



Das Fach- und Wirtschaftsmagazin  
der Logistik-Branche



MEDIADATEN2008

[www.logistik-inside.de](http://www.logistik-inside.de)



WIR SIND FÜR SIE DA: **TELEFON 0 89 / 43 72-**



**-2136**

**THOMAS MERZ**

**Anzeigenleiter Transport & Logistik**  
thomas.merz@springer.com

Fax: 0 89 / 43 72 - 23 98



**-2223**

**DARIUS HUPKA**

**Mediaberater**  
darius.hupka@springer.com

Fax: 0 89 / 43 72 - 23 98



**-2235**

**FRANK SCHIMANN**

**Mediaberater**  
frank.schimann@springer.com

Fax: 0 89 / 43 72 - 23 98



**-2238**

**UTA UNKEL**

**Kundenzeitschriften  
Beratung Corporate Publishing**  
uta.unkel@springer.com  
Fax: 0 89 / 43 72 - 24 77



**-2124**

**ANDREA VOLZ**

**Key Account Manager Online**  
andrea.volz@springer.com

Fax: 0 89 / 43 72 - 23 98

**LOGISTIK inside bietet mehr:**

- Kostenloser Mediaservice
- Repräsentative Empfängerstrukturanalysen
  - Auflagenstruktur-Poster
- Wettbewerbsbeobachtungen
  - Image-Ranking

Weitere Dienstleistungen auf Anfrage



**-2755**

**AGNES FROSCH**

**Anzeigenverwaltung**  
agnes.frosch@springer.com

Fax: 0 89 / 43 72 - 21 58

**Springer Transport Media GmbH · Neumarkter Straße 18 · 81673 München**  
**Telefon 0 89 / 43 72-22 24 · Fax 0 89 / 43 72-23 98**  
**anzeigen-vhv@springer.com · www.logistik-inside.de**

# **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\* ✓
- Renommierte Medienpartner ✓
- Kontinuierliches Wachstum ✓
- Hohe verkaufte Auflage ✓

Medienpartner:



LOGISTIK inside erfüllt alle vier Kriterien 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:** 7. Jahrgang 2008

**4 Web-Adresse (URL):** [www.logistik-inside.de](http://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:** (089) 43 72-0  
**Telefax:** (089) 43 72-23 98  
**Internet:** [www.mediacentrum.de](http://www.mediacentrum.de)  
**E-Mail:** [anzeigen-vhv@springer.com](mailto:anzeigen-vhv@springer.com)

## 9 Redaktion:

**Chefredakteurin:** Anita Würmser  
[anita.wuermser@springer.com](mailto:anita.wuermser@springer.com)

## 10 Anzeigen:

**Gesamtanzeigenleiterin:** Michaela Lenz  
**Anzeigenleiter:** Thomas Merz  
[thomas.merz@springer.com](mailto:thomas.merz@springer.com)

## 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](mailto:vertriebsservice@springer.com)

## 12 Bezugspreis:

Jahresabonnement Inland: 133,00 € zzgl. 12,00 € Versand  
 inkl. 7% MwSt.  
 Jahresabonnement Ausland: 133,00 € zzgl. 19,20 € Versand  
 inkl. 7% MwSt.  
 Einzelverkaufspreis: 12,50 € zzgl. 1,90 € Versand  
 inkl. 7% MwSt.

## 13 ISSN:

1618-484X

## 14 Umfangs-Analyse:

2006 = 12 Ausgaben  
**Format der Zeitschrift:** 210 mm (B), 279 mm (H)  
**Gesamtumfang:** 826 Seiten = 100,0%  
**Redaktioneller Teil:** 635 Seiten = 76,9%  
**Anzeigenteil:** 191 Seiten = 23,1%  
 davon  
 Stellen- und Gelegenheitsanzeigen: 6 Seiten = 2,9%  
 Einhefter/Durchhefter: 0 Seiten = 0,0%  
 Verlagsene Anzeigen: 91 Seiten = 47,6%  
 Beilagen: 9 Stück

## 15 Inhalts-Analyse Redaktion:

-

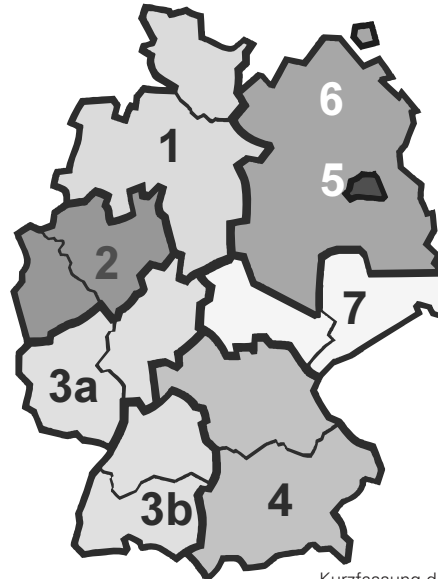
**16 Auflagenkontrolle:**

**17 Auflagenanalyse:** Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt  
01.07.06 – 30.06.07

<b>Druckauflage:</b>	21.547		
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):</b>	20.991	davon Ausland:	704
<b>Verkaufte Auflage:</b>	7.225	davon Ausland:	269
– Abonnierte Exemplare:	1.612	davon Mitgliederstücke:	-
– Einzelverkauf:	-		
– Sonstiger Verkauf:	5.614		
<b>Freistücke:</b>	13.766		
<b>Rest-, Archiv-, Belegexemplare:</b>	556		

**18 Geographische Verbreitungsanalyse:**

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	96,7	20.287
Ausland	3,3	704
<b>tatsächl. verbr. Auflage</b>	<b>100,0</b>	<b>20.991</b>



Nielsen-Region	tatsächlich verbreitete Inlands-Auflage
1	3.486
2	3.861
3 a	3.648
3 b	3.432
4	3.623
5	412
6	805
7	1.020
<b>tvA gesamt</b>	<b>20.287</b>

Kurzfassung der Erhebungsmethode siehe Anhang

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.

Termine		Redaktionelle Schwerpunkte			Große Sonderteile		Veranstaltungen		
Ausgabe	Stammheft	Erscheinung/ Anzeigenschluss	IT-Lösungen	Intralogistik/ Warehousing	Dienstleistungen	Specials	Serien	Messen & Kongresse	
	Sonderbeilage	ET: Erscheinungstermin AS: Anzeigenschluss DU: Druckunterlagenschluss RS: Rubrikanzeigenschluss							
Januar	<b>1</b>	<b>LOGISTIK inside Nr. 01/2008</b> Who is Who der Logistik 2008 ET: 29.12.07 Firmenporträts: AS: 14.11.07 DU: 16.11.07 Formatanzeigen: AS: 28.11.07 DU: 05.12.07	<h2>Who is Who der Logistik 2008</h2> <p>Der große Branchenguide für Logistik, IT und Supply Chain Management</p>						
	Februar	<b>2</b>	<b>LOGISTIK inside Nr. 02/2008</b> ET: 25.01.08 AS: 04.01.08 DU: 10.01.08 RS: 15.01.08	WMS, RFID, Barcode, Drucker	Stapler/ Hubwägen	Automobillogistik Frischelogistik, Versandhandel/ KEP-Dienste	<b>Warehousing</b> Lager-, Versandssysteme, Outsourcing	<b>Teil 1: Sicherheitssysteme</b>	<b>Fruit Logistica</b> , Berlin, 07.02.-09.02.2008 <b>LogiMAT</b> , Stuttgart, 19.02.-21.02.2008 <b>VDA Logistik-Kongress, Stuttgart</b> , 26.02.-27.02.2008
		<b>Wandkarte China 2008</b> ET: 25.01.08 AS - /DU-Termine unter Sonderhefte							
März	<b>3</b>	<b>LOGISTIK inside Nr. 03/2008</b> ET: 29.02.08 AS: 08.02.08 DU: 14.02.08 RS: 19.02.08	Telematik, SCM, ERP, E-Logistics, WMS, RFID, Telekommunikation, Business Intelligence, CRM, Handterminals	Ladehilfen, Tore, Rampen	Railcargo, Binnenschifffahrt, Kontraktlogistik, Logistikkimmobilien, Logistikregionen, GVZ	<b>Messe-Special: CeBIT 2008</b>	<b>Teil 2: Sicherheitssysteme</b>	<b>BVL-Logistics Forum</b> , Duisburg, 05.03.-06.03.2008 <b>CeBIT 2008</b> , Hannover, 04.03.-09.03.2008 <b>SITL</b> , Paris 11.03.-14.03.2008	
		<b>Sonderheft: CeMAT.Live</b> World of Intralogistics 2008 ET: 29.02.08 AS - /DU-Termine unter Sonderhefte							

April	4	<b>LOGISTIK inside</b> Nr. 04/2008	ET: 28.03.08 AS: 05.03.08 DU: 11.03.08 RS: 14.03.08	Kommissioniersysteme Pick-by-Voice, Voice-Control	Stapler, Automation, Krane, Roboter	Chemie-/Pharma- Logistik, Gefahrgutlogistik, Osteuropa	<b>Verpackung/Versand,</b> Mehrwegsysteme, Transportverpackungen, Versandsysteme, Paletten	<b>Intertraffic,</b> Amsterdam, 01.04.-04.04.2008 <b>17. Deutscher Materialfluss- Kongress,</b> Garching, 03.04.-04.04.2008 <b>Hannover Messe,</b> Hannover, 21.04.-25.04.2008 <b>Interpack,</b> Düsseldorf, 24.04.-30.04.2008	
	5	<b>LOGISTIK inside</b> Nr. 05/2008	ET: 25.04.08 AS: 04.04.08 DU: 10.04.08 RS: 15.04.08	E-Procurement, SRM	Lager- und Fördertechnik, Regale, Lagerreinigung	Konsumgüter- logistik, Entsorgung, Abfalllogistik, Dokumenten- management	<b>Aircargo</b>	<b>Seacargo Teil 1</b>	<b>IFAT,</b> München 05.05.-09.05.2008 <b>E-Procure,</b> Nürnberg, 07.05.-08.05.2008 <b>ECR Europe Conference,</b> Berlin, 27.05.-29.05.2008 <b>CeMAT,</b> Hannover, 27.05.-31.05.2008 <b>EURO ID,</b> Köln 13.05.-15.05.2008
		<b>Logistik-ATLAS</b> 2008 Logistikstandorte Deutschland, Europa, Asien, Amerika <b>KEP I</b>	ET: 25.04.08 AS - /DU-Termine unter Sonderhefte						
Juni	6	<b>LOGISTIK inside</b> Nr. 06/2008	ET: 23.05.08 AS: 29.04.08 DU: 06.05.08 RS: 09.05.08	Telematik	Intralogistik	Internationale Logistik. Beschaffung China/Indien, Kontraktlogistik, Logistikimmobilien, Logistikregionen, GVZ	<b>Messe-Special: CeMAT 2008</b>	<b>Seacargo Teil 2</b>	<b>EuroCARGO,</b> Köln 17.06.-19.06.2008 <b>Transport Logistik China,</b> Shanghai, 17.06.-19.06.2008

Termine			Redaktionelle Schwerpunkte			Große Sonderteile		Veranstaltungen
Ausgabe	Stammheft	Erscheinung/ Anzeigenschluss ET: Erscheinungstermin AS: Anzeigenschluss DU: Druckunterlagenschluss RS: Rubrikanzeigenschluss	IT-Lösungen	Intralogistik/ Warehousing	Dienstleistungen	Specials	Serien	Messen & Kongresse
	Sonderbeilage							
7/8	<b>LOGISTIK inside</b> Nr. 07-08/2008	ET: 27.06.08 AS: 06.06.08 DU: 12.06.08 RS: 17.06.08	Logistiksoftware Produktions- logistik	Großer Nachbericht CeMAT 2008, Verpackungen	Osteuropa/ Russland, Ersatzteillogistik/ AfterSales, Supply Chain Management, Finanzierung/ Versicherung	<b>KEP – Kurier-, Express-, Paket- und Postdienste</b>	<b>Nutzfahrzeuge Teil 1</b>	
	<b>Wandkarte Russland/ Osteuropa</b>	ET: 27.06.08 AS - /DU-Termine unter Sonderhefte						
9	<b>LOGISTIK inside</b> Nr. 09/2008	ET: 29.08.08 AS: 07.08.08 DU: 13.08.08 RS: 19.08.08	WMS, LVS, Telematik, Barcode, RFID	Stapler, Lagerreinigung, Ladehilfen, Tore, Rampen	Logistikberatung, Personaldienst- leistungen, Zeitarbeit	<b>Messe-Special IAA Nutzfahrzeuge 2008</b>	<b>Nutzfahrzeuge Teil 2</b>	<b>9. ECR-Tag, Zürich,</b> 04.09.-05.09.2008 <b>Dortmunder Gespräche,</b> Dortmund, 02.09.-11.09.2008 <b>IAA – Nutzfahrzeuge,</b> Hannover, 25.09.-02.10.2008
	<b>Who is Who Aircargo 2008</b>	ET: 29.08.08 AS - /DU-Termine unter Sonderhefte						



Oktober	10	<b>LOGISTIK inside</b> Nr. 10/2008	ET: 26.09.08 AS: 05.09.08 DU: 11.09.08 RS: 16.09.08	Auto-ID, SCM, ERP, E-Logistics, WMS, Business Intelligence, CRM Sicherheitssysteme, Videoüberwachung	Intralogistik, Kommissionier-technik, Pick-by-Voice	Baustofflogistik, Outsourcing, Kontraktlogistik, Versandhandel	<b>Logistik-Immobilien</b> Bau/Vermietung, Logistik-Finanzierung, Versicherung, Logistikregionen, GVZ	<b>Nutzfahrzeuge Teil 3</b>	<b>Expo Real</b> , München 06.10.-08.10.2008 <b>BVL-/Deutscher Logistik-Kongress</b> , Berlin, 22.10.-24.10.2008 <b>Security</b> , Essen 07.10.-10.10.2008 <b>SYSTEMS</b> , München 21.10.-24.10.2008 <b>Orgatec</b> , Köln 21.10.-25.10.2008
	11	<b>LOGISTIK inside</b> Nr. 11/2008	ET: 31.10.08 AS: 12.10.08 DU: 16.10.08 RS: 21.10.08	E-Procurement, SRM, SCM	Automation, Krane, Roboter, FTS	Supply Chain Management, Postdienste, Großer Nachbericht BVL-Kongress	<b>Kombinierter Verkehr</b> Seehäfen, Railcargo, Binnenschifffahrt	<b>Preisverleihung Image-Awards 2008</b>	<b>43. BME-Symposium</b> , Berlin 10.11.-12.11.2008 <b>Brau</b> , Nürnberg 12.11.-14.11.2008 <b>Pack &amp; Move</b> , Basel 18.11.-21.11.2008
	<b>KEP II</b>	ET: 31.10.08 AS: 12.10.08 DU: 16.10.08							
November	12	<b>LOGISTIK inside</b> Nr. 12/2008	ET: 28.11.08 AS: 07.11.08 DU: 12.11.08 RS: 18.11.08	Logistiksoftware	Intralogistik, Stapler, Verpackungen	Supply Chain Management, Logistikoutsourcing, Aircargo	<b>Auto-ID</b> Barcode, RFID, Drucker, Datenfunk, Handterminals	<b>Copy-Test</b>	
		<b>Wandkalender</b>	ET: 28.11.08 AS - /DU-Termine unter Sonderhefte						
Dezember	1/09	<b>LOGISTIK inside</b> Nr. 01/2009 Who is Who der Logistik 2009	ET: 31.12.08 Firmenporträts: AS: 15.11.08 DU: 17.11.08 Formatanzeigen: AS: 28.11.08 DU: 04.12.08	<b>Who is Who der Logistik 2009</b> Der große Branchenguide für Logistik, IT und Supply Chain Management					
Januar									



## 1 Auflage:

Druckauflage: 21.547 Exemplare  
Tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt  
(lt. AMF-Schema 2, Ziffer 17): 20.991 Exemplare

## 2 Zeitschriftenformat:

210 x 279 mm (Breite x Höhe)  
185 x 250 mm beschnitten (Breite x Höhe)  
203 x 274 mm unbeschnitten (Breite x Höhe)  
(siehe auch Informationsblatt "Formate")

## Satzspiegel:

185 mm breit, 250 mm hoch, Spaltenzahl: 4 Spalten, Spaltenbreite: 43 mm  
(Seitenaufbau siehe Informationsblatt "Formate")

## 3 Druck- und Bindeverfahren, Druckunterlagen:

Offsetdruck, Klammerheftung. Bei der Anlieferung digitaler Daten beachten Sie bitte unser Merkblatt „Richtlinien für die Übernahme digitaler Daten“. Positiv-Filme (seitenverkehrt) bis 54er Raster werden redigitalisiert. Bei Lithos, Reinzeichnungen, Aufsichtsvorlagen oder Dias werden die Reproduktionskosten in Rechnung gestellt.

## 4 Termine:

**Erscheinungsweise:** 11 x jährlich

**Erscheinungstermine,  
Anzeigen- und**

**Druckunterlagenchluss:** siehe Termin- und Themenplan.

## 5 Verlag:

Springer Transport Media GmbH  
Neumarkter Str. 18 · 81673 München  
Postfach 80 20 20, 81620 München  
Frank Schimann  
Telefon: 0 89/43 72-22 35

Darius Hupka  
Telefon: 0 89/43 72-22 23

E-Mail: [anzeigen-vhv@springer.com](mailto:anzeigen-vhv@springer.com)

## 6 Zahlungsbedingungen:

- per Bankeinzug 3% Skonto  
- innerhalb von 10 Tagen 2% Skonto  
- innerhalb von 30 Tagen nach Rechnungsdatum netto  
UST-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 253	420 x 279	<b>7.515,-</b>	<b>11.245,-</b>
1/1 Seite	4-spaltig	185 x 253	210 x 279	<b>3.730,-</b>	<b>5.625,-</b>
2/3 Seite	4-spaltig	185 x 170	210 x 192	<b>2.475,-</b>	<b>3.750,-</b>
1/2 Seite	2-spaltig	90 x 253	102 x 279	<b>1.890,-</b>	<b>3.000,-</b>
	4-spaltig	185 x 125	210 x 140		
	Juniorpage	135 x 170	135 x 170		
1/3 Seite	1-spaltig	60 x 253	72 x 279	<b>1.340,-</b>	<b>2.365,-</b>
	4-spaltig	185 x 85	210 x 98		
1/4 Seite	1-spaltig	45 x 253	57 x 279	<b>1.120,-</b>	<b>2.050,-</b>
	2-spaltig	90 x 125	-		
	4-spaltig	185 x 65	210 x 82		
1/8 Seite	1-spaltig	45 x 125		<b>605,-</b>	<b>1110,-</b>
	2-spaltig	90 x 165			
	4-spaltig	185 x 33			
2., 3., 4. Umschlagseite nur mit Anschnitt			210 x 279		<b>6.455,-</b>

\* + 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 € 645,-

### 8.3 Formate:

Anzeigen über Bund -  
Anzeigen über Satzspiegel -  
Angeschnittene Anzeigen (nur 1/1 Seite) -

## 9 Rubrikanzeigen:

Rubrikanzeigen	pro mm (1-sp., 43 mm breit) sw	3,04 €
	pro mm (1-sp., 43 mm breit) farbig	3,79 €
Stellengesuche	pro mm (1-sp., 43 mm breit) sw	1,29 €
Chiffregebühr		10,00 €

## 10 Sonderwerbformen:

siehe Preisblatt "Sonderwerbformen"

## 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	€ 3.730,-
4-seitig	€ 7.460,-
6-seitig	€ 11.190,-
8-seitig	€ 14.920,-

(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 8 cm Breite versehen werden. Der Preis gilt für Papiergewicht bis 170 g/qm (stärkere Papiere auf Anfrage).

## 14 Beilagen (nicht rabattierfähig):

lose eingelegt, maximale Größe 203 mm x 275 mm.

Gewicht der Beilage	Beilagenpreis je 1.000 Stück
bis 25 g	€ 160,-
bis 50 g	€ 220,-
über 50 g	auf Anfrage

Zahl der Beilagen auf Anfrage. Teilbeilagen ab 5000 Exemplaren möglich.

## 15 Aufgeklebte Werbemittel (nicht rabattierfähig):

Postkarten pro Tausend	€ 85,-
------------------------	--------

Prospekte/Warenmuster auf Anfrage, nach Vorlage eines Musters.  
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“ Ausgabe (Nr.)  
10 Muster vorab an die Anzeigenabteilung

Unsere AGBs finden Sie unter [www.mediacentrum.de](http://www.mediacentrum.de)

## WHO IS WHO DER LOGISTIK 2009

### 1. Kurzprofil



**Erscheinungsweise**  
jährlich

**Erscheinungstermin**  
31. Dezember 2008

**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-Bbranchenguide unter [www.logistik-inside/branchenguide](http://www.logistik-inside/branchenguide) für ein Jahr veröffentlicht.

### 3. Termine

**Erscheinungstermin** 31. Dezember 2008

**Firmenporträts**  
Anzeigenschluss 15. November 2008  
Druckunterlagenschluss 17. November 2008

**Formatanzeigen**  
Anzeigenschluss 28. November 2008  
Druckunterlagenschluss 4. Dezember 2008

### 4. Preise und Formate

**Firmenporträts (1/1-Seite, 4c)**  
Print (B 210 x H 279) & Online 1.550,- €

**Formatanzeigen im Anschnitt (4c)**  
Umschlagsseite (B 210 x H 279) 6.455,- €  
1/1-Seite (B 210 x H 279) 5.625,- €  
1/2-Seite hoch (B 102 x H 279) 3.000,- €  
1/2-Seite quer (B 210 x H 140) 3.000,- €

### 5. Mediaberatung

**Darius Hupka**  
Telefon: 0 89/43 72-22 23  
E-Mail: [darius.hupka@springer.com](mailto:darius.hupka@springer.com)

**Frank Schimann**  
Telefon: 0 89/43 72-22 35  
E-Mail: [frank.schimann@springer.com](mailto:frank.schimann@springer.com)

## 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, Euroscala, Offsetpositive 60er Raster

### Disposition

Agnes Frosch  
Telefon: 0 89/43 72-27 55  
E-Mail: who-is-who@springer.com

## 7. Online-Porträt

### Web-Adresse (URL)

[www.logistik-inside.de/branchenguide](http://www.logistik-inside.de/branchenguide)



### Online-Rubriken

Logistikdienstleistungen  
Intralogistik / Lagertechnik & Zubehör  
Beratung IT-Lösungen / Hard- und Software  
Immobilien / Logistikgewerbegebiete  
Nutzfahrzeuge & Zubehör  
Finanzdienstleistungen  
Marktplätze  
Bürobedarf  
Aus- und Weiterbildung / Forschung  
Verbände / Messen / Behörden  
Bücher / Zeitschriften / Online-Dienste

### Online-Branchenguide

Als fester Bestandteil der Online-Plattform [www.logistik-inside.de](http://www.logistik-inside.de) bietet der Online-Branchenguide eine umfassende Marktübersicht der Logistikbranche in Deutschland. Die übersichtlichen Firmenporträts sind 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 im Stammheft

## WHO IS WHO AIRCARGO 2008

### 1. Kurzprofil



### Print-Porträt



**Erscheinungsweise**  
jährlich

**Erscheinungstermin**  
29. August 2008

**Zielgruppe**  
Logistik-Entscheider

**Auflage**  
ca. 22.000 Exemplare

**Umfang**  
ca. 40 Seiten

**Format**  
auf Anfrage

### Online-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/branchenguide** für ein Jahr veröffentlicht. Medienpartner: BARIG, BME, DSLV.

### 3. Termine

**Erscheinungstermin** 29. August 2008

**Firmenporträts**  
Anzeigenschluss 11. Juli 2008  
Druckunterlagenschluss 14. Juli 2008

**Formatanzeigen**  
Anzeigenschluss 28. Juli 2008  
Druckunterlagenschluss 4. August 2008

### 4. Preise und Formate

**Firmenporträts (1/1-Seite, 4c)**  
Print & Online: 1.550,- €

**Formatanzeigen (4c)**  
Titelseite: 7.150,- €  
Umschlagsseite: 6.455,- €  
1/1-Seite: 5.625,- €  
1/2-Seite: 3.000,- €

### 5. Mediaberatung

**Darius Hupka**  
Telefon: 0 89/43 72-22 23  
E-Mail: [darius.hupka@springer.com](mailto:darius.hupka@springer.com)

# Logistik ATLAS 2008

## 1. Kurzprofil



**Erscheinungsweise**  
jährlich

**Erscheinungstermin**  
25. April 2008

**Zielgruppe**  
Logistik-Entscheider

**Auflage**  
ca. 22.000 Exemplare

**Umfang**  
ca. 40 Seiten

**Format**  
auf Anfrage

### Online-Porträt



### Print-Porträt



## 2. Charakteristik

Der Logistik ATLAS 2008 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 2008. Die Porträts werden zusätzlich im Online-Branchenguide unter **www.logistik-inside/branchenguide** für ein Jahr veröffentlicht.

### 3. Termine

**Erscheinungstermin** 25. April 2008

**Firmenporträts**  
Anzeigenschluss 6. März 2008  
Druckunterlagenschluss 10. März 2008

**Formatanzeigen**  
Anzeigenschluss 25. März 2008  
Druckunterlagenschluss 1. April 2008

### 4. Preise und Formate

**Firmenporträts (1/1-Seite, 4c)**  
Print & Online: 1.550,- €

**Formatanzeigen (4c)**  
Titelseite: 7.150,- €  
Umschlagsseite: 6.455,- €  
1/1-Seite: 5.625,- €  
1/2-Seite: 3.000,- €

### 5. Mediaberatung

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

## VISITENKARTE PRINT & ONLINE

### 1. Visitenkarte im Branchenguide

**CargoOffice**  
 Neumarkter Str. 18  
 81673 München  
 Tel. +49 (0)89 4372-1210  
 Fax +49 (0)89 4372-1156  
 www.cargooffice.de  
 info@cargooffice.de




---

**USP:** Luftfrachtraten-Management schnell und komfortabel:  
 Raten, Promos, Cargo Flugplaninfos, lokale Ansprechpartner  
 und vieles mehr von 240 Airlines für alle deutschen Flughäfen.

### 2. Eintrag im Online Branchenguide

**CargoOffice**

**CargoOffice**  
 Neumarkter Straße 18  
 81673 München  
 Tel. +49 (0)89 4372-12 10  
 Fax +49 (0)89 4372-11 56  
 www.cargooffice.de  
 info@cargooffice.de




---

**USP:** Luftfrachtraten-Management schnell und komfortabel:  
 Raten, Promos, Cargo Flugplaninfos, lokale Ansprechpartner  
 und vieles mehr von 240 Airlines für alle deutschen Flughäfen.

### 3. Charakteristik

Die Visitenkarte Print & Online bietet kleinen als auch großen Unternehmen die Möglichkeit die Zielgruppen der *LOGISTIK* inside regelmäßig und crossmedial zu erreichen. Für 1.195,- € 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:	1.195,- €
Nur Print:	895,- €
Nur Online:	595,- €

Standard-Format (4c) (59 mm breit x 36 mm hoch)

### 7. Mediaberatung

#### Darius Hupka

Telefon: 0 89/43 72-22 23  
 E-Mail: [darius.hupka@springer.com](mailto:darius.hupka@springer.com)

#### Frank Schimann

Telefon: 0 89/43 72-22 35  
 E-Mail: [frank.schimann@springer.com](mailto:frank.schimann@springer.com)



## WANDKARTEN 2008

### 1. Muster Karte



#### Karten-Format

800mm breit x 540mm hoch

#### Element-Format

94mm breit x 84mm hoch

### 2. Preise und Anzeigenformate

1 Element	€ 1.450,-
2 Elemente	€ 2.500,-
3 Elemente	€ 3.350,-

### 3. Termine Wandkarte CHINA 2008

Erscheinungstermin	25.01.2008
Anzeigenschluss	06.12.2007
Druckunterlagenchluss	02.01.2008

### 4. Termine Wandkarte RUSSLAND/OSTEUROPA 2008

Erscheinungstermin	27.06.2008
Anzeigenschluss	16.05.2008
Druckunterlagenchluss	05.06.2008

## WANDKALENDER 2009

### 1. Muster Kalender



#### Kalender-Format

800mm breit x 540mm hoch

#### Element-Format

94mm breit x 84mm hoch

### 2. Preise und und Anzeigenformate

1 Element	€ 1.450,-
2 Elemente	€ 2.500,-
3 Elemente	€ 3.350,-

### 3. Termine Wandkalender 2009

Erscheinungstermin	24.11.2008
Anzeigenschluss	22.10.2008
Druckunterlagenchluss	04.11.2008

### 4. Mediaberatung

#### Darius Hupka

Telefon: 0 89/43 72-22 23

E-Mail: [darius.hupka@springer.com](mailto:darius.hupka@springer.com)

#### Frank Schimann

Telefon: 0 89/43 72-22 35

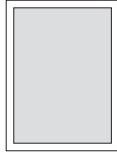
E-Mail: [frank.schimann@springer.com](mailto:frank.schimann@springer.com)

## Satzspiegelformate (in mm/Breite x Höhe)



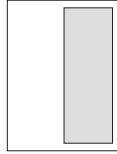
2/1 über Bund

393 mm x 253 mm  
(inkl. je 3 mm Beschnitt im Bund)



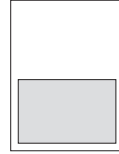
1/1

185 x 253



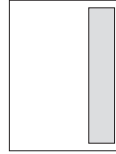
1/2 hoch

90 x 253



1/2 quer

185 x 125



1/3 hoch

60 x 253



1/3 quer

185 x 85



1/4 2-sp.

90 x 125



1/4 hoch

45 x 253



1/4 quer

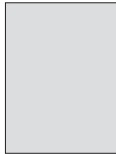
185 x 65

## Anschnittformate (in mm/Breite x Höhe)\*



2/1 über Bund  
angeschnitten

420 x 279 mm\*



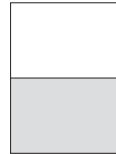
1/1 ang.

210 x 279\*



1/2 hoch

102 x 279\*



1/2 quer

210 x 140\*



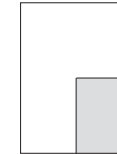
1/3 hoch

72 x 279\*



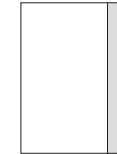
1/3 quer

210 x 98\*



1/4 2-sp.

57 x 279\*



1/4 hoch

57 x 279\*

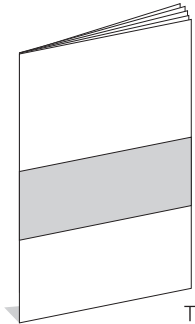


1/4 quer

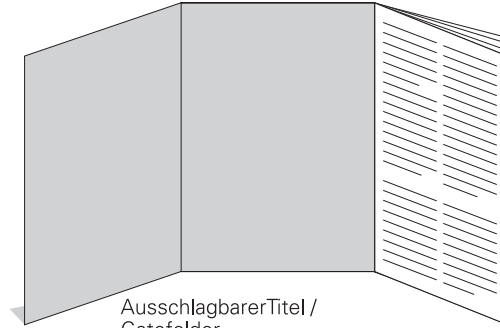
210 x 82\*

\* + 4 mm Beschnitt an den Außenkanten

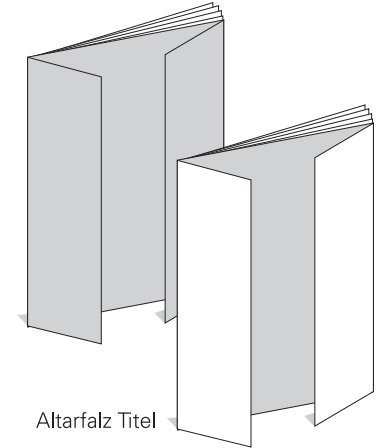
Anschnittformate gelten nicht für die Sonderhefte



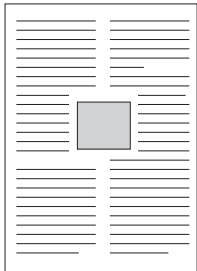
Titell-Banderole



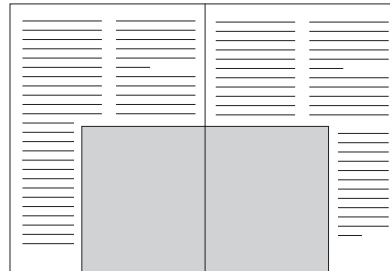
Ausschlagbarer Titel /  
Gatefolder



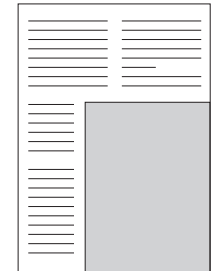
Altarfalz Titel



Inselanzeige



Tunnelanzeige



Juniorpage

**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 aus der Logistik, die sich mit Waren- und Informationsfluss beschäftigen

**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, Fax 0 89/43 72-23 98  
E-Mail: andrea.volz@springer.com

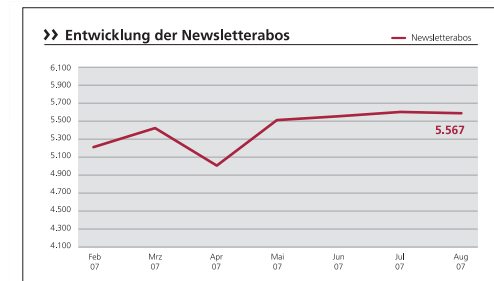
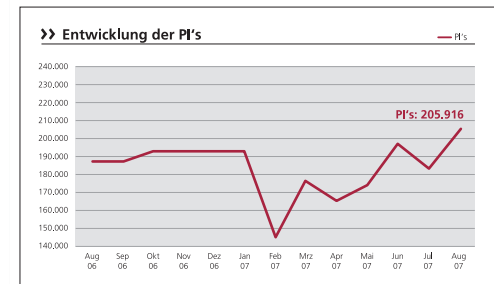
Die Ansprechpartner für die Standard-Online-Werbeformen entnehmen Sie bitte der Umschlagseite.

**6 Zugriffskontrolle:**  geprüfter Online-Dienst seit 08/2007

**7 Zugriffe:**

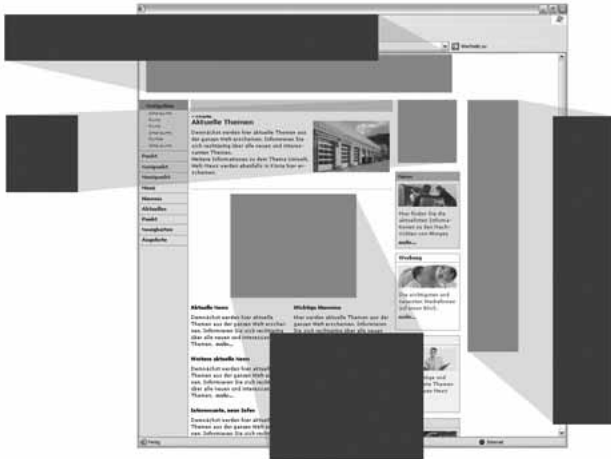
Visits: 72.629 (Stand August 2007)

Pageimpressions: 205.916 (Stand August 2007)



## 8 Werbeformen und Preise:

### Bannerwerbung



Werbeformen & Preise	Beschreibung & Format	TKP (Preis je 1.000 Einblendungen)
<b>Superbanner</b>	728 x 90 Pixel	42,00 € zzgl. MwSt.
<b>Skyscraper</b>	120 x 600 Pixel oder 200 x 400 Pixel	42,00 € zzgl. MwSt.
<b>Rectangle</b>	300 x 250 Pixel	62,00 € zzgl. MwSt.
<b>Kombi-Paket (Tandem-Ad)</b>	Gleichzeitige Einblendung von: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Superbanner</li> <li>• Skyscraper</li> <li>• Contentbanner (440 x 40 Pixel)</li> </ul>	62,00 € zzgl. MwSt.
<b>Pop-Up / Pop-Under (Layer)</b>	200 x 300 Pixel Sonderformate auf Anfrage	42,00 € zzgl. MwSt.
<b>Werbeboxen (Flexbox)</b>	Ihre Werbebox erscheint in einem ausgewählten Bereich mit Text und Logo/Bild	Preis auf Anfrage

Sonderwerbeformen auf Anfrage

Sponsoring auf ausgewählte Seiten auf Anfrage

\* gültig ab 01.10.2007; alle Preise zzgl. der gesetzlichen MwSt.

### Kurzcharakteristik:

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

**Newsletter-Abonnenten:** 5.567 (Stand 08/2007)

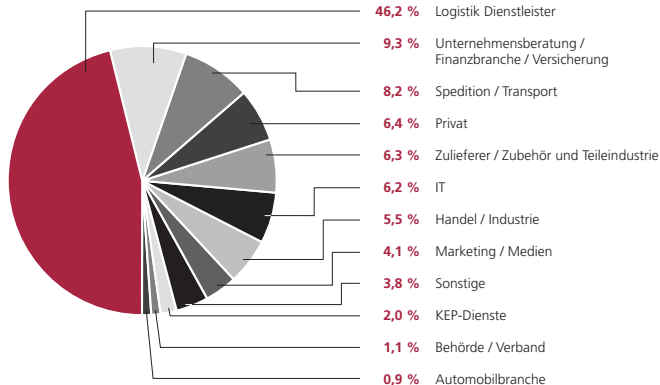
### Laufzeit/Belegung:

Dauer, Anzahl und Zeitpunkt der Banner- bzw. Werbeschaltung richten sich nach der Verfügbarkeit und Ihren Wünschen.

Newsletterwerbung	Html-Format	Text-Format
<b>Platzierungen</b>	<u>Erstplatzierung:</u> Erste Werbung vor dem Nachrichtenüberblick <u>Zweitplatzierung:</u> Folgeplatzierungen zwischen den Meldungen	
<b>Druckunterlagen</b> Bitte schicken Sie immer Druckunterlagen für beide Newsletter-Formate!	Banner: statisches oder animiertes Gif, max. 30 KB, 650 x 150 Pixel, ein Hyperlink	Text: max. 10 Zeilen á 72 Zeichen, inkl. URL und Email
<b>TKP</b> (Preis je 1.000 Newsletter)	<u>Erstplatzierung:</u> <b>38,00 €</b> je Schaltung (zzgl. MwSt.) <u>Zweitplatzierung:</u> <b>28,00 €</b> je Schaltung (zzgl. MwSt.)	

\* gültig ab 01.10.2007; alle Preise zzgl. der gesetzlichen MwSt.

## Branchenverteilung der Newsletter-Abonnenten



**9 Datenanlieferung:** Telefon 0 89/43 72-23 12, Fax 0 89/43 72-21 58  
E-Mail: [online-inserate-hvogel@springer.com](mailto:online-inserate-hvogel@springer.com)

### Bannerwerbung:

- Bannerformate: Superbanner: 728x90; Skyscraper 120x600 oder 200x300 oder 200x400; Contentbanner 440x40, Rectangle 300x250
- Bei Flash-Dateien (Bannern) benötigen wir ein alternatives GIF (statisch oder animiert), Flash- und GIF-Banner dürfen in der Addition nicht größer als 60 KB sein
- Bitte die Ziel-URL angeben
- Zum Zählen der Klicks bitte den Click-Tag einbauen (s. PDF-Flashtracking)

### Newsletterwerbung:

- Newsletterformate (2 Möglichkeiten):  
Inserat im Textformat mit verlinktem Logo: 6-8 Zeilen à 72 Zeichen + Logo (ca. 150x150 px, max. Größe 20 KB)  
oder  
als Banner 650x150 px GIF-Banner (statisch oder animiert, max. Größe 30 KB)
- Bitte die Ziel-URL angeben
- Alternativtext für Textnewsletter immer erforderlich!

## 10 Stellenmarkt:

Dauer	Dateiformat	Portal	Preis
4 Wochen	PDF/html	<a href="http://www.logistik-inside.de">www.logistik-inside.de</a>	495,- €
4 Wochen	PDF/html	<a href="http://www.logistik-inside.de">www.logistik-inside.de</a> + Jobware	995,- €

Zusätzlich kann für 100,- € ein Hinweis des Jobangebotes auf der Homepage gebucht werden.

Mehr Informationen finden Sie unter [www.mediacentrum.de](http://www.mediacentrum.de)

## 11 Web TV

Willkommen beim Web TV von Logistik inside online, dem neuen multimedialen Informationskonzept: Hier finden Sie professionell produzierte TV-Beiträge zu aktuellen Messen und zu speziellen Unternehmen.

### Ihr Nutzen

- 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

## Machen Sie unsere Leistung zu Ihrem Erfolg...

...und entscheiden Sie sich für ein Jahr Präsenz mit dem Beitrag Ihres Unternehmens am Puls der Zielgruppe. Unterstützt wird dieses neue Werbeforum der crossmedialen Zielgruppenansprache durch regelmäßige Infokampagnen über unseren Online-Dienst sowie unsere Print-Publikationen.

### Preise für den Dreh auf einer Fachmesse

(gilt nur für ausgewählte Messen)

Format	Inhalt	Preis zzgl. MwSt.
Aussteller-Porträt (ca. 3 min.)	Darstellung Ihrer Firma und Produktpalette auf Ihrem Messestand	€ 5.100,-
Produktvorführung (ca. 3 min)	Darstellung Ihres Messe-Highlights in seiner ganzen Funktionalität	€ 5.100,-
Interview/ Im Gespräch (ca. 3 min.)	Ihre Möglichkeit interessante Sachverhalte im Gespräch darzustellen	€ 5.100,-

Preise für den Dreh an Ihrem Firmensitz auf Anfrage

## 19 Branchen/Wirtschaftszweige/Unternehmenstypen

Abteilung/ Klasse	Empfängergruppe Bezeichnung lt. Systematik der Wirtschaftszweige des Statistischen Bundesamtes“	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage %	Projektion (circa)
<b>D</b>	<b>Verarbeitendes Gewerbe, Industrie</b>	<b>75</b>	<b>15.220</b>
<b>63.4, 74/714.14.1/JA</b>	<b>Spedition, sonstige Verkehrsvermittlung, Dienstleistung, Unternehmensberatung, Kredit- und Versicherungsgewerbe</b>	<b>14</b>	<b>2.840</b>
<b>51/52</b>	<b>Groß- und Einzelhandel</b>	<b>8</b>	<b>1.620</b>
	<b>Sonstiges/keine Angabe</b>	<b>3</b>	<b>610</b>
	<b>Abrundungsdifferenz</b>		<b>-3</b>
	<b>Tatsächlich verbreitete Auflage Inland</b>	<b>100</b>	<b>20.287</b>
	<b>Ausland</b> (nicht erhoben)		<b>704</b>
	<b>Tatsächlich verbreitete Auflage In- und Ausland</b>		<b>20.991</b>

Kurzfassung der Erhebungsmethode siehe Anhang



## 20 Größe der Wirtschaftseinheit

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage % Projektion (circa)	
1 - 19 Beschäftigte	13	2.640
20 - 99 Beschäftigte	31	6.290
100 - 199 Beschäftigte	15	3.040
200 - 499 Beschäftigte	23	4.670
500 - 1.000 Beschäftigte	10	2.030
mehr als 1.000 Beschäftigte	6	1.220
Keine Angabe	2	410
Abrundungsdifferenz		-13
tvA Inland	100	20.287
Ausland (nicht erhoben)		704

### Tatsächlich verbreitete Auflage

**20.991**

## 21.2 Tätigkeitsmerkmal: Position im Betrieb

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage % Projektion (circa)	
Sonstige technische u. kaufmännische Leiter	33	6.700
Logistikleiter und Supply Chain Manager	29	5.880
Inhaber und Geschäftsführer	16	3.250
Einkaufsleiter	7	1.420
Verkaufs- und Vertriebsleiter	5	1.010
Sonstige	9	1.830
keine Angabe	1	200
Abrundungsdifferenz		-3
tvA Inland	100	20.287
Ausland (nicht erhoben)		791

### Tatsächlich verbreitete Auflage

**20.991**

## 22 Bildung/Ausbildung: Schulabschluss

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage % Projektion (circa)	
Kaufmännische Lehre	47	9.540
Technische Lehre	36	7.300
Betriebswirt./volkswirt. Studium	34	6.900
Technisches Studium	26	5.280
Meisterprüfung	8	1.620
Sonstiges	7	1.420
Keine Angaben	2	410
Mehrfachnennungen (100% = 20.287 Empfänger)		

## 23 Alter

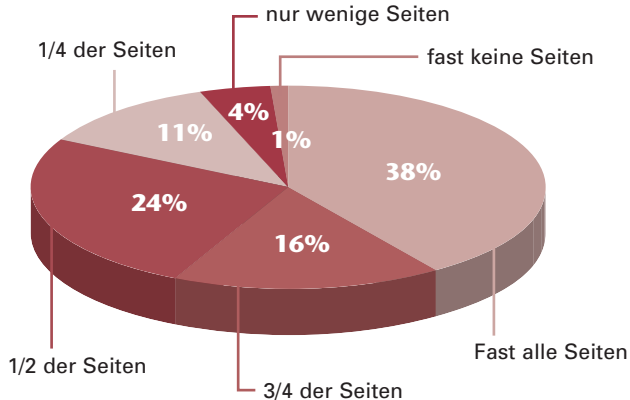
	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage % Projektion (circa)	
bis 29 Jahre	6	1.220
30 bis 39 Jahre	29	5.880
40 bis 49 Jahre	38	7.710
50 bis 59 Jahre	18	3.650
60 Jahre und älter	8	1.620
Keine Angabe	1	200
Abrundungsdifferenz		-7
tvA Inland	100	20.287
Ausland (nicht erhoben)		791

### Tatsächl. verbr. Auflage

**20.991**

Kurzfassung der Erhebungsmethode siehe Anhang

Wie intensiv wird *LOGISTIK inside* gelesen:

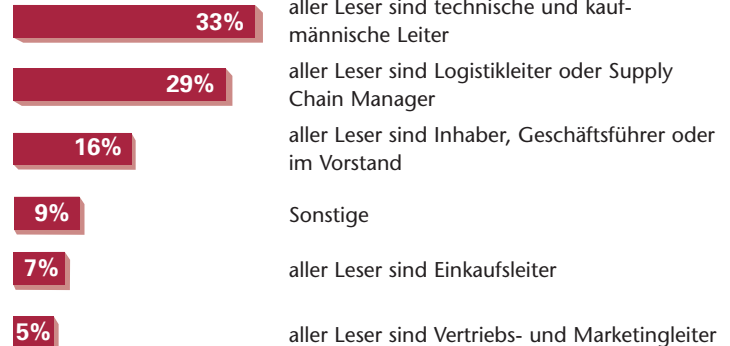


Daraus ergibt sich eine hohe  
**Seitenkontaktchance von knapp 70%!**  
Ein Spitzenwert für eine Fachzeitschrift.

Geplante Investitionen in den nächsten 2 Jahren:

Aus- und Weiterbildung	79%
Software/IT	56%
Lager- und Fördertechnik/Warehousing	42%
Externe Logistikdienstleistungen	26%
Nutzfahrzeuge	20%

Stellung im Betrieb:



Über 90% 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 2004/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:** **23.695**

**2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger:** **14.500**  
(Wechsel nach jeder vierten Ausgabe)

#### 2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

**Verkaufte Auflage:** **7.808**

Abonnements	1.626
Einzelverkauf	0
sonstiger Verkauf	6.182

**Freistücke:** **15.887**

ständige Freistücke	15.112
wechselnde Freistücke	775
Werbeexemplare	0

**Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)** **23.695**

Inland	22.767
Ausland	928

### 3. Beschreibung der Untersuchung:

#### 3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Einzelverkauf	0
sonstiger Verkauf	6.182
Werbeexemplare	0

Davon in der Untersuchung nicht erfasst:	6.182	=	26,1 %
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA)	17.513	=	73,9 %

**3.2 Tag der Datei-Auswertung:** 30. Juli 2007

#### 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 2007

**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 angegebene 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:

20.495

#### 2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger:

0

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

## 2.4 Struktur der Empfängerschaft einer aktuellen durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

<b>Verkaufte Auflage</b>	<b>5.474</b>
davon: Abonnements	-
Einzelverkauf	1.627
sonstiger Verkauf (Verbandsabos)	3.847

<b>Freistücke</b>	<b>14.486</b>
davon: ständige Freistücke	12.785
wechselnde Freistücke	2.237
Werbeexemplare	-

<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)</b>	<b>20.495</b>
davon Inland	20.341
davon Ausland	154

## 3. Beschreibung der Untersuchung:

### 3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

<b>Grundgesamtheit (tvA)</b>	<b>20.495</b>	<b>= 100,0 %</b>
Davon in der Untersuchung nicht erfasst:	3.847	= 18,8 %
Werbeexemplare	-	
Sonstige (Messe, Veranstaltungsstücke, Einzelverkauf etc.)	3.847	= 18,8%

<b>Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA):</b>	<b>16.648</b>	<b>= 81,2 %</b>
--	---------------	-----------------

### 3.2 Tag der Datei-Auswertung: 08. Juli 2004

### 3.3 Beschreibung der Datenbasis:

Einfache Random-Auswahl per Schrittziffer aus der Datei der Empfänger (412 Adressen).

Ausgangs-Stichprobe	412 Fälle	= 100,0 %
Stichprobenneutrale Ausfälle		
Unternehmen existiert nicht mehr	-	= -
Außerhalb der Zielgruppe	19 Fälle	= 4,6 %
Kein Empfänger ermittelbar	28 Fälle	= 6,8 %
Telefonnummer falsch/nicht ermittelbar	12 Fälle	= 2,9 %
Zeitschrift unbekannt	-	= -
<b>Ausfälle gesamt:</b>	<b>59 Fälle</b>	<b>= 14,3 %</b>
<b>Brutto-Stichprobe:</b>	<b>353 Fälle</b>	<b>= 100,0 %</b>
Stichprobenrelevante Ausfälle:		
Zielperson nicht erreicht	41 Fälle	= 11,6 %
Zielperson verweist, krank	23 Fälle	= 6,5 %
Abbruch im Interview	-	= -
Kein Termin möglich	11 Fälle	= 3,1 %
Beantwortung der Fragen verweigert	28 Fälle	= 7,9 %
	103 Fälle	= 29,2 %
<b>Netto (auswertbare Fälle):</b>	<b>250 Fälle</b>	<b>= 71,6 %</b>

### 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 12. Juli bis zum 17. August 2004.

### 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, 9. Auflage.

# Daten-Ticket

Stand: August 2007

## 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: \_\_\_\_\_

Apple MacIntosh

Windows PC

Datenübertragung per \_\_\_\_\_

FTP

ISDN

E-Mail

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](http://www.springer-business-media.de/anzeigendaten) oder bei Bedarf über die unten angegebenen Kontaktdaten.

## Verbindungen

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

**VOGEL**   
VERLAG HEINRICH VOGEL

## Ansprechpartner

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

  
Stürtz

## Richtig schalten mit Springer Transport Media

Die Springer Transport Media GmbH ist ein modernes Medienhaus und steht für zwei starke erfahrene Verlagsmarken im B2B-Bereich – den Verlag Heinrich Vogel und den Auto Business Verlag am Standort München.

Unsere Aufgabe ist es, berufsrelevante Informationen punktgenau für unsere Zielgruppen in der Automobil-, Verkehrs-, Logistik-, Transport-, Bus-, Touristik-, Werkstatt- und Tankstellen-Branche sowie im

Gebrauchtwagenhandel zu publizieren. Unser Anspruch ist immer die höchste Marktnähe.

Dabei bieten wir Ihnen als Werbepartner vielseitige Werbemöglichkeiten. Sie erreichen erfolgreich und ohne Streuverluste Ihre Zielgruppe mit unserem umfangreichen Medien-Programm.

- Fachzeitschriften
- Specials und Kataloge
- Online-Auftritte und Newsletter
- Web-TV
- ePaper
- Audio-CDs
- Kundenzeitschriften
- Fachbücher
- Formulare
- Seminare/Konferenzen
- Direktmarketing

Weitere Informationen finden Sie unter [www.mediacentrum.de](http://www.mediacentrum.de)

