IPAF.org

Journal 2027

Information on the effective and safe use of aerial work platforms

35,000 copies



MEDIA INFORMATION

PRINT & DIGITAL

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 more than 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 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

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."



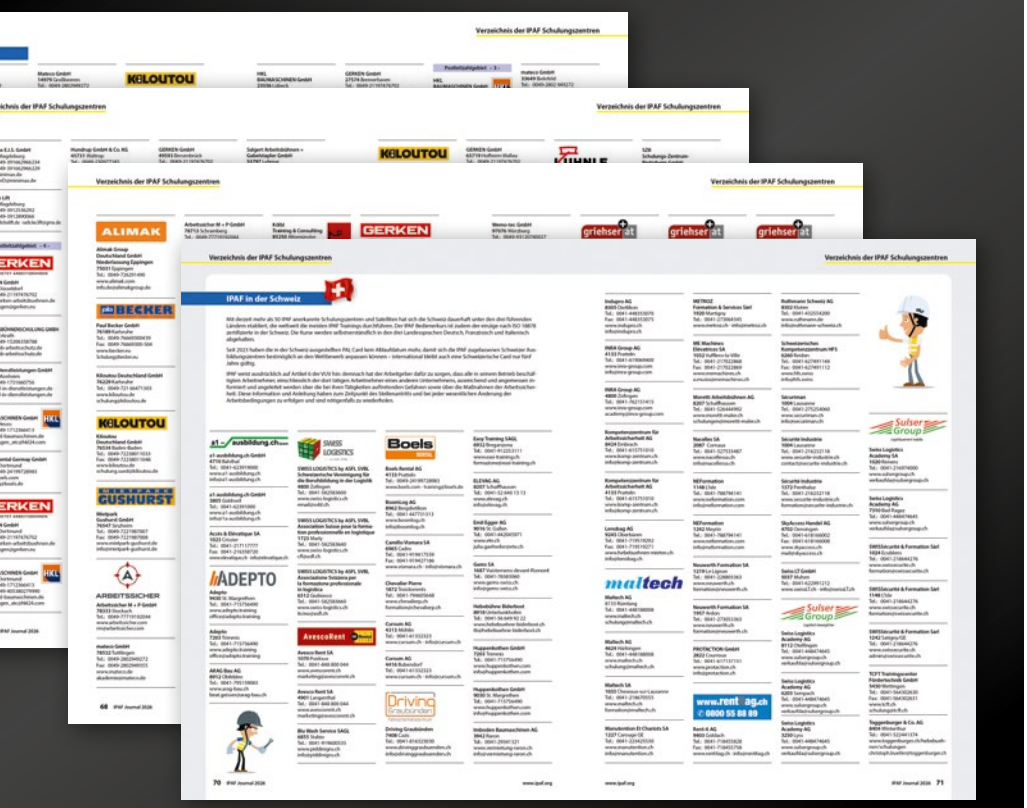


Target groups / industries

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

Directory of IPAF training centers and equipment manufacturers



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 Demopark 2027; A+A 2027 and others
- As an insert in bd baumaschinendienst
- Through IPAF training centers in Germany, Austria, Switzerland, and Liechtenstein
- Online at ipaf.org.de and www.baumaschinendienst.de

Schedule

Editorial deadline:	December 15, 2026
Advertising deadline:	January 29, 2027
Print materials due:	February 3, 2027
Publication date:	March 25, 2027

Circulation (print): 35,000 copies

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	€ 2,800	€ 4,500

* plus bleed margin of 3 mm on all sides

Junior-page	Print space formats (width x height)	Bleed formats (width x height)*	Basic price b/w	4-colour
Portrait	139 x 190 mm	150 x 211 mm	€ 2,250	€ 3,500

* 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	€ 1,500	€ 2,800
Landscape	187 x 134 mm	210 x 154 mm		

* 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	€ 1,400	€ 2,350
Landscape	187 x 90 mm	210 x 110 mm		

* 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	€ 1,100	€ 1,875
Portrait	43 x 270 mm	54 x 297 mm		
Landscape	187 x 65 mm	210 x 82 mm		

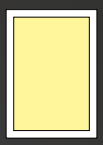
* plus bleed margin of 3 mm on all sides

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	–	€ 660	€ 1,030
Portrait	43 x 134 mm			
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 285,–** per entry.

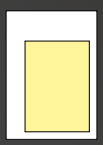
1/1 Advertisement in print space:



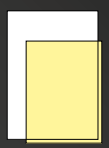
1/1 Advertisement in bleed:



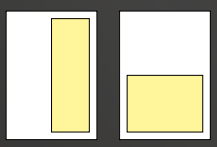
Juniorpage in print space:



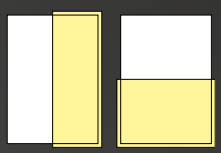
Juniorpage in bleed:



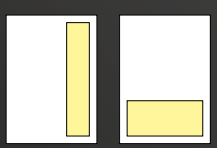
1/2 Advertisement in print space:



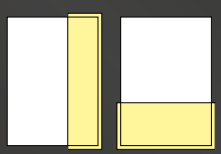
1/2 Advertisement in bleed:



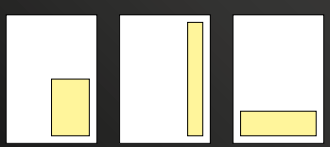
1/3 Advertisement in print space:



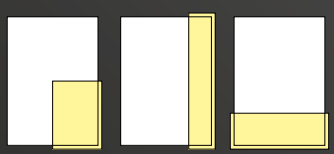
1/3 Advertisement in bleed:



1/4 Advertisement in print space:



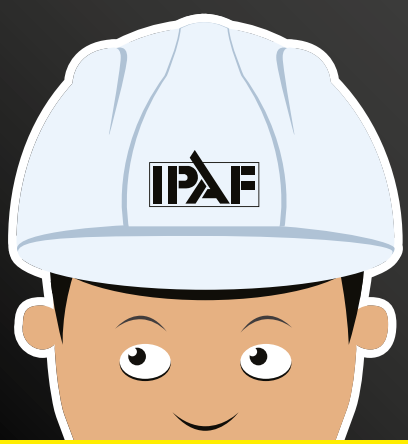
1/4 Advertisement in bleed:



1/8 Advertisement in print space:



Advertorials available on request



Surcharges

Preferential placement: A surcharge of 10% on the black-and-white rate applies to the outside back cover (4th cover page).

Format surcharge: For advertisements larger than the print space, a bleed surcharge of 10% is applied to the b/w price

Colour surcharge: The listed prices apply to Euroscale colours. Surcharge for each special colour: € 580



Supplements, inserts

Supplements
2 pages: € 2,800
4 pages: € 4,200

Inserts
max. 195 mm wide × 285 mm high.
Minimum size and other formats available on request.

Prices:		
	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:
January 29, 2027. 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 I SWIFT (BIC): BYLADEM1MLM
- **Postbank München, Germany**
  IBAN: DE44 7001 0080 0047 9398 07 I 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
IPAF Journal
+ 49 (0) 82 47/30 07-60
romana.kennel@krafthand-medien.de



Editorial office
Harald Späth
Site management
IPAF Journal
+ 49 (0) 82 47/30 07-180
spaeth.ipaf@krafthand-medien.de



Diana Tottleben
Order management
IPAF Journal
+ 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 +49 82 47 / 30 07-0 · Telefax +49 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 Speicherausfall, 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.

baumaschinen DIENST
praxis | technik | meinung

360°



PRINT EDITION
- Reader-friendly layout
- Exclusive construction machinery and commercial vehicle tests
- Exclusive interviews
- Construction site and machinery reports, as well as product reviews
- On-site reports
- Market overviews
- Panorama pages featuring new machinery and product updates
- Guest commentaries and opinion pieces
- New column: Construction Law Update
- Cross-media content linking to online resources via QR codes

WEBSITE
- Redesigned website www.baumaschinendienst.de
- Latest industry and product news from the construction machinery sector
- Photo and video galleries (editorial and advertising content)
- Presentation opportunities for manufacturers and dealers
- Key trade fair and industry dates at a glance

SOCIAL-MEDIA

Join our network
- Facebook
- Instagram
- Linkedin

NEWSLETTER
- "baumaschinendienst aktuell"
- Featuring the latest print edition, fresh off the press, with a link to the e-paper
- With a different focus topic each month

E-PAPER
- for greater reach

PODCAST

Contact:

Claudia Siegert
Head of Media sales print/digital
+49 (0) 8247/ 3007-58
claudia.siegert@krafthand-medien.de

Issue	Publication Date	Themes
1-2	11 / 02 / 2027	**Lifting & Handling** Tower cranes, mobile cranes, winches, vehicle-mounted cranes, telescopic and rough-terrain forklifts, aerial work platforms, construction hoists, conveyor belts, lifting gear
5	05 / 05 / 2027	
12	15 / 12 / 2027	