



# Computer & AUTOMATION

## MEDIADATEN

# 2010

Offizieller Medienpartner



Offizieller Medienpartner



Online  
geprüft



MIT HEFT-IM-HEFT  
PROCESS+HYBRID

**Mediaberatung** · Gruber Straße 46a · 85586 Poing · Fon +49 (0) 8121.95 - 1385 · Fax 08121.95 - 1670 · media@computer-automation.de



Peter Eberhard  
**Gesamtanzeigenleitung**  
Fon +49 (0) 8121.95 - 1385  
peberhard@computer-automation.de



Tiffany Dinges  
**Anzeigenverkaufsleitung**  
PLZ 3, 4, 5, 6  
Fon +49 (0) 8121.95 - 1363  
tdinges@computer-automation.de



Janette Mirkovic  
**PLZ 7, 87-89, A, CH**  
Fon +49 (0) 8121.95 - 1343  
jmirkovic@computer-automation.de



Sonja Winkler  
**International**  
Fon +49 (0) 8121.95 - 1383  
swinkler@computer-automation.de



Andreas Zepf  
**PLZ 0, 1, 2, 80-86, 9**  
Fon +49 (0) 8121.95 - 1364  
azepf@computer-automation.de



Lydia Sattelberger  
**Database Management**  
Fon +49 (0) 8121.95 - 1303  
lsattelberger@wekanet.de



Rosi Böhm  
**Anzeigenassistentz**  
Fon +49 (0) 8121.95 - 1307  
rboehm@computer-automation.de



Hildegund Rössler  
**Disposition**  
Fon +49 (0) 8121.95 - 1473  
hroessler@wekanet.de

**Redaktion** · Parkweg 11 · 87719 Mindelheim · Fon +49 (0) 8261.737 - 600 · Fax +49 (0) 8261.701 - 83  
redaktion@computer-automation.de



Meinrad Happacher  
Dipl.-Ing. (FH)  
**Chefredaktion**  
Fon +49 (0) 8261.701 - 81  
mhappacher@computer-automation.de



Günter Herkommer  
Dipl.-Ing. (FH)  
**Stv. Chefredaktion**  
Steuerungen, Safety, Antriebe, Mechanische  
Komponenten, Feldbusse/Ethernet/Wireless, Robotik  
Fon +49 (0) 8261.701 - 82  
gherkommer@computer-automation.de



Stefan Kuppinger  
Dipl.-Ing. (FH)  
PROCESS+HYBRID, Managementebene,  
Bedienen+Beobachten, IPC/Betriebs-  
systeme, Teleservice, Messtechnik  
Fon +49 (0) 8261.737 - 603  
skuppinger@computer-automation.de



Inka Krischke  
M.A.  
Elektromechanik, Stromversorgungen,  
Marktübersichten  
Fon +49 (0) 8261.737 - 602  
ikrischke@computer-automation.de



Jan Bihn  
Dipl.-Ing. (BA)  
Bildverarbeitung, Sensoren+Aktoren  
Fon +49 (0) 8261.737-602  
jbihn@computer-automation.de



Thomas Günnel  
Dipl.-Medienwirt (FH)  
**Online-Redaktion**  
Fon +49 (0) 8261.7631-723  
tgunnel@computer-automation.de



Elisabeth Skowronek  
**Chefin vom Dienst**  
Fon +49 (0) 8121.95 - 1334  
eskowronek@computer-automation.de



Sabrina Matza  
**Redaktionsassistentz**  
Fon +49 (0) 8261.737 - 600  
smatza@computer-automation.de

**ANZEIGEN KARRIERE-MARKT**  
Hotline +49 (0) 8121.95 - 1307  
stellenanzeigen@computer-automation.de

**1 Kurzcharakteristik:**

Die Medienmarke Computer&AUTOMATION steht für redaktionelle Qualität, zielgenaue Verbreitung und hohe Glaubwürdigkeit bei den Entscheidern in der Fertigungs- und Prozesstechnik.

Das monatliche Automatisierungsmagazin Computer&AUTOMATION berichtet über die Themen der gesamten Automatisierungs-Pyramide in der Fertigungs- und Prozessindustrie. In jeder zweiten Ausgabe wird die Berichterstattung aus der Prozesstechnik zusätzlich durch das Heft-im-Heft „PROCESS+HYBRID“ ergänzt.

Für erfolgreiche Crossmedia-Kampagnen bieten sich neben den Printausgaben der Computer&AUTOMATION, der Webdienst [www.computer-automation.de](http://www.computer-automation.de) und der wöchentliche Automations-Newsletter an.

[www.computer-automation.de](http://www.computer-automation.de) berichtet maßgeschneidert und rund um die Uhr aktuell über die Themen der gesamten Automatisierungs-Pyramide in der Fertigungs- und Prozessindustrie. Der Automations-Newsletter bietet maßgeschneiderte News, Produktberichte und Fachbeiträge.

Die Medienmarke Computer&AUTOMATION verhilft Anbietern in der Automatisierung zur Steigerung ihres Kommunikationserfolgs.

**2 Erscheinungsweise:** monatlich + 3 Sonderhefte + Tageszeitung zur SPS/IPC/DRIVES

**3 Jahrgang:** 12. Jahrgang 2010

**4 Web-Adresse (URL):** [www.computer-automation.de](http://www.computer-automation.de)

**5 Mitgliedschaften:** IVW-EDA (Empfängerdatei Analyse)  
IVW-Online  
(Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V.)

**6 Organ:** -

**7 Herausgeber:** WEKA FACHMEDIEN GmbH

**8 Verlag:** WEKA FACHMEDIEN GmbH

Postanschrift: Gruber Straße 46a, 85586 Poing

Telefon: +49 (0) 8121.95 - 1385

Telefax: +49 (0) 8121.95 - 1670

E-Mail: [media@computer-automation.de](mailto:media@computer-automation.de)

**9 Redaktion:**

Meinrad Happacher, Chefredakteur  
[mhappacher@computer-automation.de](mailto:mhappacher@computer-automation.de)

**10 Anzeigen:**

Peter Eberhard, Gesamtanzeigenleitung  
[peberhard@computer-automation.de](mailto:peberhard@computer-automation.de)

**11 Vertrieb:**

Marc Schneider, Leitung Vertrieb  
[mschneider@wekanet.de](mailto:mschneider@wekanet.de)

**12 Bezugspreise:**

Abo Inland: € 78,40  
Abo Ausland: € 89,40  
Einzelheftpreis: € 7,50

**13 ISSN:**

1615-8512

**14 Umfangs-Analyse:**

2008 = 18 Ausgaben

**Format der Zeitschrift:**

230 mm x 297 mm

**Gesamtumfang:**

1.650 Seiten = 100,00 %

**Redaktionsteil:**

1.011 Seiten = 61,27 %

**Anzeigenteil:**

639 Seiten = 38,73 %

**Davon**

Einhefter/Durchhefter: 92 Seiten = 14,40 %

Beilagen: 26 Stück

**15 Inhalts-Analyse des Redaktionsteils 2008 = 1.011 Seiten****Fachartikel gesamt**

350 Seiten = 34,62 %

- Managementebene

55 Seiten = 15,71 %

- Steuerungsebene

163 Seiten = 46,57 %

- Feldebene

132 Seiten = 37,71 %

**Produkte gesamt**

300 Seiten = 29,67 %

- Managementebene

25 Seiten = 8,33 %

- Steuerungsebene

168 Seiten = 56,00 %

- Feldebene

107 Seiten = 35,67 %

Aktuell

199 Seiten = 19,68 %

Nachgehakt

12 Seiten = 1,19 %

Sonstiges

74 Seiten = 7,32 %

Marktübersichten

76 Seiten = 7,52 %



16 Auflagenkontrolle:



17 Auflagen-Analyse:

Exemplare pro Ausgabe  
im Jahresdurchschnitt  
(1. Juli 2008 bis 30. Juni 2009)

Druckauflage:	27.292		
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):	26.581	davon Ausland:	1.165
Verkaufte Auflage:	986	davon Ausland:	51
Abonnements:	644	davon Mitgliederstücke:	0
Sonstiger Verkauf:	342		
Freistücke:	25.596		
Rest-, Archiv- und Belegexemplare:	711		

18 Geographische Verbreitungs-Analyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlicher verbr. Auflage	
	%	Exemplare
Deutschland	95,6	25.416
Österreich	2,1	563
Schweiz	1,9	519
Sonstiges Ausland	0,3	83
Tatsächlich verbreitete Auflage	100,0	26.581

Gliederung der Inlands-Auflage nach Nielsen-Gebieten  
(Plus Auflage Österreich und Schweiz)





**Kurzfassung der Erhebungsmethode zur Verbreitungs-Analyse  
(AMF-Schema 2, Ziffer 18)**

**1 Untersuchungsmethode:**

Verbreitungs-Analyse 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 erfasst. Aufgrund der umfassenden Bezieherqualifikation kann die Datei nach Postleitzahlen, nach Inlands- und Auslandsempfängern sowie detaillierten demografischen Kriterien sortiert werden.

**2.2 Gesamtzahl Empfänger in der Datei:** 85.961

**2.3 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:**

– Verkaufte Auflage		773
davon: abonnierte Exemplare	265	
sonstiger Verkauf	508	
– Freistücke		25.856
davon: ständige Freistücke	193	
wechselnde Freistücke	25.663	
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)		26.629
– davon Inland	25.315	
– davon Ausland	1.314	

**3 Beschreibung der Untersuchung:**

**3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):**

Grundgesamtheit (tvA)	26.629	=	100,0 %
Davon in der Untersuchung nicht erfasst:	508	=	1,9 %
– sonstiger Verkauf	508		
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA)	26.121	=	98,1 %

**3.2 Tag der Dateiauswertung:** 6. August 2009

**3.3 Beschreibung der Datenbasis:**

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

**3.4 Zielperson der Untersuchung:** entfällt

**3.5 Definition des Lesers:** entfällt

**3.6 Zeitraum der Untersuchung:** August 2009

**3.7 Durchführung der Untersuchung:** Verlag



## 19 Branchen, Wirtschaftszweige

Abteilung Klasse	Empfängergruppen (lt. Klassifikation der Wirtschaftszweige)	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
		in %	Projektion (circa)
29	Maschinen- und Anlagenbau	53	14.090
31	Elektro-/Elektronikindustrie	49	13.030
33	Mess-, Steuer-, Regelungstechnik	47	12.490
29	Sonder-, Werkzeugmaschinenbau	36	9.570
34	Automobilbau / Kfz-Zulieferindustrie	22	5.850
24, 25	Chemie-, Pharma-, Kunststoffindustrie	23	6.110
74	Ingenieurbüro, Software-/Systemhaus	30	7.970
27, 28	Eisen-, Blech-, Metallindustrie	20	5.320
15	Nahrungs-, Genussmittelindustrie	12	3.190
40	Energierzeugung	12	3.190
Tatsächlich verbreitete Auflage			26.581

Mehrfachnennungen

## 20 Größe der Wirtschaftseinheit

Empfängergruppen (lt. Klassifikation der Wirtschaftszweige)	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	in %	Projektion (circa)
1 - 49 Beschäftigte	35	9.300
50 - 499 Beschäftigte	37	9.840
500 und mehr Beschäftigte	28	7.440
Rundungsdifferenz		1
Tatsächlich verbreitete Auflage		26.581



**21 Schwerpunktmäßiger Arbeitsbereich**

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage in %	Projektion (circa)
Forschung / Entwicklung	61	16.210
Projektierung / Planung	52	13.820
Konstruktion	48	12.760
Firmenleitung / Management	29	7.710
Produkt-Management	45	11.960
Produktion / Fertigung	34	9.040
Einkauf / Beschaffung	26	6.910
Kundendienst	42	11.160
Qualitätskontrolle / -sicherung	30	7.970
Organisation, DV	26	6.910
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage</b>		<b>26.581</b>

Mehrfachnennungen

**22 Stellung im Beruf**

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage in %	Projektion (circa)
Inhaber / Vorstand / Geschäftsführer	11	2.920
Betriebsleiter	3	800
Hauptabteilungsleiter / Ressortleiter	9	2.390
Abteilungsleiter	25	6.650
Spezialist ohne Leitungsfunktion	52	13.820
<b>Rundungsdifferenz</b>		<b>1</b>
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage</b>		<b>26.581</b>

**23 Geplante Investitionssumme in den nächsten 12 Monaten**

Geplante Investitionssumme im persönlichen, beruflichen Entscheidungsbereich	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage in %	Projektion (circa)
unter 5.000 €	5	1.330
5.000 bis unter 10.000 €	7	1.860
10.000 bis unter 50.000 €	27	7.180
50.000 bis unter 250.000 €	19	5.050
250.000 bis unter 500.000 €	10	2.660
500.000 € und mehr	16	4.250
Keine Angabe	16	4.250
<b>Rundungsdifferenz</b>		<b>1</b>
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage</b>		<b>26.581</b>

**24 Beachtung von Werbung generell**

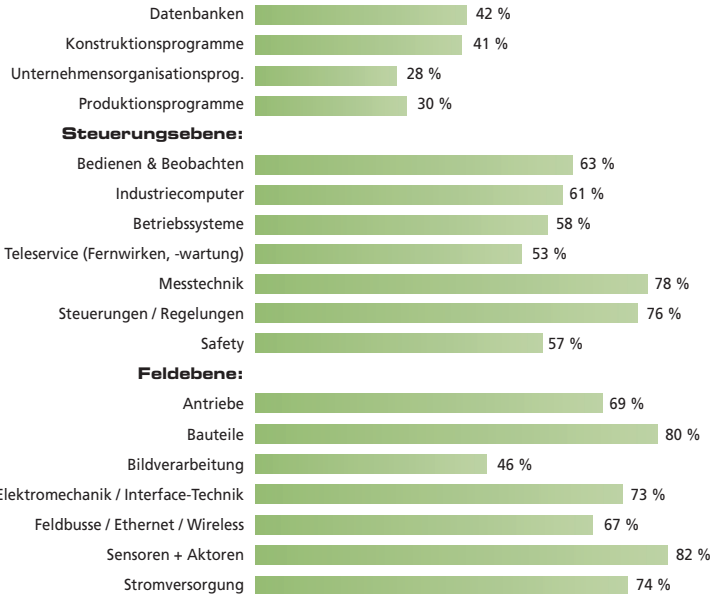
Achte beim Lesen auf Anzeigen / Werbung für Produkte bzw. Dienstleistungen in Computer&AUTOMATION	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage in %	Projektion (circa)
immer	37	9.840
gelegentlich	60	15.950
nie	3	800
<b>Rundungsdifferenz</b>		<b>9</b>
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage</b>		<b>26.581</b>

Quelle: Repräsentative Empfänger-Struktur-Analyse 2008

## 25 Produktbereiche mit Anschaffungsabsichten

Anschaffungen in den nächsten 12 Monaten im persönlichen Entscheidungsbereich geplant...

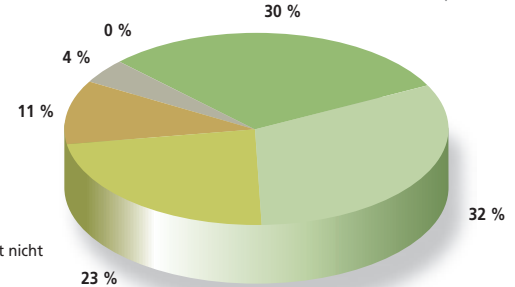
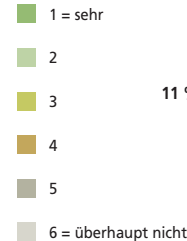
### Managementebene:



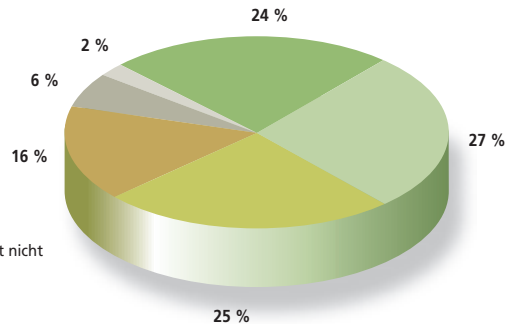
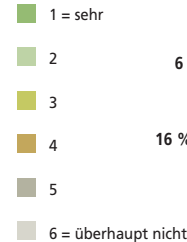
■ sicher/möglicherweise

Quelle: Repräsentative Empfänger-Struktur-Analyse 2008

## Das Thema Fabrikautomation interessiert mich...



## Das Thema Prozesstechnik interessiert mich...



**Kurzfassung der Erhebungsmethode zur Empfänger-Struktur-Analyse  
(AMF-Schema 3-E, 4)**

**1 Untersuchungsmethode:**

Empfänger-Struktur-Analyse durch telefonische Erhebung (C.A.T.I.) – Stichproben-Erhebung

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

**2.1 Beschaffenheit der Datei:**

In der Empfängerdatei sind die Anschriften aller Empfänger erfasst. Aufgrund der vorhandenen postalischen Angaben kann die Datei nach Postleitzahlen, nach Inlands- und Auslandsempfängern sowie detaillierten demographischen Kriterien sortiert werden.

Gesamtzahl Empfänger in der Datei: 84.911

**2.2 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:**

- Verkaufte Auflage			2.636
davon:	abonnierte Exemplare	1.627	
	sonstiger Verkauf	1.009	
- Freistücke			24.439
davon:	ständige Freistücke	118	
	wechselnde Freistücke	24.321	
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)			27.075
davon:	Inland	25.891	
	Ausland	1.184	

**3 Beschreibung der Untersuchung:**

**3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):**

Grundgesamtheit (tvA)	27.075	=	100,0 %
Davon in der Untersuchung nicht erfasst	698	=	2,5 %
- Werbeexemplare	698		
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA)	26.377	=	97,5 %

Befragt wurde der hauptsächliche Leser

**3.2 Tag der Stichprobenziehung: 5. Januar 2008**

**3.3 Beschreibung der Stichprobe:**

Grundgesamtheit ausgewählt at random aus der gesamten Empfängerdatei

Brutto-Stichprobe:	456 Fälle	=	100,0 %
Ausfälle:	134 Fälle	=	29,4 %
- Verweigert aus Zeitgründen:	34 Fälle	=	7,5 %
- Interview abgebrochen:	23 Fälle	=	5,0 %
- Interview verweigert:	31 Fälle	=	6,8 %
- Zielperson verreist, krank, nicht erreicht:	46 Fälle	=	10,1 %
Netto-Stichprobe (auswertbare Fälle):	322 Fälle	=	70,6 %

**3.4 Zielperson der Untersuchung: Erstempfänger**

**3.5 Definition des Lesers: entfällt**

**3.6 Zeitraum der Untersuchung: 10. Januar bis 5. Februar 2008**

**3.7 Durchführung der Untersuchung: IFAK-Institut für Markt- und Sozialforschung, Tausenstein**  
Diese Untersuchung entspricht in der Anlage, Durchführung und Berichterstattung dem ZAW-Rahmenschema für Werbeträger-Analysen in der aktuellen Fassung.

Monat	Januar	Februar	März	März	April	Mai	Juni	Juni
Ausgabe	1	2	SH-1	3	4	5	SH-2	6
Erscheinungstermin	13.1.2010	17.2.2010	16.3.2010	17.3.2010	14.4.2010	12.5.2010	2.6.2010	4.6.2010
Anzeigenschluss	10.12.2009	26.1.2010	11.2.2010	23.2.2010	19.3.2010	20.4.2010	29.4.2010	10.5.2010
Redaktionsschluss (Produkt-News)	26.11.2009	12.1.2010	28.1.2010	9.2.2010	5.3.2010	6.4.2010	15.4.2010	26.4.2010
<b>Managementebene</b>								
Unternehmenssoftware	■	■ ■		■	■ ■	■		■ ■
<b>Steuerungsebene</b>								
Leitsysteme		■			■			■
HMI/Bedienen + Beobachten	Schwerpunkt	■ ■			■	■		■ ■
Industriecomputer/Betriebssysteme	■	Schwerpunkt		■	■ ■	■	Schwerpunkt	
Teleservice/Fernwirken/Fernwarten	■	■ ■		■	■ ■			Schwerpunkt
Messtechnik	■	■ ■			■ ■	Schwerpunkt		■
Steuerungen/Regelungen	■	■ ■		■	■ ■	■	Schwerpunkt	■ ■
Safety	■		■		■	■		■

Messeausgabe embedded world



SENSOR GUIDE

Messeausgabe Hannover Messe

Messeausgabe Sensor+Test

CONTROL GUIDE

Messeausgabe Automatica

Feldebene										
Antriebe	■	■ ■	Messeausgabe embedded world	SENSOR GUIDE	■	Schwerpunkt	■	Schwerpunkt	■ ■	
Robotik/Mechanische Komponenten/Mechatronik	■				■	SPECIAL Robotik	■			■
Bildverarbeitung	■				■		■			
Elektromechanik	■				■	■ ■	■			■
Feldbusse/Ethernet/Wireless	■	■			■	■ ■	■			■
Interface-Technik		■				■				■
Sensoren + Aktoren	■	■ ■			Schwerpunkt	■ ■	■			■ ■
Stromversorgungen	■	■				Schwerpunkt	■			■
Marktübersichten	Grafikfähige Bedienterminals	Compact-PCI-Komponenten	Anbieterverzeichnisse	Hutschienen-netzgeräte	Servomotoren	Messumformer	Anbieterverzeichnisse	Fernwirken		
Termine		2. - 4.3.2010 embedded world Nürnberg 		2. - 6.3.2010 CeBIT Hannover	19. - 23.4.2010 Hannover Messe Factory/Process Automation Hannover	18. - 20.5.2010 Sensor&Test Nürnberg 04. - 07.05.10 Control Stuttgart	mit CD-ROM 	8.-11.6.2010 Automatica München		

■ Computer&AUTOMATION

■ PROCESS+HYBRID

Kurzfristige Änderungen vorbehalten

Monat	Juli	August	September	Oktober	Oktober	November	November	Dezember
Ausgabe	7	8	9	SH 3	10	11	Tageszeitung*	12
Erscheinungstermin	8.7.2010	11.8.2010	8.9.2010	5.10.2010	6.10.2010	10.11.2010	23.-25.11.2010	15.12.2010
Anzeigenschluss	16.6.2010	20.7.2010	17.8.2010	1.9.2010	14.9.2010	18.10.2010	1.11.2010	23.11.2010
Redaktionsschluss (Produkt-News)	2.6.2010	6.7.2010	3.8.2010	18.8.2010	31.8.2010	4.10.2010	9.11.2010	9.11.2010
<b>Managementebene</b>								
Unternehmenssoftware	■	■ ■	■	■ ■	■ ■	■	■	■ ■
<b>Steuerungsebene</b>								
Leitsysteme		■		■			■	■
HMI/Bedienen + Beobachten		■	■	■ ■		■	■ ■	■
Industriecomputer/Betriebssysteme		■ ■	■	■ ■		■	■ ■	■ ■
Teleservice/Fernwirken/Fernwarten		■ ■		■ ■		■	■ ■	■ ■
Messtechnik	■	■	■	■ ■	■ ■	■	■ ■	■ ■
Steuerungen/Regelungen	■	■ ■	■	■ ■	■ ■	■	■ ■	Schwerpunkt
Safety		Schwerpunkt		■ ■	■	■	■	■


PRODUCT GUIDE

Messeausgabe  
Vision und electronica

Messeausgabe  
SPS/IPC/DRIVES

Die offizielle Tageszeitung  
zur SPS/IPC/DRIVES

Feldebene

Antriebe	■	■ ■	■	■ ■	■ ■	Schwerpunkt	■	■ ■
Robotik/Mechanische Komponenten/Mechatronik	■	■ ■	■ SPECIAL Robotik			■	■	■
Bildverarbeitung	■	■ ■		■ ■	Schwerpunkt	■	■	■
Elektromechanik	■	■ ■	Schwerpunkt	■ ■	■ ■	■ ■	■ ■	■
Feldbusse/Ethernet/Wireless	Schwerpunkt	■ ■	■	■ ■	■ ■	■ ■	■ ■	■ ■
Interface-Technik		■		■	■ ■	■ ■	■ ■	■
Sensoren + Aktoren	■	■ ■	■	■ ■	■ ■	■	■ ■	■ ■
Stromversorgungen	■	■	■	■ ■		■	■	■
Marktübersichten	Wireless/M2M	Safety-SPS	Ethernet-Steckverbinder	Anbieterverzeichnisse	intelligente Kamerasysteme	Frequenzumrichter		Soft-SPS
Termine			13.-16.9.2010 Motek Stuttgart		19.-21.10.2010 discuss&discover München 9.-11.11.2010 Vision Stuttgart	23.-25.11.2010 SPS/IPC/DRIVES Nürnberg 9.-12.11.2010 electronica München 10.-12.11.2010 Brau Beviale Nürnberg	 Die offizielle Tageszeitung zur SPS/IPC/DRIVES	

■ Computer&AUTOMATION

■ PROCESS+HYBRID

Kurzfristige Änderungen vorbehalten

\* Offizielle Tageszeitung zur SPS/IPC/DRIVES 2010 – gesonderte Preisliste

Schwerpunkthemen	Computer&AUTOMATION	PROCESS+HYBRID	Sonderhefte/Tageszeitung zur SPS/IPC/DRIVES
<b>Unternehmenssoftware</b> Anlagenoptimierung, Assetmanagement, Automation-Framework, Batchmanagement, BDE/BDV, CAD, CAE, CAM, Chargenmanagement, Datenbanken, EDM/PDM, ERP, Engineering (Erweiterung, Modernisierung, Projektierung, Inbetriebnahme), Instandhaltung/Wartung, IT-Netzwerk	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12	2, 4, 6, 8, 10, 12	SH 3, TZ
<b>Leitsysteme</b> Controller, Distributed Control Systems (DCS), Kompakt-Leitsysteme, SPS-gestützte Leitsysteme, PC-basierte Leitsysteme		2, 4, 6, 8, 12	SH 3, TZ
<b>HMI/Bedienen + Beobachten</b> Anzeigen (digital/analog), Eingabegeräte (Lichtgriffel), Displays, Hand-Held, HMI-Architekturen (Client/Server, Web-Server, Panel-Link), Monitore, Operator Panel, Panel-PC, PDA, SCADA-Systeme, stationäre und mobile Terminals, Tastaturen, Touch-Panels, Visualisierungssysteme, -Software	1, 2, 4, 5, 6, 8, 9, 11, 12	2, 4, 6, 8, 12	SH 3, TZ
<b>Industriecomputer/Betriebssysteme</b> Compact PCI, Echtzeit, Embedded Linux, Embedded PCs, ETX, IndustrialPCI-Bus, mobile PCs, Mainboards, PC/104, Terminals, VMEbus, Windows	1, 2, 3, 4, 5, 7, 8, 9, 11, 12	2, 4, 8, 12	SH 2, SH 3, TZ
<b>Teleservice/Fernwirken/Fernwarten</b> Kommunikations-Baugruppen (Modems/Datenfunk), M2M-Systeme, Software-Systeme	1, 2, 3, 4, 6, 8, 11, 12	2, 4, 6, 8, 12	SH 3, TZ
<b>Messtechnik</b> Datenlogger, EMV-Messgeräte, Kalibrierung, Messtechnikkarten, Messtechniksoftware, Messumformer, Multimeter, portable Messgeräte, Registriergeräte, Schreiber, Thermographie, Datenerfassungshard- & -software, PC-basierte Messtechnik, Prüf- und Kalbriergeräte, Prozessschreiber	1, 2, 4, 5, 7, 8, 9, 10, 11, 12	2, 4, 6, 10, 12	SH 3, TZ
<b>Steuerungen/Regelungen</b> CNC-Steuerungen, Hybride Steuerungstechnik, intelligente E/A-Module, Logik-Module, Motion Control, PC-Steuerungen, PAC's, Regler, SPS, SPS-Software, Sicherheitsgerichtete Steuerungen, Stellungsregler	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12	2, 4, 6, 8, 10, 12	SH 2, SH 3, TZ
<b>Safety</b> Feldbusse/Ethernet, Lichtgitter, Sicherheits-Komponenten (Not-Aus), Safety-Sensorik/Aktorik, Safety-SPS	1, 4, 5, 6, 8, 10, 11, 12		SH 1, SH 3, TZ

<b>Antriebe/Aktoren</b>	1, 3, 4, 5, 7, 8, 9, 10, 11, 12	2, 4, 6, 8, 10, 12	SH 2, SH 3, TZ
Frequenzrichter, Getriebe, intell. Antriebe, Komplettantriebe, Kupplungen, Linearachsen, Motoren, Servomotoren, Antriebstechnik (dezentral), Frequenzrichter, Getriebemotoren, Linearantriebe, Motoren, Motorschutz-/überwachung, Pumpenantriebe, Stellglieder, Sanftanlaufgeräte, Schütze, Schwenkantriebe, Stellantriebe, Ventilinseln			
<b>Mechanische Komponenten/Mechatronik/Robotik</b>	1, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 12		SH 3, TZ
Achsmodulare, Montagesysteme, Profile, Roboter-Systeme, Spann- und Greiftechnik, Transfersysteme, Ventile, Zylinder			
<b>Bildverarbeitung</b>	1, 4, 5, 7, 8, 10, 11, 12	4, 8	SH 1, SH 3, TZ
Beleuchtung, Hardware, Kameras, Software, Systeme, Vision Sensoren			
<b>Elektromechanik</b>	1, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 12	4, 8	SH 3, TZ
E/A-Module, EMV-Komponenten, Gehäuse, Kabel, Klimatisierungskomponenten, Reihenklemmen, Relais, Schalter/Taster, Schaltschränke, Schleppketten, Sicherheitskomponenten (z.B. Not-Aus), Steckverbinder			
<b>Feldbusse/Ethernet/Wireless/Vernetzung</b>	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12	4, 8, 10, 12	SH 3, TZ
AS-i, Bluetooth, CAN-Varianten, Devicenet, Ethercat, Firewire, Foundation Fieldbus, HART, Interbus, LON, Modbus, Profibus, Profinet, Powerlink, Safety Fieldbus, Sercos, Wireless-Varianten, Ethernet-basierte Netzwerkarchitekturen (HSE, Profinet, TCP/IP, RFC), Feldbuskoppler, Gateways, Netzwerksicherheit, WLAN			
<b>Interface-Technik</b>		2, 4, 6, 8, 10, 12	SH 3, TZ
Befehls- und Meldegeräte (Taster, Schalter, Leuchtmelder, Hupen), E/A-Module, Ex-Barrieren, Ex-i-Trennschaltverstärker, Grenzwertschalter, Installations/Verdrahtungskonzepte (Ex/Nicht-Ex), Koppelmodule, Messwertumformer, Relais, Remote-I/O, Klemmen, Signalkonverter, Speisetrenner, Steckverbinder, Trennstufen			
<b>Sensoren</b>	1, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12	2, 4, 6, 8, 10, 12	SH 1, SH 3, TZ
Drehgeber, Drehzahl, Druck/Differenzdruck, Drucksensoren, Durchflusssensoren, Encoder, Feuchte, Füllstandsensoren, Identssysteme (RFID, Barcode), Leitfähigkeit, Messwertaufnehmer, Näherungsschalter, Optosensoren (z.B. Lichtschranken), pH/Redox, RFID, Sauerstoff, Stellglieder, Temperatursensoren, Volumen/Massenströme, Winkelcodierer			
<b>Stromversorgungen</b>	1, 2, 3, 4, 6, 7, 8, 9, 11, 12		SH 3, TZ
Hutschienennetzgeräte, Netzteile, USV-Anlagen			

**1 Auflage:** Druckauflage: 27.292  
tvA im Jahresdurchschnitt: 26.518

**2 Zeitschriftenformat:** 230 mm Breite x 297 mm Höhe  
Satzspiegel: 195 mm Breite x 262 mm Höhe  
Spaltenbreite: 4 Spalten, Spaltenbreite: 43 mm

**3 Druck- und Bindevverfahren, Druckunterlagen:**  
siehe Technische Daten

**4 Termine:**  
Erscheinungsweise: monatlich, 12 Ausgaben + 3 Sonderhefte  
Erscheinungstermine: siehe Termin- und Themenplan  
Anzeigenschluss: siehe Termin- und Themenplan

**5 Verlag:** WEKA FACHMEDIEN GmbH  
Postanschrift: Gruber Straße 46a, 85586 Poing  
Fon: +49 (0) 8121.95 - 1385 / Fax: +49 (0) 8121.95 - 1670  
Internet: www.computer-automation.de

**6 Zahlungsbedingungen:**  
Bei Zahlung innerhalb 8 Tagen nach Rechnungsdatum 2 % Skonto oder 21 Tage netto.  
Bei Bankeinzug gewähren wir 3% Skonto.  
Bankverbindung: HypoVereinsbank, München  
BLZ 700 202 70, Konto 35 704 981  
IBAN DE37 7002 0270 0035 7049 81  
SWIFT (BIC) HYVEDEMMXXX

#### 7 Anzeigenformate und Preise - Alle Preise ohne Mehrwertsteuer.

Format	Breite mm x Höhe mm	Grundpreis s/w	2c	3c	4c
1/1 Seite	195 x 262	€ 5.190,-	€ 6.230,-	€ 6.750,-	€ 7.230,-
3/4 Seite hoch	141 x 262	€ 3.900,-	€ 4.670,-	€ 5.080,-	€ 5.450,-
3/4 Seite quer	195 x 196				
A5 (Junior Page)	140 x 190	€ 2.930,-	€ 3.500,-	€ 3.800,-	€ 4.090,-
1/2 Seite quer	195 x 131	€ 2.600,-	€ 3.110,-	€ 3.390,-	€ 3.610,-
1/2 Seite hoch	95 x 262				
1/3 Seite quer	195 x 87	€ 1.740,-	€ 2.070,-	€ 2.250,-	€ 2.430,-
1/3 Seite hoch	61 x 262				
1/4 Seite quer	195 x 65	€ 1.320,-	€ 1.580,-	€ 1.700,-	€ 1.820,-
1/4 Seite hoch	95 x 131				
1/4 Seite	45 x 262				
1/6 Seite quer	195 x 44	€ 880,-	€ 1.030,-	€ 1.130,-	€ 1.230,-
1/6 Seite hoch	61 x 131				
1/8 Seite quer	195 x 33	€ 650,-	€ 790,-	€ 850,-	€ 920,-
1/8 Seite hoch	45 x 131				
1/8 Seite	95 x 65				
Titelseite					€ 9.500,-
2. und 3. Umschlagseite					€ 7.940,-
4. Umschlagseite					€ 8.350,-
Millimeterpreis, 1-spaltig		€ 5,30	€ 6,10	€ 6,60	€ 7,20
Innentitel PROCESS+HYBRID					€ 6.900,-
Innentitel Product Guide					€ 5.900,-

## 8 Zuschläge:

Platzierungszuschlag: Auf gewünschte und vom Verlag bestätigte Platzierungen berechnen wir einen Zuschlag von 10 % des Grundpreises.

Minimum Platzierungszuschlag: € 160,-

## 9 Rubrikanzeigen:

**Stellenanzeigen** Millimeterpreis s /w € 5,30

Stellengesuche: Millimeterpreis s /w € 2,20

Chiffregebühr: € 11,25

(Inland; auf Stellengesuche sowie Chiffregebühren gewähren wir keine Rabatte)

Doppelinsertion: Eine Doppelinsertion derselben Stellenanzeige in der nachfolgenden Ausgabe rabattieren wir mit 25 % auf den Anzeigengrundpreis.

Mindestgröße: 2-spaltig/70 mm

Stellenmarkt im Internet

€ 590,- / Monat

€ 250,- / Monat in Verbindung mit einer Printanzeige

Kontakt Stellenanzeigen/Karrieremarkt:

Fon: +49 (0) 8121.95 - 1307

E-Mail: stellenanzeigen@computer-automation.de

**Firmenporträt** nur in Sonderheften möglich

1/4 Seite € 570,-

1/2 Seite € 980,-

1/1 Seite € 1.700,-

## Farbzuschläge:

1 Skalenfarbe: 20 % vom Grundpreis, 2 Skalenfarben: 30 % vom Grundpreis,

3 Skalenfarben: 40 % vom Grundpreis

Keine Rabatte, keine Agenturprovision möglich

## 10 Seminarführer:

1/9 Seite sw € 240,-

1/9 Seite 4c € 300,-

Keine Rabatte möglich

## 11 Sonderwerbformen:

Inselanzeigen: Grundpreis für s/w Inselanzeigen je mm € 20,-

min. 1-spaltig 50 mm hoch

max. 1-spaltig 80 mm hoch

Banderole, Gate Folder, Flappe, Altarfalzanzeige (nur in Verbindung mit Titel),

Cover Gate Folder etc. auf Anfrage

## 12 Rabatte:

Bei Abnahme innerhalb eines Insertionsjahres

(Beginn mit dem Erscheinen der ersten Anzeige)

Malstaffel

ab 3 Anzeigen 5 %

ab 6 Anzeigen 10 %

ab 9 Anzeigen 15 %

ab 12 Anzeigen 20 %

Mengenstaffel

ab 3 Seiten 10 %

ab 6 Seiten 15 %

ab 9 Seiten 20 %

ab 12 Seiten 25 %

## 13 Kombinationen: –

## 14 Einhefter: (inkl. Portoanteil)

2-seitig Gesamtauflage € 5.600,-

4-seitig € 7.700,-

8-seitig € 11.620,-

12-seitig € 14.700,-

14-seitig und mehr Preis auf Anfrage

Gesamtbeilage und Einhefter werden als eine Seite auf die Mengenstaffel angerechnet.

Kalkulationsauflage: 28.000

## 15 Beilagen:

Gewicht bis 25 g (inkl. Porto) Gesamtauflage € 5.740,-

Höheres Gewicht auf Anfrage

Teilbelegung nach PLZ- oder Nielsen-Gebieten pro Tausend € 220,-

Teilbelegung nach qualifizierten Adressen pro Tausend € 430,-

Mindestauftragswert: € 580,-

Kalkulationsauflage: 28.000

## 16 Aufgeklebte Werbemittel:

Anzeige mit aufgeklebter Postkarte zzgl. Trägeranzeige € 2.110,-

Anzeige mit aufgeklebter CD-ROM zzgl. Trägeranzeige € 3.950,-

Mindestformat 1/1 Seite

Kalkulationsauflage: 28.000

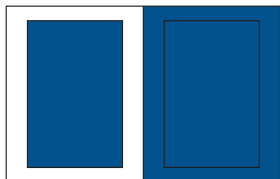
## 17 Lieferanschrift für Positionen 14 bis 15:

Vogel Druck und Medienservice GmbH

Leibnizstraße 5, 97204 Höchberg

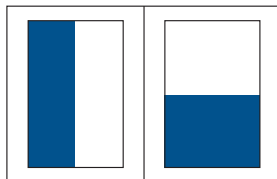
**Liefervermerk:** Beilage/Einhefter KUNDE, für Computer&AUTOMATION-Ausgabe xy/2010

## Beispiele für Anzeigengrößen



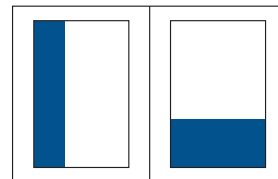
**Satzspiegel** Breite x Höhe  
1/1 Seite 195 mm x 262 mm

**Anschnittformat** Breite x Höhe  
1/1 Seite 230 mm x 297 mm



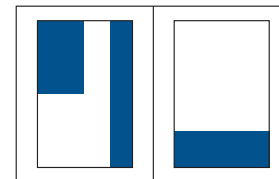
**Satzspiegel** Breite x Höhe  
1/2 Seite hoch 95 mm x 262 mm  
1/2 Seite quer 195 mm x 131 mm

**Anschnittformat** Breite x Höhe  
1/2 Seite hoch 112 mm x 297 mm  
1/2 Seite quer 230 mm x 154 mm



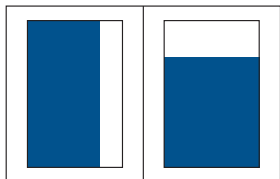
**Satzspiegel** Breite x Höhe  
1/3 Seite hoch 61 mm x 262 mm  
1/3 Seite quer 195 mm x 87 mm

**Anschnittformat** Breite x Höhe  
1/3 Seite hoch 72 mm x 297 mm  
1/3 Seite quer 230 mm x 110 mm



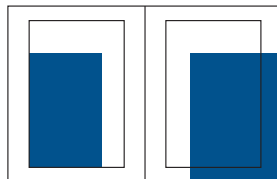
**Satzspiegel** Breite x Höhe  
1/4 Seite 2-spaltig 95 mm x 131 mm  
1/4 Seite hoch 45 mm x 262 mm  
1/4 Seite quer 195 mm x 65 mm

**Anschnittformat** Breite x Höhe  
1/4 Seite 2-spaltig 112 mm x 154 mm  
1/4 Seite hoch 53 mm x 297 mm  
1/4 Seite quer 230 mm x 88 mm



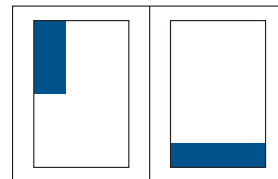
**Satzspiegel** Breite x Höhe  
3/4 Seite hoch 141 mm x 262 mm  
3/4 Seite quer 195 mm x 196 mm

**Anschnittformat** Breite x Höhe  
3/4 Seite hoch 149 mm x 297 mm  
3/4 Seite quer 230 mm x 214 mm



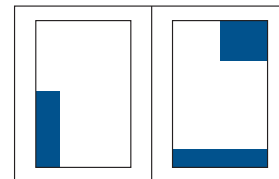
**Satzspiegel** Breite x Höhe  
9/16 Seite (junior page) 140 mm x 190 mm

**Anschnittformat** Breite x Höhe  
9/16 Seite (junior page) 148 mm x 213 mm



**Satzspiegel** Breite x Höhe  
1/6 Seite hoch 61 mm x 131 mm  
1/6 Seite quer 195 mm x 44 mm

**Anschnittformat** Breite x Höhe  
1/6 Seite hoch 72 mm x 147 mm  
1/6 Seite quer 230 mm x 67 mm



**Satzspiegel** Breite x Höhe  
1/8 Seite hoch 45 mm x 131 mm  
1/8 Seite quer 195 mm x 33 mm  
1/8 Seite 95 mm x 65 mm

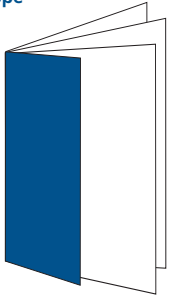
**Anschnittformat** Breite x Höhe  
1/8 Seite hoch 53 mm x 139 mm  
1/8 Seite quer 230 mm x 38 mm  
1/8 Seite 112 mm x 68 mm

**Beschnittzugabe:**

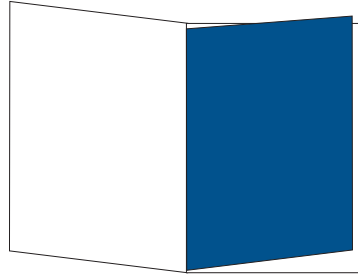
4 mm an den offenen Seiten

## Beispiele für Sonderwerbformen

Flappe



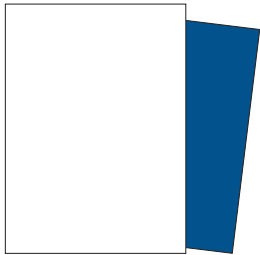
Einhefter



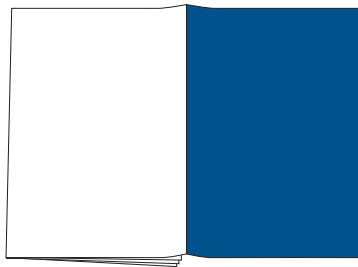
Banderole



Beilage



Cover Gate Folder



Erkundigen Sie sich  
bei Ihrem Mediaberater  
über weitere  
Sonderwerbformen.

# Computer & AUTOMATION.DE

News,  
Produkte,  
Fachwissen  
gut finden!



www.computer-automation.de ist der Webdienst für die Entscheider in der Automatisierung. www.computer-automation.de berichtet rund um die Uhr aktuell über die Themen der gesamten Automatisierungs-Pyramide in der Fertigungs- und Prozessindustrie. Das exakt auf die Zielgruppenbedürfnisse zugeschnittene Informationsspektrum erstreckt sich von der überlagerten Produktionsebene, über die Steuerungsebene bis hin zu Sensoren und Aktoren der Feldebene. Die redaktionelle Fragestellung „Wie funktioniert dies?“ wird auf www.computer-automation.de bewusst und konsequent bereichert durch „Welchen Nutzen bringt die Technologie für den Anwender?“

www.computer-automation.de präsentiert maßgeschneiderte News, Produkte und Fachbeiträge aus der ganzen Welt der Automatisierung in sämtlichen webrelevanten Darstellungsformen. So umfasst das Angebot Newsfeed, datenbankgestützte Verzeichnisse und einen geschlossenen Benutzerkreis sowie Whitepapers, Webcasts und den nützlichen wöchentlichen Automations-Newsletter.

Auch bei der Anbieter- und Produktsuche unterstützt www.computer-automation.de die Einkäufer und Entwickler. Denn www.computer-automation.de hält ein Verzeichnis mit über 10.000 Anbietern aus 700 Produktgruppen parat.

www.computer-automation.de bietet zielgenaue Kommunikationsmöglichkeiten für Werbetreibende. Neben Bannerwerbung gibt es Sponsoring, Newsletter-Werbung, Terminpräsentation, Webcasts und Whitepaper und viele weitere innovative Formate, die Anbietern in der Automatisierung zur Steigerung ihres Kommunikationserfolgs verhelfen.



<b>Status:</b>	Webdienst für Automatisierung
<b>Web-Adresse (URL):</b>	www.computer-automation.de
<b>Betreiber:</b>	WEKA FACHMEDIEN GmbH Computer&AUTOMATION
<b>Postanschrift:</b>	Gruber Straße 46a, 85586 Poing Fon: +49 (0) 8121.95 - 1385 Fax: +49 (0) 8121.95 - 1670 E-Mail: media@computer-automation.de
<b>Redaktion:</b>	Meinrad Happacher, Chefredakteur mhappacher@computer-automation.de
<b>Media:</b>	Peter Eberhard, Gesamtanzeigenleitung peberhard@computer-automation.de
<b>Produktmanagement:</b>	Sabine Schult, Leitung Internet Development sshult@computer-automation.de
<b>Rubriken:</b>	News, Lexikon, Anbieterverzeichnis, Stellenmarkt, Termine, Shop, Newsletter, Media sowie drei Competence Center
<b>Competence Center:</b>	- Managementebene - Steuerungsebene - Feldebene

**News, Produkte,  
Fachwissen gut finden!**

Weitere Informationen zu unserem Angebot und zu Ihren Werbemöglichkeiten auf [www.computer-automation.de](http://www.computer-automation.de) können Sie online unter [www.computer-automation.de/media](http://www.computer-automation.de/media) abrufen. Oder wenden Sie sich direkt an Ihren Mediaberater: Peter Eberhard · Fon: +49 (0) 8121.95 - 1385 · E-Mail: [peberhard@computer-automation.de](mailto:peberhard@computer-automation.de)

Gerne unterstützen wir Sie bei ihrer aufmerksamkeitsstarken Onlinewerbung und gestalten z.B. Ihre Banner. Sprechen Sie uns an, wir beraten Sie gerne!



**Full Banner  
(468 x 60 Pixel, max. 30 KB)**

€ 125,-/1.000 Page Impressions

expandiert nach unten  
(max. 468 x 210 Pixel, max. 50 KB)

mouse over:  
€ 188,-/1.000 Page Impressions

on click:  
€ 150,-/1.000 Page Impressions



**Content Ad  
(360 x 60 Pixel, max. 30 KB)**

€ 160,-/1.000 Page Impressions

expandiert nach unten  
(max. 360 x 210 Pixel, max. 50 KB)

mouse over:  
€ 240,-/1.000 Page Impressions

on click:  
€ 192,-/1.000 Page Impressions



**Skyscraper  
(160 x 600 Pixel, max. 35 KB)**

1. Position:  
€ 160,-/1.000 Page Impressions

2. Position:  
€ 110,-/1.000 Page Impressions

expandiert nach links  
(max. 400 x 600 Pixel, max. 50 KB)

1. Position:  
mouse over:  
€ 240,-/1.000 Page Impressions

on click:  
€ 192,-/1.000 Page Impressions

2. Position:  
mouse over:  
€ 165,-/1.000 Page Impressions

on click:  
€ 132,-/1.000 Page Impressions



**Leaderboard  
(728 x 90 Pixel, max. 35 KB)**

€ 250,-/1.000 Page Impressions

expandiert nach unten  
(max. 728 x 300 Pixel, max. 50 KB)

mouse over:  
€ 375,-/1.000 Page Impressions

on click:  
€ 300,-/1.000 Page Impressions



**Rectangle large  
(300 x 250 Pixel, max. 35 KB)**

€ 380,-/1.000 Page Impressions  
 expandiert nach links  
 (max. 500 x 300 Pixel, max. 50 KB)  
 mouse over:  
 € 570,-/1.000 Page Impressions  
 on click:  
 € 456,-/1.000 Page Impressions



**nur im Competence Center  
Text Ad**

Anzeigentitel/Anzeige-URL:  
 max. 25 Zeichen inkl. Leerzeichen  
 Textzeile 1 und 2 je:  
 max. 35 Zeichen inkl. Leerzeichen  
 Ziel-URL:  
 keine Zeichenbeschränkung  
 € 50,-/1.000 Page Impressions



**Wallpaper Ad (max. 60 KB)**

Leaderboard + Skyscraper  
 + eingefärbter Hintergrund  
 € 410,-/1.000 Page Impressions  
 nur auf Homepage



**Peel down (max. 35 KB)  
(135 x 110 Pixel, 600 x 550 Pixel)**  
 € 210,-/1.000 Page Impressions



**Hockey Stick (max. 60 KB)**

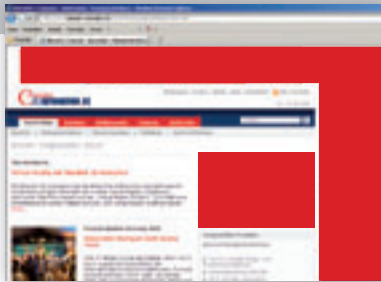
Leaderboard (mit 800 x 90 Pixel)  
 + Skyscraper (160 x 600 Pixel)  
 € 370,-/1.000 Page Impressions



**Rectangle**  
(300 x 200 Pixel, max. 35 KB)

€ 190,-/1.000 Page Impressions

**Sponsoring eines Competence Centers**



**Gold - Kombination von drei Werbebannern**

Leaderboard + Skyscraper + Rectangle (gesamt 70 KB)  
€ 450,-/1.000 Page Impressions

Leaderboard + Skyscraper/expandiert + Rectangle (gesamt 100 KB)  
mouse over: € 675,-/1.000 Page Impressions  
on click: € 540,-/1.000 Page Impressions



**Silber I - Kombination von zwei Werbebannern**

Content ad + Rectangle (gesamt 60 KB)  
€ 230,-/1.000 Page Impressions

Content ad/expandiert + Rectangle (gesamt 90 KB)  
mouse over: € 285,-/1.000 Page Impressions  
on click: € 260,-/1.000 Page Impressions



**Silber II - Kombination von zwei Werbebannern**

Rectangle large + Rectangle (gesamt 60 KB)  
€ 410,-/1.000 Page Impressions

Rectangle large/expandiert + Rectangle (gesamt 90 KB)  
mouse over: € 600,-/1.000 Page Impressions  
on click: € 486,-/1.000 Page Impressions

### Whitepaper

Infobox zur Ankündigung des Whitepapers bzw. Webcasts - Platzierung in einem Competence Center Präsentation des Whitepapers inklusive Ihres Firmenlogos und eines Downloadbereichs

Veröffentlichung kostenlos  
auf Wunsch Leads erhältlich  
€ 9,-/Lead



### Webcast

Präsentation des Webcasts inklusive Ihrer Kontaktdaten und Ihres Firmenlogos

€ 1.450,-/Monat

**Ausführliche Informationen unter:**  
[www.computer-automation.de/media](http://www.computer-automation.de/media)

### Datenanlieferung: [anzeigen@computer-automation.de](mailto:anzeigen@computer-automation.de)

Kontaktperson  
Firmenname  
Firmenanschrift  
Kontakt (Telefon / Fax / E-Mail)

Firmen URL (Verlinkung Website)  
Infoseite: Überschrift, Teaser und kurzer Beschreibungstext  
Format Firmenlogo: .jpg, .tif, .gif, .eps

Format Whitepaper: .pdf, .doc, .xls, .ppt  
Format Videos: .avi, .mov, .mpeg, .wmv, .flv  
Bezeichnung des Dokuments



**Newsletter**

Wöchentlich versichert [www.computer-automation.de](http://www.computer-automation.de) seinen Automations-Newsletter an über 25.000 Empfänger aus der Fertigungs- und Prozesstechnik. So erhalten Ihre Kunden maßgeschneiderte News, Produktberichte und Fachbeiträge. Der Automations-Newsletter ist der ideale Werbeträger für Produktvorstellungen und Firmen- bzw. Seminarveranstaltungen.

**Textanzeige max. 500 Zeichen:**  
(max. 3 Textanzeigen pro Ausgabe)  
€ 1.490,-

**Bilddatei:**  
Firmenlogo und Produktabbildung  
o.ä.  
**Dateigröße:** max. 30 KB  
**Dateiformat:** GIF, JPEG, TIF, EPS



**Terminpräsentation**

Infobox zur Ankündigung des Termins – Platzierung in einem Competence Center

Präsentation der Veranstaltung inklusive Ihrer Kontaktdaten, Logo, Verlinkung auf Ihre Veranstaltung und ggf. Download des Flyers

Preise auf Anfrage  
Fon: +49 (0) 8121.95-1385

Weitere Informationen zu unserem Angebot und zu Ihren Werbemöglichkeiten in [www.computer-automation.de](http://www.computer-automation.de) können Sie online unter [www.computer-automation.de/media](http://www.computer-automation.de/media) abrufen.

Oder wenden Sie sich direkt an Ihren Mediaberater: Peter Eberhard · Fon: +49 (0) 8121.95 - 1385 · E-Mail: [peberhard@computer-automation.de](mailto:peberhard@computer-automation.de)

**Anbieter-Verzeichnis:**

Über 10.000 Anbieter und 700 Produktgruppen sind im [www.computer-automation.de](http://www.computer-automation.de)-Verzeichnis eingetragen. Hier können Sie Ihren Mitbewerbern einen Klick voraus sein. Wo vorne ist, bestimmen Sie! Sie haben unterschiedliche Möglichkeiten, Unternehmen im Anbieter-Verzeichnis zu präsentieren.

Preise:  
 Firmeneintrag kostenlos  
 Firmeneintrag + Firmenporträt: € 1.200,-/Jahr  
 inkl. Logo + Video + Veranstaltungen

**Liveticker --- 0-24h**

Sponsoring des Livetickers auf [www.computer-automation.de](http://www.computer-automation.de) von den größten Automatisierungs-Messen z. B. Hannover Messe (19.-23.4.2010) SPS/IPC/DRIVES (23.-25.11.2010)

Einbindung Ihres Firmenlogos im Messe-Liveticker direkt auf der Homepage.  
 Platzierung von Leaderboard + Skyscraper bei allen Messenews

Preis: € 2.880,-/Messe

**Expertenpanel: Frage der Woche**

Exklusives Marktforschungs-Tool, komplett mit Auswertung der Umfrage.

Preis: € 990,-/Woche

**Microsite**

Einbindung einer speziell für Ihr Unternehmen bzw. Ihr Themengebiet generierten Site auf [computer-automation.de](http://computer-automation.de). Zusätzliche Platzierung von Leaderboard + Skyscraper auf dieser Microsite.  
 Mindestlaufzeit: 2 Monate

Preis: € 4.950,-/Monat

**Bannererstellung**

Preis: auf Anfrage.

Weitere Sonderwerbeformen auf Anfrage bzw. unter [www.computer-automation.de/media](http://www.computer-automation.de/media)

**Attraktive Rabattstaffel**

**Bruttoumsatz pro Jahr bei allen Werbeformen auf [computer-automation.de](http://computer-automation.de)**

		Rabatt
ab	2.000 Euro	3 %
ab	5.000 Euro	8 %
ab	10.000 Euro	10 %
ab	25.000 Euro	15 %
ab	50.000 Euro	18 %
ab	75.000 Euro	20 %
ab	100.000 Euro	22 %
ab	150.000 Euro	25 %
ab	200.000 Euro	27 %

Newsletter: Themen und Termine			
	Datum	Thema	
JANUAR	05.01.2010	Aktuelles, Fachwissen und Neuheiten	
	12.01.2010	Aktuelles, Fachwissen und Neuheiten	
	19.01.2010	Aktuelles, Fachwissen und Neuheiten	
	26.01.2010	Aktuelles, Fachwissen und Neuheiten	
FEBRUAR	02.02.2010	Aktuelles, Fachwissen und Neuheiten	
	09.02.2010	Aktuelles, Fachwissen und Neuheiten	
	16.02.2010	Aktuelles, Fachwissen und Neuheiten	
	23.02.2010	<b>embedded world</b>	
MÄRZ	02.03.2010	<b>embedded world</b>	
	09.03.2010	Aktuelles, Fachwissen und Neuheiten	
	16.03.2010	Aktuelles, Fachwissen und Neuheiten	
	23.03.2010	Aktuelles, Fachwissen und Neuheiten	
	30.03.2010	Aktuelles, Fachwissen und Neuheiten	
APRIL	06.04.2010	Aktuelles, Fachwissen und Neuheiten	
	13.04.2010	<b>Hannover Messe</b>	
	20.04.2010	<b>Hannover Messe</b>	
	27.04.2010	Aktuelles, Fachwissen und Neuheiten	
MAI	04.05.2010	<b>Control</b>	
	11.05.2010	<b>Sensor &amp; Test</b>	
	18.05.2010	<b>Sensor &amp; Test</b>	
	25.05.2010	Aktuelles, Fachwissen und Neuheiten	
JUNI	01.06.2010	<b>Automatica</b>	
	08.06.2010	<b>Automatica</b>	
	15.06.2010	Aktuelles, Fachwissen und Neuheiten	
	22.06.2010	Aktuelles, Fachwissen und Neuheiten	
	29.06.2010	Aktuelles, Fachwissen und Neuheiten	

## Newsletter: Themen und Termine

	Datum	Thema
JULI	06.07.2010	Aktuelles, Fachwissen und Neuheiten
	13.07.2010	Aktuelles, Fachwissen und Neuheiten
	20.07.2010	Aktuelles, Fachwissen und Neuheiten
	27.07.2010	Aktuelles, Fachwissen und Neuheiten
AUGUST	03.08.2010	Aktuelles, Fachwissen und Neuheiten
	10.08.2010	Aktuelles, Fachwissen und Neuheiten
	17.08.2010	Aktuelles, Fachwissen und Neuheiten
	24.08.2010	Aktuelles, Fachwissen und Neuheiten
	31.08.2010	Aktuelles, Fachwissen und Neuheiten
SEPTEMBER	07.09.2010	<b>Motek</b>
	14.09.2010	<b>Motek</b>
	21.09.2010	Aktuelles, Fachwissen und Neuheiten
	28.09.2010	Aktuelles, Fachwissen und Neuheiten

	Datum	Thema
OKTOBER	05.10.2010	Aktuelles, Fachwissen und Neuheiten
	12.10.2010	Aktuelles, Fachwissen und Neuheiten
	19.10.2010	<b>discuss&amp;discover</b>
	26.10.2010	Aktuelles, Fachwissen und Neuheiten
NOVEMBER	02.11.2010	<b>Vision</b>
	09.11.2010	<b>electronica / Brau Beviale</b>
	16.11.2010	Aktuelles, Fachwissen und Neuheiten
	23.11.2010	<b>SPS/IPC/DRIVES</b>
	24.11.2010	<b>SPS/IPC/DRIVES</b>
25.11.2010	<b>SPS/IPC/DRIVES</b>	
30.11.2010	Aktuelles, Fachwissen und Neuheiten	
DEZEMBER	07.12.2010	Aktuelles, Fachwissen und Neuheiten
	14.12.2010	Aktuelles, Fachwissen und Neuheiten
	21.12.2010	Aktuelles, Fachwissen und Neuheiten
	28.12.2010	Aktuelles, Fachwissen und Neuheiten

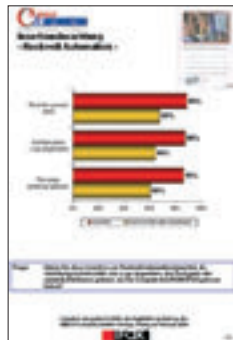
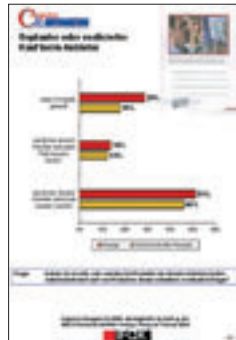


ist innovativ – auch beim Service!

### Copytest – Werbeerfolgskontrolle Ihrer Anzeige

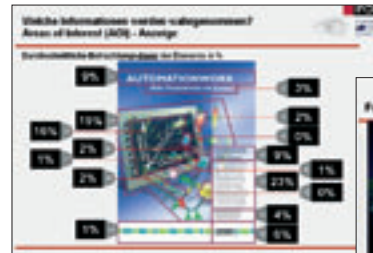
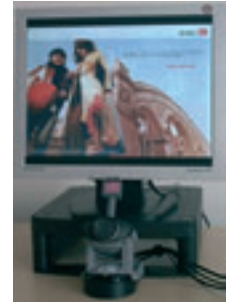
Für alle Werbetreibenden, die wissen wollen, wie die Entscheider in der Automatisierung ihre Anzeige, ihre Produkte und ihr Image beurteilen, bietet Computer&AUTOMATION exklusive Copytests an. Die Computer&AUTOMATION-Copytests beschränken sich nicht nur auf Inhalt und Gestaltung der Werbung. Als Copytest-Teilnehmer erhalten Sie eine prägnante Image-Analyse 'on top'. Denn der Werbeauftritt muss immer im Gesamtzusammenhang betrachtet werden.

Die Computer&AUTOMATION-Copytests beantworten darüber hinaus so wichtige Fragen wie „Wird meine Anzeige tatsächlich beachtet und was bleibt in den Köpfen meiner Kunden hängen?“ und „Kann ich mit diesem Werbeauftritt auch neue Kunden für meine Produkte und mein Unternehmen begeistern?“



### Eye Tracking – Aufmerksamkeitsstärke Ihres Motivs

Während Copytests verarbeitete, gespeicherte Informationen messen, zeigt das Eye Tracking die reine Informationsaufnahme. Die Zeitschrift Computer&AUTOMATION bietet exklusive Eye Tracking-Studien für Anzeigenkunden an! Damit lassen sich wichtige Erkenntnisse für erfolgreiche Anzeigenwerbung ableiten. Eye Tracking ist eine spezielle Blickverlaufsanalyse von Anzeigen mit der Augenkamera. Der Werbetreibende erhält wichtige Informationen über den Einstiegspunkt in das Anzeigenmotiv, die Beachtungsdauer sowie den Blickverlauf. Echtzeit-Videos mit den Blickverläufen der Kunden und eine spannende Präsentation zeigen, wie die Anzeige tatsächlich wahrgenommen wird.



## Titelbild-Wahl

Die Fachbesucher der SPS/IPC/DRIVES in Nürnberg wählen in 2010 bereits zum siebten Mal das „Titelbild des Jahres“. Für Werbetreibende, die sich die Titelseite der Computer&AUTOMATION sichern konnten, eine wichtige Bestätigung ihrer hervorragenden Arbeit.



### Creative & AD AWARD

Die Computer&AUTOMATION-Leser wählen ihre Lieblingsanzeigen. Die wertvolle Auszeichnung Creative-Ad-Award wird an die Werbetreibenden in den Kategorien „Beste Grafik“, „Bester Slogan“ und „Interessantestes Produkt“ verliehen.

## Individuelle Marktforschung für Ihr Unternehmen

Um den spezifischen Marktforschungsbedarf erfolgreicher Unternehmen befriedigen zu können, bietet Computer&AUTOMATION individuelle Marktforschungsstudien an. Die exakt auf den jeweiligen Kunden zugeschnittene Untersuchung führt Computer&AUTOMATION als Full-Service-Partner durch.



### Direktmarketing und mehr

Personalisierte Anschreiben, Werbung im Automations-Newsletter und die ganze Palette des Customized Publishing. Sie werden überrascht sein über die Vielfalt und Effizienz der Werbemöglichkeiten. Wir beraten Sie gerne.

Nähere Informationen zu den Service-Tools erhalten Sie unter [www.computer-automation.de/media](http://www.computer-automation.de/media) oder direkt bei Ihrem Computer&AUTOMATION-Mediaberater unter +49 (0) 8121.95 - 1385.



## Anzeigen

### Druckverfahren/Verarbeitung:

Rollenoffset – Klebebindung

Aufgebessertes Zeitungspapier

Bitte fordern Sie unsere Reproduktions- und Proofanweisungen an.

### Digitale Datenübernahme an:

Hildegund Rössler, Fon: +49 (0) 8121.95 - 1473, Fax: +49 (0) 8121.95 - 1690, hroessler@wekanet.de

Bitte übermitteln Sie uns Ihre digitalen Daten im Format PDF mittels Datenträger (CD-Rom, E-Mail oder FTP). Die genauen Spezifikationen dazu fordern Sie bitte bei den Ihnen bekannten Gesprächspartnern an.

### Dateinamen müssen bitte nach folgendem Muster vergeben werden:

**Anzeigenkunde\_C&A\_Ausgabe (Beispiel: Mustermann\_C&A\_1\_10)**

Bei Problemen mit der Übertragung wenden Sie sich bitte an Fon: +49 (0) 8121.7791 - 0.

Anzeigenmotive bitte vorab per Fax (+49 (0) 8121.95 - 1690) mit Angabe des Titels, der Ausgabe, der Größe und des Dateinamens.

### Technische Angaben für die Dateierstellung:

Der Beschnitt bei abfallend gedruckten Anzeigen beträgt mindestens 4 mm.

Bitte achten Sie darauf, dass wichtige Bestandteile der Anzeige (Logos und Texte) 5 mm vom Seitenrand entfernt nach innen platziert werden.

Eck-, Falz- und Schneidzeichen müssen bitte 4 mm außerhalb des Bildrandes platziert sein.

Bitte bei offenen Dateien alle verwendeten Schriften mitliefern. Bei PDFs immer alle verwendeten Schriften einbetten.

Farben müssen bitte in CMYK angelegt sein. Sonderfarben (HKS/Pantone) müssen in CMYK separiert sein.

Sonderfarben können nicht gedruckt werden.

Schwarzvollflächen sollen mit ca. 40 % Rasterwert Cyan unterlegt werden.

Bildseparation bitte mit dem ECI-Offsetprofil ISOUnc coated.icc

Download unter <http://www.eci.org/doku.php?id=de:downloads>

Bildauflösung 300 dpi

Für Proofs/Andrucke ist der FOGRA-Medienkeil zu verwenden. Bitte den Namen des verwendeten Farbparameters sowie die Proofbezeichnung mit ausdrucken. Datum und Uhrzeit der Prooferstellung sowie das Datum der letzten Kalibrierung müssen ersichtlich sein.

Der Proof/Andruck muss gemäß FOGRA-Richtlinien dem Auflagenpapier in der Färbung und Oberflächenbeschaffenheit angenähert sein.

**Zeitschriftenformat  
Satzspiegel**

**230 mm Breite x 297 mm Höhe  
195 mm Breite x 262 mm Höhe**

## Beilagen / Einhefter / Einkleber / CDs

### Beilagen:

Positionierung: bestmöglich.

Beilagen müssen beschnitten und gefalzt als fertige Endprodukte angeliefert werden und für die maschinelle Verarbeitung geeignet sein.

Belegungsmöglichkeiten: Druckauflage oder Teilauflage nach PLZ- oder Nielsen-Gebiet.

Formate auf Anfrage.

### Einhefter:

Angeschnittene Seiten müssen einen Beschnitt von 4 mm aufweisen. Zusätzlich ist ein Fräsrand von 3 mm zu berücksichtigen.

Minimales Gewicht: 100 g/qm

Platzierung zwischen den verschiedenen Bogenteilen.

Einhefter müssen gefalzt und im unbeschnittenen Format angeliefert werden und für die maschinelle Verarbeitung geeignet sein.

Belegungsmöglichkeiten: Druckauflage und Teilauflage nach PLZ- oder Nielsen-Gebiet.

Formate auf Anfrage.

Einhefter im A4-Format (und kleiner) müssen rechts beschnitten angeliefert werden.

### Einkleber:

Gefalzte Produkte müssen zum Bund hin geschlossen und für die maschinelle Verarbeitung geeignet sein. Positionierung nach Anfrage.

Belegungsmöglichkeiten: Druckauflage und Teilauflage der Einkleber nach PLZ- oder Nielsen-Gebieten.

Formate auf Anfrage.

### CDs:

CDs müssen in Standard-Papierhüllen ohne rückseitigen Klebestreifen konfektioniert sein.

Positionierung auf Anfrage.

### Anlieferungstermin für Beilagen/Einhefter:

Der Produktanzeigenschlusstermin ist gleichzeitig Anlieferungstermin für die jeweils vereinbarte Ausgabe (siehe Terminplan).

## Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Werbung der WEKA FACHMEDIEN GmbH (Stand: August 2009)

1. „Auftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbenden oder Inserenten in den Werbepartnern des Verlages zum Zwecke der Verbreitung und über die Schaltung von Online-Werbung auf den Webseiten des Werbenden. Diese Bedingungen gelten auch für Aufträge über Fremdbelagen in dem Verlag herausgegebenen Zeitschriften. Von der Online-Werbung umfasst sind Werbeanzeigen, Pop-Ups, Special-Interest- und Keyword-Platzierungen.
2. Abweichende, entgegenstehende oder ergänzende Allgemeine Geschäftsbedingungen von Werbekunden werden nicht Vertragsbestandteil, es sei denn, der Verlag stimmt ihrer Geltung ausdrücklich zu.
3. Der Verlag ist berechtigt, die vorliegenden Bedingungen jederzeit zu ändern. Er wird seine Kunden indes rechtzeitig, spätestens einen Monat vorher, über die Änderung unterrichten. Der Verlag ist insbesondere berechtigt, im Falle der Unwirksamkeit oder Nichtzahlung diese mit Wirkung für bestehende Verträge zu ergänzen oder zu ersetzen und bei Änderung einer gesetzlichen Vorschrift oder höchstgerichtlichen Rechtsprechung, wenn durch diese Änderung eine oder mehrere Bedingungen des Vertragsverhältnisses betroffen werden, die betroffenen Bedingungen so anzupassen, wie es dem Zweck der geänderten Rechtslage entspricht.
4. Der Auftrag kommt mit Annahme des Kundenauftrags durch den Verlag zustande. Die Annahme kann schriftlich oder per E-Mail erfolgen.
5. Wenn eine Werbeagentur Werbeaufträge für Dritte beauftragt, kommt der Vertrag grundsätzlich mit der Werbeagentur, nicht mit deren Auftraggeber zustande. Soll der Auftraggeber der Werbeagentur Vertragspartner werden, muss dieser von der Agentur als Auftraggeber namentlich benannt werden und die Auftragserteilung an die Werbeagentur schriftlich nachweisen.
6. Werbemittel und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Presisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Vermittlungsgebühr darf an den Kunden weder ganz noch teilweise weiter gegeben werden.
7. Für die Aufnahme von Anzeigen in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Zeitschriften besteht kein Anspruch. Dem Verlag steht es frei, die Schaltung einer Anzeige an geeigneter Stelle vorzunehmen, es sei denn, die Schaltung wurde für eine bestimmte Nummer, in einer bestimmten Ausgabe oder für einen bestimmten Platz der betreffenden Zeitschrift vereinbart. Voraussetzung hierfür ist die rechtzeitige Zuleitung der Druckunterlagen, ist der Auftrag in der bestimmten Nummer, der betreffenden Ausgabe oder an dem bestimmten Platz der Zeitschrift nicht auszuführen, ist der Verlag berechtigt, die Schaltung in einer anderen Nummer an geeigneter Stelle vorzunehmen. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
8. Eine Platzierung der Online-Werbung wird nach billigem Ermessen unter größtmöglicher Berücksichtigung der Interessen des Kunden vorgenommen. Der Kunde hat keinen Anspruch auf eine Platzierung der Online-Werbung an einer bestimmten Position der jeweiligen Webseite. Verschiebungen der Erscheinungsdaten der Online-Werbung aus technischen oder anderen nachvollziehbaren Gründen behält sich der Verlag vor.
9. Der Kunde kann Werbeaufträge für Online-Werbung nach Vertragsschluss stornieren. Die Stornierung muss schriftlich erfolgen. Der Verlag wird unverzüglich nach Eingang der Stornierung die Schaltung der Online-Werbung beenden.
10. Eine Stornierung bis zu zwei Wochen vor Schaltungsbeginn ist kostenfrei möglich. Bei einer kurzfristigen Stornierung ist der Verlag berechtigt, folgende Kosten in Rechnung zu stellen:
  - bei einer Stornierung weniger als zwei Wochen vor Schaltungsbeginn 30 % des Netto-Auftragswertes;
  - bei einer Stornierung ab einer Woche vor Schaltungsbeginn 50 % des Netto-Auftragswertes;
  - bei einer Stornierung nach Schaltungsbeginn 50 % des Netto-Auftragswertes, dem zum Zeitpunkt der Beendigung der Schaltung der Online-Werbung noch aussteht. Daneben wird der Preis für die bereits geschaltete Online-Werbung in Rechnung gestellt.
11. Abweichend von den vorstehenden Regelungen ist eine kostenlose Stornierung bei Terminüberschreitungen nur bis spätestens zwei Wochen vor dem Schaltungsbeginn möglich.
12. Der Verlag behält vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Schaltungen, Anzeigentexte 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 andere Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung im Interesse der Allgemeinheit nicht liegt. Anzeigenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Modells der Beilage oder deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Werbung erkennbar sind, werden nicht angenommen. Anzeigen für die Online-Werbung sind als solche gekennzeichnet. Online-Werbung nicht offensichtlich als Werbung erkennbar ist, kann der Verlag sie ebenfalls als solche kenntlich machen, insbesondere mit dem Wort „Anzeige“ kennzeichnen und/oder vom redaktionellen Inhalt räumlich absetzen, um den Werbecharakter zu verdeutlichen.
13. Der Kunde ist für die rechtzeitige Lieferung einwandfreier Druckunterlagen oder Beilagen bzw. für die rechtzeitige Lieferung der für die Online-Werbung erforderlichen Daten verantwortlich. Bei der Anlieferung von digitalen Druckunterlagen ist der Kunde verpflichtet, ordnungsgemäß, insbesondere dem Format und den technischen Vorgaben des Verlages entsprechende Vorlagen rechtzeitig zum Druckuntergangsschluss anzuliefern.
14. Sämtliche Leistungen des Verlages stehen unter dem Vorbehalt der rechtzeitigen Erfüllung und Vornahme der Pflichten und Mitwirkungshandlungen des Kunden. Die Verantwortung für die Einhaltung der Ankündigungen eines Pop-Up-Fensters öffnet, in welchem Audio- bzw. Videoinhalt wiedergegeben werden) ist der Kunde dafür verantwortlich, dass die erforderlichen Vereinbarungen mit der GEMA oder anderen Urheberrechtsverbänden bzw. Urheberrechtseinhabern getroffen sind.
15. Bei der Übermittlung von mehreren zusammengehörenden Dateien hat der Kunde dafür Sorge zu tragen, dass diese Daten innerhalb eines gemeinsamen Verzeichnisses (z.B. ZIP-Datei) zusammengefasst sind und die Ankündigungen des Pop-Up-Fensters öffnet, in welchem Audio- bzw. Videoinhalt wiedergegeben werden) ist der Kunde dafür verantwortlich, dass die erforderlichen Vereinbarungen mit der GEMA oder anderen Urheberrechtsverbänden bzw. Urheberrechtseinhabern getroffen sind.
16. Digital übermittelte Druckvorlagen für Farbanzeigen können nur mit einem auf Papier gelieferten Far-Proof zuverlässig verarbeitet werden. Ohne Far-Proof sind Farbabweichungen unvermeidlich, die keinen Preiserminderungsanspruch auslösen können. In jedem Fall ist ein Ausdruck per Fax an die Druckerei zu senden, um die sachliche Richtigkeit überprüfen zu können. Ein Korrekturfax muss vom Kunden ausdrücklich angefordert werden. Nur bei richtiger Farbpaletteneinstellung ist die richtige Umsetzung in üblichen Toleranzen gewährleistet.
17. Der Kunde hat vor einer digitalen Übermittlung von Druckvorlagen dafür Sorge zu tragen, dass die übermittelten Dateien frei von eventuellen Computerviren sind. Entdeckt der Verlag auf einer per E-Mail übermittelten Datei Computerviren, wird diese Datei sofort gelöscht, ohne dass der Kunde hieraus Anspruch geltend machen kann. Der Verlag behält sich zudem vor, den Kunden auf Schadensersatz in Anspruch zu nehmen, wenn durch solche Viren infizierte Daten an den Verlag übermitteln werden, die Schäden entstanden sind.
18. Werden digital übermittelte Druckvorlagen per Datenträger an den Verlag übermittelt, werden sie nur auf besonderen Wunsch an den Kunden zurückgeschickt.
19. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen bzw. Werbemittel hat der Kunde nach Aufforderung durch den Verlag unverzüglich Ersatz zu leisten. Bei erkennbar ungeeigneten oder beschädigten Werbemitteln sowie für vom Kunden gewünschte und von dessen wegen der technischen Qualität der übermittelten Druckunterlagen bzw. Werbemittel zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Kunde zu tragen. Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen bzw. Werbemitteln nicht sofort erkennbar, sondern werden erst beim Druckvorgang bzw. bei der Schaltung deutlich, so stehen dem Kunden bei ungenügendem Abdruck bzw. mangelhafter Schaltung keine Ansprüche zu.
20. Der Kunde versichert, dass er uneingeschränkter Inhaber aller für die Veröffentlichung und Verbreitung erforderlichen Nutzungsrechte an den Werbemitteln ist. Er stellt dem Verlag insofern allen Ansprüchen Dritter frei und gewährt dem Verlag die zur Veröffentlichung der Werbemittel erforderlichen Verwertungsrechte.
21. Der Kunde sichert zu, dass er berechtigt ist, die mit der Online-Werbung verbundenen Hyperlinks zu setzen. Der Kunde sichert ferner zu, die anwendbaren datenschutzrechtlichen Bestimmungen – insbesondere des Bundes- und Teiledienste Datenschutzgesetzes – einzuhalten und den sorgfältigen auch mit seinen Mitarbeitern zu befolgen. Sollte der Kunde durch Verwendung spezieller Techniken, wie z. B. dem Einsatz von Cookies oder ZIP-Dateien, Daten aus der Schaltung von Werbemitteln auf den Online-Angeboten des Verlages gewinnen oder sammeln, sichert der Kunde ebenfalls zu, dass er bei Erhebung, Verarbeitung und Nutzung von personenbezogenen Daten die Vorgaben des Telemediengesetzes (TMG) bzw. des Rundfunkstaatsvertrages (RStV) sowie des Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG) einhalten wird.
22. Der Kunde hat die Verantwortung für die vollständige und unveränderte Übermittlung des vollständigen Anspruchs auf Abdruck einer einwandfreien 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 Kunde ein Recht auf Herabsetzung der Vergütung (Minderung) oder Rückgängigmachung des Auftrages (Wandlung).
23. Bei Mängeln der Online-Werbung leistet der Verlag nach seiner Wahl zunächst Nachbesserung oder Ersatzlieferung. Schlägt die Nachbesserung fehl, kann der Kunde nach seiner Wahl Herabsetzung der Vergütung (Minderung) oder Rückgängigmachung des Vertrages (Wandlung) verlangen.
24. Der Kunde muss offensichtliche Mängel der Online-Werbung innerhalb einer Frist von drei Werktagen ab Lifeschaltung der Online-Werbung schriftlich anzeigen, andernfalls ist die Geltendmachung des Gewährleistungsanspruchs ausgeschlossen.
25. Der Kunde haftet für die Richtigkeit der Angaben, die er dem Verlag mitteilt, seinen Erfüllungsgehilfen und gesetzlichen Vertretern ein vorsätzliches oder grob fahrlässiges Verhalten zur Last fällt. Dies gilt nicht, soweit Hauptleistungspflichten des Vertrages durch den Verlag verletzt werden.
26. Im Falle fehlerhafter Fahrlässigkeit ist eine Haftung des Verlages und/oder seiner Erfüllungsgehilfen und gesetzlichen Vertretern bei Vermögensschäden hinsichtlich mittelbarer Schäden, insbesondere bei Folgeschäden, unvorhersehbarer Schäden oder untypischer Schäden sowie entgangenen Gewinns ausgeschlossen. Im Übrigen ist bei Vermögensschäden im Falle leichter Fahrlässigkeit die Haftung des Verlages auf die vom Kunden zu zahlende Vergütung begrenzt. Bei Ansprüchen nach dem Produkthaftungsgesetz sowie bei einer Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit haftet der Verlag nach den gesetzlichen Vorschriften.
27. Alle Ansprüche des Kunden gegen den Verlag wegen Schlechtstufung oder Mängeln der Online-Werbung verjähren ein Jahr nach Anspruchserhebung, sofern sie nicht auf vorsätzlichem Verhalten beruhen.
28. Probeanzeigen werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Kunde trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zugesandten Probeanzeigen. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm bis zum Druckuntergangsschluss oder innerhalb einer zwischen den Parteien vereinbarten Frist mitgeteilt werden.
29. Die Angabe von besonderen Großveranschreibungen geben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
30. Falls der Kunde nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige über sandt. Die Preise für die Werbemittel ergeben sich aus der jeweils gültigen Preisliste. Bei Änderungen gelten die neuen Bedingungen bei Preisenerhöhungen ab dem auf laufende Aufträge sofort. Bei Preisrückführungen einen Monat nach Bekanntgabe der jeweils gültigen Bedingungen. Soweit bei der Online-Werbung die Vergütung auf TKP-Basis berechnet wird, informiert der Verlag den Kunden auf Anforderung über die Anzahl der AdImpressions, der AdClicks sowie die AdClickRate (Verhältnis von AdClicks zu AdImpressions) der Webseiten, auf denen die Online-Werbung des Kunden platziert ist bzw., soweit die Vergütung auf Pay-per-Click-Basis berechnet wird, über die Zahl der tatsächlichen Clicks.
31. Die Rechnung ist innerhalb der auf der Preisliste ersichtlichen Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall schriftlich eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt. Vereinbarte oder eingeräumte Nachlässe für die Schaltung mehrerer Werbemittel oder bei Abschluss von Rahmenaufträgen gelten nur bei Einhaltung der jeweiligen Menge und des zeitlichen Rahmens. Bei Nichteinhalten der vereinbarten Menge oder des zeitlichen Rahmens ist der Verlag berechtigt, die Rechnung nach dem Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass nachzuberechnen.
32. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in Höhe von 8 % über dem Basiszinssatz bzw., falls der Kunde Verbraucher im Sinne von § 318 BGB ist, in Höhe von 5 % über dem Basiszinssatz berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur vollständigen Zahlung des jeweils geschuldeten Betrags für sich behalten. Der Kunde ist verpflichtet, die Begründung des Zahlungsverzuges des Kunden ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlensziel von der Vorauszahlung des Betrages zum Anzeigenschlusstermin und von dem Ausgänger offener stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
33. Der Verlag liefert auf Wunsch des Kunden eine Anzeigenbeilage, je nach Art und Inhalt des Auftrages, die den Anzeigenschlusstermin und die vollständige Belegungsmenge geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechts verbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
34. Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Briefe mit Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge aus Ziffernanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Zeit nicht abgeholt werden, werden vernichtet.
35. Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung beansprucht, ist der schriftliche Nachweis des Konzernstatus des Kunden erforderlich. Konzernverbundene Unternehmen im Sinne dieser Bestimmung sind Unternehmen, zwischen denen eine kapitalmäßige Beteiligung besteht, die mindestens 25 % beträgt. Der Nachweis vor Inanspruchnahme des Konzernrabatts erfolgt durch den Konzernabteil bedürfnis in jedem Fall der ausdrücklichen schriftlichen Bestätigung des Verlages. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzuzeigen; mit der Beendigung der Konzernzugehörigkeit endet auch die Konzernrabattierung.
36. Durch höhere Gewalt (Streik, Aussperrung, Betriebsstörungen etc.) eintretende Leistungsverzögerungen sind vom Verlag nicht zu vertreten. Der Verlag kann nach Wegfall des Ereignisses eine Ausgabe der nächsten möglichen Ausgabe der Druckzeitung und Online-Werbemittel unverzüglich veröffentlichen oder ganz oder teilweise vom Vertrag zurücktreten. Schadensersatzansprüche stehen dem Kunden insofern nicht zu.
37. Änderungen oder Ergänzungen dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen müssen schriftlich, per Telefax oder per E-Mail erfolgen. Das gilt auch für Änderungen dieser Klausel.
38. Die Wirksamkeit einer Bestimmung dieser Bedingungen beruht nicht auf der Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen. Unwirksame Bestimmungen sind durch solche zu ersetzen, die der beabsichtigten wirtschaftlichen Bedeutung der unwirksamen Bestimmung am nächsten kommen.
39. Gerichtsstand ist der Sitz des Verlages, wenn der Kunde Kaufmann im Sinne des Handelsgesetzbuches, juristische Person des öffentlichen Rechts oder ein in Deutschland ansässiger Verbraucher ist. Gleiches gilt, wenn der Kunde bei Klageerhebung einen Sitz oder gewöhnlichen Aufenthaltsort in der Bundesrepublik Deutschland hat.
40. Es gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechts.



Ihre crossmediale Marke

**Mediaberatung Computer&AUTOMATION**

Gruber Straße 46a · 85586 Poing

Fon: +49 (0) 8121.95 - 1385

Fax: +49 (0) 8121.95 - 1670

E-Mail: [media@computer-automation.de](mailto:media@computer-automation.de)

[www.computer-automation.de](http://www.computer-automation.de)

