

AUTOMOBIL PRODUKTION

2020

Management. Factory. Tools.

TOP 100 Ranking

Die größten Zulieferer im exklusiven Faktencheck. Wer sind die Gewinner und Verlierer 2020?

Krafttakt

Die Branche lichtet unter den Auswirkungen der Coronakrise. Der Blick geht jedoch Richtung Zukunft

Taktgeber

Viele Supplier treiben digitale Innovationen im Bereich Infotainment und Licht voran

Im Interview

Continental-Vorstand
Nikolai Setzer



www.koelnmesse.de/production 01/2021

Foto: iStock



sponsored by:  Berger

TOP 100: Automotive Suppliers Global Ranking 2020

Mediadaten 2021

Gültig ab 01.01.2021



MAGAZIN

ONLINE

NEWSLETTER

KONGRESSE

DIGITAL

NETWORKING

LEAD GENERIERUNG

 m:connect



AUTOMOBIL PRODUKTION (AP) ist das Branchenmagazin für die Automobil- und Zulieferindustrie. Im Fokus der Berichterstattung stehen Produktion, Logistik und Einkauf – AP berichtet rund um die intelligente, flexible Fertigung der Zukunft. Die Integration smarter Maschinen und Anlagen spielt dabei eine ebenso große Rolle wie Veränderungen in Einkauf und Lieferantenmanagement. Das Branchenmagazin analysiert und interpretiert in diesem Zusammenhang Unternehmensstrategien, Technologiefortschritte und wertschöpfungssteigernde Maßnahmen. AP verfolgt einen klaren journalistischen Ansatz: Die Redaktion liefert News aus erster Hand, Hintergründe und wichtige Daten, und unterstützt das Management so bei seinen Entscheidungen.



Zielgruppe:

Top-Management-Ebene (Vorstände und Geschäftsführer) sowie Entscheider aus den Bereichen Einkauf, Entwicklung und Produktion bei OEM, Zulieferern und Ausrüstern.

Erscheinungsweise:

7 Ausgaben jährlich (siehe Themenplan)

Heftformat: DIN A4

Jahrgang: 35. Jahrgang

Bezugspreis Jahresabonnement:

inkl. 8 Ausgaben automotivET

Print und Digital

Inland € 176,55 (Preisanteil Digital € 5,25) zzgl. € 16,05 Versand
 Ausland € 176,55 (Preisanteil Digital € 5,25) zzgl. € 32,10 Versand
 Alle Preise verstehen sich inkl. der jeweiligen MwSt.

Digital

€ 159,99,- inkl. MwSt.

Verlag:

verlag moderne industrie GmbH
 Justus-von-Liebig-Str. 1
 86899 Landsberg
 Telefax: 08191/125-279
 www.automobil-produktion.de
 Redaktion: redaktion@automobil-produktion.de
 Anzeigen: anzeigen@automobil-produktion.de

Ansprechpartner:



Anzeigen:

Maximilian Fuchs, Leitung Verkauf
 Telefon: 08191/125-350
 E-Mail: maximilian.fuchs@automobil-produktion.de



Redaktion:

Ralf Bretting, Chefredaktion (on behalf)
 Telefon: 08191/125-688
 E-Mail: : ralf.bretting_ext@automobil-produktion.de

Unsere Zukunft: das automotive media network

2018 wurde im Geschäftsbereich Industrie der Süddeutscher Verlag Mediengruppe ein automotive media network der Marken Automobil Produktion, automotivET und carIT gegründet.

Aus dem Zusammenschluss dieser starken Marken wurde ein zentraler Player im Bereich der Automotive-Fachmedien.

Ab 2021 werden wir entsprechend der Entwicklung in unseren Zielgruppen die IT-Themen in einem Fachmagazin zusammenbringen. Die automotivET wird zielgerichtet um den wichtigen Themenkreis der Produkt-IT erweitert, die bisher über die carIT abgedeckt wurde.

Die journalistischen Kompetenzen unserer Marken sind direkt verzahnt. Wir bündeln unser Fachwissen in einer standortübergreifenden Redaktion, die kritisch und redaktionell unabhängig berichtet.

Die Automobilwirtschaft durchlebt weiterhin weltweit die größte Transformation ihrer Geschichte. Neue Erwartungen an die Mobilität und Antriebe von morgen, die Digitalisierung von Produktion und Produkt sowie übergreifende Tech-Trends rund um Themen wie Big Data, Künstliche Intelligenz oder Cybersecurity sorgen für gravierende Veränderungen.

Digitale Services ergänzen zunehmend traditionelle Geschäftsmodelle, während neue Akteure aus der Big Data-Welt für eine nie dagewesene Dynamik im Markt sorgen und immer stärker die Innovationen bei den Mobilitäts-Service-Angeboten vorantreiben. Diese Disruption und Innovation innerhalb der Branche adressiert das automotive media network mit einer ganzheitlichen Betrachtungsweise neuer Prozesse, Lösungen, Strategien und Technologien.



Das automotive media network erreicht die Experten der Branche:
Print: 32.000, Digital: 1.045.116 Exemplare pro Ausgabe bzw. Zugriffszahlen pro Monat

Exemplare pro Ausgabe bzw. Zugriffszahlen pro Monat
 (jeweils im Jahresdurchschnitt von 07/19 bis 06/20)

REDAKTION/
VERLAG

ANZEIGENPREISE/
-FORMATE

AGB'S

TERMINE &
THEMENPLAN

ONLINE

NEWSLETTER

MEDIA SERVICES

ANALYSEN

Events des automotive media network

Die Events unseres automotive media networks unter den Marken **automotiveIT**, **carIT** und **Automobil Produktion** werden von den Teilnehmern seit Jahren aufgrund von Qualität, Organisation, Networking und Inhalten hervorragend bewertet. In 2020 haben wir zudem gelernt, flexibel auf die neuen Anforderungen zu reagieren. Wir haben unsere Präsenz-Veranstaltungen kurzfristig den Bedingungen unter der Covid-19 Situation angepasst, neue wegweisende digitale Tools eingesetzt und auch rein digitale Veranstaltungen umgesetzt. Gemeinsam mit den Referenten, unseren Partnern und unseren Teilnehmern haben wir hier viele Erfahrungen gesammelt, die uns immer besser werden lassen.

Das ist unser Ziel! Und daran messen wir uns bei jeder Veranstaltung.

Redaktionell begleitet und mit hochklassigen Referenten aus der Automobil- und IT-Branche ist das Netzwerk auf unseren Events einzigartig.



automotiveIT Kongress
Hybrid-Event · Juni 2021

Der automotiveIT Kongress fokussiert sich auf die Business-IT in den Automobil- und Zulieferunternehmen. automotiveIT beleuchtet wie die Business-IT unter dem Einfluss der Digitalisierung und neuer Technologien die Geschäftsprozesse und die Art zu arbeiten nachhaltig - das über alle Bereiche von der Entwicklung bis zum Vertrieb.

www.automotiveIT-kongress.eu

LIVE VOR ORT
UND DIGITAL!



DER NEUE carIT KONGRESS
Hybrid-Event · September 2021

Der carIT Kongress zielt auf die technologischen Aspekte der Elektronik/Elektrik und deren Einwirkungen auf die car IT-Technologien wie Konnektivität und Autonomes Fahren ab - das vor allem vor dem Hintergrund der kommenden Betriebssysteme in Fahrzeugen als Enabler für zukünftige Technologien.

www.carIT-kongress.com

LIVE VOR ORT
UND DIGITAL!



Mobility Circle
Hybrid-Event · November 2021

Der Mobility Circle als übergreifende Plattform von Wirtschaft, Politik und Wissenschaft betrachtet Lösungen für eine nachhaltige Mobilität der Zukunft und stellt in diesem Jahr zudem die These auf, dass es für eine nachhaltige Mobilität eine effektive politische Orchestrierung und Steuerung auf Basis gesellschaftlich akzeptierter Ziele braucht.

www.mobility-circle.com

LIVE VOR ORT
UND DIGITAL!

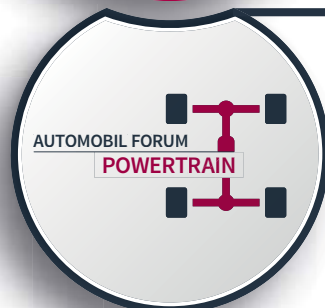


automotive production summit
Hybrid-Event · Dezember 2021

Der automotive production summit fokussiert sich auf die digitale Produktion und seine Implikationen, auf die Logistik und den Einkauf. Die aktuelle Krise zeigt mehr denn je, wie abhängig der Automobilbau von zuverlässigen Produktionsnetzwerken ist. Die Transformation der Produktion braucht tiefgreifende Partnerschaften zwischen OEMs, Zulieferern und den Playern aus der digitalen Welt.

www.automotive-production-summit.de

LIVE VOR ORT
UND DIGITAL!



Automobil Forum Powertrain
Digital-Event · Mai 2021

Der Kongress beschäftigt sich mit der zunehmenden Digitalisierung bei der Entwicklung von Motoren, Getrieben und der notwendigen Elektrifizierung sowie mit der Rolle, die Partnerschaften zwischen OEMs, Zulieferern und Playern aus der digitalen Welt spielen, damit die strengen gesetzlichen Vorschriften zeitnah erfüllt werden können.

NEU!
NUR DIGITAL!

Anzeigenformate und Preise (siehe auch Seite 7 „Informationsblatt Formate“)

| Anzeigengröße | Satzspiegelformat (B x H in mm) | Anschnittformat* (B x H in mm) | Preis (4-farbig/4c) |
|-----------------|---------------------------------|--------------------------------|---------------------|
| 1/1-Seite | 178 x 257 | 216 x 303 | € 6.580,- |
| Juniorpage | 120 x 178 | 139 x 203 | € 4.695,- |
| 1/2-Seite hoch | 86 x 257 | 105 x 303 | € 3.960,- |
| 1/2-Seite quer | 178 x 126 | 216 x 149 | € 3.960,- |
| 1/3-Seite hoch | 56 x 257 | 75 x 303 | € 2.825,- |
| 1/3-Seite quer | 178 x 83 | 216 x 106 | € 2.825,- |
| 1/4-Seite quer | 178 x 62 | - | € 2.175,- |
| 1/4-Seite Block | 86 x 126 | - | € 2.175,- |
| 1/8-Seite Block | 86 x 62 | - | € 1.250,- |

Vorzugsplatzierungen: 2., 3. und 4. Umschlagseite € 7.650,-

Alle Anzeigenpreise in Euro inklusive Farbzuschlägen und zzgl. gesetzlicher MwSt.

Rabatte/Malstaffel/Mengenstaffel bei Abnahme innerhalb eines Jahres:

*inkl. 3 mm Beschnitt

ab 3 Anzeigen 3 %, ab 6 Anzeigen 5 %, ab 12 Anzeigen 10 %

ab 3 Seiten 10 %, ab 6 Seiten 15 %, ab 12 Seiten 20 %

Alle Anzeigenformate auch als Advertorial buchbar.

| | | | | | | | |
|----------------------|-----------------------------|-------|-------------------------|--------|------------|----------------|----------|
| REDAKTION/ VERLAG | ANZEIGENPREISE/ -FORMATE | AGB'S | TERMINE & THEMENPLAN | ONLINE | NEWSLETTER | MEDIA SERVICES | ANALYSEN |
|----------------------|-----------------------------|-------|-------------------------|--------|------------|----------------|----------|

Sonderformate, Zahlungsbedingungen

Beilagen: (nicht rabattfähig)

bis 25g Gewicht € 395,-/Tsd. Ex.

je weitere 25 g Gewicht € 195,-/Tsd. Ex.

(Preise einschl. Portoanteil)

max. Papierformat 20 x 29 cm

Anlieferung: Muster bei Auftragserteilung. Auflage bis 10 Tage vor Erscheinen.

Teilbeilagen sind möglich, Mindestmenge 3.000 Stück

Lieferanschrift für Beilagen:

BWH GmbH, Beckstraße 10 30457 Hannover

(mit Vermerk: für AUTOMOBIL PRODUKTION, Heft-Nr. ...)

Banderole um AUTOMOBIL PRODUKTION € 10.300,-

Format 460 x 100 mm, inkl. Druck und Klebekosten

Altarfalz € 15.500,-

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

Titelklappe € 12.200,-

Klappe um das Heft mit 1/2 Seite auf der Titelseite

und ganzer Seite auf der 4. Umschlagseite

Werbefläche: ca. 1,5 DIN A4-Seiten

Gatefolder € 19.100,-

ausklappbare Anzeigenseite auf der 2. Umschlagseite

Werbefläche: ca. 3 DIN A4-Seiten

Zahlungsbedingungen:

netto innerhalb 14 Tagen nach Rechnungsdatum

bei Vorauszahlung 2 % Skonto

bei Bankeinzug 3 % Skonto

Bankverbindung:

HVB

BLZ: 70020270

Kto.: 15764474

IBAN: DE76 7002 0270 0015 7644 74

SWIFT (BIC): HYVEDEMMXXX

Formate



Technische Angaben

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

Satzspiegel: 178 mm breit und 232,75 mm hoch.

Druckverfahren: Bogenoffset

Datenformate: Anlieferung von Daten im PDF-Format, Version 1.3 (PDF/X-1a), mit Acrobat Distiller ab Version 4.0 erzeugt und mit rastermoduliertem Proof.

Bilddaten hochauflösend mindestens 300 dpi, Auflösung für 60er Raster, Farbmodell immer CMYK (nie RGB oder LAB-Elemente). Bitmap (Strichscans) sollten eine Auflösung von mindestens 800 dpi haben. Das Format angelegt in Originalmaßen plus Beschnittzugaben und Beschnittmarken.

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

Proof: Nach FOGRA-Standard. Mit FOGRA Medienkeil 2.0 oder 3.0 nach Standard, **PSO_LWC_Improved_eci.icc** für Inhalt in der Regel Papiertyp 3 FOGRA 45L – nach Standard, **ISOcoated_v2_eci.icc** für Umschlag in der Regel Papiertyp 2 FOGRA 39L – nach Standard.

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

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

Kontakt/Datenübermittlung:

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

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

§ 1 Geltung, Ausschließlichkeit

- Für die Annahme und die Veröffentlichung aller Werbeaufträge sowie Folgeaufträge gelten ausschließlich die vorliegenden AGB sowie die zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses aktuelle Preisliste des Unternehmens, deren Regelungen einen wesentlichen Vertragsbestandteil bilden. Die Gültigkeit etwaiger AGB des Auftraggebers ist, soweit sie mit den vorliegenden AGB des Unternehmens abweichend, ausgeschlossen.
- Diese AGB gelten sinngemäß für Beilagenaufträge. Diese werden vom Unternehmen grundsätzlich erst nach Vorlage und Prüfung eines Musters angenommen.

§ 2 Angebot, Vertragsschluss

- Werbearbeit im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist ein Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen, Fremdbeilagen oder sonstiger Werbemittel eines Werbungstreibenden oder sonstigen gewerblichen Inserenten in einem Werbeträger (Print/Magazin) zum Zeitpunkt der Bestellung.
- Aufträge für Werbemittel können persönlich, telefonisch, schriftlich, per Telefax, per E-Mail oder per Internet aufgegeben werden. Das Unternehmen haftet nicht für Übermittlungfehler.
- Ein Vertrag kommt erst durch die schriftliche Auftragsbestätigung des Unternehmens zustande. Es gilt jeweils die im Zeitpunkt der Auftragserteilung gültige Preisliste. Aufträge, auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Gesamtbestells, sind nach pflichtgemäßem Ermessen abzulehnen. Dies gilt insbesondere, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder vom deutschen Presse- oder Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde, deren Veröffentlichung für das Unternehmen wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines redaktionellen Beitrags erweckt oder Fremdanzeigen enthält. Das Unternehmen wird die Ablehnung unverzüglich nach Kenntniserlangung der betreffenden Inhalte mitteilen.

§ 3 Vertragsabwicklung

- Aufträge sind innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzuwickeln, beginnend mit der ersten Schaltung (Veröffentlichung) des Werbemittels. 2. Die für die Werbemittel erforderlichen Inhalte, Informationen, Daten, Dateien und sonstigen Materialien („Vorlagen“) stellt der Auftraggeber dem Unternehmen vollständig, fehler- und vienfremd und in den vertraglichen Vereinbarungen entsprechend rechtzeitig zur Verfügung. Werden Vorlagen digital (z. B. per CD/DVD) mit dem Unternehmen übermisst, sind sie nur mit geschlossenen Dateien zu übertragen, also mit solchen Dateien, die das Unternehmen inhaltlich nicht ändern kann. Das Unternehmen haftet nicht bei fehlerhafter Veröffentlichung von Werbemitteln, die mit offenen Dateien (z. B. unter Core Draw, QuarkXPress, Freehand gespeicherte Dateien) übermisst werden. Zusammengehörende Dateien sind vom Auftraggeber in einem gemeinsamen Verzeichnis (Ordner) zu senden bzw. zu speichern. Bei digital übermittelten Druckvorlagen für Farbanzeigen hat der Auftraggeber gleichzeitig ein Farb-Proof und ein Proof- bzw. Messtropfenkolli mitzuliefern. Ansonsten bestehen keine Ersatzansprüche der Auftraggeber bei fehlerhaften Farbanzeigungen. Der Auftraggeber haftet dafür, die übermittelten Dateien frei von Computerviren sind, Dateien mit Computerviren kann das Unternehmen löschen, ohne dass der Auftraggeber hieraus Ansprüche herleiten könnte. Das Unternehmen behält sich zudem Ersatzansprüche vor, wenn die Computerviren beim Unternehmen weiteren Schaden verursachen. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Vorlagen fordert das Unternehmen unverzüglich Ersatz an. Vorlagen werden nur auf besondere Aufforderung an den Auftraggeber im Falle eines Mangels gegen die Kosten des Auftraggebers zurückgeschickt. Die Pflicht zur Aufbewahrung aller zugesandten Unterlagen endet drei Monate nach Veröffentlichung des jeweiligen Auftrags.
- Kosten für die Anfertigung bestellter Vorlagen, Filme oder Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen trägt der Auftraggeber.
- Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit des zurückgeschickten Abzugs. Wird der Abzug nicht fristgemäß an das Unternehmen zurückgeschickt, so gilt die Genehmigung des Werbemittels als erteilt.
- Das Unternehmen liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Werbemittelbeleg. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, tritt an seine Stelle eine Bescheinigung des Unternehmens über die Veröffentlichung und Verbreitung des Werbemittels.
- Die Aufmachung und Kennzeichnung redaktionell gestalteter Werbemittel ist rechtzeitig vor Erscheinen mit dem Unternehmen abzustimmen. Textbelegabgaben müssen sich schon durch die Größe der Anzeigen und die reaktionellen Typset unterscheiden. Das Unternehmen ist berechtigt, Werbemittel, die nicht als solche zu erkennen sind, deutlich als Werbung zu kennzeichnen.
- Zuschriften auf Chiffreanzeigen werden sich vier Wochen nach Veröffentlichung der Anzeige aufbewahrt und dem Auftraggeber auf normalem Postwege zugesandt (auch wenn es sich um Express- oder Einschreibebesendungen handelt). Eine Gewähr für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Offerten übernimmt das Unternehmen jedoch nicht.
- Die in der Preisliste ausgewiesenen Leistungs- und Erscheinungstermine sind für das Unternehmen unverbindlich. Dem Unternehmen steht es frei, diese kurzfristig dem Produktionsablauf entsprechend anzupassen.
- Aufträge können nur rechtzeitig, spätestens zum Anzeigen-schlussstermin, und schriftlich, per Telefax oder E-Mail gekündigt werden. Ist die Anzeige bereits in Druck gegeben, hat der Auftraggeber die Anzeige zu bezahlen. Ansonsten kann das Unternehmen die Erstattung der bis zur Kündigung angefallenen Kosten für den geschalteten Werbemittelbestandteil in dem Eigentum des Werbemittelherstellers zurückgeben. Der Auftraggeber ist für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit des Werbemittels verantwortlich. Er stellt das Unternehmen von allen Ansprüchen Dritter wegen der Veröffentlichung des Werbemittels frei, einschließlich der angemessenen Kosten zur Rechtsverteidigung. Das Unternehmen ist nicht zur Prüfung verpflichtet, ob ein Werbemittel die Rechte Dritter beeinträchtigt. Wird das Unternehmen durch gerichtliche Entscheidung z. B. zum Abruch einer Gegenanstellung oder Berichtigung aufgrund des geschalteten Werbemittels verpflichtet, hat der Auftraggeber diese Veröffentlichung nach der gültigen Preisliste zu bezahlen.
- Werbegutagenten sind verpflichtet, sich in ihren Angaben, Verträgen und Abrechnungen gegenüber den Werbungstreibenden an die Preisliste des Unternehmens zu halten. Die vom Unternehmen gewährte Vermittlungsprovision errechnet sich aus dem Kundenkonto, also nach Abzug von Rabatt, Boni und Mängelanzeige. Die Vermittlungsprovision fällt nur bei Vermittlung von Aufträgen Dritter an. Sie wird nur an vom Unternehmen anerkannte Werbegutagenten vergütet und unter der Voraussetzung, dass der Werbegutagent unmittelbar von der Werbegutagentur erteilt wird, in die Beschaffung der fertigen und druckreifen Druckunterlagen obliegt und eine Gewerbeabmeldung als Werbegutagent vorliegt. Dem Unternehmen steht es frei, Aufträge von Werbegutagenten abzulehnen, wenn Zweifel an der berufsmäßigen Ausübung der Agentur Tätigkeit oder der Bonität der Werbegutagentur bestehen. Aufträge durch Werbegutagenten werden in deren Namen und auf deren Rechnung erteilt. Soweit Werbegutagenten Aufträge erteilen, kommt der Vertrag daher im Zweifel mit der Werbegutagentur zustande. Soll ein Werbungstreibender Aufträge werden, muss dies gesondert unter namentlicher Nennung des Werbeträgers fest vereinbart werden. Das Unternehmen ist berechtigt, von der Werbegutagentur einen Mandatsnachweis zu verlangen.

§ 4 Preise, Zahlungsbedingungen, Preisminderung

- Der Preis für die Veröffentlichung eines Werbemittels richtet sich nach der im Zeitpunkt der Auftragserteilung gültigen Preisliste. Für redaktionell gestaltete Werbemittel, Beilagen, Sonder-veröffentlichungen und Kollektive sowie Werbemittel, die nach Anzeigenschluss in Auftrag gegeben werden, kann das Unternehmen von der Preisliste abweichende Preise festsetzen. Preisänderungen für erteilte Aufträge sind gegenüber dem Unternehmen wirksam, wenn sie vor dem Unternehmen mindestens einen Monat vor Veröffentlichung des Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden.
- Die in der Preisliste bezeichneten Nachlässe werden nur dem Auftraggeber und nur für die innerhalb eines Jahres geschalteten Werbemittel gewährt. („Anzeigenjahr“). Wiederholungsbeställe gelten nur innerhalb eines Anzeigenjahres. Die Frist beginnt mit der Schaltung des ersten Werbemittels, wenn nicht anders vereinbart.
- Bei Erweiterung des Auftrages entsteht ein Anspruch auf rückwirkenden Rabatt, sofern der Grundauftrag rabattfähig war. Der Anspruch erlischt, wenn er nicht spätestens einen Monat nach Ablauf des Anzeigenjahres geltend gemacht wird. Erreicht ein Auftrag nicht das vorhergesehene Auftragsvolumen, so wird der zu viel gewährte Preisnachlass nachträglich in Rechnung gestellt.

- Auftragsrechnungen sind innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung laufenden Frist zu bezahlen, sofern nichts anderes vereinbart ist. Die sog. Pre-Notificationfrist nach der SEPA-Basis-Lastschrift ist auf vier Tage verkürzt. Das Unternehmen hat das Recht, seine Forderungen gegen den Auftraggeber an Dritte abzutreten. Ist der Auftraggeber in Zahlungsrückstand zu einer Forderung, so können alle übrigen Forderungen gegen den Auftraggeber fällig gestellt werden. Mahn- und Inkassokosten, die durch Zahlungsverzug entstehen, trägt der Auftraggeber. Das Unternehmen kann bei Zahlungsverzug die weitere Auslieferung eines laufenden Auftrags bis zur Bezahlung zurückstellen und Vorzahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist das Unternehmen berechtigt, auch wäh- rend der Laufzeit eines Gesamtbestells das Erscheinen weiterer Werbemittel abweichend von einem vereinbarten Zahlungsziel von einer Vorauszahlung und vom Ausgleich offener Rechnungsbeträge abhängig zu machen. Fehlerhafte Rechnungen können vom Unternehmen inner- halb von sechs Monaten nach Rechnungsstellung korrigiert werden.
- Sämtliche Preise verstehen sich zuzüglich Mehrwertsteuer in gesetzlicher Höhe am Tag der Rechnungsstellung.
- Bei Aufträgen aus dem Ausland, die nicht mehrwertsteuerpflichtig sind, erfolgt die Rechnungsstellung ohne Mehrwertsteuerberechnung. Das Unternehmen ist zur Berechnung der Mehrwertsteuer verpflichtet, wenn die Finanzierung der Anzeigenaufträge bezahlt wird.
- Aus einer Auftragsminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Werbemittel ein Anspruch auf Preiserminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamturkundenschild dies mit der ersten Schaltung beginnenden Anzeigenjahres in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder – falls eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittliche verkaufte (falls keine verkaufte) vorhanden, die durchschnittlich tatsächlich vertretete Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflage-minderung ist nur dann ein zur Preiserminderung berechtigter Mangel, wenn eine Auflage um mindestens 20 v. H. unterschritten wird. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preiserminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn das Unternehmen dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen des Werbemittels vom Vertrag zurücktreten konnte. Derartige Minderungsansprüche von Kaufleuten als Auftraggeber verjähren 12 Monate nach Veröffentlichung des Werbemittels.

§ 5 Mängelgewährleistung

- Für die Aufnahme von Werbemitteln in bestimmte Nummern oder Ausgaben oder an bestimmten Plätzen wird keine Gewähr geleistet. 2. Beachtet der Auftraggeber die Empfehlungen des Unternehmens zur Erstellung und Übermittlung von Vorlagen nicht, so stehen ihm keine Ansprüche wegen fehlerhafter Veröffentlichung zu. Dies gilt auch, wenn er sonstige Regelungen dieser AGB oder der Preisliste nicht beachtet. 3. Reklamationen müssen vom Auftraggeber bei offensichtlichen Mängeln spätestens innerhalb von zwei Wochen nach Eingang der Rechnung geltend gemacht werden. Nicht offensichtliche Mängel muss der Auftraggeber spätestens sechs Monate nach Veröffentlichung der entsprechenden Druckschicht reklamieren. Bei fehlerhafter Wiedergabe des Werbemittels – trotz rechtzeitiger Einwendung einwandfreier Vorlagen und rechtzeitiger Reklamationen – kann ein Mangel vorliegen, wenn die Mängelverteilung ungleichmäßig erfolgt, aber nur, wenn das Unternehmen das Werbemittel beeinträchtigt wurde. Der Anspruch auf Nacherfüllung ist ausgeschlossen, wenn dies für das Unternehmen mit unverhältnismäßigen Kosten verbunden ist. Lässt das Unternehmen eine ihm gesetzte angemessene Frist verstreichen, verweigert er die Nacherfüllung, ist die Nacherfüllung dem Auftraggeber nicht zumutbar oder schlägt sie fehl, so hat der Auftraggeber das Recht, vom Vertrag zurückzutreten oder die Minderung in der Höhe auszuüben, die dem Auftraggeber zum Zeitpunkt der Mängelverteilung zuzurechnen ist. Bei wesentlichen Mängeln ist der Rücktritt ausgeschlossen. Gewährleistungsansprüche von Kaufleuten verjähren 12 Monate nach Veröffentlichung des Werbemittels.
- Sind Mängel in den Vorlagen nicht sofort, sondern erst bei der Verarbeitung erkennbar, so hat der Auftraggeber dadurch entstehende Mehrkosten oder Verluste bei der Herstellung zu tragen. Sind Mängel bei den Vorlagen nicht offenkundig, so hat der Auftraggeber bei ungenügender Veröffentlichung keine Ansprüche. Das Gleiche gilt bei Fehlern in wiederholten Werbeschaltungen, wenn der Auftraggeber nicht rechtzeitig vor Veröffentlichung der nachfolgenden Werbeschaltung auf den Fehler hinweist.
- Für vom Auftraggeber bereitgestelltes Material (Einhefter, Beilagen etc.) übernimmt das Unternehmen keine Gewähr für die Richtigkeit der als gefertigt bezeichneten Mengen und Qualitäten.

§ 6 Haftung, höhere Gewalt

- Schadensersatzansprüche des Auftraggebers gegen das Unternehmen, gleich aus welchem Rechtsgrund, sind ausgeschlossen, insbesondere Ansprüche wegen Verzugs, der Verletzung vertraglicher Pflichten oder gewerblicher Schutzrechte Dritter sowie aus unerlaubter Handlung. Dies gilt nicht, wenn das Unternehmen seine Vernehmung oder eine Erfüllungserklärung, ersatzlich oder grob fahrlässig handelt oder leicht fahrlässig eine Vertragspflicht verletzt, die für die Erreichung des Vertragszwecks wesentlich ist, oder sich die Schadensersatzansprüche aus einer Beschaffenheitsgarantie ergeben. Haftet das Unternehmen dem Grunde nach, ist der Schadensersatzanspruch auf den vorhersehbaren Schaden beschränkt. Diese Haftungsbeschränkung gilt nicht, wenn der Schaden durch vorsätzliches oder grob fahrlässiges Handeln des Unternehmens, seiner Vertreter oder Erfüllungsgehilfen verursacht wurde oder nach dem Produkthaftungsgesetz begründet ist oder sich aus der Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit ergibt. Soweit die Haftung des Unternehmens ausgeschlossen ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung seiner Mitarbeiter, Vertreter, Organe und Erfüllungsgehilfen. Alle Schadensersatzansprüche gegen das Unternehmen verjähren in zwölf Monaten nach dem Zeitpunkt, in dem der Auftraggeber von dem Anspruch begründenden Umständen Kenntnis erlangt hat oder hätte erlangen müssen.
- Das Unternehmen wird im Falle höherer Gewalt und bei vom Unternehmen unverschuldeten Arbeitskampfabmaßnahmen von der Verpflichtung zur Auftragserteilung frei, Schadensersatzansprüche bestehen deswegen nicht.

§ 7 Rechteinräumung

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

§ 8 Datenschutz

- Die Datenverarbeitung erfolgt nach Maßgabe der geltenden Regelungen des Bundesdatenschutzgesetzes und der Europäischen Datenschutzgrundverordnung. Die verlag moderne industrie GmbH erhebt, verarbeitet und nutzt personenbezogene Daten des Kunden. Weitere Informationen zum Datenschutz sind im Datenschutzplan der Datenschutzerklärung der verlag moderne industrie GmbH, die unter <https://www.vmi-verlag.de/datenschutz> eingesehen werden können, enthalten.

§ 9 Außergerichtliche Online-Streitbeilegung

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

§ 10 Erfüllungsort, Gerichtsstand, Kostenersatzung

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

Stand: Juli 2020

Termin- und Themenplan 2021

| Ausgabe | Schwerpunkte |
|--|---|
| 1 ET 22.03.2021 AS 26.02.2021 | Vision - E E-Mobilität und alternative Antriebe, Antriebskonzepte der Zukunft, Aufladung und die Pläne der Hersteller |
| 2 ET 18.05.2021 AS 23.04.2021 | Powertrain Motoren, Getriebe, Dichtungen, Komponenten, alternative Kraftstoffe, Brennstoffzelle, Aufladung |
| 3 ET 28.06.2021 AS 02.06.2021 | Smart Factory, Automatisierung, Antriebstechnik Automatisierungslösungen, IT, Cloud-Services, Big Data, 5G, Produktionssteuerung (MES), Intelligente Sensoren, Machine Learning, Steuerungstechnik, Montage- und Handhabungstechnik, Mensch-Roboter-Kollaboration |
| 4 ET 19.07.2021 AS 25.06.2021 | Top 100 Zulieferer Strategien der Zulieferer, Herausforderungen einer nachhaltigen Supply-Chain und Logistik, Rising Stars. Exklusiv erstellt AP jährlich das Ranking der Top 100 Automobilzulieferer weltweit. |
| 5 ET 20.09.2021 AS 27.08.2021 | Tools, Fertigungs- und Oberflächentechnik Maschinen und Werkzeuge, Additive Fertigung, Anlagenbau, Beschichtung, Schutz, Qualitätssicherung, 3D-Druck, Digital Twin, Prototyping |
| 6 ET 25.10.2021 AS 01.10.2021 | Produktion Skoda Auto Smart Factory, Digitalisierung von Produktionsprozessen, Lean Management, Produktionssysteme, Logistik |
| 7 ET 29.11.2021 AS 05.11.2021 | Global Automotive Business OEM Produktionsstandorte weltweit, Strategien und Plattformen. Exklusiv erstellt AP jährlich eine einmalige Datensammlung über die Top 20 der globalen Automobilhersteller |

Themen, über die wir regelmäßig berichten –
in unseren Magazinen und in unseren digitalen Medien

Materialien und Werkstoffe
Montage- und Handhabungstechnik
Supplier Strategien/SCM
TOP 100 Automobilzulieferer
Qualitätsmanagement
Connected Car
Powertrain
Elektrik/Elektronik
Robotik und Automatisierung

Additive Fertigung
Oberflächen
Fertigungstechnik
Alternative Antriebe
E-Mobilität
Engineering
Display
Sensorik
Industrie 4.0
Shopfloor-Logistik
Oberflächentechnik
3D-Druck
Global Automotive Business

**AUTOMOBIL
PRODUKTION**

Das Jahr 2020 hat gezeigt, dass viele Themen wichtiger und relevanter wurden, als die in den Mediadaten vorher geplanten Themen.

Details zu den Themenschwerpunkten der jeweils aktuellen Ausgabe erhalten Sie jeweils aktuell per E-Mail, finden Sie unter

<https://www.automobil-produktion.de/media.html> oder rufen

Sie uns gerne unter +49 8191 125 350 an.

Website

www.automobil-produktion.de

Kurzcharakteristik:

Das Portal bietet der Automobil- und Zulieferindustrie aktuelle und weiterführende Informationen zu Unternehmen, Personen, Märkten, Produkten und Technologien. Ausgewählte Branchen-News sind tagesaktuell recherchiert und mit Hintergrundinformationen aufbereitet. Begleitende Angebote wie Volltext-Themensuche und Statistiken runden das Angebot sinnvoll ab.

Zielgruppe:

Entscheider in der Automobil- und Zulieferindustrie in den Funktionen Vorstand, Geschäftsführung, Produktion, Logistik, Einkauf und Entwicklung

Werbeformen und Preise:

| Banner | Format (Pixel) | TKP |
|---------------------|-------------------------|----------|
| Billboard Ad | 940 x 250 | 100 Euro |
| Wallpaper | 160 x 600 oder 728 x 90 | 80 Euro |
| Skyscraper (sticky) | 160 x 600 | 60 Euro |
| Superbanner | 728 x 90 | 50 Euro |

| Banner | Format (Pixel) | Pro Kalenderwoche |
|----------------|----------------|-------------------|
| Skyscraper 1+2 | 160 x 600 | 2.890 Euro |
| Content Ad 1+2 | 300 x 250 | 2.890 Euro |

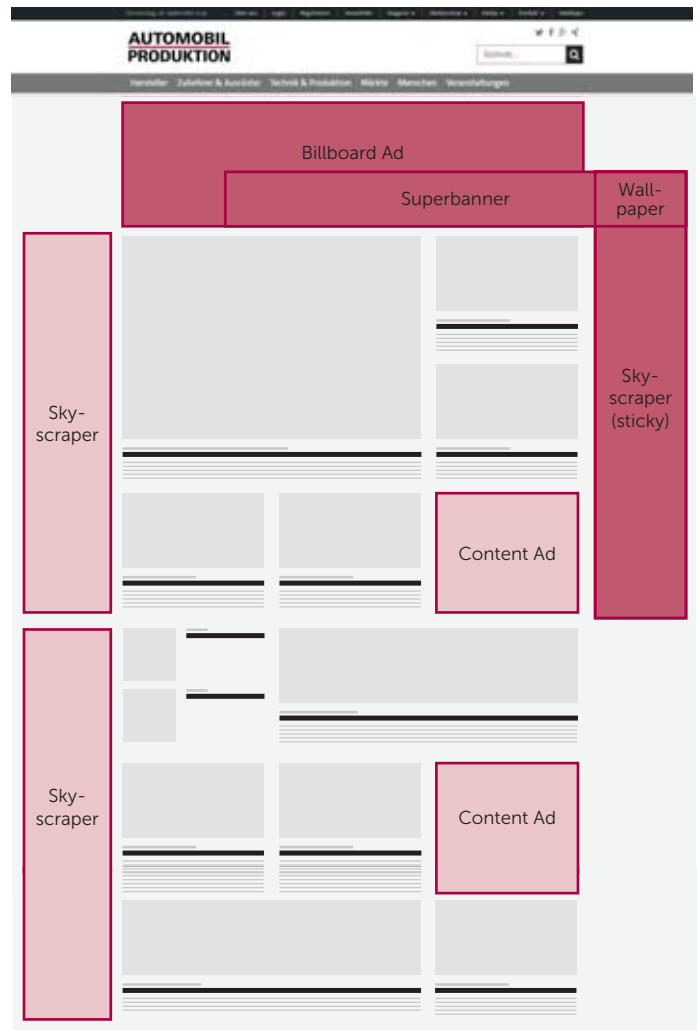
Content-Marketing

Advertorial/Artikel auf www.automobil-produktion.de

Paket **über 5 Artikel** à 3.950 Euro 19.750 Euro
 Paket **über 10 Artikel** à 3.450 Euro 34.500 Euro

Inklusivleistungen

- **Artikelloptimierung (SEO) durch einen Redakteur**
(Basisartikel kommt vom Kunden)
- **Content Placement**
(30 Tage auf Startseite, anschließend in passender Rubrik)
- **Content Promotion**
 - **2 Text-Ad im Newsletter**
(Text ad im NL max. 350 Zeichen inkl. Leerzeichen und ein Bild 145 x 145)
 - **2 Wochen Banner auf Websites des automotive media network**
nach Verfügbarkeit (Format 300 x 250 Pixel)
 - In Social Media (Twitter, LinkedIn, Xing, Facebook)
- **Monatliches Reporting**



Externer AdServer-Einsatz:

Google Ad Manager

Social Media



Folgen Sie uns parallel auf unseren Social-Media-Kanälen und nutzen Sie unser Netzwerk für Ihre Werbung.

Zugriffszahlen pro Monat

Page Impressions: **969.616**

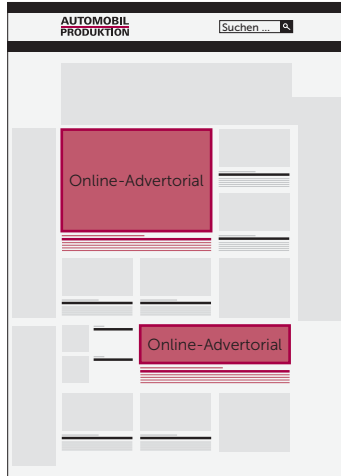
Visits: **403.360**

Durchschnitt der Monate 07/19 bis 06/20 - Quelle IVW

Aktuelle Daten finden Sie unter:
<http://ausweisung.ivw-online.de/>



Online-Advertorial



- Beitrag in Ihrer Wunschrubrik
- Platzierung an Top-Position mit verbesserter Sichtbarkeit
- Aufbau und Integration des Beitrags (look & feel Redaktion)
- Monitoring
- Newsletter Post (Text-Ad)
- Archivierung des Beitrags auf dem Portal
- **Laufzeit: 1 Woche**
Preis: 3.690 Euro

Whitepaper



- Versand eines Standalone Newsletters (inkl. Aufbau)
- Individuelles Bannering (Portal und Newsletter)
- Aufbau der Landingpage
- Platzierung unter der Rubrik „Whitepaper“
- Leadgenerierung nach Versand, zur Hälfte der Laufzeit und nach Ablauf der Laufzeit.
- Archivierung des Beitrags auf dem Portal
- **Laufzeit: 2 Monate**
Preis: 7.900 Euro
Basispreis inkl. 40 Leads (42 Euro je weiterer Lead) (z.B. Vor- und Nachname, E-Mail-Adresse, Unternehmen, Funktion, Telefon)

Beispiele von bereits publizierten Whitepapern finden Sie hier

www.automobil-produktion.de/whitepaper.html

Audience-Targeting

Erreichen Sie die B2B-Nutzer im Google Display-Netzwerk.

Ihr Nutzen

- Gesteigerte Brand-Awareness durch wiederholte Ansprache an verschiedenen Touchpoints
- Geräteübergreifende Ausspielung
- Geringe Streuverluste, da nur Nutzer mit Interesse für ein bestimmtes Thema angesprochen werden
- Grosses Neukundenpotenzial
- Performance Boost – wir optimieren die Kampagne und liefern verstärkt im erfolgreichsten Kanal
- Maximale Kontrolle Ihrer Werbeinvestitionen durch genaue Reichweitenauswertung

Für die optimale Ausspielung stellen Sie uns bitte ein Bannerset mit folgenden Formaten zur Verfügung: Skyscraper, Leaderboard, Billboard, Content-Ad.

Mindestabnahme: 50.000 Ad Impressions
Preis: 65 Euro (TKP)

Gerne prüfen wir, ob Ihre gewünschte Reichweite realisierbar ist.

So funktioniert 's



Nutzer befassen sich auf dem Fachportal mit ihren Interessensgebieten.



Zeigen Nutzer Interesse an einem bestimmten Themengebiet, werden diese markiert.



Speziell diese Nutzer bekommen Ihre Banner nun im gebuchten Themenkanal, in deren Facebook-Timeline sowie auf Partnerseiten des Google Display-Netzwerks ausgespielt. So erreichen Sie genau Ihre Zielgruppe.

Webinar – Ihr neuer Weg zur relevanten Zielgruppe!

Ihr Seminar als ein **Live-Wissensaustausch** mit anschließender **Diskussionsrunde!**

Öffnen Sie Ihre **Fachkompetenz** für ein größeres Publikum – mit Interaktionen!



- Direkter Austausch mit Ihrer **Zielgruppe**
- Vermitteln Sie die Kompetenz Ihrer Firma
- Gewinnen Sie **Neukunden** durch unseren Adresspool
- Präsentieren Sie sich den Lesern von Automobil Produktion

Wir greifen Ihre Idee auf und gestalten daraus ein attraktives Webinar!

Profitieren Sie von der Reichweite unseres automotive media networks und der dezidierten Bearbeitung der spitzen Zielgruppen des Fachmagazins Automobil Produktion. Nutzen Sie unsere Kompetenz und unser Netzwerk für Ihre Kommunikationsziele.

Aufzeichnungen erfolgreich vermarkteter Webinare finden Sie hier www.automobil-produktion.de/webinare.html
Preise ab 12.900,- Euro pro Webinar

Die Vermarktung übernehmen wir für Sie!

- Professionelle Abwicklung inkl. **Kickoff-Termin** mit Ihren Referenten und (auf Wunsch) unseren Moderatoren* inkl. Klärung USP, Zielgruppe, sowie Benefits für Webinar-Teilnehmer
- Auf Wunsch Vermittlung von Experten und Co-Referenten
- Erstellung Ihrer **Webinar-Landingpage** inkl. Anmeldeoption und Referentenvorstellung
- Hinterlegung Ihres zur Verfügung gestellten **Downloadmaterials** (Bsp. Datenblätter, E-Book,...)
- Durchführung eines abschließenden **Dry Run** ca. 1 Woche bevor das Webinar stattfindet
- Zeitlich unbegrenzte **Downloadmöglichkeit Ihres Webinars** in unserer Mediathek im Anschluss an das Webinar

*Redaktionell unabhängige, kompetente Fachredakteure und/oder erfahrene Mitarbeiterinnen aus dem automotive Eventteam stehen Ihnen gern zur Seite.

Zugriffszahlen pro Monat

Automobil Produktion: 969.616 Pls/Monat und 403.360 Visits
 automotiveIT: 39.000 Pls/Monat und 20.200 Visits
 carIT: 36.500 Pls/Monat und 18.700 Visits

automotive media network: 1.045.116 Pls/Monat und 442.260 Visits

Jahresdurchschnitt der letzten 12 Monate von 07/19 bis 06/20 gemäß IVW für Automobil Produktion und Google Analytics für automotiveIT und carIT.

| | | | | | | | |
|----------------------|-----------------------------|-------|-------------------------|---------------|------------|----------------|----------|
| REDAKTION/ VERLAG | ANZEIGENPREISE/ -FORMATE | AGB'S | TERMINE & THEMENPLAN | ONLINE | NEWSLETTER | MEDIA SERVICES | ANALYSEN |
|----------------------|-----------------------------|-------|-------------------------|---------------|------------|----------------|----------|

Digitale Themen-Talks mit aktiver Partnerschaft – Das Fachmagazin live erleben und Sie als Partner gestalten es mit!

- Monothematisch aus dem **automotiveIT** Themenspektrum der Business-IT oder Produkt-IT oder **Automobil Produktion**
- Ein **thematisch relevanter Vortrag eines Branchenexperten** aus dem **Partner-Unternehmen** mit Kurz-Interview
- Mindestens ein thematisch relevantes **Live-Interview mit einem OEM** oder **Tier-1-Zulieferer** auf Ihre Einladung hin
- Mindestens zwei interaktive Parts für Teilnehmer
- Durch den Themen-Talk führen 1-2 Fachredakteure des automotive media networks
- Dauer 50-60 min.

Unsere Leistungen

- Wir setzen **unsere Kompetenz** und **unser Netzwerk** für Ihre **Kommunikationsziele** ein.
- Wir flankieren die digitalen Themen Talks **durch zielgerichtete digitale Vermarktung** mit redaktioneller Unterstützung.
- **Bewerbung** und **Teilnehmer-Generierung** u.a. mittels **Standalone Newsletter** an unseren Newsletter-Verteiler (insgesamt **18.000 Abonnenten**) und **individuellem Bannering** auf unseren Portalen (mtl. **über 1 Mio. Page Impressions** und über **400.000 Visits**) für min. drei Wochen.
- Wir analysieren die Teilnehmer und **stellen Ihnen die Leads zur Verfügung**.

Ihre Vorteile

- Sie gewinnen **relevante Neukontakte** im reichweitenstarken automotive media network.
- Ihre **Sichtbarkeit bei Google** wird verbessert, insbesondere im Kontext des definierten Themas.
- Sie besetzen **Ihr Fokus-Thema exklusiv** und nachhaltig.
- Sie zeigen **Ihre Fachkompetenz** zum ausgewählten Thema und tauschen sich direkt mit Ihrer Zielgruppe aus.
- Ihr Content wird (nahezu) **streuverlustfrei in die Branche transportiert**.

Partner-Optionen mit aktiven Beitrag des Sponsors/Partners

| Premium Plus-Werbeform | Exklusive Studio-Aufzeichnung | Exklusive Aufzeichnung an Ihrem Unternehmenssitz |
|--|--|--|
| Redaktioneller Themen-Talk per Go-to-Webinar inkl. Logo-Branding, Anzeigen- oder Bannereinblendung und Kurzvideo | Aufzeichnung des Formats in einem Studio mit Ihnen als Partner und Branchenexperte und unserer Redaktion | Aufzeichnung an Ihrem Unternehmenssitz mit Präsenz unserer Redaktion |
| Zusätzliche Einbindung einer virtuellen Beratungs-Session im Nachgang des Thementalks via Chat (max. 60 min.), Post-Event-Networking und weitere Download-Optionen | Weitere Interview-Partner werden per Stream zugeschaltet | Weitere Interview-Partner werden per Stream zugeschaltet |
| 25.000 Euro | Premium-Plus zzgl. 10.000 Euro | Premium-Plus zzgl. 17.500 Euro |

| | | | | | | | |
|----------------------|-----------------------------|-------|-------------------------|--------|------------|----------------|----------|
| REDAKTION/ VERLAG | ANZEIGENPREISE/ -FORMATE | AGB'S | TERMINE & THEMENPLAN | ONLINE | NEWSLETTER | MEDIA SERVICES | ANALYSEN |
|----------------------|-----------------------------|-------|-------------------------|--------|------------|----------------|----------|

Formate und technische Angaben

Dateiformate:

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

Maximale Dateigröße 50 KB. Die angegebene Dateigröße ist eine Maximalgröße und versteht sich als die Gesamtsumme aller Daten, die das Werbemittel definieren (inkl. nachzuladende Dateien, Bilder, etc.).

Format des Newsletters:

HTML/Text

Keine animierten Formate im Newsletter möglich

Lieferadresse:

Bitte senden Sie die Werbemittel für Ihre Kampagne an
michaela.richter@mi-connect.de

Lieferfrist:

1 Woche vor Kampagnenbeginn (Banner)

2 Wochen vor Versandtermin (Standalone Newsletter)

Mit diesen Vorlaufzeiten haben wir ausreichend Zeit, die Formate zu testen und eine sichere Auslieferung der Kampagne zu gewährleisten. Verzögerungen durch verspätete Anlieferungen gehen ansonsten nicht zu unseren Lasten. Bei der Anlieferung benötigen wir folgende Informationen:

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

Reporting:

Sie erhalten auf Wunsch eine Auswertung von Ad-Impressions, Ad-Clicks und CTR.

| | | | | | | | |
|----------------------|-----------------------------|-------|-------------------------|--------|------------|----------------|----------|
| REDAKTION/ VERLAG | ANZEIGENPREISE/ -FORMATE | AGB'S | TERMINE & THEMENPLAN | ONLINE | NEWSLETTER | MEDIA SERVICES | ANALYSEN |
|----------------------|-----------------------------|-------|-------------------------|--------|------------|----------------|----------|

Newsletter

Charakteristik:

Der Newsletter berichtet tagesaktuell über alles Wichtige und Wissenswerte der Automobil- und Zulieferindustrie und liefert weiterführende Informationen zu Unternehmen, Personen, Märkten, Produkten und Technologien. Branchen-News werden mit Hintergrundinformationen aufbereitet.

Empfänger:

Entscheider in der Automobil- und Zulieferindustrie in den Funktionen Vorstand, Geschäftsführung, Produktion und Logistik, Einkauf und Entwicklung.

Werbeformen und Preise:

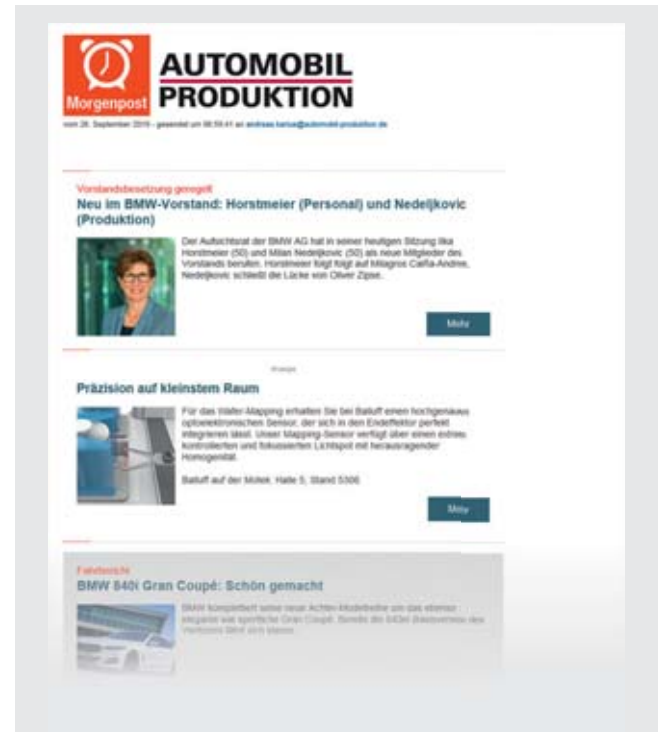
| Banner | Format (Pixel) | Preis pro Kalenderwoche |
|----------------------|--|-------------------------|
| Header (1. Position) | 650 x 90 | 1.450 Euro |
| Contend Ad | 300 x 250 | 1.290 Euro |
| Text Ad* | Max. 350 Zeichen + Bild (145 x 145 px) | 1.950 Euro |

***Text-Ad-Reichweitenverlängerung** via Xing an über 50.000 Abonnenten optional buchbar (Stand: Oktober 2020) Preis: € 1.000,-

Datenvolumen maximal 50 KB

Verbreitung: Rund **17.000*** qualifizierte Empfänger

*Stand Oktober 2020, Versand 5 x pro Woche Mo. - Fr. (kein Versand an Feiertagen)



| | | | | | | | |
|----------------------|-----------------------------|-------|-------------------------|--------|-------------------|----------------|----------|
| REDAKTION/ VERLAG | ANZEIGENPREISE/ -FORMATE | AGB'S | TERMINE & THEMENPLAN | ONLINE | NEWSLETTER | MEDIA SERVICES | ANALYSEN |
|----------------------|-----------------------------|-------|-------------------------|--------|-------------------|----------------|----------|

Standalone Newsletter

Neben unseren Newslettern bieten wir Ihnen zusätzlich die Möglichkeit, sich mittels eines Standalone-Newsletters an unsere Zielgruppen zu wenden.

Gestalten Sie einen Newsletter exklusiv mit Ihren Inhalten. Dies garantiert Ihnen eine zielgruppengenaue Ansprache potenzieller Kunden und ablenkungsfreie Werbung. Der Newsletter wird im Namen unserer Seite an zirka 17.000 Abonnenten versendet und enthält 100 Prozent Kundeninhalte.

Für Ihren Standalone-Newsletter bieten wir Ihnen verschiedene Optionen an:

Standard:

Variante 1 – auf Basis unseres Template-Baukastens

Variante 2 – auf Basis Ihres Kunden-HTML

Wir empfehlen für Ihre Kommunikation die Variante 1. Bei beiden Varianten ist die Erstellung sowie eine Korrekturschleife immer inklusive.

Preise ab € 5.900,- pro Versand

Hier finden Sie Informationen zu den verschiedenen technischen Spezifikationen zur Anlieferung der Daten für den Versand Ihres Newsletters (Guideline für Stand-alone-Newsletter):

www.automobil-produktion.de/mediadaten

Materialanlieferung 14 Tage vor Versandtermin.

The screenshot shows an email newsletter layout. At the top left is the 'Infoletter' logo. The main header reads 'AUTOMOBIL PRODUKTION' with a date 'vom 11. Dezember 2019' and a timestamp 'generiert am 10:17:20 an address.ferna@automobil-produktion.de'. The main content area features a large image of a car wheel with the headline 'Kosten senken mit iglidur® Gleitlagern'. Below this is the 'IAA iglus' logo and the location 'Halle 9.0 / C 11'. The newsletter lists '5 Gründe, warum Sie iglidur® Gleitlager in Automobilen einsetzen sollten'. The first point is '1. Grund: Kosten um 40 % senken', accompanied by an image of metal parts and a 'Mehr' button. The second point is '2. Grund: Bis zu 80 % Gewicht einsparen', accompanied by an image of a metal part and a 'Mehr' button.

Themen Newsletter

NEU!

Die optimale Platzierung für Ihr Unternehmen, Ihr Produkt oder Ihre Lösung in unserer Zielgruppe bietet der Themen Newsletter. 6 mal im Jahr stellt die Redaktion die relevantesten News zu einem bestimmten Thema in einem Newsletter zusammen. Ihr Firmenname und Logo exklusiv im Header des Themen-Newsletters (presented by ...). Ein weiteres Werbeformat wie Textanzeige, statisches oder bewegtes Banner können hier zudem exklusiv platziert werden.



- 17.000 qualifizierte Empfänger, darunter die Top-Experten der Branche
- Überdurchschnittlich hohe Öffnungsraten
- Mögliche Dateiformate: **jpg, gif und png**
- Maximale Größe: 50 KB für ein Banner oder alternativ 350 Zeichen Text inkl. Leerzeichen plus ein Bild (145 x 145) für die Text ad; das Logo als Graphik- oder Bild-Datei
- Preis pro Aussendung: 6.600 Euro

Termin- und Themenplan 2021

| | KW | Schwerpunkte |
|---|-------|---|
| 1 | KW 12 | Vision - E E-Mobilität und alternative Antriebe |
| 2 | KW 20 | Powertrain Motoren, Getriebe, Komponenten, alternative Kraftstoffe |
| 3 | KW 26 | Smart Factory, Automatisierung, Antriebstechnik Automatisierungslösungen, IT, Cloud-Services, Big Data, 5G, Produktionssteuerung (MES), Intelligente Sensoren, Machine Learning, Steuerungstechnik, Montage- und Handhabungstechnik, Mensch-Roboter-Kollaboration |
| 4 | KW 38 | Tools, Fertigungs - und Oberflächentechnik Maschinen und Werkzeuge, Additive Fertigung, Anlagenbau, Beschichtung, Schutz, Qualitätssicherung, 3D-Druck, Digital Twin, Prototyping |
| 5 | KW 43 | Produktion Skoda Auto Smart Factory, Digitalisierung von Produktionsprozessen, Lean Management |
| 6 | KW 48 | Global Automotive Business OEM Produktionsstandorte weltweit, Strategien und Plattformen |

Bestands-
kunden
ausbauen

Kunden-
bindung
fördern

Neue
Kunden
generieren

Response-
quote
steigern

Vertriebserfolge steigern und neue Umsatzpotenziale erschließen

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

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

Sorglos-Service mit Zustellgarantie

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

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

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

Wunschzielgruppe ohne Streuverluste

Nach folgenden Kriterien kann die Wunschzielgruppe ohne Streuverluste gefiltert und beliebig miteinander kombiniert selektiert werden:

- Leser einzelner oder mehrerer Fachzeitschriftentitel
- Branche und Nebenbranche nach WZ08
- Entscheider nach Position/Funktion im Unternehmen
- Betriebsgröße, Region (PLZ, Bundesland), national und international

Hochwertig, individuell, überraschend

- Ein persönliches Anschreiben wird mehr beachtet und bleibt länger präsent
- Print weckt Emotionen dank des haptischen Erlebnisses und auffallender Optik
- Vielfältige Gestaltungsmöglichkeiten der gedruckten Werbemittel sorgen für Aufmerksamkeit
- Die fokussierte Ansprache ist ideal zur Einbindung in crossmediale Werbekampagnen (z.B. über personalisierte Websites)
- Print wirkt und ist der perfekte Werbeträger zur Neukundengewinnung

JETZT kostenlos testen!

Wir ermitteln kostenlos und unverbindlich das Potenzial Ihrer Wunschzielgruppe.

Nehmen Sie Kontakt mit uns auf:



Alexander Zöller
+49 81 91/125-345
alexander.zoeller@
mi-connect.de

Optionaler Full Service – wir kümmern uns um ALLES!

| | |
|--|---|
| Beratung Wir beraten Sie bei der Zielgruppenauswahl, ermitteln kostenlos das Potenzial Ihrer Wunschzielgruppe und erstellen ein Angebot für Full Service-Leistungen. | Produktion Wir übernehmen den Druck der Werbemittel, egal ob Standard- oder Sonderformate. |
| Adressabgleich Wir übernehmen den Abgleich der gemieteten Adressen gegen Ihren Kundenbestand. | Lettershop Wir übernehmen die Konfektionierung der Werbemittel, Portooptimierung und die Postauflieferung des Mailings. |

Auflagen und Analysen

Auflagenkontrolle:



Auflagen-Analyse:

| Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt (1. Juli 2019 - 30. Juni 2020) | | | |
|---|--------|-------------------|-----|
| Druckauflage: | 11.375 | | |
| Tatsächlich verbreitete Auflage Inland (tvA): | 11.067 | davon Ausland: | 773 |
| Verkaufte Auflage: | 1.170 | davon Ausland: | 130 |
| - Abonnierte Exemplare: | 1.141 | davon Mitglieder: | - |
| - Sonstiger Verkauf: | 29 | | |
| - Einzelverkauf: | - | | |
| Freistücke: | 9.897 | | |
| Rest-, Beleg- und Archivexemplare: | 308 | | |

Geographische Verbreitungsanalyse:

| Wirtschaftsraum: | Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage | |
|----------------------------------|--|-----------|
| | % | Exemplare |
| Inland | 89,8 | 9.935 |
| Ausland | 7,0 | 773 |
| Sonstige* | 3,2 | 359 |
| Tatsächlich verbr. Auflage (tvA) | 100,0 | 11.067 |

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

| Verbreitung nach Bundesländer: | Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage | |
|---|--|-----------|
| | % | Exemplare |
| Baden-Württemberg | 23,4 | 2.328 |
| Bayern | 21,2 | 2.106 |
| Berlin, Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern | 2,4 | 238 |
| Bremen, Hamburg, Schleswig-Holstein | 5,9 | 586 |
| Hessen | 8,3 | 829 |
| Niedersachsen | 10,5 | 1.040 |
| Nordrhein-Westfalen | 17,1 | 1.696 |
| Rheinland-Pfalz | 3,7 | 373 |
| Saarland | 1,5 | 151 |
| Sachsen, Sachsen-Anhalt | 3,9 | 384 |
| Thüringen | 2,1 | 204 |
| Tatsächlich verbr. Auflage (tvA) | 100,0 | 9.935 |

| | | | | | | | |
|----------------------|-----------------------------|-------|-------------------------|--------|------------|----------------|----------|
| REDAKTION/ VERLAG | ANZEIGENPREISE/ -FORMATE | AGB'S | TERMINE & THEMENPLAN | ONLINE | NEWSLETTER | MEDIA SERVICES | ANALYSEN |
|----------------------|-----------------------------|-------|-------------------------|--------|------------|----------------|----------|

Auflagen und Analysen

Branchen /Wirtschaftszweige:

| WZ 2008 Code | Empfängergruppen (lt. Klassifikation der Wirtschafts- zweige 2008) | Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage | |
|----------------------------|--|---|-----------|
| | | % | Empfänger |
| 29 | Automobilhersteller | 37,8 | 4.188 |
| | Automobil-Zulieferindustrie | 38,1 | 4.208 |
| 20, 21, 22 | Herstellung von Gummi- und Kunststoffwaren, chemische Erzeugnisse | 6,1 | 681 |
| 24 | Metallerzeugung und -bearbeitung | 2,6 | 284 |
| 25 | Herstellung von Metallerzeugnissen | 9,1 | 1.008 |
| 27.1 | Herstellung von Geräten der Elektri- zitätserzeugung | 3,1 | 340 |
| 26.3 | Telekommunikationstechnik | 0,8 | 90 |
| 26.51, 26.6, 26.7, 32.5 | Mess-, Kontroll-, Navigationstech- nik, Optik | 2,6 | 283 |
| 28 | Maschinenbau | 13,8 | 1.522 |
| 71.12 | Engineeringdienstleister | 5,4 | 600 |
| | Weitere Branchen (KFZ-Handel, IT- und Finanz-Dienstleistungen, Unternehmensberatung) | 15,5 | 1.712 |
| | Sonstige* | 3,2 | 359 |
| | Tatsächlich verbr. Auflage (tvA) | 100,0 | 11.067 |

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

Größe der Wirtschaftseinheit

| Beschäftigte | Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage | |
|----------------------------------|--|-----------|
| | % | Empfänger |
| 1 - 49 | 24,2 | 2.681 |
| 50 - 99 | 8,8 | 976 |
| 100 - 199 | 9,4 | 1.040 |
| 200 - 499 | 12,8 | 1.414 |
| 500 - 999 | 10,3 | 1.136 |
| 1.000 und mehr Beschäftigte | 21,5 | 2.374 |
| Mitarbeiterzahl nicht bekannt | 9,8 | 1.087 |
| Sonstige* | 3,2 | 359 |
| Tatsächlich verbr. Auflage (tvA) | 100,0 | 11.067 |

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

| | | | | | | | |
|----------------------|-----------------------------|-------|-------------------------|--------|------------|----------------|----------|
| REDAKTION/ VERLAG | ANZEIGENPREISE/ -FORMATE | AGB'S | TERMINE & THEMENPLAN | ONLINE | NEWSLETTER | MEDIA SERVICES | ANALYSEN |
|----------------------|-----------------------------|-------|-------------------------|--------|------------|----------------|----------|

Auflagen und Analysen

Tätigkeitsmerkmale:

| Aufgabenbereich | Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage | |
|--|--|-----------|
| | % | Empfänger |
| Unternehmensleitung | 42,9 | 4.752 |
| Forschung, Entwicklung und Konstruktion | 15,5 | 1.713 |
| Produktion, Produktionsvorbereitung (+Fertigung) | 12,8 | 1.417 |
| Einkauf, technischer Einkauf | 9,8 | 1.088 |
| Qualität | 5,7 | 627 |
| Weitere Funktionen (z.B. Planung, Projektmanagement) | 7,6 | 834 |
| IT / Software | 2,5 | 277 |
| Sonstige* | 3,2 | 359 |
| Tatsächlich verbr. Auflage (tvA) | 100,0 | 11.067 |

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

Position im Betrieb:

| Aufgabenbereich | Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage | |
|--|--|-----------|
| | % | Empfänger |
| Geschäftsführung / Vorstand / Aufsichtsrat | 33,3 | 3.683 |
| Niederlassung-, Werks- und Betriebsleitung | 5,4 | 597 |
| Abteilungs- und Bereichsleitung | 34,4 | 3.803 |
| Projektleitung | 0,5 | 60 |
| Fachkraft | 19,2 | 2.123 |
| ohne Personalisierung | 4,0 | 442 |
| Sonstige* | 3,2 | 359 |
| Tatsächlich verbr. Auflage (tvA) | 100,0 | 11.067 |

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

| | | | | | | | |
|----------------------|-----------------------------|-------|-------------------------|--------|------------|----------------|----------|
| REDAKTION/ VERLAG | ANZEIGENPREISE/ -FORMATE | AGB'S | TERMINE & THEMENPLAN | ONLINE | NEWSLETTER | MEDIA SERVICES | ANALYSEN |
|----------------------|-----------------------------|-------|-------------------------|--------|------------|----------------|----------|

Struktur-Analyse

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

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

1. Untersuchungsmethode

Empfänger-Struktur-Analyse durch Dateiauswertung – Total-Erhebung gemäß IVW-Richtlinien

2. Beschreibung der Empfängerschaft zum Zeitpunkt der Datenerhebung:

2.1 Beschaffenheit der Datei

Für die Zuordnung der Empfänger zu den Kriterien Branchen, Betriebsgröße und Tätigkeitsmerkmale werden die Daten in unserem Adress- und Kundensystem laufend aktuell gepflegt und immer wieder den neuesten Markttrends mit kleinen Anpassungen aktuell gehalten.

2.2. Gesamtzahl Empfänger in der Datei: 29.136
2.3. Gesamtzahl wechselnder Empfänger: 27.724
(Wechsel nach jeder dritten Ausgabe)

2.4. Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

| | | |
|----------------------------|--|-------|
| - Verkaufte Auflage | | 1.170 |
| davon: sonstiger Verkauf | | 29 |
| abonnierte Exemplare | | 1.141 |
| Einzelverkauf | | 0 |
| - Freistücke | | 9.897 |
| davon: ständige Freistücke | | 242 |
| wechselnde Freistücke | | 9.347 |
| Werbeexemplare | | 308 |

| | |
|---------------------------------------|--------|
| Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA) | 11.067 |
| - davon Inland | 10.294 |
| - davon Ausland | 773 |

3. Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil)

Grundgesamtheit (tvA) 11.067

Davon in der Untersuchung nicht erfasst:

- Werbeexemplare 308

Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA) 10.759

3.2 Tag der Datei-Auswertung: 03.08.2020

3.3 Beschreibung der Datenbasis:

Für die Zuordnung der Empfänger zu den Kriterien Branchen, Betriebsgröße und Tätigkeitsmerkmale werden die Daten in unserem Adress- und Kundensystem laufend aktuell gepflegt und immer wieder den neuesten Markttrends mit kleinen Anpassungen aktuell gehalten.

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 2019 - 30. Juni 2020

3.7 Durchführung der Untersuchung: Verlag

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

| | | | | | | | |
|----------------------|-----------------------------|-------|-------------------------|--------|------------|----------------|----------|
| REDAKTION/ VERLAG | ANZEIGENPREISE/ -FORMATE | AGB'S | TERMINE & THEMENPLAN | ONLINE | NEWSLETTER | MEDIA SERVICES | ANALYSEN |
|----------------------|-----------------------------|-------|-------------------------|--------|------------|----------------|----------|

Kontakt

Ansprechpartner



Maximilian Fuchs
Sales Director
0 81 91 / 125-350
maximilian.fuchs@
automobil-produktion.de

Ralf Bretting
Chefredakteur
0 81 91 / 125-688
ralf.bretting_ext@
automobil-produktion.de



Pascal Nagel
stellv. Chefredakteur
0 51 01 / 99039-86
nagel@media-
manufaktur.com



Claas Berlin
Redaktion, Ressortleitung
Sonderpublikationen
0 51 01 / 99039-83
berlin@media-
manufaktur.com



Werner Beutnagel
Redaktion, Ressort-
leitung News
0 51 01 / 99039-93
beutnagel@media-
manufaktur.com



Götz Fuchslocher
Redaktion
0 81 91 / 125-8 28
goetz.fuchslocher@
automobil-produktion.de



Yannick Tiedemann
Chef vom Dienst,
Redaktion Social Media,
0 51 01 / 99039-75
tiedemann@media-
manufaktur.com

Fabian Pertschy
Redaktion
0 81 91 / 125-678
fabian.pertschy@
automobil-produktion.de



Andreas Karius
Content Manager Online
0 81 91 / 125-8 39
andreas.karius@
automobil-produktion.de



Michaela Richter
Anzeigendisposition
0 81 91 / 125-3 24
michaela.richter@
mi-connect.de

