IPAF.org

Journal 2026

PRINT & DIGITAL

Informationen zum effektiven und sicheren Umgang mit Arbeitsbühnen

Media-Informationen

2026

www.ipaf.org/de | www.baumaschinendienst.de/ipaf-journal

IPAF – das weltweite Netzwerk der Höhenzugangstechnik

Die International Powered Access Federation – IPAF – ist eine not-for-profit organisation, die als weltweiter Zusammenschluss von Maschinenherstellern, Vermietern und Anwendern die Interessen der Höhenzugangstechnik vertritt. 85 % der sich auf dem Markt befindlichen Maschinen werden von IPAF-Mitgliedern hergestellt, und die Vermiet-Mitglieder betreiben den Großteil der Mietflotte. Insgesamt zählt IPAF 1.800 Mitglieder in mehr als 80 Ländern.

IPAF engagiert sich für den sicheren und effektiven Einsatz von Höhenzugangstechnik, und setzt dabei auf technische Beratung und Informationen, versucht aber auch auf Gesetzgebung und Normung Einfluss zu nehmen. Vor allem aber durch die Qualifizierung der Maschinenbediener mit den IPAF-eigenen Schulungsprogrammen und Sicherheitsinitiativen: Über seine weltweiten Mitgliedsunternehmen organisiert IPAF Sicherheits- und Trainingsprogramme zur Ausbildung und Schulung von Hubarbeitsbühnenbedienern sowie der verantwortlichen Aufsichtspersonen, die Höhenarbeitseinsätze planen oder beauftragen. Die standardisierten IPAF-Schulungsprogramme sind vom deutschen TÜV nach ISO 18878 zertifiziert und entsprechen der DGUV 308-008. Dabei kooperiert IPAF eng mit Berufsgenossenschaften und internationalen Sicherheitsbehörden. Über 180.000 Personen absolvieren jährlich die international anerkannten Schulungen und erhalten nach bestandener Prüfung die PAL-Card, die Power Access License - derzeit sind mehr als 920.000 gültige PAL-Cards im Umlauf.

Aus Fehlern lernen - Unfallverhütung durch Information

Mit dem IPAF-Portal für Unfallmeldungen betreibt die Powered Access Federation ein weltweites Meldeportal für Unfälle mit mobilen Hubarbeitsbühnen, mit Mastkletterarbeitsbühnen und Bauaufzügen. Darin kann jeder Unfälle oder „Beinaheunfälle“ sowie sonstige sicherheitsrelevante Vorfälle melden, um andere Bühnennutzer für Gefahrensituationen zu sensibilisieren. Außerdem veranstaltet IPAF eine Reihe von Webinaren, die auf Abruf zur Verfügung stehen, wie z.B „Sicherer Betrieb von Hubarbeitsbühnen“, „Sicheres Be- und Entladen“, „Nachhaltigkeit“.

IPAF Journal - die Publikation für den deutschsprachigen Raum

Das IPAF Journal ist die jährliche Publikation der deutschen IPAF und zählt mit einer Druckauflage von 35.000 zu den erfolgreichsten Publikationen der Hubarbeitsbühnenszene. IPAF-Journal erscheint seit 2010 jeweils im Frühjahr bei der Krafthand Medien GmbH und liegt im Laufe der folgenden 12 Monate auf den relevanten Messen und allen Veranstaltungen mit IPAF-Beteiligung aus. Die Verbreitung erfolgt außerdem als Beilage in Fachzeitschriften und wird über die regionalen IPAF Schulungszentren an Kunden und Interessenten aus den verschiedensten Branchen ausgegeben. Das IPAF Journal ist auch als E-Paper verfügbar.

IPAF Journal befasst sich mit aktuellen Themen und Entwicklungen der Höhenzugangstechnik, mit Sicherheitsfragen, technischen Entwicklungen, gesetzlichen Bestimmungen, sowie Einsatzmöglichkeiten der verschiedenen Maschinenarten. Damit wendet sich das IPAF Journal an alle Bereiche, wo die verschiedensten Varianten der Höhenzugangstechnik Verwendung finden.

Auch als E-Paper verfügbar:

www.ipaf.org/ipaf-journal

IPAF Journal - Bilder aus der Praxis

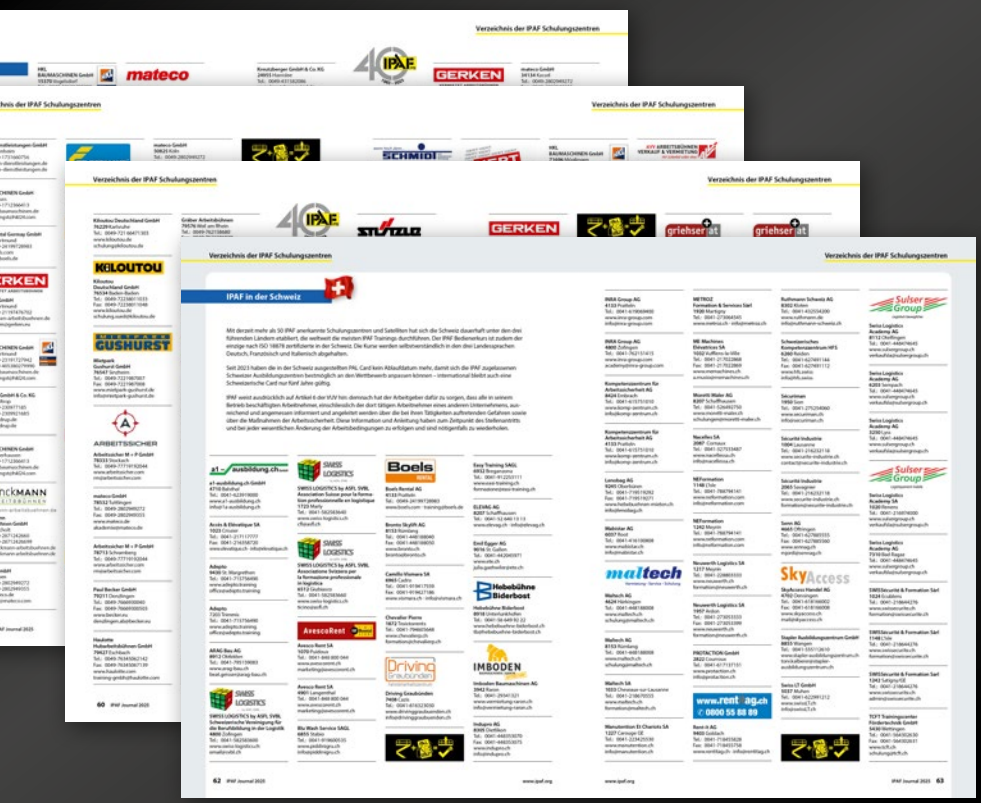
Um die nahezu grenzenlosen Möglichkeiten dieser vielseitigen Helfer der Höhenzugangstechnik darzustellen, zeigt das IPAF Journal in seiner Rubrik „Bilder aus der Praxis“ regelmäßig typische, spektakuläre – oder auch kuriose Anwendungsfälle, in denen Maschinen von IPAF Mitgliedsfirmen eine „tragende Rolle“ gespielt haben.

Zielgruppen / Branchen

Vermieter von Hubarbeitsbühnen bzw. Baumaschinen sowie Unternehmen die Höhenarbeiten ausführen oder beauftragen. Wie zum Beispiel:

- Unternehmen des Bauhaupt- und Nebengewerbes im Hochbau und Tiefbau
- Handwerksbetriebe wie z.B. Maler, Gerüst- und Fassadenbauer Dachdecker und Spengler,
- Lagerhaltung/Logistik,
- Gebäudeunterhalt
- Garten und Landschaftsbau
- Energietechnik
- Behörden und Verbände
- kommunale Dienstleister
- Sicherheitsbeauftragte

Verzeichnis der IPAF Schulungszentren + Maschinenhersteller



Themenübersicht

- Sicherheitsfragen, Unfallverhütung, Prävention
- technischen Entwicklungen,
- gesetzliche Bestimmungen
- Marktgeschehen
- Einsatzmöglichkeiten der verschiedenen Maschinenarten.

Verbreitung

- Auf IPAF-Messen und -Veranstaltungen
- GaLaBau 2026, Plattformers´Days 2026 u.a.
- Als Beilage im bd baumaschinendienst
- Über die IPAF- Schulungszentren in Deutschland, Österreich, Schweiz und Liechtenstein

Termine

Redaktionsschluss:	15. Dezember 2025
Anzeigenschluss:	06. Februar 2026
Druckunterlagen:	11. Februar 2026
Erscheinungstermin:	24. April 2026

Auflage: 35.000 Exemplare

Anzeigenpreise und Formate

Alle angegebenen Preise sind Nettopreise (exklusiv USt.) und beziehen sich auf die Satzspiegelformate. Zweifarbige Anzeigen (2c) auf Anfrage.

1/1	Satzspiegelformate (Breite x Höhe)	Anschnittformate (Breite x Höhe)*	Grundpreis s/w	4-farbig
hoch	187 x 270 mm	210 x 297 mm	**2.750,– €**	**4.450,– €**

* zuzüglich Beschnittzugabe: an allen Seiten 3 mm

Junior-page	Satzspiegelformate (Breite x Höhe)	Anschnittformate (Breite x Höhe)*	Grundpreis s/w	4-farbig
hoch	139 x 190 mm	150 x 211 mm	**2.200,– €**	**3.450,– €**

* zuzüglich Beschnittzugabe: an allen Seiten 3 mm

1/2	Satzspiegelformate (Breite x Höhe)	Anschnittformate (Breite x Höhe)*	Grundpreis s/w	4-farbig
hoch	91 x 270 mm	102 x 297 mm	**1.450,– €**	**2.750,– €**
quer	187 x 134 mm	210 x 154 mm		

* zuzüglich Beschnittzugabe: an allen Seiten 3 mm

1/3	Satzspiegelformate (Breite x Höhe)	Anschnittformate (Breite x Höhe)*	Grundpreis s/w	4-farbig
hoch	59 x 270 mm	70 x 297 mm	**1.350,– €**	**2.300,– €**
quer	187 x 90 mm	210 x 110 mm		

* zuzüglich Beschnittzugabe: an allen Seiten 3 mm

1/4	Satzspiegelformate (Breite x Höhe)	Anschnittformate (Breite x Höhe)*	Grundpreis s/w	4-farbig
2-spaltig	91 x 134 mm	102 x 154 mm	**1.045,– €**	**1.825,– €**
hoch	43 x 270 mm	54 x 297 mm		
quer	187 x 65 mm	210 x 82 mm		

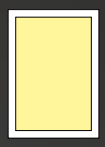
* zuzüglich Beschnittzugabe: an allen Seiten 3 mm

1/8	Satzspiegelformate (Breite x Höhe)	Anschnittformate (Breite x Höhe)*	Grundpreis s/w	4-farbig
2-spaltig	91 x 65 mm	–	**640,– €**	**1.010,– €**
hoch	43 x 134 mm			
quer	187 x 32 mm			

Firmenlogo in den Verzeichnissen

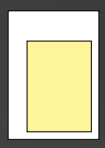
Grundeinträge in den Verzeichnissen „IPAF-Schulungszentren" und „Hersteller" sind für IPAF-Mitglieder kostenlos. Die Hervorhebung durch Verwendung Ihres **Firmenlogos** in Farbe wird mit **275,– EUR pro Eintrag** berechnet.

1/1 Anzeige im Satzspiegel:

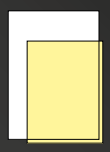


1/1 Anzeige im Anschnitt:

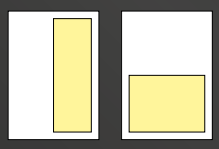
Juniorpage im Satzspiegel:



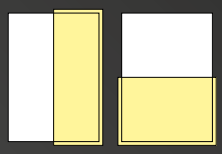
Juniorpage im Anschnitt:



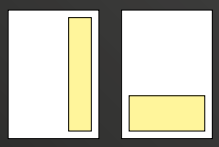
1/2 Anzeigen im Satzspiegel:



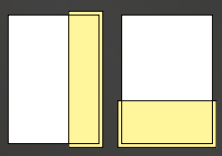
1/2 Anzeigen im Anschnitt:



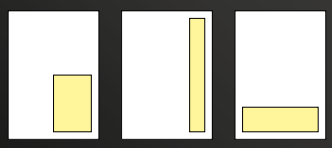
1/3 Anzeigen im Satzspiegel:



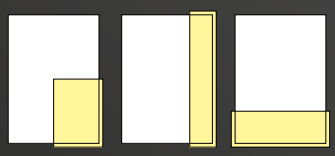
1/3 Anzeigen im Anschnitt:



1/4 Anzeigen im Satzspiegel:

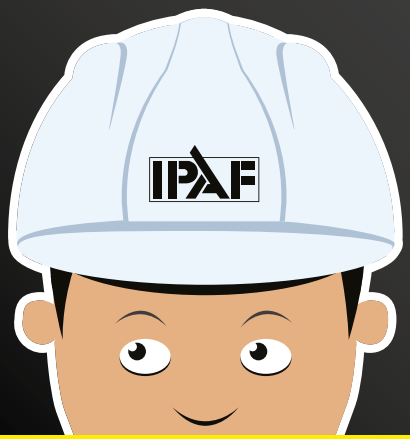


1/4 Anzeigen im Anschnitt:



1/8 Anzeigen im Satzspiegel:

Advertorials auf Anfrage



Zuschläge

Vorzugsplatzierung: Für Anzeigen mit festen Platzierungsvorgaben wird ein Zuschlag von 10 % auf den s/w-Preis erhoben (U2, U3 oder U4).

Formatzuschlag: Für Anzeigen über Satzspiegel wird ein Anschnittzuschlag von 10 % auf den s/w-Preis erhoben.

Farbzuschlag: Genannte Preise gelten für Farben nach der Euroskala. Zuschlag für Sonderfarben je Farbe: 580,– €

Beihefter, Beilagen

Beihefter
2-seitig: 2.700,– EUR
4-seitig: 4.050,– EUR

Beilagen
max. 195 mm breit × 285 mm hoch.
Mindestgröße und andere Formate auf Anfrage.

Preise:		
	bis 25 g	117,– EUR pro Tausend
	bis 30 g	119,– EUR pro Tausend
	bis 40 g	122,– EUR pro Tausend
	bis 50 g	127,– EUR pro Tausend

Ein Beilagenhinweis erscheint kostenlos.
Alle Preise zzgl. Postgebühren

Anlieferung
Anlieferungstermin für Beilagen und Beihefter: **6. Februar 2026**
Bitte senden Sie uns rechtzeitig ein Muster.

Zahlungsbedingungen

Zahlbar innerhalb von 30 Tagen netto. Innerhalb von 8 Tagen unter Abzug von 2 % Skonto. Bei Bankeinzug unter Abzug von 3 % Skonto.

Bankverbindungen:

- **Sparkasse Schwaben-Bodensee**
  IBAN: DE92 7315 0000 0000 1031 84 I SWIFT (BIC): BYLADEM1MLM
- **Postbank München**
  IBAN: DE44 7001 0080 0047 9398 07 I SWIFT (BIC): PBNKDEFFXXX

Gewährleistung

Bei Anlieferung von unvollständigen oder abweichenden Daten (Texte, Farben, Abbildungen) übernehmen wir keine Haftung für das Druckergebnis. Zusätzliche Grafikarbeiten aufgrund fehlerhaft gelieferten Daten werden berechnet.

Kontakt

IPAF – Deutschland
Janina Hintermayer
Regional Managerin Deutschland & Österreich
Alter Schulhof 3 · D-28717 Bremen
+49 (0) 421/6260-310
janina.hintermayer@ipaf.org

Romana Kennel
Leitung Media Sales Print/Digital
+49 (0) 82 47/30 07-60
romana.kennel@krafthand-medien.de

Redaktionsbüro
Harald Späth
Objektleitung
+49 (0) 82 47/30 07-180
spaeth.ipaf@krafthand-medien.de

Diana Tottleben
Magazinmanagement
+49 (0) 82 47/30 07-22
diana.tottleben@krafthand-medien.de

IPAF – Hauptsitz

Moss End Business Village · Crooklands, Cumbria LA7 7NU, UK
Telefon +44 (0) 1 53 95/6 67 00 · Telefax +44 (0) 1 53 95/6 60 84
info@ipaf.org · www.ipaf.org

IPAF – Deutschland

Alter Schulhof 3 · 28717 Bremen
deutschland@ipaf.org · www.ipaf.org

Krafthand Medien GmbH

Walter-Schulz-Straße 1 · 86825 Bad Wörishofen
Telefon 0 82 47 / 30 07-0 · Telefax 0 82 47 / 30 07-70
info@krafthand-medien.de · www.baumaschinendienst.de

Allgemeine Geschäftsbedingungen (gekürzte Fassung)

Allgemeine Geschäftsbedingungen (gekürzte Fassung)

1. Anzeigenauftrag

1.1. „Anzeigenauftrag" ist der Vertrag zwischen Medienunternehmen und Auftraggeber über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel (im folgenden Anzeige) von Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten als Auftraggeber (im folgenden AG) in einer Zeitschrift, einem ePaper oder einem eMagazin zum Zweck der Verbreitung.

1.2. „ePaper" ist eine ausschließlich in elektronischer Form, ohne Trägermedium verbreitete Ausgabe einer Zeitung oder Zeitschrift, deren redaktioneller und werblicher Inhalt (ungeachtet etwaiger Zusatzfunktionen, die sich unmittelbar aus den technischen Nutzungsmöglichkeiten ergeben, z.B. Verlinkungen) weitgehend identisch ist mit der gleichnamigen Printausgabe und die im Hinblick auf die darin enthaltenen Anzeigen gemeinsam mit der Printausgabe vermarktet wird.

2. Ablehnungsbefugnis

2.1. Das Medienunternehmen behält sich vor, Anzeigen – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – abzulehnen, wenn
- deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder
- deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder
- deren Veröffentlichung für das Medienunternehmen wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist
- Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthält.

2.2. Aufträge für sonstige Werbemittel in Zeitschriften sind für das Medienunternehmen erst nach Vorlage des Musters und dessen Billigung bindend.

2.3. Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbundwerbung), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annahmeerklärung des Medienunternehmens. Diese berechtigt das Medienunternehmen zur Erhebung eines Verbundaufschlages.

Die Ablehnung einer Anzeige oder eines anderen Werbemittels wird dem AG unverzüglich mitgeteilt.

2.4. Das Medienunternehmen ist berechtigt, die Schaltung der Anzeige in elektronischen Ausgaben vorübergehend zu unterbrechen, falls ein hinreichender Verdacht auf rechtswidrige Inhalte der Website vorliegt, auf die der Hyperlink in der Anzeige verweist. Dies gilt insbesondere in den Fällen der Ermittlungen staatlicher Behörden oder einer Abmahnung eines vermeintlich Verletzten, es sei denn, diese ist offensichtlich unbegründet. Der AG wird über die Sperrung unterrichtet und hat die vermeintlich rechtswidrigen Inhalte unverzüglich zu entfernen oder deren Rechtmäßigkeit darzulegen und ggf. zu beweisen. Das Medienunternehmen kann dem AG anbieten, die Anzeige durch eine andere Anzeige und/oder durch einen Hyperlink auf eine andere Website zu ersetzen. Die insoweit entstehenden Mehrkos-ten können dem AG nach Nachweis durch das Medienunternehmen in Rechnung gestellt werden; die Entscheidung darüber obliegt dem Medienunternehmen. Die Sperrung ist aufzuheben, sobald der Verdacht entkräftet ist.

2.5. Das Medienunternehmen ist insbesondere berechtigt, eine bereits veröffentlichte Anzeige aus der elektronischen Ausgabe zurückzuziehen, wenn der AG nachträglich unabgesprochene Änderungen der Inhalte der Anzeige vornimmt oder die URL der Verlinkung ändert oder der Inhalt der Website, auf die verlinkt ist, wesentlich verändert ist. In diesem Fall steht dem AG keine kostenfreie Ersetzungsbefugnis zu, wobei das Medienunternehmen seinen vereinbarten Vergütungsanspruch behält.

3. Gewährleistung und Haftung

3.1. Das Medienunternehmen gewährleistet im Rahmen der vorhersehbaren Anforderungen eine, dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe der Anzeige. Die Gewährleistung gilt nicht für unwesentliche Fehler. Dem AG ist jedoch bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, jederzeit eine gänzlich fehlerfreie Wiedergabe einer Anzeige zu ermöglichen. Ein Fehler in der Darstellung der Anzeige liegt insbesondere dann nicht vor, wenn er hervorgerufen wird:
- durch die Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungssoft- oder -hardware (z.B. Browser) des Users oder des Internetdienstleisters oder
- wenn die Beeinträchtigung bei der Wiedergabe der Anzeige dessen Zweck nicht wesentlich beeinträchtigt oder
- durch Störung der Kommunikationsnetze (z.B. aber nicht ausschließlich Leitungs- oder Stromausfall) beim Medienunternehmen oder anderer Betreiber oder
- durch Rechnerausfall auf Grund Systemversagens oder Leitungsausfall oder
- durch unvollständige und/oder nicht aktualisierte zwischengespeicherte Angebote auf sog. Proxy-Servern (Zwischenspeichern) oder im lokalen Cache oder
- durch einen Ausfall des vom Medienunternehmen genutzten Ad-Servers, der nicht länger als 24 Stunden (fortlaufend oder addiert) innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der vertraglich vereinbarten Schaltung andauert.

3.2. Von der Gewährleistung ausgenommen sind Störungen, die aus Mängeln oder Unterbrechung des Rechners des AGs sowie der Kommunikationswege vom AG zu den Servern des Medienunternehmens entstehen.

3.3. Bei einem Ausfall des Ad-Servers über einen erheblichen Zeitraum (mehr als 10 Prozent der gebuchten Zeit) einer zeitgebundenen Festbuchung, wird das Medienunternehmen versuchen, den Ausfall an Medialeistung nachzuliefern. Im Falle des Scheiterns einer Nachlieferung, entfällt die Zahlungspflicht des AG für die in dem Zeitraum nicht realisierten bzw. durchschnittlich nicht angefallenen Medialeistungen. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen.

3.4. Außerhalb seines Herrschaftsbereiches trägt das Medienunternehmen nicht die Gefahr des Datenverlustes auf dem Übertragungswege und übernimmt auch keine Gewährleistung und/oder Haftung für die Datensicherheit. Gefahrübergang ist mit Eingang der Anzeige auf einem der Server des Medienunternehmens.

3.5. Das Medienunternehmen wird mehr als unerhebliche Störungen und Fehler seiner Server schnellst möglich beseitigen und ist bemüht, unerhebliche Beeinträchtigungen in angemessener Frist zu beseitigen.

3.6. Das Medienunternehmen ist nicht verpflichtet, die zur Verfügung gestellten Anzeigen bzw. sonstigen Werbemittel auf deren Richtigkeit, Aktualität, Vollständigkeit, Seriosität, Qualität und/oder Freiheit von Fehlern zu überprüfen und übernimmt dafür weder ausdrücklich noch konkludent die Gewähr oder die Haftung.

3.7. Das Medienunternehmen leistet nur Schadensersatz
- bei Vorsatz, grober Fahrlässigkeit und Fehlen einer zugesicherten Eigenschaft;
- in allen anderen Fällen aus Verletzung einer Kardinalspflicht, aus Verzug oder aus Unmöglichkeit für Schäden, mit deren Eintritt bei Vertragsschluss vernünftigerweise zu rechnen war, jedoch nicht für irgendwelche besonderen, zufällig entstandenen oder indirekten Schäden oder Folgeschäden. Gegenüber Kaufleuten ist in jedem Fall die Haftung für grobe und leichte Fahrlässigkeit, bei Erfüllungsgehilfen, die nicht gesetzliche Vertreter oder leitende Angestellte sind, auch für Vorsatz, auf den üblicherweise und typischerweise in derartigen Fällen voraussehbaren und vom AG nicht beherrschbaren Schaden begrenzt. Soweit eine Kardinalspflicht im vorgenannten Sinne fahrlässig verletzt wurde, haftet das Medienunternehmen höchstens bis zur Höhe der Vergütung, die er für die Schaltung des jeweiligen Werbemittels erhält oder erhalten hätte.

3.8. Die Haftung für Schäden wegen der Verletzung von Körper, Leben und Gesundheit und nach dem Produkthaftungsgesetz bleibt hiervon unberührt.

3.9. Auf Mängel können Schadensersatzansprüche des AGs nur gestützt werden, soweit sie vom Medienunternehmen gem. §§ 276, 278 BGB zu vertreten sind.

3.10. Das Medienunternehmen übernimmt, abgesehen von Vorsatz und grober Fahrlässigkeit, keine Haftung für die Zugangsqualität und -möglichkeit und die Qualität der Darstellung, für Speicheraufall, Unterbrechung, evtl. Verspätung, Löschung und Fehlerübertragung bei der Kommunikation.

3.11. Ziff. 3.10. gilt nicht für Staaten bzw. Gerichtsbarkeiten, die den Ausschluss oder die Begrenzung der Haftung für Folge- oder zufällig entstandene Schäden nicht gestatten.

3.12. Alle gegen das Medienunternehmen gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf vorsätzlichem Verhalten beruhen.

3.13. Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, illegalem Arbeitskampf, rechtswidriger Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen – sowohl im Betrieb des Medienunternehmens als auch in fremden Betrieben, derer sich das Medienunternehmen zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient – hat das Medienunternehmen Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Medienunternehmensobjekt mit 80 % der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften oder auf andere Weise zugesicherten Auflage vom Medienunternehmen ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Medienunternehmensauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte verkaufte oder zugesicherte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht.

4. Zahlungsfrist

Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall schriftlich eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

5. Gerichtsstand und anwendbares Recht

5.1. Erfüllungsort ist der Sitz des Medienunternehmens.

5.2. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Medienunternehmens. Soweit Ansprüche des Medienunternehmens nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz.

5.3. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des AG, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der AG nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Medienunternehmens vereinbart.

6. Rechteeinräumung und -gewährleistung

6.1. Der AG gewährleistet, dass er alle zur Veröffentlichung der Anzeige erforderlichen Rechte besitzt. Der AG trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Veröffentlichung zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen sowie der zugelieferten sonstigen Werbemittel. Er stellt das Medienunternehmen im Rahmen des Anzeigenauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner wird das Medienunternehmen von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der AG ist verpflichtet, das Medienunternehmen nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen.

6.2. Die rechtliche Verantwortung, insbesondere die wettbewerbsrechtliche Verantwortung für den Inhalt sämtliche bereitgestellte Anzeigen, trägt ausschließlich der AG. Er ist verpflichtet, sorgfältig zu überprüfen, dass die Inhalte nicht gegen gesetzliche Bestimmungen verstoßen und gewährleistet, dass durch den Inhalt der jeweiligen Anzeigen keine Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Er gewährleistet, im Rahmen der Vertragsbeziehung keine rechts- oder sittenwidrigen Inhalte zu verbreiten oder auf diese Bezug zu nehmen.

6.3. Der AG überträgt dem Medienunternehmen sämtliche für die Nutzung der Werbung in Print-Online-Medien aller Art erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentlichen Zugänglichmachung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar im Rahmen der Vertragserfüllung auf Dritte übertragbar und zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen. Vorgenannte Rechte berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie aller bekannten Formen der Online-Medien.

7. Datenschutz

7.1. Der AG wird hiermit gemäß Telemediengesetz (TMG), Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) sowie sonstiger datenschutzrechtlicher Bestimmungen davon unterrichtet, dass die im Rahmen der Inanspruchnahme der Leistungen vom Medienunternehmen, insbesondere die der Auftragserteilung und -bearbeitung angegebenen personenbezogenen Daten ausschließlich zu dem Zwecke maschinenlesbar gespeichert, verarbeitet und genutzt werden, zu dem der AG dieses angegeben hat, sofern keine Einwilligung in eine andere Nutzungsart erteilt wurde sowie zum Zwecke der Abrechnung und Vergütung.

7.2. Das Medienunternehmen ist berechtigt, die personenbezogenen Daten des AGs bzw. des Interessenten im Rahmen der Auftragserteilung und -bearbeitung sowie der Verfügbarkeitsanfrage zu erheben, zu verarbeiten, zu speichern und zu nutzen, soweit dies erforderlich ist, um dem AG die Schaltung und die Inanspruchnahme der Leistungen des Medienunternehmens zu ermöglichen und um eine Abrechnung vornehmen zu können. Ferner ist das Medienunternehmen berechtigt, auf diese zur Erhaltung seiner Betriebsfähigkeit zuzugreifen. Das Medienunternehmen gewährleistet die vertrauliche Behandlung dieser Daten.

Empfehlung

Eine weitere Plattform für Ihre Werbung!

Technik. Praxis. Meinung.

Das sind unsere **Kernkompetenzen**. Dafür steht der bd baumaschinendienst **seit mehr als fünf Jahrzehnten**. Fachlich kompetent, praxis- und serviceorientiert, journalistisch vielseitig und meinungsbildend.

bd exklusiv:

Baggertests

Wir nehmen jeweils eine Maschine im realen Baustellenbetrieb unter die Lupe und klopfen die Praxistauglichkeit technischer Features und der Ausstattung ab.

bd exklusiv:

Baumaschinen- und Technik-Reports

Wir beleuchten einen Maschinentyp, einen technologischen Trend oder auch ein technisches Detail: Stand der Technik, Einsatzbedingungen, Hersteller und Produkte, Anwendungsspektrum, Besonderheiten, Praxistipps.

bd exklusiv:

Kipper- und Transporter-Tests

Wir testen Baukipper und Transporter umfassend und detailliert im Praxiseinsatz sowie auf verschiedenen Teststrecken. Wir kommentieren die Testergebnisse und stellen vergleichbare Modelle gegenüber.

Kontakt:

Claudia Siegert
Leitung Media Sales Print/Digital
+49 (0) 82 47/ 30 07-58
claudia.siegert@krafthand-medien.de

Ausgabe	Erscheinung	Themen
3	19.03.2026	**Heben & Fördern** Hochbaukrane, Mobilkrane, Seilmaschinen, Fahrzeug-Ladekrane, Teleskop- und Geländestapler, Hubarbeitsbühnen, Bauaufzüge, Förderbänder, Anschlagmittel
6-7	30.06.2026	
10	06.10.2026	
12	10.12.2026	

IPAF.org
PAL
IPAF
ePAL
NO SKY FALL
PAL CARD
Als Handwerker ist man tagtäglich Gefahren ausgesetzt – besonders, wenn Sie in großen Höhen arbeiten. Die PAL-Card ist Ihre Lizenz zum Leben und sicheren Arbeiten auf Hubarbeitsbühnen. Weitere Infos unter ipaf.org.
IPAF.org