

Media-**Information**

2026







IPAF – the worldwide network for powered access technology

The International Powered Access Federation (IPAF) is a not-for-profit organization that represents the interests of the powered access industry worldwide. It brings together manufacturers, rental companies, and users of powered access equipment. IPAF members manufacture around 85% of the machines currently on the market, and its rental members operate the majority of the global rental fleet. In total, IPAF has 1.800 members in more than 80 countries.

IPAF is committed to promoting the safe and effective use of powered access equipment through technical advice, information, and by influencing legislation and standards. Above all, its focus lies on the qualification

of operators through IPAF's own training programs and safety initiatives. Through its global member companies, IPAF organizes safety and training programs for platform operators and for supervisors responsible for planning or commissioning work at height. The standardized IPAF training programs are TÜV-certified according to ISO 18878 and comply with DGUV 308-008. IPAF works closely with occupational safety associations and international safety authorities. Each year, more than 180,000 people complete IPAF's internationally recognized training and, after passing the final test, receive the PAL Card – the Powered Access License. Currently, over 920,000 valid PAL Cards are in circulation.





Learning from mistakes – accident prevention through information

With its accident reporting portal, the International Powered Access Federation (IPAF) operates a global online platform for reporting accidents involving mobile elevating work platforms, mast climbing work platforms, and construction hoists. Anyone can use it to report accidents, "near misses," or other safety-related incidents in order to raise awareness among other platform users about potential hazards. In addition, IPAF offers a series of on-demand webinars on topics such as "Safe Operation of Mobile Elevating Work Platforms," "Safe Loading and Unloading," and "Sustainability."





























IPAF Journal - the publication for the German-speaking market

The IPAF Journal is the annual publication of IPAF Germany and, with a print circulation of 35,000 copies, ranks among the most successful publications in the powered access industry. Published each spring since 2010 by Krafthand Medien GmbH, the IPAF Journal is distributed throughout the following 12 months at relevant trade fairs and all events involving IPAF. In addition, it is circulated as an insert in professional magazines and distributed via regional

IPAF training centers to customers and interested parties from a wide range of industries. The IPAF Journal is also available as an e-paper.

The IPAF Journal covers current topics and developments in powered access technology, including safety issues, technical innovations, legal regulations, and the various applications of different machine types. It is aimed at all sectors where powered access equipment of any kind is used.



Also available as an e-paper:

www.ipaf.org/ ipaf-journal

Media profile 02 I 03

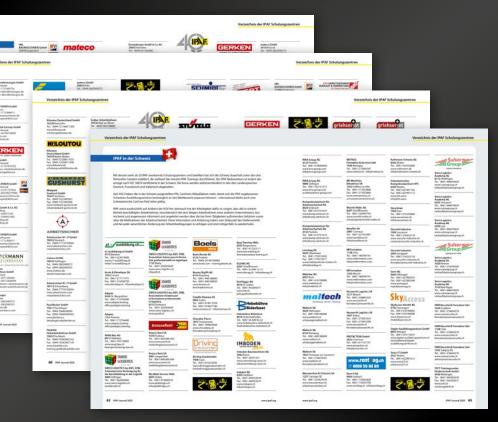


IPAF Journal - Images from the field

To illustrate the almost limitless possibilities of these versatile tools for working at height, the IPAF Journal regularly features a section titled "Images from the Field." This section presents typical, spectacular – and sometimes unusual – applications in which machines from IPAF member companies have played a "supporting role."



Directory of IPAF training centers and equipment manufacturers





Target groups / industries

Rental companies for aerial work platforms and construction machinery, as well as businesses that carry out or commission work at height. Examples include:

- Companies in the main and secondary construction trades, both structural and civil engineering
- Craft enterprises such as painters, scaffolders and façade builders, roofers, and metalworkers
- · Warehousing and logistics
- Facility management
- Landscaping and gardening
- Energy technology
- Public authorities and associations
- · Municipal service providers
- · Safety officers

Overview of topics

- Safety issues, accident prevention, and risk mitigationn
- Technical developments
- Legal regulations
- Market trends
- Applications of the various types of machines

Distribution

- At IPAF trade fairs and events
- At GaLaBau 2026, Platformers' Days 2026, and others
- · As an insert in bd baumaschinendienst
- Through IPAF training centers in Germany, Austria, Switzerland, and Liechtenstein

Schedule

Editorial deadline: December 15, 2025
Advertising deadline: February 6, 2026
Print materials due: February 11, 2026
Publication date: April 24, 2026

Circulation: 35,000 copies

Target groups, schedule & topics 04 | 1 | 05



Display prices and formats

All prices are net (excluding VAT) and refer to the type area formats. Two-colour ads (2c) available on request.

1/1	Print space formats (width x height)	Bleed formats (width x height)*	Basic price b/w	4-colour
Portrait	187 x 270 mm	210 x 297 mm	€ 2,750	€ 4,450

* plus bleed margin of 3 mm on all sides

Junior-	Print space formats	Bleed formats	Basic price	4-colour
page	(width x height)	(width x height)*	b/w	
Portrait	139 x 190 mm	150 x 211 mm	€ 2,200	€ 3,450

* plus bleed margin of 3 mm on all sides

1/2	Print space formats (width x height)	Bleed formats (width x height)*	Basic price b/w	4-colour
Portrait	91 x 270 mm	102 x 297 mm	C 1 450	6 2 750
Landscape	187 x 134 mm	210 x 154 mm	€ 1,450	€ 2,750

* plus bleed margin of 3 mm on all sides

1/3	Print space formats (width x height)	Bleed formats (width x height)*	Basic price b/w	4-colour
Portrait	59 x 270 mm	70 x 297 mm	6 1 250	6 2 200
Landscape	187 x 90 mm	210 x 110 mm	€ 1,350	€ 2,300

* plus bleed margin of 3 mm on all sides

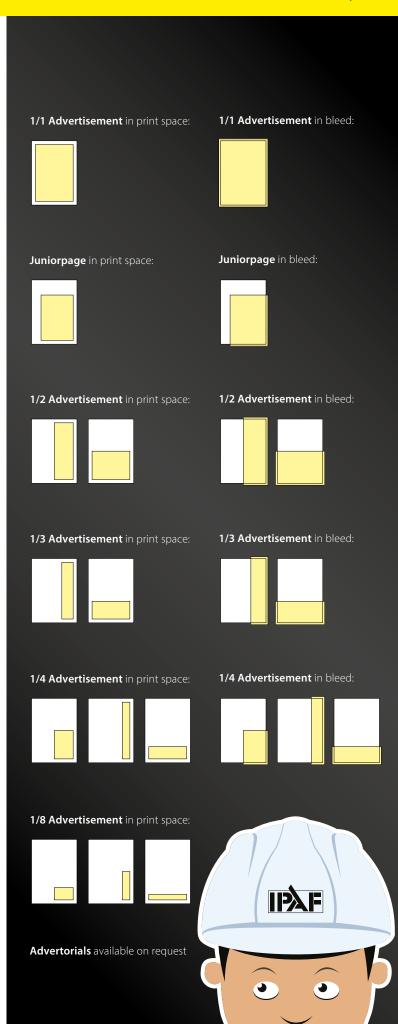
1/4	Print space formats (width x height)	Bleed formats (width x height)*	Basic price b/w	4-colour
2-column	91 x 134 mm	102 x 154 mm		
Portrait	43 x 270 mm	54 x 297 mm	€ 1,045	€ 1,825
Landscape	187 x 65 mm	210 x 82 mm		

* plus bleed margin of 3 mm on all sides

1/8	Print space formats (width x height)	Bleed formats (width x height)*	Basic price b/w	4-colour
2-column	91 x 65 mm			
Portrait	43 x 134 mm	-	€ 640	€ 1,010
Landscape	187 x 32 mm			

Company logo in the directories

Basic listings in the "IPAF Training Centers" and "Manufacturers" directories are free of charge for IPAF members. Highlighting your entry with your **company logo** in color is available at a rate of **EUR 275** per entry.



Advertisement price list 06 1 07





Surcharges

Preferential placement: For advertisements with fixed placement

specifications, a surcharge of 10% is applied to

the b/w price (U2, U3 or U4).

For advertisements larger than the print space, a Format surcharge:

bleed surcharge of 10% is applied to the b/w price

The listed prices apply to Euroscale colours. Colour surcharge:

Surcharge for each special colour: € 580



Supplements, inserts

Supplements 2 pages: € 2,700 4 pages: € 4,050

Inserts max. 195 mm wide × 285 mm high.

Minimum size and other formats available on request.

up to 25 g € 117 per thousand up to 30 g € 119 per thousand up to 40 g € 122 per thousand up to 50 g € 127 per thousand

A note regarding the insert is published free of charge.

All prices are excluding postal fees

Delivery Delivery date for inserts and supplements:

February 6, 2026. Please send us a sample in good time.

Payment conditions

The net price is payable within 30 days. If paid within 8 days, a discount of 2% is applied. In the case of direct debit, a discount of 3% is applied.

Bank details:

· Sparkasse Schwaben-Bodensee, Germany IBAN: DE92 7315 0000 0000 1031 84 | SWIFT (BIC): BYLADEM1MLM

· Postbank München, Germany IBAN: DE44 7001 0080 0047 9398 07 | SWIFT (BIC): PBNKDEFFXXX

Warranty

If incomplete or deviating data (text, colours, images) is supplied, we assume no liability for the printed result. Additional graphic work due incorrectly supplied data will be invoiced.

Contact person



IPAF – Germany Janina Hintermayer Regional Manager Germany & Austria Alter Schulhof 3 · D-28717 Bremen

+49 (0) 421/6260-310

janina.hintermayer@ipaf.org



Romana Kennel Head of Media Sales Print/Digital

+49(0)8247/3007-60

romana.kennel@krafthand-medien.de



Editorial office Harald Späth Site management

+49(0)8247/3007-180

spaeth.ipaf@krafthand-medien.de



Diana Tottleben Order management

+49 (0) 82 47/30 07-22

diana.tottleben@krafthand-medien.de



IPAF - head office

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

IPAF - Germany

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

Krafthand Medien GmbH

Walter-Schulz-Straße 1 · 86825 Bad Wörishofen, Germany Phone +498247/3007-0 · Telefax +498247/3007-70 info@krafthand-medien.de · www.baumaschinendienst.de









Allgemeine Geschäftsbedingungen (gekürzte Fassung)

ine Geschäftsbedingungen (gekürzte Fassung)

- Anzeigenauftrag' ist der Vertrag zwischen Medienunternehmen und Auftrag-geber über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel (im folgenden Anzeige) von Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten als Auftrageber (im folgenden AG) in einer Zeitschrift, einem ePaper oder einem eMagazin zum Zweck der Verbreitung.
- er aper voor einen in engagenzum in verker veruretung, "e-Paper" ist eine ausschließlich in elektronischer from, ohne Trägermedium verbriette Ausgabe einer Zeitung oder Zeitschrift, deren redaktionelle und werblicher Inhalt (ungeachtet etwaiger Zusatzfunktionen, die sich unmittel-bar aus den technischen Nutzungsmöglichkeiten ergeben, z.B. Verlinkungen) weitgehend identisch ist mit der gleichnamigen Printausgabe und die im Hin-blick auf die darin enthaltenen Anzeigen gemeinsam mit der Printausgabe vermarktet wird.

Ablehnungsbefugnis

- Autenungsverugins

 Das Medienuntenhenne hehält 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
 - beanstandet wurde ober 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.
- Aufträge für sonstige Werbemittel in Zeitschriften sind für das Medienunter-nehmen erst nach Vorlage des Musters und dessen Billigung bindend.
- 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.
- unverzüglich mitgeteilt.

 Das Medienunternehmen ist berechtigt, die Schaltung der Anzeige in elektronischen Ausgaben vorübergehend zu unterbrechen, falls ein hinreichender Verdacht auf rechtswidtige Inhalte der Website vorliegt, auf die der Hypellink in der Anzeige verweise. Übes gilt insbesonder in den Fallen der Ermittlungen staatlicher Behörden oder einer Abmahnung eines vermeintlich Verletzten, es sei dem, diese sich fenschaltlich unbegründet. Der Ad wird über die Spering unterrichtet und hat die vermeintlich rechtswidrigen Inhalte unverzüglich zu entfernen oder deren Rechtmaßligkeit darzüge nur die zu beweisen. Das Medienunternehmen kann dem AG anbieten, die nache Website zu erstezen, Die sinsweit entstehenden Mehrös Lere können dem AG mach Nachweis durch das Medienunternehmen ist Rechnung gestellt werden; die Entscheidung darüber sinsweit entstehenden Mehrös Lere hönnen dem AG mach Nachweis durch das Medienunternehmen. Die Sperrung ist aufzuheben, obald der Verdacht entskräftet ist.
- Das Medienunternehmen ist insbesondere berechtigt, eine bereits veröffentlichte Anzeige aus der elektronischen Ausgabe zurückzuziehen, wenn der AG nachträglich unabgesprochene Änderungen der Inhalte der Anzeige vor-nimmt 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.

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 unwesentunce reiner. Jerne Mas Is jeduor bestannt, dass es nach den Stanlo 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
 - oeureiner 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
 - 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.
- 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.
- AG zu den Servern des Medienunternehmens entstehen. Bei einem Ausfall des Ad-Servers über einen erheblichen Zeitzaum (mehr als 10 Prozent der gebuchten Zeit) einer zeitgebundenen Festbuchung, wird das Medienunternehmen versuchen, den Ausfall an Medialeistung nachzuliefent im Falle des Scheitens einer Nachlieferung, entfall die Zahlungspflicht des AG für die in dem Zeitraum nicht realisierten bzw. durchschnittlich nicht angefallenen Medialeistungen. Weitere Ansprüche and ausgeschlossen. Außerhalb seines Herrschaftsbereiches trägt das Medienunternehmen nicht die Gelähr des Datenwerlustes auf dem Übertraugungswege und übernimmt auch keine Gewährleistung und/der Haftung für die Datensicherheit. Gefährübergang ist mit Eingang der Anzeige auf einem der Server des Medienunternehmens.

- Das Medienunternehmen wird mehr als unerhebliche Störungen und Fehler seiner Server schnellst möglich beseitigen und ist bemüht, unerhebliche Beeinträchtigungen in angemessener Frist zu beseitigen. Das Medienuntemehmen ist nicht verpflichtet, die zur Verfügung gestellten Anzeigen bzw. sonstigen Werbemittel auf deren Richtigkeit, Aktualität, Vollständigkeit, Seröstät, Qualität und/doef rerheiter von Fehlern zu übergüffen und übermimmt dafür weder ausdrücklich noch konkludent die Gewähr oder ein betwein.
- 3.7. Das Medienunternehmen leistet nur Schadensersatz
 - bei Vorsatz, grober Fahrlässigkeit und Fehlen einer zugesicherten Eigen-
 - in allen anderen Fällen aus Verletzung einer Kardinalspflicht, aus Verzug ode aus Unmöglichkeit für Schäden, mit deren Eintritt bei Vertragsschluss vernünftigerweise zu rechnen war, iedoch nicht für irgendwelche besonderen. zufällig entstandenen oder indirekten Schäden oder Folgeschäden. Gegenüber Kaufleuten ist in jedem Fall die Haftung für grobe und leichte Fahrläs sigkeit, 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 beherschbaren Scha-den begrenzt. Soweit eine Kardinalspflicht im vorgenannten Sinne fahrlässig verletzt wurde, haftet das Medienunternehmen höhstens bis zur Höhe der Vergütung, die er für die Schaltung des jeweiligen Werbemittels erhält oder
- 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 eit 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 Speicherausfall, Unterbrechung, evtl. Verspätung, Löschung und Fehlerübertragung bei der Kommunikation.
- 3.11. 7iff. 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 Verjährungs-beginn, 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 An-zeigen, wenn das Medienunternehmensohjekt mit 80% der im Durchstürt 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.

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

Gerichtsstand und anwendhares Recht

- Erfüllungsort ist der Sitz des Medienunternehmens
- 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 Medien-unternehmens 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 Ver-tragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem

Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des

Rechteeinräumung und -gewährleistung

- 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 ge-stellten Text- und Bildunterlagen sowie der zugelieferten sonstigen Werbe-mittel. Er stellt das Medienunternehmen im Rahmen des Anzeigenauftrags intitlet. J. Stein lab smeutimetermeinen innämmen tes nitzegiendutugs von allen Ansprüchen britter 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.
- 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 Inhalten icht 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.
- Der AG überträgt dem Medienunternehmen sämtliche für die Nutzung de 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 gengsteinberung, zu der Stelle der Bestehn und von der Stelle hund in halt-lich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorge-nannte Bechte werden in allen Sillen örtlich unbegretzt übertragen. Vorge-nannte Bechte berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie aller bekannten Formen der Online-Medien.

Datenschutz

- Der AG wird hiermit gemäß Telemediengesetz (TMG), Bundesdatenschutzgeuer Als wird niemmi gemäs i eriemelenigiesetz (i Mol, pundesdateischutzge-sezt (BDSG) sowie sonstiger datenschutzrechtlicher Bestimmungen davon un-terrichtet, dass die im Rahmen der Inanspruchnahme der Leistungen vom Medienunternehmen, insbesondere die der Auftragserteilung und -bearbei-tung angegebenen personenbezogenen Daten ausschließich zu dem Zweete 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.
- Das Medienunternehmen ist berechtigt, die personenbezogenen Daten des AGs bzw. des Interessenten im Bahmen der Auftragserteilung und -bearbei-tung sowie der Verfügbarkeitsanfrage zu erheben, zu verarbeiten, zu speichern und zu nutzen, sowiet dies erforderlich ist, um dem AG die Schal-tung 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 vertrau-liche Behandlung dieser Daten.

Recommendation

Technology. Practice. Opinion.

That's what bd baumaschinendienst represents. And it has done so for over five decades now. Technically competent and opinion-forming multi-faceted journalism.

bd exclusive:

Construction machinery and technology reports

We shine the spotlight on a type of machine, a technological trend or a technical detail: the latest technology, operating conditions, manufacturers and products, range of applications, special features, practical tips.

bd exclusive: **Excavator tests**

We closely examine a machine on a real construction site and test out how practical the technical features and equipment are.

bd exclusive:

Dump truck and transporter tests

We carry out comprehensive and detailed testing on dump trucks and transporters in a practical environment and on a wide range of test tracks. We comment on the test results and compare them with similar models.



Claudia Siegert

Issue	Publication Date
3	19/03/2026
6-7	30/06/2026
10	06/10/2026
12	10/12/2026

Themes

Lifting & Handling

Tower cranes, mobile cranes, winches, vehicle-mounted cranes, telescopic and rough-terrain forklifts, aerial work platforms, construction hoists, conveyor belts, lifting gear



As a tradesperson, you face hazards every day – especially when working at great heights. The PAL Card is your licence to live and to work safely on mobile elevating work platforms. For more information, visit ipaf.org.

