

... die Fachzeitschrift für Entscheider



Ständige Themen:

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

Mediadaten 2018



... die Fachzeitschrift für Entscheider

www.holztechnologie.de

Institut für Holztechnologie
Dresden gemeinnützige GmbH
Zellescher Weg 24
01217 Dresden

Tel.: +49 351 4662-0
Fax: +49 351 4662-211
www.ihd-dresden.de

Kurzcharakteristik

Die Fachzeitschrift **holztechnologie** 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 **holztechnologie** 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.

holztechnologie richtet sich an Ingenieure, Entwickler, Techniker sowie Entscheidungsträger aus der Holz und Kunststoff verarbeitenden Industrie.

Patenschaft

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

Herausgeber

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 4662-253
E-Mail: annett.jopien@ihd-dresden.de

Verlag

Selbstverlag
Institut für Holztechnologie Dresden gemeinnützige GmbH
Zellescher Weg 24, D-01217 Dresden
www.holztechnologie.de
auf Anfrage

Internet FTP-Server

www.holztechnologie.de
auf Anfrage

Erscheinungsweise 6 x jährlich (siehe Erscheinungstermine)

Bezugspreis

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

Empfängerstruktur in Prozent

Holzbearbeitung: Säge-, Hobel- und Holzimprägnierwerke; Herstellung von Furnier-, Sperrholz- und Holzfaserverleimungen; 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).
Es stehen insgesamt 7.000 Vertriebsadressen zur Verfügung.

Institut für Holztechnologie Dresden gemeinnützige GmbH, Zellescher Weg 24, 01217 Dresden, Tel.: +49 351 4662-237, Fax: +49 351 4662-211, E-Mail: annett.jopien@ihd-dresden.de

Heft/Erscheinungstermin

10 .01.201

20 .03.201

30 .05.20

4 .07.201

50 .09.201

60 .11.201

Ständige Themen:

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

Messen, Veranstaltungen, Kolloquien

DOMOTEX, Hannover, 14.-17.01.2017
imm cologne, Köln, 16.-22.01.2017
ZOW, Bad Salzungen, 07.-09.02.2017

Möbeltage, Dresden, 16.-17.03.2017
European Coating Show, Nürnberg, 04.-06.04.2017

Interzum, Köln, 16.-19.05.2017
Ligna, Hannover, 22.-26.05.2017

Anzeigenschluss

29.11.2016

31.01.2017

30.03.2017

06.06.2017

01.08.2017

29.09.2017

Zeitschriftenformat DIN A4, Breite 210 mm, Höhe 297 mm

Satzspiegel Breite 175 mm, Höhe 250 mm

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)

Anzeigenformate und Grundpreise

Format	B x H in mm	Grundpreis s/w	2c	3c	4c
1/1 Seite	175x250	€ 1.350,00	€ 1.575,00	€ 1.800,00	€ 2.000,00
1/2 Seite	85x250 175x122	€ 675,00	€ 787,50	€ 900,00	€ 1.000,00
1/3 Seite	55x250 175x80	€ 450,00	€ 562,50	€ 675,00	€ 787,50
1/4 Seite	85x122 41x250 175x58	€ 347,50	€ 450,00	€ 562,50	€ 675,00

Kleinere und abweichende Formate werden nach Millimeter abgerechnet.
Millimeterpreis (1-spaltig 40 mm breit) € 1,65

Aufgeklebte Postkarten/ Warenmuster/CD-ROMs Anzeigenschluss Preis auf Anfrage
siehe Erscheinungstermine

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

Bankverbindung Commerzbank AG, Kto. 04 602 481 00, BLZ 850 800 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. Kurzttext 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	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	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-Systemsschriften (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.
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.

Institut für Holztechnologie Dresden gemeinnützige GmbH, Zellescher Weg 24, 01217 Dresden, Tel.: +49 351 4662-237, Fax: +49 351 4662-211, E-Mail: annett.jopien@ihd-dresden.de

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Beilagen in der Zeitschrift **holztechnologie**

- (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 Hefnummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Zeitschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss 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 Mängelanzeige.
- (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.
- (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 Verzugszuschaden 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 Anzeigenauftrages 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 Anzeigenauftrages 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 Anzeigenauftrag über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preiserminderung 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 Preiserminderung berechtigter Mangel, wenn sie 20 v. H. beträgt. Die prozentuale Höhe der Preiserminderung ist proportional zur Auflagenminderung zu bemessen. Darüber hinaus sind bei Aufträgen über mehrere Anzeigen Preiserminderungsansprüche 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) Werbemittel und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit dem Werbungstreibenden oder sonstigen Inserenten an die Preisliste des Verlages zu halten.

Stand März 2007