

AUTOMOBIL INDUSTRIE

Crossmedia-Planer

2009

Mediadaten



Print



Online



Event



Service

HOME OF AUTOMOTIVE COMPETENCE

- * Print
- * Online
- * Event
- * Service

www.automobil-industrie.de



Vom Kommunikationsziel zum Werbeformat

Print

	Anzeigen	Einhefter	Beilagen	Postkarten (TOC)	Sonderwerbeformate	Stellenmarkt (Print, Online)	Exklusive-Sponsor	Premium-Sponsor	Premium-Partner	Präsentationsfläche
Reichweite, Markenbildung, Image, Awareness	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Hochqualifizierte Kontaktdaten (Leads) generieren, Effizienz, Transparenz			✓				✓	✓		
Messbarkeit von Werbung			✓				✓	✓		
Face-to-Face-Marketing, Präsentation, Diskussion							✓	✓	✓	✓
Selektive Zielgruppenansprache							✓	✓	✓	✓
Dokumentation von Unternehmens-Know-how										

Event



Vom Kommunikationsziel zum Werbeformat



Online

	Business-Clip Webcast	Business-Paper Whitepaper	Firmen-/Produkt WebTV Sponsoring	Banner Logo-Sponsoring	Themensponsoring Online-Spezial	Direct Marketing Sonderformate Print	Corporate Publishing Digitale Sonderdrucke
Reichweite, Markenbildung, Image, Awareness	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Hochqualifizierte Kontakt- daten (Leads) generieren, Effizienz, Transparenz		✓	✓				
Messbarkeit von Werbung	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
Face-to-Face-Marketing, Präsentation, Diskussion							
Selektive Zielgruppenansprache	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
Dokumentation von Unternehmens-Know-how	✓	✓	✓		✓	✓	✓

Service



Das Fachmagazin für die Manager der Automobilindustrie



Ihr Plus!

Die Mediengattung Fachzeitschrift zählt unverändert zu den wichtigsten Informationsquellen professioneller Entscheider. Print verschafft Überblick, gibt Impulse und sorgt damit für einen besonders hohen Informationstransfer hin zu anderen B2B-Medien. Allen voran das Internet. Die verbreitete Auflage von 15.000 Exemplaren, die per Wechsellieferung rund 40.000 Entscheider adressiert, macht »Automobil Industrie« zu einem reichweitenstarken Werbeträger für Markenbildung, Image und Awareness.

- ▶ **»Automobil Industrie«** ist das Fachmagazin für die Manager der Automobilindustrie – **»Automobil Industrie«** adressiert die Top-Etagen und Entscheider der Automobilhersteller, Zulieferer, Ausrüster und Dienstleister.
- ▶ Das Blatt analysiert und interpretiert die Entwicklungen in den Automobilmärkten ebenso wie entlang des gesamten Produktentstehungsprozesses.
- ▶ Durch die einzigartige Verknüpfung von Branchenwissen und Management-Know-how unterstützt das Magazin so die Manager der Automobilindustrie bei der Vorbereitung strategischer Entscheidungen – Ausgabe für Ausgabe.
- ▶ **»Special Reports«** zu Trends, Perspektiven und Hintergründen der Modellpolitik sowie zu den Modellen selbst ergänzen die Themenvielfalt.
- ▶ Das Magazin erscheint monatlich, inkl. zwei Doppelausgaben, plus Special Reports.



Automotive competence also in China:
Als **»Automobile Industry China«** erscheint das Branchenmagazin auch für die Manager der chinesischen Automobilindustrie – in chinesischer Sprache.

1 Kurzcharakteristik:

»Automobil Industrie« ist das Fachmagazin für die Manager der Automobilindustrie – »Automobil Industrie« adressiert die Top-Etagen der Automobilhersteller, Zulieferer, Ausrüster und Dienstleister.

Das Blatt analysiert und interpretiert die Entwicklungen in den Automobilmärkten ebenso wie entlang des ganzen Produktentstehungsprozesses.

Durch die einzigartige Verknüpfung von Branchenwissen und Management-Know-how unterstützt das Magazin so die Manager der Automobilindustrie bei der Vorbereitung strategischer Entscheidungen – Ausgabe für Ausgabe. »Special Reports« zu Trends, Perspektiven und Hintergründen der Modellpolitik sowie zu den Modellen selbst ergänzen die Themenvielfalt.

Das Magazin erscheint monatlich, inkl. zwei Doppelausgaben, plus Special Reports.

2 Erscheinungsweise: monatlich

3 Jahrgang: 54. Jahrgang 2009

4 Web-Adresse (URL): www.automobil-industrie.de

5 Mitgliedschaften: Media-Datenbank der Deutschen Fachpresse

6 Organ: –

7 Herausgeber: –

8 Verlag: Vogel Auto Medien GmbH & Co. KG

Postanschrift: Automobil Industrie, 97064 Würzburg

Hausanschrift: Max-Planck-Str. 7/9, 97082 Würzburg

Telefon: (09 31) 4 18-29 20

Telefax: (09 31) 4 18-27 20

Internet: www.automobil-industrie.de

9 Redaktion:

Chefredakteur: Wilhelm Mißler, Telefon: (09 31) 4 18-29 11
E-Mail: wilhelm_missler@vogel-automedien.de

Stellvert. Chefredakteur: Claus-Peter Köth, Telefon: (09 31) 4 18-20 49
E-Mail: claus-peter_koeth@vogel-automedien.de

Redaktionsassistentin: Julia Fischer, Telefon: (09 31) 4 18-21 54
E-Mail: julia_fischer@vogel-automedien.de

10 Anzeigen:

Anna Gredel
Leiterin Verkauf & Auftragsmanagement
Telefon: (09 31) 4 18-29 20
E-Mail: anna_gredel@vogel-automedien.de

11 Vertrieb:

Stefan Zügner
Leiter Marketing & Vertrieb
Telefon: (09 31) 4 18-24 29
E-Mail: stefan_zuegner@vogel-automedien.de

12 Bezugspreis:

Jahresabonnement Inland EUR 117,00 (inkl. MwSt.)
Ausland EUR 123,00 (ohne MwSt.)

13 ISSN-Nr.:

0005-1306

14 Umfangs-Analyse 2007 = 10 Ausgaben + 2 Sonderhefte

Format der Zeitschrift: 210 mm breit, 297 mm hoch, DIN A4

Gesamtumfang: 1188 Seiten = 100,00 %

Redaktioneller Teil: 740 Seiten = 62,29 %

Anzeigenteil: 448 Seiten = 37,71 %

davon

Stellen- und Gelegenheitsanzeigen: –

Einhefter/Durchhefter: 4 Seiten = 0,90 %

Beilagen: 12 Stück

15 Inhalts-Analyse des redaktionellen Teils: 2007 = 740 Seiten

Automobilwirtschaft/Marketing 157,6 Seiten = 21,3 %

Management 110,3 Seiten = 14,9 %

Unternehmen 42,2 Seiten = 5,7 %

Systeme/Module/Technologie/Fertigung 290,8 Seiten = 39,3 %

Produkte 23,0 Seiten = 3,1 %

Sonstiges 116,1 Seiten = 15,7 %

740,0 Seiten = 100,0 %

16 Auflagenkontrolle:



17 Auflagen-Analyse:

Exemplare pro Ausgabe im Durchschnitt
Zeitraum: 1. Juli 07 bis 30. Juni 08

Druckauflage:	15.745		
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):	15.362	davon Ausland	396
Verkaufte Auflage:	1.492	davon Ausland	134
– Abonnierte Exemplare	1.473	davon Mitgliederstücke	–
– Einzelverkauf	–		
– Sonstiger Verkauf	19		
Freistücke	13.870		
Rest-, Archiv- und Belegexemplare:	383		

18 Geographische Verbreitungs-Analyse:

Wirtschaftsraum:	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	97,4	14.966
Ausland	2,6	396
tats. verbr. Auflage (tvA)	100,0	15.362

Kurzfassung der Erhebungsmethode zur Verbreitungs-Analyse (AMF-Schema 2, Ziffer 18)

1. Untersuchungsmethode

Verbreitungs-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 PLZ-Zahlen, bzw. Inland- und Auslandsempfängern sortiert werden.

2.2 Gesamtzahl Empfänger in der Datei: 34.072

2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger: 11.393

2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen

– Verkaufte Auflage		1.492
davon: abonnierte Exemplare	1.473	
Einzelverkauf	-	
sonstiger Verkauf	19	
– Freistücke		13.870
davon: ständige Freistücke	820	
wechselnde Freistücke	11.392	
Werbeexemplare	1.658	
Tatsächlich verbreitete Auflage (tVA)		15.362
davon Inland	14.966	
davon Ausland	396	

3. Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil)

Grundgesamtheit (tvA): 15.362 = 100,0 %

Davon in der Untersuchung nicht erfasst:

– Einzelverkauf	-
– Ausland	396
– Werbeexemplare	1.658

Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA) 13.309 = 86,6 %

3.2 Tag der Auswertung: (Juli 2008)

3.3 Beschreibung der Datenbasis:

Die Auswertung basiert auf der Gesamtdatei. Die ermittelten Anteile für die Verbreitungsgebiete wurden auf die tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt gemäß AMF-Ziffer 17 projiziert.

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 2007 bis 30. Juni 2008)

3.7 Durchführung der Untersuchung: Vogel Auto Medien GmbH & Co. KG

19 Branchen / Wirtschaftszweige / Unternehmenstypen

Nummern der Grundsystematik	Empfängergruppen Bezeichnung lt. „Systematik der Wirtschaftszweige“ des Stat. Bundesamtes	Anteil an tats. verbreiteter Auflage	
		%	Exemplare
34	Automobilhersteller Hersteller von Kraftfahrzeugen, Nutzfahrzeugen u. Kraftwagenteilen	34,3	5.276
23.2, 25.1 25.2, 34,3	Zuliefererindustrie Hersteller von Karosserien, Anhänger und Aufbauten, Motoren, Getrieben, Ausrüstungsteilen für Fahrwerk, Triebwerk, Innenausstattung, Kfz-Elektrik/Elektronik, Reifen, Kunststoffen, Klebstoffen, Lacken, Mineralölen, Dichtungen, Schaumstoffen	45,5	6.983
27.1, 27.22.3 29.14, 29.51	Ausrüster der Automobilindustrie Hersteller von Anlagen, Maschinen, Geräten, Werkzeugen, Umformung, Weiterverarbeitung	7,5	1.153
–	Dienstleister Dienstleister für die Automobilindustrie, vor allem in den Bereichen Logistik Unternehmensberatung, Banken und Entwicklung (z.B. Rapid Prototyping, Rapid Tooling)	8,5	1.307
73	Universitäten, Hochschulen, Institute	0,2	30
75	Ministerien, Verbände u. sonstige Einrichtungen	0,1	16
–	Sonstige (Buchhändler, Privatabos)	1,3	201
	Inland	97,4	14.966
	Ausland (nicht erhoben)	2,6	396
	Tatsächlich verbreitete Auflage	100,0	15.362

20 Größe der Wirtschaftseinheit

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
1 – 9 Beschäftigte	17,2	2.643
10 – 19 Beschäftigte	1,3	200
20 – 49 Beschäftigte	1,5	231
50 – 99 Beschäftigte	2,7	415
100 – 199 Beschäftigte	5,3	815
200 – 499 Beschäftigte	8,3	1.275
500 – 999 Beschäftigte	12,2	1.875
1000 und mehr Beschäftigte	8,3	1.275
nicht erhoben	31,0	4.763
ohne Angaben	9,6	1.474
Inland	97,4	14.966
Ausland	2,6	396
Tatsächlich verbreitete Auflage	100,0	15.362

21.1 Tätigkeitsmerkmal: Aufgabenbereich

Nicht erhoben, weil der Nutzungswert dieser Fachzeitschrift hiervon unabhängig

21.2 Tätigkeitsmerkmal: Stellung (Position) im Betrieb

Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage

	%	Exemplare
Inhaber, Vorstände, Geschäftsführer	24,6	3.780
Einkaufs-, kaufmännische Leiter	12,9	1.982
Verkaufsleiter, Vertriebsleiter, Planungsingenieur, Organisationsleiter, Projektgenieur, Fertigungsleiter	17,6	2.704
Prüfungsingenieur	4,9	753
Entwicklungs-, Konstruktionsleiter	21,5	3.303
Elektroingenieure	1,0	154
Institutsleiter, wissenschaftl. Mitarbeiter	12,7	1.952
Sonstiges	2,2	338
Inland	97,4	14.966
Ausland (nicht erhoben)	2,6	396
Tatsächlich verbreitete Auflage	100,0	15.362

22. Bildung/Ausbildung: Berufliche Ausbildung

Nicht erhoben, weil der Nutzungswert dieser Fachzeitschrift hiervon unabhängig

23. Alter

Nicht erhoben, weil der Nutzungswert dieser Fachzeitschrift hiervon unabhängig

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

Kurzfassung der Erhebungsmethode zur Empfänger-Struktur-Analyse (AMF-Schema 3-E)

1. Untersuchungsmethode

Verbreitungs-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. Inland- und Auslandsempfängern sortiert werden Ergänzend sind in der Datei erfasst: Branchenzugehörigkeit, Betriebsgrößenklassen und Tätigkeitsmerkmale

2.2 Gesamtzahl Empfänger in der Datei: 34.072

2.3 Gesamtzahl wechselnden Empfänger: 11.393

2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen

– Verkaufte Auflage		1.492
davon: abonnierte Exemplare	1.473	
Einzelverkauf	-	
sonstiger Verkauf	19	
– Freistücke		13.870
davon: ständige Freistücke	820	
wechselnde Freistücke	11.393	
Werbeexemplare	1.658	
Tatsächlich verbreitete Auflage (tVA)		15.362
davon Inland	14.966	
davon Ausland	396	

3. Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil)

Grundgesamtheit (tvA): 15.362 = 100,0 %

Davon in der Untersuchung nicht erfasst:

– Ausland	396
– Werbeexemplare	<u>1.702</u>
	2.098 = 14,1 %

Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA) 12.817 = 85,9 %

3.2 Tag der Auswertung: (Juli 2008)

3.3 Beschreibung der Datenbasis:

Für die Zuordnung von Branchen, Betriebsgrößenklassen-Merkmalen zu den Empfängeradressen wurden verwendet: - Adressbücher und Fernsprechbücher, die dem VDAV / Verband Deutscher Auskunfts- und Verzeichnismedien angeschlossen sind – Messekataloge – schriftliche Mitteilungen der Empfänger

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 2007 bis 30. Juni 2008)

3.7 Durchführung der Untersuchung: Vogel Auto Medien GmbH & Co. KG

Ausgabe	Termine	Schwerpunkthemen	Special Report	Messen/Kongresse
1/2 Januar/ Februar	ET: 05.02. AS: 14.01. DU: 23.01.	Elektronik Fahrwerk Personal-Management	Innenraum	Detroit Auto Show, NAIAS (11.01.-25.01.) Braunschweiger Hybridsymposium (18.02.-19.02.) Z 2009 , Leipzig (24.02.-27.02.)
3 März	ET: 03.03. AS: 09.02. DU: 18.02.	Entwicklung / Dienstleister Logistik / SCM Werkstoffe	Modellvorstellung Mercedes-Benz E-Klasse	Embedded World , Nürnberg (03.03.-05.03.) CeBit , Hannover (03.03.-08.03.) Int. Automobilsalon , Genf (05.03.-15.03.) VDI Kunststoffe im Automobil , Mannheim (25.03.-26.03.) VDA Technischer Kongress (25.03.-26.03.) AMI/AMITEC , Leipzig (28.03.-05.04.)
4 April	ET: 03.04. AS: 12.03. DU: 23.03.	Sicherheit Fahrerassistenz Powertrain / Abgas	Fertigung Produktionsstraßen, Automation, Metallbearbeitung, Verbindungstechnik, Oberflächentechnik, Umformtechnik	Hannover Messe (20.04.-24.04.) SAE , Detroit (20.04.-23.04.) Safety Week , Aschaffenburg (20.04.-24.04.) Wiener Motorensymposium (07.05.-08.05.) Interpart/Surfacts , Karlsruhe (05.05.-06.05.)

5 Mai	ET: 08.05. AS: 15.04. DU: 24.04.	Innenraum Bedienelemente Werkstoffe	Elektronik Bordnetz-Architektur, Software/Aktorik, Lichttechnik, Infotainment	Control , Stuttgart (05.05.-08.05.) Sensor+Test , Nürnberg (26.05.-28.05.) transport logistik , München (12.05.-15.05.)
6 Juni	ET: 12.06. AS: 19.05. DU: 29.05.	Fahrwerk Entwicklung / Dienstleister Messen / Prüfen / Testing Würzburger Automobil Gipfel	Datenmanagement IT in der Automobilindustrie	European Automotive Testing Expo, Crash Test Expo (16.06.-18.06.) Würzburger Automobil Gipfel 2009 (24.06.-25.06.) Zulieferer Innovativ 2009 , Audi-Forum Ingolstadt (24.06.)
7/8 Juli	ET: 17.07. AS: 25.06. DU: 06.07.	Fertigung Heizung / Klima Personal-Management	Powertrain und Abgastechnik Hybridantriebe, Otto- und Dieselmotoren, alternative Antriebe und Kraftstoffe, Wärmemanagement	Anzeigen- Copy-Test durch EMNID
OEM Partners August	ET: 03.08. AS: 02.07. DU: 26.07.	OEM Partners 2009	Produktreport und Database Das jährliche Standardwerk für die Automobilindustrie mit Produktinformationen, Firmenprofilen, Zulieferporträts, Ansprechpartnern und kompletten Lieferprogrammen.	
9 September	ET: 04.09. AS: 13.08. DU: 24.08.	Innenraum / Sitze Sicherheit Leichtbau Powertrain / Abgas Fahrwerk	IAA Messeausgabe Messeausgabe	IAA , Frankfurt (17.09.-27.09.) Motek , Stuttgart (21.09.-24.09.) f-cell , Stuttgart(28.09.-29.09.)

Ausgabe	Termine	Schwerpunkthemen	Special Report	Messen/Kongresse
10 Oktober	ET: 02.10. AS: 10.09. DU: 21.09.	Fertigung Logistik / SCM Datenmanagement / IT	Elektronik Batterietechnik Energiemanagement	Equip' Auto , (Oktober 2009) EMO , Mailand (05.10.-10.10.) VDI Elektronik , Baden Baden (07.10.-08.10.) Materialica , München (13.10.-15.10.) FAKUMA , Friedrichshafen (13.10.-17.10.) Aachener Kolloquium (Oktober 2009) Systems , München (27.10.-30.10.) driveIT , Stuttgart (01.11.)
11 November	ET: 06.11. AS: 15.10. DU: 26.10.	Fahrwerk Werkstoffe Entwicklung / Dienstleister	Modellvorstellung Audi A8	Midest , Paris (November 2009) Productronica , München (10.11.-13.11.) SPS/IPC/Drives , Nürnberg (24.11.-26.11.) Euromold , Frankfurt (02.12.-05.12.)
12 Dezember	ET: 11.12. AS: 19.11. DU: 30.11.	Powertrain Abgas Leichtbau	Heizung / Klima	
1/2 Januar/ Februar 2010	ET: 01.02.2010 AS: 14.01.2010 DU: 23.01.2010	Elektronik Fahrwerk Personal-Management	Innenraum	Detroit Auto Show , NAIAS (Januar 2010)

ET* = Erscheinungstermin AS* = Anzeigenschluss DU* = Druckunterlagenschluss

Produktreport – Wer liefert was in der Automobilindustrie?

- ▶ 12 Produktgruppen sorgen für Übersichtlichkeit und erhöhen den Nutzwert des Kataloges.
- ▶ Alle Produktgruppen enthalten einleitende Fachartikel sowie Beiträge über neue Produkte und Verfahren.
- ▶ Alle Werbeformate werden in der von Ihnen gewünschten Produktgruppe platziert!

Database – Per Mausklick zu Ihrem Firmenprofil

- ▶ Die umfangreiche Database liefert einen Überblick über die Firmen aus der Automobilindustrie.
- ▶ Über 700 Produktstichworte und zahlreiche andere Suchkriterien erlauben eine detaillierte Suche und gewährleisten ein zielsicheres Finden Ihres Eintrages.
- ▶ Die Frage „Wer liefert was?“ wird schnell per Mausklick beantwortet.
- ▶ www.oem-partners.de

Werbeformate des Produktkatalogs

Anzeige

Mindestformat 1/8 Seite

1/1 Seite s/w 4.140,- €

1/1 Seite 4c 5.760,- €

Details siehe aktuelle Preisliste Nr. 049 auf der nächsten Seite.

Standard-Eintrag im Firmenregister

Platzierung auf einer Textseite

Einheitliches Format 1/16 Seite (94 mm x 32mm)

Bestandteile: Logo, Adressdaten, Telefon, Fax, E-Mail, Web-Adresse, Produktprogramm

pro Eintrag und Produktgruppe 399,- €

Unternehmensporträt im Produktreport

Das Besondere: Redaktionelle Aufbereitung des Unternehmensporträts in der jeweiligen Produktgruppe. Format: Doppelseite
Bestandteile: Farbfoto, Firmenlogo, Begleittext über das Unternehmen, alle wichtigen Eckdaten, komplette Adresse
Die Unternehmensporträts werden in enger Abstimmung mit der Redaktion erstellt.

Doppelseite

4.800,- €



Ihr direkter Kontakt:

Anna Gredel

Leiterin Verkauf & Auftragsmanagement

Tel.: 0931/418-2920

E-Mail: anna_gredel@vogel-automedien.de

1 Auflage:

Druckauflage: 15.745 Exemplare

Tats. verbr. Aufl.

im Jahres-Ø (lt. AMF

Schema 2, Ziffer 17): 15.362 Exemplare

2 Zeitschriftenformat:

210 mm breit, 297 mm hoch, DIN A 4

Satzspiegel: 190 mm breit, 270 mm hoch

Spaltenzahl: 4 Spalten

Spaltenbreite: 46 mm

3 Druck- und Bindeverfahren, Druckunterlagen:

Offsetdruck, Rückendrahtheftung. Druckunterlagen in digitaler Form auf Datenträger und Proof oder per ISDN. Für inhaltlich fehlerhafte oder unvollständige Daten wird jede Haftung abgelehnt.

Neugestaltung oder Entwürfe von Anzeigen werden gesondert berechnet. Ebenso Änderungsarbeiten, die den üblichen Arbeitsaufwand (ca. 15 Minuten) überschreiten. Durch fehlerhafte, nicht vollständige oder nicht verwendbare Anlieferung von Daten kann ein erheblicher Mehraufwand entstehen, der zusätzlich nach Stundensatz verrechnet wird (80,- EUR je Stunde).

Weitere Angaben zur digitalen Datenanlieferung finden Sie unter „Datenlieferung“.

4 Termine:

Erscheinungsweise: monatlich, siehe Termin- und Themenplan

Erscheinungstermin: siehe Termin- und Themenplan

Anzeigenschluss: siehe Termin- und Themenplan

5 Verlag:

Hausanschrift: Vogel Auto Medien GmbH & Co. KG

Postanschrift: Automobil Industrie, 97082 Würzburg

Internet: www.automobil-industrie.de

Auftragsmanagement: Telefon: (09 31) 4 18-28 69 oder 28 68

Telefax: (09 31) 4 18-28 10

E-Mail: anja_guender@vogel-automedien.de

6 Zahlungsbedingungen:

Innerhalb 14 Tagen 2 % Skonto,
innerhalb 30 Tagen ohne Abzug.

Ust.-Ident-Nr.: DE201951723

Bankverbindungen:

Dresdner Bank AG

Würzburg

(BLZ 790 800 52) Konto-Nr. 3 051 821 00

S.W.I.F.T.-Code DRES DE FF 790

IBAN:

DE88790800520305182100

7 Anzeigenformate und Preise in EUR:

Allen Preisen ist die gesetzliche MwSt. zuzurechnen

Format	Breite × Höhe in mm	Grundpreis s/w	2-farbig	3-farbig	4-farbig
2/1 Seite		8.280,-	9.360,-	10.440,-	11.520,-
1/1 Seite	190 × 270	4.140,-	4.680,-	5.220,-	5.760,-
Juniorpage	136 × 190	2.580,-	2.980,-	3.380,-	3.780,-
1/2 Seite	190 × 134 94 × 270	2.070,-	2.470,-	2.870,-	3.270,-
1/3 Seite	190 × 88 62 × 270	1.380,-	1.760,-	2.140,-	2.520,-
1/4 Seite	46 × 270 94 × 134 190 × 66	1.140,-	1.490,-	1.840,-	2.190,-
1/8 Seite	46 × 134 94 × 66 190 × 32	570,-	920,-	920,-	920,-

8 Zuschläge

8.1 Farbzuschläge in EUR (nicht rabattierbar): **Sonderfarben auf Anfrage.**

Für jede zusätzliche Buntfarbe aus der Europa-Skala (in EUR):

	1/1 Seite	1/2 Seite	1/3 Seite	1/4 Seite und kleiner
2. Farbe	540,-	400,-	380,-	350,-
3. Farbe	540,-	400,-	380,-	350,-
4. Farbe	540,-	400,-	380,-	350,-
4-farbig	1.620,-	1.200,-	1.140,-	1.050,-

8.2 Preise für Vorzugsplätze

vom Grundpreis schwarz-weiß

10 % Zuschlag

8.3 Preise für Sonderformate in EUR (rabattierbar)

(Druck- und technische Kosten auf Anfrage)

Titelseite mit Fensterfalz 4-farbig

(= aufklappbar als Doppelseite)

13.170,-

2 Seiten in Folge rechts-links, 4-farbig

6.210,-

Umschlagschürze, 4-farbig

12.750,-

(um Titelseite und 4. US, Motiv 4. US nicht belegt)

Titelbanderole, 4-farbig

6.550,-

Anzeigen über Bund: gelten als angeschnittene Anzeigen

Anschnittzuschläge (nicht rabattierbar): 10 % vom Grundpreis der 1/1 Seite s/w.

9 Rubrikanzeigen:

Gelegenheitsanzeigen und Stellenangebote
Stellengesuche

20 % Nachlass

50 % Nachlass

10 Sonderwerbformen: siehe unter "Event" und „Service“

11 Nachlässe: Bei Abnahme innerhalb eines Jahres

Malstaffel	3 x	6 x	12 x	24 x
	5 %	10 %	15 %	20 %

Mengenstaffel	1 Seite	3 Seiten	6 Seiten	12 Seiten
	5 %	10 %	15 %	20 %

Technische Zusatzkosten werden nicht rabattiert.

12 Kombinationen: auf Anfrage

13 Einhefter in EUR:

Papiergewicht	2-seitig	4-seitig	6-seitig	8-seitig
bis 135 g/m ²	4.140,-	6.210,-	8.280,-	10.350,-
von 136–150 g/m ²	4.550,-	6.830,-	9.100,-	11.380,-
von 151–180 g/m ²	5.175,-	7.760,-	10.350,-	12.930,-
über 180 g/m ²	6.210,-	9.310,-	12.420,-	15.525,-

unter 90 g/m² auf Anfrage, mit Muster, ebenso bei mehr als 8-seitigen Einheftern.

Rabatte: Nach Mal- und Mengenstaffel auch in Kombination mit Anzeigen. Basis:

1 Blatt = 1 Anzeigenseite	3 Blatt = 2 Anzeigenseiten
2 Blatt = 1,5 Anzeigenseiten	4 Blatt = 2,5 Anzeigenseiten

Vorlage eines Musters vor Auftragsannahme erforderlich.

Format: 213 mm breit, 306 mm hoch inklusiv 6 mm Kopf und

je 3 mm Außenbeschnitt (vier- und mehrseitig gefalzt anliefern).

14 Beilagen in EUR (nicht rabattierbar): Beilagenpreise jeweils pro Tausend.

	2-4 Seiten	8 Seiten	12 Seiten	über 12 Seiten
--	------------	----------	-----------	----------------

bis 25 g 285,- 290,- 295,- 300,-

je weitere 5 g Gesamtgewicht 15,- EUR pro Tsd.

Das Format muss in der Breite und Höhe jeweils 10 mm (Minimum) kleiner

sein, als das beschnittene Format der Trägerzeitschrift. Maximalformat:

200 mm breit x 287 mm hoch, Minimalformat: 148 mm breit x 105 mm hoch

Für Teilbeilagen Erschwerniszuschlag je % 16,- EUR. (Mindestauflage 3.000)

Vorlage eines Musters vor Auftragsannahme erforderlich.

15 Beigeklebte Postkarten:

Maschinell beigeklebte Postkarten (parallel zum Bund, kein Schrägstand)

im Format DIN A6 bis 5 g Gewicht in Verbindung mit einer 1/1-seitigen

Anzeige oder Einhefter: 33 % des Brutto-Seitenpreises s/w bzw. des 2-seitigen

Einhefter-Preises zuzüglich Klebekosten 35,- EUR je % (nicht rabattierbar)

nach vorheriger Klärung der Platzierungsmöglichkeiten. Aufkleben von

Broschüren, Warenmustern, CD's etc. auf Anfrage.

16 Versandanschrift für Beilagen und Einhefter:

Lieferung frei Vogel Druck und Medienservice, Leibnizstraße 5, 97204 Höchberg

(mit Vermerk »Automobil Industrie« und Angabe der Heftnummer).

Anlieferung bis zum Anzeigenschlusstermin.

1. Geltungsbereich; ausschließliche und künftige Geltung
- 1.1 Die nachfolgenden Geschäftsbedingungen gelten für Bestellungen über die Schaltung einer oder mehrerer Anzeigen oder sonstiger Werbemittel, z.B. Beilagen, Einhefter oder von Sonderwerbformen (nachfolgend gemeinsam als „Anzeige“ bezeichnet) durch den Kunden bei der Vogel Auto Medien GmbH & Co. KG (nachfolgend „Verlag“ genannt) in den von ihr verlegten Zeitschriften. Sie gelten entsprechend für eventuelle Arbeitsleistungen im Zusammenhang mit der Schaltung der Anzeige (z.B. Neugestaltung, Entwürfe, Änderungsarbeiten).
- 1.2 Anderslautende Geschäftsbedingungen des Auftraggebers haben keine Gültigkeit, auch wenn der Verlag im Einzelfall nicht widerspricht.
- 1.3 Die AGB gelten in der vorliegenden Fassung auch für alle künftigen Auftragsaufträge, unabhängig davon, ob darauf im Rahmen des Einzelauftrags noch einmal hingewiesen wird. Über Änderungen an den AGB wird der Vertragspartner unverzüglich informiert (z.B. auf der Rechnung). Die geänderten AGB gelten ab Kenntnis für die nächste Bestellung des Auftraggebers.
2. Auftragsabschluss; Vertragspartner
- 2.1 Die Bestellungen des Auftraggebers erfolgen jeweils auf Grundlage der zum Zeitpunkt der Auftragserteilung gültigen Anzeigen-Preisliste. Über diese kann sich der Auftraggeber direkt beim Verlag oder im Internet unter www.vogel-media.de erkundigen.
- 2.2 Der Verlag behält sich vor, noch nicht bestätigte Auftragsaufträge binnen 14 Tagen seit Auftragsingang abzulehnen. Im Übrigen bleibt der Verlag berechtigt, einzelne Anzeigeninhalte gem. Ziffer 4 abzulehnen.
- 2.3 Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbundwerbung), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annahmeerklärung von Verlag und berechtigen den Verlag zur Erhebung eines Verbundzuschlages. Vertragspartner ist der Auftraggeber, der gegenüber Verlag für das Verhalten der Dritten sowie die Kosten der Anzeige einsteht.
- 2.4 Bei Agenturbuchungen kommt der Vertrag im Zweifel mit der Werbeagentur selbst zustande. Soll dagegen der Werbungstreibende direkt Auftraggeber werden, muss dieser von der Werbeagentur namentlich benannt werden. Der Verlag ist berechtigt, von der Werbeagentur einen Beleg der Beauftragung durch den Werbebetreibenden sowie einen Gewerbenachweis zu verlangen.
3. Bereitstellung der Druckunterlagen; Probeabzüge; sonstige Arbeiten; Aufbewahrung von Druckunterlagen
- 3.1 Für die rechtzeitige Lieferung und die einwandfreie Beschaffenheit der Druckunterlagen oder anderer Werbemittel (nachfolgend gemeinsam „Druckunterlage“) ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Bei der Anlieferung von digitalen Druckunterlagen ist der Auftraggeber verpflichtet, ordnungsgemäße Dateien rechtzeitig vor Schaltungsbeginn zu liefern. „Ordnungsgemäß“ ist eine Datei, die den in den jeweils aktuellen Media Daten oder sonst durch den Verlag ihm mitgeteilten technischen Vorgaben entspricht. „Rechtzeitig“ ist die Lieferung, wenn die ordnungsgemäße Druckunterlage zum in den jeweils aktuellen Media Daten oder sonst durch den Verlag mitgeteilten spätesten Liefertermin beim Verlag eingeht.
- 3.2 Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch des Auftraggebers geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Sendet der Auftraggeber den ihm rechtzeitig übermittelten Probeabzug nicht fristgemäß zurück, so gilt die Genehmigung zum Abdruck als erteilt.
- 3.3 Kosten für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende (z.B. bei erforderlichen Änderungen aufgrund nicht fristgerechter oder nicht ordnungsgemäßer Lieferung) Erstellung oder Änderungen an den Druckunterlagen hat der Auftraggeber zu tragen. Es gilt die zum Zeitpunkt der Erstellungs- oder Änderungsarbeiten aktuelle Preisliste des Verlags.
- 3.4 Der Verlag liefert auf Wunsch nach Erscheinen der Anzeige einen Beleg. Eine vollständige Belegnummer wird geliefert, sofern Art und Umfang des Auftragsauftrags dies rechtfertigen. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine Aufnahmebescheinigung des Verlags.
- 3.5 Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber auf dessen Kosten zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung der Druckunterlagen endet drei Monate nach Auftragserteilung. Danach ist der Verlag berechtigt, die Unterlagen zu vernichten.
4. Ablehnungsbefugnis des Verlags
- 4.1 Bei Anzeigenabschlüssen behält sich der Verlag die Annahme oder Ablehnung einzelner Anzeigen vor. Er kann die Annahme oder Ablehnung auf die Anwendung einheitlicher Grundsätze wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form der Anzeige stützen. Auch bei Anzeigenaufträgen, die von Verlagsvertretern oder von sonstigen Annahmestellen vorgenommen werden, steht dem Verlag das Recht der Ablehnung nach dieser Ziffer zu. Der Verlag wird den Auftraggeber unverzüglich von der Ablehnung unterrichten.
- 4.2 Soweit die Ablehnung auf vom Auftraggeber zu vertretenden Gründen beruht, bleibt seine Zahlungsverpflichtung unberührt. In jedem Fall ist der Auftraggeber berechtigt, ein Ersatzmotiv zu schalten. Macht ein Auftraggeber, der die Ablehnung nicht zu vertreten hat, von dieser Möglichkeit Gebrauch, bleibt es ebenfalls bei der Zahlungsverpflichtung.
5. Platzierung der Werbung; Kennzeichnung
- 5.1 Die Anzeige wird im nächst erreichbaren Heft geschaltet, falls nichts anderes vereinbart ist.
- 5.2 Sind im Voraus mehrere Anzeigen in Auftrag gegeben, sind diese im Zweifel innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss durchzuführen. Die Veröffentlichung der Anzeigen erfolgt im Zweifel gleichmäßig auf die Abnahmezeit verteilt.
- 5.3 Der Verlag behält sich ausdrücklich redaktionell bedingte Änderungen an der inneren Einteilung, der Ausstattung, dem Titel oder dem Umfang der jeweiligen Zeitschrift sowie dadurch erforderliche Verschiebungen von Erscheinungsdaten vor.
- 5.4 Der Verlag wird die Platzierung der Anzeige unter größtmöglicher Berücksichtigung der Wünsche des Auftraggebers vornehmen. Soweit nichts anderes vereinbart ist, hat der Auftraggeber keinen Anspruch auf eine bestimmte Platzierung oder den Ausschluss von Werbung für Waren oder Dienstleistungen eines Konkurrenten des Auftraggebers.
- 5.5 Der Verlag ist berechtigt nach eigenem Ermessen Anzeigen, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht klar als solche erkennbar sind, deutlich von sonstigen Inhalten zu trennen, z.B. durch Ausweis als „Anzeige“.
6. Chiffreanzeigen
- 6.1 Zuschriften auf Chiffreanzeigen sind vom Auftraggeber am Sitz des Verlags abzuholen. Sofern der Auftraggeber stattdessen eine Übersendung der Zuschriften wünscht, geschieht dies auf Kosten und Gefahr des Auftraggebers per Post an die vom Auftraggeber angegebene Adresse. Beim Verlag eingehende Einschreibebriefe und/oder Elfbriefe werden ebenfalls auf dem normalen Postweg an den Auftraggeber weitergeleitet, es sei denn, der Auftraggeber wünscht etwas anderes.
- 6.2 Zuschriften, welche im Falle des Versands aus nicht vom Verlag zu vertretenden Gründen nicht an die vom Auftraggeber angegebene Adresse des Auftraggebers zugestellt werden können, bewahrt der Verlag vier Wochen zur Abholung auf. Danach ist er berechtigt, nicht abgeholte Zuschriften zu vernichten.
7. Vergütung; Preisänderungen; Rabattierung
- 7.1 Die zwischen Verlag und dem Auftraggeber geltende Vergütung ergibt sich aus der Auftragsbestätigung. Fehlt eine schriftliche Auftragsbestätigung oder ist der Auftragsbestätigung keine Vergütung zu entnehmen, so gilt die bei Auftragserteilung gültige Preisliste.
- 7.2 Eine Änderung der Preise ist jederzeit möglich. Für von Verlag bereits bestätigte Aufträge sind Preisänderungen jedoch nur wirksam, wenn sie mindestens mit einem Monat Vorlauf angekündigt wurden. In diesem Fall steht dem Auftraggeber ein Kündigungsrecht zu, das innerhalb von 14 Werktagen seit Bekanntgabe der Preiserhöhung schriftlich auszuüben ist. Eine Rabattnachbelastung gem. Ziffer 7.1 erfolgt in diesem Fall nicht. Weitergehende Ansprüche des Auftraggebers sind ausgeschlossen. Erfolgt keine Kündigung, gilt die Preiserhöhung auch für bestehende Aufträge als genehmigt.
- 7.3 Soweit nicht Vorauszahlung vereinbart ist, sind Rechnungen innerhalb der in der Preisliste angegebenen Frist zu zahlen, sonst binnen 30 Tagen ab Rechnungsdatum. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

- 7.4 Lässt der Auftraggeber unberechtigterweise Wechsel oder Schecks zu Protest gehen oder wird ein Antrag auf Eröffnung eines Insolvenzverfahrens über das Vermögen des Auftraggebers gestellt, kann der Verlag die weitere Ausführung des laufenden Anzeigenauftrags bis zur Bezahlung zurückstellen, es sei denn der Auftraggeber leistet Sicherheit.
- 7.5 Rabatte werden nicht gewährt für Unternehmen, deren Geschäftszweck unter anderem darin besteht, für verschiedene Werbungstreibende Anzeigenaufträge zu erteilen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen.
- 7.6 Für konzernverbundene Unternehmen kann eine gemeinsame Rabattierung erst ab dem Zeitpunkt des schriftlichen Nachweises beansprucht werden. Konzernverbundene Unternehmen im Sinne dieser Bestimmung sind Unternehmen, zwischen denen eine kapitalmäßige Beteiligung von mehr als 50 Prozent besteht.
- 7.7 Die in der Anzeigenpreisliste bezeichneten Nachlässe werden nur für die innerhalb eines Jahres erscheinenden Anzeigen gewährt. Die Frist beginnt mit dem Erscheinen der ersten Anzeige, wenn nicht bei Vertragsabschluss ein anderer Beginn schriftlich vereinbart worden ist. Wird die Ein-Jahres-Frist nicht eingehalten, so ist der Auftraggeber verpflichtet, dem Verlag den Differenzbetrag zwischen dem vertraglich unter Beachtung des festgelegten Gesamtvolumens gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Rabatt zu erstatten (Rabatt-Nachbelastung).
8. Haftungsfreistellung durch den Auftraggeber
- 8.1 Der Auftraggeber ist allein für die Rechtmäßigkeit des Inhalts seiner Anzeige verantwortlich. Den Verlag trifft keine Pflicht zur rechtlichen Überprüfung der Anzeige.
- 8.2 Der Auftraggeber steht insbesondere dafür ein, dass die von ihm übermittelte Anzeige nicht gegen geltende Gesetze verstößt (z.B. den geltenden Strafgesetzen, den Vorschriften zum Schutze der Jugend sowie des Rechts des unlauteren Wettbewerbs) oder die Rechte Dritter (z.B. Markenrechte, Persönlichkeitsrechte, Urheberrechte) verletzt. Die Anzeige darf insbesondere auch keine verleumderischen, krediterschädigenden, pornographischen, gewalt- oder kriegsverherrlichende Inhalte haben. Soweit in der Anzeige Ansprechpartner benannt sind, versichert der Auftraggeber das Vorliegen der Einwilligung jeder namentlich benannten natürlichen Person.
- 8.3 Sollte der Verlag aufgrund eines schuldhaften Verhaltens des Auftraggebers, insbesondere aufgrund einer schuldhaften Verletzung der oben genannten Verpflichtungen, von einem Dritten, einem Gericht oder einer Behörde in Anspruch genommen werden, verpflichtet sich der Auftraggeber den Verlag soweit rechtlich möglich von etwaigen Ansprüchen freizustellen und die Kosten der Rechtsverteidigung zu übernehmen. Der Verlag wird den Auftraggeber unverzüglich über die Geltendmachung entsprechender Ansprüche informieren. Der Auftraggeber wird den Verlag bei der Abwehr dieser Ansprüche bestmöglich unterstützen. Kommt der Auftraggeber dieser Verpflichtung nicht binnen einer vom Verlag zu setzenden angemessenen Frist nach, ist der Verlag berechtigt, den Angriff des Dritten unter Berücksichtigung der sich für den Verlag darstellenden Sach- und Rechtslage nach eigenem sachgemäßem Ermessen zu erledigen. Die Kosten dieser Erledigung werden von dem Auftraggeber getragen, und zwar auch für den Fall, dass sich die Erledigung nachträglich aufgrund vom Auftraggeber nicht erteilter Informationen als nachteilig herausstellt.
9. Mängelgewährleistung; Rügepflicht
- 9.1 Der Verlag gewährleistet die nach Maßgabe der vertraglichen Vereinbarung (insbes. Auftragsbestätigung, Druckvorgaben in den Media Daten) übliche Beschaffenheit und Veröffentlichung der Anzeige unter Beachtung der von dem Auftraggeber übermittelten Daten.
- 9.2 Entspricht die Veröffentlichung einer Anzeige aufgrund eines von Verlag zu vertretenden Umstandes nicht im Wesentlichen der geschuldeten Beschaffenheit, hat der Auftraggeber Anspruch auf eine unverzügliche Ersatzschaltung in einem vergleichbaren Umfeld.
- 9.3 Verweigert Verlag die Ersatzschaltung ernsthaft und endgültig oder ist die Ersatzschaltung ebenfalls mangelhaft im Sinne von Ziffer 9.2, hat der Auftraggeber ein Recht auf Rückgängigmachung des betroffenen (Teil-) Auftrages oder Zahlungsminderung in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde.

- 9.4 Der Auftraggeber hat die Anzeige nach dem Ersterscheinungstermin unverzüglich zu prüfen und etwaige Mängel zu rügen (Rügepflicht). Bei verdeckten Mängeln ist die Rüge unverzüglich nach Entdeckung des Mangels zu machen.
- 9.5 Offene Mängel sind innerhalb von fünf Werktagen nach Ersterscheinen der Anzeige, verdeckte Mängel innerhalb derselben Frist nach Entdeckung schriftlich zu rügen.
- 9.6 Gewährleistungsansprüche verjähren innerhalb von 12 Monaten.
10. Abtretung; Aufrechnung; Zurückbehaltung
- 10.1 Die Abtretung der Ansprüche aus dem Anzeigenauftrag durch den Auftraggeber bedarf der vorherigen schriftlichen Zustimmung durch Verlag.
- 10.2 Der Auftraggeber kann gegenüber Ansprüchen von Verlag nur dann aufrechnen, wenn die Forderung des Auftraggebers unbestritten oder rechtskräftig festgestellt ist. Ein Zurückbehaltungsrecht kann nur dann geltend gemacht werden, wenn der Zahlungsanspruch von Verlag und der Gegenanspruch des Auftraggebers auf demselben Vertragsverhältnis beruhen.
11. Haftung des Verlag
- 11.1 Der Verlag haftet für Schäden des Auftraggebers, die der Verlag, seine gesetzlichen Vertreter, leitenden Angestellten oder Erfüllungsgehilfen vorsätzlich oder grob fahrlässig herbeigeführt haben.
- 11.2 Unabhängig vom Verschuldensgrad haftet der Verlag für Schäden, die dadurch entstanden sind, dass die in Ziffer 11.1 Genannten eine Pflicht verletzt haben, die für die Erreichung des Vertragszwecks von wesentlicher Bedeutung ist (sog. Kardinalpflicht) sowie im Falle einer arglistigen Täuschung. In gleicher Weise haftet der Verlag unabhängig vom Verschuldensgrad, sofern der Schaden auf einer Verletzung einer vom Verlag übernommenen Garantie oder auf einem nicht fahrlässigen Organisationsverschulden beruht.
- 11.3 Von dem vorstehenden Haftungsausschluss unberührt bleiben Schadensersatzansprüche des Auftraggebers aus der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit, die auf einer Pflichtverletzung des Verlags oder des in Ziffer 11.1 genannten Personenkreises beruhen.
- 11.4 In anderen als den in Ziffer 11.1 bis 11.3 genannten Fällen ist die Haftung des Verlags – unabhängig vom Rechtsgrund – ausgeschlossen. Schadensersatzansprüche gegen den Verlag verjähren nach Ablauf von 12 Monaten seit ihrer Entstehung, es sei denn, sie basieren auf einer unerlaubten oder vorsätzlichen Handlung.
- 11.5 Die Schadensersatzansprüche sind auf den vorhersehbaren, vertragstypischen Schaden begrenzt und betragen im Falle des Verzugs 5% des Auftragswertes.
12. Höhere Gewalt
- Durch höhere Gewalt, Streik, rechtmäßiger Aussperrung oder eine unvorhersehbare Betriebsstörung begründete zeitweilige Unterbrechung der Anzeigenveröffentlichung entbindet nicht vom Anzeigenauftrag. In solchen Fällen verlängert sich die Abnahmezeit entsprechend. Ein Rücktrittsrecht aufgrund dieses Ereignisses besteht nur bei einem endgültigen Leistungshindernis, sonst nach Ablauf von drei Monaten. Der Kunde ist berechtigt, während der Unterbrechung etwaige Zahlungen auszusetzen, bereits in Vorleistung erbrachte Zahlungen werden soweit gesetzlich geschuldet im Rahmen einer etwaigen Rückabwicklung erstattet. Die Forderung von Schadensersatz ist im Übrigen ausgeschlossen.
13. Erfüllungsort; anwendbares Recht
- 13.1 Ausschließlicher Gerichtsstand und Erfüllungsort ist am Sitz des Verlags, wenn der Auftraggeber Kaufmann ist.
- 13.2 Dieser Vertrag unterliegt ausschließlich dem Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechts.

Stand: August 2008

Digitale Anzeigen-Druckunterlagen:

Datenformat

Bitte liefern Sie Ihre Druckunterlagen als PDF Daten.

Wir empfehlen die internationale Norm PDF/X-1a.

Für die Kontrolle benötigen wir einen farbverbindlichen Ausdruck bzw. Proof mit Medienkeil.

Achten Sie auch auf die Einhaltung der disponierten Anzeigenformate.

Farbraum

Der Druck erfolgt nach der Euroskala im Prozessstandard Offsetdruck mit den Grundfarben: Cyan, Magenta, Gelb und Schwarz.

Sonderfarben sind nur nach Absprache auf dem Umschlag möglich.

Profile

Die entsprechenden Profile zur Konvertierung und Kontrolle des Farbraums finden Sie auf der Internetseite des ECI (www.eci.org).

Proof

Der Digitalproof muss 1:1 vom angelieferten Datensatz gefertigt sein und den Ugra/Fogra-Medienkeil enthalten.

Gewährleistung

Bei Anlieferung von unvollständigen oder abweichenden Daten übernehmen wir keine Haftung für das Druckergebnis.

Die Bearbeitung von offenen Daten oder das Berichtigen von falsch gelieferten Anzeigenformaten verursacht zusätzlichen Aufwand, der Ihnen zu Selbstkosten in Rechnung gestellt wird.

Anzeigenübermittlung:

E-Mail: verlags-service@vogel-medien.de

ISDN-Mac: * **0931 418-3018**
0931 418-3019

FTP-Server: * 1) über FTP Client:
vogelftp.vogel-net.de
Benutzer: vs
Passwort: service

2) über Browser
ftp://vs:service@vogelftp.vogel-net.de

Datenträger: CD-ROM

*** Formular „Digitale Anzeigen-Druckunterlagen“**

Damit Ihre Daten bei uns richtig weiterverarbeitet/zugeordnet werden können, ist das Formular „Digitale Anzeigen-Druckunterlagen“ erforderlich.

Das Formular erhalten Sie mit Ihrer Auftragsbestätigung.

Ansprechpartner bei Fragen zur Datenlieferung

Herr Drescher: 0931 418-2309

Herr Sommer: 0931 418-2286

Anzeigenformate »Automobil Industrie« (B x H in mm)

1/1 Seite
190 x 270
 Anschnitt
 210 x 297

9/16 Seite (Junior-Page)
136 x 190
 Anschnitt
 149 x 210

3/4 Seite (hoch)
 3-spaltig
142 x 270
 Anschnitt
 152 x 297

1/4
 1-spaltig
46 x 270
 Anschnitt
 56 x 297

3/4 Seite (quer)
 4-spaltig
190 x 200
 Anschnitt
 210 x 214

1/4
 4-spaltig
190 x 66
 Anschnitt 210 x 82

2/3 Seite (hoch)
 2-spaltig
126 x 270
 Anschnitt
 136 x 297

1/3
 1-spaltig
62 x 270
 Anschnitt
 72 x 297

2/3 Seite (quer)
 4-spaltig
190 x 180
 Anschnitt
 210 x 194

1/3
 4-spaltig
190 x 88
 Anschnitt
 210 x 102

1/2 Seite (quer)
 4-spaltig
190 x 134
 Anschnitt
 210 x 148

1/4
 2-spaltig
94 x 134

3/16
 2-spaltig
94 x 99

1/2 Seite (hoch)
 2-spaltig
94 x 270
 Anschnitt
 104 x 297

1/8
 2-spaltig
94 x 66

1/8
 1-spaltig
46 x 134

1/8 4-spaltig
190 x 32

3/32 1-spaltig 46 x 99	3/32 2-spaltig 94 x 48	3/64 1-spaltig 46 x 48
	1/16 2-spaltig 94 x 32	1/32 1-spaltig 46 x 32
	1/32 2-spaltig 94 x 15	

Beispiele
 für Anzeigenformate
 Breite x Höhe in mm.

Anlieferung Format Anschnitt:
 Zur Maßangabe (B x H) unbedingt
allseitig 3 mm Beschnittzugabe hinzufügen
 und Anzeige entsprechend anlegen!



www.automobil-industrie.de hat den Finger am Puls des Geschehens in der Automobilindustrie. Ob Unternehmensnachrichten oder businessrelevante Meldungen aus Politik und Wirtschaft, »Automobil Industrie Online« hat die wichtigsten Entwicklungen der Branche auf dem Radar. Kein Manager kann auf die topaktuellen News des Business-Web von »Automobil Industrie« verzichten.

Der Online-Kanal des Fachmagazins kann noch mehr:

- ▶ **www.automobil-industrie.de** präsentiert ein neues, vielschichtiges, multimediales und interaktives Angebot an Fach-, Unternehmens- und Produktinformationen.
- ▶ Nach dem Motto **„Finden statt Suchen“** sorgen die Mikrosegmentierung von Themengebieten, Suchagenten in den „My-Bereichen“, individualisierte Newsletter, RSS-Feeds sowie eine Unternehmens-Database für eine besonders hohe Effizienz bei der Informationsbeschaffung.
- ▶ Die Informationsquelle Internet wirkt als ideales Komplementär-Tool zur Fachzeitschrift. Gemäß dem Prinzip **„Print verschafft Überblick – Online vertieft“** finden User alle kontextrelevanten Informationen schnell, präzise und strukturiert.
- ▶ Wissen wird nachhaltig vorgehalten und ist damit immer und überall verfügbar.



Ihr Plus!

Neben von der Redaktion verfassten Inhalten veröffentlichen Werbekunden unternehmenseigenen Content in Form von Whitepapers und Webcasts. Da diese Fachinformationen für den User registrierungspflichtig sind, können so hochqualifizierte Kontaktdaten von potentiellen Kunden generiert werden (Leads). Mit dem Ziel **„Wissen statt Ahnen“** wird Werbung messbar und das User-Verhalten transparent. Darüber hinaus garantieren klassische digitale Werbeformate unverändert Reichweite und eine kontextuell segmentierte Zielgruppenansprache.

1 Web-Adresse (URL): <http://www.automobil-industrie.de>

2 Kurzcharakteristik:

www.automobil-industrie.de hat den Finger am Puls des Geschehens in der Automobilindustrie. Ob Unternehmensnachrichten oder Business-relevante Meldungen aus Politik und Wirtschaft, »Automobil Industrie Online« hat die wichtigsten Entwicklungen der Branche auf dem Radar.

www.automobil-industrie.de präsentiert ein neues, vielschichtiges, multimediales und interaktives Angebot an Fach-, Unternehmens- und Produktinformationen. Nach dem Motto „Finden statt Suchen“ sorgen die Mikrosegmentierung von Themengebieten, Suchagenten in den „My-Bereichen“, individualisierte Newsletter, RSS-Feeds sowie eine Unternehmens-Databse für eine besonders hohe Effizienz bei der Informationsbeschaffung.

Ob qualifizierte Lead-Generierung in nicht gekannter Qualität oder das klassische Schaffen von Reichweite und kontextuell segmentierte Zielgruppenansprache – www.automobil-industrie.de deckt jedes Kommunikationsziel ab.

3 Zielgruppe: Führungskräfte der Automobilhersteller, Zulieferer, Ausrüster und Dienstleister

4 Verlag: Vogel Auto Medien GmbH & Co.KG
 Postanschrift: Max-Planck-Str. 7/9, 97082 Würzburg
 Telefon: (0931) 418-2771
 Fax: (0931) 418-2720
 Internet: www.automobil-industrie.de

5 Ansprechpartner Redaktion:

Chefredakteur: Wilhelm Mißler
 Telefon: (0931) 418-2911
 E-Mail: wilhelm_missler@vogel-automedien.de

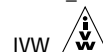
6 Ansprechpartner Anzeigen:

Anna Gredel: Leiterin Verkauf & Auftragsmanagement
 Telefon: (0931) 418-2920
 E-Mail: anna_gredel@vogel-automedien.de

7 Ansprechpartner Marketing:

Stefan Zügner: Leiter Marketing & Vertrieb
 Telefon: (0931) 4 18-24 29
 E-Mail: stefan_zuegner@vogel-automedien.de

8 Zugriffskontrolle:



IVW
 Visits 114.824 *
 PageImpressions 353.733 *
 * Monatsdurchschnitt Juli-Sept. 2008

12 Zahlungsbedingungen:

Innerhalb 14 Tagen 2 % Skonto,
 innerhalb 30 Tagen ohne Abzug.

Ust.-Ident-Nr.: DE201951723

Bankverbindung: Dresdner Bank AG, Würzburg
 (BLZ 790 800 52) Konto-Nr. 3 051 821 00
 S.W.I.F.T.-Code DRES DE FF 790
 IBAN:DE88790800520305182100

Business-Clip

Mehr Reichweite
mit Ihrem Video-Clip



Produkt	Veröffentlichung Ihrer eigenen Videoproduktion, z.B. in Form von Produkt- und Anwendungspräsentationen, Messe-Interviews, Vorträgen, Tutorials oder auch als Live-Seminar
Kommunikationsziel	Reichweite vergrößern
Platzierung	Innerhalb der Themenseiten/-kanäle wie ein Banner im Rotationsverfahren zugespielt
Nutzung	Ohne Registrierung sofort in separatem Fenster abspielbar
Vorschau/Teaser	Filmausschnitt
User-Kontaktdaten (Leads)	Registrierungsfrei ohne Lead-Generierung
Preis	150 € TKP/Tausenderkontaktpreis

(Live)Webcast

User-Kontaktdaten (Leads) generieren –
Wissen, wer geguckt hat



Produkt	Veröffentlichung Ihrer eigenen Videoproduktion, z.B. in Form von Produkt- und Anwendungspräsentationen, Messe-Interviews, Vorträgen, Tutorials oder auch als Live-Seminar
Kommunikationsziel	User-Kontaktdaten (Leads) generieren
Platzierung	Kontextuelle Zuspiegelung auf allen Seiten, optimiert nach Suchmaschinen-Logik; Listung in der Webcast-Datenbank
Nutzung	Registrierungspflichtiger Abruf zur Lead-Generierung
Vorschau/Teaser	Titel mit Kurzzinhalt, Firma inkl. Logo, Verlinkung zum Profil in der Firmen- und Produktdatenbank; ergänzend als Zusammenfassung (Abstract) einsehbar
User-Kontaktdaten (Leads)	Leads jederzeit im geschützten Bereich (Lead-Center) abruf- und analysierbar
Preis	500 € pro Monat, alle Leads inklusive

Ihr Werbeziel beim Business-Clip:

Reichweite, Awareness,
Markenbildung, Image,
Dokumentation von Unternehmens-Know-how



Ihr Werbeziel beim Webcast

Generierung hochqualifizierter Kontaktdaten
potentieller Kunden (Leads),
Dokumentation von Unternehmens-Know-how



Business-Paper

Mehr Reichweite für Ihre Präsentation im PDF-Format



Produkt	Veröffentlichung unternehmenseigener Fachbeiträge mit hohem Lösungspotenzial und Nutzwert, z.B. in Form von Studien, Analysen, MaFo-Ergebnissen, technischen Daten, Leistungsbeschreibungen und Produktanwendungen
Kommunikationsziel	Reichweite vergrößern
Platzierung	Innerhalb der Themenseiten/-kanäle wie ein Banner im Rotationsverfahren zugespielt
Nutzung	Ohne Registrierung sofort abrufbar
Vorschau/Teaser	Ausschnitt aus PDF
User-Kontaktdaten (Leads)	Registrierungsfrei ohne Lead-Generierung
Preis	150 € TKP/Tausenderkontaktpreis

Whitepaper

User-Kontaktdaten (Leads) generieren – Wissen, wer gelesen hat



Produkt	Veröffentlichung unternehmenseigener Fachbeiträge mit hohem Lösungspotenzial und Nutzwert, z.B. in Form von Studien, Analysen, MaFo-Ergebnissen, technischen Daten, Leistungsbeschreibungen und Produktanwendungen
Kommunikationsziel	User-Kontaktdaten (Leads) generieren
Platzierung	Kontextuelle Zuspielung auf allen Seiten, optimiert nach Suchmaschinen-Logik; Listung in der Whitepaper-Datenbank
Nutzung	Registrierungspflichtiger Abruf zur Lead-Generierung
Vorschau/Teaser	Titel mit Kurzzinhalt, Firma inkl. Logo, Autor, Verlinkung zum Firmeneintrag in der Produktdatenbank; ergänzend als Zusammenfassung (Abstract) einsehbar
User-Kontaktdaten (Leads)	Leads jederzeit im geschützten Bereich (Lead-Center) abruf- und analysierbar
Preis	500 € pro Monat, alle Leads inklusive

Ihr Werbeziel beim Business-Paper:

Reichweite, Awareness, Markenbildung, Image, Dokumentation von Unternehmens-Know-how



Ihr Werbeziel beim Whitepaper

Generierung hochqualifizierter Kontaktdaten potentieller Kunden (Leads), Dokumentation von Unternehmens-Know-how



Web-TV-Sponsoring

Das Interesse an Web-TV-Angeboten steigt permanent, auch in der Automobilindustrie. Deshalb baut www.automobil-industrie.de diese Art der Berichterstattung kontinuierlich aus. Vom Messefernsehen über Interviews bis hin zu Events und Kongressen.

Ihre Leistungen im Überblick:

- ▶ Integration Ihres Logos innerhalb des Web-TV Kanals
- ▶ Integration Ihres Werbetrailers vor den einzelnen Beiträgen
- ▶ Ergänzendes Media-Paket bestehend aus Print- und Online-Werbemaßnahmen

Bestandteile und Preise auf Anfrage



Ihr Werbeziel beim Web-TV-Sponsoring

Reichweite, Awareness,
Markenbildung, Image,
neue werbliche Akzente setzen



Datenbank OEM Partners

Umfangreiche Datenbank mit über 4.000 Firmenprofilen von Zuliefer-Unternehmen und deren Produkten sowie von 17.000 Ansprechpartnern. Die Frage „Wer liefert was für die Automobilindustrie“ wird hier nach dem Motto „detailliertes Suchen, zielsicheres Finden“ umfassend beantwortet. Das Abrufen der Einträge durch den User ist registrierungsfrei. Ihre Präsenz in der Database wirkt damit als werblicher „Dauerbrenner“

Basis-Eintrag:

Kurzüberblick über Ihr Unternehmen

Adressdaten:	Firmierung, Postfach, Straße, PLZ, Ort
Kommunikationsdaten:	Telefon, Fax, E-Mail, Web-Adresse
Profildaten:	Zahl der Mitarbeiter, Umsatz, Gründungsjahr, Zweigwerke, Mutter-/Tochterunternehmen, Eigentumsverhältnisse, Zertifizierungen, Referenzkunden
Ansprechpartner:	unbegrenzte Anzahl
Produktzuordnung:	unlimitierte Anzahl von Verknüpfungen mit den vorgegebenen Produktkategorien

Link zu gebuchten Whitepapers, Link zu gebuchten Webcasts

Listing-Ansicht (Suchergebnis)

Anzeige von Firmenname, Ort und Land

Grundpreis pro Monat: kostenlos

(Mindest-Buchungszeitraum 12 Monate)

Premium-Eintrag:

Deutlich erweitertes Angebot mit vielen zusätzlichen Features im Sinne einer eigenen Microsite. Höhere Reichweite als der Basis-Eintrag durch Top-Platzierung in der Listingansicht und automatische Zuspielung zu kontextrelevanten Inhalten auf dem gesamten Portal.

Adressdaten:	Firmierung, Postfach, Straße, PLZ, Ort
Kommunikationsdaten:	Telefon, Fax, E-Mail, Web-Adresse
Profildaten:	Zahl der Mitarbeiter, Umsatz, Gründungsjahr, Zweigwerke, Mutter-/Tochterunternehmen, Eigentumsverhältnisse, Zertifizierungen, Referenzkunden
Ansprechpartner:	unbegrenzte Anzahl
Produktzuordnung:	unlimitierte Anzahl von Verknüpfungen mit den vorgegebenen Produktkategorien

Deep Links: Verlinkung der verknüpften Produktkategorien auf die relevante URL der eigenen Web-Seiten

Link zu gebuchten Whitepapers, Link zu gebuchten Webcasts, Firmenlogo
Kurzporträt über das Unternehmen:

Termine, Firmennews, Unternehmensfotos, Firmenbroschüre

Produktdarstellung im Showroom:

Produktname, -bezeichnung, Kurzdarstellung, Produktfoto,
Link auf eigene Produkt-URL, bis zu 20 Produkte darstellbar
Link auf Kontaktformular

Listing-Ansicht (Suchergebnis):

Anzeige von Firmenname, Ort und Land, Link auf das Firmenprofil
Top-Platzierung, Firmenlogo, Link auf Kontaktformular, Sonderplatzierung
„Related content“, Automatische kontextgesteuerte Zuweisung
der Firmenanzeige zu Artikeln innerhalb der Themenkanäle

Grundpreis pro Monat: 82,50 €

(Mindest-Buchungszeitraum 12 Monate)

Ihr Werbeziel beim Datenbank-Eintrag

Reichweite, Awareness,
Markenbildung, Image,
Präsentation im inhaltlichen Kontext



**Ihr Plus beim
Premium-Eintrag**

Banner-Werbung

Der Online-Werbeklassiker wird in nahezu allen modernen Formaten angeboten – Oversize-Banner, Skyscraper, Content-Ad

Format	Größe (px)	TKP
Oversize-Banner	728 x 90	80 €
Skyscraper	160 x 600, 120 x 600	80 €
Hockeystick	728 x 90 + 160 x 600	130 €
Wallpaper	Größe auf Anfrage	150 €
Content-Ad	300 x 60, 336 x 280	130 €
Text-Ad	200 Zeichen	130 €
PagePeel	Größe auf Anfrage	150 €

PagePeel



Oversize Banner



Skyscraper



Hockeystick



Wallpaper



Content-Ad



Text-Ad



Newsletter-Werbung

Der »Automobil Industrie« Newsletter berichtet zweimal wöchentlich über die Top News der Branche. Anzahl Abonnenten: 20.000¹⁾, Kontaktchancen pro Woche: 40.000¹⁾

Format	Größe (px)	Preis pro Aussendung	Preis pro Woche	Preis pro Monat
Fullsize-Banner (Top-Platzierung) ²⁾	468 x 60	600 €	1.200 €	4.800 €
Fullsize-Banner (Folge-Platzierung) ³⁾	468 x 60	520 €	1.040 €	4.160 €
Skyscraper	160 x 600	680 €	1.360 €	5.440 €

¹⁾ gemäß aktuellem Abonnentenstand von 10/08

²⁾ Platzierung: Erste Werbung im Newsletter:

Ein Banner vor und ein Banner nach den Top-News

³⁾ Platzierung zwischen den Meldungen

Newsletter-Sponsoring

- ▶ **Exklusiv-Sponsoring einer Newsletter-Aussendung**
- ▶ **inkl. Co-Branding mit Logo-Integration und "sponsored by" Claim**
- ▶ **Belegung aller Werbepplatzierungen**

Preis: 1.000 € pro Aussendung

Ihr Werbeziel bei Banner- und Newsletterwerbung:

Reichweite, Awareness,
Markenbildung, Image,
Präsentation im inhaltlichen Kontext



Online-Lexikon: www.motorlexikon.de

Das Online-Lexikon mit über 7.000 Stichworten und Texten aus dem Bereich Motorentechnik. Stetig wachsender Wissenspool durch konstante Aktualisierung.

- ▶ Die hochqualifizierten Fachbeiträge decken den Informationsbedarf von Ingenieuren im Fahrzeug- und Motorenbau, von Experten der Automobilindustrie bei Herstellern, Zulieferern und Dienstleistern, von Fachleuten in Forschungs- und Entwicklungszentren, von Studierenden und Auszubildenden rund um Motorentechnik, und nicht zuletzt von allen, die sich branchenfremd mit dem Thema befassen.
- ▶ Zusätzlich zum umfangreichen Textarchiv stehen ein Wörterbuch Deutsch-Englisch/Englisch-Deutsch, eine Datenbank mit über 1.000 Abkürzungen aus den Fachgebieten Motor und Fahrzeug sowie ein Fachbuch-Shop zur Verfügung.
- ▶ Die spezifischen Fachbegriffe garantieren eine überdurchschnittliche Erkennung und Premium-Sortierung aller Suchmaschinen.
- ▶ Die Nutzung aller Bereiche ist kostenfrei.
- ▶ Das Internetportal mit 100% Nutzwert.



Format	Größe (px)	TKP
Oversize	728 x 90	80 €
Skyscraper	160 x 600, 120 x 600	80 €

Logo-Sponsoring

Durch die Integration Ihres Logos, z.B. in ein redaktionelles Themenspezial, präsentieren Sie sich als Kompetenzpartner in einem Werbeumfeld ohne Streuverluste.

Die Leistungen im Überblick:

- ▶ Integration Ihres Logos mit „sponsored by“ Claim und entsprechender Verlinkung
- ▶ Begleitende Werbemaßnahmen:
 - 3.000 Co-Branded Banner auf www.automobil-industrie.de
 - Textanzeige mit Logo und „sponsored by“ Claim im Automobil Industrie-Newsletter

Preis: 1.000 €/Monat

Themen-Sponsoring

Dieses Angebot verschafft Ihnen die werbliche Dominanz für einen kompletten Themenkanal oder ein redaktionelles Themenspezial.

Die Leistungen im Überblick:

- ▶ Logo-Integration auf dem jeweiligen Themenkanal oder im redaktionellen Themenspezial mit „sponsored by“-Claim und entsprechender Verlinkung
- ▶ Begleitende Werbemaßnahmen:
 - 5.000 Co-Branded Banner auf www.automobil-industrie.de
- ▶ Redaktioneller Homepage-Teaser („Info-box“)
- ▶ Hinterlegung des Themenkanal/Themenspezial mit wahlweise einem Wallpaper oder einer Komplettbelegung aller verfügbarer Werbemittel (Oversize-Banner, Text Ad usw.)
- ▶ Verlinkung auf Online Spezials, falls vorhanden

Preis: 4.900 €/Monat

**Ihr Plus beim
Themen-Sponsoring**

Ihr Werbeziel beim Logo-Sponsoring

Markenbildung, Image,
Präsentation im redaktionellen Kontext



Ihr Werbeziel beim Themensponsoring

Reichweite, Awareness,
Markenbildung, Image,
Präsentation im redaktionellen Kontext



Online-Spezial

Mit einem Online-Spezial positionieren Sie sich und Ihre Produkte medienwirksam als integraler Bestandteil von www.automobil-industrie.de

Die Leistungen im Überblick:

Einmalige Einrichtung

- ▶ Navigation
- ▶ Grafische Gestaltung
- ▶ Einpflegen des redaktionellen Inhalts
- ▶ Premium-Eintrag in der Datenbank „OEM Partners“
- ▶ Produktion Online-Werbemittel

Preis: 5.000 €

Monatliche Leistungen

- ▶ Inhaltspflege
- ▶ Begleitende Werbemaßnahmen:
 - Banner auf www.automobil-industrie.de
 - Textanzeigen im »Automobil Industrie«-Newsletter
 - Teaser auf der Online-Spezial-Startseite
- ▶ Reporting:
 - Reichweite
 - Qualifizierte Kontaktdaten (Leads)

Preis: 7.000 €

(Mindest-Laufzeit: 3 Monate)

Doppel-Bonus in »Automobil Industrie«

Einmalige Promotionanzeige im Format 1/1, 4c
Einmalige redaktionelle Promotion (Advertorial) im Format 1/1, 4c

Ihr Werbeziel beim Online-Spezial

Präsentation von eigenen, redaktionellen Inhalten,
Reichweite, Awareness,
Markenbildung, Image,
Präsentation im redaktionellen Kontext,
Generierung hochqualifizierter Kontaktdaten
(sofern eigene Webcasts/Whitepapers gebucht wurden)



Crossmedia-Kampagnen für maximalen Werbeerfolg

Für die Zielgruppe „Automobilindustrie“ bietet Vogel Auto Medien ab sofort effiziente Medien-Kombis an, die gezielt auf Ihre Bedürfnisse abgestimmt werden. Ausgehend von Ihren Werbezielen können Sie die Bausteine Print, Online, Event und Service intelligent miteinander verknüpfen. Sie maximieren damit Ihren Werbeerfolg und erreichen optimal Ihre Kommunikationsziele. Das Ergebnis ist eine individuell erstellte Crossmedia-Kampagne, die in ihrer Umsetzung flexibel ist.

Basic-Kampagne

Bestandteile:

- 3 Anzeigen
- + Firmeneintrag in der Online-Datenbank „OEM Partners“

Baustein	Werbeformat	Beschreibung/Beispiel	Medialer Wert
Print	Anzeige	3 x ¼ Seite, 4c in 3 Ausgaben der »Automobil Industrie« Ihrer Wahl	6.570, – €
Online	Premium Firmeneintrag	Premium Firmeneintrag in Datenbank „OEM Partners“	990, – €
Mediawert			7.560, – €
Kampagnenpreis			6.804, – €
Bei einer Basic-Kampagne profitieren Sie von einem Kampagnenrabatt in Höhe von 10% , zusätzlich zum klassischen Rabatt gemäß Mal/Mengenstaffel für Printanzeigen.			

Medium-Kampagne

Bestandteile:

- 3 Anzeigen
- + Premium-Firmeneintrag
- + Bannerformat (10.000 Adl pro Monat) für 3 Monate
- + Newsletter-Werbung, Fullsize-Banner, Top-Platzierung für 4 Wochen

Baustein	Werbeformat	Beschreibung/Beispiel	Medialer Wert
Print	Anzeige	3 x 1/2 Seite, 4c in 3 Ausgaben der »Automobil Industrie« Ihrer Wahl	9.499,50 €
Online	Premium Firmeneintrag	Premium Firmeneintrag in der Datenbank „OEM Partners“	990, – €
Online	Oversize-Banner	728 x 90 px, 10.000 Ad-Impressions pro Monat für 3 Monate	2.400, – €
Online	Newsletter-Werbung	Fullsize-Banner, Top-Platzierung, Auslieferung zweimal wöchentlich, wöchentliche Kontaktchancen: 40.000	4.800, – €
Mediawert			17.689,50 €
Kampagnenpreis			14.151,60 €
Bei einer Medium-Kampagne profitieren Sie von einem Kampagnenrabatt in Höhe von 20% , zusätzlich zum klassischen Rabatt gemäß Mal/Mengenstaffel für Printanzeigen.			

Premium-Kampagne

Bestandteile:

- 3 Anzeigen
- + Premium-Firmeneintrag in der Online-Datenbank „OEM Partners“
- + Themenkanalsponsoring
- + Präsentationsfläche auf dem »Würzburger Automobil Gipfel«

Baustein	Werbeformat	Beschreibung/Beispiel	Medialer Wert
Print	Anzeige	3 x 1/1 Seite, 4c in 3 Ausgaben der »Automobil Industrie« Ihrer Wahl	17.280, – €
Online	Premium Firmeneintrag	Premium Firmeneintrag in der Datenbank „OEM Partners“	990, – €
Online	Themenkanal-sponsoring	Sponsoring eines Themenkanals bzw. redaktionellen Themenspezials Ihrer Wahl	4.900, – €
Event	Präsentationsfläche	Unternehmens- oder Produktpräsentation beim »Würzburger Automobil Gipfel«	4.500, – €
Mediawert			27.670, – €
Kampagnenpreis			19.369, – €

Bei einer **Premium-Kampagne** profitieren Sie von einem Kampagnenrabatt in Höhe von **30%**, zusätzlich zum klassischen Rabatt gemäß Mal/Mengenstaffel für Printanzeigen.

Lead-Kampagne

Bestandteile:

- Whitepaper
- + Webcast
- + Co-Branded 1/1 Anzeige
- + Co-Branded Banner
- + Co-Branded Stand-alone Newsletter

Baustein	Werbeformat	Beschreibung/Beispiel	Medialer Wert
Online	Whitepaper	Ihr Fachbeitrag zu Ihrem Unternehmen, Produkten oder Anwendungen	1.500, – €
Online	Webcast	Ihr Video zur Ihrem Unternehmen, Produkten oder Anwendungen	1.500, – €
Online	Banner	Co-Branded Skyscraper mit garantierten 10.000 Ad-Impressions (in maximal 3 Monaten)	2.400, – €
Online	Newsletter	Co-Branded Stand-alone Newsletter an 20.000 Empfänger	1.000, – €
Print	Anzeige	Co-Branded 1/1 Seite, 4c in der »Automobil Industrie«	5.760, – €
Mediawert			12.160, – €
Kampagnenpreis			9.120, – €
Bei einer Lead-Kampagne profitieren Sie von einem Kampagnenrabatt in Höhe von 25% .			

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Online-Werbung

1. Geltungsbereich, ausschließliche Geltung

- 1.1. Die nachfolgenden Geschäftsbedingungen gelten für die von der Vogel Auto Medien GmbH & Co. KG (nachfolgend „Vogel“ genannt) für den Auftraggeber durchgeführten „Werbemaßnahmen“.
- 1.2. Anderslautende Geschäftsbedingungen des Auftraggebers haben keine Gültigkeit, auch wenn Vogel im Einzelfall nicht widerspricht.

2. Werbemaßnahmen; Kennzeichnung

- 2.1. „Werbemaßnahmen“ im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen sind alle bei Vogel buchbaren „Werbemittel“ und sonstige im Rahmen der Werbung buchbaren Dienstleistungen von Vogel (z.B. Unterstützung bei der Erstellung von Werbemitteln, Übersetzungen, Durchführung von Werbekampagnen).
- 2.2. „Werbemittel“ sind Angebote, welche aus Bild- und/oder Text- und/oder Tonfolgen- und/oder Bewegtbildern und/oder aus einer sensitiven Fläche bestehen, die bei Anklicken mit einer vom Auftraggeber angegebenen Webadresse verbunden wird (z.B. Link). Dies kann neben klassischer Banner-Werbung insbesondere auch Produkt- und Firmeneinträge, Sponsoring oder E-Mail-Kampagnen umfassen. Ferner umfasst sind sog. „Download-Angebote“ des Auftraggebers wie Webcasts, Webvideo, Whitepaper oder sonstige Download- oder Streaming-Angebote welche von Vogel bereitgehalten werden. „Whitepaper“ sind vom Auftraggeber erstellte Fachinformationen zu bestimmten Themen, die auch Produkt- und Firmeninformationen enthalten können.
- 2.3. Werbemittel, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht klar als solche erkennbar sind, werden von Vogel nach eigenem Ermessen deutlich von den sonstigen Inhalten getrennt, z.B. durch Ausweis als „Anzeige“.
- 2.4. In Bezug auf Werbemittel im Download-Angebot besteht keine Verpflichtung von Vogel zur Kennzeichnung gemäß Ziffer 2.3. Diese ist verantwortlich vom Auftraggeber zu veranlassen, soweit erforderlich. Er verpflichtet sich ferner, das Download-Angebot mit seinem Firmennamen zu kennzeichnen und diese Angaben aktuell halten. Im Übrigen gilt Ziffer 5.6.

3. Auftragsabschluss

- 3.1. Ein Vertrag über Werbemaßnahmen kommt durch schriftliche Bestätigung von Vogel oder durch Erbringung der Werbeleistung zustande. Der Auftrag gilt als abgelehnt, wenn er nicht innerhalb von zwei Wochen bestätigt oder erbracht wird. Mündliche oder fernmündliche Erklärungen sind rechtlich unverbindlich und bedürfen zu ihrer Wirksamkeit einer schriftlichen Bestätigung.
- 3.2. Bei Agenturbuchungen kommt der Vertrag im Zweifel mit der Werbeagentur selbst zustande. Soll ein Werbungstreibender Auftraggeber werden, muss dieser von der Werbeagentur namentlich benannt werden. Vogel ist berechtigt, von der Werbeagentur einen Beleg der Beauftragung durch den Werbetreibenden sowie einen Gewerbenachweis zu verlangen.

4. Bereitstellung des Werbemittels durch den Auftraggeber

- 4.1. Soweit die Werbemittel von Vogel einzustellen sind, wird der Auftraggeber Vogel das Werbemittel bis spätestens fünf Werktage vor dem vereinbarten Ersterscheinungstermin zur Verfügung stellen. Die Datenanlieferung erfolgt unter Beachtung der jeweils aktuellen „Technischen Anforderungen“ von Vogel. Sollte aufgrund der verspäteten oder nicht den „Technischen Anforderungen“ von Vogel

entsprechenden Anlieferung eine ordnungsgemäße und termingerechte Veröffentlichung des Werbemittels durch Vogel nicht möglich sein, bleibt die Zahlungsverpflichtung des Auftraggebers hiervon unberührt.

- 4.2. Der Auftraggeber trägt das Risiko der termingerechten Übermittlung von Werbemitteln.
- 4.3. Soweit der Auftraggeber selbst berechtigt ist, die Werbemittel einzustellen, erhält er von Vogel hierzu ein Passwort. Der Auftraggeber ist verpflichtet, dieses Passwort geheim zu halten. Vogel ist berechtigt, dem Auftraggeber technische Vorgaben für die einzustellenden Werbemittel zu machen. Darüber hinaus kann Vogel den Einsatz bestimmter Techniken verbieten, insbesondere soweit dadurch die Server von Vogel übermäßig belastet werden oder sonst die Funktionalität der Webseiten von Vogel beeinträchtigt werden.
- 4.4. Der Auftraggeber ist berechtigt, mit sog. deeplinks auf seine Website zu verweisen soweit sich dabei ein neues Browserfenster öffnet. Der Einsatz sonstiger technischer Mittel, welche den Nutzer von der Seite weglenken oder Daten über ihn sammeln, ist unzulässig, insbesondere bedürfen die Verwendung Pop-ups, das Abfordern von Angaben von Nutzerdaten sowie das Setzen von Cookies der vorherigen schriftlichen Genehmigung durch Vogel.

5. Pflichten des Auftraggebers; Haftungsfreistellung

- 5.1. Der Auftraggeber wird durch Einsatz geeigneter und auf den neuesten Stand der Technik beruhenden Schutzprogrammen sicherstellen, dass die übermittelten oder von ihm eingestellten Werbemittel frei von schädlichem Code, wie z.B. Viren, Trojanern, sind.
- 5.2. Der Auftraggeber steht dafür ein, dass die von ihm übermittelten oder eingestellten Werbemaßnahmen nicht gegen geltende Gesetze verstoßen (z.B. den geltenden Strafgesetzen, den Vorschriften zum Schutz der Jugend sowie des Rechts des unlauteren Wettbewerbs) oder die Rechte Dritter (z.B. Markenrechte, Persönlichkeitsrechte, Urheberrechte) verletzen. Die Werbemaßnahmen dürfen insbesondere auch keine verleumderischen, kreditschädigenden, pornographischen, gewalt- oder kriegsverherrlichende Inhalte haben. Soweit in dem Werbemittel Ansprechpartner benannt sind, versichert der Auftraggeber das Vorliegen der Einwilligung jeder namentlich benannten natürlichen Person.
- 5.3. Soweit der Auftraggeber Leads erwirbt, verpflichtet er sich diese nur für eigene Zwecke der Werbung, Markt- oder Meinungsforschung zu verwenden und nicht an Dritte weiterzugeben oder für Zwecke Dritter zu verwenden. Soweit der Auftraggeber gegen diese Verpflichtung schuldhaft verstößt, ist er verpflichtet, Vogel für jeden Einzelfall eine von Vogel festzusetzende, angemessene Vertragsstrafe zu zahlen, die dem Grunde und der Höhe nach von einem zuständigen Gericht (Ziffer 14.1.) überprüft werden kann.
- 5.4. Der Auftraggeber verpflichtet sich zur Einhaltung der geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen. Er wird den Widerruf einer Einwilligung eines Nutzers respektieren und nach Mitteilung dessen Daten sofort sperren.
- 5.5. Der Auftraggeber versichert, dass er in Bezug auf alle Urheber der Werbemittel die erforderlichen Rechte eingeholt hat, die ihm die Rechteeinräumungen gemäß Ziffer 9.1. und 9.2. an Vogel ermöglichen. Gleiches gilt für eventuell erforderliche Vereinbarungen mit Verwertungsgesellschaften (insb. der GEMA). Er übernimmt die von diesen Verwertungsgesellschaften geltend gemachten Beträge.
- 5.6. Vogel trifft keine Pflicht zur Überprüfung der Werbemaßnahmen des Auftraggebers.

5.7. Sollte Vogel aufgrund eines schuldhaften Verhaltens des Auftraggebers, insbesondere aufgrund einer schuldhaften Verletzung der oben genannten Verpflichtungen, von einem Dritten, einem Gericht oder einer Behörde in Anspruch genommen werden, verpflichtet sich der Auftraggeber Vogel soweit rechtlich möglich von etwaigen Ansprüchen freizustellen und die Kosten der Rechtsverteidigung zu übernehmen. Vogel wird den Auftraggeber unverzüglich über die Geltendmachung entsprechender Ansprüche informieren. Der Auftraggeber wird Vogel bei der Abwehr dieser Ansprüche bestmöglich unterstützen. Kommt der Auftraggeber dieser Verpflichtung nicht binnen von Vogel zu setzender angemessener Frist nach, ist Vogel berechtigt, den Angriff des Dritten unter Berücksichtigung der sich für Vogel darstellenden Sach- und Rechtslage nach eigenem sachgemäßem Ermessen zu erledigen. Die Kosten dieser Erledigung werden von dem Auftraggeber getragen, und zwar auch für den Fall, dass sich die Erledigung nachträglich aufgrund vom Auftraggeber nicht erteilter Informationen als nachteilig herausstellt.

6. Ablehnungsbefugnis; Unterbrechung der Werbemaßnahme

6.1. Vogel kann einzelne Werbemaßnahmen ablehnen, wenn diese gegen geltende Gesetze oder geltende Rechtsprechung, behördliche oder gerichtliche Anordnungen oder gegen eine von Vogel abgegebene Unterlassungserklärung verstoßen oder Rechte Dritter verletzen oder die Veröffentlichung wegen des Inhalts, der Herkunft oder aus technischen Gründen für Vogel unzumutbar ist.

6.2. Vogel ist berechtigt, die Durchführung von Werbemaßnahmen (vorübergehend) zu unterbrechen, sofern der begründete Verdacht besteht, dass die Voraussetzungen gemäß Ziffer 6.1. erfüllt sind, und zwar insbesondere für den Fall, dass ein Dritter eine nicht offensichtlich unbegründete Verletzung seiner Rechte geltend macht, eine Abmahnung bereits in einem ähnlichen Fall erfolgt ist oder im Falle der Aufnahme von Ermittlungen staatlicher Behörden. Gleiches gilt für den Fall, dass der Auftraggeber nachträglich Änderungen der Inhalte des Werbemittels vornimmt, die zu einem Verstoß gemäß Ziffer 6.1. führen. Vogel wird den Auftraggeber über eine derartige Unterbrechung unverzüglich unterrichten und ihm die Möglichkeit einräumen, die Rechtmäßigkeit der Werbemaßnahme darzulegen und gegebenenfalls zu beweisen.

6.3. Ebenso kann der Auftraggeber die Unterbrechung oder Entfernung der Werbemaßnahme von Vogel verlangen, wenn er von einem Dritten wegen einer Rechtsverletzung in Anspruch genommen wird. Soweit der Auftraggeber die Werbemaßnahme selbst entfernen oder offline stellen kann, ist er in diesem Fall selbst zur Entfernung und Sperrung verpflichtet.

6.4. Für den Fall der Ablehnung oder Unterbrechung von Werbemaßnahmen nach Maßgabe der Vorziffern ist von dem Auftraggeber dennoch die vereinbarte Vergütung zu zahlen, es sei denn, Vogel konnte den vorgesehenen Werbeplatz anderweitig vergeben. Bei einer Unterbrechung gem. Ziffer 6.1. oder 6.2. besteht eine Zahlungspflicht nicht, sofern der Auftraggeber nachweisen kann, dass der Inhalt des Werbemittels rechtmäßig war und somit Gründe für die Ablehnung bzw. Unterbrechung auf Veranlassung von Vogel nicht bestanden.

7. Rügepflicht

7.1. Der Auftraggeber wird die Werbemaßnahme nach dem Ersterscheinungstermin unverzüglich prüfen und etwaige Mängel rügen (Rügepflicht). Bei verdeckten Mängeln ist die Anzeige unverzüglich nach ihrer Entdeckung zu machen.

7.2. Offene Mängel sind innerhalb von fünf Werktagen nach Ersterscheinung, verdeckte Mängel innerhalb derselben Frist nach Entdeckung schriftlich zu rügen.

8. Platzierung der Werbung; Leads; Laufzeit; Verfügbarkeit

8.1. Vogel wird die Platzierung von Werbemitteln im Rahmen der jeweils gebuchten Werbemaßnahme unter größtmöglicher Berücksichtigung der Wünsche des Auftraggebers vornehmen. Soweit nichts anderes vereinbart ist, hat der Auftraggeber keinen Anspruch auf eine bestimmte Platzierung oder den Ausschluss von Werbung für Waren oder Dienstleistungen eines Konkurrenten des Auftraggebers.

8.2. Vogel wird die Download-Angebote sowie die Firmen- und Produkteinträge gemeinsam mit den Informationen von anderen Kunden in eine Datenbank einstellen und auf den vom Auftraggeber gebuchten Kanälen zum Abruf durch Nutzer bereithalten. Dabei ist es das Interesse beider Parteien, das die Download-Angebote möglichst umfassend vermarktet werden sollen, weshalb Vogel in Bezug auf Download-Angebote zur Content-Syndication gem. Ziffer 9.2. berechtigt, aber nicht verpflichtet ist. Mehrkosten entstehen durch die Content-Syndication für den Auftraggeber nicht, es sei denn, etwas Abweichendes ist vereinbart.

8.3. Bei einem Auftrag über die Schaltung mehrerer Werbemittel (Rahmenvertrag) hat der Abruf der einzelnen Werbemittel innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss zu erfolgen. In Bezug auf den Preis gilt die zum Zeitpunkt der Schaltung gültige Preisliste. Wird die Ein-Jahres-Frist nicht eingehalten, so ist der Auftraggeber verpflichtet, Vogel den Differenzbetrag zwischen dem vertraglich unter Beachtung des festgelegten Gesamtvolumens gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Rabatt zu erstatten (Rabatt-Nachbelastung).

8.4. Soweit der Auftraggeber eine bestimmte Anzahl von Pagel Impressions/Leads für eine Werbemaßnahme gebucht hat, weist Vogel darauf hin, dass diese Angaben zwangsläufig auf Erfahrungswerten der Vergangenheit beruhen. Sollten die Pagel Impressions/Leads ausnahmsweise nicht erreicht werden, wird der Schaltungszeitraum der Werbemaßnahme bis zum Erreichen der gebuchten Pagel Impressions/Leads verlängert. Ist die dabei vom Auftraggeber gebuchte Platzierung für die verlängerte Werbezeit bereits an einen anderen Kunden vergeben, ist Vogel berechtigt unter angemessener Berücksichtigung der Interessen des Auftraggebers auf eine vergleichbare Platzierung auszuweichen.

8.5. Soweit der Auftraggeber Leads erhält, werden diese nur im Rahmen des datenschutzrechtlich Zulässigen zur Verfügung gestellt. Insbesondere ist dem Auftraggeber bekannt, dass der Nutzer eine Einwilligung in werbliche Maßnahmen widerrufen kann. Der Auftraggeber ist verpflichtet, einen solchen Widerruf zu respektieren oder eine Korrektur der Daten zu übernehmen. Der Auftraggeber wird Vogel unverzüglich über eventuelle Beschwerden von Nutzern informieren.

8.6. Werbliche Maßnahmen aufgrund der Leads führt der Auftraggeber auf eigene Gefahr durch.

8.7. Die Laufzeit der Werbemittel richtet sich zunächst nach den speziellen Bedingungen des gebuchten Werbemittels, z.B. wie in den Mediadaten wiedergegeben, im Zweifelsfall gilt folgende Laufzeit:

- bei einer Buchung nach Leads/Pagel Impressions nach dem Zeitraum bis die Anzahl der gebuchten Leads/Pagel Impressions erreicht ist;

- bei einer Buchung nach Zeit, nach dem gebuchten Zeitraum gem. Preisliste und zwar berechnet ab dem Tag der Online-Stellung. Firmen- und Produkteinträge oder Anbieterprofile können nur Jahresweise gebucht werden. Sie verlängern sich automatisch unter Beachtung der bei der Erstauftragserteilung gültigen Preisliste für jeweils ein weiteres Jahr, es sei denn Vogel oder der Auftraggeber kündigen mit einer Frist von drei Monaten zum Ende des (Erst-)Erscheinungszeitraumes. Im Falle von Preiserhöhung gilt Ziffer 10.2. entsprechend;

- bei einer Buchung von Download-Angeboten grundsätzlich auch nach der gebuchten Laufzeit. Soweit Vogel die Download-Angebote zusätzlich im Rahmen der Content-Syndication gem. Ziffer 9.2. vermarktet, läuft dieses Download-Angebot spätestens mit Kündigung durch den Auftraggeber gem. Ziffer 9.3. ab.

8.8. Vogel gewährleistet eine Verfügbarkeit der Internet-Seiten und damit der Werbemittel von 95% bezogen auf den Monat. Nicht in diese Zeit eingerechnet werden die für die Wartung des Systems erforderliche Unterbrechungen im angemessenen Rahmen sowie eine Unterbrechung aufgrund höherer Gewalt oder nicht abwendbarer Ursachen. Die Verfügbarkeit versteht sich als das Verhältnis von IST-Zeit (IZ) zu Soll-Zeit (SZ). Die Verfügbarkeit (in %) berechnet sich danach wie folgt: $IZ/SZ * 100$.

9. Rechteeinräumung des Auftraggebers

- 9.1. Der Auftraggeber überträgt Vogel in Bezug auf alle Werbemittel die räumlich unbegrenzten Nutzungs- und Verwertungsrechte, die für die Durchführung des Auftrags erforderlich sind. Von dieser Rechteeinräumung umfasst insbesondere die Rechte auf Vervielfältigung, Verbreitung, Sendung, Speicherung, sowie das Recht zur Einstellung in Datenbanken, das Bereithalten zum Abruf und das Recht der öffentlichen Zugänglichmachung der Werbemittel.
- 9.2. In Bezug auf die Download-Angebote räumt der Auftraggeber Vogel im Interesse einer umfassenden Vermarktung seiner Inhalte zusätzlich das Recht ein, die Inhalte an Dritte zur Bereithaltung im Internet zu lizenzieren oder die Inhalte für weitere Angebotsformen (z.B. eBooks) zu verwenden (sog. Content-Syndication).
- 9.3. Der Auftraggeber räumt diese Rechte für die Dauer der Schaltung des Werbemittels ein. In Bezug auf die Content-Syndication gem. Ziffer 9.2. sind die Rechte zeitlich unbegrenzt aber jederzeit mit einer Frist von zwei Wochen kündbar eingeräumt.

10. Vergütung, Zahlungsbedingungen, Verzug

- 10.1. Die zwischen Vogel und dem Auftraggeber geltende Vergütung ergibt sich aus der Auftragsbestätigung. Fehlt eine schriftliche Auftragsbestätigung oder ist der Auftragsbestätigung keine Vergütung zu entnehmen, so gilt die bei Auftragserteilung gültige Preisliste.
- 10.2. Eine Änderung der Preisliste ist jederzeit möglich. Für von Vogel bereits bestätigte Aufträge sind Preisänderungen jedoch nur wirksam, wenn sie mindestens mit einem Monat Vorlauf angekündigt wurden. Ansonsten steht dem Auftraggeber ein Kündigungsrecht zu, das innerhalb von fünf Werktagen seit Bekanntgabe der Preiserhöhung schriftlich auszuüben ist. Weitergehende Ansprüche des Auftraggebers sind ausgeschlossen. Erfolgt keine Kündigung, gilt die Preiserhöhung auch für bestehende Aufträge als genehmigt.
- 10.3. Soweit nicht abweichend vereinbart, ist der von dem Auftraggeber zu zahlende Rechnungsbetrag innerhalb von 30 Tagen zur Zahlung fällig. Bei Zahlungseingang innerhalb von 14 Tagen wird ein Skonto von 2% des Rechnungsbetrages gewährt. Maßgeblich für die Berechnung der Frist ist der Ersterscheinungstag des Werbemittels.
- 10.4. Befindet sich der Auftraggeber in Verzug oder lässt der Auftraggeber unberechtigterweise Wechsel oder Schecks zu Protest gehen oder wird ein Antrag auf Eröffnung eines Insolvenzverfahrens über das Vermögen des Auftraggebers gestellt, kann Vogel die weitere Ausführung laufender Aufträge bis zur Bezahlung zurückstellen, bereits veröffentlichte Werbemittel entfernen und für die restliche Einstellung der Werbemittel Vorauszahlung verlangen.

11. Abtretung, Aufrechnung

- 11.1. Die Abtretung der Ansprüche aus dem Werbeauftrag durch den Auftraggeber bedarf der vorherigen schriftlichen Zustimmung durch Vogel.
- 11.2. Der Auftraggeber kann gegenüber Ansprüchen von Vogel nur dann aufrechnen, wenn die Forderung des Auftraggebers unbestritten oder rechtskräftig festgestellt ist.

12. Mängelgewährleistung durch Vogel

- 12.1. Vogel gewährleistet die nach Maßgabe der in der Auftragsbestätigung und den „Technischen Anforderungen“ übliche Beschaffenheit und Veröffentlichung des Werbemittels unter Beachtung der von dem Auftraggeber übermittelten Daten.
- 12.2. Entspricht die Veröffentlichung eines Werbemittels aufgrund eines von Vogel zu vertretenden Umstandes nicht der geschuldeten Beschaffenheit, hat der Auftraggeber Anspruch auf Verlängerung des Veröffentlichungszeitraums oder eine unverzügliche Ersatzschaltung in einem vergleichbaren Umfeld. Eine Verpflichtung von Vogel zur Verlängerung oder Ersatzschaltung besteht jedoch nicht.
- 12.3. Ist die Verlängerung des Veröffentlichungszeitraums für den Auftraggeber unzumutbar oder schlägt diese fehl, bzw. verweigert Vogel die Ersatzschaltung ernsthaft und endgültig, hat der Auftraggeber ein Recht auf Rückgängigmachung des betroffenen (Teil-)Auftrages oder Zahlungsminderung in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde.
- 12.4. Gewährleistungsansprüche verjähren innerhalb von 12 Monaten.

13. Haftung von Vogel

- 13.1. Vogel haftet nur für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit sowie bei Verletzung einer vertragswesentlichen Pflicht (Kardinalpflicht). Im Falle einer leicht fahrlässigen Verletzung einer Kardinalpflicht ist die Haftung von Vogel auf bei Vertragsabschluss vorhersehbare, vertragstypische Schäden beschränkt. Bei leicht fahrlässiger Verletzung von Nebenpflichten, die keine Kardinalpflichten sind, haftet Vogel nicht. Für die Fälle der anfänglichen Unmöglichkeit haftet Vogel nur, wenn ihr das Leistungshindernis bekannt war oder die Unkenntnis auf grober Fahrlässigkeit beruht, es sei denn, es handelt sich dabei um eine Kardinalpflicht.
- 13.2. Die vorstehenden Haftungsausschlüsse gelten nicht bei arglistigem Verschweigen von Mängeln oder bei Übernahme einer Beschaffenheitsgarantie, für die Haftung für Ansprüche aufgrund des Produkthaftungsgesetzes sowie für Körperschäden (Leben, Körper, Gesundheit).
- 13.3. Soweit die Haftung von Vogel ausgeschlossen oder beschränkt ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung ihrer Angestellten, Arbeitnehmer, Mitarbeiter, Vertreter und Erfüllungsgehilfen.
- 13.4. Mit Ausnahme von Ansprüchen aus unerlaubter Handlung verjähren Schadensersatzansprüche des Auftraggebers für die nach dieser Ziffer die Haftung beschränkt ist, in einem Jahr gerechnet ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn.

14. Erfüllungsort, anwendbares Recht, Schriftform

- 14.1. Ausschließlicher Gerichtsstand ist Würzburg.
- 14.2. Dieser Vertrag unterliegt ausschließlich dem Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechts.
- 14.3. Änderungen und Ergänzungen dieser Vertragsbedingungen bedürfen zur Wirksamkeit der Schriftform. Dies gilt auch für die Aufhebung oder Änderung dieser Schriftformklausel selbst. Soweit im Rahmen dieser AGB von Schriftform die Rede ist, meint dies Textform im Sinne des § 126 b BGB.

Event

Würzburger Automobil Gipfel 2009

24. und 25. Juni 2009

Der »Würzburger Automobil Gipfel« ist das Netzwerkevent der Automobilindustrie.



Im Mittelpunkt der zweitägigen Veranstaltung steht – zu einem zukunftsweisenden Thema der Branche – der lösungsorientierte Know-how-Austausch zwischen Herstellern, Zulieferern und Dienstleistern.

Ideen, Innovationen, Projekte ist das Motto.

Ein frisches Veranstaltungsformat mit hohem Identifikationswert, das durch den lösungsorientierten Ansatz Nachhaltigkeit garantiert.

Fünf interaktive Programm-Module sind Katalysator, um „vor Ort“ Ideen in Projekte zu überführen:

- ▶ Vorträge: Know-how für eine starke Automobilindustrie
- ▶ Sofa-Gespräche: Themenexperten vertiefen die Vorträge
- ▶ NoAE Marktplätze: Die NoAE-Arbeitsschwerpunkte präsentieren sich
- ▶ Erfahrungszirkel: Workshops für ausgewählte Themen mit dem Ziel, Ideen in Projekte zu überführen
- ▶ NoAE Innovations-Wettbewerb: Vernissage – die Beiträge der Preisträger

Der »Würzburger Automobil Gipfel« ist eine Gemeinschaftsveranstaltung von »Automobil Industrie« und »Network of Automotive Excellence NoAE«

www.wuerzburger-automobil-gipfel.de



Ihr Plus!

Die konsequente Einbettung von Ausstellern und Sponsoren in den Veranstaltungsrahmen lassen die Grenzen von Teilnehmern und Werbetreibenden verschmelzen. Als Teil der Premium Community bieten sich alle Vorzüge eines gezielten Face-to-Face-Marketings.

Als Sponsor Ideen zu Projekten begleiten!

Der »Würzburger Automobil Gipfel« bietet seinen rund 300 Besuchern exklusiv die Begegnung mit den Projektinitiativen und Mitgliedern von NoAE, dem Innovationstreiber für eine starke Automobilindustrie.

Auf dem »Würzburger Automobil Gipfel« erleben Sie die Entscheider im Netzwerk: OEM, Zulieferer und Dienstleister als strategische Partner.

- ▶ Das frische Veranstaltungsformat garantiert durch seinen hohen Identifikationswert und durch den lösungsorientierten Ansatz Nachhaltigkeit in besonderem Maß.
- ▶ Der Sponsor ist integraler Bestandteil der Veranstaltung, in direkter Nähe zur Branche. Kontakte garantiert.
- ▶ Ein exklusives Crossmedia-Paket rund um die Marke »Automobil Industrie« trägt die Sponsoring-Partnerschaft in die Top-Etagen der Automobilindustrie.

▶ Exklusive Sponsor

Ihre Marke, Ihr Unternehmen exklusiv präsentiert.
Plus: Umfangreiches Crossmedia-Paket in den Bereichen Print, Online und Event

▶ Premium-Sponsor

Ihre Marke im Kreis großer Unternehmen.
Extra: Crossmedia-Paket in den Bereichen Print und Online

▶ Premium-Partner

Ihre Logo-Präsenz beim Netzwerkevent der Automobilindustrie.

▶ Präsentationsfläche

Ihr ganz persönlicher Show-room.



**Sponsoring – individuell und unternehmensspezifisch.
Wir haben die Lösung.**

Ihr direkter Kontakt:

Anna Gredel
Leiterin Verkauf & Auftragsmanagement
Tel.: 0931/418-2920
E-Mail: anna_gredel@vogel-automedien.de

Das Zusatz-Angebot: Services & Support

Services

Maßgeschneiderte Mediakonzepte individualisieren Ihren Werbeauftritt und bieten Ihnen über die klassischen Werbemöglichkeiten hinaus den perfekten Rahmen für eine Präsentation Ihres Unternehmens und Ihres Leistungsportfolios. VAM Plus, der Media-Dienstleister für die Automobilbranche ist hierbei Ihr kompetenter Partner.

Ihr Vorteil:

- ▶ Mit VAM Plus erhalten Sie Branchen-Know-how aus einer Hand und Sie realisieren Ihre individuellen Marketingziele mit innovativen Kommunikationslösungen

Support

Damit Ihr Werbeauftritt in den Vogel Auto Medien rundum erfolgreich wird, steht Ihnen ein Expertenteam von Beratern zur Seite, das Sie bei der Erstellung und Gestaltung Ihrer Werbemittel in technischen wie auch inhaltlichen Fragen professionell unterstützt.

Darüber hinaus fördern weitere Supportleistungen wie Marktforschung oder Direkt-Marketing die Werbewirkung Ihrer Kampagne.

Ihr Vorteil:

- ▶ Der persönliche Support unterstützt Ihre Kampagne dabei, ein Maximum an Aufmerksamkeit und Effizienz zu erreichen

VAM | plus



Digitale Sonderdrucke

Fachbeiträge in »Automobil Industrie« über Ihr Unternehmen haben einen hohen Stellenwert bei Ihren Kunden. Die Werbewirkung solcher Fachartikel nutzen Sie optimal mit einem digitalen Sonderdruck im Original-Layout. Dieser ist als Werbemittel vielseitig einsetzbar: Versenden Sie ihn im Rahmen einer Mailing-Aktion, nutzen Sie ihn zur Darstellung auf Ihrer Website, in Ihrem Intranet, zur Ergänzung Ihres elektronischen Prospektmaterials (z.B. CD-ROM) und geben Sie ihn Ihren Vertriebspartnern als zusätzliches Informationsmaterial.

Neben der Einzelerstellung bieten wir Ihnen mit „myDigiAbo“ auch eine attraktive Service-Dienstleistung: Sie erhalten alle Artikel, die über Sie erscheinen, automatisch und mit einem zusätzlichen Preisvorteil von 25%

Preise:

PDF, 72 dpi	1 Seite	2 Seiten	3 Seiten	4 Seiten
Einzelbezug	148,-	198,-	248,-	298,-
myDigiAbo	111,-	148,-	186,-	223,-

(Preise in EUR: Allen Preisen ist die gesetzliche MwSt. zuzurechnen)

Content Syndication

Nutzung von redaktionellen Inhalten: Für die Website Ihres Unternehmens bieten wir Ihnen aktuelle und mediengerecht aufbereitete Inhalte aus »Automobil Industrie« und weiteren Medienangeboten der Vogel Business Media zu genau den Themen, die für Ihre Zielgruppen relevant sind. Wir liefern Ihnen Branchennews, Marktübersichten und Fachartikel, mit denen Sie die inhaltlichen Angebote Ihrer Online-Medien erweitern und damit direkt von der Fachkompetenz unserer Redaktionen profitieren können.

Ergänzen Sie Ihren Kundennewsletter mit News, die den Leser auf Ihre Website führen und verbessern Sie damit Ihre Kundenbindung. Auch für Ihr Intranet bieten wir Ihnen eine Vielzahl an Inhalten an, mit denen Sie Ihre Mitarbeiter über interessante Neuigkeiten aus Ihrem Geschäfts- und Tätigkeitsumfeld informieren können. Als Portalbetreiber können Sie über unsere Content-Syndicationsangebote auf einen branchenübergreifenden Fundus hochwertiger Artikel aller relevanten Industrie- und Wirtschaftszweige zugreifen.

Im Dialog mit Ihnen erarbeiten wir ein individuell auf Ihre Anforderungen hin zugeschnittenes Contentpaket und liefern Ihnen die Inhalte in Standardformaten wie PDF und XML inkl. aller notwendigen Nutzungsrechte für Ihr Unternehmen.

Sprechen Sie mit uns – wir beraten Sie gerne!

Digitale Sonderdrucke: Manuela Maurer
Tel. +49 931 418-2786
E-Mail: manuela_maurer@vogel-medien.de

Content Syndication: Winfried Eggebrecht
Tel.: +49 89 74642-512
E-Mail: winfried_eggebrecht@vogel-medien.de

Weitere Informationen finden sie auf <http://www.mycontentfactory.de>

Über **myContentfactory** bieten wir Ihnen Fachartikel und Nachrichten aus »Automobil Industrie« und www.automobil-industrie.de zur Nutzung innerhalb Ihrer eigenen Marketinginstrumente an.

Sonderformate Print

Sonderformate wie Pocket Guide, Fibel oder Kundenspezial sorgen für verstärkte Aufmerksamkeit innerhalb Ihrer Zielgruppe und geben Ihnen die Möglichkeit, sich als Kompetenzpartner für das von Ihnen besetzte Thema zu präsentieren.



Pocket Guide

Format: DIN-A6 Hochformat, Druck: vierfarbig
Verarbeitung: Rückendrahtheftung
Ausstattung: leicht glänzendes 70 g-Papier (Umschlag 150 g) Umfang: 20 Seiten (16 Seiten Einlage + 4 Seiten Umschlag)
Auflage: 15.000 (aufgeklebt auf »Automobil Industrie«)

Preis: 20.000 €*



Fibel

Format: DIN-A5 Hochformat, Druck: vierfarbig,
Verarbeitung: Rückendrahtheftung
Ausstattung: leicht glänzendes 70 g-Papier (Umschlag 150 g). Umfang: 20 Seiten (16 Seiten Einlage + 4 Seiten Umschlag)
Auflage: 15.000 (aufgeklebt auf »Automobil Industrie«)

Preis: 25.000 €*



Kundenspezial

Format: 21 x 29 cm, Hochformat, Druck: vierfarbig
Verarbeitung: Rückendrahtheftung
Ausstattung: mattes 70 g-Papier (Umschlag 170 g/m², glänzend) Umfang: 20 Seiten (16 Seiten Einlage + 4 Seiten Umschlag) Basisauflage: 15.000 Exemplare
Versand: zusammen mit »Automobil Industrie«

Preis: 29.000 €*

Ihre Vorteile:

- ▶ Aufmerksamkeitsstark: Anbringung von Fibel und Pocket Guide auf der Titelseite der »Automobil Industrie«
- ▶ Integration Ihres Logos auf der Titelseite
- ▶ Ganzseitige Anzeigen auf den Umschlagseiten 2 und 4
- ▶ 250 kostenlose Fortdrucke, weitere Fortdrucke können zu Sonderkonditionen erworben werden
- ▶ Doppelseitiges Interview mit einem Repräsentanten des Unternehmens
- ▶ Möglichkeit redaktioneller Platzierung

* Alle Preise ohne Fortdrucke. Fortdrucke sind jederzeit möglich, Konditionen auf Anfrage. Allen Preisen ist die gesetzliche MwSt. zuzurechnen.

Corporate Publishing

Das komplette Projektmanagement für Ihre Kundenmagazine, Newsletter, Mitarbeiterzeitschriften inklusive:

- ▶ Redaktion
- ▶ Layout
- ▶ Produktion/Lettershop
- ▶ Zielgruppenmanagement
- ▶ Vertrieb
- ▶ Anzeigenakquisition
- ▶ Web- und Onlinedesign

Newsletter

Auflage: 10.000 Exemplare
Format: DIN A4 (210 x 297 mm)
Umfang: 4 Seiten
Druck: 4/4-farbig

Preis: ab ca. 4.500 €

Kundenzeitung

Auflage: 10.000 Exemplare
Format: Berliner Format (470 x 315 mm)
Umfang: 4 Seiten
Druck: 4/4-farbig

Preis: ab ca. 7.700 €

Kundenmagazin

Auflage: 10.000 Exemplare
Format: DIN A4 (210 x 297 mm)
Umfang: 24 Seiten
Druck: 4/4-farbig

Preis: ab ca. 13.200 €

Alle Preise verstehen sich ohne Versand, Neu-Konzeptionskosten, Strategieentwicklung usw.. Die Preise dienen Ihnen als repräsentative Richtwerte. Gerne beraten wir Sie in einem persönlichen Gespräch ausführlich über Ihre Möglichkeiten und erstellen Ihnen Ihr individuelles Angebot.



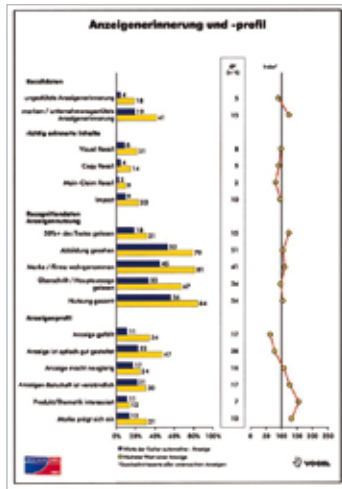
Marktforschung

Sie wollen wissen, wie hoch Ihre Anzeigenwirkung ist oder wie Sie von Ihrer Zielgruppe wahrgenommen werden? Die Vogel Auto Medien unterstützen Sie dabei mit Anzeigen-Tests, Themenfragen im Blatt, redaktionellen Gewinnspielen oder Zusatzfragen in Marktpanels. Gerne beraten wir Sie individuell über Ihre Möglichkeiten.

Beispiel:

Teilnahme am jährlichen Anzeigen-Copytest der »Automobil Industrie« mit differenzierter Analyse und Benchmark-Betrachtung Ihres Anzeigenmotivs

Preis Copytest: kostenlos



Direktmarketing

Direktmarketing ist eine wirkungsvolle Methode zur Generierung neuer Kunden. Sie präsentieren Ihre Leistungen und Produkte direkt bei den Ansprechpartnern Ihrer Zielgruppe. Die Auswahl der richtigen Business Adresse ist hierbei für den Erfolg Ihrer Marketingaktivitäten entscheidend. Wir unterstützen Sie dabei und stellen Ihnen topaktuelle und qualifizierte Adressen zur Verfügung.

Adressmiete:

Alle Preise für Einfachnutzung.
 (Preise für Zwei- und Mehrfachnutzung auf Anfrage)
 Mietpreis pro Kollektion (Mindestmiete: 480 €)
 Bereitstellungskosten: 100 € pauschal

Adressenstückzahl:	1-500	501-1.000	1.001-5.000	5.001-10.000	10.001-25.000	ab 25.001
Adressenart:						
Betriebsadressen mit Branchenmerkmal	0,56 €	0,41 €	0,28 €	0,25 €	0,22 €	0,19 €
Betriebsadressen mit Branchenmerkmal*	0,61 €	0,43 €	0,30 €	0,27 €	0,24 €	0,22 €
Personenadressen nach Funktion/Position	0,83 €	0,55 €	0,38 €	0,34 €	0,31 €	0,29 €
Personenadressen nach Funktion/Position*	0,88 €	0,58 €	0,40 €	0,37 €	0,34 €	0,31 €
Personenadressen nach Funktion/Position mit Branchenmerkmal*	0,92 €	0,60 €	0,43 €	0,39 €	0,36 €	0,34 €

*und Betriebsgrößen und/oder Regionaleingrenzung

Kostenfrei: In jedem Adressabruf enthalten ist die überschneidungsfreie Selektion, auf Wunsch mit beliebigem Adresszusatz und/oder Codierung
Mengenrabatt: 5 bis 25 % auf den Mietpreis.

Basis sind die pro Kalenderjahr angemieteten Adressen: ab 20.001 Adressen 5 %, ab 50.001 Adressen 10 %, ab 75.001 Adressen 15 %, ab 100.001 Adressen 20 %, ab 150.001 Adressen 25 %

Produktion von Webcasts

Wenn Sie sich bei Ihrer Online Werbung z.B. für die Integration der innovativen Werbeformen Business-Clip oder Webcast auf www.automobil-industrie.de entscheiden, jedoch noch keinen Film über Ihr Produkt oder Ihr Unternehmen zur Verfügung haben, unterstützen wir Sie gerne bei der Erstellung Ihres eigenen Videos.

Gerne erstellen wir Ihnen ein individuelles Angebot.
Ihr Ansprechpartner berät Sie gerne.

Beispiel für die Produktion:

- ▶ **Das Leistungspaket umfasst:**
1 Kameramann, 1 Kameraassistent, 1 Redakteur
- ▶ **Aufnahme:** Webcast, Drehzeit 2-3 Stunden
(Interview-Sequenz mit themenbezogenen Einblendungen)
- ▶ **Schnitt:** Schnitt des Materials zu einem Webcast
von 3-5 Minuten Länge
- ▶ **Produktion:** Produktion eines Trailers
(5-sekündiger Vorspann vor dem Webcast)
- ▶ **Musik:** Bereitstellung gemafreier Musik

Preis inkl. Reisekosten: ab 2.450 €



Veranstaltungsservice + Location

VCC Vogel Convention Center

2 große Hallen (850 m² bzw. 1.200 m²)
6 Konferenz-/Workshopräume für 30 bis 110 Teilnehmer
Gesamtkapazität: rund 1.000 Besucher



Saalmiete Shedhalle: ca. 2.900 €

Saalmiete Rotationshalle: ca. 3.500 €

An den Auf/Abbautagen fallen 50 % der jeweiligen Saalmieten an.

Weitere Services

Gestaltungsservice Print- und Onlinewerbemittel

Preis: nach Aufwand

Qualitätscheck von Whitepapers

Preis: kostenlos

Erstellung von Websites

Preis: nach Aufwand

Kampagnenplanung mit Lead- und Reichweitengarantie

Preis: kostenlos

Kontakt: Verkauf



Anna Gredel

Leiterin Verkauf & Auftragsmanagement
0931 418-2920
anna_gredel@vogel-automedien.de



Susanne Schumann

Key-Account-Manager
0931 418-2956
susanne_schumann@vogel-automedien.de



Christine Geist

Key-Account-Manager
0931 418-2241
christine_geist@vogel-automedien.de



Tina Sauer

Mediaberaterin
0931 418-2103
tina_sauer@vogel-automedien.de



Gabriele Groitzsch

Key-Account-Manager
0931 418-2760
gabriele_groitzsch@vogel-automedien.de

Kontakt: Redaktion



Wilhelm Mißler

Chefredakteur

0931 418-2911

wilhelm_missler@vogel-automedien.de



Jens Badstübner

Redakteur

0931 418-2906

jens_badstuebner@vogel-automedien.de



Claus-Peter Köth

Stellvertretender Chefredakteur

0931 418-2049

claus-peter_koeth@vogel-automedien.de



Thomas Weber

Redakteur

0931 418-2609

thomas_weber@vogel-automedien.de



Jens Meiners

Chefreporter

Mitglied der Chefredaktion

0931 418-2926

jens_meiners@vogel-automedien.de



Bernd Otterbach

CvD Online

0931 418-2981

bernd_otterbach@vogel-automedien.de

Kontakt: Geschäftsleitung, Marketing und Vertrieb, Verkauf Ausland



Ernst Haack

Geschäftsführer
Vogel Auto Medien
0931 418-2212
ernst_haack@vogel-automedien.de



Stefan Zügner

Leiter Marketing & Vertrieb
0931 418-2429
stefan_zuegner@vogel-automedien.de



Peter Voigt

Product Marketing Manager
0931 418-2271
peter_voigt@vogel-automedien.de

Großbritannien:

Vogel Euro Publishing
UK Office
Tel. +44 800 3101702
Fax +44 800 3101703
mark.hauser@comcast.net
www.vogel-europublishing.com

USA:

Vogel Europublishing Inc.
Mark Hauser, 632 Sunflower Court
San Ramon, CA 94583
Tel. +1 925 6481170
Fax +1 925 6481171
mark.hauser@comcast.net

Frankreich:

DEF & Communication
48, boulevard Jean Jaures
92110 Clichy
Tel. +33 1 47307180
Fax +33 1 47300189
achristmann@wanadoo.fr

Automobil **Konstruktion** **Management** **Elektronik** **Automation** **Fertigung**
Maschinenbau **Logistik** **Material Handling** **Kfz-Gewerbe** **Labor**
Chemie **Pharma** **Informationstechnologie** **Ausbildung** **Fachliteratur**



www.vogel.de

Stand: 20.11.08

