

MEDIA DATEN 2020



PRINT + ONLINE

Titelporträt	2
Preise	3
Formate und technische Angaben	4/5
Auflagen- und Empfänger-Analyse	6
Allgemeine Geschäftsbedingungen	7
Adressvermietung	8
Hüthig Elektronik-Medien-Gruppe	9
Termin- und Themenplan	11
Kontakt	12



erfolgsmedien für experten

Mediengruppe SV Süddeutscher Verlag



Hüthig GmbH, Im Weiher 10, D-69121 Heidelberg, Telefon +49 (0) 6221 489-363, Telefax +49 (0) 6221 489-482, Internet: www.emobilitytec.de

1 Titel:	emobilitytec	
2 Kurzcharakteristik:	emobilitytec ist das technische und technologische Fachmedium für Hybridfahrzeuge und Elektromobilität. Die Fachzeitschrift schlägt die Brücke zwischen den Disziplinen und stellt neue Technologien und Anwendungen in allen relevanten Bereichen vor. Im Fokus liegen Konzepte und Lösungen für die elektrische Antriebstechnik, Energiespeicher, Fahrzeugelektronik und Leichtbau. Dazu kommen alle anderen relevanten Kfz-Komponenten sowie die Infrastruktur und das politisch/wirtschaftliche Umfeld.	
3 Zielgruppe:	Alle an der Entwicklung von elektrisch angetriebenen Fahrzeugen, insbesondere Pkw, beteiligten Konstrukteure und Ingenieure bei den OEM, Tier-1 und Tier-2.	
4 Erscheinungsweise:	4 × pro Jahr siehe Termin- und Themenplan auf S. 11	
5 Heftformat:	DIN A4	
6 Jahrgang/Jahr:	9. Jahrgang 2020	
7 Bezugsbedingungen und -preise (inkl. ges. MwSt.):	Inland € 63,13 zzgl. € 6,42 Versand = € 69,55 Ausland € 63,13 zzgl. € 12,84 Versand = € 75,97 Einzelverkaufspreis € 20,00 inkl. MwSt. & zzgl. Versand	
8 Organ:	–	
9 Mitgliedschaften:	Deutsche Fachpresse, IVW	
10 Verlag:	Hüthig GmbH Geschäftsführung: Moritz Warth Hausanschrift: Im Weiher 10, D-69121 Heidelberg Telefon: +49 (0) 6221 489-363 Telefax: +49 (0) 6221 489-482 Internet: www.emobilitytec.de	
11 Herausgeber:	Hüthig GmbH	
12 Anzeigen:	Frank Henning, Anzeigenleiter	
13 Redaktion:	Dipl.-Ing. Alfred Vollmer, Chefredakteur	
14 Umfangsanalyse	2018 = 4 Ausgaben	
	Gesamtumfang:	256 Seiten = 100,0 %
	Redaktioneller Teil:	208 Seiten = 81,3 %
	Anzeigenteil:	41 Seiten = 19,7 %
15 Inhaltsanalyse des redaktionellen Teils nach Themenbereichen:		
	Energiespeicher	14 Seiten = 6,7 %
	Antriebe	26 Seiten = 12,5 %
	Bauelemente	33 Seiten = 15,9 %
	Laden	26 Seiten = 12,5 %
	Messen/Testen/Tools	27 Seiten = 13,0 %
	Leichtbau	21 Seiten = 10,1 %
	Übergreifende Ansätze	10 Seiten = 4,8 %
	Messen + Veranstaltungen	20 Seiten = 9,6 %
	Märkte + Technologien	31 Seiten = 14,9 %
	208 Seiten = 100,0 %	

1 Anzeigenpreise (Formate siehe Seite 4):

Alle Anzeigenpreise in € inklusive Farbzuschläge und zzgl. gesetzlicher MwSt.

Format	Breite x Höhe in mm	Preise in €
1/1 Seite	178 x 257	€ 5.260,-
2/3 Seite	117 x 257 / 178 x 169	€ 3.580,-
Junior Page	126 x 178	€ 3.260,-
1/2 Seite	86 x 257 / 178 x 126	€ 2.900,-
1/3 Seite	56 x 257 / 178 x 83	€ 2.110,-
1/4 Seite	86 x 126 / 178 x 62 / 41 x 257	€ 1.540,-

1.1 mm-Preis:

Pro mm (1-spaltig, 41 mm breit) € 6,30

2 Zuschläge:

Vorzugsplatzierungen

2. Umschlagseite	€ 5.570,-
4. Umschlagseite	€ 5.570,-
Bindende Platzierungsvorschriften	10 % vom Grundpreis

3 Rubrikanzeigen:

Stellenangebot: 20% Rabatt auf den regulären Preis (siehe Punkt 1)

4 Sonderwerbformen:

auf Anfrage

5 Rabatte (bei Abnahme innerhalb eines Kalenderjahres):

ab 2 Schaltungen	8% Rabatt
ab 4 Schaltungen	10% Rabatt

Alle Preise in Euro zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

6 Einhefter:

Umfang	Papiergewicht	bis 170 g/m ²	über 170 g/m ²
	2 Seiten		€ 3.560,-
4 Seiten		€ 5.680,-	€ 5.925,-

Weitere Formate auf Anfrage.

Anlieferung: Muster bei Auftragserteilung. Auflage bis 14 Tage vor Erscheinen. Format unbeschnitten 216 mm breit, 303 mm hoch. Kopfbeschnitt 3 mm. Mehrseitige Beihefter auf obiges Format gefalzt.

7 Beilagen:

(nicht rabattfähig)
bis zu 25 g Gewicht € 350,- /Tsd. Ex.
je weitere 25 g Gewicht € 175,- /Tsd. Ex.
(Preise einschl. Portoanteil)
max. Papierformat 20 x 28 cm
Anlieferung: Muster bei Auftragserteilung.
Auflage bis 10 Tage vor Erscheinen.

8 Aufgeklebte Werbemittel (nur für Gesamtauflage):

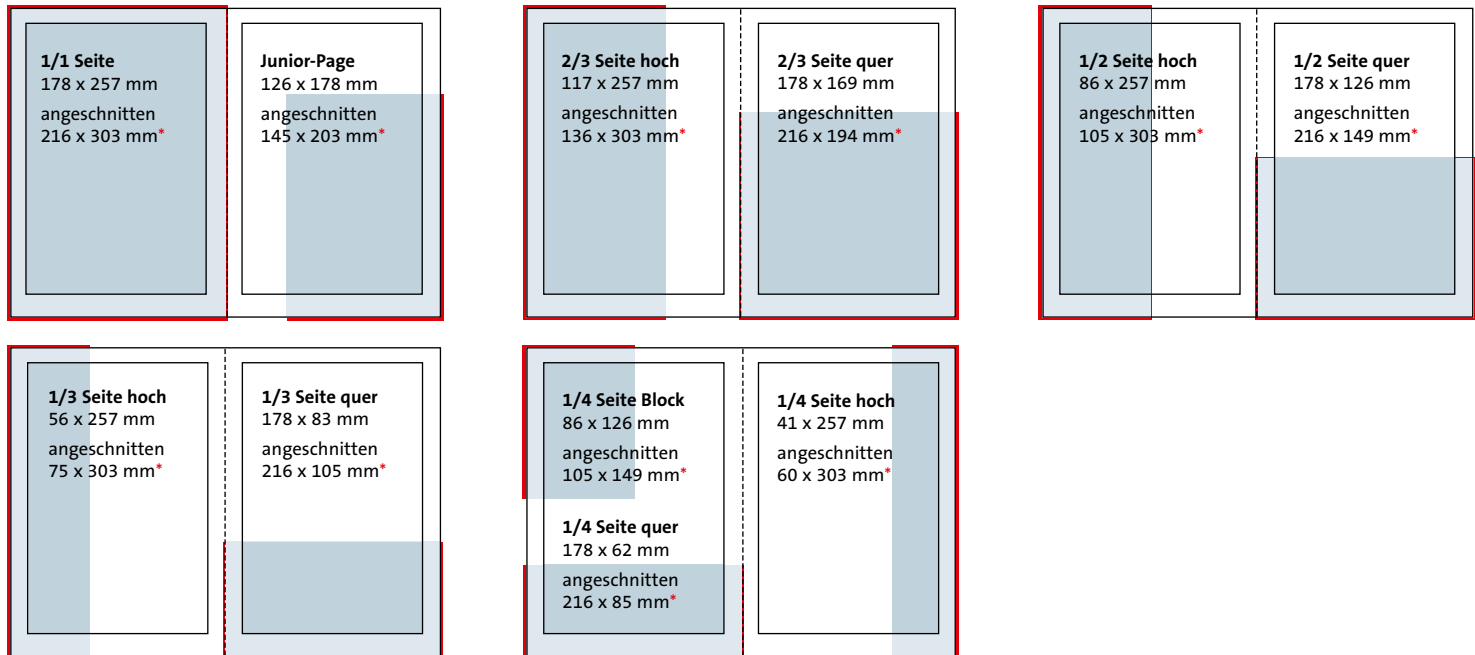
In Verbindung mit Anzeige oder Einhefter € 920,-
Zuzüglich Klebekosten
– für maschinelle Verarbeitung € 510,-
– für manuelle Verarbeitung € 1.140,-

9 Lieferschrift für Einhefter, Beilagen und Beikleber:

Westermann Druck GmbH, Georg-Westermann-Allee 66,
D-38104 Braunschweig (mit Vermerk: für emobility tec, Heft Nr. ...)

— *Anschnittformate inkl. 3 mm Beschnittzugaben

■ Satzspiegelformate ■ Anschnittformate



Hüthig GmbH, Im Weiher 10, D-69121 Heidelberg, Telefon +49 (0) 6221 489-363, Telefax +49 (0) 6221 489-482, Internet: www.emobilitytec.de

1 Auflage:	
Druckauflage:	15.000 Exemplare
Tatsächlich verbreitete Auflage:	14.792 Exemplare
2 Zeitschriftenformat:	DIN A4, 210 mm breit, 297 mm hoch
Satzspiegel:	178 mm breit, 257 mm hoch 4 Spalten je 41 mm breit
3 Druckverfahren:	Rollen-Offset
Bindeverfahren:	Klebebindung
Druckunterlagen:	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.
Farbanzeigen:	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.
Vorgaben für das Proof:	Nach FOGRA-Standard. Mit FOGRA Medienkeil 2.0 oder 3.0 nach Standard, PSO_LWC_Improved_eci.icc für Inhalt in der Regel Papiertyp 3 FOGRA 45L – nach Standard, ISOcoated_v2_eci.icc für Umschlag in der Regel Papiertyp 2 FOGRA 39L – nach Standard.

- 4 Gewährleistung:**
1. Für die Aufnahme von Anzeigen in bestimmte Nummern oder Ausgaben oder an bestimmten Plätzen wird keine Gewähr geleistet.
 2. Der Verlag gewährleistet die drucktechnisch einwandfreie Wiedergabe der Anzeigen entsprechend Ausdruck auf Auflagenpapier. Voraussetzung ist die Zusendung geeigneter Druckvorlagen (vgl. Angaben in Preisliste).
 3. Farbanzeigen: Bei digital übermittelten Druckvorlagen für Farbanzeigen ist gleichzeitig ein Farb-Proof vom Kunden mitzuliefern. Ansonsten bestehen keine Ersatzansprüche des Kunden wegen etwaiger Farbabweichungen.
 4. 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 Druckschrift reklamieren. Bei fehlerhaftem Abdruck einer Anzeige, trotz rechtzeitiger Lieferung einwandfreier Druckvorlagen und rechtzeitiger Reklamation, kann der Auftraggeber den Abdruck einer einwandfreien Ersatzanzeige (Nacherfüllung) verlangen. Der Anspruch auf Nacherfüllung ist ausgeschlossen, wenn dies für den Verlag mit unverhältnismäßigen Kosten verbunden ist. Lässt der Verlag eine ihm gesetzte angemessene Frist verstreichen, so hat der Auftraggeber das Recht vom Vertrag zurückzutreten oder Zahlungsminderung in dem Ausmaß geltend zu machen, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Gewährleistungsansprüche von Kaufleuten als Auftraggeber verjähren innerhalb 12 Monate nach Veröffentlichung der entsprechenden Anzeige oder Beilage.

5. Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden diese erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Kunde bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche.

6. Beachtet der Kunde die Empfehlungen des Verlags zur Erstellung und Übermittlung von digitalen Druckunterlagen nicht, so stehen ihm keine Ansprüche wegen fehlerhafter Anzeigenveröffentlichung zu.

7. Der Kunde haftet dafür, dass die übermittelten Dateien frei von Computerviren sind. Dateien mit Computerviren kann der Verlag löschen, ohne dass der Kunde hieraus Ansprüche herleiten könnte. Der Verlag behält sich zudem Ersatzansprüche vor, wenn die Computerviren beim Verlag weiteren Schaden verursachen.

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

5 Verlag: Hüthig GmbH
Hausanschrift: Im Weiher 10, D-69121 Heidelberg
Telefon: +49 (0) 6221 489-363
Telefax: +49 (0) 6221 489-482

6 Zahlungsbedingungen:
 30 Tage nach Rechnungsdatum netto, 2 % Skonto bei Vorauszahlung oder Bankeinzug

Bankverbindung:
 HypoVereinsbank, Kto.-Nr.: 157 644 60, BLZ: 700 202 70,
 IBAN: DE66 7002 0270 0015 7644 60, BIC: HYVEDEMMXXX

7 Kontakt:
 Anzeigendisposition, Angelika Scheffler,
 Tel.: +49 (0) 6221 489-392, Fax: +49 (0) 6221 489-310, E-Mail: emt-dispo@huethig.de

Hühlig GmbH, Im Weiher 10, D-69121 Heidelberg, Telefon +49 (0) 6221 489-363, Telefax +49 (0) 6221 489-482, Internet: www.emobilitytec.de

1 Auflagenkontrolle:



2 Auflagen-Analyse:

Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt
1. Juli 2018 - 30. Juni 2019

Druckauflage: 15.000

Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):	14.792	davon Ausland:	846
Verkaufte Auflage:	1.289	davon Ausland:	15
- Abonnierte Exemplare:	80	davon Mitgliederstücke:	-
- Sonstiger Verkauf:	1.209		
- Einzelverkauf:	0		
Freistücke:	13.503		

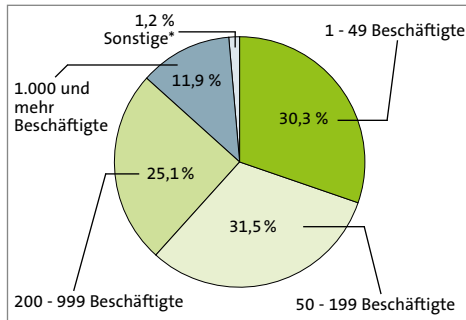
Rest-, Beleg- und Archivexemplare: 208

3 Wirtschaftszweige:

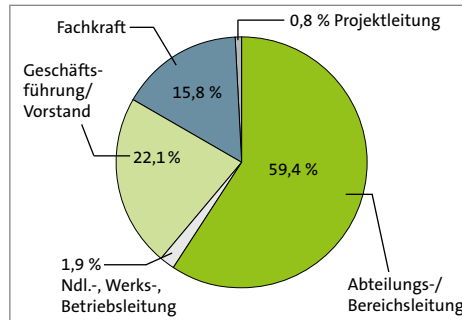
Empfängergruppen	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Empfänger
Maschinenbau, KFZ- und Fahrzeugbau	44,2	6.541
Herstellung von elektronischen Bauelementen, Telekommunikationstechnik, Navigations-Instrumenten, elektrischen Ausrüstungen	21,4	3.161
Herstellung von Metallserzeugnissen / Metallbearbeitung	17,0	2.521
Herstellung von chemischen Erzeugnissen, Gummi und Kunststoff	9,5	1.402
Ingenieur-Büros, IT-Dienstleistungen	6,7	984
Sonstige*	1,2	183
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	14.792

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

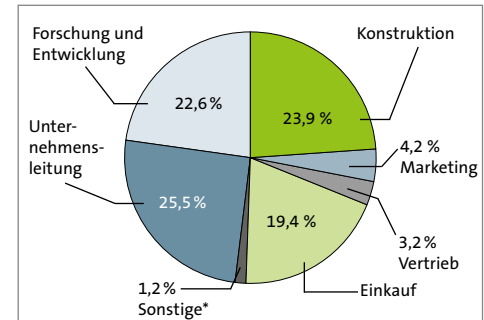
1.2 Größe der Wirtschaftseinheit



2.1 Tätigkeitsmerkmale: Position im Betrieb



2.1 Tätigkeitsmerkmale: Aufgabenbereich



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 eigener AGB des Auftraggebers ist, soweit sie mit diesen AGB nicht übereinstimmen, ausgeschlossen.

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

§ 2 Angebot, Vertragsschluss

1. Werbeauftrag im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist ein Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen, Fremdbeilagen oder sonstiger Werbemittel eines Werbungstreibenden oder sonstigen gewerblichen Inserenten in einem Werbeträger (Print/Digital) zum Zweck der Verbreitung.
2. Aufträge für Werbemittel können persönlich, telefonisch, schriftlich, per Telefax, per E-Mail oder per Internet aufgegeben werden. Der Verlag haftet nicht für Übermittlungfehler.
3. Ein Vertrag kommt erst durch die schriftliche Auftragsbestätigung des Verlages zustande. Es gilt jeweils die im Zeitpunkt der Auftragserteilung gültige Preisliste.
4. Der Verlag ist berechtigt, Aufträge, auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Gesamtabschlusses, nach pflichtgemäßem Ermessen abzulehnen. Dies gilt insbesondere, wenn deren Inhalt gegen gesetzliche oder behördliche Bestimmungen verstößt oder vom deutschen Presse- oder Werbeträger in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde, deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, 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 Kenntniserlangung der betreffenden Inhalte mitteilen.

§ 3 Vertragsabwicklung

1. Aufträge sind innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzuwickeln, beginnend mit der ersten Schaltung (Veröffentlichung) des Werbemittels.
2. Die in Werbemittel erforderlichen Inhalte, Informationen, Daten, Dateien und sonstigen Materialien („**Vorlagen**“) stellt der Auftraggeber dem Verlag vollständig, fehler- und frei von den vertraglichen Vereinbarungen entsprechend rechtzeitig zur Verfügung. Werden Vorlagen 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 Core Draw, QuarkPress, Freehand gespeicherte Dateien) übergeben werden. Zusammengehörige Dateien sind zum Auftraggeber in einem gemeinsamen Verzeichnis (Ordner) zur Verfügung zu stellen. Werbemittel 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 bei Verlag weiteren Schaden verursachen. Für erkrankung ungeeignete oder beschädigte Vorlagen fordert der Verlag unverzüglich ein Vorlage. An Vorlagen, die für die Auftragserteilung zugesandt, ansonsten ebenfalls gehen sind in dem Eigentum des Verlages über die Pflicht zur Aufwahrung aller zugesandten Unterlagen endet drei Monate nach Veröffentlichung des jeweiligen Auftrages.
3. Kosten für die Anfertigung bestellter Vorlagen, Filme oder Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende 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 nicht fristgemäß 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 Er scheinen mit dem Verlag abzustimmen. Textzeilen müssen sich nach dem Inhalt ihrer Grundrissform mit dem redaktionellen Teil unterscheiden. Der Verlag ist berechtigt, Werbemittel, die nicht als solche zu erkennen sind, deutlich als Werbung zu kennzeichnen.
7. Schriftzeichen auf Chiffreanzeigen werden bis vier Wochen nach Veröffentlichung der Anzeige aufbewahrt und dem Auftraggeber auf normalem Postwege zugesandt (auch wenn es sich um Express- oder Einschreibesendungen handelt). Eine Gewähr für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Aufträge übernimmt der Verlag jedoch nicht.
8. Die in der Preisliste ausgewiesenen Anzeigenschlüsse und Erscheinungstermine sind für den Verlag unverbindlich. Dem Verlag steht es frei, diese kurzfristig dem Produktionsablauf entsprechend anzupassen.
9. Die Anzeigen können nur mittels Anzeigenschlussnummer und schriftlich, per Telefax oder E-Mail gekündigt werden. Ist die Anzeigebereitschaft im Druck gegeben, hat der Auftraggeber die Anzeigebereitschaft 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 Rechtsverweidung. Der Verlag ist nicht zur Prüfung verpflichtet, ob ein Werbemittel die Rechte Dritter beeinträchtigt. Wird ein Recht durch gerichtliche Entscheidung zeitlich zum Abbruch einer Gegendarstellung 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 Werbungstreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Vermittlungsprovision errechnet sich aus dem Kundennetto, also nach Abzug von Rabatt, Boni und Mängelnachlass. 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 Druckerunterlagen obliegt und eine Gewerbebindung als Werbeagentur vorliegt. Dem Verlag steht es frei, Aufträge von Werbeagenturen abzulehnen, wenn Zweifel an der berufsmäßigen Ausübung der Agenturtypikkeit oder der Bonität der Werbeagentur bestehen. Aufträge durch Werbeagenturen werden in deren Namen und auf deren Rechnung erteilt. Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Auftrag daher im Zweifel mit der Werbeagentur zustande. Soll ein Werbungstreibender Auftraggeber werden, muss dies gesondert unter namentlicher Nennung des Werbeträgers vereinbart werden. Der Verlag ist berechtigt, von der Werbeagentur einen Mandatsnachweis zu verlangen.

§ 4 Preise, Zahlungsbedingungen, Preisänderung

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 Kollektive sowie Werbemittel, die nach Anzeigenschluss in Auftrag gegeben 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 Preisänderung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Erhalt der Mitteilung über die Preisänderung ausgebaut werden.
2. Die in der Preisliste bezeichneten Nachlässe werden nur dem Auftraggeber und nur für die innerhalb eines Jahres geschalteten Werbemittel gewährt („**Anzeigengjahr**“). Wiederholungsrabatte gelten nur innerhalb eines Anzeigengjahres. 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 erlischt,

wenn er nicht spätestens einen Monat nach Ablauf des Anzeigengjahres geltend gemacht wird. Erreicht ein Auftrag nicht das vorhergesehene Auftragsvolumen, so wird er zu viel gewährte Preisnachlass nachträglich in Rechnung gestellt.

4. Aufträge sind innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung laufenden Frist zu bezahlen, sofern nichts anderes vereinbart ist. Die sog. Pre-Notification-Frist nach dem StP-Basis-Lastschrift ist auf vier Tage verkürzt. Der Verlag hat das Recht, seine Forderungen gegen den Auftraggeber an Dritte abzutreten. Ist der Auftraggeber in Zahlungsverzug mit einer Forderung, so können alle übrigen Forderungen gegen den Auftraggeber gültig gestellt werden. Mahn- und Inkassokosten, die durch Zahlungsverzug entstehen, trägt der Auftraggeber. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung eines laufenden Auftrags bis zur Bezahlung zurückstellen und Vorarbeiten veranlassen. Bei Verträgen 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 Zielzeitpunkt von einer Vorauszahlung und vom Ausgleich offener Rechnungsbeträge 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 Anzeigengabes bejaht.
7. Aus einer Auftragsminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Werbemittel ein Anspruch auf Preiserminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Schaltung beginnenden Anzeigengjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder – falls eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittliche verkaufte (falls keine verkaufte vorhanden, die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auftragsminderung ist nur dann ein zur Preiserminderung berechtigter Mangel, wenn eine Auflage um mindestens 20 % unterschritten wird. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preiserminderungsansprüche 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. Derartige Minderungsansprüche von Kaufleuten als Auftraggeber verjahen 12 Monate nach Veröffentlichung des Werbemittels.

§ 5 Mängelgewährleistung

1. Für die Aufnahme von Werbemitteln in bestimmte Nummern oder Ausgaben oder an bestimmten Plätzen wird keine Gewähr geleistet.
2. Für die Aufnahme der Aufträge in die Empfängerlisten des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von Verlagen nicht, so stellen wir keine Ansprüche wegen fehlerhafter Veröffentlichung zu. Dies gilt auch, wenn es 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 sechs Monate nach Veröffentlichung der entsprechenden Druckseite reklamieren. Bei fehlerhafter Wiedergabe des Werbemittels – trotz rechtzeitiger Lieferung einwandfreier Vorlagen und rechtzeitiger Reklamation – ist eine einwandfreie 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 Zahlungsinderung in dem Ausmaß geltend zu machen, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Bei unwesentlichen Mängeln ist die Rücklieferung ausgeschlossen. Die Frist zur Nachlieferung beträgt 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 nächstfolgenden Werbebeschaltung auf den Fehler hinweist.
5. Für die Auftragserteilung per elektronisches Material (Einflehter, Beilagen etc.) übernimmt der Verlag keine Gewähr für die Richtigkeit der als geliefert bezeichneten Mengen oder Qualitäten.

§ 6 Haftung, höhere Gewalt

1. Schadensersatzansprüche des Auftraggebers gegen den Verlag, gleich aus welchem Rechtsgrund, sind ausgeschlossen, insbesondere Ansprüche wegen Verzugs, der Verletzung vertraglicher Pflichten oder gewerblicher Schutzrechte Dritter sowie aus unerlaubter Handlung. Dies gilt nicht, wenn der Verlag, seine Vertreter oder seine Erfüllungsgeldhefen vorsätzlich oder grob fahrlässig handeln oder leicht fahrlässig eine Vertragspflicht verletzen, die für die Erreichung des Vertragszwecks wesentlich ist, oder sich die Schadensersatzansprüche aus einer Beschaffenheitsgarantie ergeben. Hat der Auftraggeber die Haftung der Schadensersatzansprüche für den Schaden selbst übernommen, so ist diese Haftung unberührt. Dies gilt nicht, wenn der Schaden durch vorsätzliches oder grob fahrlässiges Handeln des Verlages, seiner Vertreter oder Erfüllungsgeldhefen verursacht wurde oder nach dem Produkthaftungsgesetz begründet ist oder sich aus der Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit ergibt. Soweit die Haftung des Verlages ausgeschlossen ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung seiner Mitarbeiter, Vertreter, Organe und Erfüllungsgeldhefen. Alle Schadensersatzansprüche gegen den Verlag verjahen in zwölf Monaten nach dem Zeitpunkt, in dem der Auftraggeber von dem Anspruch begründenden Umständen Kenntnis erlangt hat.
2. Der Verlag wird im Falle höherer Gewalt und bei vom Verlag unverschuldeten Arbeitskampfmassnahmen 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 zweckgemäße Nutzung des Werbemittels in den jeweiligen Werbeträgern erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungs-, und sonstigen Rechte ein, insbesondere ein, diese Rechte zur Veröffentlichung, Verbreitung, Übertragung, Verbreitung, 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 örtlich unbegrenzt eingeräumt und berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie in allen bekannten Formen von Werbeträgern.

§ 8 Datenschutz

Die Datenverarbeitung erfolgt nach Maßgabe der geltenden Regelungen des Bundesdatenschutzgesetzes und der Europäischen Datenschutzrichtlinie. Die Hütting GmbH erhebt, verarbeitet und nutzt personenbezogene Daten des Kunden. Weitere Informationen zur Datenverarbeitung und zum Datenschutz sind in der Datenschutzerklärung der Hütting GmbH, die unter <https://www.huetting.de/datenschutz> eingesehen werden können, enthalten.

§ 9 Außergerichtliche Online-Streitbeilegung

Die Europäische Kommission hat eine Plattform zur Online-Streitbeilegung eingerichtet. Diese erreichen Sie unter: <http://ec.europa.eu/consumers/odr>. Verbraucher können die Plattform für die Beilegung ihrer Streitigkeiten nutzen. Wir sind zur Teilnahme an einem Streitbeilegungsverfahren vor einer Verbraucherschlichtungsstelle nicht verpflichtet, außer es besteht eine gesetzliche Pflicht zur Teilnahme.

§ 10 Erfüllungsort, Gerichtsstand, Kostenersatzung

1. 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.
2. Der Auftraggeber hat alle Gebühren, Kosten und Auslagen zu tragen, die im Zusammenhang mit jeder gegen ihn gerichteten Rechtsverfolgung außerhalb Deutschlands anfallen.

Stand: April 2020



Vertriebserfolge steigern und neue Umsatzpotenziale erschließen

Post-Mailings sind der ideale Werbeträger, bieten umfangreiche, flexible Gestaltungsmöglichkeiten und sorgen so für eine hohe Aufmerksamkeit, speziell wenn sie in eine crossmediale Werbekampagne eingebunden werden. Profitieren Sie von unseren direkten Kontakten in die deutsche Industrie und sprechen Sie über 500.000 Entscheider gezielt und personalisiert an.

- **Hohe Adressaktualität** durch verlagseigenen regelmäßigen Zeitschriftenversand
- **Exklusive Ansprechpartner** bis in die Fachbereiche durch kontinuierliche telefonische Adressqualifizierung
- **Personalisierte Ansprache** von Geschäftsführern, Entscheidern und Fachspezialisten
- **Flexible Adressnutzung** mit Einfach-, Mehrfach- oder Jahresnutzung
- **Abrechnung nach Nettoeinsatzmenge** durch Abgleich gegen Ihren Datenbestand



Sorglos-Service aus einer Hand

- **Adressmiete auf den Punkt:** Die richtigen Kontakte für Ihre Ansprache
- **Mehr Zielgruppe:** Wir recherchieren für Sie zusätzliches Zielgruppenpotenzial
- **Full Service vom Profi:** Wir produzieren und versenden jährlich Millionen von Printprodukten
- ***Zustellgarantie:** Unzustellbare Rückläufer werden Ihnen auf Wunsch bei einem Folgeauftrag gutgeschrieben

Adressmiete	Einzelnutzung (Preis je Nutzung)	Zweifachnutzung (Preis je Nutzung)	Dreifachnutzung (Preis je Nutzung)	Jahresmiete (pauschal)
Datenbankpauschale	180,- €			
Firmenadresse + 1 Ansprechpartner	ab 0,24 €	ab 0,22 €	ab 0,19 €	ab 0,95 €
Mindestauftragswert	590,- € (inkl. Datenbank-/Selektionspauschale)			
Mindestabnahme	70 % der gelieferten Adressen (bei Adressabgleich)			

Alle Mietpreise je Nutzung, Jahresmiete pauschal und mengenabhängig
Preisangaben zzgl. ges. MwSt. Es gelten die Konditionen gem. Angebot/Auftragsbestätigung.

JETZT kostenlos testen!

Wir ermitteln kostenlos und unverbindlich das Potenzial Ihrer Wunschzielgruppe.



Alexander Zöller

Tel.: +49 (0) 8191 125-345
Fax: +49 (0) 8191 125-555
alexander.zoeller@mi-verlag.de



Marek Birkenhauer

Tel.: +49 (0) 8191 125-173
Fax: +49 (0) 8191 125-555
marek.birkenhauer@mi-verlag.de

Hüthig GmbH, Im Weiher 10, D-69121 Heidelberg, Telefon +49 (0) 6221 489-363, Telefax +49 (0) 6221 489-482, Internet: www.emobilitytec.de



elektronik industrie definiert sich als der führende monatliche technische Fachtitel für Elektronik-Entwickler im deutschsprachigen Raum. Im Fokus der redaktionellen Angebote stehen praxis- und applikationsorientierte Beiträge und Trends für alle relevanten Branchen. Die selbst recherchierten Fachinformationen können vom Leser direkt im beruflichen Umfeld genutzt und umgesetzt werden. **elektronik industrie** und ihre vier Schwesterzeitschriften bilden unter dem Dach des Online-Portals all-electronics gemeinsam die Hüthig Elektronik-Medien-Gruppe. Anzeigenkunden finden hier ein einzigartiges Portfolio, mit dem sie crossmedial ihre Zielgruppe treffsicher und umfassend erreichen.



elektronik journal ist das Themenmagazin für Entscheider rund um die Elektronikentwicklung. Schwerpunkte der redaktionellen Fachartikel und Kurzberichte sind die technischen und wirtschaftlichen Benefits von Produkten und Lösungen. Fachjournalisten bringen die relevanten Themen in frischem Magazinstil verständlich und nutzenorientiert auf den Punkt. Im Jahr 2020 fokussiert die Redaktion auf die 10 Ausgaben: Embedded + Wireless, Industrial, Power, Medizinelektronik, Automotive + Transportation, Elektromechanik, Lichttechnik, Embedded + IoT, Electronica und KI + Robotics. Jeden Schwerpunkt bereitet sie umfassend und nachhaltig auf, von den Grundlagen und Technologien bis zur Anwendung und von den Komponenten bis zum System.



productronic richtet sich an Entscheider und Fachleute der Elektronik-Fertigung sowie an alle, die sich mit Technologieentwicklung oder mit Dienstleistungen im Umfeld der Elektronikfertigung befassen. **productronic** informiert umfassend und selbst recherchiert über alle Aspekte einer effizienten und wirtschaftlichen Elektronikfertigung. Das anerkannte Magazin der Branche veröffentlicht zudem News und Trendberichte – sowohl gedruckt als auch online. **productronic** bildet die Elektronikfertigungsbranche im deutschsprachigen Raum umfassend ab.



AUTOMOBIL-ELEKTRONIK deckt die gesamte Wertschöpfungskette der Fahrzeug-Elektronik ab: von den Bauelementen und Baugruppen über Software bis hin zu Werkzeugen und Entwicklungstechniken. Zusammen mit dem führenden jährlichen **AUTOMOBIL-ELEKTRONIK-KONGRESS** in Ludwigsburg bietet **AUTOMOBIL-ELEKTRONIK** eine am Markt einzigartige Kombination und demonstriert dadurch Kompetenz in technischer und wirtschaftlicher Hinsicht.



IEE ist das lösungsorientierte Fachmagazin für Automatisierung im Maschinen- und Anlagenbau sowie in weiteren produzierenden Industriezweigen. Thematisch richtet sich **IEE** auf die massiven Veränderungen in der Automatisierungstechnik aus: Innovationen und Konzepte wie das Industrial Internet der Dinge (IIoT) und Industrie 4.0 lösen die klassische Automatisierungspyramide auf. In diesem Prozess der Umwälzungen begleitet **IEE** seine Leser auf ihrem Weg zur Fertigung 4.0 – umfassend und kompetent, verlässlich und immer nah an der Praxis. Damit ist **IEE** als modernes Fachmagazin einer der Informationsquellen Nummer eins für Investitionsentscheider in allen Wirtschaftszweigen und Funktionen.



all-electronics.de ist das journalistische Fachportal der fünf Elektronikfachzeitschriften der Hüthig GmbH. Die Themenschwerpunkte des Portals liegen in den Bereichen Elektronik-Entwicklung, Elektronik-Fertigung, Automotive und Automatisierung. Neben aktuellen Informationen und neuen Produkten stehen fundierte Fachartikel, Hintergrundberichte und technisches Wissen im Fokus der journalistischen Arbeit. Der Benutzer hat auf **all-electronics.de** umfangreiche Recherchemöglichkeiten. Ein Firmenverzeichnis, der Stellenmarkt sowie der zweimal wöchentlich erscheinende Newsletter mit über 12.500 registrierten Abonnenten runden das Angebot ab.

Motor für den Fortschritt. Lesen Sie exklusiv alles über elektrische Antriebe, Akkus, Kunststoffe und Leichtbau. Aktuelle Infos, **Hintergrundberichte** und viele Beispiele aus der Praxis finden Sie in **emobility tec**, dem Magazin für Fahrzeugentwickler.



ANSICHTSEXEMPLAR ANFORDERN:

Tel.: +49 (0) 6221 489-232

E-Mail: e-anzeigen@huethig.de



Ausgabe	Messen	Themen	In jeder Ausgabe
1/2020 ET: 11.03.2020 AS: 17.02.2020 RS: 29.01.2020	PIAE Kunststoffe im Automobilbau , Mannheim: 25.-26.03.2020 PCIM , Nürnberg: 05.-07.05.2020 Wiener Motorensymposium , Wien: 22.-24.04.2020	<ul style="list-style-type: none"> • Neue Antriebskonzepte • Bauelemente für die Elektromobilität • Leistungselektronik für Inverter • Energiespeicher: Batterien, Supercaps etc. 	Märkte + Technologien: Firmen und Fusionen, Politik (Fördergelder, Steuerpolitik), Messen und Kongresse, Forschungsverbünde, Marktdaten, (H)EV-Flotten, Infrastruktur Messen, Testen und Tools: Messtechnik, Diagnose, SiL- und HiL-Test
2/2020 ET: 09.06.2020 AS: 13.05.2020 RS: 23.04.2020	Automotive Testing Expo , Stuttgart: 16.-18.06.2020 24. Automobil-Elektronik-Kongress , Ludwigsburg: 23.-24.06.2020 Rubber&Mobility Summit , München: 01.-02.07.2020	<ul style="list-style-type: none"> • Elektromobilität jenseits des Autos: E-Bikes, Nutzfahrzeuge und mehr • Laden von (H)EVs: Onboard-Systeme und Ladestationen • Leichtbautechnik und Klimatisierung 	
3/2020 ET: 02.09.2020 AS: 10.08.2020 RS: 22.07.2020	IAA Nutzfahrzeuge , Hannover: 24.09.-01.10.2020 ELIV Marketplace , Baden-Baden: 16.-17.10.2020	<ul style="list-style-type: none"> • Nachbericht: Elektromobilität auf dem Automobil-Elektronik-Kongress in Ludwigsburg • Kühlsysteme für Traktionsbatterien • Range-Extender und Brennstoffzellen • Batterie-Management-Systeme 	
4/2020 ET: 28.10.2020 AS: 05.10.2020 RS: 16.09.2020	Electronica , München: 10.-13.11.2020	<ul style="list-style-type: none"> • Nachbericht: Elektromobilität auf der IAA Nutzfahrzeuge • Hochvolt-Steckverbinder • Elektromotoren für den Traktionsbereich • Kunststoffe und Leichtbau-Elemente 	

Unser Team im Verlag:



Dipl.-Ing.
Alfred Vollmer
Chefredakteur
+49 (0) 8191 125-206
alfred.vollmer@
huethig.de



Frank Henning
Anzeigenleiter
+49 (0) 6221 489-363
frank.henning@
huethig.de



Dr.-Ing.
Nicole Ahner
Redaktion
+49 (0) 8191 125-494
nicole.ahner@
huethig.de



Dipl.-Phys.
Gunnar Knüpffer
Redaktion
+49 (0) 8191 125-145
gunnar.knuepffer@
huethig.de



Martin Probst, B.A.
Redaktion
+49 (0) 8191 125-214
martin.probst@
huethig.de



Waltraud Müller
Redaktionsassistentz
+49 (0) 8191 125-408
waltraud.mueller@
huethig.de



Diemut Baldauf
Redaktionsassistentz
+49 (0) 8191 125-227
diemut.baldauf@
huethig.de



Birgit Baureis
Anzeigenassistentz
+49 (0) 6221 489-348
birgit.baureis@
huethig.de



Georgia Köhler
Anzeigenassistentz
+49 (0) 6221 489-232
georgia.koehler@
huethig.de



Günther Pfeffer
Anzeigenassistentz
+49 (0) 6221 489-249
guenther.pfeffer@
huethig.de

Unser Team vor Ort:



Matthias Hofmann
Nordrhein-Westfalen,
Bremen, Hamburg,
Niedersachsen,
Schleswig-Holstein
+49 (0) 5252 938063
info-m.hofmann@
web.de



Marion Taylor-Hauser
Bayern, Berlin,
Neue Bundesländer,
Österreich, England,
Irland, USA, Kanada
+49 (0) 921 31663
taylor.m@t-online.de



Hans-Jörg Bogisch
Dirk J. Bogisch
Baden, Hessen, Rheinland-Pfalz,
Saarland, Württemberg
+49 (0) 7164 4071
info@bogisch.com



Katja Hammelbeck
Schweiz,
Liechtenstein
+41 71 55202-12
kh@interpress-
media.ch