



Ab Januar 2009
 Druckauflage:
29.000



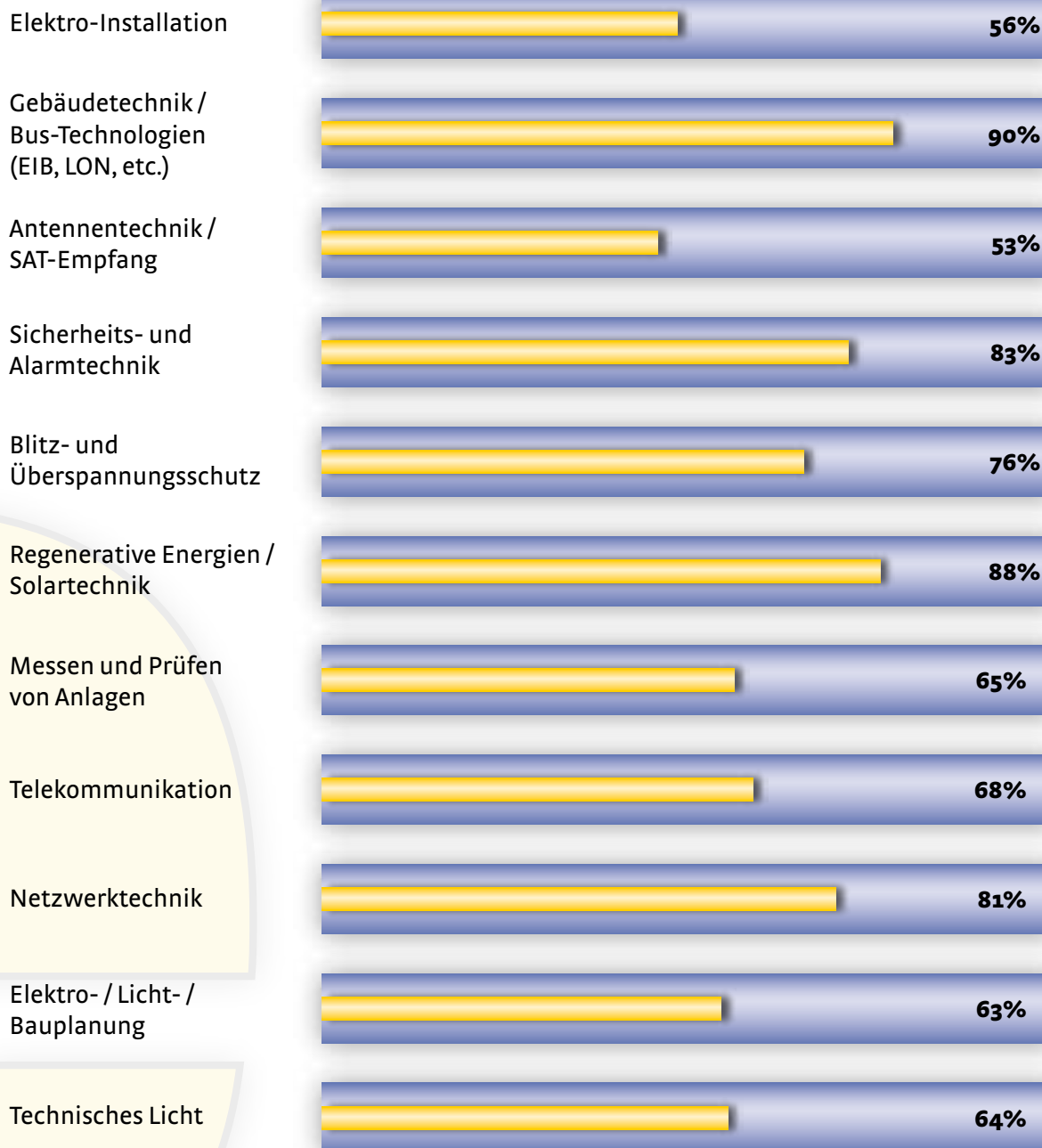
Mediadaten 2009

Auf die Frage:

»In welchen
Bereichen sehen Sie

Wachstums-
chancen?«

antworteten unsere Leser im Rahmen
des **IFOK**-Copytest 2008:



Ausgabe	1	2	3	4	5	6	BUS-GUIDE 1	7'8	9	10	BUS-GUIDE 2	11	12
Erscheinungstag	14.01.	03.02.	17.03.	23.04.	20.05.	22.06.	17.07.	26.08.	23.09.	21.10.	06.11.	17.11.	18.12.
Anzeigenschluss	19.12. <i>mit Supplement</i>	16.01.	27.02. <i>mit Supplement</i>	03.04.	04.05. <i>mit Supplement</i>	03.06.	01.07.	10.08. <i>mit Supplement</i>	07.09.	05.10. <i>mit Supplement</i>	21.10.	30.10.	02.12. <i>mit Supplement</i>
Gebäudetechnik	Energieeffizienz mit moderner Gebäudetechnik Smart Metering I Regenerative Energien I <i>Aktuelles Technisches</i> BUS-GUIDE NEWS	Tür-, Tor- & Jalousieantriebe und -steuerungen Ambient Assisted Living Gebäudetechnik für Senioren BUS-GUIDE NEWS	Netzwerktechnik I TK-Anlagen & Zubehör I Regenerative Energien II <i>Aktuelles Technisches</i> BUS-GUIDE NEWS	Visualisierung & Touchpanels I Hauskommunikation I BUS-GUIDE NEWS	Zutrittskontrolle & Zeiterfassung Digitales Fernsehen I Regenerative Energien III <i>Aktuelles Technisches</i> BUS-GUIDE NEWS	Elektronische Installationsgeräte Funksysteme BUS-GUIDE NEWS	EIB/KNX, LON, LCN und sonstige proprietäre BUS-Systeme in ihrer ganzen Vielfalt: Technik Praxis Software Visualisierung Bedienoberflächen Multimedia Zubehör Schulung Neuheiten Vernetzte Hausgeräte Offizielles Organ des KNX-User-Club Deutschland	Pflegerufsysteme Digitales Fernsehen II Regenerative Energien IV <i>Aktuelles Technisches</i> BUS-GUIDE NEWS	Energieeffizienz im Zweckbau Smart Metering II BUS-GUIDE NEWS	Videoüberwachung TK-Anlagen & Zubehör II Regenerative Energien V <i>Aktuelles Technisches</i> BUS-GUIDE NEWS	EIB/KNX, LON, LCN und sonstige proprietäre BUS-Systeme in ihrer ganzen Vielfalt: Technik Praxis Software Visualisierung Bedienoberflächen Multimedia Zubehör Schulung Neuheiten Vernetzte Hausgeräte Offizielles Organ des KNX-User-Club Deutschland	Netzwerktechnik II Altbaurenovierung mit Funksystemen BUS-GUIDE NEWS	Visualisierung & Touchpanels II Hauskommunikation II Regenerative Energien VI <i>Aktuelles Technisches</i> BUS-GUIDE NEWS
Installation	Werkzeuge & Arbeitshilfen <i>Praxisnahes in Sachen</i> Solarenergie, Wärmepumpen, Wärmerückgewinnung, Normen, Richtlinien, Förderungen & Co.	Elektroinstallation in Sonderbereichen Verbindungsmaterial, Klemmen & Abzweigdosen Not- & Sicherheitsbeleuchtung	Baulicher Brandschutz Thermographie	Niederspannungsschaltgeräte & -Anlagen I Blitz- & Überspannungsschutz Arbeitsplatzbeleuchtung	Zählerplätze & Verteiler Zeitschalttechnik & Sensorik	Schalter & Steckdosen I Kabel & Leitungen Energiesparendes Lichtmanagement I		Reiheneinbaugeräte & Schutzschalter E-Installation im Freien inkl. Baustromverteiler	Präsenz- & Bewegungsmelder Freiflächen- & Fußbodenheizung Energieeffiziente Leuchtmittel	Home-Security, Einbruchmelder Brandmeldetechnik		Schalter & Steckdosen II Niederspannungsschaltgeräte & -Anlagen II	Kabelkanäle & Leitungsführung Installationsgeräte & -systeme Energiesparendes Lichtmanagement II
Licht													
Extra	Software für die Branche		Ausrüstungen für Servicefahrzeuge		Arbeitsschutz- & Berufskleidung			Zentralstaubsauganlagen		Ausrüstungen für Servicefahrzeuge		Mess- & Prüftechnik	
Messen	eltec 21.-23.01.	R+T 10.-14.02.	CeBit 03.-08.03. eltefa 25.-28.03.		Anga Cable 26.-28.05. Intersolar 27.-29.05.			Elektrotechnik 02.-05.09. IFA 04.-09.09.		efa 28.-30.-10.			
In jedem Heft	Branchennachrichten, Recht & Steuer, Normen, Produktneuheiten  Branchennachrichten, Recht & Steuer, Normen, Produktneuheiten  Branchennachrichten, Recht & Steuer, Normen, Produktneuheiten  Branchennachrichten, Recht & Steuer, Normen, Produktneuheiten  Branchennachrichten, Recht & Steuer, Normen, Produktneuheiten 												

Ihre Zielgruppe ist der **Elektrofachhandel**? Dann ist elektrobörseHandel *Ihr* Medium.

Die Mediamappe mit allen planungsrelevanten Daten schicken wir Ihnen gerne zu. Anruf genügt 0 95 61/64 91-0

elektrobörse, Postfach 24 53, 96413 Coburg, Telefon (0 95 61) 64 91-0, Telefax (0 95 61) 61 80

Zeitschriftenformat:

210 mm breit, 297 mm hoch, DIN A 4

Satzspiegel:

184 mm breit, 260 mm hoch, Spaltenzahl: 4 Spalten,
Spaltenbreite: 43 mm

Termine:

Erscheinungsweise: monatlich

Erscheinungstermin/Anzeigenschluss: siehe Erscheinungsplan

Verlag:

WEKA FACHMEDIEN GmbH, Bereich Media-Mail
Postanschrift: Postfach 24 53, 96413 Coburg
Hausadresse: Hinterer Floßanger 10, 96450 Coburg
Anzeigenabteilung Telefon: 0 95 61/64 91-33
Telefax: 0 95 61/61 80

Druckverfahren/Verarbeitung:

Rollenoffset: Holmen plus 80, 60 Gramm - Klebebindung

Vierfarbanzeigen nach Euroskala:

Bitte senden Sie uns dazu einen farbverbindlichen Proof oder Vierfarbandruck, ggf. Farbskala, versehen mit Farbmessstreifen gängigen Standards (z.B. FOGRA). Das Proof- bzw. Druckpapier sollte dem Auflagenpapier entsprechen bzw. diesem in der Oberflächenbeschaffenheit gleichen. Für Farbabweichungen, die aufgrund verschiedener Papiere (Proof/Andruck zu Auflagenpapier) entstanden sind, kann der Verlag keine Garantie übernehmen. Ebenso für Abweichungen, die sich innerhalb der Toleranz vom Ausdruck zum industriellen Fortdruck bewegen bzw. durch das Rollenoffsetverfahren begründet sind.

Einhefter

sind unbeschnitten, mehrblättrig entsprechend gefalzt, im Format von 217 mm Breite x 305 mm Höhe anzuliefern. Beachten Sie bitte unbedingt das Beschnittschema.

Kopfbeschnitt	=	4 mm
Fußbeschnitt	=	4 mm
seitlicher Beschnitt	=	4 mm
Bundzugabe	=	3 mm
Zeitschriftenformat	=	210 mm Breite x 297 mm Höhe

Es kann nur die Gesamtauflage belegt werden.

Aufgeklebte Postkarten müssen nach der Post-Zeitungs-Ordnung als zusätzliche Beilage berechnet werden (ermäßigte Postgebühr). Beachten Sie bitte die postalischen Vorschriften bei der Gestaltung von Postkarten. Bei Abweichungen bzw. für aufgeklebte Broschüren oder Warenmuster werden bis zu einem Einzelgewicht von 25 g die jeweils gültigen Postgebühren berechnet.

Beilagen

sind der Zeitschrift lose beigefügte Drucksachen und Prospekte. Beilagen dürfen nur für das Verkaufsprogramm eines Werbungstreibenden werben. Sie müssen so gestaltet sein, dass sie mit dem Textteil der Zeitschrift nicht verwechselt werden können. Die beizulegenden Drucksachen/Prospekte sind im Höchstformat von 205 mm Breite x 290 mm Höhe anzuliefern. Größere Formate können gegen Berechnung entsprechend gefalzt oder beschnitten werden.

Bilder:

- Verwenden Sie nur die Dateiformate TIFF und/oder EPS.
- Bildmaterial nicht JPEG-komprimieren!
Bedenken Sie, dass farbige JPEG-Bilder nicht farblich erscheinen.
- Erstellen Sie farbige Abbildungen im CMYK-Modus oder wandeln Sie diese in CMYK um.

Daten-Übertragung:

- Legen Sie alle zu übertragenden Dateien und Ordner in einen übergeordneten Ordner.
- Benennen Sie den Ordner beginnend mit dem Objektname.
- Benutzen Sie bei Bedarf Stuffit (.SIT) oder Winzip (.ZIP) um die Datengröße für die Übertragung zu verringern. Erstellen Sie keine selbstextrahierende Datei (.SEA oder .EXE) - Virengefahr!
- Bitte übermitteln Sie uns Ihre digitalen Daten mittels Datenträger, E-Mail oder ISDN (Mac und PC). Die genauen Spezifikationen dazu fordern Sie bitte unter 0 95 61/64 91-37 an.

Systeme:

Erstellen Sie bitte die Dateien mit gängigen DTP-Programmen oder mit einem anderen Programm, welches auf jeden Fall Postscript schreiben kann. Microsoft Programme wie Word, Excel, Powerpoint oder Publisher sind für das professionelle Erstellen von Druckvorlagen nicht geeignet.

Farbmanagement:

Farbprofil (Umschlag): ISOcoated_v2.icc

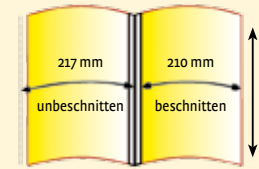
Farbprofil (Inhaltseiten): ISOwebcoated.icc

Bildseparation bitte mit dem jeweiligen Farbprofil.

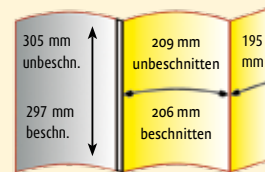
Download unter: www.eci.org/eci/de/o6o_downloads.php



↑
Fräsrand 3 mm



↑
Fräsrand je 3 mm



↑
Fräsrand 3 mm



↑
Fräsrand je 3 mm



↑
Fräsrand je 3 mm

Versandvorschriften:

Die einzuheftenden bzw. beizulegenden Drucksachen/Prospekte müssen einwandfrei verpackt bis spätestens 8 Werktage vor Erscheinungstermin der belegten Ausgabe frei an Vogel Druck und Medienservice geliefert werden. Die Drucksachen-/Prospektvorderseite muss genau gekennzeichnet werden.

Versandanschrift:

Vogel Druck und Medienservice, Leibnizstr. 5, 97204 Höchberg

Ihre Zielgruppe ist der **Elektrofachhandel**? Dann ist elektro**börse**Handel *Ihr* Medium.

Die Mediamappe mit allen planungsrelevanten Daten schicken wir Ihnen gerne zu. Anruf genügt 0 95 61/64 91-0

elektrobörse, Postfach 24 53, 96413 Coburg, Telefon (0 95 61) 64 91-0, Telefax (0 95 61) 61 80

Format	Breite x Höhe		Grundpreis s/w	2-farbig	3-farbig**	4-farbig
	Satzspiegel	Anschnitt*				
1/1 Seite	184 x 260	210 x 297*	€ 4.173,--	€ 4.890,--	€ 5.545,--	€ 6.200,--
3/4 Seite	184 x 196 135 x 260	210 x 210* 148 x 297*	€ 3.130,--	€ 3.842,--	€ 4.505,--	€ 5.159,--
2/3 Seite	125 x 260 184 x 175	144 x 297* 210 x 195*	€ 2.782,--	€ 3.494,--	€ 4.157,--	€ 4.800,--
Junior-Page	146 x 204	156 x 225*	€ 2.349,--	€ 2.809,--	€ 3.237,--	€ 3.645,--
1/2 Seite	184 x 128 90 x 260	210 x 150* 102 x 297*	€ 2.087,--	€ 2.526,--	€ 2.945,--	€ 3.345,--
1/3 Seite	184 x 85 58 x 260	210 x 109* 72 x 297*	€ 1.391,--	€ 1.830,--	€ 2.247,--	€ 2.650,--
1/4 Seite	184 x 62 43 x 260 90 x 128	210 x 84* 53 x 297*	€ 1.045,--	€ 1.354,--	€ 1.650,--	€ 1.940,--
1/8 Seite	90 x 62 43 x 128 184 x 29		€ 522,--	€ 733,--	€ 940,--	€ 1.135,--
1/16 Seite	43 x 62 90 x 29		€ 261,--	-	-	-
Millimeterpreis, 1-spaltig			€ 4,10	€ 4,80	€ 5,40	€ 6,--

*Für angeschnittene Anzeigen wird ein Zuschlag von 10 % auf den Grundpreis erhoben (rabattierbar).

**Sonderfarben, die nicht nach der Euroskala aufgebaut sind, werden wie 3c berechnet.

Nachlässe
bei Abnahme innerhalb eines Jahres

Malstaffel

ab 3 Anzeigen 5 %
ab 6 Anzeigen 10 %
ab 9 Anzeigen 15 %
ab 12 Anzeigen 20 %

Mengenrabatt

ab 3 Seiten 10 %
ab 6 Seiten 15 %
ab 9 Seiten 20 %
ab 12 Seiten 25 %

Rabatte für Einhefter/Beilagen

Einhefter bzw. Gesamtbeilage werden unabhängig vom Umfang als **eine** Seite auf die Mengenstaffel angerechnet.

ACHTUNG!

*Farb-, Anschnitt- und
Platzierungszuschläge
werden rabattiert!*

Zahlungsbedingungen

Bei Zahlung innerhalb 8 Tagen nach Rechnungsdatum 2 % Skonto oder 21 Tage netto. Bei Bankeinzug gewähren wir 3 % Skonto.

Bankverbindung

HypoVereinsbank München
BLZ 700 202 70
Konto 35 704 981
UST-Ident: DE 811 190 616
SWIFT-Code: HYVEDEMMXXX

Platzierungszuschläge

2. Umschlagseite = € 450,- Aufschlag
4. Umschlagseite = € 600,- Aufschlag
Inselanzeigen = 25 % Aufschlag auf den Grundpreis
(Minimum € 100,-)

Auf zusätzlich gewünschte und vom Verlag bestätigte Platzierungen wird ein Zuschlag von 10 % des Grundpreises berechnet.

Weitere Werbeformen (auf Anfrage):



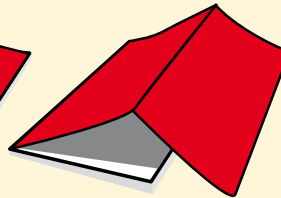
Banderole



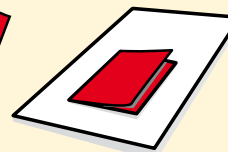
Flappe



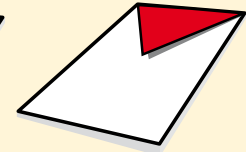
Altarfalzanzeige



Cover Gate Fold



Booklet



Erkundigen Sie sich bei Ihrem Mediaberater über weitere Sonderwerbeformen.

Einhefter

2-seitig	€ 4.600,-	4-seitig	€ 6.955,-
8-seitig	€ 11.675,-	12-seitig	€ 16.000,-

Umfangreichere Einhefter auf Anfrage

Beilagen

lose eingelegt, Größe max. 205 mm Breite x 290 mm Höhe bis 25 g pro Tausend € 205,- inkl. Postgebühren.
Teilbelegung möglich: 10 % Zuschlag – Mindestauftragswert: € 550,-. Muster vor Auftragsannahme erforderlich.
Preise für Beilagen mit höherem Gewicht oder auf außergewöhnlich dünnem Papier auf Anfrage.

Rabatte für Einhefter/Beilagen

Einhefter bzw. Gesamtbeilage werden unabhängig vom Umfang als eine Seite auf die Mengengruppe angerechnet.

Aufgeklebte Werbemittel

Maschinell beigegeklebte Postkarten (parallel zum Bund, kein Schrägstand) im Format DIN A 6 bis 5 g Gewicht in Verbindung mit einer ganz- oder halbseitigen Anzeige: € 2.695,- Aufschlag. Aufgeklebte CD: € 4.025,- Aufschlag. Aufkleben von Broschüren, Warenmustern etc. auf Anfrage.



elektrobörse, Postfach 24 53, 96413 Coburg, Telefon (0 95 61) 64 91-0, Telefax (0 95 61) 61 80

1 Kurzcharakteristik

Vor dem Elektrohandwerk stehen große Herausforderungen. Dazu gehört die aktive Mitwirkung an der Bewältigung des Klimawandels. Mit neuen Technologien sowohl zur Energieeinsparung als auch zur Nutzung regenerativer Energiequellen bieten sich den Elektrohandwerkern exzellente Zukunftschancen. Eine Voraussetzung dafür ist die laufende Qualifizierung im Bereich Gebäudetechnik. Neue Produkte und Technologien müssen angeboten und installiert werden. Hier setzen **elektrobörseSmartHouse**, der **BUS-GUIDE** und das Supplement **Regenerative Energien** an. Mit umfangreichen Informationen und kompetenter Berichterstattung über alle Facetten der (elektrischen) Gebäudetechnik, Elektroinstallation, technischen Lichts sowie regenerativen Energiequellen (Photovoltaik und Wärmepumpen).

2 Mitgliedschaften: –**3 Organ:** –**4 Herausgeber:** WEKA FACHMEDIEN GmbH
Bereich Media-Mail**5 Redaktion:** Dipl.-Ing. Wolfgang Rönspiess (verantwortlich)
Tanja Heß**6 Anzeigen:** Fred Friedrich**7 Jahrgang/Jahr:** 61. Jahrgang/2009
Erscheinungsweise: monatlich**8 Verlag:** WEKA FACHMEDIEN GmbH
Bereich Media-Mail**9 Postanschrift:** elektrobörse, Postfach 24 53, 96413 Coburg**Hausanschrift:** Hinterer Floßanger 10, 96450 Coburg**10 Telefon/Telefax:** (09561) 64 91-0 / (09561) 61 80**11 Internet:** www.elektroboerse-online.de**E-Mail:** redaktion-elektroboerse@wekanet.de
anzeigen-elektroboerse@wekanet.de**12 Termin- und Themenplan:** siehe Seite 9-12**13 Bezugspreis:**

Jahresabo inkl. BUS-GUIDE:	Inland	€ 50,00	Ausland	€ 62,00
Einzelabo BUS-GUIDE	Inland	€ 15,00	Ausland	€ 19,00
(je inkl. Versandk. u. MwSt.)				
Inland				
Einzelverkaufspreis	elektrobörse	€ 5,00		
	BUS-GUIDE	€10,00		

ISSN-Nr. : 1613-9992**14 Umfangs-Analyse**

2007 = 14 Ausgaben*

Format der Zeitschrift:	DIN A 4		
Gesamtumfang:	928 Seiten	=	100 %
Redaktioneller Teil:	684 Seiten	=	73,7 %
Anzeigenteil:	244 Seiten	=	26,3 %
davon			
Stellen- und Gelegenheitsanzeigen:	– Seiten	=	–
Einhefter/Durchhefter:	8 Seiten	=	3,3 %
Beilagen:	23 Stück		

} vom
Anzeigen-
umfang**15 Inhalts-Analyse des redaktionellen Teils 2007 = 684 Seiten**

Nach Sachgebieten:			
Gebäudetechnik	264 Seiten	=	38,6 %
Elektroinstallation	133 Seiten	=	19,4 %
Regenerative Energien	63 Seiten	=	9,2 %
Lichttechnik	32 Seiten	=	4,7 %
Service + Normen	23 Seiten	=	3,4 %
Produkte	33 Seiten	=	4,8 %
Branchennachrichten/Messen	96 Seiten	=	14,0 %
Sonstige	40 Seiten	=	5,9 %

* Inklusive Sonderausgaben **BUS-GUIDE** + Regenerative Energien



elektrobörse, Postfach 24 53, 96413 Coburg, Telefon (0 95 61) 64 91-0, Telefax (0 95 61) 61 80

16 Auflagenkontrolle:



17 Auflagen-Analyse:

Exemplare pro Ausgabe im Durchschnitt (01.07.2007 bis 30.06.2008),
Verlagsangabe: Ab 01.01.2009 Druckauflage = 29.000 Exemplare

Druckauflage:	22.662	
Tatsächlich verbreitete Auflage: (tvA)	22.258	davon im Ausland: 96
Verkaufte Auflage:	1.507	davon im Ausland: 3
– Abonnierte Exemplare:	1.298	davon Mitgliederstücke: 1.250
– Sonstiger Verkauf:	209	
– Einzelverkauf:	–	
Freistücke:	20.751	
Rest-, Archiv- und Belegexemplare:	404	

18 Geographische Verbreitungs-Analyse:

Verlagsangabe: Ab 01.01.2009 Druckauflage = 29.000 Exemplare

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	99,6	28.500
Ausland	0,4	96
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100	28.596

Aufteilung nach Bundesländern:

Verlagsangabe: Ab 01.01.2009 Druckauflage = 29.000 Exemplare

Bundesland	%	Exemplare
Baden-Württemberg	13,2	3.762
Bayern	18,8	5.358
Berlin	1,4	399
Brandenburg	1,4	399
Hessen	9,3	2.650
Mecklenburg-Vorpommern	0,9	256
Nordrhein-Westfalen	23,7	6.754
Niedersachsen/Bremen	10,4	2.964
Rheinland-Pfalz	6	1.710
Sachsen-Anhalt	3,2	912
Sachsen	3,3	941
Saarland	1,5	428
Schleswig-Holstein/Hamburg	3,5	998
Thüringen	3,4	969
Tatsächlich verbreitete Inlandsauflage	100	28.500

Ab Januar 2009
Druckauflage:
29.000

Ihre Zielgruppe ist der **Elektrofachhandel**? Dann ist elektrobörse **Handel** Ihr Medium.

Die Mediamappe mit allen planungsrelevanten Daten schicken wir Ihnen gerne zu. Anruf genügt 0 95 61/64 91-0

Kurzfassung der Erhebungsmethode

Verbreitungs-Analyse durch Dateiauswertung

1. Beschaffenheit der Datei

In der Empfängerdatei sind die Anschriften aller Empfänger auf EDV erfasst. Die Datei ist nach Inlands- und Auslands-Empfängern gegliedert. Die Anschriften der Inlands-Empfänger sind ortsalphabetisch, die der Auslands-Empfänger nach Ländern sortiert.

2. Untersuchungsmethode

Verbreitungs-Analyse durch Dateiauswertung – Total-Erhebung

3. Tag der Datei-Auswertung: 07.08.2008

4. Struktur der Empfängerschaft bei Erhebungsbeginn:

a) Gesamtzahl der Empfänger in der Datei	63.120
b) Struktur einer Ausgabe nach Vertriebsformen	
Empfänger in der Datei verkaufte Auflage:	1.360
Empfänger in der Datei ständige Freistücke:	96
Zahl der Empfänger wechselnde Freistücke einer Ausgabe:	20.478
Einzelverkauf:	–
Werbeexemplare:	–
Tatsächlich verbreitete Auflage (TVA):	21.934
Davon Bundesrepublik Deutschland:	21.852
Davon Ausland:	82

5. Grundgesamtheit (untersuchter Anteil)

Grundgesamtheit (TVA)	21.934	=	100 %
in der Untersuchung nicht erfasst:			
Einzelverkauf:	–		–
Werbeexemplare:	–		–
Ausland:	82	=	0,4 %
Die Untersuchung repräsentiert Empfänger: der Grundgesamtheit (TVA)	21.852	=	99,6 %

6. Beschreibung der Erhebung:

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

7. Zielperson der Untersuchung: entfällt

8. Definition des Lesers: entfällt

9. Schwankungsbreite: entfällt

10. Durchführung der Untersuchung: Verlag

11. Zeitraum der Untersuchung: 08.08.2008

Ab Januar 2009
Druckauflage:
29.000



elektrobörse, Postfach 24 53, 96413 Coburg, Telefon (0 95 61) 64 91-0, Telefax (0 95 61) 61 80

19 Branchen/Wirtschaftszweige/Fachrichtungen/Berufsgruppen

Verlagsangabe: Ab 01.01.2009 Druckauflage = 29.000 Exemplare

Unterklasse	Bezeichnung (lt. Klassifikation der Wirtschaftszweige)	Anteil der ermittelten Leser	
		%	Projektion (cirka)
45.31.0	Elektroinstallation	93 %	26.500
51.43.2/3	Großhandel mit elektrotechnischem Zubehör / Elektroinstallationszubehör	5 %	1.420
	Elektroplanung*	38 %*	10.830*
31.2/80.22.1/2/3	Sonstige Herstellung von Elektrizitätsverteilungs- und -schalteinrichtungen / Schulen / Berufs- und Fachakademien / Wirtschaftsverbände / Berufsorganisationen, Handelsvermittlungen / Keine Angabe	2 %	570
Rundungsdifferenz			28.490
Tatsächliche verbreitete Auflage (Inland)		100 %	28.500
Ausland (nicht erhoben)			96
Tatsächlich verbreitete Auflage			28.596

* = Mehrfachnennungen

Ihre Zielgruppe ist der **Elektrofachhandel**? Dann ist elektrobörse**Handel** Ihr Medium.

Die Mediamappe mit allen planungsrelevanten Daten schicken wir Ihnen gerne zu. Anruf genügt 0 95 61/64 91-0

elektrobörse, Postfach 24 53, 96413 Coburg, Telefon (0 95 61) 64 91-0, Telefax (0 95 61) 61 80

20 Größe der Wirtschaftseinheit

	Anteil der ermittelten Leser	
	%	Projektion (circa)
1 - 9 Beschäftigte	73	20.800
10 - 19 Beschäftigte	8	2.280
20 - 49 Beschäftigte	5	1.420
50 und mehr Beschäftigte	13	3.700
Keine Angabe	1	280
		28.480
Rundungsdifferenz		20
Tatsächlich verbreitete Inlandsauflage	100	28.500

21 Tätigkeitsmerkmal: Stellung (Position) im Betrieb

	Anteil der ermittelten Leser	
	%	Projektion (circa)
Inhaber/Geschäftsführer	73	20.800
Werkstatt-/Abteilungsleiter	6	1.710
Meister	5	1.420
Geselle/Facharbeiter	8	2.280
Sonstiger Angestellte	5	1.420
Keine Angaben	3	850
		28.480
Rundungsdifferenz		20
Tatsächlich verbreitete Inlandsauflage	100	28.500

22 Berufliche Ausbildung

	Anteil der ermittelten Leser	
	%	Projektion (circa)
Meisterausbildung	64	18.240
Ingenieurausbildung	15	4.270
Handwerkliche Lehre	73,2	20.860
Kaufmännische Lehre	39,9	11.370
Technische Hochschule	14,9	4.240
Sonstige Fachschule / Universität	14,6	4.160

Mehrfachnennungen (100 % = Tatsächlich verbreitete Inlandsauflage 28.500 Ex.)

23 Alter

	Anteil der ermittelten Leser	
	%	Projektion (circa)
bis 29 Jahre	3	850
30 - 39 Jahre	19	5.410
40 - 49 Jahre	27	7.690
50 - 59 Jahre	33	9.400
60 Jahre und älter	18	5.130
		28.480
Rundungsdifferenz		20
Tatsächlich verbreitete Inlandsauflage	100	28.500

24 Gemeindegrößenklassen

Das Merkmal wurde nicht erhoben, weil die Beurteilung dieser Fachzeitschrift als Werbeträger hiervon nicht abhängig ist.



elektrobörse, Postfach 24 53, 96413 Coburg, Telefon (0 95 61) 64 91-0, Telefax (0 95 61) 61 80

25 Nutzung

Seitenkontaktchance	Anteil der ermittelten Leser in %
das gesamte Heft gelesen	17
ausgewählte Beiträge gelesen	81
keine Angabe	2

Lesezeit	Anteil der ermittelten Leser in %
unter 30 Minuten	57
30 - 45 Minuten	9
45 - 60 Minuten	18
60 Minuten und länger	16
keine Angabe	
Durchschnitt 49 Minuten	100

Heftnutzung	Anteil der ermittelten Leser in %
einmal gelesen/aufgeschlagen	54
zweimal gelesen/aufgeschlagen	15
dreimal gelesen/aufgeschlagen	14
viermal gelesen/aufgeschlagen	6
fünfmal und öfter gelesen/aufgeschlagen	11
Mittelwert 2,4 mal	100

Zusatznutzung	Anteil der ermittelten Leser in %
Heft wird von 1 Person gelesen	33
Heft wird von 2 Personen gelesen	24
Heft wird von 3 Personen gelesen	23
Heft wird von 4 Personen gelesen	9
Heft wird von 5 Personen gelesen	4
Heft wird von 6 Personen und mehr gelesen	7
Durchschnitt 3 Personen	100



Ihre Zielgruppe ist der **Elektrofachhandel**? Dann ist elektrobörse**Handel** Ihr Medium.

Die Mediamappe mit allen planungsrelevanten Daten schicken wir Ihnen gerne zu. Anruf genügt 0 95 61/64 91-0



elektrobörse, Postfach 24 53, 96413 Coburg, Telefon (0 95 61) 64 91-0, Telefax (0 95 61) 61 80

Einkaufs- und Investitions-Entscheidungen	Anteil der ermittelten Leser in %
Treffe alleine die definitive Entscheidung	63
Treffe zusammen mit Kollegen die definitive Entscheidung	37
Spreche konkrete fachliche Empfehlungen aus	47
Bereite Entscheidungen durch Analyse und Bewertung vor	46
Entscheidungsbeteiligung insgesamt	97

Mehrfachnennungen (100 % = Tatsächlich verbreitete Inlandsauflage 28.500 Ex.)

Informationsquellen für die Vorbereitung von Investitions- und Einkaufsentscheidungen	Anteil der ermittelten Leser in %
Fachzeitschriften wie elektrobörse	82
Fachmessen/Veranstaltungen	84
Großhandel	76
Kataloge	74
Außendienstmitarbeiter	76
Internet	79

Mehrfachnennungen (100 % = Tatsächlich verbreitete Inlandsauflage 28.500 Ex.)

Reaktionen auf Anzeigen	Anteil der ermittelten Leser in %
Habe aufgrund von Anzeigen in elektrobörseSmartHouse:	
Produkt bzw. Dienstleistung gekauft	26
Kauf empfohlen/angeregt	35
Mehr Informationen über die Firma erfragt	43
Internet-Seite der Firma besucht	59
Reaktion gesamt	75

Mehrfachnennungen (100 % = Tatsächlich verbreitete Inlandsauflage 28.500 Ex.)

Methodenbericht zum Copytest

1. Untersuchungsgegenstand

Ziel der Untersuchung ist es, Informationen über die Struktur der Leser von elektrobörseSmartHouse zu ermitteln, die von elektrobörseSmartHouse als Werbeträger erreicht werden, sowie das Urteil dieser Leser über die in elektrobörseSmartHouse, Ausgabe Nr. 6/2008 veröffentlichten Anzeigen zu erheben.

2. Auftraggeber

Auftraggeber für die vorliegende Untersuchung ist die WEKA FACHMEDIEN GmbH, Coburg.

3. Grundgesamtheit und Stichprobe

3.1. Abgrenzung der Grundgesamtheit

Grundgesamtheit sind die Empfänger von elektrobörseSmartHouse Nr. 6/2008. Das Untersuchungsgebiet war die Bundesrepublik Deutschland.

3.2. Stichprobenziehung und Auswahlverfahren

Aus der oben genannten Grundgesamtheit wurde die Stichprobe at random gezogen. Dazu wurde der gesamte Adressbestand der Bezieher von elektrobörseSmartHouse Nr. 6/2008 im Untersuchungsgebiet adressalphabetisch vorsortiert. Ab einer zufällig ausgewählten Adresse wurden dann in konstanten Abständen insgesamt 727 Adressen gezogen.

3.3. Definition der Zielperson

Zielperson für die Befragung war der Empfänger, bei nicht personalisierten Adressen der Hauptleser von elektrobörseSmartHouse. Wie bei Copytests üblich, war Bedingung für das Interview, dass die Zielperson zum Zeitpunkt des Interviews die Testausgabe schon in der Hand gehabt hatte, um darin zu blättern oder zu lesen.

3.4. Ausschöpfung der Stichprobe

Die Bruttostichprobe umfasste 686 Empfängeradressen (bei 41 der gezogenen Adressen konnte keine Telefonnummer festgestellt werden). In der nachfolgenden Tabelle ist die Ausschöpfung der Stichprobe im Detail dargestellt.

4. Durchführung

4.1. Fragebogen

Der Fragebogen wurde in enger Zusammenarbeit mit dem Auftraggeber erstellt. Der Fragebogen wurde für das CATI-System des IFAK Instituts programmiert und war für alle Interviewer verbindlich, was folgende Punkte anbelangt:

- Wortlaut der Fragen
- Reihenfolge der Fragen
- Protokollierung der Antworten

4.2. Art der Durchführung

Die Interviews wurden telefonisch von Interviewern durchgeführt, die durchweg mehrjährige Erfahrung mit Medienuntersuchungen haben. Vor Beginn des eigent-

lichen Interviews wurde sichergestellt, dass der Befragte die Ausgabe 6/2008 von elektrobörseSmartHouse während des Interviews greifbar hatte. War dies nicht der Fall, so wurde ein späterer Zeitpunkt für das Interview vereinbart. In den Fällen, in denen der Befragte das Heft nicht mehr verfügbar hatte (151 Fälle), wurde diesem ein neues Exemplar der Ausgabe 6/2008 von elektrobörseSmartHouse vom Institut zugeschickt. Das Interview wurde in diesen Fällen dann nach Erhalt der Ausgabe realisiert. Die durchschnittliche Interviewdauer betrug 34 Minuten.

4.3. Zeitplan

Die Untersuchung wurde in der Zeit vom 11.06.2008 bis 15.07.2008 durchgeführt.

4.4. Interviewereinsatz und -kontrolle

Für die Durchführung der Untersuchung waren insgesamt 35 Interviewer eingesetzt. Diese wurden vom Projektleiter in mündlichem Vortrag in den Fragebogen und die Durchführungsmodalitäten eingewiesen. Die Interviews wurden im hauseigenen Telefonstudio des IFAK Instituts durchgeführt. Die korrekte Auswahl der Zielpersonen sowie die ordnungsgemäße Durchführung der Interviews wurden während der gesamten Projektlaufzeit von einem Supervisor überwacht.

5. Datenhandling und Berichterstattung

5.1. Bereinigung

Grundsätzlich wurden die Angaben der Befragten nicht verändert, selbst wenn sie in Einzelfällen im Ablauf des Interviews widersprüchlich waren. Befragte, die zu einzelnen Fragen keine Angaben machten, wurden in keinem Fall analog zu den anderen Antworten zugeordnet. Dadurch kann es vorkommen, dass Aufrisse nicht immer zu 100 % addieren.

5.2. Auswertung

Die Ergebnisse werden grundsätzlich in Absolut- und Prozentzahlen dargestellt. Dabei erscheint die Basis der Prozentuierung jeweils in der Kopfzeile jeder Tabelle. Die Daten wurden nach einem einheitlichen Schema ausgewertet. Für weitere Analysen steht dem Auftraggeber jederzeit der Zählservice des IFAK Instituts zur Verfügung.

	Abs.	%
Bruttostichprobe	686	100
Ausfälle gesamt, davon	206	30,0
Firma verweigert Interview, kein Leser konnte festgestellt werden	95	13,8
Zielperson verweigert Interview	86	12,5
Zielperson während des Untersuchungszeitraums nicht erreichbar	16	2,3
Sonstige Ausfallgründe	9	1,3
Auswertbare Interviews	480	70,0

Ihre Zielgruppe ist der **Elektrofachhandel**? Dann ist elektrobörse**Handel** *Ihr* Medium.

Die Mediamappe mit allen planungsrelevanten Daten schicken wir Ihnen gerne zu. Anruf genügt 0 95 61/64 91-0

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitschriften und Zeitungen

- „Anzeigenauftrag“ im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungstreibenden oder sonstigen Inserenten (im folgenden Kunde genannt) in Druckschriften des Verlages oder der Vertrag über die Beifügung von Beilagen zu solchen Druckschriften zum Zweck der Verbreitung.
- In einen Anzeigenauftrag werden alle innerhalb von 12 Monaten erscheinenden Anzeigen einbezogen. Die Laufzeit des Anzeigenauftrages beginnt mit dem Erscheinen der ersten Anzeige.
- Anzeigen werden an bestimmten Positionen nur aufgenommen, wenn diese Sonderplatzierungen jeweils vom Verlag schriftlich bestätigt wurden. Bei Belegung von Umschlagseiten können diese Sonderplatzierungen nur garantiert werden, wenn der Kunde einen Gatefold bucht. Andernfalls sind diese Sonderplatzierungen nur verbindlich, wenn kein anderer Kunde einen Gatefold bucht.
- Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärmaßen ausschließlich in bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Positionen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Kunden noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist.
- Abstellungen von Anzeigenaufträgen müssen bis zum Anzeigenschluss erfolgen. Der Verlag kann die entstandenen Satz- und Produktionskosten dem Kunden in Rechnung stellen. Für Anzeigen mit Sonderplatzierungen (auch Umschlagseiten und Sonderformate) besteht kein Rücktrittsrecht.
- Wird ein Anzeigenauftrag nicht komplett erfüllt, so erstattet der Kunde dem Verlag die Differenz zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass. Beruht die Nichterfüllung auf vom Verlag zu vertretenden Umständen, so besteht keine Erstattungspflicht.
- Der Verlag ist berechtigt, Anzeigenaufträge und einzelne Aufträge im Rahmen eines bestehenden Vertrages wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen abzulehnen. Das gilt namentlich dann, wenn der Inhalt gegen gesetzliche Bestimmungen oder behördliche Anordnungen verstößt oder für den Verlag unzumutbar ist. Der Verlag teilt dem Kunden die Ablehnung eines Auftrages unverzüglich mit.
- Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Modells 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.
- Der Kunde stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter aus Verstößen der Anzeigen oder Fremdbeilagen gegen gesetzliche Vorschriften, insbesondere des Wettbewerbs- und Urheberrechts frei.
- Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als solche erkennbar sind, werden vom Verlag deutlich kenntlich gemacht.
- Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen hat der Kunde Sorge zu tragen. Die Kosten für Entwürfe, Rezeichnungen und dergleichen sind in den Anzeigenpreisen nicht enthalten. Soweit der Kunde die Druckunterlagen nicht zur Verfügung stellt, übernimmt er die Kosten für die Beschaffung.
- Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Kunde trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzugs gesetzten Frist mitgeteilt werden. Kosten für die vom Kunden gewünschten oder zu vertretenden Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Kunde zu tragen.
- Sind keine besonderen Größenvorschriften vorgegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
- Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.
- 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 der Anzeige.
- Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Kunden zurückgesandt. Der Verlag bewahrt die Druckunterlagen längstens bis zu 3 Monaten nach Erfüllung des Auftrages auf.
- Der Kunde hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigen oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Kunde das Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages.
- Schadenersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen. Für Fehler jeder Art aus telefonischer Übermittlung haftet der Verlag nur bei Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit.
- Schadenersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für den Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlers zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt.
- Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von einfachen Erfüllungsgehilfen. In den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts beschränkt.
- Wurden Anzeigenmotive vom Kunden unkörperlich, d.h. digital übermittelt, so ist die Haftung des Verlages für ganz oder teilweise unleserliche, unrichtige oder unvollständige Wiedergaben der entsprechenden Anzeigen ausgeschlossen.
- Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von 4 Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.
- Falls der Kunde nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung vor Veröffentlichung der Anzeige, möglichst aber zum Termin der 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.
- Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen.
- Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Kunden ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offener Rechnungen abhängig zu machen.
- Werbungsmittel und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungstreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlergebühr darf an den Kunden weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.
- Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden 4 Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Der Verlag behält sich im Interesse und zum Schutz des Kunden das Recht vor, die eingehenden Angebote zur Ausschaltung von Missbrauch des Zifferndienstes zu Prüfzwecken zu öffnen. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.
- Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz.
- Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Kunden, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Kunde nach Vertragsabschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.
- Sollten einzelne Bestimmungen dieser Geschäftsbedingungen ganz oder teilweise unwirksam sein oder werden, so wird dadurch die Rechtswirksamkeit der übrigen Bestimmungen nicht berührt.