für bestimmte Daten vorgeschriebene, aber dem Inhalt nach nicht unbedingt termingebundene Inserate ohne vorherige Benachrichtigung um eine Ausgabe vor- oder zurückverschieben.

9.3. Die Verlage können Inserate mit der Bezeichnung «Inserat» versehen, um sie vom redaktionellen Teil abzugrenzen.

9.4. Die Verlage können grundsätzlich über die Platzierung der Inserate bestimmen. Platzierungswünsche des Auftraggebers können nur unverbindlich entgegengenommen werden. Für eingehaltene Platzierungsvorschriften wird der festgelegte Preis erhoben.

9.5. Aufträge für Werbebeilagen und Beihefter sind für die Verlage erst nach Genehmigung eines Modells bindend.

10. Chiffreinserate

10.1. Die Werbegesellschaft verpflichtet sich zur Wahrung des Chiffregeheimnisses. Vorbe-

halten bleiben namentlich folgende Fälle: Die Werbegesellschaft kann in begründeten Fällen – Justiz- oder Verwaltungsbehörden

– Personen, die einem Chiffreinserenten ihre Personendaten mitgeteilt haben und im Nachhinein wegen nicht zurückgesandter Unterlagen ihr Auskunftsrecht wahrnehmen wollen, die Identität des Chiffreinserenten bekannt geben.

10.2. Die Werbegesellschaft braucht insbesondere Werbesendungen, Vermittlungs- und anonyme Angebote nicht an den Chiffreinserenten weiterzuleiten. Zu diesem Zweck kann sie eingehende Angebote öffnen und überprüfen.

10.3. Für Chiffreinserate wird pro Auftrag eine Gebühr erhoben. Ausserordentliche Aufwendungen werden zusätzlich verrechnet.

10.4. Die Verantwortung für die Rücksendung von Dokumenten obliegt dem Chiffreinserenten.

11. Probeabzüge

11.1. Auf Anfrage können Probeabzüge für kommerzielle Inserate geliefert werden, sofern die Druckunterlagen mindestens 3 Tage vor Annahmeschluss eintreffen.

11.2. Für Vollvorlagen wird kein Probeabzug geliefert.

12. Druckmaterial

12.1. Ohne ausdrückliche Vereinbarung ist der Verlag bzw. die Werbegesellschaft für herkömmlich oder digital geliefertes Druck- und Datenmaterial (Reinzeichnungen, Filme, Fotos usw.) weder aufbewahrungs- noch rückgabepflichtig.

13. Zahlungskonditionen

13.1. Für die Publikation von Gelegenheitsinseraten gilt Barzahlung oder eine Zahlungsfrist von 10 Tagen.

13.2. Für die Publikation von allen übrigen Inseraten gilt eine Zahlungsfrist von 30 Tagen ohne Skontoabzug.

13.3. Auf fallenden Rechnungen wird ein marktüblicher Verzugszins verrechnet.

13.4. Für Mahnungen werden die Kosten verrechnet.

13.5. Bei Betreibung, Nachlassstundung oder Konkurs entfallen Rabatte und Vermittlungsprovisionen.

14. Vorzeitige Vertragsauflösung

14.1. Stellt ein Insertionsorgan während der Vertragsdauer sein Erscheinen ein, kann die Werbegesellschaft ohne Ersatzverpflichtung vom Vertrag zurücktreten.

14.2. Dies entbindet den Inserenten nicht von der Bezahlung der erschienenen Inserate.

14.3. Es werden keine Rabattnachbelastungen, aber Vergütungen vorgenommen, sofern zum Zeitpunkt der Vertragsauflösung eine höhere Rabattstufe erreicht wird.

C. HAFTUNG DER WERBEGESELLSCHAFT

15. Fehlerhaftes Erscheinen, Nichterscheinen

15.1. Reklamationen wegen fehlerhaftem Erscheinen oder Nichterscheinen sind innerhalb von 10 Tagen nach Publikation bei der Werbegesellschaft anzubringen.

15.2. Wird der Sinn oder die Wirkung des Inserates wesentlich beeinträchtigt oder ist ein Termininserat nicht erschienen, werden die Einschaltkosten ganz oder teilweise erlassen oder in Form von Inseratenraum in der betreffenden Publikation kompensiert. Bei telefonisch erteilten Aufträgen, bei fehlerhaften digitalen Übermittlungen von Inseraten zur Werbegesellschaft oder zum Verlag, bei Fehlern infolge von Übersetzungen fremdsprachiger Vorlagen, bei Datenverschiebungen (Ziff. 9.2), bei nicht eingehaltenen Platzierungsvorschriften, bei ungeeigneten Vorlagen, bei nicht signifikanten Passerdifferenzen und bei Abweichungen in der Farbe oder von typografischen Vorschriften sowie bei fehlenden Codebezeichnungen entfallen die genannten Ansprüche.

15.3. Sämtliche weitergehenden Ansprüche als die in Ziff. 15.2 genannten wegen fehlerhaftem Erscheinen, Nichterscheinen oder aus anderen Gründen sind ausgeschlossen.

D. HAFTUNG DES INSERENTEN

16. Haftung bezüglich Inhalt der Inserate

16.1. Der Inserent ist für den Inhalt der Inserate verantwortlich. Er erklärt, die einschlägigen gesetzlichen Bestimmungen und Branchenregeln einzuhalten und dafür der Werbegesellschaft und dem Verlag verantwortlich zu sein. Er stellt die Werbegesellschaft und den Verleger sowie deren Organe und Hilfspersonen von Ansprüchen Dritter frei. Er ist in jedem Fall verpflichtet, sämtliche im Zusammenhang mit Ansprüchen Dritter oder in sonstigen Verfahren anfallenden gerichtlichen oder aussergerichtlichen Kosten zu übernehmen.

17. Gegendarstellungsrecht

17.1. Bei einem Gegendarstellungsbegehren (Art. 28 ff. ZGB) gegenüber Inseraten informiert der Verlag bzw. die Werbegesellschaft den Inserenten über den Eingang des Begehrens und bespricht mit ihm das Eintreten auf das Begehren bzw. seine Abweisung oder Gutheissung sowie das Vorgehen bei einer allfälligen Publikation und die damit zusammenhängenden Modalitäten.

E. WEITERVERWENDUNG VON INSERATEN

18. Verwendung von Inseraten für elektronische Datenbanken

18.1. Der Inserent erklärt sein Einverständnis, dass die Werbegesellschaft die Inserate in eigene oder fremde elektronische Datenbanken einspeisen und zu diesem Zweck bearbeiten kann. Der Inserent kann sein Einverständnis jederzeit zurückziehen. Er nimmt zur Kenntnis, dass Personendaten auch in Staaten abrufbar sind, die keine mit der Schweiz vergleichbaren Datenschutzbestimmungen kennen, und somit die Vertraulichkeit, Integrität, Authentizität und Verfügbarkeit seiner Personendaten nicht garantiert ist.

18.2. Die nicht autorisierte und ohne gewichtige Eigenleistung erfolgende Bearbeitung und Verwertung von abgedruckten oder in elektronische Datenbanken eingespeisten Inseraten durch Dritte ist unzulässig und wird vom Inserenten untersagt. Dieser überträgt der Werbegesellschaft insbesondere das Recht, nach Rücksprache mit dem Verlag mit geeigneten Mitteln dagegen vorzugehen.

19. Geistiges Eigentum an Inseraten

19.1. Der Inserent anerkennt das geistige Eigentum, insbesondere das Urheberrecht, der Werbegesellschaft an allen von ihr selber kreierten Inseraten mit individuellem Charakter (z.B. DTP-Verfahren). Soweit der Inserent seinen vertraglichen Verpflichtungen gegenüber der Werbegesellschaft nachkommt, ist ihm die Nutzung des geistigen Eigentums im Rahmen des ursprünglichen Verwendungszweckes auf unbeschränkte Zeit erlaubt.

F. ANWENDBARES RECHT, GERICHTSSTAND

20. Auf den Insertionsvertrag findet ausschliesslich schweizerisches Recht Anwendung.
21. Ausschliessliches Gerichtsstand ist das zuständige Gericht am Ort der Geschäftsstelle der Werbegesellschaft, die den Insertionsvertrag geschlossen hat. Die vorliegenden Geschäftsbedingungen treten am 1.10.2003 in Kraft und ersetzen alle früheren Fassungen.