



**Mediadaten 2024**  
**HLH**

**HLH** Lüftung | Klima Heizung | Sanitär Gebäudetechnik  
Organ des VDI für Technische Gebäudeausrüstung  
VDI<sup>1</sup> Fachmedien  
Wärmepumpen

**HLH**  
VDI<sup>1</sup> Fachmedien  
VDI<sup>1</sup> TECHNICKAUF'S ÖHR  
Digitales Zeitschrift

## Vorwort

VDI Fachmedien » HLH » Mediadaten



„Ihre einzigartige Mischung aus technisch-wissenschaftlichen Fachbeiträgen und anwendungsorientierten Berichten macht die 'HLH' zur Pflichtlektüre für alle Planenden im Bereich der Technischen Gebäudeausrüstung.

Ergänzt durch Berichte zu aktuellen Herausforderungen der Branche, zu Messen und Fachtagungen, sowie produktspezifische Meldungen, ist die Fachzeitschrift aus dem Hause der VDI Fachmedien eine unentbehrliche Orientierungshilfe für alle TGA-Planenden und Fachingenieur\*innen.“

**Marc Daniel Schmelzer**  
Chefredakteur

# Inhalt



# HLH

hlh.de

<b>Vorwort</b> _____	<b>2</b>	<b>Display-Werbung</b> _____	<b>24</b>
<b>Print und Digital aus einer Hand</b> _____		· Bannerformate	<b>13</b>
· Titelporträt	<b>4</b>	<b>Content-Solutions</b> _____	<b>27</b>
· Termin- und Themenplan	<b>6</b>	· Artikelsponsoring	<b>14</b>
· Jubiläumsaktion	<b>8</b>	· Unternehmen im Blick	<b>15</b>
<b>Print: Preise und Formate</b> _____		· Digital-Advertorial	<b>17</b>
· Anzeigenpreise / -formate	<b>11</b>	· Produkt / Event / Webinar des Monats	<b>19</b>
· Stellenanzeigen, Einhefter, Beilagen, Rabattstaffel	<b>12</b>	· Newsletter	<b>20</b>
		· Podcast	<b>21</b>
		<b>Stellenmarkt</b> _____	
		· Stellenanzeigen in "HLH"	<b>23</b>
		<b>Verlagsangaben</b> _____	<b>24</b>
		<b>Allgemeine Geschäftsbedingungen</b> _____	<b>25</b>
		<b>Ansprechpartner*innen</b> _____	<b>27</b>

## Titelporträt

VDI Fachmedien » HLH » Mediadaten

# "HLH" - Kernkompetenz Technische Gebäudeausrüstung

Als arriviertes Fachmedium informiert die "HLH" Ingenieur\*innen aus den Bereichen Planung, Ausführung und Anwendung ganzheitlich zu Themen aus dem Bereich der Technischen Gebäudeausrüstung. Im Fokus steht dabei stets der hohe Nutzwert für die tägliche Arbeit, um wechselnden Herausforderungen erfolgreich begegnen zu können.

In wissenschaftlichen Fachaufsätzen und praxisnahen Anwendungsberichten werden grundsätzliche wie aktuelle Themen fundiert beleuchtet. Dabei bildet die "HLH" das gesamte Spektrum der Technischen Gebäudeausrüstung ab: von der Heiztechnik über die Bereiche Lüftung, Klima und Kälte bis zur Sanitärtechnik. Die Gebäudeautomation und MSR-Technik, ebenso wie Aufsätze und Berichte aus den Segmenten Energiebedarf, Erneuerbare Energien und Integrale Planung, sind weitere regelmäßige Themenschwerpunkte. Als Titel der VDI Fachmedien profitiert die "HLH" von der direkten Anbindung an Deutschlands größtes Ingenieurnetzwerk.

### POSITIONIERUNG

Die "HLH" ist mit einer Auflage von 10.000 Exemplaren, wovon mehr als 7.300 abonniert sind, der maßgebliche Werbeträger in der Zielgruppe der Fachingenieur\*innen und Fachplanenden im Bereich der Technischen Gebäudeausrüstung in Deutschland. Seit fast 75 Jahren am Markt erreicht die "HLH" als offizielles Organ des VDI regelmäßig über 6.600 TGA-Ingenieur\*innen des VDI Verein Deutscher Ingenieure – eine exklusive Zielgruppe mit hoher Produktentscheidungskompetenz. Diese hochkarätige Leserschaft, in Kombination mit der traditionellen, redaktionellen Qualität, machen die "HLH" seit vielen Jahren zu dem führenden Werbeträger im TGA-Markt.

Einzigartige  
Reichweite!

Qualifizierte  
Zielgruppe!



## Auflage gesamt



**9.747 Ex.**

verbreitete Auflage\*

**7.110 Ex.**

verkaufte Auflage\*

**7.087 Ex.**

Abonnement-Auflage\*



## Erscheinungsweise

- 9 Printausgaben in 2024, davon 3 als Doppelausgaben
- aktuelle Beiträge auf hlh.de
- 14-täglicher Newsletter, dienstags



## Newsletter

HLH-Newsletter

**768**

registrierte User\*innen und Newsletter-Empfänger\*innen



Verlagsmeldung 11/2023

## Podcasts

Technik aufs Ohr:

**408.676**

Abonent\*innen

**31.272**

Downloads / Streams pro Monat



Druckwelle:

**32.493**

Abonent\*innen

**2.384**

Downloads / Streams pro Monat

Prototyp:

**53.046**

Abonent\*innen

**3.338**

Downloads / Streams pro Monat

Verlagsangabe Stand 08/2023

## Page Impressions



**17.026**

Monatsdurchschnitt  
Nov. 2022 - Okt. 2023

**08:45 Min.**

Durchschnittliche  
Lesedauer der Beiträge



## Umfangsanalyse



Format der Zeitschrift **DIN A4**  
Gesamtumfang **628 Seiten**  
Redaktioneller Teil **554 Seiten**  
Anzeigenteil **75 Seiten**

(Verlagsangabe Auswertung 2022)

## Organschaft

Die "HLH" ist Organ des Fachbereichs Technische Gebäudeausrüstung der VDI-Gesellschaft Bauen und Gebäudetechnik. In dem mitgliederstarken Fachbereich engagieren sich Ingenieur\*innen in der Richtlinienarbeit und Qualifizierung.

# Termin- und Themenplan 2024

VDI Fachmedien » HLH » Mediadaten

Ausgabe	Termine	Sonderthemen Berichte, Hintergründe, Informationen	Heiztechnik		Raumluftechnik		Elektrotechnik	Sanitärtechnik		Messen & Veranstaltungen
			<b>Heizkörper und Wärmeverteilung:</b> Radiatoren, Flächenheizkörper, Konvektoren, Fußboden- und Deckenheizungen, Heizungsverteiler, Umwälzpumpen, Rohrleitungen, Armaturen  <b>Wärmeerzeuger:</b> Wärmepumpen, Heizkessel, Brenner und Feuerungen, Solarsysteme, Schornsteine	<b>Klima- und Lüftungstechnik, Reiraumtechnik:</b> Anlagen, Systeme, Verfahren	<b>Anlagenkomponenten:</b> Ventilatoren, Luftfilter, Luftkanäle, Wärmetauscher, Kältemaschinen, Wärmerückgewinnung	<b>Brandschutz, Photovoltaik, Aufzugstechnik, Lichttechnik, Sicherheitstechnik,</b> Elektroanlagen, Elektroinstallationen, Facility Management	<b>Sanitäre Einrichtungen:</b> Trinkwassersysteme, Be- und Entwässerung, Bäder, Armaturen, Brausen, Thermostate, Duschen, Toiletten, sanitärtechnisches Zubehör, Schwimmbadtechnik  <b>Installationstechnik:</b> Vorwandinstallation, vorgefertigte Sanitärinstallationen, Unterputz-Körper, Rohre, Wärmedämmung von Rohrleitungen, Befestigungs- und Schallschutzeinrichtungen, Abwasser-/ Regenwassernutzung			
<b>1/2</b> Januar Februar	RS: 15.12.23 AS: 16.01. ET: 12.02.	Vorbericht zur <b>Light+ Building</b>	<b>Transparenz beim Verbrauch:</b> Energiemanagementsysteme, Thermostate, Verbrauchsdatenerfassung, Smart Metering, Monitoring		<b>SPEZIAL ENERGIEOPTIMIERTE LUFT- UND KLIMATECHNIK</b>		Aufzugstechnik	Modernisierungslösungen für Badezimmer und Sanitäranlagen in Wohngebäuden		
<b>3</b> März	RS: 17.01. AS: 13.02. ET: 11.03.	Vorbericht zur <b>SHK+E</b>	<b>SPEZIAL WÄRMEEERZUGUNG</b> Wärmepumpen, Brennwerttechnik, Biomasse-Heizkessel, Abgasanlagen		Kältetechnik und Kältemittel	Wärmeübertrager	<b>Brandschutz im Gebäude:</b> Lüftungs-/ Brandschutzklappen, Entrauchung, Abschottung, Dämmung, Rauchmelder, Brandmeldesysteme, Löschanlagen	Sanitärtechnische Lösungen für öffentliche und halböffentliche Gebäude (Schulen, Krankenhäuser, Pflegeeinrichtungen, Schwimmbäder etc.), Vandalensicherheit, Barrierefreiheit, Spülsysteme		<b>Light+ Building</b> Frankfurt/Main 03.-08.03.  <b>SHK+E</b> Essen 19.-22.03.
<b>4</b> April	RS: 14.02. AS: 15.03. ET: 15.04.	Vorbericht zur <b>IFH/Intherm</b>	<b>Heiz- und Kühlflächensysteme:</b> Decken-, Wand- und Fußbodenheizungen, klimatisieren mit Bauteilen		<b>Hygiene in der Raumluftechnik:</b> Gesundheitsschutz, Luftbe- und Entfeuchtung, Luftfilter		Software- und IT-Lösungen für TGA-Planer	<b>SPEZIAL TRINKWASSERHYGIENE</b>		<b>IFH/Intherm</b> Nürnberg 23.-26.04.

Ausgabe	Termine	Sonderthemen	Heiztechnik	Raumlüftungstechnik	Elektrotechnik	Sanitärtechnik		Messen & Veranstaltungen
<b>5</b> Mai	RS: 18.03. AS: 29.04. ET: 29.05.	Vorbericht zur <b>The smarter E/Intersolar</b>	<b>SPEZIAL ERNEUERBARE ENERGIEN</b> Biomasseheizsysteme, Abwärmernutzung, hybride Heizsysteme	Lüftungssysteme mit Wärmerückgewinnung (WRG)	Photovoltaik, Speichertechnologien, Ladestationen	Regen- und Abwassernutzung, Hochwasserschutz		
<b>6</b> Juni	RS: 30.04. AS: 31.05. ET: 27.06.		Heiz- und Kühlsysteme für Hallen und Großräume, Strahlungsheizungen	<b>SPEZIAL GEBÄUDEAUTOMATION</b> Das intelligente Gebäude: Energiemanagement, Smart Building, Sensoren, Leittechnik, Verbrauchsreduzierung, Digitale MSR-Technik, Elektrotechnik in der TGA		<b>Sanitärtechnik in der Praxis:</b> vorgefertigte Systeme, Vorwandinstallationen, Rohre	dezentrale Trinkwassererwärmung	<b>The smarter E/Intersolar München</b> 19.-21.06.
<b>7/8</b> Juli August	RS: 03.06. AS: 26.07. ET: 23.08.	<b>THEMENHEFT EFFIZIENZ</b> Konzepte und Produkte zur Reduzierung des Energieverbrauchs in Neubau und Bestand						
<b>9</b> September	RS: 29.07. AS: 30.08. ET: 26.09.	Vorbericht zur <b>Chillventa</b>	Wärmepumpen für großtechnische Anwendungen	<b>SPEZIAL LÜFTUNG - KLIMA - KÄLTE - VENTILATOREN</b>		<b>Integrale Planung:</b> Lösungen für kollaboratives Arbeiten, Software für TGA-Planer, Building Information Modeling (BIM), Simulationssoftware	Wasseraufbereitung, Desinfektion, Probennahme	Barrierefreie Sanitäreinrichtungen
<b>10</b> Oktober	RS: 02.09. AS: 30.09. ET: 28.10.	Vorbericht zur <b>GET Nord</b>	<b>SPEZIAL OPTIMIERTE SYSTEMTECHNIK</b> Mess- und Regetechnik, hydraulischer Abgleich, Druckerhöhungsanlagen, Heizungswasseraufbereitung	Reinraumtechnik	<b>Brandschutz im Gebäude:</b> Lüftungs-/ Brandschutzklappen, Entrauchung, Abschottung, Dämmung, Rauchmelder, Brandmeldesysteme, Löschanlagen	Dachentwässerung, Entwässerungssysteme	Pumpensysteme, Hebeanlagen	<b>Chillventa Nürnberg</b> 08.-10.10.
<b>11/12</b> November Dezember	RS: 01.10. AS: 30.10. ET: 28.11.		Blockheizkraftwerke, Kraft-Wärme-Kopplung, Wärmeübertragung und -verteilung, Nahwärmenetze	Kontrollierte Wohnraumlüftung (KWL)	Lichttechnik und Beleuchtung Intelligente Beleuchtungskonzepte, Anwesenheitssensorik, Tageslichtnutzung, Verschattung	<b>SPEZIAL TRINKWASSERHYGIENE</b>		<b>GET Nord Hamburg</b> 21.-23.11.

RS: Redaktionsschluss, AS: Anzeigenschluss, ET: Erscheinungstermin

Änderungen und Erweiterungen vorbehalten.



Crossmedia

VDI Fachmedien » HLH » Mediadaten

Buchbar nur bis  
**September**  
2024!

VDI Verlage feiern gemeinsam

# 100 Jahre VDI Verlag: Inserieren Sie mit Mehrwert!





100 Jahre VDI Verlag - das sind 100 Jahre Leidenschaft für Technikthemen im Sinne unserer Mission: Ingenieur\*innen und Technikinteressierte mit Wissen und Services dazu zu befähigen, ihr ganzes Potenzial zu entfalten.

Im Zuge unseres 100-jährigen Jubiläums möchten wir nicht nur unsere Erfolgsgeschichte feiern, sondern auch mit Ihnen gemeinsam in die Zukunft investieren. Werden Sie Teil dieses besonderen Anlasses und **unterstützen Sie mit Ihrer Werbung eines von drei herausragenden VDI-Förderprojekten:**



### VDIni-Club

Im VDIni-Club können Kinder ab vier Jahren mitmachen. In den Clubs vor Ort, aber auch digital, können sie ihr Wissen vertiefen.

Technisch komplexe Inhalte werden im Club spielerisch und kindgerecht aufbereitet. Das VDIni-Club-Magazin bietet Comics, spannende Versuche zum Selbermachen, Rätseln und Tipps rund um das Thema Technik.



### VDI Zukunftspiloten

Bei den VDI-Zukunftspiloten können sich Jugendliche ab 13 Jahren mit technischen Themen beschäftigen und Unterstützung und Gleichgesinnte finden. Sie erarbeiten im Team unter der Leitfrage „Kann man das nicht besser machen?“ Ansätze, wie Technik eingesetzt werden kann, um die Welt ein Stückchen besser zu machen.



### VDI Young Engineers

Persönliche Kontakte, fachlicher Austausch, wertvolle Karrieretipps und spannende Projekte - das und viel mehr bietet das Netzwerk der VDI Young Engineers, das VDI-Netzwerk für Studierende und Young Professionals.

# Tradition trifft Innovation: Unsere Werbeformate im Jubiläumsjahr

Zu unserem 100-jährigen Bestehen bieten wir Ihnen Kommunikationspakete, die Ihr Unternehmen ins Rampenlicht rücken und gleichzeitig die VDI-Förderprojekte unterstützen:

Berichten Sie über Ihr soziales Engagement in Ihrer Stadt, für die Region oder bestimmte Organisationen, Förderprogramme, die Sie als Unternehmen unterstützen – ganz nach dem Motto „Tue Gutes und erzähle darüber!“

**Unser Beitrag zur Aktion:** Ein Teil der Werbeerlöse fließt in ein von Ihnen ausgewähltes, auf der Vorderseite beschriebenes VDI-Projekt.

## Und so geht's:

Nutzen Sie unsere Kommunikationspakete und beschreiben Sie, wofür sich Ihr Unternehmen engagiert. Suchen Sie sich ein Förderprojekt des VDI aus, welches Sie mit Ihrer Werbung unterstützen möchten und geben Sie ein kurzes Statement ab, warum Sie sich dieses Förderprojekt ausgesucht haben.

### Kommunikationspaket 1:

**Printanzeige** Unternehmen im Blick in HLH

+ Firmenprofil auf INGENIEUR.de

+ Shorttext auf Landingpage „100 Jahre VDI Verlag“

### Kommunikationspaket 2:

**Digitales Advertorial** auf hlh.de

+ Newsletter-Banner + Social Post

+ Shorttext auf Landingpage „100 Jahre VDI Verlag“

### Unternehmen im Blick:

Ein exklusives Printformat in HLH, das Ihr Unternehmen in den Mittelpunkt stellt. Zeigen Sie, was Sie einzigartig macht und wie Sie die Ingenieurswelt beeinflussen!

### Advertorials:

Teilen Sie Ihre Geschichte in einem redaktionellen Stil. Ein effektiver Weg, um Ihre Botschaft authentisch und glaubwürdig zu vermitteln.

### Banner im Newsletter:

Erreichen Sie unsere treue Leserschaft direkt in ihrem Posteingang. Ein Banner, das Aufmerksamkeit erregt und zum Klicken einlädt.

### Social Media Posts:

Nutzen Sie die Kraft der sozialen Medien, um Ihre Botschaft zu verbreiten. Wir helfen Ihnen, eine engagierte und zielgerichtete Community zu erreichen.

Anzeigenformate	Festpreis, 4c
1/1-Seite	6.470 EUR
1/2-Seite quer	3.430 EUR

	Festpreis
Digital-Advertorial / Newsletter HLH / Sponsored Post + Banner in Rotation (Fullsize)	4.000 EUR

Seit einem Jahrhundert sind wir Ihr verlässlicher Partner. Nutzen Sie dieses besondere Jubiläum, um gemeinsam mit uns die nächste Generation von Ingenieurinnen und Ingenieuren zu fördern.

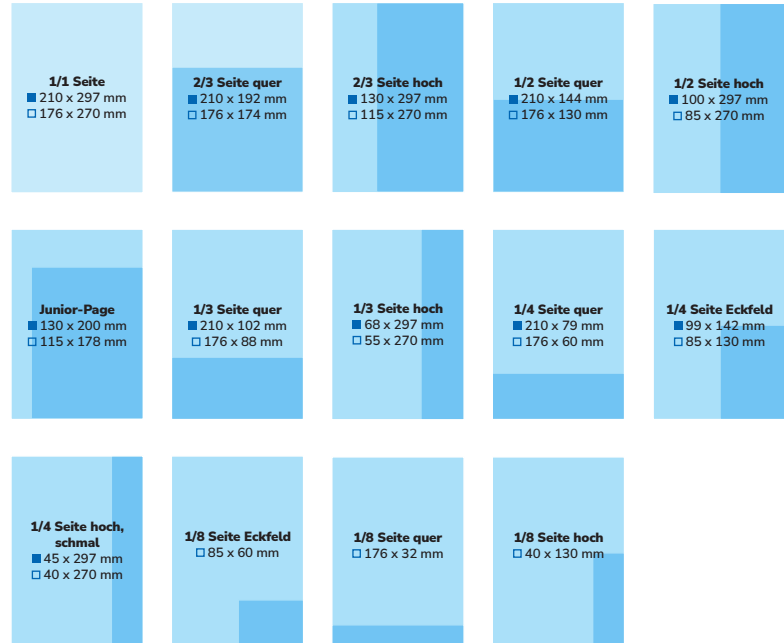
**Kontaktieren Sie uns und werden Sie Teil unserer Jubiläumsaktion!**

# Print: Preise und Formate

VDI Fachmedien » HLH » Mediadaten

## Anzeigenformate und Preise\*

Anzeigenformate	Festpreis, 4c
1/1 Seite	6.500 EUR
2/3 Seite	4.750 EUR
1/2 Seite	3.900 EUR
Juniorpage	3.950 EUR
1/3 Seite	2.990 EUR
1/4 Seite	2.550 EUR
1/8 Seite	1.900 EUR
Titelseite	6.590 EUR
Innentitelseite	3.890 EUR
Advertorial 1/1 Seite	4.550 EUR
Advertorial 1/2 Seite	3.100 EUR
2.+3. Umschlagseite	6.600 EUR
4. Umschlagseite	6.700 EUR
Sonderfarbe Farbzuschlag	450 EUR



## Anzeigenformate

Satzspiegel: 176 mm breit, 270 mm hoch, 4 Spalten zu je 39,5 mm

■ = Anschnitt (B x H) plus 3 mm Anschnitt an den Heftaußenkanten

□ = Satzspiegel (B x H)

## Print: Preise und Formate

VDI Fachmedien » HLH » Mediadaten

Stellenanzeigen	Festpreis, 4c
1/1 Seite	6.500 EUR
1/2 Seite	3.900 EUR
1/3 Seite	2.990 EUR
1/4 Seite	2.550 EUR
1/8 Seite	1.900 EUR
Stellenanzeige online	2.550 EUR
Kombzuschlag für Online (auf Printpreis)	550 EUR
Chiffregebühr	7 EUR

### Rabattstafel (bei Abnahme innerhalb eines Jahres)

Malstaffel		Mengenstaffel	
3 Anzeigen	3 %	3 Seiten	5 %
6 Anzeigen	5 %	6 Seiten	10 %
9 Anzeigen	10 %	9 Seiten	15 %

Einhefter	
2-seitig	5.200 EUR
4-seitig	10.400 EUR
6-seitig	12.990 EUR
8-seitig	15.500 EUR

Format unbeschnitten 216 mm breit x 303 mm hoch.  
 Rabattierung nach der Mengenstaffel, auch in Kombination mit Anzeigen.  
**Erforderliche Auflage:** 10.000 Exemplare

Beilagen	
Vollbeilage Inland bis 25 g Teilbeilagen und Beilagen mit höherem Gewicht auf Anfrage Format max. 4 Seiten (200 x 290 mm) erforderliche Auflage: 10.000 Exemplare	4.100 EUR

### Aufgeklebte Werbemittel

Aufkleben von Postkarten 44 EUR o/oo. Aufkleben von Gegenständen (z. B. Muster / Proben, CD-ROM / DVD) auf Anfrage. Aufkleben von Druckerzeugnissen oder Gegenständen zusätzlich 55 EUR o/oo Klebekosten. Aufgeklebte Werbemittel nur in Verbindung mit einer Trägeranzeige (1/1 Seite).

### Lieferanschrift für Einhefter, Beilagen, Aufkleber:

Kliemo AG, Hütte 53, 4700 Eupen, Belgien  
 (Bitte Zeitschrift und Ausgabe vermerken)

## Bannerformate

**Wallpaper** – über Navigation u. rechts der Seite



**Abmessung:** Oben: 800 x 90 px  
Rechts: 120 (200) x 600 px  
**Gewicht:** Initial Load: max. 200 KB  
Host Initiated Subload: max. 300 KB

Preis  
pro Monat  
**4.300**  
EUR

**Halfpage-Ad** – rechts im Content



**Abmessung:** 300 x 600 px  
**Gewicht:** Initial Load: max. 200 KB  
Host Initiated Subload: max. 300 KB

Preis  
pro Monat  
**4.000**  
EUR

**Sitebar-Ad** – rechts neben Content,  
permanent im sichtbaren Bereich



**Abmessung:** Dynamisch in Höhe u. Breite.  
Als Orientierung des Seitenverhältnisses  
dient die „Ratio“ 1:2  
**Gewicht:** Initial Load: max. 200 KB  
Host Initiated Subload: max. 300 KB

Preis  
pro Monat  
**4.000**  
EUR

**Billboard-Ad** – prominent unter Navigation



**Abmessung:** 800 (970) x 250 px  
**Gewicht:** Initial Load: max. 200 KB  
Host Initiated Subload: max. 300 KB

Preis  
pro Monat  
**4.000**  
EUR

**Superbanner** – prominent über Navigation



**Abmessung:** 728 x 90 px  
**Gewicht:** Initial Load: max. 200 KB  
Host Initiated Subload: max. 200 KB

Preis  
pro Monat  
**3.000**  
EUR

**Medium Rectangle** – rechts im Content



**Abmessung:** 300 x 250 px  
**Gewicht:** Initial Load: max. 200 KB  
Host Initiated Subload: max. 200 KB

Preis  
pro Monat  
**1.800**  
EUR

**Dateiformate:** jpg, png, gif, html5 (statisch oder animiert)  
Weitere Informationen finden Sie unter [businessad.de](http://businessad.de)

# Artikelsponsoring

Ein Beitrag aus Ihrem Hause ist in der Printausgabe oder auf der Website hinter der Paywall veröffentlicht – und Sie möchten diesen gerne im Weiteren nutzen?

Sie erhalten ein druckfähiges Artikel-PDF mit unbegrenzten Nutzungsrechten.



Sie möchten gerne auf unsere Website verlinken – wir stellen den Beitrag vor die Paywall und teasern diesen auf der Home unter „Empfehlung des Verlages“ an.



**Erweiterte Leserschaft:** Ihr Beitrag erscheint vor der Paywall und ist somit auch Nicht-Abonnant\*innen zugänglich.



**Große Reichweite:** Ihr Beitrag wird zusätzlich auf der Startseite von **INGENIEUR.de**, dem reichweitenstärksten Ingenieurportal Deutschlands, ausgespielt.



**Ihr Artikel als PDF:** Nutzen Sie den Artikel für Ihre Zwecke nach Erscheinen der Printausgabe, Erstellung der PDF Ihres Beitrags 330 EUR.

## MEDIA-TIPP

Sollten auf den verwendeten Fotos anderweitige Nutzungsrechte liegen, so können Sie uns gerne eigenes Fotomaterial einreichen.

\* Der Artikel darf nur zu eigenen Zwecken ins Internet gestellt, nicht verändert und nicht an Dritte vermarktet werden. Wenn Sie das PDF im Internet zum Download anbieten, fügen Sie bitte in unmittelbarer Nähe zur Datei eine Quellenangabe und einen Link zur Website hinzu und setzen ihn auf „no-follow“.



# Unternehmen im Blick / Anwenderbericht

## Ihr crossmediales Kommunikationspaket in HLH und auf hlh.de

Mit dem Format „Unternehmen im Blick“ setzen wir Ihr Unternehmen crossmedial und aufmerksamkeitsstark in Szene. Die Unternehmensdarstellung erfolgt mit einem kurzen Unternehmenssteckbrief in der Printausgabe. Mit dem Anwenderbericht präsentieren Sie die Produkte und die Lösungskompetenz Ihres Unternehmens in der Kundenanwendung und stellen in der Praxis eingesetzte und bewährte Lösungen vor.

Beide Werbeformate finden ihre crossmediale Ergänzung über ein 12-monatiges Firmenprofil auf hlh.de. Das Layout – und auf Wunsch auch die inhaltliche Überarbeitung – übernehmen wir für Sie.

Binden Sie Ihren Unternehmensfilm über einen YouTube-Link mit ein und nutzen Sie zur Trafficsteigerung zusätzlich ein Banner im Newsletter HLH.

### **Profitieren Sie von einer komfortablen Abwicklung:**

**Sie liefern die Inhalte, die Umsetzung übernehmen die VDI Fachmedien.**

## Spezifikationen:

### Headline:

- Maximal 50 Zeichen
- (Empfehlung: 40 – 50 Zeichen)

### Textumfang:

- 1/2-Seite: max. 1.500 Zeichen
- 1/1-Seite: max. 3.000 Zeichen

### Fotos:

- Bildmotiv: 140 mm Breite x max. 55 mm Höhe, 300 dpi

### MEDIA-TIPP

Mit einem ergänzenden **Exklusiv-Podcast** rücken Sie Ihr Unternehmen in den richtigen Fokus (**siehe Seite 21!**)

# Content-Solutions

VDI Fachmedien » HLH » Mediadaten



Nutzen Sie die crossmediale Reichweite mit Ingenieur.de

### Rusal fokussiert sich auf Chinas Autoindustrie

**Konverter: Für festsitzende Aluminium-Russische die westlichen Absatzmärkte weg. Mit dieser Strategie steuert der Konzern gegen.**

**R**usal, das russische Aluminium-Unternehmen, hat sich auf den chinesischen Markt konzentriert. Der Konzern plant, bis zum Jahr 2020 ein Drittel seiner Produktion in China zu verlagern. Dies ist eine Reaktion auf den Rückgang der westlichen Absatzmärkte. Rusal wird sich auf die Produktion von Aluminium-Konzentrat konzentrieren, während die westlichen Märkte für die Produktion von Aluminiumblech und -profilen genutzt werden. Die Produktion von Aluminium-Konzentrat ist ein wichtiger Schritt in der Wertschöpfungskette, da es die Grundlage für die Produktion von Aluminiumblech und -profilen bildet. Rusal plant, die Produktion von Aluminium-Konzentrat in China zu verlagern, um die Kosten zu senken und die Wettbewerbsfähigkeit zu erhöhen. Dies ist eine wichtige Strategie für den Konzern, um in der globalen Aluminium-Industrie zu bestehen.

**Die Phoenix Contact** ist ein führender Hersteller von industriellen Steckverbindern und Stromversorgungsgeräten. Das Unternehmen hat sich in den letzten Jahren stark auf die Entwicklung von Lösungen für die Industrie konzentriert. Phoenix Contact ist ein globaler Player in der industriellen Automatisierung und bietet eine breite Palette von Produkten für verschiedene Branchen an. Das Unternehmen ist bekannt für seine innovative Produkte und seinen hervorragenden Kundenservice. Phoenix Contact ist ein wichtiger Partner für Industrieunternehmen, die auf zuverlässige und hochwertige elektrische Verbindungen angewiesen sind.

**Unternehmen im Blick**

**Phoenix Contact**

**Im Jubiläumsgespräch 2013**

**Phoenix Contact feiert 100jähriges Unternehmensbestehen**

Das Unternehmen Phoenix Contact feiert sein 100jähriges Bestehen. Die Geschichte des Unternehmens reicht zurück bis zum Jahr 1913, als es als kleine Werkstatt für die Herstellung von elektrischen Verbindungen gegründet wurde. Seitdem hat sich Phoenix Contact zu einem globalen Unternehmen entwickelt, das in über 100 Ländern präsent ist. Das Unternehmen ist bekannt für seine innovative Produkte und seinen hervorragenden Kundenservice. Phoenix Contact ist ein wichtiger Partner für Industrieunternehmen, die auf zuverlässige und hochwertige elektrische Verbindungen angewiesen sind.

## Standardkampagne:

Anzeigenformate	Content-Werbung
1/1-Seite	6.500 EUR
1/2-Seite	3.900 EUR
hinzubuchbare Beratungsleistung:	200 EUR

## MEDIA-TIPP

Buchen Sie folgende Reichweitenverstärker für Ihre Kampagne:

- Digital-Advertorial, Seite 17
- Newsletter-Ad, Seite 20
- Banner auf dem Portal, Seite 13

# Digital-Advertorial / digitaler Anwenderbericht

## Content Marketing – Mit Inhalten punkten!

Advertorials und Anwenderberichte eignen sich hervorragend zur Vorstellung erklärungsbedürftiger Produkte oder Dienstleistungen. Im Look & Feel der Website gestaltet, fügen sie sich gut in die Veröffentlichungsumgebung ein. Vom Bericht bis zum Interview sind alle gängigen Darstellungsformen denkbar.

Direkt in das CMS-System eingebunden erscheint der Artikel wie ein klassischer Newsbeitrag auf der Startseite. Die Bewerbung erfolgt zusätzlich über eine Pushmeldung im Newsletter sowie Social-Post.

### Content-Marketing ausgespielt über Ihr Fachportal!

Musterbeispiel:



### MEDIA-TIPP

Denken Sie an den **Traffic-Boost** über Banner und Newsletter-Ad (siehe Seite 13 und 20)!

## Spezifikationen:

### • Advertorial

Überschrift: max. 80 Zeichen  
Teasertext: max. 140-160 Zeichen  
Fließtext: max. 4.500 Zeichen  
Bilder: in 2:1, mind. 980 x 490 px

### • Newsletter

Display Ad: 560 x 400 px  
Native Ad: Bildmotiv: Querformat 2:1 + Bildquelle  
Überschrift: max. 80 Zeichen  
Fließtext: max. 240 Zeichen

### • Social Media

Textlänge:  
Facebook: 40-140 Zeichen empf.  
LinkedIn: 250 Zeichen empf.  
X: max. 243 Zeichen  
Xing: 200 Zeichen empf.

Bilder:  
Facebook: 1200 x 630 px  
LinkedIn: 1200 x 627 px  
X: 1200 x 675 px  
Xing: 720 x 450 px





- Anlieferung als Word Document
- Videoeinbindung möglich

## Content-Solutions

VDI Fachmedien » HLH » Mediadaten

# Content Marketing – Mit Inhalten punkten!

Mit dem Brand Hub bieten wir Ihnen eine innovative und zugleich leistungsstarke Marketingplattform. Advertorials, Videos, Whitepaper finden hier im Look & Feel Ihres Unternehmens ihren Raum. Der ideale Rahmen für Ihre Inhalte und Kampagnen – eine Komplettlösung, die Ihnen alles bietet, was Sie für den Aufbau und die Förderung Ihrer Marke benötigen.

Leistungen	Basic Refresh 2.000 EUR	XL Refresh 3.000 EUR	Brand Hub
Artikelanzahl digitales Advertorial/Anwenderbericht	1	1	Bis zu 4
Logo Einbindung			✓
Verwendung Ihrer CD-Farbgebung			✓
Festplatzierung von Bannerflächen			✓
Schaltung im Newsletter	1	2	4*
Native Integration auf Homepage			✓
Laufzeit	1 Monat	1 Monat	6 Monate
Links aus dem Artikel auf die Kunden-Website			✓
Social-Seeding über das Social-Media-Netzwerk    	1 Social Post	1 Social Post	4 Social Posts
Redaktionelle Teaser in entsprechender Rubrik			✓
Produktempfehlung kann integriert werden			✓
Ad-Bundle digital in Portalrotation		1 Monat	Optional zubuchbar
<b>Preis</b>	<b>4.000 EUR</b>	<b>7.500 EUR</b>	<b>14.300 EUR</b>



## MEDIA-TIPP:

Nutzen Sie diesen reichweitenstarken Brand Hub, um Ihre Marke aufbauen und ausbauen zu können!

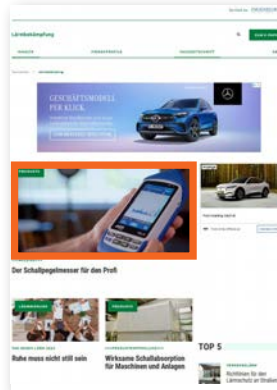
# Produkt des Monats Event des Monats Webinar des Monats

Ihre wirksame Langzeit-Präsenz

Teaserbox auf der Startseite



Musterbeispiel:



Top-Ranking und prominente Darstellung



Medialeistung	inbegriffen
Platzierung einen Monat auf der Homepage, danach in passender Rubrik	✓
Ihr Artikel durchläuft zudem die Home von INGENIEUR.de	✓
Gesamtlaufzeit: 6 Monate (in der Rubrik)	✓
Suchmaschinenwirksam	✓
Top-Ranking und prominente Darstellung in der Rubrik	✓
Inklusiv: Social-Seeding*, Video-Einbindung und Newsletter-Push	✓
<b>Ihr Mediainvest/Monat</b>	<b>1.900 EUR</b>
<b>Refresh</b>	<b>950 EUR</b>

\*Facebook, LinkedIn, X, Instagram, Xing

## MEDIA-TIPP

Die Platzierung erfolgt als Produkt, Event oder Webinar des Monats. Zusätzlich durchläuft Ihre Werbung die reichweitenstarke Home von INGENIEUR.de!

## Content-Solutions

VDI Fachmedien » HLH » Mediadaten

# Newsletter HLH



Das digitale Update für die TGA-Branche: Spannende Forschungsprojekte, aktuelle Studien, exklusive Hintergrundberichte – der Newsletter der "HLH" informiert alle 14 Tage über die wichtigsten Themen aus dem Bereich der Technischen Gebäudeausrüstung. Ebenfalls mit dabei: Informationen zu Förderprogrammen und Richtlinien, Berichte zu Fachmessen und Produkten, Neuigkeiten aus Unternehmen und Verbänden. Der Nutzwert für planende Ingenieur\*innen steht dabei stets im Fokus der Berichterstattung.

Digitale Kampagnenverlängerung aus einer Hand: egal ob mit Banner oder Text-Bild-Anzeige. Mit den Newsletter-Angeboten der VDI Fachmedien landet Ihre Unternehmenskommunikation verlässlich und direkt bei Ihrer Zielgruppe.

- Ihre Zielgruppe sind technikaffine Ingenieur\*innen und Entscheider\*innen.
- Platzieren Sie Ihre Werbebotschaft in einem unserer Newsletter-Produkte.
- Wir tragen Ihr Thema in den Markt.
- Sie profitieren von einer starken Medienmarke.
- Exklusives und aufmerksamkeitsstarkes Umfeld.

768 Empfänger  
14-täglich  
dienstags

## Wählen Sie aus

### 1. Display Ad

560 px breit x max. 400 px hoch, max. 300 KB

Preis: 700 EUR



### 2. Native Ad

Überschrift: max. 80 Zeichen inkl. Leerzeichen

Anzeigentext: max. 240 Zeichen  
inkl. Leerzeichen

Bildmotiv: Querformat 2:1 + Bildquelle

Preis: 600 EUR



**Dr.-Ing. Bernhard Langefeld, Partner Roland Berger**  
**Arbeiten in der Fabrik der Zukunft – Visionen und Herausforderungen**

Die industrielle Produktion hat sich bereits im letzten Jahrzehnt stark gewandelt. Wie sehen die Visionen für die Fabrik und das industrielle Arbeiten der Zukunft aus? Welche Herausforderungen kommen auf Mitarbeiter, Unternehmen und Gesetzgeber zu?

Foto: B. Langefeld



# Podcast - aktuelle Werbe-Stars

## 3-facher Hörgenuss für Ingenieur\*innen und alle Technikbegeisterten



	Technik aufs Ohr	Druckwelle	Prototyp
<b>Unsere Podcasts werden über Podigee (Spotify, Apple Podcasts, Amazon und Google) ausgespielt.</b>	„Technik aufs Ohr“ – der Podcast speziell für Ingenieur*innen sowie Technikbegeisterte. Ob KI, Smart Factory oder alles rund um die Karriere – in einem unterhaltsamen und dialogischen Format sprechen unsere Moderator*innen mit ihren Interviewgästen über aktuelle Themen, die Ingenieur*innen interessieren und bewegen.	Im Podcast Druckwelle geht es um die additive Fertigung, der Trend in der Produktion und Industrie. Im Podcast spricht VDI nachrichten-Redakteur Stefan Asche mit den führenden Köpfen der additiven Fertigung. Die Expert*innen erläutern neue Drucktechnologien und Materialien. Sie bewerten Entwicklungen und geben Praxistipps.	Podcast Prototyp begleitet alle angehenden Ingenieur*innen auf ihrem Weg auf der Karriereleiter nach oben, vom Studium bis zum Chef*innen-sessel. Mit den Redakteur*innen von VDI nachrichten teilen bekannte Gesichter aus Wirtschaft, Forschung und Bildung ihre Erfahrungen, geben hilfreiche Karriere-Tipps und verraten spannende Details aus ihrem eigenen Berufsleben.
Erscheinungsweise	donnerstags alle zwei Wochen	donnerstags alle zwei Wochen	donnerstags alle zwei Wochen
Abonent*innen*	408.676	32.493	53.046
Hörer*innen/Monat*	13.604	1.271	1.943
Downloads/Streams/Monat*	31.272	2.384	3.338

\* Verlagsangabe 08/2023

# Übersicht Medialeistungen

VDI Fachmedien » HLH » Mediadaten

**Wir empfehlen:  
Für 300 EUR**  
sprechen unsere  
professionellen  
Moderator\*innen  
Ihre Ad ein!

Medialeistung	Native-Audio-Ad	Story-Ad	Exklusiv-Podcast
<b>Konzept</b>	Ihre Werbebotschaft in unserem Podcast wird als Pre-Roll direkt zu Beginn oder als Mid-Roll an passender Stelle im laufenden Podcast ausgestrahlt.	Mit einer Story-Ad – eingebunden als kleine Interview-Sequenz im Frage- und Antwortspiel – platzieren wir Ihre tieferegehende Botschaft an passender Stelle im laufenden Podcast.	Beim Exklusiv-Podcast gestalten Sie Ihre ganz eigene Podcast-Folge, mit Ihren individuellen Themen. Insbesondere Inhalte mit hoher Lösungskompetenz glänzen in diesem Format.
<b>Key Facts</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 20 Sekunden als Pre-Roll</li> <li>• alternativ 30 Sekunden als Mid-Roll</li> <li>• Verlinkung erfolgt in der Shownote beim Podcast-Aufruf</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dauer: 1:30 – 2:00 Min.</li> <li>• Wir erstellen mit Ihnen 3 Fragen und Antworten</li> <li>• Antworten einfach mit dem Smartphone aufnehmen</li> <li>• Verlinkung erfolgt in der Shownote beim Podcast-Aufruf</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dauer: 30 Min.</li> <li>• Nennung &amp; Verlinkung in Episoden-Beschreibung</li> <li>• Wir übernehmen mit Ihnen gemeinsam die Produktion</li> </ul>
<b>Mediainvest Technik aufs Ohr</b>	<b>2.100 EUR</b>	<b>6.200 EUR</b>	<b>15.000 EUR</b>
<b>Mediainvest Druckwelle</b>	<b>900 EUR</b>	<b>3.800 EUR</b>	<b>5.100 EUR</b>
<b>Mediainvest Prototyp</b>	<b>1.320 EUR</b>	<b>4.750 EUR</b>	<b>7.995 EUR</b>

## Ihre Vorteile

Für Ihren Auftritt in unserem Podcast können Sie mit hoher Wertigkeit verbunden mit unserem vollen Service rechnen:

- Große Reichweite
- Hohe Exklusivität
- Einfaches Handling
- Hohe Wirksamkeit
- Kluge Einbindung
- Hohe Flexibilität

### MEDIA-TIPP

Viele Exklusiv-Podcast-Bucher\*innen setzen als idealen Werbe-Booster zusätzlich unsere Crossmedia-Formate Advertorial und Teaser-Elemente sowie Social Media ein.

## Stellenmarkt

VDI Fachmedien » HLH » Mediadaten

# Stellenanzeigen in der "HLH"

Die Suche nach den passenden Ingenieur\*innen gleicht der Suche nach der Nadel im Heuhaufen?

Nicht, wenn Sie gezielt dort werben, wo Sie mit 0 % Streuverlust und 100 % Trefferquote Ingenieur\*innen aus den verschiedenen Bereichen finden: in den Fachzeitschriften der VDI Fachmedien.



### Zielgruppen:

Fachplaner\*innen und Ingenieur\*innen der Technischen Gebäudeausrüstung (VDI-Gesellschaft Bauen und Gebäudetechnik)

**Druckauflage:** 10.000

**Ausgaben/Jahr:** 9

### Ihr Ansprechpartner:

CrossMediaConsulting Wolfgang Ernd GmbH  
Joanna Klingbiel  
jkl Klingbiel@crossmediaconsulting.de

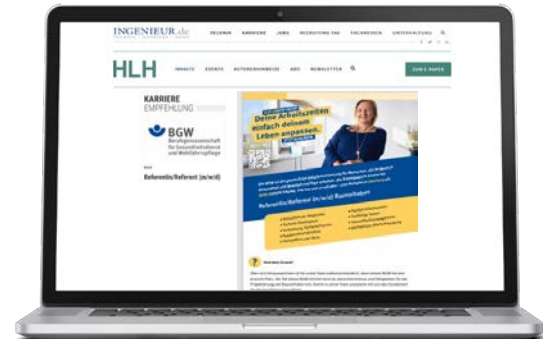
Telefon: +49 40 881 449370

Stellenanzeigen	Festpreis, 4c
1/1 Seite	6.500 EUR
1/2 Seite	3.900 EUR
1/3 Seite	2.990 EUR
1/4 Seite	2.550 EUR
1/8 Seite	1.900 EUR
Stellenanzeige online	2.550 EUR
Kombizuschlag für Online (auf Printpreis)	550 EUR
Chiffregebühr	7 EUR

**Online:**  
Vorlauf nur noch  
3 Werktage

## Karriereempfehlung auf hlh.de

- Ihre Stellenanzeige wird online als pdf eingestellt für 2.550 EUR
- Die Platzierung erfolgt im Fachportal mit Logo und Stellenbezeichnung
- Sie können Ihre pdf-Stellenanzeige mit einem Link versehen
- Laufzeit: 4 Wochen
- Kombizuschlag für Online (auf Printpreis): 550 EUR



Alle Preise zzgl. ges. MwSt.

**HLH**

## Verlagsangaben

VDI Fachmedien » HLH » Mediadaten

### Verlag

VDI Fachmedien GmbH & Co. KG  
VDI-Platz 1  
40468 Düsseldorf  
Telefon: +49 211 6103-0

### Herausgeber:

Verein Deutscher Ingenieure e. V.

### Organ:

Fachbereich Technische Gebäudeausrüstung der  
VDI-Gesellschaft Bauen und Gebäudetechnik.

### Geschäftsbedingungen:

Für die Abwicklung von Anzeigenaufträgen gelten die  
Allgemeinen Geschäftsbedingungen des Verlags (siehe  
Seite 25-26).

### Bankverbindung:

Commerzbank AG, Düsseldorf  
SWIFT/BIC-Code: DRES DE FF 300  
IBAN: DE69 3008 0000 0212 1724 00

### Mehrwertsteuer:

Es gilt der zum Zeitpunkt der Leistungserbringung  
gültige gesetzliche Mehrwertsteuersatz.

### Zahlungsbedingungen:

14 Tage nach Rechnungsdatum netto, bei Vorauszah-  
lung oder Bankabbuchung 2 % Skonto. Auf Postge-  
bühren bei Beilagen wird kein Skonto gewährt.  
USt-ID-Nr.: DE 812109115

## Weitere Angaben

### Bezugspreis:

Jahresabonnement (Inland)	255,30 EUR*
Einzelverkaufspreis	29,40 EUR*
E-Paper-Abonnement	219,20 EUR
E-Paper-Upgrade	54,00 EUR

\* inkl. Versandkosten und Mehrwertsteuer, zzgl. Porto

### Termine und weitere Angaben:

Anzeigenschluss und Druckunterlagenschluss  
entnehmen Sie dem Themenplan. Die Rücktrittstermine  
sind jeweils identisch mit den Anzeigenschlussterminen.  
Der Verlag behält sich die Anzeigenveröffentlichung vor.

Alle Abbildungen in den Mediadaten beinhalten  
Umsetzungsbeispiele oder Muster-Ansichten.

### Bildnachweis:

Shutterstock, Frank Vinken

### Lieferanschrift für Beilagen, Einhefter und aufgeklebte Werbemittel:

Kliemo AG  
Hütte 53, 4700 Eupen, Belgien  
(Bitte Zeitschrift und Ausgabe vermerken)

## Tech Specs zur PDF-Erstellung für E-Paper-Beilagen

### Screen-PDF Version 1,6 oder höher

### Farbmodus:

RGB

### Auflösung:

150 dpi

### Logos, Grafiken:

Vektor-Grafiken und Anzeigen vor  
dem Platzieren in „png“ umwandeln.  
Keine EPS, PDF X3 oder andere Postscript-  
Formate verwenden.

### Druckbögen:

nein (Einzelseiten ohne Schnittmarken)

### Schreibschutz:

ohne

### Schriften:

einbetten

### Formularfelder:

ohne

### Transparenzen:

erlaubt (Live-Transparenzen möglich, wenn  
beim Export Dateiformate verwendet werden,  
die Live-Transparenz unterstützen.)

### Transparenzreduzierung:

nein

## Technische Angaben Print

### Druckverfahren:

Offset

### Satzspiegel:

176 mm x 270 mm (B x H)

### Prozessstandard:

Fogra39

### Rasterweite:

200 lpi

### Gesamt-Farbauftrag:

Maximal 220 %

### Anlieferung Druckdaten:

VDI Fachmedien GmbH & Co. KG  
VDI-Platz 1, 40468 Düsseldorf  
anzeigenabwicklung@vdi-fachmedien.de

### Dateiübertragung:

Per E-Mail, auf einem Datenträger (CD, USB-Stick) oder  
per Download; Bei der Übermittlung per FTP-Transfer  
oder E-Mail: Die Dateien und Verzeichnisse müssen  
eindeutige Auftragsbezeichnungen haben, d. h. den  
Namen der Zeitschrift und Ihren Firmennamen enthalten.

### Dateiformate:

PDF (PDF/X-1a bevorzugt), EPS, JPG (alternativ)

### Bildauflösung:

- hochauflösend mit 300 dpi, Farbmodell CMYK
- Bitmap (Strichscans) sollten eine Auflösung von  
mindestens 600 dpi haben
- Offene Daten sind zu vermeiden
- Alle verwendeten Schriften sind in Pfade zu wandeln  
oder vollständig einzubetten

# Geschäftsbedingungen

VDI Fachmedien » HLH » Mediadaten

## Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB)

01. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag zwischen Verlag und Auftraggeber über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel (nachfolgend insgesamt als „Anzeigen“ bezeichnet) eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten (nachfolgend insgesamt als „Werbungtreibende“ bezeichnet) in einer Zeitschrift oder digital zum Zweck der Verbreitung. Jeder Auftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich.
02. Ein „Abschluss“ ist ein Vertrag über die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen unter Beachtung der dem Werbungtreibenden gemäß Preisliste zu gewährenden Rabatte, wobei die jeweiligen Veröffentlichungen auf Abruf des Auftraggebers erfolgen. Rabatte werden nicht gewährt für Unternehmen, deren Geschäftszweck unter anderem darin besteht, für verschiedene Werbungtreibende Anzeigenaufträge zu erteilen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb eines Jahres nach Vertragsschluss abgerufen und veröffentlicht wird.
03. Werden einzelne oder mehrere Abrufe eines Abschlusses 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. Der Auftraggeber hat, wenn nichts anderes vereinbart ist, rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb eines Jahres entsprechenden Nachlass.
04. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
05. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die nur in bestimmten Hefnummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
06. Anzeigen, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
07. Der Verlag behält sich ohne Anerkennung einer Prüfungspflicht vor, Anzeigen – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – abzulehnen, insbesondere wenn – deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder – deren Veröffentlichung für den Verlag u. a. wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder – Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten. Aufträge für andere Werbemittel sind für den Verlag erst nach Vorlage des Musters und dessen Billigung bindend. Soweit der Verlag von seinem Ablehnungsrecht bezüglich von Werbemitteln, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbundwerbung), keinen Gebrauch macht, bedürfen diese in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annahmeerklärung des Verlages. Diese berechtigt den Verlag zur Erhebung eines Verbundaufschlages. Die Ablehnung einer Anzeige oder eines anderen Werbemittels wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
08. Für die rechtzeitige Lieferung und die einwandfreie Beschaffenheit geeigneter Druckunterlagen oder anderer Werbemittel ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Kosten des Verlages für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen. Vereinbart ist die für den belegten Titel nach Maßgabe der Angaben in der Preisliste sowie in der Auftragsbestätigung übliche Beschaffenheit der Anzeigen im Rahmen der durch die Druckunterlagen und von der Druckerei eingesetzten Technik gegebenen Möglichkeiten.
09. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung der Druckunterlagen endet drei Monate nach der erstmaligen Veröffentlichung der Anzeige oder des anderen Werbemittels.
10. Entspricht die Veröffentlichung der Anzeige nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit bzw. Leistung, so hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung des anderen Werbemittels, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige oder des anderen Werbemittels beeinträchtigt wurde. Der Verlag hat das Recht, eine Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung zu verweigern, wenn – diese einen Aufwand erfordert, der unter Beachtung des Inhalts des Schuldverhältnisses und der Gebote von Treu und Glauben in einem groben Missverhältnis zu dem Leistungsinteresse des Auftraggebers steht, oder – diese für den Verlag nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich wäre. Lässt der Verlag eine ihm für die Ersatzanzeige oder die Veröffentlichung des anderen Werbemittels gesetzte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige / Ersatzveröffentlichung erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels ist die Rückgängigmachung des Auftrags ausgeschlossen. Reklamationen bei nicht offensichtlichen Mängeln müssen binnen eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn geltend gemacht werden. Der Verlag haftet für sämtliche Schäden, gleich ob aus vertraglicher Pflichtverletzung oder aus unerlaubter Handlung nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen: Bei grober Fahrlässigkeit beschränkt sich die Haftung im kaufmännischen Verkehr auf den Ersatz des typischen vorhersehbaren Schadens; diese Beschränkung gilt nicht, soweit der Schaden durch gesetzliche Vertreter oder leitende Angestellte des Verlages verursacht wurde. Bei einfacher Fahrlässigkeit haftet der Verlag nur, wenn eine wesentliche Vertragspflicht verletzt wurde. In solchen Fällen ist die Haftung auf den typischen vorhersehbaren Schaden beschränkt. Bei Ansprüchen nach dem Produkthaftungsgesetz sowie bei einer Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit haftet der Verlag nach den gesetzlichen Vorschriften. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Veröffentlichung geltend gemacht werden. Alle gegen den Verlag gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf vorsätzlichem Verhalten beruhen.
11. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm bis zum Anzeigenschluss oder innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.
12. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

13. Die Rechnung ist innerhalb der aus 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.
14. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden bankübliche 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, vor Beginn einer neuen Geschäftsverbindung und auch während der Laufzeit eines Abschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages zum Anzeigenschlusstermin und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
15. Der Verlag liefert auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
16. Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Expressbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Dem Verlag kann einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A 4 (Gewicht 1 000 g) überschreiten, sowie Waren, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegenkommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann jedoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren / Kosten übernimmt.
17. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlichrechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand 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, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.
18. Die Werbungsmitter und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten.
19. Eine Änderung der Anzeigenpreisliste gilt ab Inkrafttreten auch für laufende Aufträge. Dies gilt gegenüber Nicht-Kaufleuten nicht bei Aufträgen, die innerhalb von vier Monaten nach Vertragsabschluss abgewickelt werden sollen.
20. Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung beansprucht, ist der schriftliche Nachweis des Konzernstatus des Werbungtreibenden erforderlich. Konzernverbundene Unternehmen im Sinne dieser Bestimmung sind Unternehmen, zwischen denen eine kapitalmäßige Beteiligung von mindestens 50 Prozent besteht. Der Konzernstatus ist bei Kapitalgesellschaften durch Bestätigung eines Wirtschaftsprüfers oder durch Vorlage des letzten Geschäftsberichtes, bei Personengesellschaften durch Vorlage eines Handelsregisterauszuges nachzuweisen. Der Nachweis muss innerhalb der ersten Hälfte des Abschlusszeitraumes erbracht werden. Ein späterer Nachweis kann nicht rückwirkend anerkannt werden. Konzernrabatte bedürfen in jedem Fall der ausdrücklichen, schriftlichen Bestätigung durch den Verlag. Konzernrabatte werden nur für die Dauer der Konzernzugehörigkeit gewährt. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzuzeigen; mit der Beendigung der Konzernzugehörigkeit endet auch die Konzernrabattierung.
21. Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung der Anzeige erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen sowie der zugelierten Werbemittel. Er stellt den Verlag im Rahmen des Anzeigenauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen oder aufgrund presserechtlicher Vorschriften entstehen können. Bei Veröffentlichung von Gegendarstellungen bestimmen sich die zu ersetzenden Kosten nach Maßgabe des Anzeigentarifs. Ferner wird der Verlag von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Verlag nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen. Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Print- und Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentliche Zugänglichmachung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen.
22. Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, illegalem Arbeitskampf, rechtswidriger Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen – sowohl im Betrieb des Verlages als auch in fremden Betrieben, derer sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient – hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit 80 % der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verbreiteten oder auf andere Weise zugesicherten Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die zugesicherte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht.
23. Advertorials sind fremdproduzierte Teile, die sich in Form und Aufmachung deutlich von den redaktionellen Teilen der Zeitung / dem Magazin (in Typo, grafischen Elementen, Farbigkeit, Spaltigkeit) unterscheiden müssen. Sie enthalten Text und Werbung Dritter. Sie sind grundsätzlich mit einem eigenen Impressum zu versehen. Das Advertorial kann durch den Verlag mit dem Wort „Anzeige“ ohne Rücksprache gekennzeichnet werden. Der Verlag behält sich die Veröffentlichung nach Vorlage eines verbindlichen Muster vor sowie das Recht, bei besonderen Publikationen Sonderpreise festzusetzen. Dem Verlag ist das Advertorial mindestens 10 Werktage vor Druckunterlagenschluss zur Prüfung und Billigung vorzulegen.

Die Allgemeinen Geschäftsbedingungen finden Sie hier:  
[ingenieur.de/allgemeine-geschaeftsbedingungen/](http://ingenieur.de/allgemeine-geschaeftsbedingungen/)



# Ansprechpartner\*innen

VDI Fachmedien » HLH » Mediadaten



Ken Fouhy  
**Geschäftsführer**  
kfouhy@vdi-fachmedien.de



Petra Seelmann-Maedchen  
**Leiterin Sales Solutions**  
Telefon: +49 211 6188-191  
pmaedchen@vdi-nachrichten.com



Susanne Storb  
**Anzeigen Innendienst**  
Telefon: +49 211 6103-380  
anzeigenabwicklung@  
vdi-fachmedien.de



Marc Daniel Schmelzer  
**Chefredakteur**  
Telefon: +49 211 6103-462  
dschmelzer@vdi-fachmedien.de



Joanna Klingbiel  
**Anzeigen Verkauf**  
Telefon: +49 40 881 449-370  
Telefax: +49 40 881 449-11  
jklingbiel@crossmediaconsulting.de

Ines Henning  
**Redaktion Innendienst**  
Telefon: +49 211 6103-311  
ihenning@vdi-fachmedien.de

Digital-Team  
**Content- & Kampagnensteuerung**  
content@vdi-fachmedien.de

Vertriebsunion Meynen  
**Leserservice**  
Telefon: +49 6123 9238-202  
vdi-fachmedien@vuservice.de