

aktualisierte Version



www.logistik-inside.de

MEDIADATEN 2009

Das Fach- und Wirtschaftsmagazin der Logistik-Branche

Weitere Medieninformationen erhalten Sie unter www.mediacentrum.de





Sehr geehrte Kunden, unser täglicher Newsletter hat die 7.000er Abo-Marke überschritten, das Internetportal mit seinen News, Online-Specials, Bildergalerien oder Web-TV ist mit monatlich ca. 250.000 Zugriffen die erste Adresse für Logistikscheider. Unsere Sonderausgaben, allen voran das Who is Who der Logistik und der Logistik ATLAS gehören ebenso zu unseren Erfolgsprodukten wie unsere Fachkonferenzen und Leserreisen.

Wir investieren in professionelle Marktforschung und sind dadurch in der Lage, unseren Lesern exklusive und seriöse Rankings und damit Orientierung in einer zunehmend unübersichtlichen Logistiklandschaft zu bieten, damit Logistikleiter, Supply Chain Manager und Einkäufer in Industrie, Handel und Dienstleistung die richtigen Strategien auswählen und besten Produkte und Dienstleistungen einsetzen.

Und wir ehren die Besten der Besten mit dem Image Award, dem Aircargo Award, der Logistik Hall of Fame oder unserem Studentenwettbewerb Logistik Masters, an dem in jedem Jahr mehr als 1.500 begeisterte Studierende teilnehmen.

LOGISTIK inside ist mehr als ein Magazin. Begeisterung durch Innovation, Nutzwert durch Praxisorientierung, Aktualität durch Marktnähe, Exklusivität durch Marktforschung.

Ein Erfolgsrezept, das laut aktueller ESA bei den Lesern ankommt und LOGISTIK inside in nur fünf Jahren zu Deutschlands großer Logistik-Medienmarke gemacht hat. Lassen auch Sie sich begeistern!

A. Würmser

Anita Würmser
Chefredakteurin, LOGISTIK inside

LOGISTIK inside ist das Fach- und Wirtschaftsmagazin für Logistik, IT und Supply Chain Management

Auf welche Kriterien sollten Sie bei der Auswahl von Medien achten:

- Empfänger-Struktur-Analysen* 3
- Renommierete Medienpartner 3
- Kontinuierliches Wachstum 3
- Hohe verkaufte Auflage 3

Medienpartner:



LOGISTIK inside erfüllt alle vier Kriterien, bietet starke Medienpartner und gibt Ihnen damit die notwendige Planungssicherheit!

* Durchgeführt vom renommierten Marktforschungsinstitut TNS Emnid, Bielefeld

1 Kurzcharakteristik:

Logistik, IT und Supply Chain Management wachsen immer mehr zusammen. Die abteilungs- und unternehmensübergreifende Gestaltung von Prozessen und Wertschöpfungsketten sind die bestimmenden Erfolgsfaktoren in Industrie, Handel und Logistikdienstleistung.

Das Fach- und Wirtschaftsmagazin *LOGISTIK inside* bietet den kaufmännischen Entscheidern in Industrie und Handel, die sich mit Waren- und Informationsfluss beschäftigen, monatlich ein breites Themenspektrum über die aktuellen Entwicklungen in Logistik, IT und Supply Chain Management. Ein besonderes Augenmerk liegt dabei in der fachübergreifenden Behandlung der Themen durch eine kompetente und unabhängige Redaktion.

2 Erscheinungsweise: monatlich

3 Jahrgang: 8. Jahrgang 2009

4 Web-Adresse (URL): www.logistik-inside.de

5 Mitgliedschaften: –

6 Organ: –

7 Herausgeber: –

8 Verlag: Springer Transport Media GmbH
Postanschrift: Postfach 80 20 20, 81620 München
Hausanschrift: Neumarkter Str. 18, 81673 München
Telefon: 0 89/43 72-0
Telefax: 0 89/43 72-23 98
Internet: www.mediacentrum.de
E-Mail: anzeigen-vhv@springer.com

9 Redaktion:

Chefredakteurin: Anita Würmser
anita.wuermser@springer.com

10 Anzeigen:

Gesamtanzeigenleiterin: Michaela Lenz
Anzeigenleiter: Thomas Merz

11 Vertrieb:

Telefon: Jutta Rethmann
Abo-Service: 01 80 / 5 00 92 91
(€ 0,14/min. aus dem dt. Festnetz/
Mobilfunk abweichend)
E-Mail: vertriebsservice@springer.com

12 Bezugspreis:

Inland: € 151,90 inkl. Versand und 7 % MwSt.
Ausland: € 156,50 inkl. Versand und 7 % MwSt.
Einzelverkaufspreis: € 12,80 inkl. 7 % MwSt., zzgl. Versand € 1,20

13 ISSN:

1618-484X

14 Umfangs-Analyse:

2007 = 11 Ausgaben
Format der Zeitschrift: 210 mm (B), 279 mm (H)
Gesamtumfang: 728 Seiten = 100,0 %
Redaktioneller Teil: 523 Seiten = 71,9 %
Anzeigenteil: 205 Seiten = 28,1 %
davon
Stellen- und Gelegenheitsanzeigen: 5 Seiten = 2,6 %
Einhefter/Durchhefter: 4 Seiten = 2,0 %
Verlagseigene Anzeigen: 95 Seiten = 46,5 %
Beilagen: 11 Stück

15 Inhalts-Analyse Redaktion:

–

16 Auflagenkontrolle:

17 Auflagenanalyse: Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt
01.07.07 – 30.06.08

Druckauflage:	21.232		
tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):	20.837	davon Ausland:	407
Verkaufte Auflage:	7.648	davon Ausland:	353
– Abonnierte Exemplare:	1.628	davon Mitgliederstücke:	–
– Einzelverkauf:	–		
– Sonstiger Verkauf:	6.020		
Freistücke:	13.189		
Rest-, Archiv-, Belegexemplare:	395		

Auflagenhöhung ab LOGISTIK inside 10/08*

Neue Auflagenanalyse wie folgt:

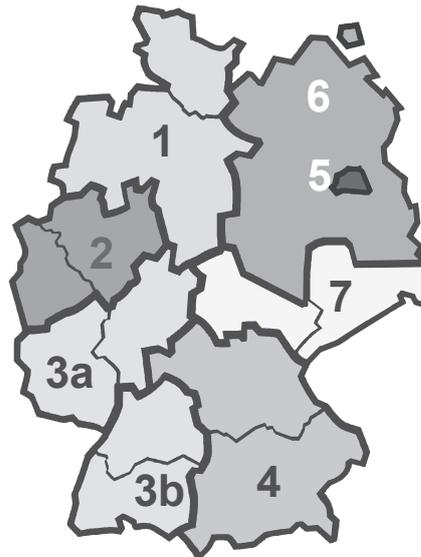
Druckauflage:	ca. 24.000
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):	ca. 23.500
Verkaufte Auflage:	ca. 11.500

Neu!

*inkl. Who is Who

18 Geographische Verbreitungsanalyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	98,0	20.430
Ausland	2,0	407
tatsächl. verbr. Auflage	100,0	20.837



Nielsen-Region	tatsächlich verbreitete Inlands-Auflage
1	5.008
2	3.909
3 a	3.141
3 b	3.031
4	3.294
5	572
6	627
7	848
tvA Inland	20.430

Kurzfassung der Erhebungsmethode siehe Anhang



TERMIN- UND THEMENPLAN 2009

Das Fach- und Wirtschaftsmagazin **LOGISTIK inside** gehört zu den führenden Logistikmagazinen im deutschsprachigen Wirtschaftsraum. **LOGISTIK inside** richtet sich an die kaufmännischen Logistik-Entscheider in Industrie und Handel und Logistikdienstleistung. **LOGISTIK inside** berichtet als Magazin und täglich (werktags) im Internetnewsletter über die aktuellen Entwicklungen in Logistik, IT und Supply Chain Management. Zusätzlich erscheint eine Reihe von Sonderbeilagen.

!! ACHTUNG - Aktualisierter Themenplan !!

Aufgrund produktionstechnischer Änderungen gibt es im Termin- und Themenplan neue Erscheinungstermine. Bitte beachten Sie dies für Ihre Mediaplanung.

Heft-Nr.	Erscheinungs-termin	Anzeigenschluss	Rubrikanzeigen-schluss	Druckunterlagen-schluss	redaktionelle Schwerpunkte	Sonderteile/Beilagen	Messen & Kongresse
6/7	12.06.2009	19.05.2009	29.05.2009	27.05.2009	- Auto-ID, Barcode, RFID, Drucker, Kennzeichnung	- Kombierter Verkehr, Seehäfen, Railcargo	Linzer Logistik-Tag 2009, 17. Juni 2009 Interlog, Salzburg, 16.-18. Juni 2009 BME Netzwerk-Forum Logistik, Köln, 23.-24. Juni 2009
					- Intralogistik, Stapler, Verpackung	- Logistikstandort Österreich	
					- Chemie-, Pharmalogistik	- Aus- und Weiterbildung in der Logistik	
					- Großer Nachbericht transport logistic 2009		
8/9	10.09.2009	20.08.2009	31.08.2009	26.08.2009	- Tourenplanung, Transportsteuerung, Telematik	- Messe-Special: FachPack/LogIntern 2009	FachPack, Nürnberg, 29.09.-01.10.2009 drinktec-interbrau, München, 14.09.-19.09.2009 Expo-Real, München, 05.10.-07.10.2009
					- Kommissioniertechnik, Tore, Rampen	- Serie Logistiksoftware Teil 1	
					- Barcode, Drucker, RFID	- Logistik ATLAS 2009	
					- SCM, ERP, WMS, LVS	- Wandkarte China	
					- Verpackungen, Paletten, Stapler/Hubwagen	- Logistik-Immobilien/Expo-Real	
10	12.10.2009	21.09.2009	30.09.2009	28.09.2009	- Postdienste, Konsumgüterlogistik		
					- SCM, SRM, ERP, WMS, LVS	- Logistik-Standorte/Logistik-Immobilien	Deutscher Logistik Kongress, Berlin, 21.10.-23.10.2009
					- Intralogistik, Regale, Lagerautomatisierung	- Serie Logistiksoftware Teil 2	Entsorga, Köln, 27.10.-30.10.2009
					- Osteuropa/Russland, Supply Chain Management	- Who is Who Aircargo 2009	Discuss and Discover, München, 20.-22.10.2009
11/12	06.11.2009	16.10.2009	27.10.2009	23.10.2009	- Kontraktlogistik, Outsourcing, Entsorgung, Abfalllogistik		
					- Logistik Software, E-Procurement, Auto-ID	- Supply Chain Management/Beschaffung	44. BME-Symposium, Berlin, 11.11.-13.11.2009
					- Ladehilfen, Tore, Rampen	- Seacargo/Häfen	
					- China/Indien, Aircargo, Nutzfahrzeuge	- KEP II	
					- Sicherheitssysteme, Videoüberwachung	- Warehousing	
2010	01	28.12.2009	04.12.2009	11.12.2009	- Krane, Roboter, Lagerreinigung, Stapler, FTS	- Wandkalender 2010	
					- KEP, Railcargo, GVZ, Häfen, Logistikimmobilien		
					Who is Who der Logistik 2010		
Der große Branchenguide für Logistik, IT und Supply Chain Management							

1 Auflage:

Druckauflage: 21.332 Exemplare
Tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt
(lt. AMF-Schema 2, Ziffer 17): 20.837 Exemplare

2 Zeitschriftenformat:

210 mm x 279 mm beschnitten
213 mm x 285 mm unbeschnitten
(siehe auch Informationsblatt „Formate“)

Satzspiegel:

185 mm breit, 250 mm hoch,
4 Spalten je 43 mm
(Seitenaufbau siehe Informationsblatt „Formate“)

3 Druck- und Bindeverfahren, Druckunterlagen:

Offsetdruck, Klammerheftung, 54er Raster. Druckunterlagenanlieferung in digitaler Form. Bei der Anlieferung digitaler Druckunterlagen beachten Sie bitte die Informationen auf unserem Datenticket (siehe Reiter Datenticket oder als Anlage zur Auftragsbestätigung). Die Erstellung von Druckunterlagen wird in Rechnung gestellt.

4 Termine:

Erscheinungsweise: 11 x jährlich

Erscheinungstermine,

Anzeigen- und

Druckunterlagenschluss: siehe Themen- und Terminplan

5 Verlag:

Hausanschrift: Springer Transport Media GmbH
Neumarkter Str. 18, 81673 München
Postanschrift: Postfach 80 20 20, 81620 München
Frank Schimann
Anzeigenabteilung: Telefon: 0 89/43 72-22 35
Telefax: 0 89/43 72-23 98
E-Mail: anzeigen-vhv@springer.com

6 Zahlungsbedingungen:

- per Bankeinzug 3 % Skonto
- innerhalb von 10 Tagen 2 % Skonto
- innerhalb von 30 Tagen nach Rechnungsdatum netto
US-Ident-Nr.: DE152942001

Bankverbindungen:

HypoVereinsbank München (BLZ 700 202 70), Konto-Nr. 1 830 209 200

7 Anzeigenformate und Preise:

Allen Preisen ist der jeweils gültige gesetzliche Mehrwertsteuersatz hinzuzurechnen.

Format	Spaltenzahl	Breite x Höhe mm*		Grundpreis s/w und 2-farbig €	Grundpreis 3- und 4-farbig €
		im Satzspiegel	im Anschnitt		
2/1 Seite	8-spaltig	393 x 250	420 x 279	7.890,-	11.805,-
1/1 Seite	4-spaltig	185 x 250	210 x 279	3.915,-	5.900,-
2/3 Seite	4-spaltig	185 x 170	210 x 192	2.600,-	3.940,-
1/2 Seite	2-spaltig	90 x 250	102 x 279	1.985,-	3.150,-
	4-spaltig	185 x 125	210 x 140		
	Juniorpage	135 x 170	146 x 186		
1/3 Seite	1-spaltig	60 x 250	72 x 279	1.410,-	2.485,-
	4-spaltig	185 x 85	210 x 98		
1/4 Seite	1-spaltig	45 x 250	57 x 279	1.175,-	2.150,-
	2-spaltig	90 x 125	102 x 140		
	4-spaltig	185 x 65	210 x 82		
1/8 Seite	1-spaltig	45 x 125		635,-	1.165,-
	2-spaltig	90 x 65			
	4-spaltig	185 x 33			
2., 3., 4. Umschlagseite nur im Anschnitt			210 x 279		6.780,-

* + 4 mm Beschnittzugabe an allen anzuschneidenden Seiten

8 Zuschläge (rabattierbar):

8.1 Farbe:

Euro-Skala nach DIN 16539, Berechnung nach Sichtfarbe, Farbangleichung aus technischen Gründen vorbehalten je Normalfarbe (Euro-Skala) -

8.2 Platzierung:

Bindende Platzierungsvorschriften € 675,-

8.3 Formate:

Anzeigen über Bund -

Anzeigen über Satzspiegel -

9 Rubrikanzeigen:

Millimeterpreis Rubrikanzeigen	1-sp. 43 mm breit	2-sp. 90 mm breit	3-sp. 137 mm breit	4-sp. 185 mm breit
sw	€ 3,20	€ 6,40	€ 9,60	€ 12,80
farbig	€ 5,55	€ 11,10	€ 16,65	€ 22,20
Stellengesuch	€ 1,35	€ 2,70	€ 4,05	€ 5,40

Chiffregebühr € 11,00

10 Sonderwerbformen:

auf Anfrage

11 Rabatte: bei Abnahme innerhalb eines Insertionsjahres

(Beginn mit dem Erscheinen der ersten Anzeige).

Malstaffel

3-maliges Erscheinen	3 %
6-maliges Erscheinen	5 %
9-maliges Erscheinen	10 %
12-maliges Erscheinen	15 %

Mengenstaffel

3 Seiten	5 %
6 Seiten	10 %
9 Seiten	15 %
12 Seiten	20 %

Alle Zuschläge werden rabattiert.

12 Kombinationen:

13 Einhefter:

2-seitig	€ 3.915,-
4-seitig	€ 7.830,-
6-seitig	€ 11.745,-
8-seitig	€ 15.660,-

(Rabatt: 1 Blatt = 1/1 Anzeigenseite)

Einhefter bitte im unbeschnittenen Format von 213 mm Breite und 286 mm Höhe (gefalzt) anliefern. Zweiseitige Beihefter müssen mit einer bedruckten Lasche von 11 cm Breite versehen werden. Der Preis gilt für Papiergewicht bis 170 g/qm (stärkere Papiere auf Anfrage).

14 Beilagen (nicht rabattfähig):

lose eingelegt, maximale Größe 203 mm x 275 mm.

Gewicht der Beilage	Beilagenpreis je 1.000 Stück
bis 25 g	€ 170,-
bis 50 g	€ 230,-
bis 75 g	€ 310,-
bis 100 g	€ 380,-
über 100 g	auf Anfrage

Anzahl der Beilagen auf Anfrage. Teilbeilagen ab 5.000 Exemplaren möglich.

Anzeigen Dritter innerhalb der Beilage nicht zulässig.

15 Aufgeklebte Werbemittel (nicht rabattfähig):

Postkarten	pro Tausend	€ 90,-
Prospekte/Warenmuster/	auf Anfrage, nach Vorlage eines Musters.	
CDs	Benötigte Liefermenge auf Anfrage. Nur in Verbindung mit 1/1 Seite Basisanzeige (Preise siehe oben).	

16 Lieferanschrift für Positionen 13 bis 15:

Stürtz AG, Warenannahme
Alfred-Nobel-Straße 33
97080 Würzburg

Liefervermerk: Für „LOGISTIK inside“ Nr...

10 Muster vorab an die Anzeigenabteilung

Unsere AGBs finden Sie unter www.mediacentrum.de

WHO IS WHO DER LOGISTIK 2010

1. Kurzprofil



Erscheinungsweise
jährlich

Zielgruppe
Logistik-Entscheider

Auflage
ca. 30.000 Exemplare

Umfang
ca. 150 Seiten

Format
Breite 210 mm x Höhe 279 mm

2. Charakteristik

Das „Who is Who der Logistik“ ist die jährliche Marktübersicht für die Logistikbranche in Deutschland. Bestehend aus einem redaktionellen Teil sowie einem integrierten Branchenguide, unterstützt es Logistikverantwortliche bei wichtigen Kaufentscheidungen. Mit Hilfe von übersichtlichen Firmenporträts und Rubriken können sich Unternehmen mit ausführlichen Firmen- und Produktdaten präsentieren. Die Firmenporträts werden zusätzlich im Online-Brancheindex unter www.logistik-inside.de/branchenguide für ein Jahr veröffentlicht.

3. Termine

Erscheinungstermin 28. Dezember 2009

Firmenporträts
Anzeigenschluss 15. November 2009
Druckunterlagenschluss 18. November 2009

Formatanzeigen
Anzeigenschluss 4. Dezember 2009
Druckunterlagenschluss 11. Dezember 2009

4. Preise und Formate

Firmenporträts (1/1-Seite, 4c)
Print (B 210 x H 279) & Online (für 1 Jahr): € 1.630,-

Formatanzeigen im Anschnitt (4c)
Umschlagsseite (B 210 x H 279) € 6.780,-
1/1-Seite (B 210 x H 279) € 5.900,-
1/2-Seite hoch (B 102 x H 279) € 3.150,-
1/2-Seite quer (B 210 x H 140) € 3.150,-

5. Mediaberatung

Frank Schimann
Telefon: 0 89/43 72-22 35
E-Mail: frank.schimann@springer.com

Fax: 0 89/43 72-23 98

6. Print-Porträt



Heft-Rubriken

Logistikdienstleistungen
Intralogistik/Lagertechnik
IT-Lösungen
Beratung
Logistikimmobilien
Nutzfahrzeuge
Finanzdienstleistungen
Aus- und Weiterbildung
Verbände/Messen/Behörden

Adressverzeichnis

Alphabetische Reihenfolge

Bestandteile Firmenporträt

- Adressfeld mit Firmenlogo
- 2 Spalten mit maximal 4 Hauptüberschriften
Auswahl: Unternehmen / Leistungsprofil / Dienstleistungen / Philosophie
- Fotos, Tabellen, Karten usw.

Druckunterlagen

- Text: max. 2.600 Zeichen inklusive Leerzeichen; Datenanlieferung zum Beispiel als Word-Dokument
- Fotos: max. Breite 8 cm x max. Höhe 6 cm, als tif oder eps, Auflösung 300 dpi, Farbmodus CMYK
- Druck: 4c Offset, Euroskala, Offsetpositive 60er Raster

Disposition

Agnes Frosch

Telefon: 0 89/43 72-27 55

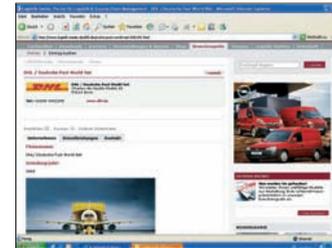
Telefax: 0 89/43 72-21 58

E-Mail: who-is-who@springer.com

7. Online-Porträt

Web-Adresse (URL)

www.logistik-inside.de/branchenguide



Online-Rubriken

Personalienstleister
Container
Aircargo
Logistikdienstleister
Intralogistik
IT/Software
Beratung
Immobilien/Logistik-Gewerbebetriebe
Fort- und Weiterbildung
Verbände, Messen, Institutionen

Online-Branchenguide

Als fester Bestandteil der Online-Plattform www.logistik-inside.de bietet der Online-Branchenguide eine umfassende Marktübersicht der Logistikbranche in Deutschland. Die übersichtlichen Firmenporträts sind ein ganzes Jahr online recherchierbar und bieten eine Verlinkung auf die eigene Homepage.

Print- und Online-Kombinationen

Folgende *LOGISTIK* inside Print-Produkte werden im Online-Branchenguide abgebildet:

- Firmenporträts aus dem Sonderheft Who is Who der Logistik
- Firmenporträts aus dem Sonderheft Who is Who Aircargo
- Firmenporträts aus dem Sonderheft Logistik ATLAS
- Visitenkarteneinträge aus *LOGISTIK* inside

WHO IS WHO AIRCARGO 2009

1. Kurzprofil



Erscheinungsweise
jährlich

Zielgruppe
Logistik-Entscheider

Auflage
ca. 24.000 Exemplare

Umfang
ca. 40 Seiten

Format
Breite 207 mm x Höhe 279 mm

Online-Porträt



Print-Porträt



2. Charakteristik

Das Who is Who Aircargo berichtet ausführlich über die wichtigsten Themen und Trends des deutschen Luftfrachtmarktes. Logistik- sowie Aircargo-Entscheider erhalten mit Hilfe von Firmenporträts einen umfassenden Überblick über die Unternehmen der Aircargo-Supply-Chain. Die Firmenporträts werden zusätzlich im Online-Branchenguide unter www.logistik-inside.de/branchenguide für ein Jahr veröffentlicht. Medienpartner: BARIG, BME, DSLV.

3. Termine

Erscheinungstermin 12. Oktober 2009

Firmenporträts
Anzeigenschluss 17. August 2009
Druckunterlagenschluss 18. August 2009

Formatanzeigen
Anzeigenschluss 9. September 2009
Druckunterlagenschluss 15. September 2009

4. Preise und Formate

Firmenporträts (1/1-Seite, 4c)
Print & Online: € 1.630,-

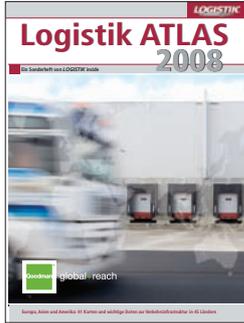
Formatanzeigen (4c)
Titelseite: € 7.500,-
Umschlagsseite: € 6.780,-
1/1-Seite: € 5.900,-
1/2-Seite: € 3.150,-

5. Mediaberatung

Frank Schimann
Telefon: 0 89/43 72-22 35
E-Mail: frank.schimann@springer.com
Telefax: 0 89/43 72-23 98

Logistik ATLAS 2009

1. Kurzprofil



Erscheinungsweise
jährlich

Zielgruppe
Logistik-Entscheider

Auflage
ca. 24.000 Exemplare

Umfang
ca. 48 Seiten

Format
Breite 207 mm x Höhe 279 mm

Print-Porträt



Online-Porträt



2. Charakteristik

Der Logistik ATLAS bietet Logistik-Entscheidern mit Hilfe von Karten und Porträts alle relevanten Infrastrukturdaten auf einen Blick: Fernstraßennetz, Eisenbahnnetz, Wasserstraßennetz sowie Flug- und Seehäfen. Präsentieren Sie Ihren Standort, Ihre Region, Ihr Unternehmen oder Ihre Dienstleistung und buchen Sie ein ausführliches Porträt im Logistik ATLAS. Die Porträts werden zusätzlich im Online-Branchenguide unter www.logistik-inside.de/branchenguide für ein Jahr veröffentlicht.

3. Termine

Erscheinungstermin	10. September 2009
Firmenporträts	
Anzeigenschluss	24. Juli 2009
Druckunterlagenschluss	27. Juli 2009
Formatanzeigen	
Anzeigenschluss	7. August 2009
Druckunterlagenschluss	13. August 2009

4. Preise und Formate

Firmenporträts (1/1-Seite, 4c)	
Print & Online:	€ 1.630,-
Formatanzeigen (4c)	
Titelseite:	€ 7.500,-
Umschlagsseite:	€ 6.780,-
1/1-Seite:	€ 5.900,-
1/2-Seite:	€ 3.150,-

5. Mediaberatung

Frank Schimann
Telefon: 0 89/43 72-22 35
E-Mail: frank.schimann@springer.com
Telefax: 0 89/43 72-23 98

JAHRESVISITENKARTE PRINT & ONLINE

1. Print-Version

TNT Express GmbH

Haberstraße 2
53842 Troisdorf
Tel.: +49 (0)2241/497-1300
Fax: +49 (0)2241/497-1305
www.tnt.de
info@tnt.de



USP: TNT Express bietet weltweite Kurier- und Expressdienste in höchster Qualität und Zuverlässigkeit. Für die zeitsensiblen Transporte bestehen keine Maß- oder Gewichtsbeschränkungen. Besonders eilige Sendungen werden von „TNT Special Services“ transportiert.

- Adressdaten
- Firmenlogo
- USP-Text (max. 260 Zeichen inkl. Leerzeichen)
- 60 mm breit, 40 mm hoch

2. Online-Version

TNT Express GmbH

 TNT Express GmbH
Haberstraße 2
53842 Troisdorf
Tel.: +49 (0)2241/497-1300 <http://www.tnt.de>
Fax: +49 (0)2241/497-1305 info@tnt.de

USP: TNT Express bietet weltweite Kurier- und Expressdienste in höchster Qualität und Zuverlässigkeit. Für die zeitsensiblen Transporte bestehen keine Maß- oder Gewichtsbeschränkungen. Besonders eilige Sendungen werden von „TNT Special Services“ transportiert.

3. Charakteristik

Die Jahresvisitenkarte Print & Online bietet kleinen und großen Unternehmen die Möglichkeit, die Zielgruppen der *LOGISTIK* inside regelmäßig und crossmedial zu erreichen. Für 1.255,- € sind Sie für ein Jahr im Online-Branchenguide gelistet sowie in 10 Print-Ausgaben vertreten, ausgenommen der Sonderausgabe „Who is Who der Logistik“. Die Visitenkarte ist jederzeit buchbar und ab Startzeitpunkt für zwölf Monate gültig.

4. Termine

Jederzeit buchbar. Start ab nächstmöglicher Ausgabe. (siehe Termin- und Themenplan auf den Seiten 6-9)

5. Laufzeit

Print: 10 Ausgaben
Online: 12 Monate

6. Preise und Formate

Visitenkarte	
Print & Online:	€ 1.255,-
Nur Print:	€ 940,-
Nur Online:	€ 625,-

Standard-Format (4c) (60 mm breit x 40 mm hoch)

7. Mediaberatung

Frank Schimann

Telefon: 0 89/43 72-22 35

E-Mail: frank.schimann@springer.com

Telefax: 0 89/43 72-23 98

WANDKARTEN 2009

1. Muster Karte



Karten-Format

800 mm breit x 540 mm hoch

Element-Format

hoch:
94 mm breit x 173 mm hoch
quer:
193 mm breit x 84 mm hoch

2. Preise und Anzeigenformate

1 Element	€ 2.600,-
2 Elemente	€ 4.900,-
mehr Elemente	auf Anfrage
exklusiv	€ 22.900,-

3. Termine Wandkarte OSTEUROPA 2009

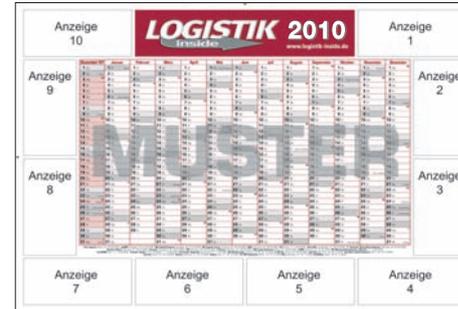
Erscheinungstermin	27.02.2009
Anzeigenschluss	19.01.2009
Druckunterlagenschluss	30.01.2009

4. Termine Wandkarte CHINA 2009

Erscheinungstermin	28.08.2009
Anzeigenschluss	21.07.2009
Druckunterlagenschluss	03.08.2009

WANDKALENDER 2010

1. Muster Kalender



Kalender-Format

800 mm breit x 540 mm hoch

Element-Format

hoch:
94 mm breit x 173 mm hoch
quer:
193 mm breit x 84 mm hoch

2. Preise und und Anzeigenformate

1 Element	€ 2.600,-
2 Elemente	€ 4.900,-
mehr Elemente	auf Anfrage
exklusiv	€ 22.900,-

3. Termine Wandkalender 2010

Erscheinungstermin	27.11.2009
Anzeigenschluss	20.10.2009
Druckunterlagenschluss	02.11.2009

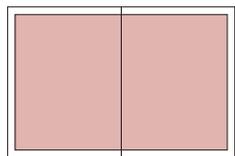
4. Mediaberatung

Frank Schimann

Telefon: 0 89/43 72-22 35
E-Mail: frank.schimann@springer.com

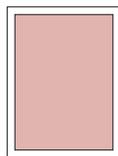
Telefax: 0 89/43 72-23 98

Satzspiegelformate (in mm/Breite x Höhe)



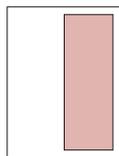
2/1 über Bund

393 mm x 250 mm
(inkl. je 3 mm Beschnitt im Bund)



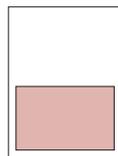
1/1

185 x 250



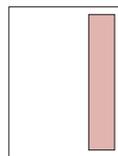
1/2 hoch

90 x 250



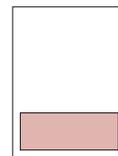
1/2 quer

185 x 125



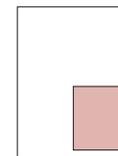
1/3 hoch

60 x 250



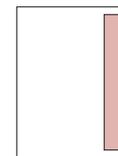
1/3 quer

185 x 85



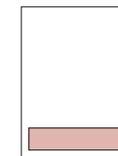
1/4 2-sp.

90 x 125



1/4 hoch

45 x 250



1/4 quer

185 x 65

Anschnittformate (in mm/Breite x Höhe)*



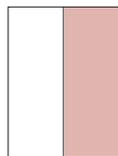
2/1 über Bund
angeschnitten

420 x 279 mm*



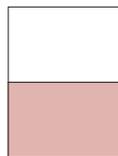
1/1 ang.

210 x 279*



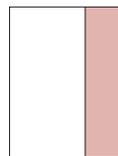
1/2 hoch

102 x 279*



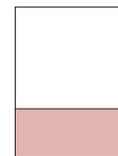
1/2 quer

210 x 140*



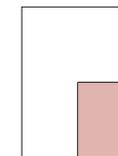
1/3 hoch

72 x 279*



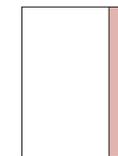
1/3 quer

210 x 98*



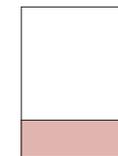
1/4 2-sp.

102 x 140



1/4 hoch

57 x 279*

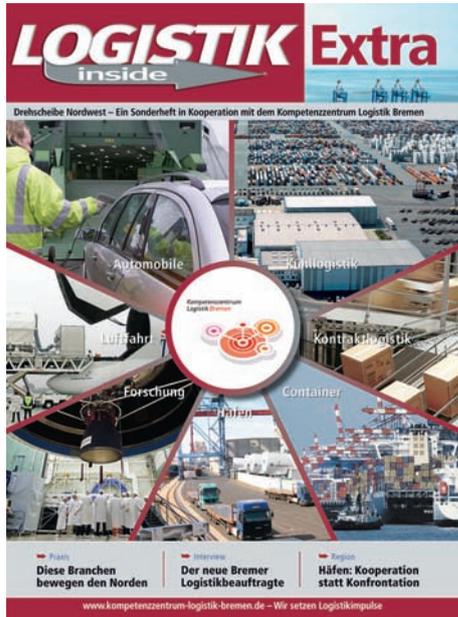


1/4 quer

210 x 82*

* + 4 mm Beschnitt an den Außenkanten

Anschnittformate gelten nicht für die Sonderhefte



1. Charakteristik

Das *LOGISTIK inside* „Extra“ ist ein redaktionelles Sonderheft zur Präsentation eines Spezialthemas in Kooperation mit einem Exklusiv-Partner. Durch seine von Fachjournalisten erarbeiteten Inhalte eignet es sich hervorragend als hochwertiges Kommunikationsinstrument. Die redaktionelle Ausrichtung des Extras ist nutzwertig. Das Unternehmen profitiert vom positiven Image der Marke *LOGISTIK inside* und kann sich als Meinungsführer und Lösungsanbieter zu Themen positionieren, die für die Zielgruppe von hoher Aktualität sind.

2. Vorteile und Nutzen für den Exklusiv-Partner

- Vielseitig einsetzbares und umfassendes Informationsinstrument
- Positiver Imagetransfer durch die Nutzung der Marke *LOGISTIK inside*
- Positionierung des Unternehmens als innovativer Meinungsführer und Lösungsanbieter
- Gezielte Verteilung an die passende Zielgruppe durch Beilage des Supplements in der *LOGISTIK inside*
- Komplettpaket: „Schlüsselfertige“ Redaktion des Sonderheftes im Supplement-Standardlayout von *LOGISTIK inside*
- Bebilderung/Bildbeschaffung/Fotografie sowie Korrektur/Imprimatur des redaktionellen Inhaltes
- Extra-Hefte (nach Absprache) für den Kunden sowie ein kostenfreies PDF für die Onlinenutzung
- Zwei Anzeigenseiten im Supplement (2. und 4. Umschlagseite)

3. Preis und Umfang

- Preise ab 29.900 Euro (zzgl. MwSt.)
- Umfänge von 8 + 4 bis 32 + 4 Seiten
- Format: Magazinformat (207 x 279mm)
- Papier: Umschlag 135g/m² (mit Drucklack), Innen 100g/m²
- Ausführung: 4-farbig
- Auflage ab 20.000 Exemplare

1 Web-Adresse (URL): www.logistik-inside.de

2 Kurzcharakteristik:

Umfangreiches Internet-Angebot der B-to-B-Kommunikation für Entscheider aus der Logistik, die sich mit Waren- und Informationsfluss beschäftigen. Täglich aktuelle Nachrichten, Hintergrundberichte mit Datenbanken, Stellenmarkt und Logistikbranchenverzeichnis.

3 Zielgruppe:

Entscheider in allen Unternehmen, die an der Organisation von Logistikketten beteiligt sind, wie Carrier, Speditionen, Logistikdienstleister, Werkverkehrsunternehmen, Logistiker in Industrie und Handel sowie KEP-Dienste und Werkstätten.

4 Verlag:

Springer Transport Media GmbH
Neumarkter Str. 18
81673 München

5 Ansprechpartner:

Andrea Volz
Key Account Manager Online
Telefon: 0 89/43 72-21 24
Telefax: 0 89/43 72-23 98
E-Mail: andrea.volz@springer.com

6 Zugriffskontrolle:

geprüfter Online-Dienst seit 08/2007

7 Zugriffe:

Visits: 91.244 (Stand Juli 2008)
Pageimpressions: 272.702 (Stand Juli 2008)

8 Werbeformen und Preise:

8.1 Banner-Werbung



Werbeformen	Pixel-Format	TKP €*
1 Advertorial + Logo (GIF)	300 x 115	55,-
2 Rectangle	300 x 250	75,-
3 Video Rectangle (polite streaming)	300 x 250	75,-
4 Expandable Rectangle (nach links)	630 x 250	100,-
5 Expandable Rectangle (nach links unten)	630 x 350	125,-
6 Layer Ad + Rectangle Reminder	Rücksprache	150,-
7 Half Page	300 x 600	150,-
8 Expandable Half Page	630 x 600	Rücksprache
9 Road Block (zwei Rectangles)	300 x 250 (2x)	150,-
10 Corner Ad Large	Rücksprache	

*gültig ab 01.10.2008; alle Preise zzgl. der gesetzlichen MwSt.

8.2 Newsletter-Werbung

Kurzcharakteristik:

Logistik Inside online informiert werktäglich die Entscheider und Führungskräfte mit einem aktuellen und informativen Newsletter.

Newsletter-Abonnenten: 7.372 (Stand Juli 2008)



Werbeformen	Pixel-Format	TKP €*
1 Rectangle	300 x 250	75,-
2 Quer-/Fullsizebanner	650 x 150	75,-
3 Textanzeige groß + Logo/Bild	650 x 150	75,-
4 Textanzeige klein + Logo/Bild	300 x 115	55,-

*gültig ab 01.10.2008; alle Preise zzgl. der gesetzlichen MwSt.

Technische Spezifikationen: Newsletter

- 1 Dateiformate: animierte oder statische gif/jpg-Datei
- 1 Dateigröße: bis 30 kb
- 1 alternativer Text, für alle Nicht-html-User
(max. 700 Zeichen inkl. aller Leerzeilen und Absätze)
- 1 Ziel-URL
- 1 Datenanlieferung: 2 Werktage vor Erscheinen

Textanzeige klein: Überschrift: max. 30 Zeichen
Fließtext: max. 240 Zeichen inkl. aller Leerzeilen und Absätze
Logo/Bild: 80 x 20 px oder 40 x 40 px

Textanzeige groß: Überschrift: max. 60 Zeichen
Fließtext: max. 700 Zeichen inkl. aller Leerzeilen und Absätze
Logo/Bild: 130 x 80 px oder 60 x 80 px

Technische Spezifikationen: Bannerschaltung

- 1 Dateiformate: swf, gif, jpg, html, tag-code (Redirect)
- 1 Alternatives gif, jpg
- 1 Dateigröße: bis 80 kb
- 1 Einbau des clickTag
- 1 Audiodateien (durch den User aktivierbar und deaktivierbar)
- 1 Ziel-URL
- 1 Datenanlieferung: 5 Werktage vor Beginn der Kampagne

9 Seminareinträge

Schulungseintrag mit Logo, Seminarbeschreibung, Zielgruppe, Themenbereich, Ansprechpartner, Gebühren, Dozenten, direkte Verlinkung zum Buchungsformular u.v.m.

Preismodell: 1 – 10 Einträge je € 59,00
 11 – 20 Einträge je € 54,00
 > 20 Einträge je € 49,00

10 eShop

Produktwerbung mit Link; Werbebox 300x115 px

Preismodell: € 199,00 pro Monat
 - bei einer Buchung von 12 Monaten: 15 % Rabatt
 - bei einer Buchung von mehr als 4 Boxen: 10 % Rabatt

11 Stellenmarkt

Stellenanzeige

Preismodell 1:	Preismodell 2:	Preismodell 3:
- Anzeige auf dem Firmenportal - € 495,00 - Laufzeit: 4 Wochen	- Anzeige auf dem Firmenportal und „JobWare“ - € 995,00 - Laufzeit: 4 Wochen	- Print-Stellenanzeige → Onlineeinbindung auf unser Firmenportal bei einer Zuzahlung von € 200,00

12 Branchenguide

Das Portal der *LOGISTIK inside* bietet ein vielfältiges Portfolio an Branchenübersichten und Produktkatalogen an.

- Virtuelle Visitenkarten mit Logo, Verlinkung und Firmen USP
- Erweiterte Firmenporträts mit Lifestylebildern und Videoeinbindung
- Abbildung und Verlinkung der gesamten Vertriebskette innerhalb der einzelnen Branchen- und Produktindizes (Industrie, Vertriebspartner, Produkte)
- Alle Produkte als Print- und Onlinekombination buchbar

Minimum-Eintrag: Visitenkarte für nur € 15,00 pro Monat
 weitere Optionen zubuchbar

13 Infolines

Komplexe Sonderthemen werden als Online-Magazin kompakt und multimedial von unserem Redaktionsteam aufgearbeitet. Kooperationspartner erhalten die Möglichkeit, neben einem neutral aufgearbeiteten Themenkomplex, exklusiv ihre aktuellen Kampagnen zu präsentieren. Zusätzlich kann mit Interviews oder anderen Fachbeiträgen zum Inhalt der Infolines beigetragen werden. Preis auf Anfrage

14 Microsites

Die Kampagne wird grafisch in den *LOGISTIK inside*-Auftritt eingebettet, somit kann die starke Marke zum Erreichen der Kommunikations- und Vertriebsziele genutzt werden.

Möglichkeiten:

- Einbindung von Videos
- Interaktion mit Online-Applikationen und Formularen innerhalb der Microsite
- Direkte Kundenakquise mit verlinkten Applikationen zu Ihren Portalseiten
- Bereitstellung von Downloadbereichen für Produktbroschüren o.ä.

15 Bereichssponsoring

Das Portal der *LOGISTIK* inside bietet dem User – neben tagesaktuellen Nachrichten – hohen Nutzwert durch zielgruppenorientierte Datenbanken, Applikationen und Downloadbereiche.

Beispiele:

- Online-Betriebskostenrechner für Nutzfahrzeuge
- KEP-Check: interaktives Bewertungsportal für Kurier-, Express- und Paketdienste

→ detaillierte Angaben auf Anfrage

16 WebTV – Informationen erleben

- WebTV bietet einen hohen Informations- und Unterhaltungscharakter
- Hochwertige Fachinformationen werden in gewohnter TV-Qualität geliefert
- Beiträge sind rund um die Uhr verfügbar und bleiben bis zu einem Jahr abrufbar
- WebTV ist die ideale Abrundung Ihres Media Mix
- Als Erstanbieter im zielgruppenrelevanten Markt der Transport- und Logistikbranche profitieren Sie vom hohen Aufmerksamkeitswert
- Unser reichweitenstarker Onlinedienst „www.logistik-inside.de“ garantiert eine hohe Verbreitung Ihrer Werbebotschaft

Möglichkeiten:	über das ganze Jahr	zu Messen
• Erstellung und Einstellung von Imagefilmen	x	x
• Firmenporträt	x	
• Produktvorstellung	x	x
• Sponsoring der täglichen Messenachrichten		x
• Ausstellerporträt		x
• „Im Gespräch“		x
• Einstellung Ihrer Pressekonferenz		x

Ihre Vorteile:

- Effektive Kundenansprache durch ganzheitliches Erleben im gewohnten TV-Format
- attraktives redaktionelles Umfeld
- gesicherte Aufmerksamkeit
- vielfältige Nutzbarkeit
- Zweitverwertungsrechte ohne Aufpreis
- optimales Preis-Leistungs-Verhältnis
- minimaler Streuverlust durch hohe Zielgruppenaffinität
- fachkundige Beratung, Produktion und Ausstrahlung aus einer Hand

Auf ausgewählten Messen bieten wir Sponsoringmöglichkeiten von Nachrichtensendungen, die Erstellung von Firmenporträts oder den Dreh von Gesprächen an, welche dann für ein Jahr auf unsere Onlineplattform „www.logistik-inside.de“ gestellt werden

Sponsoring von **Nachrichtensendungen**: Im Vor- und Abspann der Sendung wird ein Werbefilm/Clip von max. 25 sec. des Kunden gezeigt.

Kosten Nachrichten-Sponsoring:

3 Nachrichtensendungen	je € 5.400,00
2 Nachrichtensendungen	je € 5.900,00
1 Nachrichtensendung	€ 6.500,00

Bei einem **Ausstellerporträt** oder „**Im Gespräch**“ wird von unserem Filmteam auf dem Messestand des Kunden ein Film mit einer Länge von 3–5 Minuten abgedreht.

Kosten Firmenporträt:

Länge von 3–5 Minuten	€ 5.100,00
-----------------------	------------

Neben der Verbreitung Ihres Web-Auftritts über unseren Onlinedienst, übernehmen wir die komplette Abwicklung und Produktion von A–Z. Sie nennen uns Ihre Wünsche und wir kümmern uns um die Details.

Mehr Informationen finden Sie unter www.mediacentrum.de

17 Branchen/Wirtschaftszweige/Unternehmenstypen

Abteilung Klasse	Empfängergruppen Bezeichnung lt. Systematik der Wirtschaftszweige des Statistischen Bundesamtes	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
		%	Projektion ca.
C, D, E, J, 62, 94.1	Verarbeitendes Gewerbe, Versorgungs- und Entsorgungsbetriebe, Information und Kommunikation, Wirtschafts- und Arbeitgeberverbände	55	11.240
52, 53, N,	Lagerei sowie Erbringung v. sonst. Dienstleistungen f. d. Verkehr, Post-, Kurier-, Expressdienste, Erbringung von sonstigen wirtschaftlichen Dienstleistungen	25	5.110
46, 47	Groß- und Einzelhandel	12	2.450
70, K	Unternehmensberatung, Erbringung v. Finanz- und Versicherungsdienstleistungen	2	410
85.42.1, 85.42.2, 85.5	Universität/FH/sonstiger Unterricht	2	410
	Sonstiges/keine Angabe	4	820
	Abrundungsdifferenz		-10
	tatsächlich verbreitete Auflage Inland	100	20.430
	Ausland (nicht erhoben)		407
	tatsächlich verbreitete Auflage In- und Ausland		20.837

Kurzfassung der Erhebungsmethode siehe Anhang

20 Größe der Wirtschaftseinheit

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage % Projektion (circa)	
1 – 19 Beschäftigte	20	4.090
20 – 99 Beschäftigte	25	5.110
100 – 199 Beschäftigte	15	3.070
200 – 499 Beschäftigte	22	4.500
500 – 1.000 Beschäftigte	9	1.840
mehr als 1.000 Beschäftigte	7	1.430
Keine Angabe	2	410
Abrundungsdifferenz		-20
tvA Inland	100	20.430
Ausland (nicht erhoben)		407

tatsächlich verbreitete Auflage

20.837

21.2 Tätigkeitsmerkmal: Position im Betrieb

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage % Projektion (circa)	
Logistikleiter und Supply Chain Manager	32	6.540
Inhaber und Geschäftsführer	23	4.700
Sonstige technische u. kaufmännische Leiter	20	4.090
Einkaufsleiter	6	1.230
Verkaufs- und Vertriebsleiter	2	410
Sonstige	16	3.270
keine Angabe	1	200
Abrundungsdifferenz		-10
tvA Inland	100	20.430
Ausland (nicht erhoben)		407

tatsächlich verbreitete Auflage

20.837

22 Bildung/Ausbildung: Berufliche Ausbildung

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage % Projektion (circa)	
Kaufmännische Lehre	59	12.050
Betriebswirt./volkswirt. Studium	38	7.760
Technische Lehre	21	4.290
Technisches Studium	14	2.280
Meisterprüfung	10	2.040
Sonstiges	18	3.680
Keine Angaben	1	200
Mehrfachnennungen (100 % = 20.430 Empfänger)		

23 Alter

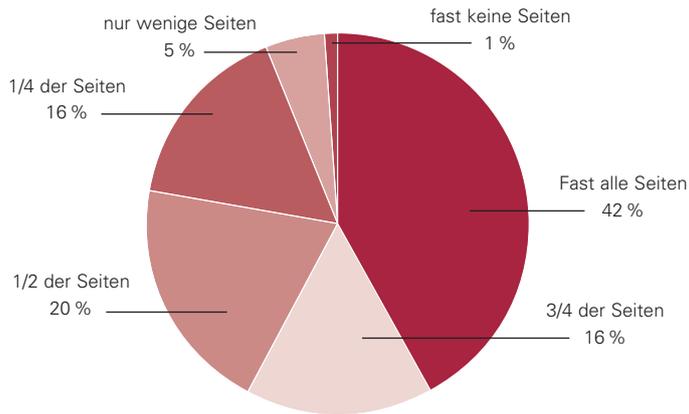
	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage % Projektion (circa)	
bis 39 Jahre	32	6.540
40 bis 49 Jahre	36	7.360
50 und älter	31	6.330
Keine Angabe	1	200
tvA Inland	100	20.430
Ausland (nicht erhoben)		407

tatsächl. verbr. Auflage

20.837

Kurzfassung der Erhebungsmethode siehe Anhang

Seitenkontaktchance: Wie intensiv wird LOGISTIK inside gelesen:



Daraus ergibt sich eine hohe

Seitenkontaktchance von knapp 70 %!

Ein Spitzenwert für eine Fachzeitschrift.

Geplante Investitionen in den nächsten 2 Jahren:

Aus- und Weiterbildung	67 %
EDV Hard- und Software	55 %
Personal	44 %
Innerbetriebliche Transportmittel und Gabelstapler	38 %
Lager	37 %
Fuhrpark	36 %
Telekommunikation	30 %
Nutzfahrzeug-Leasing/-Miete	21 %

83 % aller Leser sind Inhaber, Geschäftsführer, Logistikleiter oder leitende Angestellte! Dieser Personenkreis verfügt über eine hohe Entscheidungskompetenz in der Logistik und macht sie zu einer interessanten Zielgruppe.

Auszüge aus der Empfängerstrukturanalyse 2008/TNS EMNID, Bielefeld

Kurzfassung der Erhebungsmethode

zur Auflagen- und Verbreitungsanalyse (AMF-Schema 2, Ziffer 18)

1. Untersuchungsmethode:

Verbreitungs-Analyse durch Dateiauswertung – Total-Erhebung

2. Beschreibung der Empfängerschaft zum Zeitpunkt der Datenerhebung:

2.1 Beschaffenheit der Datei:

In der Empfängerdatei sind die Anschriften aller Empfänger erfasst. Aufgrund der vorhandenen postalischen Angaben kann die Datei nach Postleitzahlen, bzw. Inland- und Auslandsempfängern sortiert werden.

2.2 Gesamtzahl der Empfänger in der Datei: **22.814**

2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger: **8.800**
(Wechsel nach jeder vierten Ausgabe)

2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

Verkaufte Auflage: **7.479**

Abonnements	1.591
Einzelverkauf	0
sonstiger Verkauf	5.888

Freistücke: **15.335**

ständige Freistücke	15.033
wechselnde Freistücke	302
Werbeexemplare	0

Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA) **22.814**

Inland	22.370
Ausland	444

3. Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Einzelverkauf	0
sonstiger Verkauf	5.888
Werbeexemplare	0

Davon in der Untersuchung nicht erfasst:	5.888	=	25,8 %
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA)	16.926	=	74,2 %

3.2 Tag der Datei-Auswertung: 30. Juli 2008

3.3 Beschreibung der Datenbasis:

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

3.4 Zielperson der Untersuchung: entfällt

3.5 Definition des Lesers: entfällt

3.6 Zeitraum der Untersuchung: 01. März bis 30. Juni 2008

3.7 Durchführung der Untersuchung: Springer Transport Media GmbH

Kurzfassung der Erhebungsmethode

Zur **Verbreitungs- und Empfänger-Struktur-Analyse (AMF-Schema 2, Ziffer 18 und AMF-Schema 3-E, Ziffer 19 bis 23)**

1. Untersuchungsmethode:

Empfänger-Struktur-Analyse durch mündliche (telefonische) Erhebung Stichproben-Erhebung (kein Wechselsversand)

Schwankungsbreite:

Die Ergebnisse einer auf Random-Auswahl basierenden Untersuchung Unterliegen statistischen Schwankungsbreiten. Die maximale gemäß ZAW anzugebende Schwankungsbreite beim Mittelwert von 50 % (höchster theoretischer Wert) bei einer 90 %igen Sicherheit und bei 250 ausgewerteten Nettofällen beträgt +/- 5,2 %.

2. Beschreibung der Empfängerschaft zum Zeitpunkt der Datenerhebung:

2.1 Beschaffenheit der Datei:

In der Empfängerdatei sind die Anschriften aller Empfänger aufgeführt. Aufgrund der postalischen Angaben kann die Datei nach Postleitzahlen sortiert werden.

2.2 Gesamtzahl der Empfänger in der Datei: **25.139**

2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger: **2.325**

Empfänger-Struktur-Analyse durch mündliche (telefonische) Erhebung Stichproben-Erhebung (kein Wechselsversand)

2.4 Struktur der Empfängerschaft einer aktuellen durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

Verkaufte Auflage	7.479
davon Abo	1.591
davon sonstiger Verkauf (Verbandsabos)	5.888
ständige Freistücke	14.560
wechselnde Freistücke	775
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	22.814
davon Inland	22.370
davon Ausland	444

3. Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA)	22.814	= 100,0 %
davon in der Untersuchung nicht erfasst:	1.281	= 5,6 %
sonstige Verkäufe (Verband VdWT)	620	= 2, %
ausgelegte Freistücke	217	= 1,0 %
Ausland	444	= 1,9 %
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA):	20.259	= 88,8 %

3.2 Tag der Stichprobenziehung: 27. Juni 2008

3.3 Beschreibung der Datenbasis:

Einfache Random-Auswahl per Schrittziffer aus der Datei der Empfänger (416 Adressen).

Ausgangs-Stichprobe	416 Fälle	= 100,0 %
Stichprobenneutrale Ausfälle		
Unternehmen existiert nicht mehr	–	= –
Außerhalb der Zielgruppe	10 Fälle	= 2,4 %
Kein Empfänger ermittelbar	47 Fälle	= 11,3 %
Adresse/Telefonnummer falsch/nicht ermittelbar	4 Fälle	= 1,0 %
Ausfälle gesamt:	61 Fälle	= 14,7 %
Brutto-Stichprobe:	355 Fälle	= 100,0 %
Zielperson nicht erreicht	38 Fälle	= 10,7 %
Zielperson in Urlaub	17 Fälle	= 4,8 %
Kein Termin bis Feldende möglich	11 Fälle	= 3,1 %
Beantwortung der Fragen verweigert	39 Fälle	= 11,0 %
Ausfälle gesamt:	105 Fälle	= 29,6 %
Netto-Stichprobe (auswertbare Fälle):	250 Fälle	= 70,4 %

3.4 Zielperson der Untersuchung:

In der Grundgesamtheit werden die Fachzeitschriften an persönliche und an betriebliche Anschriften geliefert. Befragt wurde der Empfänger von **LOGISTIK inside** in dem Betrieb, dem Unternehmen/in der Dienststelle.

3.5 Definition des Lesers: entfällt

3.6 Zeitraum der Untersuchung:

Die Durchführung der telefonischen Befragung erfolgte in der Zeit vom 15. Juli bis zum 05. August 2008.

3.7 Durchführung der Untersuchung:

TNS EMNID Institut für Markt- und Meinungsforschung, Bielefeld

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

Übernahme digitaler Daten

Wenn Sie Ihre Anzeige per E-Mail, auf den FTP-Server, per ISDN oder auf Datenträger schicken (an unten stehende Verbindungen, inkl. Daten-Ticket), benötigen wir unbedingt folgende Angaben:



Absender/Firma:	_____
Ansprechpartner:	_____
Telefon:	_____
Fax:	_____

Anzeigen-Informationen für folgende Publikation:

Zeitschrift/Ausgabe:	_____	Rubrik:	_____
Anzeigenformat:	_____	Farbigkeit:	_____
Dateiname:	_____	Programm:	_____
Version:	_____		_____
Betriebssystem:	<input type="checkbox"/> Apple MacIntosh	<input type="checkbox"/> Windows PC	
Datenübertragung per	<input type="checkbox"/> FTP	<input type="checkbox"/> ISDN	<input type="checkbox"/> E-Mail
	<input type="checkbox"/> Datenträger per Post		
Anmerkung:	_____		

Daten-Erstellung

- Bitte liefern Sie druckfähige PDF X3-Dateien in der Größe des Anzeigenformats (ohne weiße Ränder).
- Anzeigen, die im Beschnitt stehen (randabfallend), müssen mit 3 mm Beschnitt an den betreffenden Seiten angelegt sein.
- Sonderfarben müssen als HKS- oder Pantone-Werte definiert werden.
- Der maximale Farbauftrag soll 320% nicht überschreiten.

Proofs

Da wir nach Prozessstandard Offset (PSO) drucken, benötigen wir grundsätzlich keinen Proof.

Daten-Übertragung

- Bitte benutzen Sie Winzip (.ZIP) oder Stuffit (.SIT) zum Komprimieren der Daten.
- Benennen Sie die zip-Datei mit dem Zeitschriftennamen beginnend, gefolgt von Ausgabe und Kunde (Zeitschrift_Ausgabe_Kunde.zip).

Support zu

- PDF-X3-Erstellung
 - Distiller-Joboptions
 - Pitstop Settings usw.
- erhalten Sie unter www.springer-business-media.de/anzeigendaten oder bei Bedarf über die unten angegebenen Kontaktdaten.

Verbindungen

FTP: ftp.stuertz.de (Login: gecont, Passwort: dE41yG)
auf Anfrage
E-Mail: gecont@stuertz.de
Fax: +49 931/385-11332

Ansprechpartner

Stürtz GmbH
Science / Anzeigenteam
Alfred-Nobel-Straße 33
97080 Würzburg
Tel.: +49 931/385-332



Das erfolgreiche Fachmedien-Programm

Weitere Informationen finden Sie unter www.mediacentrum.de

Der traditionsreiche Verlag Heinrich Vogel, München, steht seit mehr als 70 Jahren für professionelle und erfolgreiche Fachinformation und Fachausbildung im Verkehrswesen. Wir publizieren verschiedenste Medien für die Verkehrs-, Logistik-, Transport-, Bus-, Touristik- und Werkstatt-Branche sowie für den Gebrauchtwagenhandel. Der Verlag ist eingebunden in die Springer Transport Media GmbH.

Unser Anspruch ist es, hohe berufliche Nutzwerte für die Entscheider in den Unternehmen und in unseren Branchen zu schaffen. Wir analysieren die Märkte, richten uns auf die Bedürfnisse unserer Leser und Kunden aus und entwickeln unser Marken-Portfolio publizistisch auf hohem Niveau regelmäßig weiter.

Unser Service ist ein hochwertiges Fachmedien-Programm, basierend auf unserer qualitativen Marktforschung. Wir bieten repräsentative Empfänger-Struktur-Analysen, Copytest, Markt- und Wettbewerbs-Beobachtungen, Mediadaten nach AMF-Schema sowie Portal-Nutzungs-Analysen.

Wir bieten Ihnen für Ihre Mediaplanung eine zielgruppengenaue Marktdurchdringung und eine hohe Qualität der Leserschaft ohne Streuverluste. Überzeugen Sie sich selbst von den starken Nutzwerten unserer Zeitschriften und Portale sowie von unserem erfolgreichen Fachmedien-Programm:

- Fachzeitschriften
- Specials und Kataloge
- Fachportale
- Handelsplattformen (Verkehr, Touristik)
- Kundenzeitschriften
- Fachbücher
- Formulare
- Seminare und Konferenzen
- Direktmarketing
- Sponsoring
- Marktforschung (Copytest)
- Sonderwerbformen (ODA, Web-TV, E-Magazine, Audio-CDs, Newsletter)

VOGEL
VERLAG HEINRICH VOGEL



WIR BERATEN SIE GERNE



THOMAS MERZ

Anzeigenleiter

Transport & Logistik

thomas.merz@springer.com

0 89/43 72 - 21 36

Fax: 0 89/43 72 - 23 98



FRANK SCHIMANN

Mediaberater

frank.schimann@springer.com

0 89/43 72 - 22 35

Fax: 0 89/43 72 - 23 98



MATTHIAS PIORO

Beratung Corporate Publishing

matthias.pioro@springer.com

0 89/43 72 - 11 22

Fax: 0 89/43 72 - 24 77



ANDREA VOLZ

Key Account Manager Online

andrea.volz@springer.com

0 89/43 72 - 21 24

Fax: 0 89/43 72 - 23 98



AGNES FROSCH

Anzeigenverwaltung

agnes.frosch@springer.com

0 89/43 72 - 27 55

Fax: 0 89/43 72 - 21 58