

MEDIA DATA 2020



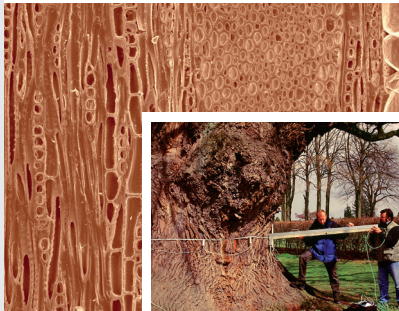
holztechnologie

...the trade journal for decision makers

holztechnologie

www.holztechnologie.de

Mai 3 | 2012



HOLZPHYSIK

Farbe, Sorption und Quellung der Zerschnitte im Vergleich zur Stieleiche

OBERFLÄCHE

Stabilisierende Additive gegen die Verfärbung von dunklen Hölzern und TMT

FUSSBODEN

Verbesserungspotenziale für schwerentflammbares Mehrschichtparkett

Institut für Holztechnologie Dresden gemeinnützige GmbH

holztechnologie

www.holztechnologie.de

März 2 | 2018



BEARBEITUNG

Messerschläge auf Hobzoberflächen beim Umgang mit Sägen

KLEBSTOFFE

Klebstoffpotenzial von modifiziertem Weizenproteinen

HOLZSCHUTZ

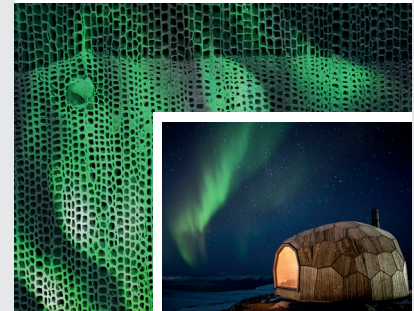
Optimierung der Pigmentbildung von Holzverfärbenden Pilzen

Institut für Holztechnologie Dresden gemeinnützige GmbH

holztechnologie

www.holztechnologie.de

November 6 | 2019



HOLZPHYSIK

Temperatur- und Feuchtemessungen in CLT-Wänden

MESSTECHNIK

Fluoreszenzlebensdauer in der Holztechnologie

FASERSTOFF

3D-Cellulose-Formteile: Entwässerungsverhalten und Prozessoptimierung

Institut für Holztechnologie Dresden gemeinnützige GmbH

Brief description

Editorial office/Publisher

Brief description

Development results from the field of wood science, wood-based materials (production, properties, processing, application options), binding agents, wood modification, surface technology, furniture, joining technology, technologies, machines and tools for woodworking and teaching and training. Current information on research institutions, online information sources, specialist publications, relevant conferences and trade fairs as well as a date preview round off the spectrum of the **holztechnologie** journal.

holztechnologie combines theory and practice and, as an interface between research, engineering and industrial application, offers profound decision-making bases for the solution of current problems in the production, processing and machining of wood, wood-based materials and wood products. **holztechnologie** is aimed at engineers, developers, technicians as well as decision makers from the wood and plastic processing industry.

Subscribers in percent

Woodworking: sawmills, planing and impregnation of wood; manufacture of veneer sheets, plywood and fibreboard; manufacture of particle board	16 %
Manufacture of builders' carpentry and joinery, finished assemblies, structural wood elements	23 %
Furniture manufacturers	13 %
Binder, paint, varnish and lacquer manufacturers	7 %
Manufacturers of machines and tools for woodworking	7 %
Carpentry and timber engineering	6 %
Research institutes/universities/colleges/training centres	12 %
Experts/engineering offices	4 %
Others/associations of the woodworking industry	12 %

Print run: 300 copies

Distribution via subscription and free copies (alternating targeted despatch). Central print subscriptions by research institutions, universities and university libraries ensure the dissemination of holztechnologie far beyond the print run.

Editorial Office Publisher

Sponsorship

The Deutsche Holzwirtschaftsrat e.V. (DWHR) is sponsor of de journal holztechnologie.
www.dhwr.de

Publisher

Prof. Dr. rer. nat. Steffen Tobisch,
Institut für Holztechnologie Dresden
Prof. Dr.-Ing. André Wagenführ,
Institut für Holz- und Papiertechnik,
TU Dresden

Editorial office

Annett Jopien
Zellescher Weg 24, 01217 Dresden
Phone: +49 351 4662 237
E-Mail: annett.jopien@ihd-dresden.de

Advertising management

Annett Jopien
Zellescher Weg 24, 01217 Dresden
Phone: +49 351 4662 237
E-Mail: annett.jopien@ihd-dresden.de

Publishing house

Self-published by
Institut für Holztechnologie Dresden
gemeinnützige GmbH
Zellescher Weg 24, D-01217 Dresden

Internet/Website

www.holztechnologie.de

FTP-Server

on request

Frequency of publication:

The journal is published six times a year.

Subscription Price

Annual Subscription € 298,00 plus shipping costs
Single Issue € 59,60 plus shipping costs

Publication dates

Subject to change

Issue/Publication date	Fairs/Events/Colloquia	Advertising deadline
1 29.04.2020	Domotex, Hanover, 10.- 13.01.2020 imm cologne, Cologne, 13.- 19.01.2020 ZOW, Bad Salzuflen, 04.- 06.02.2020	10.02.2020
2 29.06.2020		29.05.2020
3 10.08.2020		04.07.2020
4 17.09.2020		14.08.2020
5 19.10.2020	19. Holztechnol. Kolloquium, Dresden, Date to be announced 12. Europ. Holzwerkstoff-Symposium, Hamburg, 30.9.- 02.10.2020	17.09.2020
6 15.12.2020	Xylexpo, Mailand (IT), 10.- 11.11.2020 11. Europ. TMT-Workshop, Dresden, 3.- 4.12.2020	30.10.2020

Constant topics:

- Wood based und composite materials
- Coatings
- Wood modification
- Surface technology
- Furniture
- Joining technology
- Technolgies, machines and tools for woodworking
- Teaching and training

List of advertising rates Nr. 7

Valid as of 15 September 2019

Magazine format Type area

DIN A4, width 210 mm, height 297 mm
width 175 mm, height 250 mm

Ad formats and basic prices

Format	w x h in mm	Basic price b/w	2c	3c	4c
1/1 Page	175 x 250	€ 1.350,00	€ 1.575,00	€ 1.800,00	€ 2.000,00
1/2 Page	85 x 250 175 x 122	€ 675,00	€ 787,50	€ 900,00	€ 1.000,00
1/3 Page	55 x 250 175 x 80	€ 450,00	€ 562,50	€ 675,00	€ 787,50
1/4 Page	85 x 122 41 x 250 175 x 58	€ 347,50	€ 450,00	€ 562,50	€ 675,00

Bound inserts

2-sided € 1.750,-; 4-sided € 2.950,-; up to
130 g/m² paper weight

Supply with the correct trims added to the
printer. 1 sheet (2 pages) height 304 mm, width
216 mm; 2 sheets (4 pages) height 304 mm,
width 432 mm. (head trim 4 mm, foot trim
3 mm)

Glued postcards/samples/ CD-ROMs

price on request

Closing date

see list of publication dates

Terms of payment

invoice date; for occasional advertisements
8 days after receipt of invoice.
Place of payment: Dresden, Germany

Bank details

Commerzbank AG,
SWIFT: DRES DE FF 850,
IBAN: DE 55 8508 0000 0460 2481 00

Preferential placements Front page: 208 mm wide x 162 mm high € 3,550.–
Inset ad on front page: 130 mm wide x 100 mm high € 1,215.–;
Inset ad on front page consisting of one photo exclusively, plus brief text on page 4: € 585. –
each 3 mm bleed on right
Special design guidelines apply.

Placement surcharges 3rd cover page (1/1 4c) 5 %
2nd cover page (1/1 4c) 10 %
4th cover page (1/1 4c) 15 %

Discounts for purchases within twelve months
Frequency discounts: 3 x 15 %/6 x 20 %
Quantity discounts: 2 pages 15 %/4 pages 20 %
Discounts and surcharges are calculated from the base price.
Surcharges, supplements and bound-in inserts are not discounted.

Supplements Price: up to a weight of 25 grams € 300.–
Supplements of higher weight on request. Upon placement of order, a binding sample is to be sent to the advertising editor.
Format: Max. width 195 mm x max. height 290 mm.
Fold when oversized.
Free delivery to printing house: Art Work Center, Industriestr. 5, D-72585 Riederich
with shipping note: "Bestimmt für holztechnologie"

Printing process Offset print/adhesive binding

Printing documents see data transmission/file formats

The publisher reserves the right to place address qualification cards on the title page.

All prices plus value added tax, as far as legally prescribed.

Data transmission/file formats

Data transmission/ file formats Art Work Center, Industriestr. 5, D-72585 Riederich
Phone: +49 7123 9708 905
Please fax a copy of the advertisement motif and the name of the transferred file folder to
Fax No. +49 7123 9273 73

Data carriers MAC or PC: ZIP/CD Rom/DVD

Software/ file formats Preferred file format: high-end PDF, min. 300 dpi
Resolution, for ads with bleed, please allow for 3 mm bleed margin on each side.
QuarkXpress, Photoshop, Freehand, Illustrator. All applicable fonts, images, graphics, logos, etc. must be saved on the data carrier.

Proofs Please provide a binding colour printout of each advertisement that is to be exposed or a b/w printout for each colour. Indicate the colours (CMYK or grayscale) on each printout. For 4c-ads, we require a proof/print with media control strips.
Colour printouts from colour copiers are not consistently colour-binding.

Warranty The printers working for us can only expose what is available on your supplied data media. We cannot assume any liability for deviations in texts, illustrations, fonts and colours.

Images

Quality and resolution: Please attach the pictures and tables as separate files. We prefer TIF, EPS, PDF as image formats. The resolution of the illustrations should be approx. 300 dpi for greyscale and colour photos and approx. 800- 1000 dpi in the final size for diagrams/line drawings/schemes (e.g. 300 dpi at 85 mm).

The fonts must be embedded in EPS file format.

Office data: Since it is usually not possible to generate high-quality illustrations from graphics created with Word, PowerPoint or Excel, you should provide the original files (Word, PowerPoint, Excel) for printing in such cases. Use standard system fonts (Arial, Times New Roman, Courier, Symbol, Helvetika). Avoid fill patterns and semi-transparent colours in Office data. Due to low resolution, screenshots are usually not sufficient for printing and generate follow-up costs for preparation.

Mode: CMYK or greyscale.

File formats: PDF, TIF, EPS – closed, Photoshop EPS – not DCS compressed. JPG image data are lossy, therefore save only with quality „high“ or compression „low“. For image formats TIF, JPG, EPS, please make sure that attached ICC profiles are saved with the image. The image formats BMP, GIF, PNG, PCX are not suitable for printing.

Terms and Conditions

for Advertisements and Supplements in the holztechnologie journal

As of March 2007

[1] "Advertisement order" or "order" in the sense of the following Terms and Conditions is the contract for the publication of one or more advertisements or supplements of an advertiser or other advertising space buyer in the journal for the purpose of dissemination.

[2] If the right to call up individual advertisements has been granted within the scope of an advertisement order, the first advertisement must be called up for publication within six months of the conclusion of the contract and the entire order must be processed within one year of the appearance of the first advertisement. The Client is entitled to call for further advertisements within the aforementioned period even beyond the number of advertisements specified in the order.

[3] The Publisher has the right to withdraw from the contract if the performance promised by the Publisher becomes impossible due to force majeure or if obstacles to performance occur which are unforeseeable and cannot be overcome by reasonable expenditure. This shall not apply if the Publisher is responsible for the aforementioned obstacles to performance.

[4] When calculating the purchase quantities, text millimetre lines are converted according to the price into advertisement millimetres.

[5] Orders for advertisements and third-party supplements that are declared to be published exclusively in specific issue numbers, specific issues or in specific places in the journal must be received by the Publisher in good time so that the Client can be informed before the advertising deadline if the order cannot be executed in this way.

[6] Advertisements which are not recognisable as advertisements due to their editorial design will be clearly marked as such by the Publisher with the word "advertisement".

[7] The Publisher reserves the right to refuse advertising orders – including individual call-ups within the scope of an order – on the grounds of content, origin or technical form in accordance with uniform, objectively justified principles of the Publisher, if their content violates laws or official regulations or if their publication is unreasonable for the Publisher.

[8] Orders for supplements are only binding for the Publisher after a sample of the supplement has been submitted and approved. Supplements which, due to their format or presentation, give the reader the impression of being part of the newspaper or magazine or which contain third-party advertisements will not be accepted.

[9] The Client will be informed immediately if an order is rejected.

[10] The Client is responsible for the timely delivery of the advertisement text and flawless print documents or supplements. The Publisher shall immediately request a replacement for recognisably unsuitable or damaged printing material.

[11] The Publisher shall execute the order in the usual print quality within the scope of the possibilities provided by the printing material.

[12] If the advertisement ordered is completely or partially illegible or has been printed incorrectly or incompletely, the Publisher shall provide warranty by correcting or placing a faultless replacement advertisement. If such remedial action fails, if the Publisher refuses supplementary performance or if this is unacceptable for the Client, the Client is entitled, within the framework of statutory provisions, to withdraw from the contract or to reduce the remuneration at his discretion. The subsequent improvement shall only be deemed to have failed after the second unsuccessful attempt. However, in the case of minor defects, in particular in the case of only minor restrictions in usability or the purpose of the advertisement, the Client shall not be entitled to withdraw from the contract.

[13] The Publisher shall only be liable for damages without limitation in the event of intent and gross negligence, unless it is a case of injury to life, body or health. In the case of simple negligence, the Publisher's liability shall otherwise be limited to foreseeable damage typical of the contract, but no more than the fee payable for the advertisement or insert, if an obligation, the observance of which is of particular importance for achieving the purpose of the contract, is violated.

[14] The Publisher shall only be liable for cases of initial impossibility of performance if the Publisher was aware of the impediment to performance or if its lack of knowledge is due to gross negligence.

[15] Insofar as the liability of the Publisher is excluded or limited, this also applies to the personal liability of its employees, workers, staff, representatives and vicarious agents.

[16] The Client must notify the Publisher in writing of obvious defects within a period of four weeks from receipt of the goods; otherwise the assertion of warranty claims with regard to the defect in question is excluded. This shall not apply if the Publisher has fraudulently concealed the defect. Timely dispatch of the notification of defects shall be sufficient to comply with the deadline. The Client bears the full burden of proof for all claim requirements, in particular for the defect itself, for the time of the discovery of the defect and for the timeliness of the notification of defects.

[17] Proofs will only be supplied upon express request. The Client shall bear responsibility for the correctness of the returned proofs. The Publisher shall take into account all error corrections that are communicated to the Publisher within the time limit set when the proofs are sent.

Terms and Conditions

for Advertisements and Supplements in the holztechnologie journal

As of March 2007

[18] If no special size specifications are given, the actual print height customary for the type of advertisement shall be used as the basis for calculation.

[19] If the Client does not make an advance payment, the invoice will be sent immediately after publication of the advertisement. The invoice shall be paid within the period of time shown in the price list, starting from the receipt of the invoice, unless another payment period or advance payment has been agreed upon in individual cases. Any discounts for early payment are granted according to the price list. Foreign orders are generally only executed against advance payment.

[20] In the event of default of payment, the Publisher is entitled to demand interest on arrears at the respective statutory rate and reminder costs. The Publisher reserves the right to prove higher damages caused by default. If the Publisher enters into a deferment agreement with the Client, interest shall also be owed at the statutory rate of interest on arrears. In the event of default in payment, the Publisher may defer further execution of the current order until payment has been made and demand advance payment for the remaining advertisements.

[21] If there is reasonable doubt as to the solvency of the Client, the Publisher is entitled, even during the term of an advertising order, to make the publication of further advertisements dependent on the advance payment of the amount and on the settlement of outstanding invoice amounts, irrespective of any originally agreed term of payment.

[22] Upon request, the Publisher shall supply a copy of the advertisement with the invoice. Depending on the type and scope of the advertisement order, advertisement cuttings, voucher pages or complete voucher numbers will be supplied. If a voucher can no longer be procured, it will be replaced by a legally binding certificate from the Publisher confirming the publication and dissemination of the advertisement.

[23] Costs for the production of ordered documents necessary for printing as well as for substantial changes requested by the Client or for which the Client is responsible, to originally agreed designs, shall be borne by the Client.

[24] In the case of an advertising order for several advertisements, a claim to a price reduction can be derived from a reduction in circulation if, in the overall average of the advertising year beginning with the first advertisement, the average circulation stated in the price list or in some other way or – if a circulation is not stated – the actually distributed average circulation of the previous calendar year is undercut. A reduction in circulation is only a defect that entitles the Client to a price reduction if it amounts to 20%. The percentage of the price reduction shall be proportionate to the reduction in circulation. In addition, claims for price reductions are excluded for orders for several advertisements if the Publisher has informed the Client of the reduction in circulation in sufficient time for the Client to be able to withdraw from the contract before the advertisements appear.

[25] Files and films (lithographs) will only be returned to the Client on special request. The obligation to safekeep them ends three months after expiry of the contract.

[26] Place of performance is the Publisher's seat.

[27] If the Client is a merchant, the exclusive place of jurisdiction shall be the Publisher's registered office.

[28] The discounts specified in the price list are only granted for advertisements of an advertiser or other advertising space buyer appearing in the magazine within one year. The period begins with the publication of the first advertisement.

[29] Advertising intermediaries and advertising agencies are obliged to adhere to the Publisher's price list in their offers, contracts and settlements with the advertiser or other advertising space buyers.

Institut für Holztechnologie Dresden gemeinnützige GmbH

Zellescher Weg 24

01217 Dresden

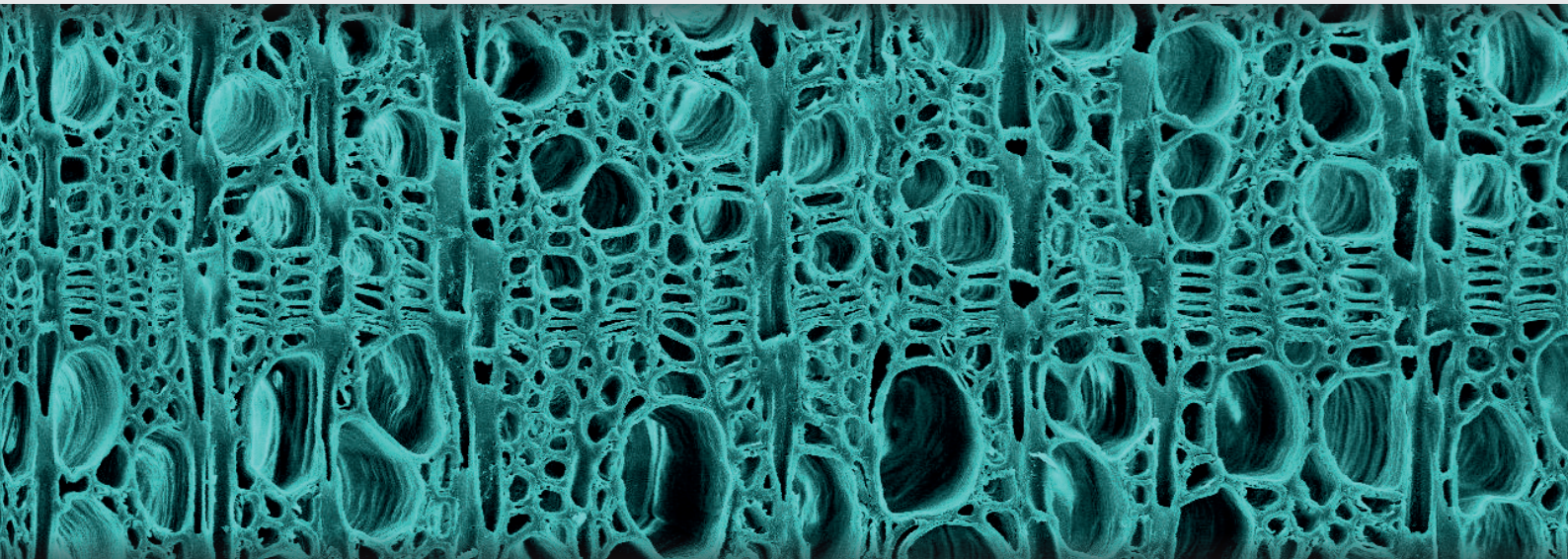


+49 351 4662 0



+49 351 4662 211

www.holztechnologie.de



MEDIADATEN 2020



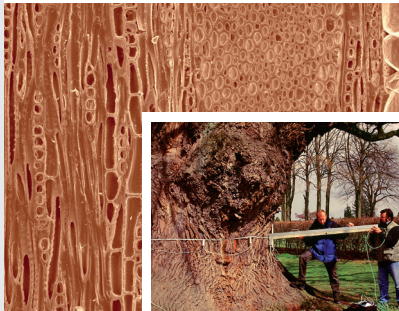
holztechnologie

...die Fachzeitschrift für Entscheider

holztechnologie

www.holztechnologie.de

Mai 3 | 2012



HOLZPHYSIK

Farbe, Sorption und Quellung der Zerschnitte im Vergleich zur Stieleiche

OBERFLÄCHE

Stabilisierende Additive gegen die Verfärbung von dunklen Hölzern und TMT

FUSSBODEN

Verbesserungspotenziale für schwerentflammbares Mehrschichtparkett

Institut für Holztechnologie Dresden gemeinnützige GmbH

holztechnologie

www.holztechnologie.de

März 2 | 2018



BEARBEITUNG

Messerschläge auf Hobzoberflächen beim Umgang mit Sägen

KLEBSTOFFE

Klebstoffpotenzial von modifiziertem Weizenproteinen

HOLZSCHUTZ

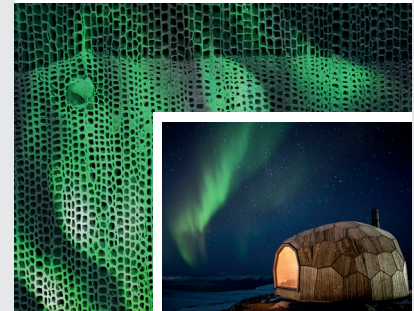
Optimierung der Pigmentbildung von holzverfärbenden Pilzen

Institut für Holztechnologie Dresden gemeinnützige GmbH

holztechnologie

www.holztechnologie.de

November 6 | 2019



HOLZPHYSIK

Temperatur- und Feuchtemessungen in CLT-Wänden

MESSTECHNIK

Fluoreszenzlebensdauer in der Holztechnologie

FASERSTOFF

3D-Cellulose-Formteile: Entwässerungsverhalten und Prozessoptimierung

Institut für Holztechnologie Dresden gemeinnützige GmbH

Kurzcharakteristik

Redaktion/Verlag

Kurzcharakteristik

Die Fachzeitschrift **holz**technologie berichtet aktuell über Forschungs- und Entwicklungsergebnisse aus dem Bereich der Holzkunde, Holzwerkstoffe (Herstellung, Eigenschaften, Verarbeitung, Einsatzmöglichkeiten), Bindemittel, Holzvergütung, Oberflächentechnologie, Möbel, Verbindungstechnik, Technologien, Maschinen und Werkzeuge zur Holzbearbeitung sowie Lehre und Weiterbildung. Aktuelle Informationen zu Forschungseinrichtungen, Online-Informationsquellen, Fachpublikationen, relevanten Tagungen und Messen sowie eine Terminvorschau runden das Spektrum der **holz**technologie ab.

holztechnologie kombiniert Theorie und Praxis und bietet somit als Schnittstelle zwischen Forschung, Engineering und industrieller Anwendung profunde Entscheidungsgrundlagen zur Lösung aktueller Probleme bei der Herstellung, Be- und Verarbeitung von Holz, Holzwerkstoffen und Holzprodukten. **holz**technologie richtet sich an Ingenieure, Entwickler, Techniker sowie Entscheidungsträger aus der Holz und Kunststoff verarbeitenden Industrie.

Empfängerstruktur in Prozent

Holzbearbeitung: Säge-, Hobel- und Holzimprägnierwerke; Herstellung von Furnier-, Sperrholz- und Holzfasernplatten; Herstellung v. Holzspanplatten	16 %
Herstellung von Holzkonstruktionsteilen, Fertigbauteilen, Bauelementen aus Holz	23 %
Möbelhersteller	13 %
Bindemittel-, Farben-, Lack-Hersteller	7 %
Hersteller v. Maschinen u. Werkzeugen für die Holzbearbeitung	7 %
Zimmerei und Ingenieurholzbau	6 %
Forschungsinstitute/Uni/FH/Ausbildungsstätten	12 %
Sachverständige/Ingenieurbüros	4 %
Sonstige/Verbände der Holzverarbeitenden Industrie	12 %

Druckauflage: 300 Exemplare

Vertrieb über Abonnement sowie Freistücke (Wechselversand).

Zentrale Print-Abonnements an Forschungseinrichtungen, Hochschule und Hochschulbibliotheken sorgen für eine Verbreitung der holztechnologie weit über die Druckauflage hinaus.

Kurzcharakteristik

Redaktion/Verlag

Patenschaft Der Deutsche Holzwirtschaftsrat e.V. (DHWR)
ist Pate der Zeitschrift holztechnologie

Herausgeber Prof. Dr. rer. nat. Steffen Tobisch,
Institut für Holztechnologie Dresden
Prof. Dr.-Ing. André Wagenführ,
Institut für Holz- und Papiertechnik,
TU Dresden

Redaktion Annett Jopien
Zellescher Weg 24, 01217 Dresden
Tel.: +49 351 4662 237
E-Mail: annett.jopien@ihd-dresden.de

Anzeigenleitung Annett Jopien
Zellescher Weg 24, 01217 Dresden
Tel.: +49 351 4662 237
E-Mail: annett.jopien@ihd-dresden.de

Verlag Selbstverlag
Institut für Holztechnologie Dresden
gemeinnützige GmbH
Zellescher Weg 24, D-01217 Dresden

Internet www.holztechnologie.de

FTP-Server auf Anfrage

Erscheinungsweise 6 x jährlich (siehe Erscheinungstermine)

Bezugspreis Jahresabonnement zzgl. Porto € 298,00
Einzelheft zzgl. Porto € 59,60

Erscheinungstermine

Änderungen vorbehalten

Heft/Erscheinungstermin	Messen/Veranstaltungen/Kolloquien	Anzeigenschluss
1 29.04.2020	Domotex, Hannover, 10.- 13.01.2020 imm cologne, Köln, 13.- 19.01.2020 ZOW, Bad Salzuflen, 04.- 06.02.2020	10.02.2020
2 29.06.2020		29.05.2020
3 10.08.2020		04.07.2020
4 17.09.2020		14.08.2020
5 29.10.2020	19. Holztechnol. Kolloquium, Dresden, Datum wird noch bekannt gegeben 12. Europ. Holzwerkstoff-Symposium, Hamburg, 30.9.- 02.10.2020	17.09.2020
6 15.12.2020	Xylexpo, Mailand (IT), 10.- 13.11.2020 11. Europ. TMT-Workshop, Dresden, 3.- 4.12.2020	31.10.2020

Ständige Themen:

- Holz- und Verbundwerkstoffe
- Bindemittel
- Holzvergütung
- Oberflächentechnologien
- Möbel
- Verbindungstechnik
- Technologie, Maschinen und Werkzeuge zur Holzbearbeitung
- Lehre und Weiterbildung

Anzeigenpreisliste Nr. 7

gültig ab 15. September 2019

Zeitschriftenformat Satzspiegel

DIN A4, Breite 210 mm, Höhe 297 mm
Breite 175 mm, Höhe 250 mm

Anzeigenformate und Grundpreise

Format	B x H in mm	Grundpreis s/w	2c	3c	4c
1/1 Seite	175 x 250	€ 1.350,00	€ 1.575,00	€ 1.800,00	€ 2.000,00
1/2 Seite	85 x 250 175 x 122	€ 675,00	€ 787,50	€ 900,00	€ 1.000,00
1/3 Seite	55 x 250 175 x 80	€ 450,00	€ 562,50	€ 675,00	€ 787,50
1/4 Seite	85 x 122 41 x 250 175 x 58	€ 347,50	€ 450,00	€ 562,50	€ 675,00

Einhefter

2-seitig € 1.750,-; 4-seitig € 2.950,-; jeweils bis 130 g/m² Papiergewicht Anlieferung an Druckerei im unbeschnittenen Format. 1 Blatt (2 Seiten) 304 mm hoch, 216 mm breit; 2 Blatt (4 Seiten) 304 mm hoch, 432 mm breit. (Kopfbeschnitt 4 mm, Fußbeschnitt 3 mm)

Aufgeklebte Postkarten/Warenmuster/CD-ROMs

Preis auf Anfrage

Anzeigenschluss

siehe Erscheinungstermine

Zahlungsbedingungen

Allgemeine Zahlungsfrist 30 Tage nach Rechnungsdatum;
für Gelegenheitsanzeigen 8 Tage nach Rechnungserhalt.
Zahlungsort: Dresden

Bankverbindung

Commerzbank AG,
SWIFT: DRES DE FF 850,
IBAN: DE 55 8508 0000 0460 2481 00

Vorzugsplatzierungen Titelseite: 208 mm breit x 162 mm hoch € 3.550,-
Eingeklinkter Teil der Titelseite: 130 mm breit x 100 mm hoch € 1.215,-;
Eingeklinkter Teil der Titelseite ausschließlich aus einem Foto bestehend, zuzügl. Kurztext auf Seite 4: € 585,-
je 3 mm Beschnittzugabe rechts außen
Es gelten besondere Gestaltungsrichtlinien.

Platzierungszuschläge 3. Umschlagseite (1/1 4c) 5 %
2. Umschlagseite (1/1 4c) 10 %
4. Umschlagseite (1/1 4c) 15 %

Nachlässe bei Abnahme innerhalb von 12 Monaten
Malstaffel: 3 x 15 %/6 x 20 %
Mengenstaffel: 2 Seiten 15 %/4 Seiten 20 %
Nachlässe und Zuschläge werden vom Grundpreis berechnet!
Zuschläge, Beilagen und Einhefter werden nicht rabattiert.

Beilagen Preis: bis 25 Gramm Gewicht € 300,-
Beilagen mit höherem Gewicht auf Anfrage. Mit Auftragserteilung verbindliches Muster an Anzeigenleitung.
Format: Max. Breite 195 mm x max. Höhe 290 mm.
Bei Übergrößen falzen.
Lieferung frei an Druckerei: Art Work Center, Industriestr. 5, D-72585 Riederich mit Versandvermerk:
„Bestimmt für holztechnologie“

Druckverfahren Offsetdruck/Klebebindung

Druckunterlagen siehe Datenübermittlung/Dateiformate.

Der Verlag behält sich das Recht vor, auf die Titelseite Adressqualifizierungskarten aufzubringen.

Alle Preise zuzüglich Mehrwertsteuer, soweit gesetzlich vorgeschrieben!

Datenübermittlung/Dateiformate

Datenübermittlung/ Dateiformate

Art Work Center, Industriestr. 5, D-72585 Riederich
Tel.: +49 7123 9708905
Senden Sie bitte eine Kopie des Anzeigenmotivs und den Namen des übertragenen Datei-Ordners an die Fax-Nr. +49 7123 9273-73

Datenträger

MAC oder PC: ZIP/CD-Rom/DVD

Software/ Dateiformate

Bevorzugtes Dateiformat: High-End-PDF, mind. 300 dpi Auflösung, bei Anzeigen mit Beschnitt bitte 3 mm Beschnittzugabe an jeder Seite berücksichtigen. QuarkXpress, Photoshop, Freehand, Illustrator. Alle verwendeten Schriften, Bilder, Grafiken, Logos usw. müssen auf dem Datenträger abgespeichert sein!

Proofs

Bitte legen Sie von jeder Anzeige, die belichtet werden soll, einen verbindlichen Farbausdruck oder je Farbe einen s/w-Ausdruck bei. Vermerken Sie die Farben (CMYK oder Graustufen) auf jedem Ausdruck. Bei 4c-Anzeigen benötigen wir einen Proof/Andruck mit Medien-Kontrollstreifen. Farbausdrucke von Farbkopierern sind nicht farbverbindlich.

Gewährleistung

Die für uns tätigen Druckereien können nur das belichten, was auf Ihren gelieferten Datenträgern vorhanden ist. Für Abweichungen in Texten, Abbildungen, Schriften und Farben können wir keine Haftung übernehmen.

Abbildungen

Qualität und Auflösung: Die Bilder und Tabellen bitte als separate Dateien beifügen. Wir bevorzugen die Bildformate TIF, EPS, PDF. Die Auflösung der Abbildungen sollte für Graustufen- und Farb-Fotos ca. 300 dpi, für Diagramme/Strichzeichnungen/Schemata ca. 800–1000 dpi in der Endgröße betragen (z. B. 300 dpi bei 85 mm). Im Dateiformat EPS müssen die Schriften eingebettet werden.

Office-Daten: Da sich aus mit Word, PowerPoint oder Excel erstellten Grafiken meistens keine qualitativ hochwertigen Abbildungen erzeugen lassen, sollten Sie in diesen Fällen die Originaldateien (Word, PowerPoint, Excel) für die Druckerei beifügen. Verwenden Sie Standard-Systemschriften (Arial, TimesNewRoman, Courier, Symbol, Helvetika). Vermeiden Sie Füllmuster und halbtransparente Farben in den Office-Daten. Screenshots (Bildschirmfotos) sind auf Grund zu geringer Auflösung meistens nicht ausreichend für den Druck und erzeugen Folgekosten für die Aufbereitung.

Modus: CMYK oder Graustufen.

Dateiformate: PDF, TIF, EPS – geschlossen, Photoshop EPS – nicht DCS-komprimiert. JPG-Bilddaten sind verlustbehaftet, daher nur mit der Qualität „hoch“ oder Komprimierung „niedrig“ abspeichern. Bei Bildformaten TIF, JPG, EPS bitte darauf achten, dass angehängte ICC-Profile mit abgespeichert werden. Die Bildformate BMP, GIF, PNG, PCX sind ungeeignet für den Druck.

Allgemeine Geschäftsbedingungen

für Anzeigen und Beilagen in der Zeitschrift holztechnologie

Stand März 2007

[1] „Anzeigenauftrag“ oder „Auftrag“ im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder Beilagen eines Werbungstreibenden oder sonstigen Inserenten in der Zeitschrift zum Zweck der Verbreitung.

[2] Ist im Rahmen eines Anzeigenauftrages das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist die erste Anzeige innerhalb von sechs Monaten nach Vertragsabschluss zur Veröffentlichung abzurufen sowie der gesamte Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln. Der Auftraggeber ist berechtigt, innerhalb der genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.

[3] Der Verlag hat das Recht, sich vom Vertrag zu lösen, wenn die von ihm versprochene Leistung aufgrund höherer Gewalt unmöglich wird oder Leistungshindernisse eintreten, die nicht vorhersehbar sind und nicht durch zumutbare Aufwendungen zu überwinden sind. Dies gilt nicht, wenn der Verlag die vorgenannten Leistungshindernisse zu vertreten hat.

[4] Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.

[5] Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Heftnummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Zeitschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenabschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist.

[6] Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

[7] Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Auftrages – wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Formen nach einheitlichen sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist.

[8] Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen.

[9] Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

[10] Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an.

[11] Der Verlag führt den Auftrag in der üblichen Druckqualität im Rahmen der durch Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten aus.

[12] Ist die in Auftrag gegebene Anzeige ganz oder teilweise unleserlich, unrichtig oder unvollständig abgedruckt, leistet der Verlag Gewähr durch Berichtigung oder Schalten einer einwandfreien Ersatzanzeige. Schlägt die Nacherfüllung fehl, verweigert der Verlag die Nacherfüllung oder ist diese für den Auftraggeber unzumutbar, ist der Auftraggeber im Rahmen der gesetzlichen Vorschriften berechtigt, nach seiner Wahl vom Vertrag zurückzutreten oder die Vergütung zu mindern. Die Nachbesserung gilt erst nach dem erfolglosen zweiten Versuch als fehlgeschlagen. Bei geringfügigen Mängeln, insbesondere bei lediglich geringfügiger Einschränkung der Brauchbarkeit bzw. des Zwecks der Anzeige, steht dem Kunden jedoch kein Rücktrittsrecht zu.

[13] Auf Schadensersatz haftet der Verlag unbeschränkt nur bei Vorsatz und grober Fahrlässigkeit, es sei denn, es handelt sich um die Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit. Für einfache Fahrlässigkeit haftet der Verlag im Übrigen nur begrenzt auf den vertragstypischen, vorhersehbaren Schaden, höchstens aber auf das für die Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt, sofern eine Pflicht verletzt wird, deren Einhaltung für die Erreichung des Vertragszwecks von besonderer Bedeutung ist.

[14] Für Fälle der anfänglichen Unmöglichkeit haftet der Verlag nur, wenn ihm das Leistungshindernis bekannt war oder die Unkenntnis auf grober Fahrlässigkeit beruht.

[15] Soweit die Haftung des Verlages ausgeschlossen oder beschränkt ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung seiner Angestellten, Arbeitnehmer, Mitarbeiter, Vertreter und Erfüllungsgehilfen.

[16] Der Auftraggeber hat dem Verlag offensichtliche Mängel innerhalb einer Frist von vier Wochen ab Empfang der Ware schriftlich anzuzeigen; andernfalls ist die Geltendmachung von Gewährleistungsansprüchen hinsichtlich des betreffenden Mangels ausgeschlossen. Dies gilt nicht, wenn der Verlag den Mangel arglistig verschwiegen hat. Zur Fristwahrung genügt die rechtzeitige Absendung der Mängelanzeige. Der Auftraggeber trägt die volle Beweislast für sämtliche Anspruchsvoraussetzungen, insbesondere für den Mangel selbst, für den Zeitpunkt der Feststellung des Mangels und für die Rechtzeitigkeit der Mängelrüge.

[17] 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 innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

[18] Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

Allgemeine Geschäftsbedingungen

für Anzeigen und Beilagen in der Zeitschrift holztechnologie

Stand März 2007

[19] Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt. Auslandsaufträge werden grundsätzlich nur gegen Vorkasse ausgeführt.

[20] Im Falle des Zahlungsverzuges ist der Verlag berechtigt, Verzugszinsen in der jeweiligen gesetzlichen Höhe und Mahnkosten zu fordern. Der Verlag behält sich vor, einen höheren Verzugschaden nachzuweisen. Trifft der Verlag mit dem Auftraggeber eine Stundungsvereinbarung, so werden ebenfalls Zinsen in Höhe der gesetzlichen Verzugszinsen geschuldet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen.

[21] Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Auftrages das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrags und von dem Ausgleich offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

[22] Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Auftrages 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.

[23] Kosten für die Anfertigung bestellter zum Druck notwendiger Unterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

[24] Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Auftragsauftrag über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder – wenn eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittliche tatsächlich verbreitete Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigter Mangel, wenn sie 20 v.H. beträgt. Die prozentuale Höhe der Preisminderung ist proportional zur Auflagenminderung zu bemessen. Darüber hinaus sind bei Aufträgen über mehrere Anzeigen Preisminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeigen vom Vertrag zurücktreten konnte.

[25] Dateien und Filme (Lithos) werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.

[26] Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages.

[27] Ist der Auftraggeber Kaufmann, so wird als ausschließlicher Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

[28] Die in der Preisliste bezeichneten Nachlässe werden nur für die innerhalb eines Jahres in der Zeitschrift erscheinenden Anzeigen eines Werbungstreibenden oder sonstigen Inserenten gewährt. Die Frist beginnt mit dem Erscheinen der ersten Anzeige.

[29] Werbungsmittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit dem Werbungstreibenden oder sonstigen Inserenten an die Preisliste des Verlages zu halten.

Institut für Holztechnologie Dresden gemeinnützige GmbH

Zellescher Weg 24

01217 Dresden



+49 351 4662 0



+49 351 4662 211

www.holztechnologie.de

