

FML

Der Fahrzeug- und Metall-Lackierer / Das Lackiererhandwerk

MEDIA-INFORMATIONEN 2020

Media-Informationen 2020

Ansprechpartner	3
Heftprofil, Leserschaft	4
Analysen	5
Abopreise, Drucktechnik, Verlagsdaten	6
Anzeigenpreise	7
Anzeigenformate	8
Wer · Wo · Was	9
Termin- und Themenplan	10
FML Classic	15
MehrWert AG	16
CrossMedia Online/Social Media	18
FML aktuell - Onlinewerbung	24
Digitale Druckunterlagen	25
Allgemeine Geschäftsbedingungen	26





Wolfgang Auer
Chefredakteur FML

E-Mail:
wolfgang.auer@audin.de



Gabriele Dinnendahl
Anzeigenleitung FML

E-Mail:
gabriele.dinnendahl@audin.de



Burkhard Bonarius
Online-Marketing
fml-aktuell.de
Social-Media

E-Mail:
burkhard.bonarius @audin.de



Ulrich Diederichs
Redaktion
fml-aktuell
MehrWert AG

E-Mail:
ulrich.diederichs@audin.de



Relaunch FML Cross Media: Print und Online im Verbund

Mit FML Print rücken wir noch näher an unser Handwerk heran! Unser Relaunch drückt Aktualität aus, die verbunden ist mit unserer stolzen Tradition als Fachmedium. Wir unterstreichen unsere Kompetenz und die Verbundenheit mit dem Handwerk.

Wir wissen, dass sich unsere Leser ein selbstbewusstes Eintreten für ihre Belange wünschen. Wir erleichtern und vertiefen den Zugang zu praktischen Themen.

Das heißt:
FML Schwerpunkt, verbunden und eingebunden in Crossmedia.
FML „Aus der Praxis“
FML Ausbildungsseiten
FML Classic

Buchproduktionen:

Lehrbuch für Fahrzeuglackierer
(wird neu aufgelegt, erscheint ab 2020 vorab in Print)
Classic

Struktur der Leserschaft

	Exemplare	%
Reine Lackierbetriebe, Lackierer	722	14,12
Karosserie- und Lackierbetriebe	3.343	65,37
Autohäuser mit Lackierereien	431	8,42
Lackindustrie, Zubehörlieferanten	364	7,12
gewerbliche Berufsschulen, Sonstige	154	3,01
Rest- und Archivexemplare	100	1,96
Gesamtauflage im Jahresschnitt	5.140	100,0



Mit FML verbinden Leser mit jeder Ausgabe:

- ... Die hohe Aufmerksamkeit bezüglich des Leitartikels
- ... Informiert umfassend und zuverlässig
- ... Ist gut lesbar und verständlich
- ... Ist klar strukturiert
- ... Hat ein sehr interessantes Erscheinungsbild
- ... Wird aufgelegt im Empfangsbereich/i.d.Sozialräumen

Detaillierte Informationen über FML-aktuell Online, Social Media und der Mehrwert AG finden Sie auf den Seiten 18-23

Umfangs-Analyse FML 2017 = 10 Ausgaben

Format der Zeitschrift:	DIN A 4
Gesamtumfang:	408 Seiten = 100 %
Redaktionsteil:	316 Seiten = 77,45 %
Anzeigenteil:	92 Seiten = 22,55 %

+ FML Classic (Supplement in FML 10 und 11-12/2019):

Gesamtumfang in 2 Ausgaben: 32 Seiten

Nutzung der Zeitschrift FML:

... FML wird von 1 Person ausschließlich gelesen	13,5 %
... FML wird von 2 Personen gelesen	37,8 %
... FML wird von 3 bis 5 Personen gelesen	48,7 %

Inhaltsanalyse des Redaktionsteils 2019 = 316 Seiten:

Editorial/Inhaltsverzeichnis/Impressum	26 Seiten = 8,2 %
Aktuell	36 Seiten = 11,4 %
Branche Intern	37 Seiten = 11,7 %
Technik und Trends	43 Seiten = 13,6 %
Form und Farbe	32 Seiten = 10,1 %
Technik und Werkstoffe	39 Seiten = 12,4 %
Markt & Trend	36 Seiten = 11,4 %
Betriebsführung	18 Seiten = 5,7 %
Aus- und Weiterbildung	20 Seiten = 6,3 %
Branchen News	29 Seiten = 9,2 %

316 Seiten = 100 %



Abonnement

Bezugspreis	für 10 Hefte	
	im Inland print	49,50 €
	im Inland FML Print und FMLmobil	65,00 €
	im Ausland	56,00 €
	im Ausland FML Print und FMLmobil	72,00 €
	Die Preise verstehen sich bei Print inkl. Versandkosten und gesetzl. MwSt. FML Print = 7 % MwSt; FMLmobil = 19 % MwSt.	
	Kündigungsfrist: Nur schriftlich, 8 Wochen vor Ende des berechneten Bezugszeitraumes.	
	Bezugsgebühren sind im voraus fällig.	
	Bei Zusendung mit „Luftpost“ (Air Mail) erhöhen sich die Abonnementspreise außerhalb Europas um	
		34,00 €

Drucktechnik

Druckverfahren	Offsetdruck
Übernahme digitaler Druckvorlagen	siehe Seite Datenübertragung

Verlagsdaten

Verlag	AUDIN Verlag GmbH Knöbelstraße 36 80538 München
Telefon	(089) 24 22 83-0
Telefax	(089) 24 22 83-19
E-Mail	fml@audin.de
Internet	http://www.fml-akutell.de
Redaktion	Wolfgang Äuer
Anzeigenleitung	Gabriele Dinnendahl
Zahlungsbedingungen	Bei Vorauszahlung 3 % Skonto, bei Zahlung innerhalb von 8 Tagen nach Rechnungsdatum 2 % Skonto, sonst spätestens 21 Tage nach Rechnungsdatum ohne Abzug
Zahlungsmöglichkeit	HypoVereinsbank München IBAN: DE59700202703240108703 BIC: HYVEDEMMXXX Postbank München IBAN: DE51700100800540808806 BIC: PBNKDEFF



Der Mehrwert für die Anzeigenschaltung (Mindestgröße 1/3 Seite):
Kostenloser Banner mit Verlinkung im Newsletter zum Erscheinungstermin von FML Print.

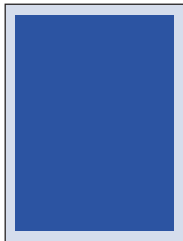
Erscheinungsweise	10 Ausgaben jährlich		
Anzeigenschluss	siehe Themenplan		
Druckunterlagenschluss	siehe Themenplan		
Zeitschriftenformat	DIN A 4, 210 mm breit x 297 mm hoch		
Anzeigen Satzspiegel	185 mm breit x 260 mm hoch, 2-spaltig 90 mm		
Anzeigen Spaltenbreite	1 Spalte 90 mm, 2 Spalten 185 mm		
mm-Grundpreis im Seitenanteiliger Grundpreis	1-spaltigen Anzeigenteil Format	Breite x Höhe in mm	Preis
1/1 Seite	185 x 260		2.200,00 €
2/3 Seite	125 x 260		1.560,00 €
1/2 Seite	90 x 260 oder 185 x 128		1.125,00 €
1/3 Seite	185 x 85 oder 60 x 260		780,00 €
1/4 Seite	90 x 128 oder 185 x 62		630,00 €
1/8 Seite	90 x 62 oder 185 x 30		320,00 €
1/16 Seite	90 x 30		160,00 €
mm-Preis für Gelegenheitsanzeigen 1-spaltig, 90 mm	Verkäufe/Stellenangebote		4,50 €
	Kaufgesuche/Stellengesuche		4,00 €
	Chiffre-Gebühr inkl. Offerten-Porto		3,00 €
Preis für Vorzugsplätze	2., 3. oder 4. Umschlagseite		+ 15 %
	Anzeigen im redaktionellen Teil		+ 25 %
Farbzuschläge	für Vierfarbanzeigen nach Euro Farbskala DIN 16524-26 und Normalrot		
	je Zusatzfarbe		2-c + 30 %
	auf den Grundpreis		3-c + 60 %
			4-c + 90 %

Anschnittzuschläge	bei ein / bis allseitigem Anschnitt auf den Grundpreis		+ 10 %
	Beschnittzuschläge 3 mm je Kante		
Anzeigen über Bund	auf den Grundpreis + 10 %		
Nachlässe	bei Abnahme innerhalb eines Jahres nach der Malstaffel		
	bei 3 Anzeigen	5 %	bei 9 Anzeigen 15 %
	bei 6 Anzeigen	10 %	bei 12 Anzeigen 20 %
	Alle Zuschläge sind nicht rabattierfähig		
Beilagen	bis zu 25 g Gewicht, je Tausend inkl. Postgebühren bis 25 Gramm (Beifügung nur lose, maschinell) Format höchstens: 294 mm Höhe und 205 mm Breite Bei manueller Beifügung Zuschlag pro Tausend:		300,00 € 375,00 €
Einhefter	Anlieferung gefalzt aber unbeschnitten im Mindestformat von: 303 x 216 mm	je Blatt	2.200,00 €
	Einhefter sind nicht rabattierfähig		
Beikleber	Postkarten auf Anzeigen (ablösbar) je Tausend (ohne Passer) je Tausend (mit Passer) zuzügl. ermäßigte Postgebühren		120,00 € 160,00 €
Versandanschrift	Bitte beim Verlag anfragen.		

Die jeweils gültige gesetzliche Mehrwertsteuer wird zusätzlich berechnet.

AUDIN Verlag GmbH Knöbelstraße 36 80538 München
Tel. (089) 242283-0 Fax (089) 242283-19 E-Mail: fml@audin.de

Wenn Sie bei Ihrer Arbeit auf offene Fragen stoßen, rufen Sie an:
Ihre Ansprechpartnerin: Gabriele Dinnendahl



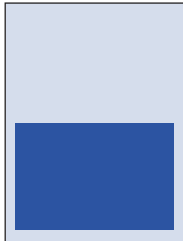
1/1 Seite

Format 185 mm x 260 mm (B x H)

Anschnitt 210 mm x 297 mm –

+ 3 mm oben, unten, rechts und links

s/w (Eurosкала)	2.200,00 €
zweifarbig (Eurosкала)	2.860,00 €
dreifarbig (Eurosкала)	3.520,00 €
vierfarbig (Eurosкала)	4.180,00 €



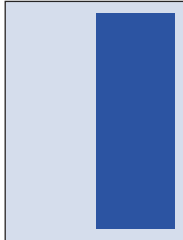
1/2 Seite quer

Format 185 mm x 128 mm (B x H)

Anschnitt 210 x 147 mm –

+ 3 mm oben, unten, rechts und links

s/w (Eurosкала)	1.125,00 €
zweifarbig (Eurosкала)	1.462,50 €
dreifarbig (Eurosкала)	1.800,00 €
vierfarbig (Eurosкала)	2.137,50 €



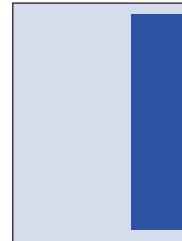
1/2 Seite hoch

Format 90 mm x 260 mm (B x H)

Anschnitt 103 mm x 297 mm –

+ 3 mm oben, unten, rechts und links

s/w (Eurosкала)	1.125,00 €
zweifarbig (Eurosкала)	1.462,50 €
dreifarbig (Eurosкала)	1.800,00 €
vierfarbig (Eurosкала)	2.137,50 €



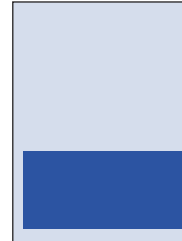
1/3 Seite hoch

Format 60 mm x 260 mm (B x H)

Anschnitt 71 mm x 297 mm –

+ 3 mm oben, unten, rechts und links

s/w (Eurosкала)	780,00 €
zweifarbig (Eurosкала)	1.014,00 €
dreifarbig (Eurosкала)	1.248,00 €
vierfarbig (Eurosкала)	1.482,00 €



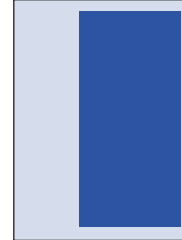
1/3 Seite quer

Format 185 mm x 85 mm (B x H)

Anschnitt 210 mm x 105 –

+ 3 mm oben, unten, rechts und links

s/w (Eurosкала)	780,00 €
zweifarbig (Eurosкала)	1.014,00 €
dreifarbig (Eurosкала)	1.248,00 €
vierfarbig (Eurosкала)	1.482,00 €



2/3 Seite hoch

Format 125 mm x 260 mm (B x H)

Anschnitt 137 mm x 297 mm –

+ 3 mm oben, unten, rechts und links

s/w (Eurosкала)	1.560,00 €
zweifarbig (Eurosкала)	2.028,00 €
dreifarbig (Eurosкала)	2.496,00 €
vierfarbig (Eurosкала)	2.964,00 €



Geringer Aufwand - Große Wirkung

Die Rubrik ? Wer - Wo - Was ? ist fester Bestandteil jeder Ausgabe von FML. Dieses Bezugsquellenverzeichnis bietet Ihnen die Möglichkeit regelmäßig Ihr Produktangebot und -sortiment in das Blickfeld des Lesers zu rücken.

Nutzen Sie die Möglichkeit der intensiven Präsenz zu einem wirklich günstigen Preis.

Buchungen sind nur quartalsweise möglich.
Spaltenbreite: 43 mm mm-Preis: 2,70 €

Rabatte:	2 Quartale	5 %
	3 Quartale	10 %
	4 Quartale	20 %

Farbzuschlag:	30 %
---------------	------

Datenanlieferung bitte per E-Mail als Druck-PDF-Datei an: fml@audin.de Bitte beachten Sie das Anforderungsprofil für die Übersendung der elektronischen Anzeigen.

Produktgruppen:

(kann auch ergänzt werden)

- Abdeckbänder
- Berufskleidung
- Chemische Produkte
- EDV-Kalkulation
- Filtermatten
- Hebebühnen
- Infrarot-Trockner
- Kompressoren
- Lacke und Farben
- Lackhändler
- Lackier- und Trockenanlagen
- Lackierbedarf
- Lackierstände
- Mischbecher
- Mischmaschinen
- Poliermittel
- Reiniger
- Schleifmittel
- Schleifmaschinen
- Schutzmasken
- Spritzpistolen
- Werkstattausrüstung
- Zubehörhandel
- Sonstiges



Schwerpunkthemen

Branchen-News

1/2020

Erscheinungstermin: 9.1. 2020
Redaktionsschluss: 9. 12. 2019
Anzeigenschluss: 9. 12. 2019
Druckunterlagen: 10. 12. 2019
Beilagen: 19. 12. 2019

Neuer Glanz im Sortiment

Effektvolle Oberflächenbeschichtungen reichen von Industriebaufträgen über Designlackierungen bis zur Restaurierung von Oldtimern. Wir stellen Systeme vor.

Lacksysteme
Applikationsmethoden
Finishsysteme

IMMER AKTUELL:
www.fml-aktuell.de

2/2020

Erscheinungstermin: 5. 2. 2020
Redaktionsschluss: 13. 1. 2020
Anzeigenschluss: 14. 1. 2020
Druckunterlagen: 15. 1. 2020
Beilagen: 27. 1. 2020

Die High-End-Lackierung

Zunehmend und immer schneller kommen digitale Abläufe und Systeme auch in der Kabine selbst zum Einsatz. Läuft das auch?

Lacksysteme
Nuancier- und Mischtechnik
Finish- und Polituren
Trocknungssysteme

IMMER AKTUELL:
www.fml-aktuell.de



Schwerpunktt Themen

Branchen-News

3/2020

Erscheinungstermin: 2. 3. 2020
Redaktionsschluss: 3. 2. 2020
Anzeigenschluss: 4. 2. 2020
Druckunterlagen: 5. 2. 2020
Beilagen: 18. 2. 2020

Hagelschäden – Umsatz oder Belastung

Alleine die Begutachtung oder Einschätzung von Hagelschäden stellt die Betriebe vor große Herausforderungen. Wie sind die Schäden einzuordnen?

Kabinen- und Trockenanlagen
Pistolentechnik
Schleifsysteme
Absaugung

IMMER AKTUELL:
www.fml-aktuell.de

4/2020

Erscheinungstermin: 1. 4. 2020
Redaktionsschluss: 9. 3. 2020
Anzeigenschluss: 10. 3. 2020
Druckunterlagen: 11. 3. 2020
Beilagen: 23. 3. 2020

Sport-, Smart-, Kleinschaden?

Immer wieder und immer noch ein Thema mit Fragezeichen für die Branche. Systeme als Lückenbüßer oder ein voll integrierbarer Betriebszweig. Wir stellen die Systeme vor.

Arbeitsplatzoptimierung
Untergrundvorbehandlung
Applikationsmethoden
Werkstattausrüstung

IMMER AKTUELL:
www.fml-aktuell.de

Der Aprilausgabe liegt FML Classic Nr. 3 als Supplement bei!



Schwerpunktt Themen

Branchen-News

5/2020

Erscheinungstermin: 4. 5. 2020
Redaktionsschluss: 6. 4. 2020
Anzeigenschluss: 7. 4. 2020
Druckunterlagen: 8. 4. 2020
Beilagen: 20. 4. 2020

Was tun wir wirklich für den Nachwuchs?

Neue Ideen, neue Ansätze und Anreize müssen her und dann konsequent umgesetzt werden, wenn wir den Fachkräftemangel mildern wollen. Hier finden Sie Ansätze und Beispiele.

Multifunktionssysteme
Einrichtung von Vorbereitungsplätzen
Finishsysteme

IMMER AKTUELL:
www.fml-aktuell.de

6/2020

Erscheinungstermin: 3. 6. 2020
Redaktionsschluss: 4. 5. 2020
Anzeigenschluss: 5. 5. 2020
Druckunterlagen: 6. 5. 2020
Beilagen: 19. 5. 2020

Sind E-Autos willkommen?

Unfallschäden an Elektro- und Hybridfahrzeugen müssen repariert werden. Kann das jeder Lackier- und Karosseriebetrieb? Wir zeigen die zu erfüllenden Voraussetzungen.

Kabinen- und Trockenanlagen
Werkstattsysteme
Atem- und Arbeitsschutz
Lackierpistolen

IMMER AKTUELL:
www.fml-aktuell.de



Schwerpunkthemen

Branchen-News

7-8/2020

Erscheinungstermin: 7.7.2020
Redaktionsschluss: 5.6.2020
Anzeigenschluss: 9.6.2020
Druckunterlagen: 10.6.2020
Beilagen: 25.6.2020

Neue Lacke – neue Effekte

Von jeher gibt die Serie den Rahmen vor bei neuen Farbtrends. Die Fachbetriebe müssen die neuen Effekte reparieren. Wir zeigen die neuen Trends.

Der Juli-August-Ausgabe liegt FML Classic Nr. 4 als Supplement bei!

Finish- und Polituren
Atem- und Arbeitsschutz
Nuancier- und Mischtechnik
Werkstattausrüstung

IMMER AKTUELL:
www.fml-aktuell.de

9/2020

Erscheinungstermin: 1.9.2020
Redaktionsschluss: 3.8.2020
Anzeigenschluss: 4.8.2020
Druckunterlagen: 5.8.2020
Beilagen: 19.8.2020

Automechanik 2020 – Vorbericht

Das Heft zur Automechanik in Frankfurt enthält einen Vorbericht zur größten Branchenmesse der Welt und eine Vorschau auf die Highlights.

Energieeinsparung
Schleifmaschinen – Zubehör
Absaugung
Pistolentechnik

IMMER AKTUELL:
www.fml-aktuell.de



Schwerpunktthemen

Branchen-News

10/2020

Erscheinungstermin: 9. 10. 2020
Redaktionsschluss: 14. 9. 2020
Anzeigenschluss: 15. 9. 2020
Druckunterlagen: 16. 9. 2020
Beilagen: 24. 9. 2020

Das ist der Champion!

Der internationale Wettbewerb „body & paint“ fand seinen Höhepunkt auf der diesjährigen Automechanika. Aus sechs Teilnehmer-Länder wurde der Sieger gekürt.

Lacksysteme
Applikationsmethoden
Werkstattausrüstung

IMMER AKTUELL:
www.fml-aktuell.de

11-12/2020

Erscheinungstermin: 10. 11. 2020
Redaktionsschluss: 12. 10. 2020
Anzeigenschluss: 13. 10. 2020
Druckunterlagen: 14. 10. 2020
Beilagen: 26. 10. 2020

Wohin geht die Reise?

Neue Lackmaterialien, neue Effekte, neue Prozesse - vom Füller bis zum Klarlack. Wir beleuchten die neuen Lacktechniken.

Betriebseinrichtung
Vorbereitungsplätze
Ausrüstung
Nachrüstung

Der Nov./Dez.-Ausgabe liegt FML Classic Nr. 5 als Supplement bei!

IMMER AKTUELL:
www.fml-aktuell.de



In „FML Classic“ erfahren Sie alles zum Erhalt, Reparatur und Restaurierung von Old- und Youngtimern.:

In folgenden Ausgaben liegt FML Classic als Supplement bei:

- April 2020
- Juli/August 2020
- November/Dezember 2020

Weitere Informationen finden Sie unter www.fml-aktuell.de unter dem Menüpunkt „CLASSIC“.



Pluspunkt Mehrwert AG

(Aktionsgemeinschaft für Karosserie- und Lackierbetriebe)

Angebot, Details, Infos bitte anfordern unter:
gabriele.dinnendahl@audin.de



Das MehrWert Partner-Paket beinhaltet:

- Ihr ganzseitiges Firmenprofil in „FML - Der Fahrzeug- und Metall-Lackierer“
- Newsletter-Exklusiv
- Logo-Slider auf Website mit direkter Verlinkung
- MehrWert-Newsletter (1x Mitte des Monats unter („Die Partner der MehrWert AG berichten“))
 - Wenn gewünscht Bannerwerbung mit Verlinkung
- Intensive Vermarktung der Pressemeldungen über alle Social Media Kanäle
- Alle relevanten Termine auf Website (Seminare, Hausmessen, Club-Events etc.)
- Fragebogen (alle 3 Monate erhalten die Partner einen Fragebogen der Online-Redaktion)
- Teilnahme an FML-Gewinnspielen
- **Laufzeit: 1 Jahr**

- Individuelle Filmproduktionen (Interviews, Betriebsreportagen etc.)
Filmproduktionen werden separat und nach Aufwand berechnet



Content sowohl Print als auch Online





Aktuell

Zugriff jederzeit und von jedem Ort

Multimedial

Schnell

Breite Verteilung

Messbar

Multichannel



FML

CROSS-MEDIA - Print und Online im Verbund
Informationstransfer durch Multichannel



AUDIN Verlag GmbH Knöbelstraße 36 80538 München
Tel. (089) 242283-0 Fax (089) 242283-19 E-Mail: fml@audin.de

Wenn Sie bei Ihrer Arbeit auf offene Fragen stoßen, rufen Sie an:
Ihre Ansprechpartnerin: Gabriele Dinnendahl



www.fml-aktuell.de

ist zentrales Medium der Online-Kommunikation

- Ziel: aktuellstes und umfassendstes Online-Medium der Karosseriebau- und Lackierbranche mit der größten Reichweite
- Relaunch: 1. September 2019
- aktives Website-Marketing seit 13. November 2019
- deutlicher Anstieg der Zugriffszahlen
- branchenrelevanter Content

Website KPIs (durch Google-Analytics):

- Nutzerzahlen
- Sitzungen
- Anzahl der Seiten/Sitzung
- Seitenaufrufe
- Sitzungsdauer



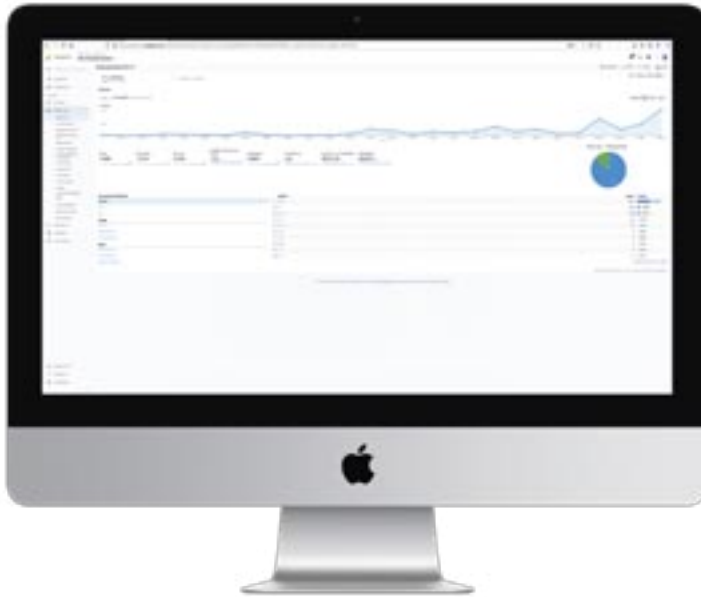
Marketing für www.fml-aktuell.de

Maßnahmen:

- SEO-optimierte Website
- Intensive Social-Media Verlinkung
- enge Kooperationen mit Influencern
- Gewinnspiele

Und das Wichtigste:

- branchenrelevanter interessanter Content



Google Analytics für www.fml-aktuell.de

Google Analytics für www.fml-aktuell.de

- starkes Zugriffszahlen seit Beginn der Website-Vermarktung
- Bestätigung des Website-Konzepts
- Weiterer Ausbau des Website-Contents

Erste Erkenntnisse:

- Ca. 55 % der User nutzen Smartphone und Tablet
- 40 % Windows, 30 % iOS, 25 % Android
- User kommen zu 90 % aus Deutschland
- Häufigst geklickte Beiträge:
 - Mehr Geschäft durch Industrielackierung (240x)
 - Kleine Kollision, großer Schaden (183x)
 - HUK Coburg reorganisiert Werkstattnetz (167x)

Aktuelle Zugriffszahlen nennen wir Ihnen gerne.
Anfragen bitte an: burkhard.bonarius@audin.de



Super-Banner pro Monat		800 x 210 px	450 €
Content-Ad pro Monat		300 x 250 px	390 €
Medium-Rectangle pro Monat		400 x 200-250 px	420 €
Skyscraper pro Monat		160 x 600 px	420 €
Video-Ad pro Monat			540 €

- Mit Onlinewerbung erreichen Sie Ihre Zielgruppe im Lack- und Karosseriebereich einfach und schnell.
- Ihre Website wird direkt mit gebuchten Banner verlinkt.
- Sie können dadurch einheitlich Ihre Marke sowohl im Print wie auch im Web bewerben.
- Sie erhöhen so den Traffic auf Ihren Online-Plattformen.
- Erfragen Sie die aktuellen Zugriffszahlen bitte direkt bei uns.

Onlinewerbung im fml-aktuell Newsletter

Der Newsletter erreicht Öffnungsraten von ca. 30% - 35%.
Aus diesem Grund sind die Newsletter-Anzeigen sehr erfolgreich.

Der Newsletter wird jeweils monatlich, Anfang des Monats an ca. 1.700 interessierte Fahrzeuglackiererei-Inhaber, Fahrzeuglackierer, Karosseriebauer etc. versendet.

Ihre Anzeige kann in Form eines Banner oder als Text/Bild-Beitrages mit Foto und Verlinkung geschaltet werden.

Im Newsletter werden nur maximal 4 Anzeigen veröffentlicht um die Aufmerksamkeit für Sie zu erhöhen.

Bannergröße Newsletter 600 x 90 px (BxH) 300 €

Text/Bild-Beitrag 600 €



Digitale Druckunterlagen als druckfertige PDF.

Auflösung der Bilder: 300 dpi - Auflösung bei Strich: mind. 800 dpi
Idealerweise senden Sie uns mit der Post zusätzlich ein Proof.

Datenträger:

Nur die üblichen Datenträgern (CD-ROM/DVD-ROM).
Zusammen mit dem Datenträger werden alle Informationen über Zeitschrift/Titel, Absender, Firma, Betriebssystem, verwendete Programmversionen, Datei-Namen und Farben benötigt.

Schriften: In den Programmdateien und beigefügten Schriften-Importen dürfen keine modifizierten Schriften benutzt werden. Alle verwendeten Schriften und Schriftschnitte insbesondere in EPS-Files enthaltene, müssen im Auftrag einzeln aufgeführt sein.

Übernahme digitaler Anzeigen

Um digitale Anzeigen/Druckunterlagen annehmen und problemlos weiterverarbeiten zu können, müssen bestimmte Bedingungen beachtet werden:

Datenformat

Anzeigen/Druckunterlagen bitte als PDF im Format 1.3 nach Standard X-3 bzw. X-1a anliefern. Für die Kontrolle der Dateien ist ein verbindlicher Ausdruck bzw. Proof notwendig. Distillereinstellungen und Drucker-PPD's (für MAC und Windows) können unter www.mdv-druck.de angefordert werden.

Bitte beachten Sie die Einhaltung der disponierten Anzeigenformate und Beschnittzugaben. Zusammen mit der Datei werden alle Informationen über Zeitschrift/Titel, Absender/Firma, Betriebssystem, verwendete Programmversionen, Datei-Namen und Farben benötigt.

Zur Übernahme digitaler Anzeigen fordern Sie bitte die Unterlagen zur Datenübertragung an.

Datenspezifikationen:

Druckverfahren: Bogen-Offset, Rasterweite: 70er Raster
Papier: Innenteil: 135 g, Bilderdruck glänzend
Umschlag: 200 g, Bilderdruck glänzend
Farbraum: Der Druck erfolgt in Cyan, Magenta, Gelb, Schwarz nach Euroskala
Fogra-Standard. Sonderfarben (Pantone, HKS) sind möglich.

Belege/Proofs:

Von jeder zu belichtenden Seite wird ein Farbdruck oder je Farbe ein s/w-Andruck benötigt mit jeweiliger Angabe der Farbe (Euroskala, HKS, Pantone).
Farbandrucke vom Farbkopierer oder -drucker sind nicht druck- und farbverbindlich.
Der Digitalproof muss 1:1 vom angelieferten Datensatz gefertigt sein und den Ugra/Fogra-Medienkeil enthalten.

Gewährleistungen

Bei Anlieferung von unvollständigen oder vom Proof abweichenden Daten übernehmen wir keine Haftung für das Druckergebnis.
Für Abweichungen in Texten, Abbildungen und insbesondere Farben übernehmen wir keine Haftung.
Der Druck von Farbanzeigen ohne druckverbindlichem Proof erfolgt ohne Gewährleistung.
Falls nicht anders vereinbart, werden übermittelte Daten drei Monate nach Erscheinen der Anzeige gelöscht.

Übermittlung von Anzeigendaten

So können Dateien direkt zu uns übermittelt werden:
E-Mail-Übertragung an fml@audin.de
• Bitte bei der Übertragung auf die Größe der Datei achten.
Maximale Übermittlungsgröße per E-Mail: 10 MB

Telefon: 089/242283-0, Telefax 089/242283-19
E-Mail: fml@audin.de

Allgemeine Geschäftsbedingungen

für Anzeigen in Zeitungen und Zeitschriften im kaufmännischen Geschäftsverkehr

1. „Anzeigenauftrag beziehungsweise Auftrag“ im Sinne der nachfolgenden allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungstreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.
2. Anzeigenaufträge sind im Zweifel innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzuwickeln. Bei Änderungen der Anzeigenpreise treten mangels anderer Vereinbarungen die neuen Bedingungen auch für laufende Aufträge sofort in Kraft.
3. Die in der Anzeigenpreisliste bezeichneten Nachlässe werden nur für die innerhalb eines Jahres in einer Druckschrift erscheinenden Anzeigen eines Werbungstreibenden gewährt. Die Frist beginnt mit dem Erscheinen der ersten Anzeige.
4. Der Werbungstreibende hat rückwirkenden Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb einer Jahresfrist entsprechenden Nachlass, wenn er zu Beginn der Frist einen Auftrag abgeschlossen hat, der aufgrund der Preisliste zu einem Nachlass von vornherein berechtigt.
5. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Rückvergütung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlags beruht.
6. Für die Aufnahme von Anzeigen in bestimmten Nummern, in bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift wird keine Gewähr geleistet, es sei denn, dass der Auftraggeber die Gültigkeit des Auftrags ausdrücklich davon abhängig gemacht hat. In letzterem Falle muss der Auftrag so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Hat sich der Auftraggeber ein Rücktrittsrecht vorbehalten, so bedarf dies zu seiner Verwirklichung einer Ankündigungsfrist von mindestens acht Wochen vor dem Erscheinungsmonat der jeweiligen Aussendung. Bei Kalendern ist kein Rücktrittsrecht möglich.
7. Der Verlag behält sich vor, Anzeigen- und Beilagenaufträge - auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses - wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen. Dies gilt auch für Aufträge, die an den Schaltern der Geschäftsstellen, bei Annahmestellen oder bei Vertretern aufgegeben werden. 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 Bestandteiles der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrags wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
8. 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. Bei fernmündlich aufgegebenen Anzeigen beziehungsweise fernmündlich veranlassenden Anforderungen sowie für Fehler infolge unklarer Niederschrift übernimmt der Verlag keinerlei Haftung für die Richtigkeit der Wiedergabe. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.
9. Ist der Abdruck der Anzeige ganz oder teilweise unleserlich, unrichtig oder unvollständig und hat der Verlag dies zu vertreten, so hat der Auftraggeber Anspruch auf eine Ersatzanzeige, wenn durch die Mängel der Zweck der Anzeige erheblich beeinträchtigt wurde. Fehlende oder fehlerhaft gedruckte Kontrollangaben ergeben keinen Anspruch für den Auftraggeber, sofern nichts Abweichendes vereinbart ist. Weitergehende Ansprüche des Auftraggebers, insbesondere Scha-

10. Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss, grober Fahrlässigkeit und unerlaubter Handlung sind ausgeschlossen. Ersatzansprüche wegen Unmöglichkeit und Verzug sind auf den Einsatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt beschränkt. Ansprüche wegen Fehlens zugesicherter Eigenschaften sind auf den Ersatz des Erfüllungsinteresses beschränkt. Reklamationen jeder Art müssen vom Auftraggeber innerhalb vier Wochen nach Absendung der Rechnung und Beleg beim Verlag geltend gemacht sein.
11. Eingehende Anforderungen, Mitteilungen, Karten und Adressenausdrucke, die für den Auftraggeber bestimmt sind, werden vom Verlag als normale Postsendungen weitergeleitet, es sei denn, dem Verlag steht ein Zurückbehaltungsrecht zu, weil der Auftraggeber in Zahlungsverzug ist. Bei Verlust einer Sendung hat der Auftraggeber kein Recht auf Preisminderung.
12. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Sendet der Auftraggeber den ihm übermittelten Probeabzug nicht fristgemäß zurück, so gilt die Genehmigung zum Druck erteilt.
13. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung mit Beleg spätestens am 5. Tage des auf die Veröffentlichung der Anzeige erfolgten Monats erteilt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung an laufende Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine kürzere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.
14. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Verzugszinsen in Höhe von 1 Prozent über dem jeweils gültigen Diskontsatz der Deutschen Bundesbank zuzüglich Mehrwertsteuer sowie die Einziehungskosten berechnet. Die Geltendmachung weiteren Verzugschadens bleibt vorbehalten. Zugesagte Mengenrabatte entfallen, wenn der Auftraggeber die Rechnung nicht pünktlich bezahlt. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Konkurs und sonstigen Vergleichen entfällt jeglicher Nachlass.
15. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenausschnitt. Wenn Art und Umfang des Anzeigenauftrags es rechtfertigen, werden bis zu zwei vollständigen Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Aufnahmebescheinigung des Verlages.
16. Kosten für erhebliche Anforderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen und für Anfertigung und Lieferung bestellter Vorlagen und Zeichnungen hat der Auftraggeber zu bezahlen.
17. Ein Auflagenrückgang gibt bei einem Abschluss keinen Anspruch auf Preisminderung. Gewährleistungs- oder Schadensersatzansprüche sind ausgeschlossen.
18. Druckunterlagen werden nur auf besondere Aufforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages. Das Transportrisiko geht bei allen vom Verlag an den Auftraggeber oder an Dritte zurückgesandten Druckunterlagen zu Lasten des Empfängers.
19. Erfüllungsort und ausschließlicher Gerichtsstand für beide Teile ist der Sitz des Verlages. Die vertraglichen Beziehungen unterliegen dem deutschen Recht.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen für die digitale Übermittlung von Druckunterlagen für Anzeigen

- a) Digitale Druckvorlagen sind solche, welche per Datenträger (z.B. Disketten, Cartridges, CD-ROM), direkt oder indirekt per Fernübertragung (z.B. ISDN) an den Verlag papierlos übermittelt werden.
- b) Unerwünschte Druckresultate (z.B. fehlende Schriften, falsche Rasterweite), die sich auf eine Abweichung des Kunden von den Empfehlungen des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von Druckunterlagen zurückführen lassen (siehe Seite Digitale Anzeigenübermittlung in dieser Preisliste), führen zu keinem Preisminderungsanspruch.
- c) Für die Übertragung von digital übermittelten Druckvorlagen dürfen nur geschlossene Dateien verwendet werden, also solche Dateien, an denen der Verlag inhaltlich keine Möglichkeit der Veränderung hat. Offene Dateien, z. B. Dateien, welche unter Corel Draw, QuarkXPress, Freehand usw. gespeichert wurden, können vom Verlag nicht weiterbearbeitet werden. Der Verlag kann bei offenen Dateien für die inhaltliche Richtigkeit nicht in Anspruch genommen werden.
- d) Bei Übermittlung von mehreren zusammengehörenden Dateien hat der Kunde dafür Sorge zu tragen, dass diese Dateien innerhalb eines gemeinsamen Verzeichnisses (Ordner) gesendet bzw. gespeichert werden.
- e) Digital übermittelte Druckvorlagen für Farbanzeigen können nur mit einem auf Papier gelie-

- ferten Farb-Proof zuverlässig verarbeitet werden. Ohne Farb-Proof sind Farbabweichungen unvermeidbar, die keinen Preisminderungsanspruch auslösen können.
- f) Werden digital übermittelte Druckvorlagen per Diskette, Cartridge oder CD-ROM an den Verlag übermittelt, werden diese nur auf besonderen Wunsch, und gegen eine pauschale Versandgebühr von 2,50 EUR an den Kunden zurückgeschickt.
- g) Der Kunde hat vor einer digitalen Übermittlung von Druckvorlagen dafür Sorge zu tragen, dass die übermittelten Dateien frei von evtl. Computerviren sind. Entdeckt der Verlag auf einer ihm übermittelten Datei Computerviren, wird diese Datei sofort gelöscht, ohne dass der Kunde hieraus Ansprüche geltend machen könnte. Der Verlag behält sich zudem vor, den Kunden auf Schadenersatz in Anspruch zu nehmen, wenn durch solche durch den Kunden infiltrierten Computerviren dem Verlag Schäden entstanden sind.

AUDIN



AUDIN Verlag GmbH

Der Fahrzeug- und Metall-Lackierer

Knöbelstraße 36

803538 München

Telefon: 089/24 22 83-0

Telefax: 089/24 22 83-19

E-Mail: fml@audin.de

Internet: www.fml-aktuell.de