

Media-Informationen 2012

Titelpräsentation	Seite 2–3
Termin- und Themenplan	Seite 4–5
Preisliste Nr. 47, vom 1.10.2011	Seite 6–7
Informationsblatt Formate und Preise	Seite 8
Formate und techn. Angaben	Seite 9
Titelporträt	Seite 10
Auflagen- und Verbreitungsanalyse	Seite 11
Beihefter	Seite 12
Beilagen	Seite 13
Karte 3 L	Seite 14
Messeführer Intertraffic 2012	Seite 15
Allgemeine Geschäftsbedingungen	Seite 16–17
Ansprechpartner im Verlag/im Außendienst	Seite 18–19
Fachmedien „Straße“	Seite 20



Straßenbau ist unsere Stärke!

10 gute Gründe warum es sich lohnt in „Straße und Autobahn“ zu werben*

Leser-Struktur-Analyse
2011

1

Das Interesse an dieser Fachzeitschrift ist groß

Drei von vier Lesern lesen jede bzw. fast jede Ausgabe

2

Echter Nutzen für die berufliche Praxis

Jeder zweite Leser beurteilt den konkreten praktischen Nutzen mit „sehr gut“ oder „gut“

3

Prädikat: Muss man haben!

94 % der Leser können die Fachzeitschrift weiterempfehlen, 93 % sind durch die Fachzeitschrift umfassend und tiefgehend informiert

4

Viel Lesezeit um Werbung wahrzunehmen

Die durchschnittliche Lesedauer für eine Ausgabe liegt bei 53 Minuten

5

Seitenkontaktchance im Spitzenbereich

70 % aller Leser blättern beim Lesen das gesamte Heft durch, 85 % etwa 3/4 aller Seiten je Ausgabe; das ergibt eine Seitenkontaktchance von 87 %

6

Leserkreis erweitert

Jedes Exemplar der Zeitschrift wird durchschnittlich von 5,6 Personen gelesen

7

Hier liest der Chef

Fast 3/4 der Leser sind in leitender Position

8

Hier entscheidet der Chef

Leser aus der obersten Führungsebene von Privatunternehmen entscheiden zu 2/3 alleine und zu 1/3 zusammen mit Kollegen

9

Leserstruktur mit passender Mischung

Die Leserschaft setzt sich aus Entscheidern aus der Wirtschaft, der Verwaltung und Wissenschaft zusammen

10

Es wird weiter investiert

Die Investitionsbereitschaft im Straßenbau ist weiterhin sehr hoch und breit aufgesetzt

Inhalte

Fachbeiträge (Stand der Technik)

Alle Fachbeiträge sind wissenschaftliche Ausarbeitungen. Sie geben den aktuellen Stand der Technik und der Forschung wieder, zu

- Straßen-, Brücken- und Tunnelbau
- Straßenerhaltung
- Straßenplanung
- Straßenbetrieb

Fachinformationen

- Technische Regelwerke
- Mitteilungen der BASt
- Fachveranstaltungen
- Fachliteratur

Markt und Praxis (Marktüberblick)

- **Special.** Sonderteil in jeder Ausgabe (siehe Themenplan)
- **Bautechnik aktuell.** Themenunabhängige Produktinformationen

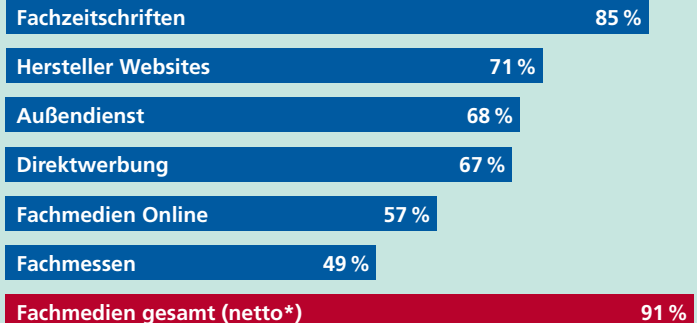
* Alle Angaben beruhen auf den Ergebnissen der „Leser-Struktur-Analyse 2011“, die wir Ihnen gerne zusenden. E-Mail: e.kozur@kirschbaum.de
Der Kirschbaum Verlag ist der einzige Verlag in der Branche, der in regelmäßigen Abständen Leser-Struktur-Analysen durchführt

B2B-Entscheideranalyse

Nutzung von Fachmedien

Die von der Deutschen Fachpresse durchgeführte **B2B-Entscheideranalyse 2010** untersuchte das Medien-nutzungsverhalten Professioneller Entscheider im B-to-B-Bereich. Dabei wurde die Frage beantwortet: Welche Medien werden genutzt und warum? Ergebnis (u. a.): Fachzeitschriften sind für Professionelle Entscheider die treibende Kraft und Orientierungsgeber im B-to-B-Informations- und Entscheidungsprozess!

Welche Informationsquellen wurden in den letzten 12 Monaten beruflich genutzt?



*Fachzeitschriften und/oder Fachmedien Online genutzt

85 % der Professionellen Entscheider nutzen Fachzeitschriften

Die vollständige Analyse schicken wir Ihnen gerne zu.
Kurze E-Mail an: e.kozur@kirschbaum.de



Heft-Nr.	Erscheinungs-termin	Anzeigen-/ Druck-unterlagen-schluss*)	Fachbeiträge	Markt und Praxis	Organisationen	Messetermine/ Veranstaltungen
1	23.01.2012	20.12.2011	Asphaltstraßenbau, Betonstraßenbau, Prüftechnik	Euroforum Asphalt Asphalt und Bitumen in der Anwendung	<ul style="list-style-type: none"> • Mitteilungen der „Beratungsstelle für Gussasphaltanwendung e.V.“ 	10.–14.01. DEUBAU , mit Tiefbaukongress, Essen 07.–08.02. DikOM NORD , Hannover 07.–09.02. Betontage , Neu-Ulm 08.–10.02. Euroforum Asphalt und Deutsche Asphalttage , Berchtesgaden
	Messeausgabe Euroforum Asphalt					
2	17.02.2012	17.01.2012	Straßenerhaltung, Boden- und Felserkundung, Baustoffrecycling	Special: Straßenbaumaschinen, Baumaschinen, Baufahrzeuge	<ul style="list-style-type: none"> • Informationen der „Gütegemeinschaft Betonschutzwand & Gleitformbau e.V.“ 	
3	14.03.2012	14.02.2012	Erd- und Grundbau, Betriebsdienst, Lärmschutz	Intertraffic: Infrastruktur, Verkehrs- management, Verkehrssicherheit, Parken Asphalt und Bitumen in der Anwendung		19.–20.03. Inter. Seminar on Earthworks Europe , Berlin 27.–30.03. Intertraffic , Amsterdam 18.–19.04. Gesteinstagung , Duisburg
	Messeausgabe Intertraffic					
4	23.04.2012	23.03.2012	Pavement Management Systeme, Boden- und Gewässerschutz, Asphaltstraßenbau	Special: Straßenentwässerung		24.–25.04. public 12, public IT und Zukunft Kommune , Stuttgart 07.–11.05. IFAT , München 08.–09.05. DikOM Süd , Frankfurt
5	23.05.2012	23.04.2012	Erd- und Grundbau, Kommunale Straßen, Betonstraßenbau	Special: Geokunststoffe Asphalt und Bitumen in der Anwendung	<ul style="list-style-type: none"> • Informationen der „Gütegemeinschaft Betonschutzwand & Gleitformbau e.V.“, • Mitteilungen der Bundesanstalt für Straßenwesen (BAST) 	

6	22.06.2012	21.05.2012	Arbeitsstellensicherung, Verkehrsemissionen, Lärmschutz	Special: Mobile Schutzwände (Stahl und Beton)		
7	23.07.2012	22.06.2012	Ingenieurbauwerke, Umweltschutz, Pflaster und Plattenbeläge	Special: Pflaster und Plattenbeläge für Verkehrsflächen Asphalt und Bitumen in der Anwendung	<ul style="list-style-type: none"> • Mitteilungen der „Beratungsstelle für Gussasphaltanwendung e.V.“ 	
8	22.08.2012	20.07.2012	Winterdienst, Oberflächeneigenschaften, Betriebsdienst	Special: Straßenentwässerung Special: Straßenwinterdienst	<ul style="list-style-type: none"> • Informationen der „Gütegemeinschaft Betonschutzwand & Gleitformbau e.V.“, • Mitteilungen der Bundesanstalt für Straßenwesen (BASt) 	06.–11.09. NordBau , Neumünster 12.–15.09. GaLaBau , Nürnberg 13.–14.09. DikOM Ost , Leipzig
9	14.09.2012	14.08.2012	Erd- und Grundbau, Geotechnik, Straßenentwurf	Special: Geokunststoffe Special: Stahlschutzplanken Asphalt und Bitumen in der Anwendung		09.–11.10. INTERGEO , Hannover
10	05.10.2012	05.09.2012	Asphaltstraßenbau, Straßenerhaltung, Gesteinskörnungen, Betonstraßenbau,	Fachausstellung Straßen und Verkehr: Straßenbau und Verkehrstechnik		16.–17.10. Deutscher Straßen- und Verkehrskongress mit Fachausstellung Straßen und Verkehr , Leipzig
11	23.11.2012	23.10.2012	Straßenplanung, Prüftechnik, Ruhender Verkehr	Special: Beton im Straßenbau (Straßenbau, Betonschutzwände)	<ul style="list-style-type: none"> • Informationen der „Gütegemeinschaft Betonschutzwand & Gleitformbau e.V.“ 	
12	17.12.2012	15.11.2012	Landschaftsbau, Betonstraßenbau, Kommunale Straßen	Special: Lärmschutzwände, Lärmschutzwälle Asphalt und Bitumen in der Anwendung	<ul style="list-style-type: none"> • Mitteilungen der Bundesanstalt für Straßenwesen (BASt) 	

In jeder Ausgabe ist unter dem Oberbegriff „Markt und Praxis“ auch die Rubrik „Bautechnik aktuell“ zu finden

Die Veröffentlichung und Reihenfolge der Themen kann aus redaktionellen Gründen verändert werden.

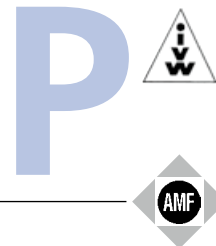
***) Digitale Druckvorlagen für den Textteil können Sie noch spätestens eine Woche nach Anzeigenschluss liefern.**

1 Anzeigenpreise und Formate (Alle Preise in € zuzüglich Mehrwertsteuer)

Format	Satzspiegel-Formate Breite × Höhe in mm	Anschnitt-Formate Breite × Höhe in mm*	Grundpreise s/w	Preise 2-farbig	Preise 3-farbig	Preise 4-farbig
1/1 Seite	185 × 260	210 × 297	3 030,-	3 350,-	3 680,-	4 020,-
3/4 Seite quer hoch	185 × 192 138 × 260	210 × 189 152 × 297	2 320,-	2 640,-	2 990,-	3 330,-
2/3 Seite quer hoch	185 × 172 122 × 260	210 × 169 133 × 297	1 990,-	2 320,-	2 670,-	3 020,-
1/2 Seite quer hoch	185 × 128 91 × 260	210 × 146 104 × 297	1 550,-	1 890,-	2 240,-	2 580,-
1/3 Seite quer hoch	185 × 84 58 × 260	210 × 106 70 × 297	1 050,-	1 320,-	1 590,-	1 870,-
1/4 Seite quer 2-spaltig hoch	185 × 64 91 × 128 44 × 260	210 × 86 104 × 146 60 × 297	810,-	1 050,-	1 290,-	1 540,-
1/8 Seite quer 2-spaltig hoch	185 × 32 91 × 64 44 × 128	210 × 54 104 × 86 60 × 146	425,-	560,-	690,-	820,-
2. US	185 × 260	210 × 297	3 150,-	3 460,-	3 800,-	4 140,-
3. US	185 × 260	210 × 297	3 080,-	3 390,-	3 720,-	4 060,-
4. US	185 × 260	210 × 297	3 300,-	3 590,-	3 920,-	4 250,-
Titelseite	175 × 175		nur neutrale Abbildung			4 540,-

*zuzüglich 3 mm Beschnittzugabe je Schnittkante

tvA: 6 452 Exemplare. Preise für Anschnitt-Formate auf Seite 8



2 Zuschläge:

Farbe

Normalfarben (ISO-Farben) sind schon bei den jeweiligen Formaten eingerechnet s. o.

Je Sonderfarbe € 720,-

Bei Abrechnung nach Millimeter gilt die jeweils nächstliegende Formatanzeige als Berechnungsgrundlage. Alle anderen Farbtöne gelten als Sonderfarbe

Format

Anzeigen über Bund: € 410,-

Anzeigen über Satzspiegel, angeschnittene Anzeigen: € 290,-

3 Rabatte:

Bei Abnahme innerhalb eines Insertionsjahres (Beginn mit dem Erscheinen der ersten Anzeige)

Malstaffel	Mengenstaffel
3-maliges Erscheinen 5 %	ab 2 Seiten 5 %
6-maliges Erscheinen 10 %	ab 4 Seiten 10 %
12-maliges Erscheinen 15 %	ab 6 Seiten 15 %
18-maliges Erscheinen 20 %	ab 12 Seiten 20 %

Technische Kosten werden nicht rabattiert.

Mehrjahresaufträge/Kombinationsaufträge auf Anfrage.

Produktanzeigen sowie Stellen- und Gelegenheitsanzeigen werden jeweils separat rabattiert.

Kombinationen

Bei gleichzeitiger Belegung der Zeitschriften **Straße und Autobahn** und **Straßenverkehrstechnik** im Rubrikenteil: 10 % Kombirabatt (im selben Monat und mit identischer Anzeige).

4 Rubrik:

Millimeterpreis 1-sp. (= 44 mm breit) im 4-spaltigen Heftteil: € 3,20

Millimeterpreis 1-sp. (= 58 mm breit) im 3-spaltigen Heftteil: € 4,00

Rubrikanzeigen (pro mm 1-sp):

Stellenangebote: € 3,20

Stellensuche/Privatanzeigen: € 2,00

Sonstige Verkäufe/Kaufgesuche: € 2,30

Verschiedenes: € 3,20

Chiffregebühr inkl. Porto: € 11,20

5 Sonderwerbformen:

Beihefter

(Bruttopreis in € nach Papiergewicht)

2-seitig = 1 Blatt

4-seitig = 2 Blatt

2-seitig mit Lasche = 1,5 Blatt

bei Draht-
heftung

–

€ 5 400,-

€ 3 490,-

bei Klebe-
bindung

€ 3 490,-

Beilagen

lose eingelegt, maximale Größe 205 x 290 mm

Preis bis 25 g Gesamtgewicht

Preis bis 50 g Gesamtgewicht

inkl. Postgebühren

Beilagen werden nicht rabattiert. Eine Teilbelegung ist nach Postleitzahlen möglich, Mindestauflage 3 000 Exemplare.

Splittingpauschale

€ 230,-

pro Tsd. € 275,-

pro Tsd. € 410,-

Werbemittel

Postkarten (Tipp-on-cards) und maschinell zu bearbeitende Aufkleber

Warenproben oder beispielsweise elektronische Datenträger wie CDs, die evtl. nur manuell verarbeitet werden können:

Mindestformat der Anzeige 1/1 Seite

Weitere Sonderwerbformen auf Anfrage.

pro Tsd. € 120,-

Preis auf Anfrage

6 Kontakt:

Kirschbaum Verlag GmbH

Siegfriedstraße 28, 53179 Bonn

www.kirschbaum.de

Telefon (02 28) 9 54 53-26, -23, -24, -46, -25

Telefax (02 28) 9 54 53-37

E-Mail anzeigen@kirschbaum.de

7 Zahlungsbedingungen:

Bankverbindung

Postbank Köln (BLZ 37010050), Konto-Nr. 227620505

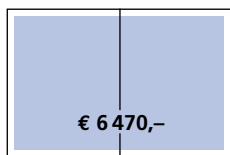
IBAN DE 22 37010050 0227 6205 05 S.W.I.F.T. PBNKDEFF 370

Zahlung innerhalb von 21 Tagen nach Rechnungserhalt netto ohne Abzug;

bei Bankeinzug bis zum Erscheinungstermin 2 % Skonto.

USt-Ident-Nr. DE 122272691

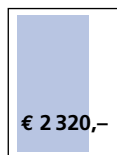
Formate im Satzspiegel (immer Breite x Höhe), s/w-Preise



2/1 Seite über Bund
396 x 260 mm



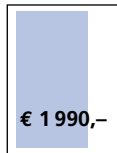
1/1 Seite
185 x 260 mm



3/4 Seite hoch
138 x 260 mm



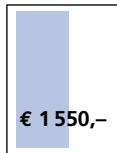
3/4 Seite quer
185 x 192 mm



2/3 Seite hoch
122 x 260 mm



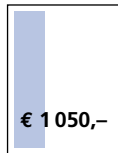
2/3 Seite quer
185 x 172 mm



1/2 Seite hoch
91 x 260 mm



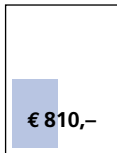
1/2 Seite quer
185 x 128 mm



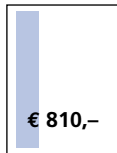
1/3 Seite hoch
58 x 260 mm



1/3 Seite quer
185 x 84 mm



1/4 Seite 2sp.
91 x 128 mm



1/4 Seite hoch
44 x 260 mm



1/4 Seite quer
185 x 64 mm

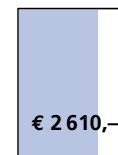
Formate im Anschnitt (immer Breite x Höhe, **zuzüglich** Beschnittzugabe je Schnittkante 3 mm), s/w-Preise



2/1 Seite über Bund
420 x 297 mm



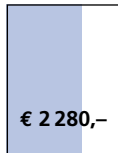
1/1 Seite
210 x 297 mm



3/4 Seite hoch
152 x 297 mm



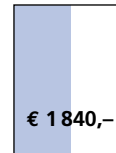
3/4 Seite quer
210 x 189 mm



2/3 Seite hoch
133 x 297 mm



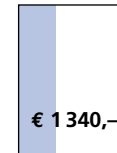
2/3 Seite quer
210 x 169 mm



1/2 Seite hoch
104 x 297 mm



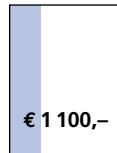
1/2 Seite quer
210 x 146 mm



1/3 Seite hoch
70 x 297 mm



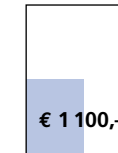
1/3 Seite quer
210 x 106 mm



1/4 Seite hoch
53 x 297 mm



1/4 Seite quer
210 x 86 mm



1/4 Seite 2-sp.
104 x 146 mm



- | | |
|---|--|
| <p>1 Zeitschriftenformat: 210 mm breit x 297 mm hoch, DIN A4
Unbeschnitten: 213 mm breit x 303 mm hoch</p> <p>Satzspiegel: 185 mm breit x 260 mm hoch
4 Spalten á 44 mm Breite
3 Spalten á 58 mm Breite</p> <p>2 Druck- und Bindeverfahren: Offsetdruck (Bogen), Rückstichheftung</p> <p>3 Datenübermittlung: E-Mail: anzeigen-druckunterlagen@kirschbaum.de
Bei Rückfragen: Tel.: +49 (0) 2 28/9 54 53-23</p> <p>4 Datenformate: Wir empfehlen die Anlieferung von PDF/X-3 Daten. Offene Daten (z.B. InDesign, Quark XPress usw.) sind auch möglich. Mindestens muss die Datei druckfähig sein, d.h. alle verwendeten Schriften sind einzubetten, Halbtonbilder benötigen eine Auflösung von 300 dpi, Strichbilder mindestens 600 dpi.</p> <p>5 Farben: Druckfarben (CMYK) nach ISO 12647-2 (PSO), Sonderfarben sind in Absprache möglich. Zur Konvertierung und Kontrolle des Farbraums (ICC-Color Management) wird speziell auf die Standard-Offsetprofile der ECI verwiesen (kostenloser Bezug des Pakets „ECI_Offset_2009“ bei www.eci.org).</p> <p>6 Proof: Farbverbindliches Proof nach „Medienstandard Druck“ (bvdm). Digital erstellte Prüfdrucke müssen zur Kontrolle der Farbverbindlichkeit den FOGRA Medienkeil enthalten (kostenpflichtig) zu beziehen bei www.fogra.org. Andrucke müssen einen offiziellen Druckkontrollstreifen aufweisen.</p> | <p>7 Datenarchivierung: Daten werden archiviert, unveränderte Wiederholungen sind deshalb in der Regel möglich. Eine Datengarantie wird jedoch nicht übernommen.</p> <p>8 Gewährleistung: Bei Anlieferung von unvollständigen oder abweichenden Daten (Texte, Farben, Abbildungen) übernehmen wir keine Haftung für das Druckergebnis. Fehlbelichtungen aufgrund von unvollständigen oder fehlerhaften Dateien, falschen Einstellungen oder unvollständigen Angaben werden berechnet. Dies gilt auch für zusätzliche Satz- oder Reproarbeiten sowie für die Erstellung fehlerhafter Proofs.</p> <p>9 Kontakt: Dieter Sturm, stellv. Anzeigenleitung/Anzeigenposition
Tel. (0228) 95 53-23</p> |
|---|--|



- 1 Titel:** Straße und Autobahn
- 2 Kurzcharakteristik:** Straße und Autobahn ist die wissenschaftliche Fachzeitschrift zu Forschung, Regelwerk und Durchführung für Planung, Bau und Betrieb von Verkehrsanlagen. Dazu gehören in erster Linie Straßen und Wege, aber auch Brücken, Tunnel, Fußgängerzonen, Parkplätze oder Lärmschutzanlagen. Die Fachzeitschrift richtet sich an die Entscheidungsträger in Verwaltung, Wissenschaft und Wirtschaft.
- 3 Zielgruppe:** Die Zielgruppe von Straße und Autobahn setzt sich vor allem aus Ingenieuren in Straßenbauunternehmen, Straßen- und Verkehrsverwaltungen auf Kommunal-, Landes- oder Bundesebenen sowie aus Planungs- und Ingenieurbüros zusammen. Weitere Informationen sind der aktuellen Leser-Struktur-Analyse zu entnehmen.
- 4 Erscheinungsweise:** monatlich (12 Ausgaben)
- 5 Heftformat:** DIN A4
- 6 Jahrgang:** 63. Jahrgang 2012
- 7 Bezugspreise**
- | | |
|--|-----------------|
| Jahresabonnement | |
| Inland € 114,40 (inkl. MwSt.) | } inkl. Versand |
| Ausland € 121,50 (ohne MwSt.) | |
| Einzelverkaufspreis € 9,50 (inkl. MwSt.) | |
- 8 Organ:** Straße und Autobahn ist Organ der Forschungsgesellschaft für Straßen- und Verkehrswesen e.V. (FGSV), Köln, der Bundesvereinigung der Straßenbau- und Verkehrsingenieure e.V. (BSVI), Hannover, und der Forschungsgesellschaft Straße, Schiene, Verkehr (FSV), Wien.
- 9 Mitgliedschaft/ Teilnahme:** IVW, FGSV
- 10 Verlag:** Kirschbaum Verlag GmbH
Postfach 210209, 53157 Bonn
Siegfriedstr. 28, 53179 Bonn
Telefon: (0228) 95453-0
Telefax: (0228) 95453-27 (Zentrale)
www.kirschbaum.de

- 11 Herausgeber:** Forschungsgesellschaft für Straßen- und Verkehrswesen e.V. (FGSV), Köln
- 12 Anzeigen:** Volker Rutkowski (verantwortlich)
Dieter Sturm (Stellvertretung)
Telefon: (0228) 95453-23
E-Mail: d.sturm@kirschbaum.de
Elisabeth Kozur
Telefon (0228) 95453-26
E-Mail: e.kozur@kirschbaum.de
- 13 Redaktion:** Dipl.-Ing. Hans Walter Horz, Bergisch Gladbach (Chefredakteur), Manuela Faßbender, Brühl; Markt und Praxis: Volker Rutkowski, E-Mail: v.rutkowski@kirschbaum.de
- 14 Umfangs-Analyse 2010 = 12 Ausgaben**
- | | |
|------------------------------------|----------------------|
| Gesamtumfang: | 980 Seiten = 100,0 % |
| Redaktioneller Teil: | 825 Seiten = 84,2 % |
| Anzeigenteil: | 155 Seiten = 15,8 % |
| davon | |
| Stellen- und Gelegenheitsanzeigen: | 24 Seiten = 15,5 % |
| Einhefter: | - |
| Verlagseigene Anzeigen: | 38 Seiten = 24,5 % |
| Beilagen: | 23 Stück |
- 15 Inhalts-Analyse des Redaktionsteils:**
- | | |
|--------------------------|---------------------|
| Straßenbautechnik | 195 Seiten = 23,6 % |
| Straßenbetriebsdienst | 51 Seiten = 6,2 % |
| Erd-, Grund- und Tiefbau | 46 Seiten = 5,6 % |
| Straßenplanung | 68 Seiten = 8,2 % |
| Straßenforschung | 131 Seiten = 15,9 % |
| Technische Regelwerke | 67 Seiten = 8,1 % |
| Markt und Praxis | |
| - Special | 120 Seiten = 14,5 % |
| - Bautechnik | 70 Seiten = 8,5 % |
| Weitere Themen | 75 Seiten = 9,4 % |

1 Auflagenkontrolle:



2 Auflagen-Analyse:

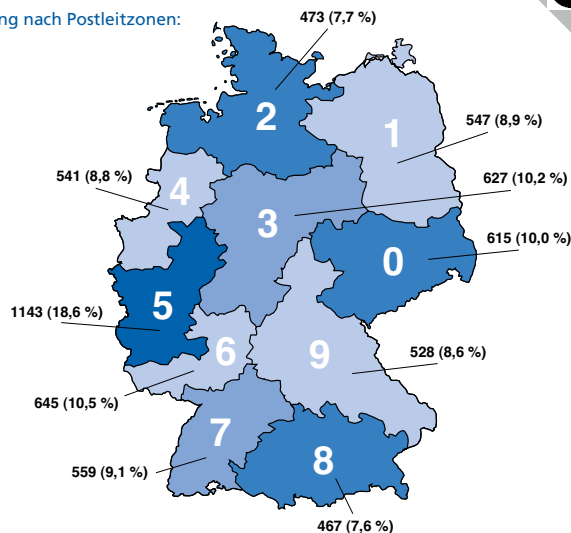
Exemplare pro Ausgabe im Durchschnitt für die Zeit
(1. Juli 2010 bis 30. Juni 2011)

Druckauflage:	6596		
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):	6452	davon Ausland:	307
Verkaufte Auflage:	2580	davon Ausland:	214
Abonnierte Exemplare:	2093	davon Mitgliederstücke:	658
Einzelverkauf:	-	(BSVI-Mitglieder)	
Sonstiger Verkauf:	472	(FGSV-Mitglieder)	
Freistücke:	3872		
Rest-, Archiv- und Belegexemplare:	144		

3 Geographische Verbreitungs-Analyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	95,2	6145
Ausland	4,8	307
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	6452

3.1 Verbreitung nach Postleitzonen:



Kurzfassung der Erhebungsmethode

1. Methode: Empfänger-Struktur-Analyse durch Dateiauswertung
– Totalerhebung
2. Grundgesamtheit: tvA Inland 6145 = 100 %
3. Stichprobe: Totalerhebung
4. Zielperson der Untersuchung:
Die in der Datei erfassten persönlichen Empfänger in Institutionen
5. Zeitraum der Untersuchung: 4. bis 20. Juli 2011
6. Durchführung der Untersuchung: Kirschbaum Verlag GmbH



Beihefter:

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

Formate:

1 Blatt (= 2 Seiten) unbeschnitten 213 mm breit × 303 mm hoch für Klebebindung bzw. zuzüglich Klappe (Lasche) mit 100 Breite × 303 Höhe bei Drahtheftung.
2 Blatt (= 4 Seiten) unbeschnitten 426 mm breit × 303 mm hoch
3 Blatt (= 6 Seiten) unbeschnitten 618 mm breit × 303 mm hoch
4 Blatt (= 8 Seiten) = 2 × 2 Blatt

Benötigte Auflage: Druckauflage unterschiedlich, daher bitte stets abfragen. Zur Auflage ist noch ein technischer Zuschuss von 200 Expl. erforderlich.

Anlieferungstermin: Spätestens 14 Tage vor Erscheinen.

Technische Angaben:

Beihefter sind unbeschnitten anzuliefern, mehrblättrige schon gefalzt, das gilt auch für 2-seitige Beihefter mit einer Klappe (Lasche). Die Vorderseite des Beihefters ist zu kennzeichnen.

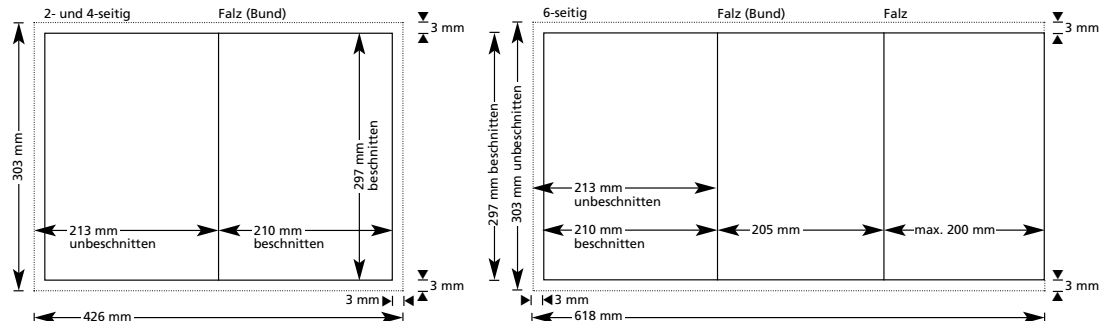
Beihefter sollen in der Art und Ausführung so beschaffen sein, dass eine zusätzliche Aufbereitung und Bearbeitung entfällt. Erschwernisse und zusätzliche Falz- und Klebearbeiten werden gesondert berechnet.

Aufgeklebte Postkarten auf Beiheftern erwarten wir komplett konfektioniert (s. auch Sonderblatt Beilagen). Fertig aufgeklebte Booklets oder Warenproben auf Beiheftern könnten allerdings zu Produktionsschwierigkeiten führen. Daher bitte vorher unbedingt Muster schicken.

Hefte werden zwischendurch auch in Klebebindung hergestellt. Hierdurch ändern sich die Maße nicht. Jedoch sollte das bei der Gestaltung der Prospekte zum Bund hin berücksichtigt werden.

Versandanschrift:

SDV Saarländische Druckerei & Verlag GmbH
Werner-von-Siemens-Straße 31, 66793 Saarwellingen
Liefervermerk: Straße und Autobahn, Heft Nr. ...





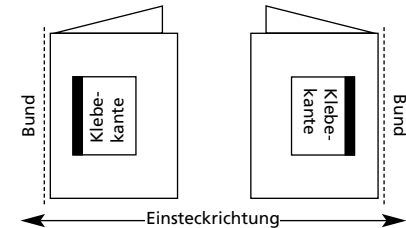
- Beilagen:** Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist die Vorlage eines verbindlichen Musters, notfalls eines Blindmusters, mit Größen- und Gewichtsangabe erforderlich. Beilagen müssen so gestaltet sein, dass sie als Werbung erkennbar sind und nicht mit dem Redaktionsteil verwechselt werden können. Die Platzierung von Beilagen erfolgt den technischen Möglichkeiten entsprechend.
- Beilagenhinweis:** Ein Beilagenhinweis wird kostenlos im Anzeigenteil aufgenommen.
- Benötigte Auflage:** Druckauflage unterschiedlich, daher bitte stets abfragen. Mindestens 6.600 Exemplare
- Anliefertermin:** 14 Tage vor Erscheinen
- Format:** Maximal 205 mm breit × 290 mm hoch
- Versandanschrift:** SDV Saarländische Druckerei & Verlag GmbH
Werner-von-Siemens-Straße 31, 66793 Saarwellingen
Liefervermerk: Straße und Autobahn, Heft Nr. ...
- Technische Angaben:** Beilagen werden lose eingelegt. Maximale Größe 205 × 290 mm. Sie müssen aus einem Stück bestehen und so beschaffen sein, dass eine zusätzliche Bearbeitung entfällt. Erschwernisse bei der Verarbeitung und zusätzliche Arbeiten (z. B. Falzen) werden gesondert in Rechnung gestellt.
Beilagen, die auf einem anderen Werkstoff als Papier gedruckt sind, können nur nach Vorlage eines verbindlichen Musters zur Prüfung der Möglichkeiten von Verarbeitung und Versand angenommen werden.
- Aufgeklebte Werbemittel:** Aufgeklebte Werbemittel (Postkarten, Prospekte, Warenproben o. ä.) auf Beiheftern oder ganzseitigen Anzeigen müssen zusätzlich zum Träger und den Kosten für die technische Verarbeitung wie Beilagen berechnet werden. Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist die Vorlage des Anzeigenmotivs mit aufgeklebtem Werbemittel (Standmuster, notfalls Blindmuster) erforderlich.

Formate:

Warenmuster können nur nach Vorlage eines verbindlichen Musters zur Prüfung der Möglichkeiten von Verarbeitung und Versand angenommen werden.

Die Distanz des Aufklebers von den Beschnittkanten der Zeitschrift muss mindestens 10 mm betragen. Für Postkarten gelten die Format-Vorschriften der Deutschen Post AG:
Länge von 140 mm bis 235 mm, Breite von 90 mm bis 125 mm. Die Länge muss mindestens das 1,41-fache der Breite betragen.

Bei aufgeklebten Postkarten oder Warenmustern müssen die Klebekanten parallel zum Bund und zum Bund hin liegen.



Beklebung auf der Vorderseite eines Druckbogens

Beklebung auf der Rückseite eines Druckbogens

Benötigte Auflage: Druckauflage unterschiedlich, daher bitte stets abfragen. Zur Auflage ist noch ein technischer Zuschuss von 200 Expl. erforderlich

Versandanschrift:

SDV Saarländische Druckerei & Verlag GmbH
Werner-von-Siemens-Straße 31, 66793 Saarwellingen
Liefervermerk: Straße und Autobahn, Heft Nr. ...



Branchen/Wirtschaftszweige/Unternehmenstypen

WZ 2008 Code	Empfängergruppen (lt. Klassifikation der Wirtschaftszweige 2008)	Anteil der ermittelten Leser (WLK)	
		%	Projektion (circa)
45.23.1	Straßenbau	51	3 290
	– Erdbau	– 18	592
	– Straßenerhaltung	– 8	516
	– Asphalt	– 10	645
	– Ingenieurbauwerke	– 5	323
	– Beton	– 6	387
	– Straßenausstattung	– 4	258
75.13.0	Straßen- und Verkehrsverwaltung auf Kommunal-, Landes- oder Bundesebene	28	1 807
74.20	Planungs- und Ingenieurbüros	21	1 355
	Qualitätskontrolle, Prüflabor	7	452
	Landschaftsbau	7	452
	Hochschule/Forschung	5	323

Mehrfachnennungen (100 % = 6.452 Leser)

Investitionsentscheidung

	Anteil der ermittelten Leser (WLK)	
	%	Projektion (circa)
Ich entscheide allein	20	1 290
Ich entscheide zusammen mit Kollegen	43	2 774
Ich berate und bereite Entscheidungen vor	30	1 936
Ich habe keinen Einfluss auf die Entscheidungen	7	452
	100	6 452

Position im Unternehmen

	Anteil der ermittelten Leser (WLK)	
	%	Projektion (circa)
Position Privatwirtschaft		
Inhaber, Geschäftsführer, Vorstand	21	1 355
Angestellter mit Leitungsfunktion	25	1 613
Angestellter	9	580
Keine Angaben	4	258
Position Straßen- und Verkehrsverwaltung		
Leitende Funktion	27	1 742
Sachbearbeiter	11	710
Keine Angaben	3	194
	100	6 452

Kurzfassung der Erhebungsmethode

1. Methode: Leser-Struktur-Analyse durch telefonische Erhebung – Stichprobenerhebung
2. Grundgesamtheit:
Grundgesamtheit (tvA) 6 452 = 100%
3. Stichprobe: 256 Netto Interviews, 71 % Ausschöpfung, Random Auswahl
4. Zielperson der Untersuchung: Befragt wurde der hauptsächlichste Leser in der Institution
5. Zeitraum der Untersuchung: Die telefonische Befragung erfolgte vom 20. Juni bis 9. September 2011
6. Durchführung der Untersuchung: Wissenschaftliches Institut für Presseforschung und Medienberatung, Köln
Die detaillierte Beschreibung der Erhebungsmethode kann angefordert werden unter:
v.rutkowski@kirschbaum.de

Messeführer zur Intertraffic 2012

Internationale Fachmesse für Infrastruktur,
Verkehrsmanagement und Parken, Amsterdam



Informationen

Auflage: 11 500 Exemplare – Als Beilage in den März-
ausgaben von „Straßenverkehrstechnik“ (4 300 Ex.) und
„Straße und Autobahn“ (7 200 Ex.)

Format: DIN A5 (148 mm x 210 mm)

Erscheinungstermin: 12. März 2012

Tarife: Anzeigen und Firmeneinträge

Messeführer

Anzeige 1/1 4c (128 mm breit x 185 mm hoch) € 2 100,-
1/2 4c (128 mm breit x 90 mm hoch) € 1 200,-

Firmeneintrag (Logo, Adresse, Ansprechpartner) € 290,-
ab dem 2. Eintrag € 220,-

2er Kombination

Bei gleichzeitiger Belegung der Fachzeitschriften
„Straße und Autobahn“ oder „Straßenverkehrstechnik“
(ab 1/4 Seite lt. Tarif) beträgt der Preis für einen
Firmeneintrag (Logo, Adresse, Ansprechpartner)
ab dem 1. Eintrag € 180,-

3er Kombination

Bei gleichzeitiger Belegung der Fachzeitschriften
„Straße und Autobahn“ + „Straßenverkehrstechnik“
(ab 1/4 Seite lt. Tarif) beträgt der Preis für einen
Firmeneintrag (Logo, Adresse, Ansprechpartner)
ab dem 1. Eintrag € 150,-

Alle Preise zzgl. MwSt.

Der Messeführer ist ein Produkt der Kirschbaum Verlag GmbH, Bonn, und
erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit.

Messeführer

Der Messeführer dient zur besseren Vorbereitung
der Messebesuche, nach dem Prinzip: WAS, WER, WO?

Er ist nach den 4 Messe-Hauptsegmenten (Infrastruktur,
Parken, Verkehrssicherheit, Verkehrsmanagement)
unterteilt und alphabetisch geordnet. Innerhalb der
Hauptsegmente gibt es jeweils noch Untersegmente.

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitschriften

1. Geltungsbereich

- 1.1 Für sämtliche Vereinbarungen mit dem Verlag über Anzeigen und Fremdbeilagen gelten ausschließlich die nachfolgenden Bedingungen. Zwischen dem Verlag und dem Auftraggeber wird beim ersten Vertragsschluss vereinbart, dass diese Bedingungen auch für sämtliche Folgegeschäfte – auch solche, die mündlich insbesondere telefonisch abgeschlossen werden – gelten. Einkaufs- und sonstige Bedingungen des Auftraggebers gelten nur insoweit, als sie den nachfolgenden Bedingungen nicht widersprechen.
- 1.2 Diese Bedingungen gelten sinngemäß auch für Aufträge über Beikleber, Beihefter, technische Sonderausführungen sowie elektronische und andere Werbeformen.

2. Definitionen

- 2.1 „Anzeigenauftrag“ im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag zwischen Verlag und Auftraggeber über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen, elektronischer oder anderer Werbemittel (nachfolgend „Anzeigen“ genannt) von Werbungtreibenden in Medien des Verlages zum Zweck der Verbreitung.
- 2.2 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. 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 abgerufen und veröffentlicht wird.

3. Druckunterlagen, Auftragsbearbeitung

- 3.1 Der Auftraggeber ist verpflichtet, die (auch digitalen) Druckunterlagen ordnungsgemäß und rechtzeitig vor Schaltungsbeginn entsprechend den technischen und terminlichen Vorgaben des Verlages anzuliefern. Eventuelle Nachbearbeitungen gehen vorbehaltlich individueller Vereinbarung zu Lasten des Auftraggebers. Sollte der Auftraggeber dieser Verpflichtung nicht nachkommen und daher eine Schaltung nicht möglich sein, bleibt die Zahlungsverpflichtung des Auftraggebers hiervon unberührt.
- 3.2 Anzeigen, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ kenntlich gemacht.
- 3.3 Die Platzierung der Anzeige wird nach billigem Ermessen und größtmöglicher Berücksichtigung der Interessen des Auftraggebers vorgenommen. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
- 3.4 Für Anzeigen, die nur in bestimmten Heftnummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen Platzierwünsche so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist.
- 3.5 Der Verlag ist in seiner Entscheidung frei, Anzeigen eines Konkurrenten des Auftraggebers zu veröffentlichen.
- 3.6 Druckunterlagen werden durch den Verlag nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung der Druckunterlagen endet drei Monate nach der erstmaligen Verbreitung der Anzeige.

4. Veröffentlichung, Ablehnungsbefugnis

- 4.1 Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge oder einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses abzulehnen, wenn z.B.
 - deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder
 - deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist.

- 4.2 Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbundwerbung), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annahmeerklärung des Verlages. Diese berechtigt den Verlag zur Erhebung eines Verbundaufschlages.
- 4.3 Die Ablehnung einer Anzeige oder eines anderen Werbemittels wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

5. Probeabzüge, Chiffrewerbung

5. 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. Bei Chiffrewerbung wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Chiffrewerbung werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne jedoch 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.

6. Anzeigenbeleg

6. Der Verlag liefert auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrags 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.

7. Gewährleistung

- 7.1 Vereinbart ist die für den belegten Titel nach Maßgabe der Angaben in den aktuellen Mediadaten sowie in der Auftragsbestätigung übliche Beschaffenheit der Anzeigen oder anderen Werbemittel im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Dies gilt nur für den Fall, dass der Auftraggeber die Vorgaben des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von Druckunterlagen einhält.
- 7.2 Entspricht die Anzeige nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit bzw. Leistung, so hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Der Verlag hat das Recht, eine Ersatzanzeige 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 Gläubigers steht, oder
 - diese für den Verlag nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich wäre.Lässt der Verlag eine ihm für die Ersatzanzeige des anderen Werbemittels gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige ist die Rückgängigmachung des Auftrages ausgeschlossen.

8. Vergütung

- 8.1 Sämtliche Preise in der aktuellen Preisliste des Verlages verstehen sich zzgl. Mehrwertsteuer in gesetzlicher Höhe am Tag der Rechnungsstellung.
- 8.2 Kosten des Verlages für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen.
- 8.3 Die Werbungsmittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die aktuelle Preisliste des Verlages zu halten.

- 8.4 Preisänderungen für erteilte Anzeigenaufträge sind wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens einen Monat vor Veröffentlichung der Anzeige oder des anderen Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss schriftlich innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden.
- 8.5 Rabatte werden außer bei besonderer Vereinbarung nicht gewährt für Unternehmen, deren Geschäftszweck unter anderem darin besteht, für verschiedene Werbungtreibende Anzeigenaufträge zu erteilen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen.
- 8.6 Werden einzelne oder mehrere Abrufe eines Abschlusses aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber dem Verlag, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass zu erstatten (Rabattnachbelastung). Der Auftraggeber hat, wenn nichts anderes vereinbart ist, rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen oder anderen Werbemitteln innerhalb eines Jahres-Abschlusses entsprechenden Nachlass.
9. **Zahlungsfrist, Verzug**
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.
- 9.1 Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden bankübliche Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages zum Anzeigenschlusstermin und von dem Ausgleich offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
10. **Abtretung/Aufrechnung**
Die Abtretung der Ansprüche aus dem Anzeigenauftrag bzw. Abschluss bedarf der vorherigen schriftlichen Zustimmung des Verlags. Der Auftraggeber kann gegenüber Ansprüchen des Verlags nur dann aufrechnen, wenn die Forderung des Auftraggebers unbestritten und rechtskräftig festgestellt ist. Ein Zurückbehaltungsrecht kann nur dann geltend gemacht werden, wenn der Zahlungsanspruch des Verlags und der Gegenanspruch des Auftraggebers auf demselben Vertragsverhältnis beruhen.
11. **Auflagenminderung**
Aus einer Auflagenminderung kann nach Maßgabe des Satzes 2 bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die Garantieauflage unterschritten wird. Die Auflagenminderung ist jedoch nur dann ein zur Preisminderung berechtigender Mangel, wenn und soweit sie bei einer Garantieauflage bis zu 50000 Exemplaren mindestens 20 v.H. beträgt.
Eine Auflagenminderung aus Gründen der Ziff. 14 bleibt unberücksichtigt. Als Garantieauflage gilt die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder, wenn eine Auflage nicht genannt ist, die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften ggf. die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vorausgegangenen Kalenderjahres. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.

12. Rechte Dritter, Nutzungsrechte

- 12.1 Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung der Anzeige erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber stellt den Verlag im Rahmen des Anzeigenauftrags von allen Ansprüchen Dritter und den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung frei. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Verlag nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen.
- 12.2 Der Auftraggeber überträgt dem Verlag die für die Schaltung der Anzeige nach Maßgabe des Anzeigenauftrags erforderlichen Vervielfältigungs- und Verbreitungsrechte.
13. **Haftung**
- 13.1 Der Verlag haftet für Schäden des Auftraggebers, die der Verlag, seine gesetzlichen Vertreter, leitenden Angestellten oder Erfüllungsgehilfen vorsätzlich oder grob fahrlässig herbeigeführt haben.
- 13.2 Der Schadensersatzanspruch ist auf den vorhersehbaren, vertragstypischen Schaden begrenzt, im Falle des Verzugs auf 5% des Auftragswerts. Die Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz bleibt unberührt.
- 13.3 Schadenersatzansprüche gegen den Verlag verjähren nach Ablauf von 12 Monaten seit ihrer Entstehung, es sei denn, sie basieren auf einer unerlaubten oder vorsätzlichen Handlung.
- 13.4 Soweit die Haftung des Verlags ausgeschlossen ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung der Angestellten, Arbeitnehmer, Mitarbeiter, Vertreter und Erfüllungsgehilfen des Verlags.
- 13.5 Im Falle eines Überganges der Zeitschrift auf einen anderen Verlag, bedarf die Übernahme bestehender Anzeigenaufträge der Zustimmung des Auftraggebers. Sollte die Zeitschrift eingestellt werden, werden beide Vertragsparteien von ihren Leistungspflichten frei, ohne dass Schadensersatzansprüche geltend gemacht werden können.

14. Betriebsstörungen

- Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, Arbeitskampf, Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und sonstigen Ereignissen, die der Verlag nicht zu vertreten hat – sowohl im Betrieb des Verlags als auch in fremden Betrieben, derer sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient – ist die Haftung für Verzug und Unmöglichkeit ausgeschlossen. In diesen Fällen hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der verpflichtenden Anzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit 80% der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften oder auf andere Weise zugesicherten Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte verkaufte oder zugesicherte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht.

15. Erfüllungsort, Gerichtsstand

- 15.1 Erfüllungsort ist der Sitz des Verlags.
- 15.2 Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlags. Soweit Ansprüche des Verlags nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz.
- 15.3 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 Verlags vereinbart.

Ihr direkter Weg für eine individuelle Beratung:

Im Verlag

Volker Rutkowski
Anzeigenleitung
Telefon (0228) 95453-25
E-Mail:
v.rutkowski@kirschbaum.de



Dieter Sturm
stellv. Anzeigenleitung
Anzeigendisposition
Telefon (0228) 95453-23
E-Mail:
d.sturm@kirschbaum.de



Elisabeth Kozur
Anzeigenverkauf
Telefon (0228) 95453-26
E-Mail:
e.kozur@kirschbaum.de



Für die Regionen

**Schleswig-Holstein, Hamburg,
Bremen, Niedersachsen,
Ostwestfalen**

Elisabeth Kozur
Telefon (0228) 95453-26
E-Mail:
e.kozur@kirschbaum.de



**Mecklenburg-Vorpommern,
Brandenburg, Sachsen-Anhalt,
Sachsen, Thüringen, Berlin**

Medien-Service Sommerfeld
Iserstraße 58
14513 Teltow
Telefon (03328) 3090566
Telefax (03328) 3090567
E-Mail:
medien-service-sommerfeld@t-online.de



**Hessen, Rheinland-Pfalz,
Saarland**

Kiefer Media Consulting
Michael Kiefer
Lahnstraße 26
D-55296 Harxheim
Telefon (06138) 976056
Telefax (06138) 976052
E-Mail:
Kiefer@KieferMedia.eu



Sabine Pfenningsschmidt
Media-Service
Telefon (0228) 95453-46
E-Mail:
s.pfenningsschmidt@kirschbaum.de



**Kontakt zur Schriftleitung
Straße und Autobahn**

Dipl.-Ing. Hans Walter Horz
Im Mondsröttchen 45
51429 Bergisch Gladbach
E-Mail: redaktion@hwhorz.de

Kirschbaum Verlag GmbH

Siegfriedstraße 28, 53179 Bonn
Postfach 210209, 53157 Bonn
Telefax Anzeigenabt. (0228) 95453-37
Telefax Zentrale (0228) 95453-27
Internet: www.kirschbaum.de
E-Mail: anzeigen@kirschbaum.de
Druckunterlagen bitte an:
anzeigen-druckunterlagen@kirschbaum.de

**Nordrhein-Westfalen
(ohne Ostwestfalen)**

Schmitz Media-
Communication GmbH
Peter Schmitz
Holbeinstraße 12
40237 Düsseldorf
Telefon (0211) 690701-0
Telefax (0211) 690701-15
E-Mail:
info@schmitz-media.eu



Baden-Württemberg

Verlagsbüro G. Fahr
Am Marktplatz 10
72654 Neckartenzlingen
Telefon (07127) 3084
Telefax (07127) 21478
Mobil (0170) 2101526
E-Mail:
simon.fahr@verlagsbuero-fahr.de



Bayern und Österreich

Verlagsbüro G. Fahr
Breitenbergstraße 17
87629 Füssen
Telefon (08362) 5054990
Telefax (08362) 5054992
Mobil (0170) 2101526
E-Mail:
simon.fahr@verlagsbuero-fahr.de

Fachmedien „Straße“ im Kirschbaum Verlag



Straßenverkehrstechnik

Zielgruppe:
Entscheider in

- Planungs- und Ingenieurbüros,
- Straßen- und Verkehrsverwaltungen auf Kommunal-, Landes- und Bundesebene,
- Verkehrsmanagement,
- Hochschulen

Auflage: TvA 3502 Exemplare



Straße und Autobahn

Zielgruppe:
Entscheider in

- Straßenbauunternehmen,
- Straßen- und Verkehrsverwaltungen auf Kommunal-, Landes- und Bundesebene,
- Planungs- und Ingenieurbüros,
- Hochschulen

Auflage: TvA 6452 Exemplare



ZVS Zeitschrift für Verkehrssicherheit

Zielgruppe:

- Psychologen
- Mediziner
- Ingenieure und Juristen aus Wissenschaft, Forschung, Praxis, Verwaltung



Messeführer zur Intertraffic 2012

Der Messeführer dient zur besseren Vorbereitung der Messebesuche, nach dem Prinzip: WAS, WER, WO? Erscheint als Beilage in den Märzausgaben der beiden Fachzeitschriften.

Auflage: 11500 Exemplare