

Alle Informationen  
auch unter:  
[www.steinbruch-und-sandgrube.de](http://www.steinbruch-und-sandgrube.de)



## Inhalt

- 2 Titelporträt
- 4 Anzeigenpreisliste
- 6 Formatbeispiele
- 7 Digitale Druckunterlagen
- 8 Themen und Termine
- 10 Crossmediale Werbung
- 11 Einkaufsführer  
Print + Online
- 12 Banner
- 14 SUSA-TV
- 15 Titelporträt (AMF 1)
- 16 Auflagen-/Verbreitungs-  
analyse (AMF 2)
- 18 Kurzfassung der  
Erhebungsmethode
- 19 Geschäftsbedingungen
- 20 Ansprechpartner

# Titelporträt

Das Fachmagazin für Entscheider  
in der Roh- und Baustoffindustrie



## Titel

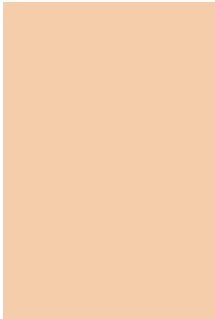
„Steinbruch und Sandgrube“ für die tägliche Arbeit zu nutzen, hat Tradition! Die unabhängige Spezialfachzeitschrift für den gesamten deutschsprachigen Raum wurde 2007 schließlich bereits 100 Jahre alt. Jung geblieben ist seit dem Gründungsjahr der redaktionelle Anspruch an den unmittelbaren Nutzwert der Informationen für die Praktiker der Branche. Das Fachmagazin folgt mit seiner Ausrichtung den jeweiligen Marktentwicklungen. So gehören neben neuen Lösungen und Trends zur Gewinnung und Aufbereitung von mineralischen Rohstoffen aus primären Lagerstätten längst die Aufbereitung von Bauschutt und Bodenaushub zum Kern der Berichterstattung.

„Steinbruch und Sandgrube“ zeigt darüber hinaus, welche Anforderungen an hochwertige Rohstoffe im Zuge der Baustoffproduktion gestellt werden. Informationen zum Thema Transport und Logistik runden das Profil ab.

## Themen

### Schwerpunkte der Fachpublikation:

- Praxisbezogene Einsatzberichte von Baumaschinen, Anlagen und Nutzfahrzeugen in allen Bereichen der Rohstoff-, Baustoffrecycling- und Baustoffindustrie
- Anlagen und Mischwerke für die Baustoffproduktion
- Automatisierungs- und Softwarelösungen für effizientere Prozesse
- Aktuelle Marktübersichten zu unterschiedlichen Produktgruppen
- Firmenporträts und Interviews
- Rohstoffgewinnung und Umweltschutz
- Relevante Analysen und Berichte aus Wirtschaft und Recht
- Leseroptimierte Messe- und Veranstaltungsvorschauen
- Übersichtliche Terminkalender
- Literaturtipps



## Leser

**Technische Führungskräfte, Investitionsentscheider und Ingenieure in Deutschland, Österreich und der Schweiz aus**

- der Kies- und Sandindustrie
- der Steine- und Erdenindustrie
- der Baustoff-Recyclingwirtschaft
- der Baustoffindustrie
- Bauunternehmen
- Ingenieur- und Planungsbüros
- Forschung und Wissenschaft
- allen Lieferantensparten der aufgeführten Anwenderbranchen

## Leistung

- unabhängige Fachzeitschrift für die gesamte mineralische Roh- und Baustoffindustrie sowie die Baustoff-Recyclingwirtschaft
- hoher Nutzwert dank hervorragender Blatt-Leser-Bindung und langer Tradition
- Aktualität durch monatliches Erscheinen
- inhaltliche Schwerpunkte auf unmittelbaren Branchenbedarf abgestimmt
- umfangreicher Klein- und Gelegenheitsanzeigenteil
- maßgebliche Verbreitung auch in Österreich, BeNeLux und der Schweiz
- Jeweils im Juli erscheint das „Steinbruch und Sandgrube-Jahrbuch“ mit prominent bedientem Schwerpunktthema und großem Angebotsteil als das „Who is who“ der Branche

Print ist nicht genug?!  
Nutzen Sie auch die Werbemöglichkeiten unter  
[www.steinbruch-und-sandgrube.de](http://www.steinbruch-und-sandgrube.de)



# P Anzeigen-Preisliste

Nr. 46 – gültig ab 1. Januar 2012

## 1 Auflage

Druckauflage ..... 10 559 Exemplare  
tatsächlich verbreitete Auflage:  
im Jahresdurchschnitt (lt. AMF-Schema 2, Ziffer 17) . 10 319 Exemplare

**2 Zeitschriftenformat** ..... 210 mm breit, 297 mm hoch, DIN A4  
**Satzspiegel** ..... 188 mm breit, 272 mm hoch  
Spaltenzahl ..... 4 Spalten = Spaltenbreite 44 mm  
3 Spalten = Spaltenbreite 60 mm

## 3 Druck- und Bindeverfahren, Druckunterlagen

Offsetdruck; Rückendrahtheftung, ggf. Klebebindung. Anlieferung von digitalen Druckunterlagen erforderlich (siehe Seite „digitale Druckunterlagen“). Anfertigung von Druckunterlagen in der Größe 1:1 für Schwarzweiß-Anzeigen ist kostenlos. Bei nicht maßgerechten Vorlagen und bei der Herstellung von Farbanzeigen erfolgt Berechnung der Selbstkosten.

## 4 Termine

Erscheinungsweise ..... monatlich, 12 Ausgaben  
Erscheinungstermin ..... siehe Terminplan  
Anzeigen- und Druckunterlagenschluss ..... siehe Terminplan

**5 Verlag** ..... Schlütersche Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG  
Hausanschrift ..... Hans-Böckler-Allee 7, 30173 Hannover  
Postanschrift ..... 30130 Hannover  
Anzeigenabteilung ..... siehe Ansprechpartner (Seite 16)

## 6 Zahlungsbedingungen

8 Tage nach Rechnungsdatum 2 % Skonto, sonst 30 Tage ohne Abzug.  
Bankeinzugsverfahren ist möglich.  
USt.-Ident.-Nr. DE 115 697 748

## Bankverbindungen

### Bankverbindung für Anzeigenrechnungen:

Sparkasse Hannover (BLZ 250 501 80), Konto-Nr. 1 019 900  
IBAN-Nr.: DE 41 2505 0180 0001 0199 00  
BIC: SPKHDE2H

### Bankverbindung für Vertriebsrechnungen:

Nord/LB, Hannover (BLZ 250 500 00), Konto-Nr. 101 418 200

### Bankverbindung für Schweizer Kunden:

PostFinance CH-6007 Luzern, Konto-Nr.: 40-275368-6  
IBAN-Nr.: CH52 0900 0000 4027 5368 6

## 7 Anzeigenformate und Preise

Allen Preisen ist der aktuelle Mehrwertsteuersatz hinzuzurechnen.

Format	Spaltenzahl	Breite × Höhe mm	Grundpreis s/w in €	2-farbig in €	3-farbig in €	4-farbig in €
2/1-Seite	8-spaltig	404 × 272	3 975,-	4 302,-	5 328,-	5 964,-
1/1-Seite	4-spaltig	188 × 272	1 986,-	2 322,-	2 665,-	2 983,-
2/3-Seite	2-spaltig 4-spaltig	124 × 272 hoch 188 × 180 quer	1 325,-	1 650,-	1 961,-	2 270,-
1/2-Seite	2-spaltig 4-spaltig	92 × 272 hoch 188 × 134 quer	996,-	1 230,-	1 490,-	1 648,-
1/3-Seite	1-spaltig 4-spaltig	60 × 272 hoch 188 × 88 quer	663,-	873,-	1 082,-	1 290,-
1/4-Seite	1-spaltig 2-spaltig 4-spaltig	44 × 272 hoch 92 × 134 hoch 188 × 65 quer	498,-	642,-	798,-	853,-

1/6-Seite	1-spaltig 2-spaltig	60 x 134 hoch 92 x 88 quer	331,-	438,-	542,-	646,-
1/8-Seite	1-spaltig 2-spaltig 4-spaltig	44 x 134 hoch 92 x 65 quer 188 x 31 quer	249,-	322,-	400,-	478,-
Junior Page		140 x 180 hoch	1 195,-	1 429,-	1 664,-	1 798,-
<b>Millimeterpreis</b> im Anzeigenteil im Textteil	1-spaltig 1-spaltig	44 mm breit 60 mm breit	2,10 3,90	2,54 4,69	2,98 5,48	3,42 6,27

## 8 Vorzugsplatzierungen/Zuschläge

### 8.1 Platzierung

Titelseite 210 mm breit x 180 mm hoch  
(+ 3 mm Anschnitt rechts) ..... auf Anfrage  
inklusive erläuterndem Text und verkleinerter  
Titelseitenabbildung neben dem Inhaltsverzeichnis.  
Der Text besteht aus bis zu 600 Zeichen inkl.  
Leerzeichen und Anschrift.

2. oder 4. Umschlagseite, 4 c ..... € 3 520,-  
sonstige bindende Platzvorschriften ..... Zuschlag 25 %

### 8.2 Farbe siehe Preisliste oben

Sonderfarben ..... Preis auf Anfrage.

## 9 Rubrikanzeigen

je 1-spaltige, 44 mm breite Millimeterzeile  
Verkäufe, Kaufgesuche, Stellenangebote, Verschiedenes ..... € 2,10  
Stellengesuche ..... € 1,42  
Chiffregebühr ..... € 11,00

## 10 Sonderwerbformen – auf Anfrage

### 11 Rabatte

bei Abnahme innerhalb von 12 Monaten (Insertionsjahr)

**Malstaffel** ..... **Mengentaffel**

ab 3 Anzeigen 5 % ..... ab 1 Seite 5 %  
ab 6 Anzeigen 10 % ..... ab 2 Seiten 10 %  
ab 12 Anzeigen 15 % ..... ab 5 Seiten 15 %  
..... ab 8 Seiten 20 %  
..... ab 12 Seiten 25 %

## 12 Einkleber/Einhefter

zweiseitig ..... € 2 130,-  
vierseitig als Mittelhefter (426 x 303 mm) gefalzt anliefern ... € 3 542,-  
achtseitig ..... € 6 780,-  
Einkleber/Einhefter bitte im unbeschnittenen Format (213 x 305 mm) liefern.  
Bei Rückendrahtheftung/Einkleber: Format 213 mm x 307 mm  
(Beschnittzugabe oben und unten jeweils 5 mm, rechts außen 3 mm)  
Einkleber/Einhefter werden rabattiert: 1 Einkleber/Einhefter = 1 Anzeigenseite.

## 13 Beilagen

lose eingelegt, maximale Größe 200 x 290 mm,  
bis 25 g Stückgewicht, je 1 000 Exemplare ..... € 150,-  
Schwerere Beilagen auf Anfrage.  
Gesamtbeilagen werden rabattiert: 1 Gesamtbeilage = 1 Anzeigenseite  
Teilbeilagen werden nicht rabattiert.  
Die Vorlage eines Musters ist vor Auftragsannahme erforderlich.

## 14 Aufgeklebte Werbemittel

in Verbindung mit einer 1/1-Anzeigenseite  
Postkarte je 1 000 Exemplare ..... € 25,-  
Postgebühren und Platzierung auf Anfrage

## 15 Lieferanschrift für die Positionen 12 bis 14

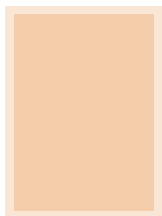
Integralis Industriebuchbinderei  
Lettershop und Fulfillment GmbH  
Lägenfeldstraße 4  
30952 Hannover/Ronnenberg  
Liefervermerk: Steinbruch und Sandgrube, Ausgabe ...  
Lieferung frei Druckerei

# Informationsblatt Formate

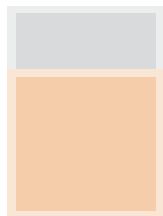
Ergänzung zur Anzeigenpreisliste 46 – gültig ab 1. Januar 2012

# P

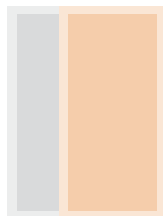
**Heftformat: A4 (210 × 297 mm)**



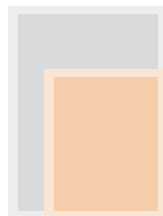
**1/1-Seite**  
S: 188 × 272  
A: 216 × 303



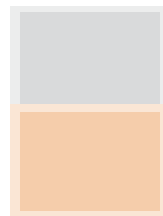
**2/3-Seite**  
S: 188 × 180  
A: 216 × 200



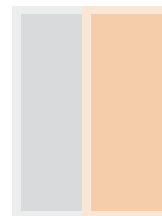
**2/3-Seite**  
S: 124 × 272  
A: 138 × 303



**Junior Page**  
S: 140 × 180  
A: 154 × 200



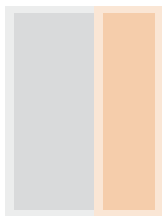
**1/2-Seite**  
S: 188 × 134  
A: 216 × 154



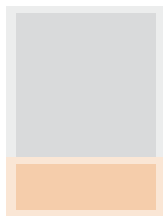
**1/2-Seite**  
S: 92 × 272  
A: 106 × 303



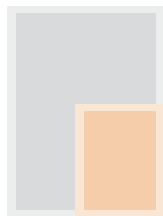
**1/3-Seite**  
S: 188 × 88  
A: 216 × 108



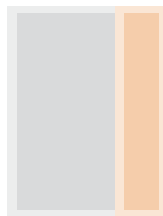
**1/3-Seite**  
S: 60 × 272  
A: 74 × 303



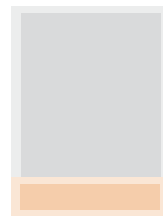
**1/4-Seite**  
S: 188 × 65  
A: 216 × 85



**1/4-Seite**  
S: 92 × 134  
A: 106 × 154



**1/4-Seite**  
S: 44 × 272  
A: 58 × 303



**1/8-Seite**  
S: 188 × 31  
A: 216 × 51




**1/8-Seite**  
S: 92 × 65  
A: 106 × 85



**Titelseite**  
A: 213 × 180

S = Formate für Anzeigen im  
Satzspiegel, Breite x Höhe in mm

A = Formate für angeschnittene Anzeigen, Breite x Höhe in mm,  
**inkl.** Beschnittzugabe allseits (3 mm je Beschnittkante)

 Anschnittkanten =  
Anzeigenformat über den Satzspiegel hinaus

## Digitale Druckunterlagen

### 1. Zeitschriftenformat

210 mm breit x 297 mm hoch, DIN A 4  
unbeschnitten: 216 mm breit x 303 mm hoch

#### Satzspiegel

188 mm breit x 272 mm hoch  
3 Spalten = Spaltenbreite 60 mm

### 2. Druck- und Bindeverfahren

Bogenoffsetdruck, Rückendrahtheftung

### 3. Datenübermittlung und Kontakt

E-Mail: [anzeigendaten-sus@schluetersche.de](mailto:anzeigendaten-sus@schluetersche.de)

FTP-Verbindung gern auf Anfrage

Bei Rückfragen: Telefon 0511 8550-2522, Telefax 0511 8550-2401

Bitte nennen Sie bei der Datenübermittlung *Zeitschrift\_Ausgabe\_Inserent* und senden parallel die genauen Auftragsdaten sowie einen schrift- und standverbindlichen Ausdruck der Anzeige.

### 4. Datenformate

Wir empfehlen die Anlieferung von PDF/X-3 Daten. Offene Daten (z.B. InDesign, QuarkXpress, usw.) sind zu vermeiden. Mindestens muss die Datei druckfähig sein, d.h. alle verwendeten Schriften sind einzubetten. Halbtonebilder benötigen eine Auflösung von 300 dpi, Strichbilder mindestens 600 dpi.

### 5. Farben

Druckfarben (CMYK) nach ISO 12647-2 (PSO). Zur Konvertierung und Kontrolle des Farbraums (ICC-Color Management) wird speziell auf die Standard-Offsetprofile der ECI verwiesen (kostenloser Bezug des Pakets "ECI\_Offset\_2009" bei [www.eci.org](http://www.eci.org)).

### 6. Proof

Farbverbindliches Proof nach "Medienstandard Druck" (bvdm). Digital erstellte Prüfdrucke müssen zur Kontrolle der Farbverbindlichkeit den FOGRA Medienkeil enthalten (kostenpflichtig zu beziehen bei [www.fogra.org](http://www.fogra.org)). Andrucke müssen einen offiziellen Druckkontrollstreifen aufweisen. Papierklassen für Referenzproofs bitte erfragen.

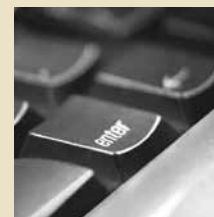
### 7. Datenarchivierung

Daten werden archiviert, unveränderte Wiederholungen sind deshalb in der Regel möglich. Eine Datengarantie wird jedoch nicht übernommen.

### 8. Gewährleistung

Bei Anlieferung von unvollständigen oder abweichenden Daten (Texte, Farben, Abbildungen) übernehmen wir keine Haftung für das Druckergebnis. Fehlbelichtungen aufgrund von unvollständigen oder fehlerhaften Dateien, falschen Einstellungen oder unvollständigen Angaben werden berechnet. Dies gilt auch für zusätzliche Satz- oder Reproarbeiten sowie für die Erstellung fehlerhafter Proofs.

# Digitale Druckunterlagen



Ausgabe	1	2	3	4	5	6
<b>Anzeigenschluss</b>	05.01.2012	26.01.2012	24.02.2012	23.03.2012	24.04.2012	25.05.2012
<b>Druckunterlagenchluss</b>	10.01.2012	31.01.2012	29.02.2012	28.03.2012	27.04.2012	31.05.2012
<b>Erscheinungstermin</b>	25.01.2012	15.02.2012	15.03.2012	16.04.2012	15.05.2012	15.06.2012
<b>Daten und Systeme</b>	Regelmäßige Vorstellung von Komponenten und Komplettlösungen für das Überwachen, Steuern und Regeln sowie die Prozessautomatisierung von der Aufschluss- und Betriebsplanung über Gewinnung und Transport bis zu Verladung und Fakturierung in der gesamten mineralischen Roh- und Baustoffindustrie					
<b>Gewinnung und Transport</b>	Rekultivierung/ Renaturierung	Pumpen	Bänder und Abstreifer	Bagger und Radlader	Bohren und Sprengen	Nass- und Trockengewinnung
<b>Aufbereitung und Veredelung</b>	Sieben und Klassieren	Brechen und Zerkleinern		Nass- und Trocken- aufbereitung	mobile Siebtechnik	
<b>Abbruch und Recycling</b>			Anbaugeräte und Wechselsysteme		Asphalt- und Betonrecycling	mobile Aufbereitungstechnik
<b>Rohstoff und Baustoff</b>	Ton, Ziegel		Beton	Asphalt		Naturwerkstein
<b>Maschine und Technik</b>	Verschleißschutz/ Winterreparaturen	Biologische Öle und Schmierstoffe	Steuerungen, Mess- und Regeltechnik		Wiegen und Dosieren	
<b>Fuhrpark und Zubehör</b>	Aktuelle Lkw-Modelle und Aufbauten für die Roh- und Baustoffindustrie, Miet-, Leasing und Finanzierungsmodelle, Tieflader und Schwertransporter für den Baumaschinen- und Anlagentransport.					
<b>Messen und Veranstaltungen</b>	BetonTage, 07.–09.02.2012, Neu-Ulm  Deutsche Asphalttage, 08.–10.02.2012, Berchtesgaden	MIRO Betriebsleiterseminar, 14.–16.02.2012  VDBUM Großseminar, 28.02.–02.03.2012, Braunlage	Asphaltseminar, 05.–07.03.2012, Willingen  Resale, Köln Abbruchtagung, 16.–17.03.2012, Berlin  MAWEV-Show 21.–24.03.2012, Windpassing/Ennsdorf	Intermat, 16.–21.04.2012, Paris	IFAT Entsorga, 07.–11.05.2012, München	Reifen, 05.–08.06.2012, Essen  Hillhead, 19.–21.06.2012, Buxton

Ausgabe	7	8	9	10	11	12
<b>Anzeigenschluss</b>	22.06.2012	26.07.2012	27.08.2012	24.09.2012	26.10.2012	26.11.2012
<b>Druckunterlagenchluss</b>	27.06.2012	31.07.2012	30.08.2012	27.09.2012	31.10.2012	29.11.2012
<b>Erscheinungstermin</b>	16.07.2012	15.08.2012	14.09.2012	15.10.2012	15.11.2012	14.12.2012
<b>Daten und Systeme</b>	Regelmäßige Vorstellung von Komponenten und Komplettlösungen für das Überwachen, Steuern und Regeln sowie die Prozessautomatisierung von der Aufschluss- und Betriebsplanung über Gewinnung und Transport bis zu Verladung und Fakturierung in der gesamten mineralischen Roh- und Baustoffindustrie					
<b>Gewinnung und Transport</b>		Reifentechnologie- und -schutz Reifenwaschanlagen	Skw und Dumper	Schwimmbagger, Greifer, Schrapper	Förderanlagen und -technik	
<b>Aufbereitung und Veredelung</b>	SUSA-Jahrbuch 2012 für die Roh- und Baustoffindustrie, deren Ausrüster und Dienstleister. Wer bietet was? Special: Modernisierung von Aufbereitungsanlagen für mineralische Rohstoffe	Stationäre Aufbereitungstechnik	Sieben und Klassieren	Entstauben	Brechen und Zerkleinern	Nass- und Trockenaufbereitung
<b>Abbruch und Recycling</b>		Materialumschlag		Arbeitssicherheit		Stationäre Recyclinganlagen
<b>Rohstoff und Baustoff</b>			Transportbeton			Silos, Lagersysteme
<b>Maschine und Technik</b>		EDV	Dosier- und Mischtechnik	Antriebstechnik	Ersatzteile	
<b>Fuhrpark und Zubehör</b>		Aktuelle Lkw-Modelle und Aufbauten für die Roh- und Baustoffindustrie, Miet-, Leasing und Finanzierungsmodelle, Tieflader und Schwertransporter für den Baumaschinen- und Anlagentransport.				
<b>Messen und Veranstaltungen</b>			Nordbau, 06.-11.09.2012, Neumünster	Intergeo, 09.-11.10.2012, Hannover	Schüttgut, 07.-08.11.2012, Dortmund, ForumMIRO 07.-09.11.2012, Dresden bauma China, 27.-30.11.2012, Shanghai	





## Crossmediale Werbung auf einen Blick www.steinbruch-und-sandgrube.de

Informationsbeschaffung im Arbeitsalltag findet auf vielen Kanälen statt – über Fachzeitschriften, auf Messen und Veranstaltungen, im persönlichen Gespräch und natürlich im Internet. Entscheidend ist es, dort zu sein, wo Kunden sich informieren, wenn Neu-, Ersatz- oder Modernisierungsinvestitionen anstehen.

**Printwerbung** in Steinbruch und Sandgrube ist die Basisverbindung zu Entscheidern der Roh- und Baustoffindustrie. Stets zukunftsorientiert und nutzwertig begleitet sie die Branche seit 104 Jahren.

**Einkaufsführer** als crossmediales Angebot. Lassen Sie sich finden! 12 x im Heft und 365 Tage im Jahr haben Nutzer Zugriff auf Produkte und Anbieter.

**Bannerwerbung** auf steinbruch-und-sandgrube.de verstärkt die Marktpräsenz bei internetaffinen Nutzergruppen.

**SUSA -TV** mit Videos Kunden binden! Bewegte Bilder vermitteln neben Informationen auch Emotionen und unterstützen damit die verkaufsfördernde Wirkung. Steinbruch und Sandgrube bietet verschiedene Angebote von der Einbindung Ihres Videos bis hin zum Komplettpaket inklusive Storyboard und Umsetzung.

## Preise pro Ausgabe (zzgl. Mehrwertsteuer)

Standardeintrag (1 Spalte)...15,-€  
(Firmenname, Straße oder Postfach, Telefon, Fax, E-Mail, Internet)

Jede weitere Infozeile..... 2,-€  
(Text nach eigener Wahl: Slogan, etc.)

Pro Suchwort..... 0,50€  
(Zuordnung des Eintrags zu einem Produkt-Suchwort)

Logoabbildung..... 15,-€  
(nur schwarz/weiß und in der Zeitschrift möglich)

Laufzeit: bis auf Widerruf, mindestens ein Jahr

Zahlungsweise:  
Sammelrechnung in der Mitte der Laufzeit

Nicht rabattierbar, keine Agenturprovision, keine Farbe möglich

**LOGO**  
**Musterfirma KG**  
Dorfstraße 51  
00000 Musterstadt  
Tel. (1 23 45) 67 89-0  
Fax (1 23 45) 67 89-12  
E-Mail: info@musterfirma.de  
Internet: www.musterfirma.de  
24-Stunden-Service

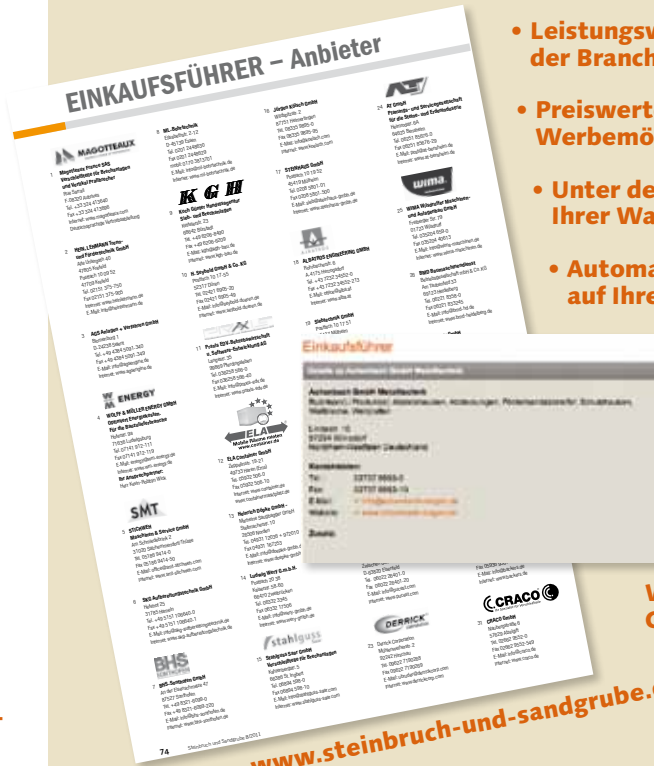
Standard-  
eintrag

Zusatzzeile

# Der SuSa-Einkaufsführer

## Print und Online

- Leistungsverzeichnis der Branche
- Preiswerte Werbemöglichkeit
- Unter den Suchworten Ihrer Wahl
- Automatische Verlinkung auf Ihre Homepage



Wirkungsvoll:  
Gleich buchen!

[www.steinbruch-und-sandgrube.de](http://www.steinbruch-und-sandgrube.de)

## Bannerwerbung auf www.steinbruch-und-sandgrube.de

Gute Printmedien leisten viel für Ihre Kommunikation – in Verbindung mit modernen zielgruppenorientierten Online-Medien noch mehr. Verstärken Sie Ihre Marktpräsenz bei internetaffinen Nutzergruppen – gleich ob begleitend zur Ihrer Kommunikation im Print oder als interaktive Maßnahme zu Ihren aktuellen Marketingaktivitäten.

The screenshot shows the homepage of 'STEINBRUCH UND SANDGRUBE'. A large red banner with white text 'Full-Size-Banner' is overlaid on the top right of the page content. The website layout includes a navigation bar, a main content area with several articles, and a sidebar with additional information. The banner is positioned above the main content, partially overlapping the navigation bar.

The screenshot shows the same homepage of 'STEINBRUCH UND SANDGRUBE'. A large red vertical banner with white text 'Skyscraper' is overlaid on the right side of the page. The banner is positioned vertically, extending from the top of the page content down to the bottom, partially overlapping the sidebar and main content area.



### Bannerformate und Preise

Format	Größe in Pixel	Kosten pro Monat
Fullsizebanner	468 x 60	320,- €
SkyScraper	120 x 600	440,- €
Wallpaper A	875 x 90	
Wallpaper B	160 x 800	600,- €
Content Ad	229 x 70	240,- €

Preise für andere Formate auf Anfrage

### Rabatte

- ab 3 Monate = 10% Rabatt
- ab 6 Monate = 15% Rabatt
- ab 12 Monate = 20% Rabatt

### Anlieferung

Dateianlieferung bis 4 Werkstage vor Erscheinen per E-Mail an [crone@schluetersche.de](mailto:crone@schluetersche.de)

### Dateiformate

HTML, Java, GiF, Flash  
Bannergröße max. 40kb!



## SUSA TV

Mit Steinbruch und Sandgrube unterwegs auf der mesching 2011. Wir haben uns auf die Suche gemacht nach dem besten Video, das wir dabei herausgeholt haben, zeigt unser Super Film.



SUSA hat die Aussteller gefragt, warum man einen Besuch auf ihrem Messestand auf keinen Fall verpassen darf? Einige Antworten haben wir für Sie festgehalten!

### MB Deutschland GmbH

Seit 10 Jahren produziert und vertreibt MB Beckenbrecherstoffe. Effizienz und Kostenersparnis sind wesentliche Vorteile von Brecherstoffen. Eine schnelle Investition? Bei MB heißt Sie nicht die „Katze im Sack“, Ein times Angebot!

## MB Deutschland GmbH

Seit zehn Jahren produziert und vertreibt MB Beckenbrecherstoffe. Effizienz und Kostenersparnis sind wesentliche Vorteile von Brecherstoffen. Eine schnelle Investition? Bei MB heißt Sie nicht die „Katze im Sack“, Ein times Angebot!



## SUSA – TV Mit Videos Kunden binden!

Ob Unternehmensportrait, Produktvorstellung oder andere Aktionen – SUSA-TV setzt Ihr Unternehmen professionell in Szene.

Nutzen Sie Ihr persönliches Firmenvideo für Ihren Internetauftritt, Darstellung Ihrer Produkte und Dienstleistungen – im Außendienst, auf Messen und Veranstaltungen.

SUSA-TV bietet Ihnen einen „Full-Service“ – praxisnah und kompetent.

Gemeinsam mit Ihnen entwickeln wir ein passgenaues Angebot. Sprechen Sie uns an!

### Kontakt:

#### Susann Buglass

Telefon 0511 8550-2528, [buglass@schluetersche.de](mailto:buglass@schluetersche.de)

#### Kai Burkhardt

Telefon 0511 8550-2566, [burkhardt@schluetersche.de](mailto:burkhardt@schluetersche.de)

#### Susanne Troge

Telefon 0511 8550-2514, [troge@schluetersche.de](mailto:troge@schluetersche.de)



**1 Kurzcharakteristik**

Unabhängiges Fachmagazin für Entscheider in der Roh- und Baustoff-industrie – „Steinbruch und Sandgrube“ gilt mit ihrer einhundertjährigen Erfahrung im Hintergrund als die traditionsreichste Spezialfachzeitschrift für die Gewinnung, Aufbereitung und Verarbeitung von mineralischen Primär- und Sekundärrohstoffen im deutschsprachigen Raum. Technische Innovationen, praxisbezogene Einsatzberichte, Porträts sowie Wirtschaftsmeldungen in der Sprache der Branche stehen im Mittelpunkt der Berichterstattung, die stets auf einen hohen Nutzwert ausgerichtet ist. Leser der Zeitschrift sind Entscheider der Rohstoff-, Baustoffrecycling- und Baustoffindustrie im deutschsprachigen Raum.

- 2 Erscheinungsweise** .... einmal monatlich
- 3 Jahrgang** ..... 105. Jahrgang 2012
- 4 Web-Adresse (URL)** ... www.steinbruch-und-sandgrube.de
- 5 Mitgliedschaft** ..... –
- 6 Organ** ..... –
- 7 Herausgeber**..... Schlütersche Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG
- 8 Verlag**..... Schlütersche Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG
  - Postanschrift ..... 30130 Hannover
  - Hausanschrift ..... Hans-Böckler-Allee 7, 30173 Hannover
  - Telefon ..... 0511 8550-0
  - Telefax ..... 0511 8550-2407
  - Internet ..... www.steinbruch-und-sandgrube.de
  - E-Mail ..... technik@schluetersche.de
- 9 Redaktion** ..... Dipl.-Ing./Dipl.-Journ. Ute Möhle
  - Andechser Straße 10, 82205 Gilching
  - Telefon ..... 08105 772386
  - Telefax ..... 08105 370670
  - E-Mail ..... moehle@redaktion-susa.de
- 10 Anzeigen**..... Susann Buglass
  - Anzeigenleitung
- 11 Vertrieb** ..... Christian Engelmann
  - Telefon ..... 0511 8550-2424
  - Telefax ..... 0511 8550-2405
  - E-Mail ..... vertrieb@schluetersche.de

**12 Bezugspreis**

Jahresbezugspreis Inland: 56,- €  
(einschl. Versandkosten und MwSt.)  
Jahresbezugspreis Ausland: 77,- €  
(einschl. Versandkosten zzgl. MwSt.)  
Bestellung eines Einzelheftes: 5,15 €  
(zzgl. Versandkosten)

**13 ISSN**..... 0039-1018

**14 Umfangs-Analyse 2010 = 12 Ausgaben**

<b>Format der Zeitschrift</b> .....	DIN A4
<b>Gesamtumfang</b> .....	872 Seiten = 100 %
<b>Redaktioneller Teil</b> .....	583 Seiten = 66,8 %
<b>Anzeigenteil</b> .....	289 Seiten = 33,2 %

davon	
Stellen- und Gelegenheitsanzeigen .....	26,0 Seiten = 9,0 %
Einkleber.....	5,0 Seiten = 1,7 %
Einkaufsführer .....	60,0 Seiten = 20,8 %
Verlageigene Anzeigen.....	23,5 Seiten = 8,1 %

**Beilagen**..... 4 Stück

**15 Inhalts-Analyse des redaktionellen Teils 2010 = 583 Seiten**

Gewinnung, Aufbereitung, Veredelung.....	147 Seiten = 25,2 %
Rekultivierung und Nachnutzung .....	21 Seiten = 3,6 %
Baustoffherstellung und Handling .....	45 Seiten = 7,7 %
Recycling mineralischer Massen .....	36 Seiten = 6,2 %
Maschine und Technik .....	51 Seiten = 8,7 %
Reparaturen, Instandhaltung, Verschleißschutz .....	24 Seiten = 4,1 %
Planung, Prozesssteuerung und Überwachung .....	18 Seiten = 3,1 %
Fuhrpark und Zubehör .....	29 Seiten = 5,0 %
Porträts .....	13 Seiten = 2,2 %
Messen und Veranstaltungen .....	67 Seiten = 11,5 %
Wirtschaft und Recht.....	42 Seiten = 7,2 %
Branchennachrichten, Aktuelles.....	38 Seiten = 6,5 %
Sonstiges .....	52 Seiten = 9,0 %
<b>Gesamt</b> .....	<b>583 Seiten = 100 %</b>

# Auflagen- und Verbreitungsanalyse

# 2



## Aufgliederung der Inlandsauflage nach PLZ – Gebieten:

Postleitzahlenregion	%	Exemplare
PLZ-Bereich 0	8,02	742
PLZ-Bereich 1	5,35	495
PLZ-Bereich 2	9,36	866
PLZ-Bereich 3	12,39	1 146
PLZ-Bereich 4	10,00	925
PLZ-Bereich 5	11,86	1 097
PLZ-Bereich 6	8,49	785
PLZ-Bereich 7	11,58	1 071
PLZ-Bereich 8	11,12	1 029
PLZ-Bereich 9	11,83	1 094
Insgesamt	100	9 250

## 16 Auflagenkontrolle IVW, Berlin

## 17 Auflagen-Analyse

Exemplare pro Ausgabe im Durchschnitt für die Zeit vom 1. Juli 2010 bis 30. Juni 2011

<b>Druckauflage</b> .....	10 559	
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)</b> ....	10 319	davon Ausland ..... 1 069
<b>Verkaufte Auflage</b> .....	892	davon Ausland ..... 187
- Abonnierte Exemplare .....	891	davon Mitgliederstücke ... -
- Einzelverkauf.....	-	
- Sonstiger Verkauf.....	1	
<b>Freistücke</b> .....	9 427	
<b>Rest,- Archiv- und Belegexemplare</b> .....	240	

## 18 Geographische Verbreitungs-Analyse

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Deutschland	89,6	9 250
Ausland	10,4	1 069
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage</b>	100,0	10 319

Kurzfassung der Erhebungsmethode siehe Seite 18

## 19 Branchen/Wirtschaftszweige/Fachrichtungen/Berufsgruppen

Nummer der Grundsystematik	Empfängergruppen (Bezeichnung laut „Systematik der Wirtschaftszweige“ des Statistischen Bundesamtes)	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
		%	Exemplare
14.10.0-14.11.1	Gewinnung von Natursteinen	33,20	3 426
14.21.0	Gewinnung von Kies und Sand	29,52	3 046
14.12.1.-14.12.2	Gewinnung von Kalkstein, Gips und Kreide	2,95	304
26.51.0	Herstellung von Zement	1,90	196
26.61.2	Herstellung von Baustoffen (Ziegel, Kalksandstein, Porenbeton, ect.)	4,15	428
26.63.0	Herstellung von Transportbeton	4,28	442
37.20.5	Baustoffrecycling	12,00	1 238
45.23.1-45.25.2	Bauwirtschaft	7,10	733
	Handel	1,40	144
	Verbände	0,40	41
	Sonstige	2,50	258
	keine Angaben	0,60	62
	Tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt	100,00	10 319



# Kurzfassung der Erhebungsmethode

- zur Verbreitungsanalyse (AMF-Schema 2, Ziffer 18)
- zur Empfänger-Strukturanalyse (AMF-Schema 3-E)

## 1. Untersuchungsmethode

- Verbreitungsanalyse durch Dateiauswertung (AMF-Schema 2)
  - Empfänger-Strukturanalyse durch Dateiauswertung (AMF-Schema 3)
- 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 Empfänger in der Datei** ..... 17 733

**2.3. Gesamtzahl wechselnde Empfänger** ..... 15 657

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

- Verkaufte Auflage ..... 892
  - davon: abonnierte Exemplare ..... 891
  - Einzelverkauf ..... –
  - sonstiger Verkauf ..... 1
- Freistücke ..... 9 427
  - davon: ständige Freistücke ..... 362
  - wechselnde Freistücke ..... 8 706
  - Werbeexemplare ..... 359
- Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA) ..... 10 319
  - davon: Inland ..... 9 250
  - Ausland ..... 1 069

## 3. Beschreibung der Untersuchung

### 3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil)

Grundgesamtheit (tvA) .....	10 319 = 100,00 %
davon in der Untersuchung nicht erfasst .....	469 = 4,55 %
- Einzelverkauf .....	–
- Sonstige .....	110
- Werbeexemplare .....	359

Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA) ..... 9 850 = 95,45 %

**3.2 Tag der Dateiauswertung** ..... 20.07.2011

### 3.3 Beschreibung der Datenbasis

Die Auswertung basiert auf der Gesamtdatei. Die ermittelten Anteile für die Verbreitung in Deutschland 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** 01.07.2010–30.06.2011

**3.7 Durchführung der Untersuchung** ..... Verlag



# Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften

Die nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen sind Vertragsbestandteil des zwischen Schlütersche Verlags-gesellschaft mbH & Co. KG (Verlag genannt) und einem Werbeteilnehmer oder sonstigen Inserenten (Auftraggeber genannt) geschlossenen Vertrages über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder Beilagen sowie anderer Werbemittel (Werbemittel) in einer Druckschrift zum Zwecke der Verbreitung. Aufträge gelten erst dann als angenommen, wenn sie schriftlich durch den Verlag bestätigt worden sind. Ist der Auftraggeber eine Agentur, so bezieht sich der jeweilige Auftrag auf einen Kunden der Agentur und darf nicht gleichzeitig Werbung anderer Agenturkunden enthalten.

1. Ist kein Erscheinungstermin vereinbart, sind vereinbarte Werbemittel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen.

Ist im Rahmen eines Abschlusses über mehrere Anzeigen das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen bzw. anderer Werbemittel eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern diese innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.

2. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet weiterer rechtspflechter, 40 % des Inserationspreises als Stornogebühr dem Verlag zu erstatten. Dem Auftraggeber bleibt der Nachweis vorzubehalten, dass kein oder nur ein geringer Schaden entstanden sei. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.

3. Anzeigen und Beilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen einer Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig vor dem Veröffentlichungszeitpunkt beim Verlag eingehen, dass man dem Auftraggeber gegebenenfalls noch vor dem Anzeigenschluss über eine nicht wunschgemäße Berücksichtigung benachrichtigen kann. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.

4. Anzeigen, die auf Grund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

5. Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung der Anzeige erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber ist selbst für die Inhalte der bestellten Veröffentlichungen und für alle gemachten Angaben verantwortlich. Es ist ausschließlich Sache des Auftraggebers, wettbewerbsmarken-, urheber- oder namensrechtliche Fragen sowie Fragen bzgl. der Preisangabe bei Premium-Dienste-Rufnummern vor Erteilung des Auftrages von sich aus zu klären. Werden Mehrwert-Rufnummern in Werbeanzeigen veröffentlicht, verpflichtet sich der Auftraggeber die Pflichtangaben zu den Preisen gemäß TKG einzuhalten und zu veröffentlichen. Es dürfen keine Werbebanner mit rechts- oder sittenwidrigen Inhalten angeboten werden, insbesondere keine Werbung veröffentlicht werden, die i. S. d. § 131 StGB zum Rassenhass aufstacheln, Gewalt verherrlichen oder verharmlosen, sexuell anstößig sind, i. S. d. § 184 StGB pornographisch sind, den Krieg verherrlichen oder verharmlosen, geeignet sind, Kinder oder Jugendliche sittlich schwer zu gefährden oder in ihrem Wohl zu beeinträchtigen oder auf Angebote mit solchem Inhalt hinzuweisen. Der Verlag übernimmt keine Gewähr für den Inhalt, insbesondere für den Wahrheitsgehalt der bestellten Werbung. Im Falle der Inanspruchnahme durch Dritte, die ihre Ansprüche im Zusammenhang mit den veröffentlichten Inhalten gegen den Verlag machen, haftet allein der Auftraggeber, der den Verlag und die Agentur von allen diesbezüglichen Ansprüchen Dritter freistellt.

6. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen des Vertrages – und Beilagenaufträge sowie Aufträge für Durchhelfer und Einkleber wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form 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. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden.

Anzeigen, Beilagen-, Durchhelfer- und Einkleberaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines entsprechenden Modells und dessen Billigung durch den Verlag bindend. Anzeigen, Beilagen, Durchhelfer und Einkleber, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

7. 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. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.

8. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder unvollständigem Abruch der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige zum dem Verlag nächstmöglichen Zeitpunkt. Beides aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde und soweit der Abruch einer Ersatzanzeige dem Verlag zumutbar ist. Lässt der Verlag eine ihm dafür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages.

Wegen Verletzung vertraglicher und außervertraglicher Pflichten, insbesondere wegen Unmöglichkeit, Verzug, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlungen haftet der Verlag – auch für seine leitenden Angestellten und sonstigen Erfüllungsgehilfen – nur in Fällen des Vorsatzes und der groben Fahrlässigkeit, und zwar der Höhe nach beschränkt auf den bei Vertragsabschluss voraussehbaren vertragstypischen Schaden. Diese Haftungsbegrenzung gilt nicht bei schuldhaftem Verstoß gegen wesentliche Vertragspflichten, soweit dadurch die Erreichung des Vertragszwecks gefährdet wird, für Schäden an Leben, Körper oder Gesundheit wegen einer von dem Verlag zu vertretenden Pflichtverletzung.

9. Probeanzeigen werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeanzeigen. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei Übersendung des Probeauftrages gesetzten Frist mitgeteilt werden.

10. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Preisberechnung zugrunde gelegt.

11. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung innerhalb von 14 Tagen nach Veröffentlichung der Anzeige bzw. eines anderen bestellten Werbemittels, 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.

12. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die 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 Auftraggebers 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 offestehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

13. 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 beschaffen werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

14. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie für den Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführung hat der Auftraggeber zu tragen.

15. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit dem ersten Anzeige beginnenden Inserationsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zu Preisminderung berechtigter Mangel, wenn sie

- bei einer Auflage bis zu 50 000 Exemplaren 20 %,
- bei einer Auflage bis zu 100 000 Exemplaren 15 %,
- bei einer Auflage bis zu 500 000 Exemplaren 10 %,
- bei einer Auflage über 500 000 Exemplaren 5 % beträgt.

Darüber hinaus sind bei den Abschlüssen Preisminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag den Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.

16. Bei Chiffreanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Chiffreanzeigen werden nur auf dem normalen Postwege weitergeleitet. Die Eingänge auf Chiffreanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein.

Dem Verlag kann einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote an Stelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A4 (Gewicht 500 g) überschreiten, sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann dennoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.

17. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.

18. Erfüllungsort und Gerichtsstand für alle Streitigkeiten aus dem geschlossenen Vertrag ist Hannover, wenn der Auftraggeber Kaufmann ist. Das gilt auch, wenn der Auftraggeber im Inland keinen allgemeinen Gerichtsstand hat oder sein Wohnsitz unbekannt oder im Ausland ist.

19. Sollten eine oder mehrere der vorstehenden Bestimmungen unwirksam sein oder werden, so wird hierdurch die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen nicht berührt. Anstelle der unwirksamen Bestimmungen treten die gesetzlichen Vorschriften, soweit nicht die Parteien eine Einigung herbeiführen, die den durch die unwirksame Bestimmung beabsichtigten Zweck erreicht.



## Ihre Ansprechpartner

### Herausgeber und Verlag:

#### Schlütersche Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG

Hans-Böckler-Allee 7  
30173 Hannover  
Telefon 0511 8550-0  
Telefax 0511 8550-2407  
technik@schluetersche.de  
www.steinbruch-und-sandgrube.de

### Redaktion:

#### Dipl.-Ing./Dipl.-Journ. Ute Möhle

Andechser Straße 10, 82205 Gilching  
Telefon 08105 772386  
Telefax 08105 370670  
mobil 0177 7160539  
moehle@redaktion-susa.de

### Anzeigenleitung:

**Susann Buglass**  
Telefon 0511 8550-2528  
buglass@schluetersche.de

### Anzeigenverkauf:

#### Kai Burkhardt

Telefon 0511 8550-2566  
burkhardt@schluetersche.de

#### Susanne Troge

Telefon 0511 8550-2514  
troge@schluetersche.de

### Druckunterlagen:

#### Barbara Kartein

Telefon 0511 8550-2522  
Telefax 0511 8550-2401  
anzeigendaten-sus@schluetersche.de

### Abonnentenbetreuung:

#### Christian Engelmann

Telefon 0511 8550-2424  
Telefax 0511 8550-2405  
vertrieb@schluetersche.de