

MEDIA

Informationen Print + Online

AUTOMOBIL PRODUKTION Print	
Titel-Porträt	2
Preisliste	3/4
Formate und technische Angaben	5/6
AGB	7
Termin- und Themenplan	8/9
Sonderausgaben	10
AUTOMOBIL PRODUKTION China	11
Auflagen- und Verbreitungsanalyse	12
Beschreibung der Erhebungsmethode	13
Empfänger-Strukturanalyse	14/15
AUTOMOBIL PRODUKTION Website	16/17/18/19
AUTOMOBIL PRODUKTION Newsletter	20/21/22
AUTOMOBIL PRODUKTION Veranstaltungen	23
Gesprächspartner	24

mi verlag
moderne industrie

erfolgsmedien für experten

Mediengruppe **SV** Süddeutscher Verlag



verlag moderne industrie GmbH, Justus-von-Liebig-Str. 1, 86899 Landsberg, Telefon (0 81 91) 125-0, Telefax (0 81 91) 125-279

1 Titel: AUTOMOBIL PRODUKTION

2 Kurzcharakteristik:

AUTOMOBIL PRODUKTION ist das Branchen-Wirtschaftsmagazin für die Automobil- und Zuliefererindustrie. Die Redaktion recherchiert exklusive Nachrichten über OEM-Strategien, Trends im Zulieferermarkt, Beschaffungsmethoden und Marktentwicklungen in Deutschland. Im Fokus der Berichterstattung stehen ebenso Berichte aus allen wichtigen Automobilmärkten der Welt.

AUTOMOBIL PRODUKTION trägt für das Management der gesamten Automobilbranche alle wichtigen Informationen aus erster Hand zusammen, die es für zukunftsgerichtete Entscheidungen benötigt. Das Wirtschaftsmagazin analysiert und interpretiert Technologieentwicklungen und wertschöpfungssteigernde Maßnahmen im Produktentstehungsprozess. In regelmäßigen Specials greift die Redaktion Schwerpunkt-Themen der Automobilproduktion auf und bietet vertiefende Reports zu den jeweiligen Trends, Perspektiven oder Hintergründen an.

3 Zielgruppe: Top-Management-Ebene (Vorstände und Geschäftsführer) sowie Entscheider aus den Bereichen Einkauf, Entwicklung und Produktion bei OEMs und Zulieferern.

4 Erscheinungsweise: monatlich (siehe Themenplan)

5 Heftformat: DIN A4

6 Jahrgang: 26. Jahrgang 2012

7 Bezugspreis: (inkl. Versandkosten und MwSt.)

Jahresabonnement Inland	€ 189,-
Jahresabonnement Ausland	€ 199,-
Einzelverkaufspreis (zzgl. Versandkosten)	€ 19,-

8 Organ: –

9 Mitgliedschaften: –

10 Verlag:

verlag moderne industrie GmbH
Postanschrift: 86895 Landsberg
Hausanschrift: Justus-von-Liebig-Str. 1, 86899 Landsberg
Telefon: 0 81 91 / 125-0
Telefax: 0 81 91 / 125-279
Internet: www.automobil-produktion.de
E-Mail: Redaktion: redaktion@automobil-produktion.de
Anzeigen: anzeigen@automobil-produktion.de

11 Herausgeber:

verlag moderne industrie GmbH

12 Anzeigen:

Michael Klotz, Anzeigenleiter
Telefon: 0 81 91 / 125-167
E-Mail: michael.klotz@automobil-produktion.de

13 Redaktion:

Bettina Mayer, Chefredakteurin
Telefon: 0 81 91 / 125-688
E-Mail: bettina.mayer@automobil-produktion.de

14 Umfangsanalyse:

2010 = 10 Ausgaben + 6 Sonderausgaben		
Format der Zeitschrift: DIN A4		
Gesamtumfang:	1.076 Seiten	100 %
Anzeigenteil:	225 Seiten	21 %

15 Inhalts-Analyse des redaktionellen Teils:

– Wirtschaft, International, Strategie Namen & Nachrichten, Titelstory, Daten, Fakten, Zahlen, Logistik, Einkauf, Qualität	497 Seiten =	58 %
– Technik und Produktion Forschung, Entwicklung, Neue Produkte, Technik-Specials, Trends	354 Seiten =	42 %



verlag moderne industrie GmbH, Justus-von-Liebig-Str. 1, 86899 Landsberg, Telefon (0 81 91) 125-0, Telefax (0 81 91) 125-279

1 Anzeigenformate und Preise (siehe auch Seite 6 „Informationsblatt Formate“)
Alle Anzeigenpreise in EUR inklusive Farbzuschläge und zzgl. gesetzlicher MwSt.

Anzeigengröße	Satzspiegelformate (B x H in mm)	Anschnittformate* (B x H in mm)	Preise inkl. Farbzuschlag
2/1-Seite	–	426 x 303	11.420,-
1/1-Seite	178 x 257	216 x 303	6.060,-
2/3-Seite hoch	117 x 257	136 x 303	4.420,-
2/3-Seite quer	178 x 169	216 x 194	4.420,-
Juniorpage	126 x 178	145 x 203	4.300,-
1/2-Seite hoch	86 x 257	105 x 303	3.580,-
1/2-Seite quer	178 x 126	216 x 149	3.580,-
1/3-Seite hoch	56 x 257	75 x 303	2.535,-
1/3-Seite quer	178 x 83	216 x 106	2.535,-
1/4-Seite hoch	41 x 257	–	1.950,-
1/4-Seite quer	178 x 62	–	1.950,-
1/4-Seite Block	86 x 126	–	1.950,-
1/8-Seite hoch	41 x 126	–	1.130,-
1/8-Seite quer	178 x 29	–	1.130,-
1/8-Seite Block	86 x 62	–	1.130,-

*inkl. 3 mm Beschnitt

1.1 mm-Preis (Spaltenbreite 41 mm):

bis 300 mm	€ 8,15
ab 300 mm	€ 7,40

2 Zuschläge:

Vorzugsplatzierungen

2. + 4. Umschlagseite	€ 7.150,-
Bindende Platzierungsvorschriften	10 %

3 Rabatte (bei Abnahme innerhalb eines Jahres)

Malstaffel		Mengenstaffel	
ab 3 Anzeigen	3 %	ab 3 Seiten	10 %
ab 6 Anzeigen	5 %	ab 6 Seiten	15 %
ab 12 Anzeigen	10 %	ab 12 Seiten	20 %

4 Rubrikanzeigen:

Stellenangebot: 20 % Rabatt auf den regulären Preis

5 Sonderwerbeformen

Einhefter:

Papier- Umfang	bis 170 g/m ²	über 170 g/m ²
2 Seiten	€ 4.950,-	auf Anfrage
4 Seiten	€ 7.320,-	
8 Seiten	€ 11.450,-	

Anlieferung: Muster bei Auftragserteilung. Auflage bis 14 Tage vor Erscheinen.
Format unbeschnitten 216 mm breit, 306 mm hoch. Kopfbeschnitt 6 mm.
Mehrseitige Beihefter auf obiges Format gefalzt.



verlag moderne industrie GmbH, Justus-von-Liebig-Str. 1, 86899 Landsberg, Telefon (0 81 91) 125-0, Telefax (0 81 91) 125-279

Beilagen:

(nicht rabattfähig)
bis zu 25 g Gewicht € 340,-/Tsd. Ex.
je weitere 25 g Gewicht € 170,-/Tsd. Ex.
(Preise einschl. Portoanteil)
Teilbeilagenzuschlag 10%
max. Papierformat 20 x 29 cm
Anlieferung: Muster bei Auftragserteilung. Auflage bis 10 Tage vor Erscheinen.

Aufgeklebte Werbemittel:

In Verbindung mit Anzeige oder Einhefter € 1.110,-
Zuzüglich Klebekosten
– für maschinelle Verarbeitung € 525,-
– für manuelle Verarbeitung € 1.170,-

Lieferanschrift für Einhefter und Beilagen:

pva Druck- und Medien-Dienstleistungen GmbH, Herrn Beitler
Industriestr. 15, 76829 Landau/Pfalz
(mit Vermerk: für AUTOMOBIL PRODUKTION, Heft-Nr. ...)

Banderole um AUTOMOBIL PRODUKTION € 9.770,-
Format 460 x 100 mm, inkl. Druck und Klebekosten

Altarfalz € 14.910,-
aufklappbare Titelseite, Werbefläche: ca. 2 DIN A4-Seiten

Titelklappe € 11.780,-
Klappe um das Heft mit 1/2 Seite auf der Titelseite
und ganzer Seite auf der 4. Umschlagseite
Werbefläche: ca. 1,5 DIN A4-Seiten

Gatefolder € 18.400,-
ausklappbare Anzeigenseite auf der 2. Umschlagseite
Werbefläche: ca. 3 DIN A4-Seiten

Druckveredelung bei Anzeigen und Einheftern Preis auf Anfrage
Verleihen Sie Ihrem Werbeauftritt die besondere Note! Beispielsweise mit einem
Einhefter auf 200g-Bilderdruckpapier inkl. Silberfolienkaschierung, UV-Lack glän-
zend/matt oder Strukturlack (z.B. in Leder-Optik). Wir beraten Sie gerne!

6 Kontakt:

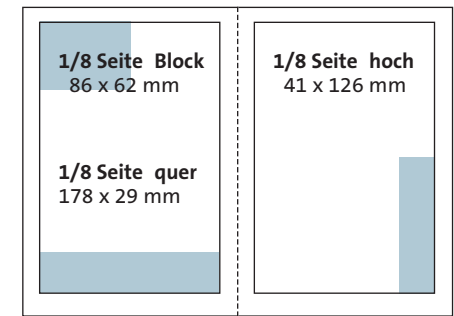
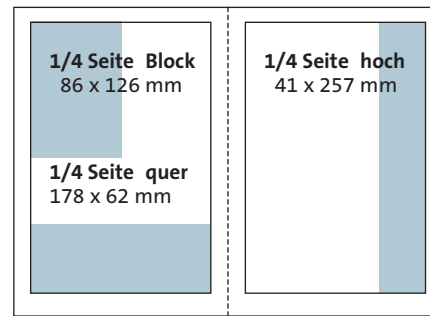
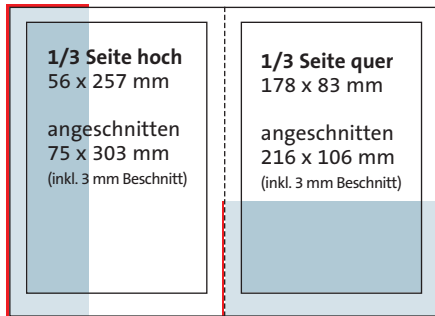
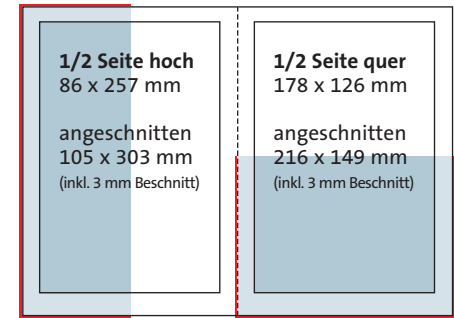
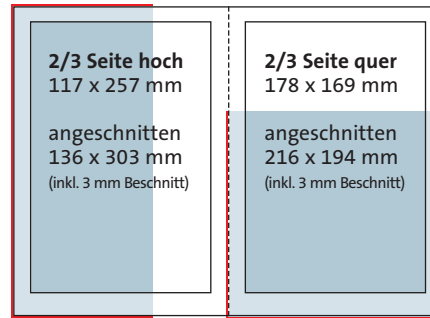
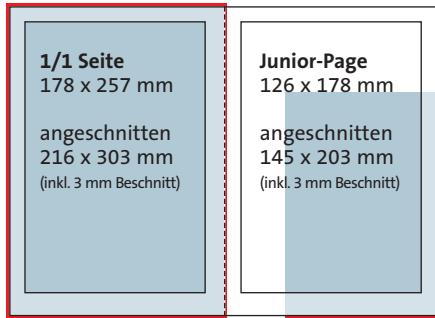
Anzeigenleitung Michael Klotz, Tel. 08191/125-167
michael.klotz@automobil-produktion.de
Anzeigendisposition Michaela Richter, Tel. 08191/125-324
michaela.richter@mi-verlag.de

7 Zahlungsbedingungen: netto innerhalb 30 Tagen nach Rechnungsdatum
bei Vorauszahlung 2 % Skonto
bei Bankeinzug 3 % Skonto

Bankverbindungen: Sparkasse Landsberg
BLZ 700 520 60
Kto. 37754
Postbank München
BLZ 700 100 80
Kto. 786 13 801



verlag moderne industrie GmbH, Justus-von-Liebig-Str. 1, 86899 Landsberg, Telefon (0 81 91) 125-0, Telefax (0 81 91) 125-279



— Anschnittformate inkl. 3 mm Beschnittzugaben



verlag moderne industrie GmbH, Justus-von-Liebig-Str. 1, 86899 Landsberg, Telefon (0 81 91) 125-0, Telefax (0 81 91) 125-279

1 Zeitschriftenformat 210 mm breit x 297 mm hoch, DIN A 4

Satzspiegel 178 mm breit x 257 mm hoch
4 Spalten je 41 mm breit

2 Druck- und Bindeverfahren

Druckverfahren: Rollenoffsetdruck

Bindeverfahren: Klebebindung

3 Datenübermittlung per E-Mail an: michaela.richter@mi-verlag.de
bei Rückfragen: Tel. 08191/125-324

4 Datenformate: Anlieferung von Daten im PDF-Format, Version 1.3 (PDF/X-1a), mit Acrobat Distiller ab Version 4.0 erzeugt und mit rastermoduliertem Proof. Bilddaten hochauflösend mindestens 300 dpi, Auflösung für 60er Raster, Farbmodell immer CMYK (nie RGB oder LAB-Elemente). Bitmap (Strichscans) sollten eine Auflösung von mindestens 800 dpi haben. Das Format angelegt in Originalmaßen plus Beschnittzugaben und Beschnittmarken.

5 Farben: Bei digital übermittelten Druckvorlagen für Farbanzeigen ist gleichzeitig ein Farb-Proof mit Fogra Medienkeil Version 2.0 oder 3.0 und einem Proof- bzw. Messprotokoll (= Zertifikat) vom Kunden mitzuliefern. Ansonsten bestehen keine Ersatzansprüche des Kunden wegen etwaiger Farbabweichungen.

6 Proof: Nach FOGRA-Standard. Mit FOGRA Medienkeil 2.0 oder 3.0 nach Standard, **PSO_LWLC_Standard_eci.icc** für Inhalt in der Regel Papiertyp 3 FOGRA 46L – nach Standard, **ISOcoated_v2_eci.icc** für Umschlag in der Regel Papiertyp 2 FOGRA 39L – nach Standard.
Weitere Informationen über Voreinstellungen des PDF-Formates unter www.pdf-club.de oder technische Hotline **08191/125-388**

**7 Daten-
archivierung**

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

8 Gewährleistung

Bei digital übermittelten Druckvorlagen für Farbanzeigen ist gleichzeitig ein Farb-Proof mit Fogra Medienkeil Version 2.0 oder 2.2 und einem Proof- bzw. Messprotokoll (= Zertifikat) vom Kunden mitzuliefern. Ansonsten bestehen keine Ersatzansprüche des Kunden wegen etwaiger Farbabweichungen.

9 Kontakt

Michaela Richter
Anzeigendisposition
Tel. 08191/125-324
Mail: michaela.richter@mi-verlag.de

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen, Beilagen, Digital- und Online-Werbemittel

§ 1 Geltung, Ausschließlichkeit

1. Für die Annahme und die Veröffentlichung aller Werbeaufträge sowie Folgeaufträge gelten ausschließlich die vorliegenden AGB sowie die zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses aktuelle Preisliste des Verlages, deren Regelungen einen wesentlichen Vertragsbestandteil bilden. Die Gültigkeit etwaiger AGB des Auftraggebers ist, soweit sie mit diesen AGB nicht übereinstimmen, ausgeschlossen.

2. Diese AGB gelten sinngemäß für Beilagenaufträge. Diese werden vom Verlag grundsätzlich erst nach Vorlage und Prüfung eines Modells angenommen.

§ 2 Angebot, Vertragschluss

1. Aufträge für Werbemittel können persönlich, telefonisch, schriftlich, per Telefax, per E-Mail oder per Internet aufgegeben werden. Der Verlag haftet nicht für Übermittlungsfehler.

2. Ein Vertrag kommt erst durch die schriftliche Auftragsbestätigung des Verlages zustande. Es gilt jeweils die im Zeitpunkt des Vertragsschlusses gültige Preisliste.

3. Der Verlag ist berechtigt, Aufträge, auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Gesamtabschlusses, nach pflichtgemäßem Ermessen abzulehnen. Dies ist insbesondere, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder vom deutschen Presse- oder Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde, deren Veröffentlichung für den Verlag wegen der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines redaktionellen Beitrags erwecken oder Fremdanzeigen enthalten. Der Verlag wird die Ablehnung unverzüglich nach Kenntnisleranglung der betreffenden Inhalte mitteilen.

§ 3 Preise, Zahlungsbedingungen, Preisreduzierung

1. Der Preis für die Veröffentlichung eines Werbemittels richtet sich nach der im Zeitpunkt der Auftragserteilung gültigen Preisliste. Für redaktionell gestaltete Werbemittel, Beilagen, Sonderveröffentlichungen und Kalikative, sowie Werbemittel, welche nach Anzeigenschluss verkauft werden, kann der Verlag von der Preisliste abweichende Preise festlegen. Preisänderungen für erteilte Aufträge sind gegenüber Unternehmern wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens einen Monat vor Veröffentlichung des Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preisrehöhung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Erhalt der Mitteilung über die Preisrehöhung ausgeübt werden.

2. Die in der Preisliste bestimmten Nachlässe werden nur dem Auftraggeber und nur für die innerhalb eines Jahres geschalteten Werbemittel gültig („Anzeigengarantie“). Wiederholungsabrufe gelten nur innerhalb eines Anzeigendarjahres. Die Frist beginnt mit der Schaltung des ersten Werbemittels, wenn nicht anders vereinbart.

3. Bei Erweiterung des Auftrages entsteht ein Anspruch auf rückwirkenden Rabatt, sofern der Grundauftrag rabattfähig war. Der Anspruch erfolgt, wenn er nicht spätestens einen Monat nach Ablauf des Anzeigendarjahres geltend gemacht wird. Erreicht ein Auftrag nicht das vorhergesehene Auftragsvolumen, so wird der zu viel gewährte Preisnachlass nachträglich in Rechnung gestellt.

4. Auftragsrechnungen sind innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, und Kalikative, sowie Werbemittel, welche nach Anzeigenschluss verkauft werden, nach dem vereinbarten Zahlungs- und Inkassokosten, die durch Zahlungsverzug entstehen, fällig der Auftraggeber. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung eines Auftrages bis zur Zahlung zurückstellen und Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Gesamtabschlusses das Erscheinen weiterer Werbemittel abweichend von einem vereinbarten Zahlungsvertrag von einer Vorauszahlung und vom Ausgleich offener Rechnungsabträge abhängig zu machen. Fehlerhafte Rechnungen können vom Verlag innerhalb von sechs Monaten nach Rechnungsstellung korrigiert werden.

5. Sämtliche Preise verstehen sich zuzüglich Mehrwertsteuer in gesetzlicher Höhe am Tag der Rechnungsstellung.

6. Bei Aufträgen aus dem Ausland, die nicht mehrwertsteuerpflichtig sind, erfolgt die Rechnungsstellung ohne Mehrwertsteuerberechnung. Der Verlag ist zur Nachberechnung der Mehrwertsteuer berechtigt, wenn die Finanzverwaltung die Steuerpflicht des Werbemittels bejaht.

7. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Werbemittel ein Anspruch auf Preisreduzierung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Schaltung beginnenden Anzeigendarjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder – falls eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittliche verkaufte (falls keine Verkaufszahlen vorhanden, die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein Preisreduzierung berechtigter Mangel, wenn eine zugesicherte Auflage um mindestens 20 v. H. unterschritten wird.

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

Gewährleistungsansprüche von Kaufleuten als Auftraggeber verjähren 12 Monate nach Veröffentlichung des Werbemittels.

§ 4 Vertragsabwicklung

1. Aufträge sind innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzuwickeln, beginnend mit der ersten Schaltung des Werbemittels.

2. Alle für die Werbemittel erforderlichen Inhalte, Informationen, Daten, Dateien und sonstigen Materialien („Vorlagen“) stellt der Auftraggeber dem Verlag vollständig, fehler- und virenfrei und den vertraglichen Vereinbarungen entsprechend rechtzeitig zur Verfügung. Werden Dateien digital (z. B. per CD-ROM oder E-Mail) an den Verlag übermittelt, sind sie nur mit geschlossenen Dateien zu übertragen, also mit solchen Dateien, die der Verlag inhaltlich nicht ändern kann. Der Verlag haftet nicht bei fehlerhafter Veröffentlichung von Werbemitteln, die mit offenen Dateien (z. B. unter Corel Draw, QuarkXPress, Freehand gespeicherte Dateien) übermittelt werden. Zusammengehörende Dateien sind vom Auftraggeber in einem gemeinsamen Verzeichnis (Ordner) zu senden bzw. zu speichern. Bei digital übermittelten Druckvorlagen für Farbanzeigen hat der Auftraggeber gleichzeitig ein Farb-Proof und ein Proof- bzw. Messprotokoll mitzuliefern. Ansonsten bestehen keine Ersatzansprüche des Auftraggebers wegen etwaiger Farbabweichungen. Der Auftraggeber haftet dafür, dass die übermittelten Dateien frei von Computerviren sind. Dateien mit Computerviren kann der Verlag löschen, ohne dass der Auftraggeber hieraus Ansprüche herleiten könnte. Der Verlag behält sich zudem Ersatzansprüche vor, wenn die Computerviren beim Verlag weiteren Schaden verursachen. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Vorlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet für die belegte Ausgabe übliche Qualität im Rahmen der durch die Vorlagen gegebenen Möglichkeiten. Vorlagen werden nur auf besondere Aufforderung an den Auftraggeber zurückgemittelt, andernfalls gehen sie in das Eigentum des Verlages über. Die Pflicht zur Aufbewahrung aller zugesandten Unterlagen endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.

3. Kosten für die Anfertigung bestellter Vorlagen, Filme oder Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen trägt der Auftraggeber.

4. Probeaufträge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit des zurückgesandten Abzugs. Wird der Abzug an den Verlag zurückgeschickt, so gilt die Genehmigung des Werbemittels als erteilt.

5. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Werbemittelbeleg. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, tritt an seine Stelle eine Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung des Werbemittels.

6. Die Aufmachung und Kennzeichnung redaktionell gestalteter Werbemittel ist rechtzeitig vor Erscheinen mit dem Verlag abzustimmen. Textzeilenangaben müssen sich schon durch ihr Grundrissform vom redaktionellen Teil unterscheiden. Der Verlag ist berechtigt, Werbemittel, die nicht als solche zu erkennen sind, deutlich als Werbung zu kennzeichnen.

7. Zuschriften auf Chiffren sind binnen bis vier Wochen nach Veröffentlichung der Anzeige aufzuheben und dem Auftraggeber auf normalem Postwege zugesandt (auch wenn es sich um Express- oder Einschreibsendungen handelt). Eine Gewähr für die Verwahrung und rechtzeitige

Weitergabe der Offerten übernimmt der Verlag jedoch nicht.

8. Die in der Preisliste ausgewiesenen Anzeigenschlüsse und Erscheinungstermine sind für den Verlag unwiderruflich. Dem Verlag steht es frei, diese kurzfristig dem Produktionsablauf entsprechend anzupassen.

9. Aufträge können nur rechtzeitig, spätestens zum Anzeigenschlusstermin, und schriftlich, per Telefax oder E-Mail gekündigt werden. Ist die Anzeige bereits in Druck gegeben, hat der Auftraggeber die Anzeige zu bezahlen. Ansonsten kann der Verlag die Erstattung der bis zur Kündigung angefallenen Kosten nach den gesetzlichen Vorschriften verlangen.

10. Der Auftraggeber ist für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit des Werbemittels verantwortlich. Er stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter wegen der Veröffentlichung des Werbemittels frei, einschließlich der angemessenen Kosten zur Rechtsverfolgung. Der Verlag ist nicht zur Prüfung verpflichtet, ob ein Werbemittel die Rechte Dritter beeinträchtigt. Wird der Verlag durch gerichtliche Entscheidung z. B. zum Abdruck einer Gegenstellung oder Berichtigung aufgrund des geschalteten Werbemittels verpflichtet, hat der Auftraggeber diese Veröffentlichung nach der gültigen Preisliste zu bezahlen.

11. Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen gegenüber den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Vermittlungsprovision errechnet sich aus dem Kundennetto, also nach Abzug von Rabatt, Boni und Mängeln/Anlagen. Die Vermittlungsprovision fällt nur bei Vermittlung von Aufträgen Dritter an. Sie wird nur an vom Verlag anerkannte Werbeagenturen vergütet unter der Voraussetzung, dass der Auftrag unmittelbar von der Werbeagentur erteilt wird, ihr die Beschaffung der fertigen und druckreifen Druckunterlagen obliegt und eine Gewerbeanmeldung als Werbeagentur vorliegt. Dem Verlag steht es frei, Aufträge von Werbeagenturen anzulehnen, wenn Zweifel an der berufsmäßigen Ausübung der Agentur Tätigkeit oder der Bonität der Werbeagentur bestehen. Aufträge durch Werbeagenturen werden in deren Namen und auf deren Rechnung erteilt. Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag daher im Zweifel mit der Werbeagentur zustande. Soll ein Werbungtreibender Auftraggeber werden, muss es gesondert unter namentlicher Nennung des Werbungtreibenden vereinbart werden. Der Verlag ist berechtigt, von der Werbeagentur einen Mandatsnachweis zu verlangen.

§ 5 Mängelgewährleistung

1. Für die Aufnahme von Werbemitteln in bestimmte Nummern oder Ausgaben oder an bestimmten Plätzen wird keine Gewähr geleistet.

2. Beachtet der Auftraggeber die Empfehlungen des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von Vorlagen nicht, so stehen ihm keine Ansprüche wegen fehlerhafter Veröffentlichung zu. Dies gilt auch, wenn sonstige Regelungen dieser AGB oder der Preisliste nicht beachtet.

3. Reklamationen müssen vom Auftraggeber bei offensichtlichen Mängeln spätestens innerhalb von zwei Wochen nach Eingang der Rechnung geltend gemacht werden. Nicht offensichtliche Mängel muss der Auftraggeber spätestens ein Jahr nach Veröffentlichung der entsprechenden Druckrisht reklamieren. Bei fehlerhafter Wiedergabe des Werbemittels – trotz rechtzeitiger Lieferung einwandfreier Vorlagen und rechtzeitiger Reklamation – kann der Auftraggeber eine einwöchige Ersatzschaltung (Nachlieferung) verlangen, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Der Anspruch auf Nachlieferung ist ausgeschlossen, wenn dies für den Verlag mit unverhältnismäßigen Kosten verbunden ist. Lässt der Verlag eine ihm gesetzte angemessene Frist verstreichen, verweigert er die Nachlieferung, ist die Nachlieferung dem Auftraggeber nicht zumutbar oder schlägt sie fehl, so hat der Auftraggeber das Recht, vom Vertrag zurückzutreten oder Zahlungsverminderung in dem Ausmaß geltend zu machen, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Bei unwesentlichen Mängeln ist der Rücktritt ausgeschlossen. Gewährleistungsansprüche von Kaufleuten verjähren 12 Monate nach Veröffentlichung des Werbemittels.

4. Sind Mängel bei den Vorlagen nicht sofort, sondern erst bei der Verarbeitung erkennbar, so hat der Auftraggeber dadurch entstehende Mehrkosten oder Verluste bei der Herstellung zu tragen. Sind Mängel bei den Vorlagen nicht offenkundig, so hat der Auftraggeber bei ungenügender Veröffentlichung keine Ansprüche. Das Gleiche gilt bei Fehlern in wiederholten Werbebeschaltungen, wenn der Auftraggeber nicht rechtzeitig vor Veröffentlichung der nachfolgenden Werbebeschaltung auf den Fehler hinweist.

5. Für vom Auftraggeber bereitgestelltes Material (Einhefter, Beilagen etc.) übernimmt der Verlag keine Gewähr für die Richtigkeit der als geliefert bezeichneten Mengen oder Qualitäten.

§ 6 Haftung

1. Schadensersatzansprüche des Auftraggebers gegen den Verlag sind unabhängig vom Rechtsgrund, insbesondere aufgrund Verzug, der Verletzung vertraglicher Pflichten, der Verletzung gewerblicher Schutzrechte Dritter und unerlaubter Handlung ausgeschlossen, es sei denn, der Verlag, sein Vertreter oder Erfüllungsgehilfen haben vorsätzlich oder grob fahrlässig gehandelt oder eine Vertragspflicht leicht fahrlässig verletzt, die für die Erreichung des Vertragszwecks wesentlich ist, oder die Schadensersatzansprüche resultieren aus einer Beschaffenheitsgarantie. Soweit der Verlag dem Grunde nach haftet, wird der Schadensersatzanspruch auf den vorhersehbaren Schaden begrenzt. Diese Haftungsgrenzung gilt nicht bei Vorsatz oder wenn das den Schaden auslösende Ereignis durch den Verlag, sein Vertreter oder Erfüllungsgehilfen grob fahrlässig verursacht wurde. Alle Schadensersatzansprüche gegen den Verlag verjähren in 12 Monaten nach dem Zeitpunkt, in dem der Auftraggeber von dem Anspruch begründenden Umständen Kenntnis erlangt hat oder hätte erlangen müssen. Dies gilt nicht für Ansprüche aus unerlaubter oder vorsätzlicher Handlung. Resultieren die Schadensersatzansprüche aus dem Produkthaftungsgesetz, findet vorstehende Haftungsgrenzung keine Anwendung. Gleiches gilt bei der Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit. Soweit die Haftung des Verlages ausgeschlossen ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung seiner Angestellten, Arbeitnehmer, Mitarbeiter, Vertreter und Erfüllungsgehilfen.

2. Der Verlag wird im Falle höherer Gewalt und bei vom Verlag unverschuldeten Arbeitskämpfabnahmen von der Verpflichtung zur Auftragserteilung frei; Schadensersatzansprüche bestehen deswegen nicht.

§ 7 Rechteinräumung

Der Auftraggeber garantiert, dass er alle zur Schaltung, Veröffentlichung und Verbreitung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt. Er räumt dem Verlag die für die zweckmäßige Nutzung des Werbemittels in den jeweiligen Werbeträgern erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte ein, insbesondere die jeweils erforderlichen Rechte zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Speicherung, Bearbeitung, zu öffentlichem Zuganglichmachen, Einstellen in einer Datenbank, Entnahme aus einer Datenbank und Bereithalten zum Abruf, und zwar zeitlich, räumlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen ilitig unbegrenzt eingeräumt und berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie in allen bekannten Formen von Werbeträgern.

§ 8 Speicherung von Auftragsdaten

Der Verlag speichert im Rahmen der Geschäftsbeziehungen die Auftragsdaten mithilfe der elektronischen Datenverarbeitung nach den gesetzlichen Bestimmungen des Bundesdatenschutzgesetzes. Der Verlag ist berechtigt, Büroverweusätze und vergleichbar relevante Daten des Auftraggebers auf Produktebene zur Veröffentlichung an Unternehmen weiterzuleiten, die sich mit der Erhebung und Auswertung solcher Informationen beschäftigen. Diese Daten werden dort aggregiert und in anonymisierter Form in den Markt kommuniziert.

§ 9 Erfüllungsort, Gerichtsstand

Es gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechts und unter Ausschluss von Kollisionsrecht. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Gerichtsstand für Klagen gegen Kaufleute, juristische Personen des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliche Sondervermögen ist der Sitz des Verlages.

Stand: Juli 2011

Ausgaben 2012	Themenfokus Technik & Produktion	Messe- und Kongresstermine
1-2/2012 AS: 30.01.2012 ET: 22.02.2012	<ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung & Engineering • IT in der Automobilindustrie • Automobilsalon Genf 	CeBIT, Hannover, 06.–10.03. Automobilsalon Genf, 08.–18.03.
3/2012 AS: 27.02.2012 ET: 21.03.2012	<ul style="list-style-type: none"> • Innenraum • Oberflächentechnik 	
4/2012 AS: 26.03.2012 ET: 18.04.2012	<ul style="list-style-type: none"> • Fabrikausrüstung • Karosserie/Verbindungstechnik 	Hannover Messe, 23.–27.04. Auto China, Peking, 25.04.–02.05. Wiener Motorensymposium, Wien, 26.–27.04.
Sonderheft April	Automotive Guide E-Components (nähere Infos dazu auf Seite 10)	
5/2012 AS: 30.04.2012 ET: 24.05.2012	<ul style="list-style-type: none"> • Fahrwerk • Qualitätsmanagement • Roboter und AUTOMATICA/Anlagenbau 	AUTOMATICA, München, 22.–25.05. AUTOMOBIL FORUM Stuttgart, 22.–23.05. AMI, Leipzig, 02.–10.06. Automotive Testing Expo, Stuttgart, 12.–14.06.
6/2012 AS: 04.06.2012 ET: 27.06.2012	<ul style="list-style-type: none"> • Powertrain • Aktive und passive Sicherheit 	

7–8/2012 AS: 02.07.2012 ET: 25.07.2012	<ul style="list-style-type: none"> • Elektrik / Elektronik • Innenraum 	
Sonderheft Juli	Top 100 Automotive Suppliers Global Ranking 2012/2013 (nähere Infos auf Seite 10)	
9/2012 AS: 10.08.2012 ET: 04.09.2012	<ul style="list-style-type: none"> • Powertrain • IT in der Automobilindustrie 	AMB, Stuttgart, 18.–22.09. Mondial de l`Automobile, Paris, 29.09.–14.10.
10/2012 AS: 13.09.2012 ET: 08.10.2012	<ul style="list-style-type: none"> • Oberflächentechnik • Karosserie/Verbindungstechnik • IZB – Internationale Zulieferbörse 	Aachener Kolloquium, 08.–10.10. ALUMINIUM/COMPOSITES EUROPE, Düsseldorf, 09.–11.10. Motek, Stuttgart, 10.–13.10. IZB, Wolfsburg, 10.–12.10. Fakuma, Friedrichshafen, 16.-20.10. AUTOMOBIL FORUM Graz, 18.–19.10. EuroBLECH, Hannover, 23.-27.10. eCarTec/MATERIALICA, München, 23.–25.10.
Sonderheft Oktober	Global Automotive Business (nähere Infos dazu auf Seite 10)	
11/2012 AS: 30.10.2012 ET: 22.11.2012	<ul style="list-style-type: none"> • Aktive und passive Sicherheit • Entwicklung & Engineering 	SPS/IPC/DRIVES, Nürnberg, 27.–29.11. Essen Motor Show, 01.–09.12.
12/2012 AS: 23.11.2012 ET: 18.12.2012	<ul style="list-style-type: none"> • Innenraum • Fahrwerk 	
Sonderheft Dezember	Die neue Mercedes S-Klasse (nähere Infos dazu auf Seite 10)	

verlag moderne industrie GmbH, Justus-von-Liebig-Str. 1, 86899 Landsberg, Telefon (0 81 91) 125-0, Telefax (0 81 91) 125-279



Automotive Guide E-Components

Für die Etablierung der Elektromobilität weltweit ist die Entwicklung oder Optimierung von Fahrzeugkomponenten erforderlich, sowie die Verwendung und Verarbeitung neuer Materialien.

AUTOMOBIL PRODUKTION stellt in dieser Sonderausgabe neue Komponenten und Materialien, sowie neue Produktionsprozesse vor, die hinsichtlich der Entwicklung und Durchsetzung von elektrifizierten Fahrzeugen von hoher Bedeutung sind. Die in diesem Technologiebereich tätigen Unternehmen erhalten auch die Möglichkeit, ihr weiteres Know-how umfassend darzustellen.

Erscheinungstermin: 18. April 2012

Anzeigenschluss: 26. März 2012



Global Automotive Business

Exklusiv erstellt AUTOMOBIL PRODUKTION eine einmalige Datensammlung über die Top20 der global aktiven Automobilhersteller. Das unverzichtbare Kompendium beinhaltet prägnante Analysen der OEM-Strategien – einschließlich zukünftiger geplanter Produktionszahlen und Plattform-Strategien. Zusätzlich werden alle Produktionsstandorte und Komponentenfertigungen der OEMs weltweit – unterteilt in Europa, Nordamerika und Asien – plakatig dargestellt. Weitere wichtige Aufstellungen zur den weltweit wichtigsten Automobilverbänden runden das einzigartige Nachschlagewerk für die Entscheider in der Automobilindustrie ab.

Erscheinungstermin: 08. Oktober 2012

Anzeigenschluss: 13. September 2012



Top 100 Automotive Suppliers Global Ranking 2012/2013

Exklusiv erstellt AUTOMOBIL PRODUKTION in aufwändiger Recherche jährlich ein Ranking der Top 100 Automobilzulieferer weltweit – anhand der Automotive-Umsätze der Unternehmen. Jedes Unternehmensprofil beinhaltet die aktuellen Mitglieder des Vorstandes, sowie alle relevanten Informationen für Lieferanten. Diese umfangreiche und einzigartige Daten- und Faktensammlung ist ein etabliertes Standardwerk in der Automobilbranche und bildet die Verschiebungen im Bereich der Zulieferer fundiert ab.

Erscheinungstermin: 25. Juli 2012

Anzeigenschluss: 02. Juli 2012



Die neue Mercedes S-Klasse

„Die Vorstellung der neuen S-Klasse ist wie ein Jahrhundert-Ereignis – nur häufiger“ sagte Daimler-Chef Dieter Zetsche bei der Vorstellung der S-Klasse im Jahr 2005. AUTOMOBIL PRODUKTION erstellt in enger Zusammenarbeit mit Mercedes eine Sonderausgabe zur neuen S-Klasse (W 222) mit Hintergrundwissen zu Projektierung, Entwicklung, Design, Einkauf, Fertigung und Lieferanten.

Erscheinungstermin: 18. Dezember 2012

Anzeigenschluss: 23. November 2012

Redaktionelle Änderungen vorbehalten

AUTOMOBIL PRODUKTION China

Wir schaffen Kontakte


Präsentieren Sie Ihr Unternehmen 20.000 potenziellen chinesischen Partnern in den China-Ausgaben von AUTOMOBIL PRODUKTION!

Exklusive Nachrichten über OEM-Strategien, Trends im Zulieferermarkt, Beschaffungsmethoden sowie Technologieentwicklungen stehen in bewährter und gewohnter Qualität auch in der chinesischen Ausgabe von AUTOMOBIL PRODUKTION im Fokus. Es werden Berichterstattungen aus Deutschland, Europa und den wichtigsten Automobilmärkten weltweit mit lokalen Marktinformationen und Entwicklungen kombiniert und für den chinesischen Leser aufbereitet.

Die aktuellen Termine und Themen zu den China-Ausgaben von AUTOMOBIL PRODUKTION finden Sie laufend aktualisiert im Internet unter www.automobil-produktion.de/china.



verlag moderne industrie GmbH, Justus-von-Liebig-Str. 1, 86899 Landsberg, Telefon (0 81 91) 125-0, Telefax (0 81 91) 125-279

1 Auflagenkontrolle:			
2 Auflagenanalyse:	Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt (1. Juli 2010 – 30. Juni 2011)		
Druckauflage:	16.156		
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):	15.845	davon Ausland:	704
Verkaufte Auflage:	2.615	davon Ausland:	438
Abbonierte Exemplare:	2.444	davon Mitglieder:	185
Sonstiger Verkauf:	148		
Einzelverkauf:	23		
Freistücke:	13.230		
Rest-, Beleg- und Archivexemplare:	311		

Die detaillierte Beschreibung der Erhebungsmethode finden Sie auf Seite 13

3 Geografische Verbreitungsanalyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	93,7	14.840
Ausland	4,4	704
Sonstige*	1,9	301
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	15.845

3.1. Verbreitung nach Nielsen-Gebieten:

Verbreitung nach Nielsen-Gebieten:	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Nielsen-Gebiet 1 Hamburg, Bremen, Schleswig-Holstein, Niedersachsen	10,7	1.588
Nielsen-Gebiet 2 Nordrhein-Westfalen	21,6	3.205
Nielsen-Gebiet 3a Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland	13,3	1.974
Nielsen-Gebiet 3b Baden-Württemberg	25,5	3.784
Nielsen-Gebiet 4 Bayern	19,1	2.835
Nielsen-Gebiete 5-7 Berlin und neue Bundesländer	9,8	1.454
Tatsächlich verbreitete Auflage Inland (tvA)	100,0	14.840

* Nicht analysierte Auflage wie z.B. Messe- und Kongressexemplare etc.

Verbreitungs- und Empfänger-Struktur-Analyse (AMF-Schema 2 und 3-E) Total-Erhebung durch Dateiauswertung nach IVW-Richtlinien

Beschreibung der Erhebungsmethode zur Verbreitungs- und Empfänger-Struktur-Analyse (AMF-Schema 2, Ziffer 3 und AMF-Schema 3-E, Ziffer 1.1 bis 2.1)

1. Untersuchungsmethode:

Empfänger-Struktur-Analyse durch Dateiauswertung – Total-Erhebung

2. Beschreibung der Empfängerschaft zum Zeitpunkt der Datenerhebung:

2.1 Beschaffenheit der Datei

In der Empfängerdatei sind die Anschriften aller Empfänger erfasst. Aufgrund der vorhandenen postalischen Angaben kann die Datei nach Postleitzahlen bzw. Inlands- und Auslandsempfängern sortiert werden. Ergänzend sind in der Datei erfasst: Branchenzugehörigkeit, Betriebsgrößenklassen und Tätigkeitsmerkmale.

2.2 Gesamtzahl der Empfänger in der Datei:

50.099

2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger:

47.184

(Wechsel nach jeder vierten Ausgabe)

2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

– Verkaufte Auflage	2.615
davon: abonnierte Exemplare	2.444
Einzelverkauf	23
sonstiger Verkauf	148
– Freistücke	13.230
davon: ständige Freistücke	323
wechselnde Freistücke	12.596
Werbeexemplare	311
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	15.845

→ davon Inland 15.141

→ davon Ausland 704

3. Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA) 15.845 = 100,00 %

Davon in der Untersuchung nicht erfasst:

→ Werbeexemplare 311 = 1,96 %

Die Untersuchung repräsentiert

von der Grundgesamtheit (tvA) 15.534 = 98,04 %

3.2 Tag der Datei-Auswertung:

01.08.2011

3.3 Beschreibung der Datenbasis:

Für die Zuordnung der Empfänger zu den Merkmalen Branchen, Betriebsgröße und Tätigkeitsmerkmale wurden die bei der Vertriebsunion Meynen in Eltville gespeicherten Daten verwendet.

3.4 Zielperson der Untersuchung:

Die in der Datei erfassten persönlichen Empfänger in Institutionen.

3.5 Definition des Lesers:

entfällt

3.6 Zeitraum der Untersuchung:

(1. Juli 2010 – 30. Juni 2011)

3.7 Durchführung der Untersuchung:

Verlag

Diese Untersuchung entspricht in der Anlage, Durchführung und Berichterstattung dem ZAW-Rahmenschema für Werbeträger-Analysen in der aktuellen Fassung.

verlag moderne industrie GmbH, Justus-von-Liebig-Str. 1, 86899 Landsberg, Telefon (0 81 91) 125-0, Telefax (0 81 91) 125-279

1.1 Branchen / Wirtschaftszweige

WZ 2008 Code	Empfängergruppen (lt. Klassifikation der Wirtschaftszweige 2008)	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
		%	Empfänger
29	Automobilhersteller	34,7	5.498
	Automobil-Zulieferindustrie	52,8	8.366
20, 21, 22	Herstellung von Gummi- und Kunststoffwaren, chemische Erzeugnisse	10,6	1.679
24	Metallerzeugung und -bearbeitung	3,8	602
25	Herstellung von Metallerzeugnissen	6,4	1.014
27.1	Herstellung von Geräten der Elektrizitätserzeugung	7,0	1.109
26.3	Telekommunikationstechnik	4,1	650
26.51, 26.6, 26.7, 32.5	Mess-, Kontroll-, Navigationstechnik, Optik	6,5	1.030
28	Maschinenbau	14,4	2.282
71.12	Engineeringdienstleister	6,5	1.030
	Weitere Branchen (KFZ-Handel, IT- und Finanz-Dienstleistungen, Unternehmensberatung)	4,1	650
	Sonstige*	1,9	301
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)		100,0	15.845

* Nicht analysierte Auflage wie z.B. Messe- und Kongressexemplare etc.

Die detaillierte Beschreibung der Erhebungsmethode finden Sie auf Seite 13

1.2 Größe der Wirtschaftseinheit

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Empfänger
1 – 49 Beschäftigte	15,8	2.504
50 – 99 Beschäftigte	10,8	1.711
100 – 199 Beschäftigte	13,8	2.187
200 – 499 Beschäftigte	19,8	3.137
500 – 999 Beschäftigte	11,6	1.838
1.000 und mehr Beschäftigte	24,2	3.834
Mitarbeiterzahl nicht bekannt	2,1	333
Sonstige*	1,9	301
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	15.845

* Nicht analysierte Auflage wie z.B. Messe- und Kongressexemplare etc.

2.1 Tätigkeitsmerkmal: Aufgabenbereich

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Empfänger
Unternehmensleitung	45,7	7.241
Forschung, Entwicklung und Konstruktion	19,8	3.137
Produktion, Produktionsvorbereitung	12,7	2.012
Einkauf, technischer Einkauf	11,1	1.759
Qualität	4,6	729
Weitere Funktionen (z. B. Planung, Projektmanagement)	2,1	333
IT/Software	2,1	333
Sonstige*	1,9	301
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	15.845

* Nicht analysierte Auflage wie z.B. Messe- und Kongressexemplare etc.

2.1 Tätigkeitsmerkmal: Position im Betrieb

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Empfänger
Geschäftsführung/Vorstand/Aufsichtsrat	39,4	6.243
Niederlassung-, Werks- und Betriebsleitung	8,7	1.379
Abteilungs- und Bereichsleitung	34,7	5.498
Projektleitung	4,6	729
Fachkraft	8,9	1.410
ohne Personalisierung	1,8	285
Sonstige*	1,9	301
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	15.845

* Nicht analysierte Auflage wie z.B. Messe- und Kongressexemplare etc.

Die detaillierte Beschreibung der Erhebungsmethode finden Sie auf Seite 13



verlag moderne industrie GmbH, Justus-von-Liebig-Str. 1, 86899 Landsberg, Telefon (0 81 91) 125-0, Telefax (0 81 91) 125-279

- 1. Web-Adresse:** www.automobil-produktion.de
- 2. Kurzcharakteristik:** Das Onlineportal www.automobil-produktion.de bietet der Automobil- und Zulieferindustrie aktuelle und weiterführende Informationen zu Unternehmen, Personen, Märkten, Produkten und Technologien. Ausgewählte Branchen-News sind tagesaktuell recherchiert und mit Hintergrundinformationen aufbereitet. Begleitende Angebote wie Termin- und Messekalender, Volltext-Themensuche und Statistiken runden das Angebot sinnvoll ab.
- 3. Zielgruppe:** Entscheider in der Automobil- und Zulieferindustrie in den Funktionen Geschäftsführung, Einkauf, Konstruktion, Produktion, Entwicklung, Vertrieb und Marketing.
- 4. Verlag:** verlag moderne industrie GmbH
Ansprechpartner
Redaktion: Bettina Mayer, Chefredakteurin
Tel: +49 8191 125-688,
bettina.mayer@automobil-produktion.de
Guido Kruschke, Content Manager Online
Tel: +49 8191 125-780,
guido.kruschke@automobil-produktion.de

Ansprechpartner
Online-Werbung: Isabelle Waiblinger
Tel: +49 8191 125-474,
isabelle.waiblinger@automobil-produktion.de
Andreas Stegmann
Tel: +49 8191 125-458,
andreas.stegmann@automobil-produktion.de

The screenshot shows the homepage of the website. At the top, there is a navigation bar with categories: WIRTSCHAFT, TECHNIK, PRODUKTION, INTERNATIONAL, and NETZWERK. Below this is a search bar and a list of news items. The main headline is 'BMW fährt erfolgreichstes Halbjahr seiner Geschichte'. Other news items include 'Skoda steigert Umsatz und Ergebnis', 'Mazda CX-5 feiert Weltpremiere', 'BMW erwägt Ausbau des US-Werks', and 'Aktie im Fokus: BMW an Dax-Spitze'. There is also a section for 'Aktuelle Topereignisse' and a 'Newsletter' subscription form.

verlag moderne industrie GmbH, Justus-von-Liebig-Str. 1, 86899 Landsberg, Telefon (0 81 91) 125-0, Telefax (0 81 91) 125-279

1 Preise und Werbeformen:

Werbeform	Format in Pixel	Position	Datenvolumen	Preis in € pro Woche
Fullsizebanner	468 x 60	Top links o. rechts; im Meldungsteil	max. 50 KB	695,-
Halfsizebanner	300 x 60	Navigation rechts	max. 50 KB	420,-
Skyscraper	max. 160 x 600	rechts außen	max. 50 KB	1.160,-
Content Ad	300 x 250	Meldungsteil; Navigation rechts	max. 50 KB	990,-
Leaderboard/Superbanner	728 x 90	Top	max. 50 KB	1.470,-
Wallpaper	Skyscraper + Leaderboard	Top + rechts außen	max. 50 KB	2.950,-

Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt.

2 Rabatte auf Anfrage

3 Rubriken Startseite
Homepage
Wirtschaft
Technik
Produktion
International
Netzwerk (Menschen, Studien, Veranstaltungen)

4 Sonderthemen Modell- und Messespecials auf Anfrage

5 Zahlungsbedingungen: netto innerhalb 30 Tagen nach Rechnungsdatum
bei Vorauszahlung 2% Skonto
bei Bankeinzug 3% Skonto

Bankverbindung: Sparkasse Landsberg
BLZ 700 520 60
Konto 37754

Postbank München
BLZ 700 100 80
Kto. 786 13801

verlag moderne industrie GmbH, Justus-von-Liebig-Str. 1, 86899 Landsberg, Telefon (0 81 91) 125-0, Telefax (0 81 91) 125-279

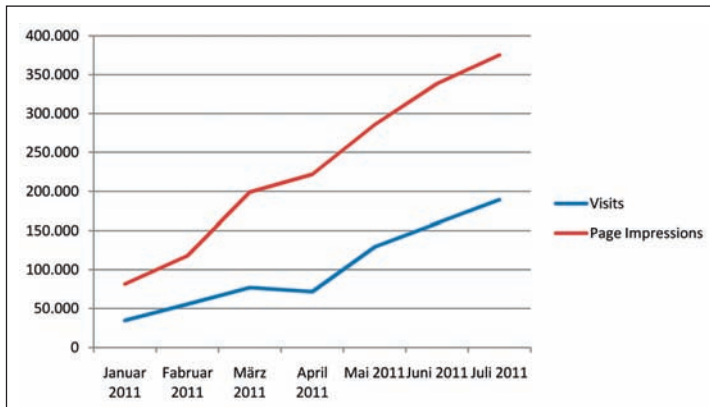
1 Zugriffskontrolle:

–

2 Nutzungsdaten:

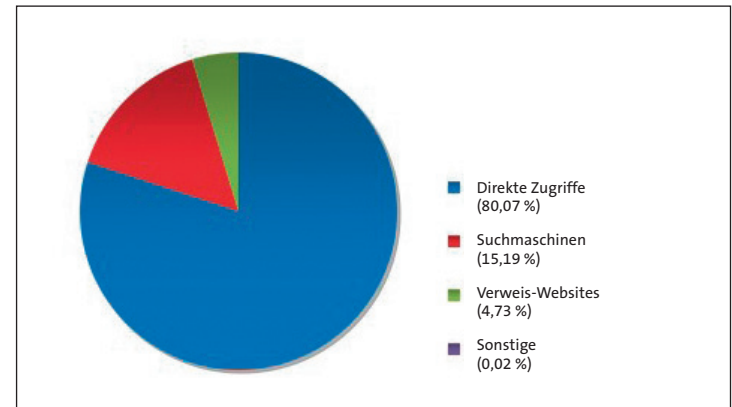
Visits: 186.476
Page Impressions: 377.994
(Monatsdurchschnitt 06-08/2011)
Quelle: Google Analytics

Entwicklung der Seitenzugriffe (Januar – Juli 2011)



Quelle: Google Analytics

Visits:



verlag moderne industrie GmbH, Justus-von-Liebig-Str. 1, 86899 Landsberg, Telefon (0 81 91) 125-0, Telefax (0 81 91) 125-279

1 Dateiformate: (animiertes) GIF-Format, JPG, Flash-, HTML-, DHTML-Banner, Bilddateien bzw. Grafikdateien (auch Banner) immer als RGB (Farbschema). Maximale Dateigröße 50 KB
Die angegebene Dateigröße ist eine Maximalgröße und versteht sich als die Gesamtsumme aller Daten, die das Werbemittel definieren (inkl. nachzuladende Dateien, Sniffer Code, Bilder, Flash, etc.).

2 Lieferadresse: Bitte senden Sie die Werbemittel für Ihre Kampagne an folgende E-Mail-Adresse: michaela.richter@mi-verlag.de

3 Lieferfrist: 3 Werktage vor Kampagnenbeginn
Mit diesen Vorlaufzeiten haben wir ausreichend Zeit, die Formate zu testen und eine sichere Auslieferung der Kampagne zu gewährleisten.
Verzögerungen durch verspätete Anlieferungen gehen ansonsten nicht zu unseren Lasten. Bei der Anlieferung benötigen wir folgende Informationen:
– Kundenname
– Kampagnenname
– Buchungszeitraum
– Belegte Site
– Werbeformat
– Ansprechpartner für Rückfragen
– Klick-URL
Bei Flash-Versionen:
– Angabe der Flashversion
– Information über Actionscripte
– GIF oder JPG als Fallback im Format der gebuchten Werbeform
– Sniffer Code (falls vorhanden)
Reporting: Sie erhalten auf Wunsch eine Auswertung der Ad-Impressions und Ad-Clicks.

4 Ansprechpartner: Isabelle Waiblinger
Tel: +49 8191 125-474,
isabelle.waiblinger@automobil-produktion.de
Andreas Stegmann
Tel: +49 8191 125-458,
andreas.stegmann@automobil-produktion.de



The screenshot shows the website layout with several yellow callouts indicating ad placement opportunities:

- Fullsizebanner (Top links)** and **Fullsizebanner (Top rechts)** at the top navigation bar.
- Skyscraper (rechts außen)** on the right side of the page.
- Fullsizebanner (Meldungsteil)** above the main content area.
- Content Ad (Navigation rechts)** on the right side of the main content area.

The website content includes the main header "AUTOMOBIL PRODUKTION", a navigation menu with categories like "WIRTSCHAFT", "TECHNIK", "PRODUKTION", "INTERNATIONAL", and "NETZWERK", and a main article titled "General Motors erwägt erneut Verkauf von Opel".

verlag moderne industrie GmbH, Justus-von-Liebig-Str. 1, 86899 Landsberg, Telefon (0 81 91) 125-0, Telefax (0 81 91) 125-279

- 1 Name:** Newsletter AUTOMOBIL PRODUKTION
 - 2 Kurzcharakteristik:** Das Newsletter von AUTOMOBIL PRODUKTION berichtet tagesaktuell über alles Wichtige und Wissenswerte der Automobil- und Zulieferindustrie und liefert weiterführende Informationen zu Unternehmen, Personen, Märkten, Produkten und Technologien. Branchen-News werden mit Hintergrundinformationen aufbereitet.
 - 3 Zielgruppe:** Entscheider in der Automobil- und Zulieferindustrie in den Funktionen Geschäftsführung, Einkauf, Konstruktion, Produktion, Entwicklung, Vertrieb und Marketing.
 - 4 Erscheinungsweise:** täglich (5x pro Woche)
 - 5 Verlag:** verlag moderne industrie GmbH
- Ansprechpartner**
- Redaktion:** Bettina Mayer, Chefredakteurin
Tel: +49 8191 125-688,
bettina.mayer@automobil-produktion.de
- Guido Kruschke, Content Manager Online
Tel: +49 8191 125-780,
guido.kruschke@automobil-produktion.de
- Online-Werbung:** Isabelle Waiblinger
Tel: +49 8191 125-474,
isabelle.waiblinger@automobil-produktion.de
- Andreas Stegmann
Tel: +49 8191 125-458,
andreas.stegmann@automobil-produktion.de



AUTOMOBIL PRODUKTION

WIRTSCHAFT TECHNIK PRODUKTION INTERNATIONAL NETZWERK

vom 16.08.2011 - gesendet um 13:23 Uhr

+++ AUTOMOBIL PRODUKTION Newsletter +++

Anzeige

AutoTurkey 11
ISTANBUL, TURKEY - 25 - 27 OCTOBER 2011

Make key contacts in the automotive industry

Anzeige

Volkswagen legt im Juli erneut zu
Von der erwarteten Abkühlung der Autokonjunktur ist bei Europas größtem Hersteller Volkswagen noch nichts zu spüren.
→ Lesen Sie den Beitrag auf AUTOMOBIL PRODUKTION

Anzeige

Aktie im Fokus: DZ Bank senkt Ziele für Autobauer und Zulieferer
Die DZ-Bank hat am Dienstag die Kursziele wegen des deutlich eingetrübten wirtschaftlichen Umfelds gesenkt.
→ Lesen Sie den Beitrag auf AUTOMOBIL PRODUKTION

Anzeige

Der europäische Automarkt schrumpft
Die Autoverkäufe in Europa sind im Juli zurückgegangen. Dabei rettete das zehnpromtente Wachstum des deutschen Markts den Gesamtmarkt vor einem größeren Absturz.
→ Lesen Sie den Beitrag auf AUTOMOBIL PRODUKTION

Anzeige

AUTOMOBIL PRODUKTION
2011/2012

TOP 100

twitter @apronline

1 Werbeformen und Preise:

Werbeform	Format in Pixel	Position	Datenvolumen	Preis in € pro Woche
Superbanner	728 x 90	Top	max. 50 KB	760,-
Fullsizebanner	468 x 60	in den Meldungen	max. 50 KB	610,-
Text-Ad	350 Zeichen	in den Meldungen	max. 50 KB	610,-
Content Ad	300 x 250	Meldungsteil; Navigation rechts	max. 50 KB	760,-

Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt.

2 Rabatte auf Anfrage

3 Zahlungsbedingungen: netto innerhalb 30 Tagen nach Rechnungsdatum
bei Vorauszahlung 2% Skonto
bei Bankeinzug 3% Skonto

Bankverbindung: Sparkasse Landsberg
BLZ 700 520 60
Konto 37754
Postbank München
BLZ 700 100 80
Kto. 786 13801

1 Empfänger: Entscheider in der Automobil- und Zulieferindustrie in den Funktionen Geschäftsführung, Einkauf, Konstruktion, Produktion, Entwicklung, Vertrieb und Marketing.

2 Verbreitung: 30.500 Abonnenten (Stand 1.9.2011)



1 Dateiformate:

(animiertes) GIF-Format, JPG, Flash-, HTML-, DHTML-Banner, Bilddateien bzw. Grafikdateien (auch Banner) immer als RGB (Farbschema).

Maximale Dateigröße 50 KB

Die angegebene Dateigröße ist eine Maximalgröße und versteht sich als die Gesamtsumme aller Daten, die das Werbemittel definieren (inkl. nachzuladende Dateien, Sniffer Code, Bilder, Flash, etc.). Keine Flashformate möglich.

2 Format des Newsletters:

HTML

3 Lieferadresse:

Bitte senden Sie die Werbemittel für Ihre Kampagne an folgende E-Mail-Adresse: michaela.richter@mi-verlag.de

4 Lieferfrist:

3 Werktage vor Kampagnenbeginn

Mit diesen Vorlaufzeiten haben wir ausreichend Zeit, die Formate zu testen und eine sichere Auslieferung der Kampagne zu gewährleisten.

Verzögerungen durch verspätete Anlieferungen gehen ansonsten nicht zu unseren Lasten. Bei der Anlieferung benötigen wir folgende Informationen:

- Kundenname
- Kampagnenname
- Buchungszeitraum
- Belegte Site
- Werbeformat
- Ansprechpartner für Rückfragen
- Klick-URL

Bei Flash-Versionen:

- Angabe der Flashversion
- Information über Actionscripte
- GIF oder JPG als Fallback im Format der gebuchten

Werbeform

- Sniffer Code (falls vorhanden)

Reporting: Sie erhalten auf Wunsch eine Auswertung der Ad-Impressions und Ad-Clicks.

5 Ansprechpartner:

Isabelle Waiblinger

Tel: +49 8191 125-474,

isabelle.waiblinger@automobil-produktion.de

Andreas Stegmann

Tel: +49 8191 125-458,

andreas.stegmann@automobil-produktion.de



>> 23. AUTOMOBIL FORUM Stuttgart, 22. und 23. Mai 2012

AUTOMOBIL PRODUKTION veranstaltet seit mehr als 20 Jahren das Branchentreffen der Automobilindustrie in Deutschland – das AUTOMOBIL FORUM Stuttgart. Damit ist dieser Kongress die am längsten bestehende Veranstaltung der Branche. Mit mehr als 350 hochkarätigen Teilnehmern zählt das AUTOMOBIL FORUM Stuttgart zu den Pflichtveranstaltungen der Automotive-Branche und hat im dichtgedrängten Terminkalender der Top-Entscheider seit Jahren seinen festen Platz.



>> 14. AUTOMOBIL FORUM Graz, 18. und 19. Oktober 2012

Das AUTOMOBIL FORUM in Graz zählt ebenfalls zu den traditionellen Branchentreffen in Österreich. Unter Beteiligung des Grazer Automobilclusters ACStyria treffen sich in der schönen Stadt an der Mur traditionell die wichtigsten Zulieferer und OEMs aus Deutschland und Österreich und stellen ihre Weichen für neue Geschäfte und Kooperationen. Der stilvolle Rahmen der österreichischen Stadt Graz verbunden mit dem eingeführten Kongress garantiert fruchtbare Gespräche rund um die Automobilbranche und über Landesgrenzen hinweg.

>> Weitere Veranstaltungstermine von AUTOMOBIL PRODUKTION in 2012:

Fachtagung Einkauf, München
Fachtagung Qualität, München
Fachtagung Innenraum, München
Fachtagung Digitale Fabrik 6 Produktion
Kongress Automotive Lean Production

01.–02. März 2012
28.–29. Juni 2012
22.–23. November 2012
November 2012
November 2012



Michael Klotz
Anzeigenleitung
Tel.: 0 81 91/125-167
michael.klotz@automobil-produktion.de



Isabelle Waiblinger
Projektmanagement
Tel.: 0 81 91/125-474
isabelle.waiblinger@automobil-produktion.de



Andreas Stegmann
Mediaberatung
Tel.: 0 81 91/125-458
andreas.stegmann@automobil-produktion.de



Bettina Mayer
Chefredakteurin
Tel.: 0 81 91/125-688
bettina.mayer@automobil-produktion.de



Wolfgang Gomoll
Redaktion Wirtschaft
Tel.: 0 81 91/125-678
wolfgang.gomoll@automobil-produktion.de



Andreas Gottwald
Redaktion International
Tel.: 0 81 91/125-534
andreas.gottwald@automobil-produktion.de



Götz Fuchslocher
Redaktion Technik
Tel.: 0 81 91/125-828
goetz.fuchslocher@automobil-produktion.de



Guido Kruschke
Content Manager Online
Tel.: 0 81 91/125-780
guido.kruschke@automobil-produktion.de



Roswitha Maier
Assistenz
Tel.: 0 81 91/125-540
roswitha.maier@mi-verlag.de



Ilona Oatman
Assistenz
Tel.: 0 81 91/125-675
ilona.oatman@mi-verlag.de



Michaela Richter
Anzeigendisposition
Tel.: 0 81 91/125-324
michaela.richter@mi-verlag.de