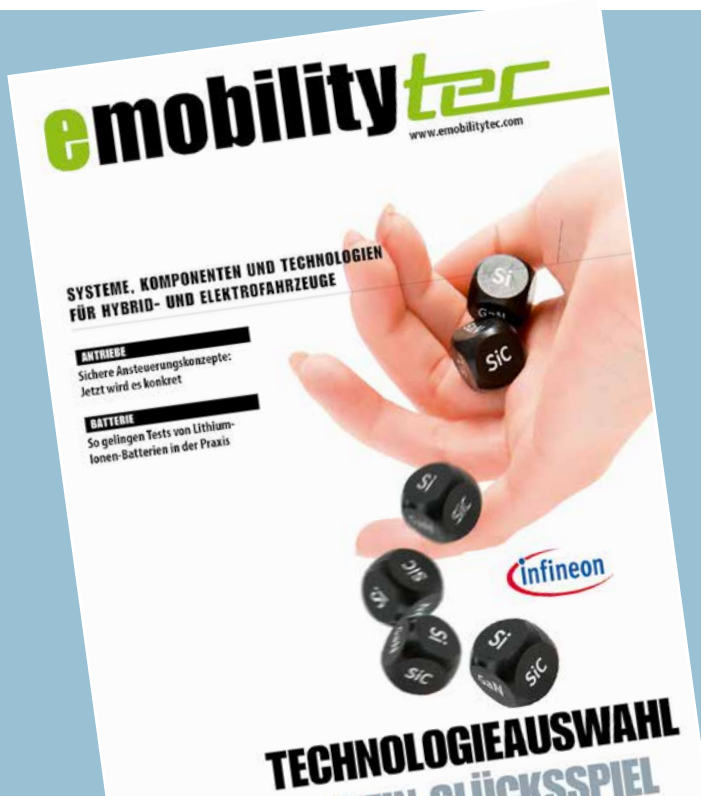


MEDIA DATEN 2021



PRINT + ONLINE

Titelporträt	2
Preise	3
Formate und technische Angaben	4/5
Digitale Overlays	6
Technikgewinnspiel	7
Auflagen- und Empfänger-Analyse	8
Adressvermietung	9
Hüthig Elektronik-Medien-Gruppe	10
Allgemeine Geschäftsbedingungen	13
Kontakt	14
Termin- und Themenplan	15



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.all-electronics.de

<p>1 Titel: emobilitytec</p> <p>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.</p> <p>3 Zielgruppe: Alle an der Entwicklung von elektrisch angetriebenen Fahrzeugen, insbesondere Pkw, beteiligten Konstrukteure und Ingenieure bei den OEM, Tier-1 und Tier-2.</p> <p>4 Erscheinungsweise: 4 × pro Jahr siehe Termin- und Themenplan auf S. 15</p> <p>5 Heftformat: DIN A4</p> <p>6 Jahrgang/Jahr: 10. Jahrgang 2021</p> <p>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</p> <p>8 Organ: –</p> <p>9 Mitgliedschaften: Deutsche Fachpresse, IVW</p>	<p>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</p> <p>11 Herausgeber: Hüthig GmbH</p> <p>12 Anzeigen: Frank Henning, Head of Sales</p> <p>13 Redaktion: Dipl.-Ing. Alfred Vollmer, Chefredakteur</p> <p>14 Umfangsanalyse 2019 = 4 Ausgaben</p> <table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td>Gesamtumfang:</td> <td style="text-align: right;">272 Seiten = 100,0 %</td> </tr> <tr> <td>Redaktioneller Teil:</td> <td style="text-align: right;">216 Seiten = 79,4 %</td> </tr> <tr> <td>Anzeigenteil:</td> <td style="text-align: right;">56 Seiten = 20,6 %</td> </tr> </table> <p>15 Inhaltsanalyse des redaktionellen Teils nach Themenbereichen:</p> <table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td>Energiespeicher</td> <td style="text-align: right;">24 Seiten = 11,1 %</td> </tr> <tr> <td>Antriebe</td> <td style="text-align: right;">15 Seiten = 6,9 %</td> </tr> <tr> <td>Bauelemente</td> <td style="text-align: right;">25 Seiten = 11,6 %</td> </tr> <tr> <td>Laden</td> <td style="text-align: right;">48 Seiten = 22,2 %</td> </tr> <tr> <td>Messen/Testen/Tools</td> <td style="text-align: right;">13 Seiten = 6,1 %</td> </tr> <tr> <td>Leichtbau</td> <td style="text-align: right;">22 Seiten = 10,2 %</td> </tr> <tr> <td>Übergreifende Ansätze</td> <td style="text-align: right;">8 Seiten = 3,7 %</td> </tr> <tr> <td>Messen + Veranstaltungen</td> <td style="text-align: right;">24 Seiten = 11,1 %</td> </tr> <tr> <td>Märkte + Technologien</td> <td style="text-align: right;">37 Seiten = 17,1 %</td> </tr> <tr> <td></td> <td style="text-align: right;"><hr/>216 Seiten = 100,0 %</td> </tr> </table>	Gesamtumfang:	272 Seiten = 100,0 %	Redaktioneller Teil:	216 Seiten = 79,4 %	Anzeigenteil:	56 Seiten = 20,6 %	Energiespeicher	24 Seiten = 11,1 %	Antriebe	15 Seiten = 6,9 %	Bauelemente	25 Seiten = 11,6 %	Laden	48 Seiten = 22,2 %	Messen/Testen/Tools	13 Seiten = 6,1 %	Leichtbau	22 Seiten = 10,2 %	Übergreifende Ansätze	8 Seiten = 3,7 %	Messen + Veranstaltungen	24 Seiten = 11,1 %	Märkte + Technologien	37 Seiten = 17,1 %		<hr/> 216 Seiten = 100,0 %
Gesamtumfang:	272 Seiten = 100,0 %																										
Redaktioneller Teil:	216 Seiten = 79,4 %																										
Anzeigenteil:	56 Seiten = 20,6 %																										
Energiespeicher	24 Seiten = 11,1 %																										
Antriebe	15 Seiten = 6,9 %																										
Bauelemente	25 Seiten = 11,6 %																										
Laden	48 Seiten = 22,2 %																										
Messen/Testen/Tools	13 Seiten = 6,1 %																										
Leichtbau	22 Seiten = 10,2 %																										
Übergreifende Ansätze	8 Seiten = 3,7 %																										
Messen + Veranstaltungen	24 Seiten = 11,1 %																										
Märkte + Technologien	37 Seiten = 17,1 %																										
	<hr/> 216 Seiten = 100,0 %																										

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

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:

Vogel Druck und Medienservice GmbH, Leibnizstr. 5, D-97204 Höchberg
(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.all-electronics.de

1 Auflage:	
Druckauflage:	14.250 Exemplare
Tatsächlich verbreitete Auflage:	13.810 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, Sabine Greinus,
 Tel.: +49 (0) 6221 489-598, Fax: +49 (0) 6221 489-310, E-Mail: emt-dispo@huethig.de

Mit uns in die vierte Dimension

So funktioniert es:

Unsere Magazine sind als E-Paper über den Webbrowser verfügbar. Redaktionelle Beiträge werden dort mit digitalen Inhalten angereichert und sind als Digitaler Overlay abrufbar.

Auch Ihre Werbung können wir mit digitalen Inhalten verknüpfen!









Der Vorteil: Kein Medienbruch – der Leser bleibt im Magazin und konsumiert direkt auf der Seite den digitalen Inhalt.

Sprechen Sie mit unserem Verkaufsteam, gerne demonstrieren wir Ihnen genau, wie alles funktioniert!



Digitaler Overlay

Das E-Paper bietet die Möglichkeit von „digitalen Overlays“. Das sind kleine Punkte, die auf den Anzeigen oder in redaktionellen Beiträgen platziert werden und dem Leser den Hinweis darauf geben, dass er hier zusätzlichen informativen Inhalt finden wird.

-  Text (Textfeld geht auf mit Ihrem individuellem Text)
-  Bild (ein Foto bzw. Grafik)
-  Galerie (mehrere Fotos bzw. Grafiken zum Wischen)
-  Ton (.mp3-Datei). Nicht länger als 90 Sekunden.
-  Link (direkter Link auf Ihre Homepage oder zum beworbenen Produkt)
-  YouTube-Video (implementiert aus Ihrem Kanal)
-  Vimeo-Video (implementiert aus Ihrem Kanal)
-  Transparentes Overlay

Transparente Overlays können jeden Overlaytyp annehmen und sind im späteren Dokument nicht sichtbar, jedoch klickbar. Transparente Overlays bieten sich immer dann an, wenn die Seite oder die Anzeige dem Leser/User grafisch schon anzeigt, dass er dort eine Aktion ausführen kann.

Preis pro digitalem Overlay: € 250,-

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

Starker Auftritt mit Lead-Generierung:

Technikgewinnspiel – Die crossmediale Sonderwerbeform mit hohem Aufmerksamkeitsgrad!



Sie sind mit Ihren Produkten oder Ihrem Unternehmen der Hauptdarsteller des Technikgewinnspiels auf all-electronics.de! Der Teilnehmer wird mit Ihrem Text die Informationen erhalten, die er zur Lösung des Gewinnspiels benötigt. Im Gewinnspiel werden dann Fragen gestellt, die richtige Antwort kann der Teilnehmer dann im Multiple-Choice-Verfahren markieren. Hat der User alle Fragen beantwortet hinterlegt er seine Daten und nimmt an der Verlosung teil. Verlost wird eines Ihrer Produkte oder aber auch ein technischer Sachpreis im Wert von ca. € 500,-.

Enthaltene Leistungen:

- Aufbau des individuellen Gewinnspiels (multiple Choice) mit Ihren Fragen
 - ▶ Einfache Abwicklung: Sie liefern uns die Kurzbeschreibung Ihres Produktes inklusive Foto. Bis zu fünf Fragen mit je drei möglichen Antworten. Den Rest übernehmen wir.
- Gestaltung der Microsite auf all-electronics.de.
- Mindestens einmalige Bewerbung im Print-Magazin und E-Paper mit 1/1 Seite. Anzeige wird von uns gestaltet und mit Ihrem Firmenlogo als Sponsor versehen.
- Verbreitung an unsere Leser und User – Ihre Kunden (Banner im Newsletter, Banner auf all-electronics.de).
- Gewinne: Sie stellen den Sachpreis selbst (Endpreis reduziert sich um € 500,-). Alternative: Sachpreis im Gesamtwert von ca. € 500,- von uns.
- Verlosung und Abwicklung des Gewinnspiels.
- Leads der Teilnehmer nach Abschluss des gebuchten Rätsels (Einverständnis wird bei Teilnahme abgefragt).

Ihr Produkt wird Hauptdarsteller im Technikgewinnspiel zum Preis von € 8.000,- bzw. € 8.500,- zzgl. MwSt. pro Ausgabe.



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

1 Auflagenkontrolle:



2 Auflagen-Analyse:

Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt
1. Juli 2019 - 30. Juni 2020

Druckauflage: 14.250

Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):	13.810	davon Ausland:	849
Verkaufte Auflage:	1.274	davon Ausland:	34
- Abonnierte Exemplare:	78	davon Mitgliederstücke:	-
- Sonstiger Verkauf:	1.196		
- Einzelverkauf:	0		
Freistücke:	12.536		

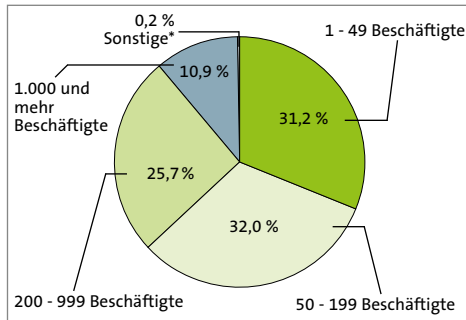
Rest-, Beleg- und Archivexemplare: 440

3 Wirtschaftszweige:

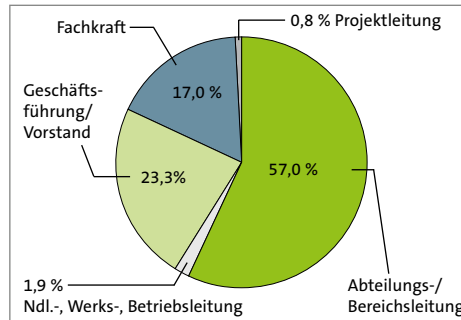
Empfängergruppen	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Empfänger
Maschinenbau, KFZ- und Fahrzeugbau	48,1	6.643
Herstellung von elektronischen Bauelementen, Telekommunikationstechnik, Navigations-Instrumenten, elektrischen Ausrüstungen	20,0	2.762
Herstellung von Metallserzeugnissen / Metallbearbeitung	15,8	2.181
Herstellung von chemischen Erzeugnissen, Gummi und Kunststoff	7,8	1.076
Ingenieur-Büros, IT-Dienstleistungen	8,1	1.123
Sonstige*	0,2	25
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	13.810

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

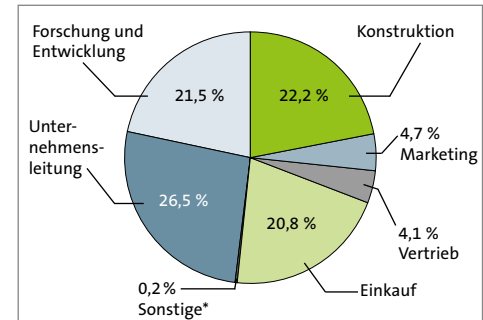
1.2 Größe der Wirtschaftseinheit



2.1 Tätigkeitsmerkmale: Position im Betrieb



2.1 Tätigkeitsmerkmale: Aufgabenbereich





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

JETZT kostenlos testen!

Wir ermitteln kostenlos und unverbindlich das Potenzial Ihrer Wunschzielgruppe.

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.



Alexander Zöllner
+49 (0) 8191 125-345
alexander.zoeller@mi-connect.de

Hüthig GmbH, Im Weiher 10, D-69121 Heidelberg, Telefon +49 (0) 6221 489-363, Telefax +49 (0) 6221 489-482, Internet: www.all-electronics.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](http://all-electronics.de) 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 2021 fokussiert die Redaktion auf die 4 Ausgaben: Embedded + Wireless, Power, Embedded + IoT und Industrial. 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
ENTWICKLUNG. FERTIGUNG. AUTOMATISIERUNG



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 rund 12.000 registrierten Abonnenten runden das Angebot ab.

all-electronics.de



ENTWICKLUNG. FERTIGUNG. AUTOMATISIERUNG

+++Marktübersichten+++Fachartikel
+++Branchenmeldungen+++Stellenmarkt+++Whitepapers+++Produkte+++
Newsletter+++RSS Feed+++Branchentermine+++topaktuell und kostenlos auf
www.all-electronics.de

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@huetig.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 dieser AGB des Auftraggebers sowie die Haftung des Auftraggebers sind nicht übertragbar, insbesondere ausgeschlossen.
2. Diese AGB gelten sinngemäß für Beilagenaufträge. Diese werden vom Verlag grundsätzlich erst nach Vorlage und Prüfung eines Musterangabens angenommen.

§ 2 Angebot, Vertragsschluss

1. Werbeauftrag im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist ein Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen, Fremdbelegungen oder sonstiger Werbemittel eines Werbungstreibenden oder sonstigen gewerblichen Inserenten in einem Werbeträger (Print, Digital) zum Zweck der Werbung.
2. Aufträge für Werbemittel können persönlich, telefonisch, schriftlich, per Telefax, per E-Mail oder per Internet aufgegeben werden. Der Verlag haftet nicht für Übermittlungsfehler.
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 der Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder vom deutschen Preß- oder Werberrat in einem Bescheidverfahren 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 Kenntnislangung der betreffenden Inhalte mitteilen.

§ 3 Vertragsabwicklung

1. Aufträge sind innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzuwickeln, beginnend mit der ersten Schaltung (Veröffentlichung) 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 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 Corel QuarkXPress oder Adobe InDesign) erstellt wurden. Zusammengehörende Dateien sind vom Auftraggeber in einem gemeinsamen Verzeichnis (Ordner) zu senden bzw. zu speichern. Bei digital übermittelten Druckvorlagen für Farbzeitschriften 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 Dateien aufgrund eines Virus infiziert werden. Für erkennbar ungesicherte oder beschädigte Vorlagen fordert der Verlag die Herstellung eines Ersatzes an. Vorlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt, andernfalls gehen sie in das Eigentum des Verlages über. Die Pflicht zur Aufbewahrung aller zugesandten Unterlagen endet drei Monate nach Veröffentlichung des jeweiligen Auftrags.
3. Kosten für die Anfertigung bestellter Vorlagen, Filme oder Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zur vertretende Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen trägt der Auftraggeber.
4. Die Druckabgabe werden 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. Textzeilenanzahl müssen sich schon durch ihr Grundrissform und redaktionellen Teil unterscheiden. Der Verlag ist berechtigt, Werbemittel, die nicht als solche zu erkennen sind, deutlich als Werbung zu kennzeichnen.
7. Zuschriften 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 Dateien 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 aufgrund des Fortschritts anzupassen. Für erkennbar ungesicherte oder beschädigte Vorlagen fordert der Verlag die Herstellung eines Ersatzes an.
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 für zurückgesandte Kopien zur Rechtfertigung. 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 Gegendarstellung oder Berichtigung aufgrund des geschalteten Werbemittels verpflichtet, hat der Auftraggeber diese Veröffentlichung nach der gültigen Preisliste zu bezahlen.

11. Werbegeräten sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen gegenüber den Werbungstreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Vergünstigung erachtet sich aus dem Kundennettom, also nach Abzug von Rabatt, Boni und Mängelanlage. Die Vermittlungsprovision fällt nur bei Vermittlung von Aufträgen Dritter an. Sie wird nur an vom Verlag anerkannte Werbegeräten vergütet unter der Voraussetzung, dass der Auftrag unmittelbar von der Werbegeräter erteilt wird, ihr die Beschreibung der fertigen und druckreifen Druckunterlagen obliegt und eine Gewerbeanmeldung als Werbegeräter vorliegt. Dem Verlag steht es frei, Aufträge von Werbegeräten abzulehnen, wenn Zweifel an der berufsmäßigen Ausübung der Agenturstätigkeit oder der Bonität der Werbegeräter bestehen. Aufträge durch Werbegeräter werden in deren Namen und auf deren Rechnung erteilt. Soweit Werbegeräten Aufträge erteilt, kommt der Vertrag daher im Zweifel mit der Werbegeräter zustande. Soll ein Werbungstreibender Auftraggeber werden, muss dies gesondert unter namentlicher Nennung des Werbungstreibenden vereinbart werden. Der Verlag ist berechtigt, von der Werbegeräter einen Mandatsnachweis zu verlangen.

§ 4 Preise, Zahlungsbedingungen, Preisminderung

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 möglich, wenn sie sich innerhalb eines Monats vor Veröffentlichung des Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgedeutet werden.
2. Die in der Preisliste bezeichneten Nachlässe werden nur dem Auftraggeber und nur für die innerhalb eines Jahres geschalteten Werbemittel gewährt („Anzeigenjahr“). Wiederholungsrabatte gelten nur innerhalb eines Anzeigenjahres. Die Frist beginnt mit der Schaltung des ersten Werbemittels, wenn nicht anders bestimmt ist.
3. Bei Erweiterung des Auftrags entsteht ein Anspruch auf rückwirkenden Rabatt, sofern der Grundauftrag rabattfähig war. Der Anspruch erlischt,

wenn er nicht spätestens einen Monat nach Ablauf des Anzeigenjahres 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, vom Empfang der Rechnung laufend Frist zu bezahlen, sofern nicht anders vereinbart ist. Die sog. Pre-Notifikationsfrist nach der SEPA-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 fällig gestellt werden. Mahn- und Inkassokosten, die durch Zahlungsverzug entstehen, trägt der Auftraggeber. Der Verlag kann die Zahlung von Forderungen gegen laufende Ausgaben für die Beschaltung 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 Zahlungsziel 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. Die Preisveränderung ist sich zu verantworten 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 Anzeigenauftrags bejaht.
7. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Werbemittel ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtschnitt des mit der ersten Schaltung beginnenden Anzeigenjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder – falls die Auflage nicht genannt ist – die durchschnittliche verkaufte (falls keine verkaufte vorhanden, die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigter Mangel, wenn eine Auflage um mindestens 20 v. H. unterschritten wird. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche 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 Mängelabwehrleistung

1. Für die Erfüllung der Werbemitteln in bestimmte Nummern oder Ausgaben oder an bestimmten Plätzen wird keine Gewähr geleistet.
 2. Beachtet der Auftraggeber die Empfehlungen des Verlags 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 sechs Monate nach Veröffentlichung der entsprechenden Aufträge oder – falls die Auflage nicht genannt ist – die durchschnittliche verkaufte Auflage (falls keine verkaufte vorhanden, die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigter Mangel, wenn eine Auflage um mindestens 20 v. H. unterschritten wird. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche 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.
 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 Werbeschaltungen, wenn der Auftraggeber nicht rechtzeitig vor Veröffentlichung der nachfolgenden Aufträge auf den Fehler hingewiesen hat.
 5. Für vom Auftraggeber bereitgestelltes Material (Einbeleger, 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 Erfüllungsgehilfen vorsätzlich oder grob fahrlässig handeln oder leicht fahrlässig eine Vertragspflicht verletzen, die für die Erreichung des Vertragszwecks wesentlich ist oder sich die Schadensersatzgarantie aus der Beschaffenheitsgarantie ergeben. Haftung der Verlag dem Grunde nach, ist der Schadensersatzanspruch auf den vorhersehbar Schaden begrenzt. Diese Haftungsbeschränkung gilt nicht, wenn der Schaden durch vorsätzliches oder grob fahrlässiges Handeln des Verlags, seiner Vertreter oder Erfüllungsgehilfen verursacht wurde oder nach dem Produkthaftungsgesetz begründet ist oder sich aus der Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit ergibt. Soweit die Haftung des Verlags ausgeschlossen ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung seiner Mitarbeiter, Vertreter, Organe und Erfüllungsgehilfen. Alle Schadensersatzansprüche des Auftraggebers verjahen in zwölf Monaten nach dem Zeitpunkt, in dem der Auftraggeber von den Ansprüchen begründeten Umständen Kenntnis erlangt hat oder hätte erlangen müssen.
 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-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte ein, insbesondere die jeweils erforderlichen Rechte zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Bearbeitung, zu öffentlichem Zugänglichmachen, 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 Datenschutz-Grundverordnung. Die Hütthig GmbH erhebt, verarbeitet und nutzt personenbezogene Daten des Kunden. Weitere Informationen zur Datenverarbeitung und zum Datenschutz sind in der Datenschutzerklärung der Hütthig GmbH, die unter <https://www.huetthig.de/datenschutz> eingesehen werden können, enthalten.

§ 9 Ausperrrechtliche Online-Streitbeilegung

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

§ 10 Erfüllungsort, Gerichtsstand, Kostenerteilung

1. Es gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechts und unter Ausschluss von Kollisionsrecht. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlags. Gerichtsstand für Klagen gegen Kaufleute, juristische Personen des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliche Sondervermögen ist der Sitz des Verlags.
2. Der Auftraggeber trägt die Kosten und Auslagen zu tragen, die im Zusammenhang mit jeder gegen ihn rechtlichen Rechtsverfolgung außerhalb Deutschlands anfallen.

Ihre Ansprechpartner und Repräsentanten im In- und Ausland

VERLAG

Hüthig GmbH
Im Weiher 10
D-69121 Heidelberg
Internet: www.huethig.de

ANZEIGEN

Head of Sales:
Frank Henning
Telefon: +49 (0) 6221 489-363
Telefax: +49 (0) 6221 489-482
E-Mail: frank.henning@huethig.de

Media Sales Assistance:
Christine Grimm
Telefon: +49 (0) 6221 489-348
Telefax: +49 (0) 6221 489-482
E-Mail: christine.grimm@huethig.de

Georgia Köhler
Telefon: +49 (0) 6221 489-232
Telefax: +49 (0) 6221 489-482
E-Mail: georgia.koehler@huethig.de

Anzeigendisposition:
Sabine Greinus
Telefon: +49 (0) 6221 489-598
Telefax: +49 (0) 6221 489-310
E-Mail: emt-dispo@huethig.de

REDAKTION

Hüthig GmbH
Justus-von-Liebig-Str. 1
D-86899 Landsberg
Internet: www.huethig.de

Chefredaktion:
Dipl.-Ing. Alfred Vollmer
Telefon: +49 (0) 8191 125-206
E-Mail: alfred.vollmer@huethig.de

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

Martin Probst
Telefon: +49 (0) 8191 125-214
E-Mail: martin.probst@huethig.de

Redaktionsassistentz/Sonderdrucke:
Diemut Baldauf
Telefon: +49 (0) 8191 125-408
Telefax: +49 (0) 8191 125-141
E-Mail: diemut.baldauf@huethig.de

INLAND

**Nordrhein-Westfalen, Bremen,
Hamburg, Niedersachsen,
Schleswig-Holstein**
Florian Swoboda
Telefon: +49 (0) 8191 125-230
Telefax: +49 (0) 6221 489-482
E-Mail: florian.swoboda@huethig.de

**Baden-Württemberg, Hessen,
Rheinland-Pfalz, Saarland**
Hüthig GmbH
Jonathan Leibl
Im Weiher 10
69121 Heidelberg
Telefon: +49 (0) 6221 489-287
Telefax: +49 (0) 6221 489-482
E-Mail: jonathan.leibl@huethig.de

Bayern, Berlin, Neue Bundesländer
Marion Taylor-Hauser
Max-Böhm-Ring 3
95488 Eckersdorf
Telefon: +49 (0) 921 31663
Telefax: +49 (0) 921 32875
E-Mail: taylor.m@t-online.de

AUSLAND

Schweiz, Liechtenstein
interpress gmbh
Katja Hammelbeck
Ermatinger Str. 14
CH-8268 Salenstein
Telefon: +41 71 55202-12
Telefax: +41 71 55202-10
E-Mail: kh@interpress-media.ch

**Österreich, England, Irland,
USA, Kanada**
Marion Taylor-Hauser
Max-Böhm-Ring 3
D-95488 Eckersdorf
Telefon: +49 (0) 921 31663
Telefax: +49 (0) 921 32875
E-Mail: taylor.m@t-online.de

Ausgabe	Messen	Themen	In jeder Ausgabe	
1/2021 ET: 31.03.2021 AS: 05.03.2021 RS: 16.02.2021		<ul style="list-style-type: none"> • Neue Antriebskonzepte • Bauelemente für die Elektromobilität • Leistungselektronik für Inverter • Energiespeicher: Batterien, Supercaps etc. 	<ul style="list-style-type: none"> • Elektromechanik • Konstruktion von Leichtbau-Elementen • Sensoren für die Elektromobilität • Test- und Diagnose-Tools 	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
2/2021 ET: 03.06.2021 AS: 05.05.2021 RS: 16.04.2021		<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 	<ul style="list-style-type: none"> • Safety (ISO 26262) • Security im System und bei OTA-Updates (Over-the-Air) • Test von Batterien und Leistungselektronik 	
3/2021 ET: 02.09.2021 AS: 06.08.2021 RS: 20.07.2021	IAA, München: 07.-12.09.2021 Rubber&Mobility Summit, München: 16.09.2021	<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 	<ul style="list-style-type: none"> • Infotainment und Fahrerassistenz speziell für Elektromobilität • Materialien und Komponenten für den Leichtbau 	
4/2021 ET: 28.10.2021 AS: 01.10.2021 RS: 14.09.2021	ELIV, Bonn: 20.-21.10.2021 25. Automobil-Elektronik-Kongress, Stuttgart: 16.-17.11.2021 Productronica, München: 16.-19.11.2021	<ul style="list-style-type: none"> • Nachbericht: Elektromobilität auf der IAA Pkw • Hochvolt-Steckverbinder • Elektromotoren für den Traktionsbereich • Kunststoffe und Leichtbau-Elemente 	<ul style="list-style-type: none"> • Batterien: Komponenten, Systeme und Safety • Test als Dienstleistung: Testlabore, Prüfstände und mehr • HVAC-Systeme für die Elektromobilität 	

Unser Team im Verlag:



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



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



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



Diemut Baldauf
Redaktionsassistentz
+49 (0) 8191 125-408
diemut.baldauf@
huethig.de



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



Christine Grimm
Media Sales Assistance
+49 (0) 6221 489-348
christine.grimm@
huethig.de



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

Unser Sales-Team vor Ort:



Florian Swoboda
Nordrhein-Westfalen,
Hamburg, Bremen,
Niedersachsen,
Schleswig-Holstein
+49 (0) 8191 125-230
florian.swoboda@
huethig.de



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



Jonathan Leibl
Baden-Württemberg,
Hessen, Rheinland-Pfalz,
Saarland
+49 (0) 6221 489-287
jonathan.leibl@
huethig.de



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