

# VIRTUAL REALITY MAGAZIN

# Mediadaten 2010

gültig ab 1.11.2009



**WIN**  
VERLAG

**WIN-Verlag GmbH & Co. KG**

Vorwort

Titelportrait

Terminplan

Themenspektrum

Werbeformen,  
Formate und Preise

Online-Werbung  
und -Preisliste

Ansprechpartner

A G B

Verlagsprogramm

# Werbung in Fachzeitschriften – Nachhaltig ein gutes Bauchgefühl für Kaufentscheidungen erzeugen!

Liebe Interessenten,  
liebe Kunden,

vor Ihnen liegen die neuen Mediadaten für das Jahr 2010. Wie in den vergangenen Jahren haben wir für Sie übersichtlich die wichtigsten Daten zu unserer Fachzeitschrift Virtual Reality Magazin zusammengestellt.

Die von uns anvisierte Leserzielgruppe ist ständig und direkt an Kaufentscheidungen für Hardware, Software, EDV-Dienstleistungen usw. beteiligt und hat deshalb einen besonders hohen Bedarf an relevanten, die Kaufentscheidung unterstützenden Informationen. Dazu benötigen unsere Leser – Ihre potenziellen Kunden – neben den redaktionell aufbereiteten Beiträgen vor allem auch Ihre Darstellung des Produkt- und Anwendernutzens. Sie als Hersteller oder Anbieter stehen voll hinter Ihrem Produkt und sollten das natürlich unseren Lesern auch immer wieder mitteilen – denn unsere Leser sind B2B-Entscheider, die sich in ihrem beruflichen Umfeld über Produktneuheiten, Einsatzmöglichkeiten und Nutzen ständig und unabhängig informieren müssen.

Aktuelle Themenpläne zu den jeweiligen Ausgaben erhalten Sie wieder über Ihren Mediberater und die zuständige Redaktion.

Wussten Sie, dass die IVW in diesem Jahr die Page Impressions als „Leitwährung“ für Online-Werbung abgesetzt und dafür die „Visits“ als Messgröße benannt hat? Grund dafür war das künstliche Erzeugen von Page Impressions durch Bildergalerien und Click-Farmen, die damit die Leistungswerte vieler Webseiten erhöht hatten. Am Horizont tauchen bereits neue Messgrößen wie „Mouth2mouth-Clicks“ auf, so dass eine mittelfristige Investitionssicherheit für das Werbebudget nur schwer belegt werden kann.

Begriffe wie „verbreitete oder verkaufte Auflage“ klingen in dem Zusammenhang schon fast antiquiert und dennoch haben sie als Leitwährung seit Jahrzehnten Bestand. Vielleicht waren sie gar nicht so verkehrt?

Das Zustandekommen einer Entscheidung, das Erzeugen des richtigen Bauchgefühls basiert auf mehr als auf dem Besuch von verschiedenen Websites. Klasse statt Masse sollte daher der Maßstab für gute Fachzeitschriften-Werbung bleiben.

Mit den vorliegenden Mediadaten halten Sie alle Möglichkeiten in Ihren Händen, um bei unseren Lesern das Bewusstsein für die Qualität Ihrer Produkte und die Lösungskompetenz Ihres Unternehmens zu schaffen. Was Fachzeitschriften in der Zielgruppe der Entscheider leisten, wird eindrucksvoll durch diverse unabhängige Studien belegt. Sie können diese unter [www.fachpresse.de](http://www.fachpresse.de) bequem über das Internet anfordern.

Nutzen Sie diese Möglichkeiten, um nachhaltig für Ihr Unternehmen davon zu profitieren.

Ihr WIN-Verlag

*Bernd Heilmeyer*

Verlagsleiter Sales/Marketing

PS: Als Reaktion auf die anhaltende Wirtschaftskrise haben wir darauf verzichtet, unsere Preise zu erhöhen, um Ihnen die Entscheidung leichter zu machen.



1 Kurzcharakteristik:

Virtual Reality (VR), die interdisziplinäre IT-Innovation, macht abstrakte Daten erlebbar. Die Produktentwicklungszyklen verkürzen sich ständig. Diese zunehmende Entwicklungsgeschwindigkeit stellt viele Unternehmen vor schwierige Aufgaben, denn häufig sind die Prozesse sehr komplex, die Kommunikation und Abstimmung sehr schwierig. Mit einer virtuellen Entwicklungsumgebung werden Produktentwicklungs- und Vermarktungsprozesse wesentlich schneller und kostengünstiger. Produkte und Prozesse, die in der Wirklichkeit (noch) nicht existieren, werden sichtbar und komplexe Zusammenhänge intuitiv verständlich.

VR führt verschiedene Technologien wie Simulation, Visualisierung und 3D-Darstellung zusammen, unabhängig davon, ob es sich um einen virtuellen Prototypen, einen Produktionsprozess oder die Visualisierung von Unternehmensdaten handelt. VR ist die innovative Querschnittstechnologie, die für mehr Effizienz in allen Prozessebenen sorgt.

Das Virtual Reality Magazin berichtet über die gesamte Prozesskette, die mit Hilfe von VR-Technologien zu mehr Effizienz und Transparenz führt.

Idee -> Konzeption -> Entwicklung -> Produktion -> Markteinführung -> Sales -> Aftersales

Rubriken:

- Aktuell – Vorschau und Rückblick auf Messen und Kongresse, Unternehmens-, Personal- und Produktmeldungen, Interviews zu aktuellen Anlässen.
■ Branche – In jeder Ausgabe steht eine Branche im Fokus: Automobilindustrie, Luft- und Raumfahrt, Anlagenbau, Maschinenbau, Konsumgüterindustrie, Medizintechnik, Katastrophenschutz, virtueller Tourismus.
■ Design & Engineering – Ob konzeptioneller Entwurf, Design Review, virtueller Prototyp oder Test: VR-Technologien kommen heute in allen Phasen der Produktentwicklung zum Einsatz.
■ Produktion & Prozesse – In der Fertigung lassen sich durch realitätsnahe Prozesssimulationen und die virtuelle Inbetriebnahme frühzeitig Fehler aufdecken und Verbesserungen vornehmen.

- Marketing & Vertrieb – Der erste Eindruck zählt – gerade wenn es gilt, Produkte zu vermarkten und zu verkaufen. Denn eine dank VR-Technik wirklichkeitsnahe Produktpräsentation kann den Einkauf zum Erlebnis machen.
■ Training & Service – In komplexe Szenarien einzutauchen, fördert das Verständnis mehr, als nur davorzusitzen. Hier erfahren Sie mehr über interaktives Experimentieren in virtuellen Welten.
■ Forschung & Technik – Industrie, Forschungseinrichtungen und Hochschulen arbeiten bei der Entwicklung von VR-Technologien eng zusammen. Wir informieren über die Ergebnisse und den Nutzen.
■ Hardware – Wer im Cyberspace komplexe 3D-Modelle simulieren will, ist auf leistungsfähige Hardware angewiesen: Workstations, Eingabegeräte, stereoskopische Bildschirme, 3D-Projektoren.

Zielgruppe:

Designer, Konstruktionsleiter, Leiter Produktentwicklung, Produktions- und Fertigungsverantwortliche, Leiter Fabrikplanung, Produktmanager, Schulungsverantwortliche, Werbeleiter, Marketingleiter, Vertriebsverantwortliche, Support- und Serviceverantwortliche, Geschäftsführer/Vorstände, Lehrstühle an Universitäten und Fachhochschulen, Forschungseinrichtungen.

Branchen:

- Automotive
■ Luft- und Raumfahrt
■ Schiffbau
■ Medizintechnik
■ Chemie
■ Anlagenbau
■ Fertigungsindustrie
■ Architektur
■ Geologie
■ Geografie
■ Marketing
■ Vertrieb

**2 Erscheinungsweise:**

6x jährlich

**3 Jahrgang:**

2. Jahrgang 2010

**4 Web-Adresse:**

www.virtual-reality-magazin.de

**5 Mitgliedschaften:**

VDC (Virtual Dimension Center Fellbach)

**6 Organ:**

—

**7 Herausgeber:**

Hans-J. Grohmann

**8 Verlag:**

WIN-Verlag GmbH & Co. KG  
 Johann-Sebastian-Bach-Straße 5  
 85591 Vaterstetten  
 08106/350-0  
 08106/350-190  
 info@win-verlag.de  
 www.win-verlag.de

Telefon:  
 Telefax:  
 E-Mail:  
 Internet:

**9 Redaktion:**

Objektleitung:

Rainer Trummer  
 Telefon: 08106/350-152  
 E-Mail: rt@win-verlag.de

Leitender Redakteur:

Andreas Müller  
 Telefon: 08106/350-164  
 E-Mail: anm@win-verlag.de

**10 Anzeigen:**

Verlagsleitung Sales/Marketing:

Bernd Heilmeier (verantw.)

Anzeigenverkaufsleitung:  
 (PLZ 00000-45999,  
 80000-99999)

Martina Summer  
 Telefon: 08106/306-164  
 E-Mail: ms@win-verlag.de

Mediaberatung:  
 (PLZ 46000-79999  
 + Ausland)

Maike Gundermann  
 Telefon: 08106/350-229  
 E-Mail: mgs@win-verlag.de

Anzeigendisposition:

Chris Kerler  
 Telefon: 08106/350-220  
 Telefax: 08106/350-190  
 E-Mail: cke@win-verlag.de

**11 Vertrieb:**

Vertriebsleitung:

Ulrich Abele  
 Telefon: 08106/350-131  
 E-Mail: ua@win-verlag.de

**12 Bezugspreis:**

Jahresabonnement:

Inland € 33,90 frei Haus  
 Ausland € 38,00 zzgl. Versandkosten

Einzelverkaufspreis:

€ 6,50

**13 ISSN:** noch nicht bekannt



# Media- Informationen 2010

## Termin- und Themenplan\*



Ausgabe	Termine	Messen
<b>1/2010</b>	Erscheinungstermin: 15.12.09 Anzeigenschluss: 20.11.09 Druckunterlagenschluss: 24.11.09 Beilagenschluss: 27.11.09	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 27.01. - 30.01.10 NORTEC – Fachmesse für Produktionstechnik, Hamburg</li> <li>■ 02.02. - 04.02.10 LEARNTEC, Karlsruhe</li> <li>■ 03.02. - 05.02.10 Imagina, Monaco (MC)</li> </ul>
<b>2/2010</b>	Erscheinungstermin: 19.02.10 Anzeigenschluss: 25.01.10 Druckunterlagenschluss: 27.01.10 Beilagenschluss: 01.02.10	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 02.03. - 03.03.10 Product Life live, Stuttgart-Fellbach</li> <li>■ 02.03. - 04.03.10 LogiMAT, Stuttgart</li> <li>■ 02.03. - 06.03.10 CeBIT, Hannover</li> <li>■ 04.03. - 14.03.10 Internationaler Automobil-Salon, Genf (CH)</li> <li>■ 20.03. - 24.03.10 IEEE VR, Waltham, Massachusetts (US)</li> <li>■ 07.04. - 11.04.10 12th International Conference on Virtual Reality, Laval (FR)</li> <li>■ 08.04. - 11.04.10 AERO, Friedrichshafen</li> <li>■ 11.04. - 16.04.10 Light+Building, Frankfurt/Main</li> </ul>
<b>3/2010</b>	Erscheinungstermin: 13.04.10 Anzeigenschluss: 17.03.10 Druckunterlagenschluss: 19.03.10 Beilagenschluss: 24.03.10	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 14.04. - 16.04.10 ACS, Frankfurt/Main</li> <li>■ 19.04. - 23.04.10 Digital Factory/HMI, Hannover</li> <li>■ 03.05. - 07.05.10 The 2010 European Computer Graphics Conference and Exhibition, Norrköping (S)</li> <li>■ 18.05. - 19.05.10 Rapid.Tech, Erfurt</li> <li>■ 18.05. - 20.05.10 Aircraft Interiors EXPO, Hamburg</li> <li>■ 18.05. - 20.05.10 Aerospace Testing, Hamburg</li> <li>■ 31.05. - 03.06.10 ISC, Hamburg</li> </ul>
<b>4/2010</b>	Erscheinungstermin: 15.06.10 Anzeigenschluss: 18.05.10 Druckunterlagenschluss: 20.05.10 Beilagenschluss: 26.05.10	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 07.07. - 09.07.10 AGIT – Symposium und Fachmesse für angewandte Geoinformatik, Salzburg (A)</li> <li>■ 08.07. - 10.07.10 Eurohaptics 2010, Amsterdam</li> <li>■ 25.08. - 29.08.10 Games Convention, Leipzig</li> </ul>
<b>5/2010</b>	Erscheinungstermin: 16.09.10 Anzeigenschluss: 26.08.10 Druckunterlagenschluss: 30.08.10 Beilagenschluss: 31.08.10	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 23.09. - 30.09.10 IAA Nutzfahrzeuge, Hannover</li> <li>■ 01.10.10 Virtual Efficiency Congress, Fellbach</li> <li>■ 05.10. - 07.10.10 INTERGEO – Kongress und Fachmesse für Geodäsie, Geoinformation und Landmanagement, Köln</li> </ul>

<b>6/2010</b>	Erscheinungstermin:	28.10.10	■ 02.11. - 04.11.10	AIRTEC, Frankfurt/Main
	Anzeigenschluss:	07.10.10	■ 23.11. - 25.11.10	SPS/IPC/DRIVES – Elektrische Automatisierung, Systeme und Komponenten, Nürnberg
	Druckunterlagenschluss:	11.10.10	■ 01.12. - 04.12.10	EuroMold, Frankfurt
	Beilagenschluss:	12.10.10		

<b>1/2011</b>	Erscheinungstermin:	08.12.10
	Anzeigenschluss:	12.11.10
	Druckunterlagenschluss:	18.11.10
	Beilagenschluss:	19.11.10

**\*Den ausführlichen Themenplan zu jedem Heft und/oder eine Halbjahresvorschau erhalten Sie gerne auf Anfrage.**

## Themenspektrum

**Aktuell:** Vorschau und Rückblick auf Messen und Veranstaltungen, Produkt- und Unternehmensmeldungen, Interviews

**Branche:** Automobilindustrie, Luft- und Raumfahrt, Anlagenbau, Maschinenbau, Werkzeug- und Formenbau, Prozessindustrie, Schiffbau, Medizintechnik, Konsumgüterindustrie, Architektur, Stadtplanung, geographische Informationssysteme, Energiewirtschaft, Bergbau, Katastrophenschutz, Tourismus

**Design & Engineering:** Design Reviews, virtuelle Prototypen, Struktur- und Strömungssimulation, Mehrkörpersimulation, Simulationsdatenmanagement, Digital Mockup, Untersuchungen der Produktergonomie

**Produktion & Prozesse:** Planung von Fabriken, Anlagen und logistischen Systemen, Modellierung und Visualisierung von Montageprozessen, Auslegung von Montagearbeitsplätzen, Simulation von Fertigungsprozessen, Steuerungstechnik, Automatisierung, virtuelle Inbetriebnahme, Arbeitsplatzgestaltung, Arbeitsschutz

**Marketing & Vertrieb:** 3D-Produktpräsentation, Visualisierung, Produktkonfiguration, Marktforschung, virtuelle Stores, virtuelles Shopping, Erstellung von Produkt- und Verkaufsunterlagen, virtuelle Welten

**Training & Service:** Fahr- und Flugsimulationen, interaktive Schulungs- und Wartungsunterlagen, Training von Bedienvorgängen, Arbeitsabläufen, medizinischen Eingriffen und Notfallsituationen, Serious Games

**Forschung & Technik:** Projekte in Industrie, Forschungseinrichtungen und Hochschulen, Grundlagen von 3D-, Visualisierungs- und Simulationstechnologien

**Hardware:** Workstations, High Performance Computing, Mobile VR, Eingabegeräte, stereoskopische Bildschirme, Grafiklösungen, Speicherlösungen, Cluster-Systeme, 3D-Projektionssysteme

**Die Themen können sich aus aktuellem Anlass ändern.**



### 1 Auflage:

Druckauflage: ca. 6.000 Exemplare

### 2 Zeitschriftenformat:

Heftformat 210 mm x 297 mm  
Satzspiegel: 180 mm x 266 mm  
Beschnitt: 3 mm an allen Seiten

### 3 Druck- und Bindeverfahren:

Offsetdruck, Klammerheftung

#### Druckunterlagen:

Daten im PDF/X3-Format, andere Datenformate auf Anfrage.  
Farbprofil: ISO Coated v2 300% des ECI ([www.eci.org](http://www.eci.org))

Alle Farbelemente müssen in 4c nach Euroskala (CMYK) angelegt sein, Sonderfarben, z.B. HKS oder Pantone, sind nicht möglich und müssen nach Euroskala angelegt sein. Tonwertabweichungen sind im Toleranzbereich des Offsetverfahrens begründet.

**Zu den Daten bitte immer ein farbverbindliches Proof anliefern!**

#### Datenübertragung:

E-Mail an [cke@win-verlag.de](mailto:cke@win-verlag.de)  
FTP-Upload an <ftp://145.253.185.250/> (Benutzer: Anzeigen, Passwort: anzeigen438)

Satzkosten sowie die Anfertigung der druckfertigen Daten werden zum Selbstkostenpreis berechnet.

**Weitere Informationen zur Datenübergabe auf Anforderung über die Anzeigen-  
disposition.**

### 4 Termine:

Erscheinungsweise: 6x jährlich  
Erscheinungstermine: siehe Termin- und Themenplan

### 5 Verlag:

Hausanschrift: WIN-Verlag GmbH & Co. KG  
Johann-Sebastian-Bach-Straße 9  
85591 Vaterstetten  
[www.virtual-reality-magazin.de](http://www.virtual-reality-magazin.de)

Internet:

#### Anzeigenabteilung:

Verlagsleitung Sales/Marketing: Bernd Heilmeyer (verantwort.)  
Telefon: 08106/350-251  
E-Mail: [bh@win-verlag.de](mailto:bh@win-verlag.de)

### 6 Zahlungsbedingungen:

Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlich geltenden Mehrwertsteuer. Rechnungen sind spätestens acht Tage nach Erstverkaufstag (EVT) der Ausgabe fällig. Bei Zahlungseingang vor EVT: 2 % Skonto. Allen Aufträgen liegen unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen zugrunde. UST-ID-Nr. DE813744143.

#### Bei Auslandskunden:

Überweisung spesenfrei für den Begünstigten. Vorauskasse.

#### Bankverbindung:

Keissparkasse Ebersberg, Kto.- Nr. 496 208, BLZ 700 518 05  
IBAN: DE10700518050000496208  
Swift-BIC: BYLADEM1EBE via Bayer. Landesbank

## 7 Anzeigenformate und Preise:

Format	Satzspiegel	Anschnitt	Grundpreis s/w	2C	3C	4C
2/1 Seiten	390 x 266	420 x 297	<b>5.460,-</b>	5.870,-	6.320,-	6.790,-
1/1 Seite	180 x 266	210 x 297	<b>2.810,-</b>	3.020,-	3.250,-	3.490,-
2/3 Seite	hoch	118 x 266	<b>2.250,-</b>	2.420,-	2.600,-	2.800,-
	quer	180 x 175				
Juniorspage	132 x 187	150 x 212	<b>2.000,-</b>	2.150,-	2.320,-	2.490,-
1/2 Seite	hoch	90 x 266	<b>1.570,-</b>	1.690,-	1.810,-	1.950,-
	quer	180 x 130				
1/3 Seite	hoch	58 x 266	<b>1.170,-</b>	1.250,-	1.350,-	1.450,-
	quer	180 x 86				
1/4 Seite	hoch	90 x 130	<b>890,-</b>	950,-	1.020,-	1.100,-
	quer	180 x 65				
1/8 Seite	hoch	42 x 130	<b>560,-</b>	600,-	640,-	690,-
	quer	90 x 60				

## 8 Zuschläge:

### 8.1 Platzierung:

15 % Zuschlag für 4. Umschlagseite (Rücktitel)  
 10 % Zuschlag für 2. und 3. Umschlagseite  
 10 % Zuschlag für Platzierungswunsch

### 8.2 Formate:

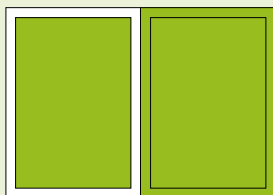
Anzeigen im Anschnitt/über Bund ohne zusätzliche Kosten  
 Anschnittformate zuzüglich 3 mm Beschnitt an allen Seiten  
 Bei Anzeigen über Bund sind 10 mm Motivüberlauf zu berücksichtigen

## 9 Rubrikanzeigen:

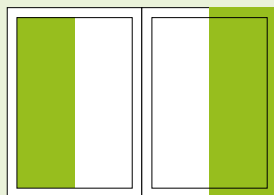
### 9.1 Anzeigen im VR-Marketplace (print + online):

Eintrag in 6 Ausgaben (Logo, Adresse, bis 470 Zeichen Text) Euro 950,-  
 Eintrag in 1 Ausgabe (Logo, Adresse, bis 470 Zeichen Text) Euro 170,-  
 Die Einträge im VR-Marketplace sind nicht rabattierbar, Änderungen sind jeweils zum Erscheinen der nächsten Ausgabe möglich.

### Musterformate (alle Maße in mm, Breite x Höhe), Anschnittformate zuzüglich 3 mm Beschnitt an allen Seiten



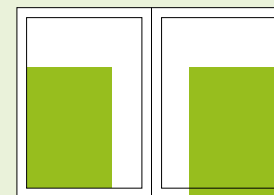
**1/1:** 180 x 266      **1/1:** im Anschnitt 210 x 297



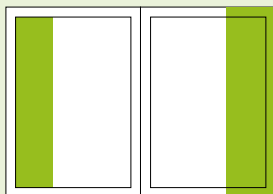
**1/2:** 90 x 266      **1/2:** im Anschnitt 105 x 297



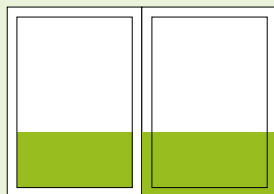
**1/2:** 180 x 130      **1/2:** im Anschnitt 210 x 147



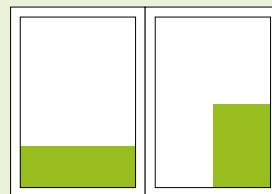
**Juniorpage:** 132 x 187      **Juniorpage:** im Anschnitt 150 x 212



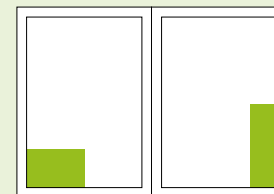
**1/3:** 58 x 266      **1/3:** im Anschnitt 75 x 297



**1/3:** 180 x 86      **1/3:** im Anschnitt 210 x 105



**1/4:** 180 x 65      **1/4:** 90 x 130



**1/8:** 90 x 60      **1/8:** 42 x 130

## 10 Sonderwerbformen:

Advertorials, Titel- und Umschlagkombinationen, Sonstiges\*



**Umschlag mit eingeklappter Vorderseite**

Die nach links ausklappbare Seite ist mit der Titelseite verbunden. 4-seitig. Die Produktion erfolgt durch den Verlag.



**Umschlag mit eingeklappter Rückseite**

Die nach rechts ausklappbare Seite ist mit der hinteren Umschlagseite verbunden. 4-seitig. Die Produktion erfolgt durch den Verlag.



**Titel-Flappe**

1/1 Seite wird zur einen Hälfte über den Titel und zur anderen Hälfte über die hintere Umschlagseite gelegt. Die Produktion erfolgt durch den Verlag.



**Altarfalz-Titel**

Titel lässt sich nach links und rechts ausklappen. 2-seitig. Die Produktion erfolgt durch den Verlag.

\*Außer den genannten Werbemöglichkeiten bieten wir auch individuelle Kommunikationslösungen für unsere Kunden. Von individuellen Sonderheften über zielgruppengenaue Branchensupplements bis hin zu herstellereigenen Lösungskatalogen, in denen die wichtigsten Parameter der Vertriebspartner dargestellt werden.

Unser Slogan „Wir kümmern uns um die Integration von Lösungen“ ist keine leere Worthülse. Sprechen Sie bitte mit uns über Ihre Ideen!

Technische Daten und Preise zu allen Sonderwerbformen auf Anfrage. Sprechen Sie mit unserer Produktion ab, wie Ihre Sonderwerbformen in der Weiterverarbeitung zu realisieren sind. Bitte klären Sie dies vor der Herstellung Ihrer Werbeform.

## 11 Rabatte:

bei Abnahme innerhalb eines Insertionsjahres  
(Beginn mit dem Erscheinen der ersten Anzeige)

### Malstaffel

ab 2 Anzeigen	3%
ab 4 Anzeigen	6%
ab 6 Anzeigen	10%
ab 8 Anzeigen	15%

### Mengenstaffel

ab 2 Seiten	5%
ab 4 Seiten	10%
ab 6 Seiten	15%
ab 8 Seiten	20%

## 12 Kombinationen:

Bei Schaltaufträgen in mehreren Magazinen der WIN-Verlag GmbH & Co. KG erhält der Auftraggeber zusätzlich zur regulären Rabattierung 5 % Kombirabatt.

### 13 Einhefter (Beihefter):

nicht rabattierbar, wir gewähren jedoch Agenturprovision

**Preis** je angefangene tausend Exemplare:

4-seitig Euro 380,-  
8-seitig Euro 460,-

Weitere Umfänge auf Anfrage.

**Format:**

mind. DIN A5 (148 x 210 mm), Anlieferung gefalzt und geschnitten.  
Beschnittzugaben auf Anfrage

Relevante Teile wie Texte und Logos sollten auf ein maximales Format von 200 x 286 mm ausgelegt sein, da es beim Schneiden der Hefte immer zu Schneidedifferenzen kommen kann.

**Papierstärke:**

4-Seiter mind. 90 g/m<sup>2</sup>, ab 8-Seiter mind. 60 g/m<sup>2</sup> bis max. 300 g

### 14 Beilagen:

nicht rabattierbar, wir gewähren jedoch Agenturprovision

**Preis:**

- maschinelle Verarbeitung:  
Euro 240,- je angefangene 1.000 Ex. bis 25 g (inkl. Postgeb.), bis 50 g Euro 270,-, ab 50 g auf Anfrage – Muster bitte vorab an den Verlag.  
- manuelle Verarbeitung: auf Anfrage – Muster bitte vorab an den Verlag.

**Formate:**

Mindestformat: DIN A6, 105 mm breit x 148 mm hoch  
Höchstformat: 200 mm breit x 287 mm hoch

**Papierstärke:**

mind. 80 g/m<sup>2</sup>

**Technische Anforderungen:**

Die Beilagen müssen für die maschinelle Bearbeitung geeignet sein (Muster bitte vorab an den Verlag). Beilagen, die nicht maschinell verarbeitbar sind, nur nach Rücksprache mit dem Verlag und gegen Aufpreis möglich.

### 15 Aufgeklebte Werbemittel:

**Beikleber:**

nicht rabattierbar, wir gewähren jedoch Agenturprovision

**Preis:**

- maschinelle Verarbeitung:  
Euro 105,- (inkl. Postgeb.) je angefangene 1.000 Ex. – Muster bitte vorab an den Verlag.  
- manuelle Verarbeitung: auf Anfrage – Muster bitte vorab an den Verlag.

**Technische Anforderungen:**

Standardformat DIN A6, maschinelle Onlineklebung parallel zum Bund, abweichende Formate sowie genaue Klebezonen (Minimum 35 mm vom Bund und 10 mm von den Seitenrändern) bitte abstimmen, mind. Format: 105 x 60 mm, max. Format: 210 x 148 mm

Mindestformat Trägeranzeige: 1/1 Seite

**CD-Beikleber:**

nicht rabattierbar, wir gewähren jedoch Agenturprovision

**Preis:**

- maschinelle Verarbeitung:  
Euro 200,- (inkl. Postgeb.) je angefangene 1.000 Ex. – Muster bitte vorab an den Verlag.  
- manuelle Verarbeitung: auf Anfrage – Muster bitte vorab an den Verlag.

**Technische Anforderungen:**

Abweichende Formate sowie genaue Klebezonen (Minimum 35 mm vom Bund und 10 mm von den Seitenrändern) bitte abstimmen.

Mindestformat Trägeranzeige: 1/1 Seite

Anlieferung in Papiertasche 124 x 124 mm

### 16 Lieferanschrift für Einhefter, Beilagen und aufgeklebte Werbemittel:

WIN-Verlag GmbH & Co. KG  
z. Hd. Herrn Jens Einloft  
Johann-Sebastian-Bach-Straße 5  
85591 Vaterstetten

**Liefervermerk:** für Virtual Reality Magazin, Ausgabe ...



# Media- Informationen 2010

Online-Preisliste  
gültig ab 1.11.2009

# 0



**1 Web-Adresse (URL):**

<http://www.virtual-reality-magazin.de>

**2 Kurzcharakteristik:**

Das Fachmagazin für Visualisierung, Simulation und Interaktion.

**3 Zielgruppe:**

Designer, Konstruktionsleiter, Leiter Produktentwicklung, Produktions- und Fertigungsverantwortliche, Leiter Fabrikplanung, Produktmanager, Schulungsverantwortliche, Werbeleiter, Marketingleiter, Vertriebsverantwortliche, Support- und Serviceverantwortliche, Geschäftsführer/Vorstände, Lehrstühle an Universitäten und Fachhochschulen, Forschungseinrichtungen.

Branchen:

Automotive, Luft- und Raumfahrt, Schiffbau, Medizintechnik, Chemie, Anlagenbau, Fertigungsindustrie, Architektur, Geologie, Geografie, Marketing, Vertrieb.

**4 Verlag:**

WIN-Verlag GmbH & Co. KG  
Johann-Sebastian-Bach-Straße 5  
85591 Vaterstetten  
08106/350-0  
08106/350-190  
info@win-verlag.de  
www.win-verlag.de

Telefon:  
Telefax:  
E-Mail:  
Internet:

**5 Ansprechpartner:**

Verlagsleitung Sales/Marketing: Bernd Heilmeier (verantwortl.)

Anzeigenverkaufsleitung:  
(PLZ 00000-45999,  
80000-99999)

Martina Summer  
Telefon: 08106/306-164  
E-Mail: ms@win-verlag.de

Mediaberatung:  
(PLZ 46000-79999  
+ Ausland)

Maike Gundermann  
Telefon: 08106/350-229  
E-Mail: mgs@win-verlag.de

Anzeigendisposition:

Chris Kerler  
Telefon: 08106/350-220  
Telefax: 08106/350-190  
E-Mail: cke@win-verlag.de

**6 Zugriffskontrolle:**

WiredMinds AG

**7 Zugriffe:**

Startphase, erster Report erfolgt in Q2/2010

Newsletter: 6.731 Abonnenten/wöchentlich

**8 Datenanlieferung:**

Fünf Tage vor Kampagnenbeginn per E-Mail an: cke@win-verlag.de

**Dateiformate Banner:**

GIF, PNG, Flash oder JPEG

**Dateiformat Newsletter:**

6 x 80 Zeichen inkl. Leerzeichen

Der Tag der Freischaltung ist jeweils Montag, der Buchungszeitraum muss mindestens sieben Tage betragen.

**9 externer AdServer-Einsatz:**

## 10 Werbeformen und Preise:

### Banner:

Alle Banner (Ausnahme: Contentboxen) werden auf den Unterseiten durchgeschaltet.

Anzeigenpreise in Euro pro Schaltzeitraum 1 Woche

	Größe/Pixel Breite x Höhe	Preis in Euro
Super Banner, rotierend	570 x 95	26,-
Skyscraper, rotierend	160 x 900	72,-
Skyscraper, rotierend	160 x 750	60,-
Skyscraper, rotierend	160 x 600	52,-
Skyscraper, rotierend	120 x 900	66,-
Skyscraper, rotierend	120 x 750	54,-
Skyscraper, rotierend	120 x 600	47,-
Skyscraper, rotierend	120 x 450	37,-
Skyscraper, rotierend	120 x 300	29,-
Skyscraper, rotierend	120 x 150	21,-
Wallpaper, rotierend	570 x 95, 160 x 900	83,-
Wallpaper, rotierend	570 x 95, 160 x 750	72,-
Wallpaper, rotierend	570 x 95, 160 x 600	66,-
Wallpaper, rotierend	570 x 95, 120 x 900	78,-
Wallpaper, rotierend	570 x 95, 120 x 750	68,-
Wallpaper, rotierend	570 x 95, 120 x 600	62,-
Contentbox 1 / Rectangle	300 x 250	29,-
Contentbox 2, redaktionell gestaltet (Bild 75 x 64 Pixel, Headline 25 Zeichen, Fließtext 105 Zeichen o. Lz.)	300 x 80	15,-
Fußbanner full, rotierend	468 x 60	21,-
Squarebutton 1, rotierend	200 x 125	16,-
Squarebutton 2, rotierend	200 x 125	16,-
Partnerlink	Buchungszeitraum: mind. 3 Monate	12,-

## Newsletter-Anzeigen:

Newsletter 1 Eintrag	6 x 80 Zeichen	450,-
----------------------	----------------	-------

## 11 Rabatte:

Mengenstaffel	ab 8x	ab 16x	ab 24x	ab 32x	ab 40x
Rabatte	5%	10%	12%	15%	20%

Es werden keine Rabattsätze aus WIN-Printanzeigen übernommen.

## 12 Zahlungsbedingungen:

Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

Für Inhalte, Produktion, richtige Dateiformate, rechtzeitige Anlieferung von Datenunterlagen und Datenträgern ist ausschließlich der Auftraggeber verantwortlich.

Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der WIN-Verlag GmbH & Co. KG. Alle bisherigen Online-Anzeigen-Preislisten sind hiermit ungültig.

Zahlungen sofort nach Rechnungserhalt. UST-ID-Nr. DE813744143.

### Bei Auslandskunden:

Überweisung spesenfrei für den Begünstigten. Vorauskasse.

### Bankverbindung:

Keissparkasse Ebersberg, Kto.- Nr. 496 208, BLZ 700 518 05  
IBAN: DE10700518050000496208  
Swift-BIC: BYLADEM1EBE via Bayer. Landesbank



# Ihre Ansprechpartner

**Anzeigenverkaufsleitung:** Martina Summer  
(PLZ 00000-45999,  
80000-99999)      Telefon: 08106/306-164  
E-Mail: ms@win-verlag.de

**Mediaberatung:** Maike Gundermann  
(PLZ 46000-79999,  
+ Ausland)      Telefon: 08106/350-229  
E-Mail: mgs@win-verlag.de

**Anzeigendisposition:** Chris Kerler  
Telefon: 08106/350-220  
Telefax: 08106/350-190  
E-Mail: cke@win-verlag.de

**Verlagsleitung  
Sales/Marketing:** Bernd Heilmeier  
Telefon: 08106/350-251  
E-Mail: bh@win-verlag.de

**Objektleitung:** Rainer Trummer  
Telefon: 08106/350-152  
E-Mail: rt@win-verlag.de

**Leitender Redakteur:** Andreas Müller  
Telefon: 08106/350-164  
E-Mail: anm@win-verlag.de

**Vertriebsleitung:** Ulrich Abele  
Telefon: 08106/350-131  
Telefax: 08106/350-190  
E-Mail: ua@win-verlag.de

**Verlag:** WIN-Verlag GmbH & Co. KG  
Johann-Sebastian-Bach-Str. 5  
85591 Vaterstetten  
Telefon: 08106/350-0  
Telefax: 08106/350-190  
E-Mail: info@win-verlag.de  
Internet: www.win-verlag.de

## Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen, Zeitschriften und Katalogen

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungstreibenden oder sonstiger Inserenten in einer Druckschrift zum Zwecke der Verbreitung; Anzeigenaufträge durch eine Agentur werden in deren Namen und auf deren Rechnung angenommen.
2. Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.
3. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.
4. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
5. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift 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. Der Verlag behält sich vor, rechtsverbindlich bestätigte Aufträge sowie einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses wegen des Inhalts, der Herkunft oder technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt nach pflichtgemäßem Ermessen des Verlages gegen Gesetze, behördliche Bestimmungen oder die guten Sitten verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen oder Vertretern aufgegeben wurden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Modells der Beilage und dessen Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
7. Anzeigen, die auf Grund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
8. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und der einwandfreien 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 beigelegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.
9. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem 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 Auftraggeber das Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen. Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeiten der Leistung und Verzug sind beschränkt auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag auch bei grober Fahrlässigkeit nur bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts beschränkt. Reklamationen müssen innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.
10. 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.
11. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
12. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist sofort rein netto zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung mit 2 % Skontoabzug vereinbart ist.

**13.** Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen laut Preisliste 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 offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

**14.** Der Verlag liefert einen Anzeigenbeleg. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

**15.** Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

**16.** Aus einer Auflagenminderung kann bei Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisermäßigung 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 durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird.

Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisermäßigung berechtigender Mangel, wenn sie

bei einer Auflage bis zu 50 000 Exemplaren 40 v.H.,

bei einer Auflage bis zu 100 000 Exemplaren 25 v.H.,

bei einer Auflage bis zu 200 000 Exemplaren 15 v.H. beträgt.

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

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

**18.** 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

oder hat der Auftraggeber nach Vertragsabschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

### Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

**a)** Die Werbungsmittler 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 Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

**b)** Die allgemeinen und die zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages gelten sinngemäß auch für Aufträge über Beikleber, Beihefter, Beilagen oder technische Sonderausführungen. Jeder Auftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich.

**c)** Eine Änderung der Anzeigenpreisliste gilt ab Inkrafttreten auch für laufende Aufträge.

**d)** Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen. Dem Auftraggeber obliegt es, den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen, die diesen aus der Ausführung des Auftrages, auch wenn er storniert sein sollte, gegen den Verlag erwachsen. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Erscheinen stornierte Anzeigen, so stehen auch dem Auftraggeber daraus keine Ansprüche gegen den Verlag zu.

**e)** Jeglicher Nachlass entfällt bei Konkursen und Zwangsvergleichen.

**f)** Höhere Gewalt, Betriebsstörungen, Streik usw. entbinden den Verlag von den eingegangenen Verpflichtungen.

**g)** Der Verlag leistet keine Gewähr bei Verlust einzelner Beilagen auf dem Vertriebsweg.

**h)** Für Fehler jeder Art aus telefonischen Übermittlungen haftet der Verlag nur bei Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit.

**i)** Platzierungsvorschriften sind nur gültig, wenn sie vom Verlag schriftlich bestätigt worden sind.

**j)** Abbestellungen von Anzeigen- und Beilagenaufträgen müssen bis zum Anzeigenschluss erfolgen. Der Verlag kann die entstandenen Satz- bzw. Produktionskosten dem Auftraggeber in Rechnung stellen.



## digitalbusiness

Die durchgängige Digitalisierung der Geschäftsprozesse ist für jedes Unternehmen eine unverzichtbare Voraussetzung für seine Wettbewerbsfähigkeit in sich schnell ändernden Märkten. Das digitalbusiness Magazin richtet sich an Personen, die für Ablauf und Integration von Geschäftsprozessen verantwortlich sind.



## AUTOCAD / Inventor Magazin

Die herstellerunabhängigen CAD-Praxismagazine rund um die Software-Produkte von Autodesk geben praktische Hilfestellung bei der Auswahl, Einführung und dem Betrieb der geeigneten Software, Hardware und Peripherie für die Bereiche Konstruktion, Simulation und Visualisierung. Ausgewählte Informationen über Werkstoffe und Komponenten runden die Magazine ab.



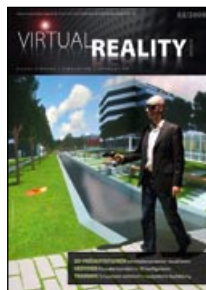
## DIGITAL ENGINEERING Magazin

Das Fachmagazin für den Konstruktions- und Engineering-Bereich berichtet über alle wichtigen Aspekte, die bei der integrierten (ganztzheitlichen) Produktentwicklung wichtig sind. Im Mittelpunkt stehen Softwarelösungen und Strategien für ein leistungsfähiges Engineering. Aber auch Innovationen aus den Gebieten Werkstoffe und Komponenten kommen dabei nicht zu kurz.



## e-commerce Magazin

Das e-commerce Magazin ist die Pflichtlektüre all derer, die im Internet werben, suchen, auswählen, kaufen und bezahlen möchten – kurz: einen Handel von Dienstleistungen und Produkten im Internet abwickeln wollen.



## Virtual Reality Magazin

Das Magazin widmet sich den Technologien der virtuellen Realität und dient als Kommunikationsplattform für alle an der Entwicklung, Vermarktung und Nutzung der VR-Technologie beteiligten Akteure. Im Mittelpunkt steht der Einsatz von VR in den wichtigsten Branchen wie Automotive, Aerospace, Anlagenbau, Fertigungsindustrie und Architektur sowie in den Bereichen Marketing und Vertrieb.



## DIGITAL MANUFACTURING

Im Mittelpunkt von DIGITAL MANUFACTURING stehen Grundlagen, Methoden, technische Trends, IT-Lösungen sowie praxisnahe Anwendungsbeispiele aus dem Bereich der digitalen Prozesskette in der Produktion. Die Sonderhefte vermitteln, welche Produktivitätsvorteile sich in der Produktion durch die richtigen Strategien und Lösungen erzielen lassen.



## Der offizielle IBM Business Partner Katalog

Das bewährte Kompendium gibt einen Überblick sowohl über das IBM-Produktportfolio als auch über IBM Business Partner, die Unternehmen maßgeschneiderte Lösungen für ihre Branchen und Anforderungen anbieten.



## Partnerlösungen für HP Systeme

Für die vielfältigen HP-Hardware-Plattformen spielen die Angebote der Lösungspartner von HP eine tragende Rolle. Mit diesem Nachschlagewerk erhalten alle Interessenten und Kunden einen Überblick über das breite Produktangebot und die Leistungsfähigkeit der HP-Lösungspartner.



## Autodesk Partnerlösungen

Der Katalog bietet einen umfassenden Überblick über geeignete Applikationen, die von Entwicklern für die verschiedenen Autodesk-Software-Plattformen angeboten werden. Zudem werden Produkte, Lösungen und Dienstleistungen sowie Value Added Reseller (VAR) vorgestellt.



## DIGITAL ENGINEERING SOLUTIONS

Der Katalog präsentiert einen umfassenden Überblick über Lösungen für digitale Produktentwicklung, Produktlebenszyklusmanagement (PLM), Produktdatenmanagement (PDM), Fertigung/MES, ERP/CRM/SCM, Integration/Dienstleistung.