



Mediadaten 2009



Konzept/
Verlag/Redaktion

Preisliste
Formatanzeigen

Preisliste
Stellenanzeigen

Themenplan/
Messen

Auflage/
Vertriebsstruktur

Werbeträger-Qualitäten
Copytest

Online-Werbung
Banner und Formate

Automotive News
Group

Technische Hinweise
AGBs

Unser Konzept

Automobilwoche ist Deutschlands einzige Branchen- und Wirtschaftszeitung für die gesamte Autobranche. Vom führenden Medium sprechen die einen, von unverzichtbarer Fachlektüre die anderen. Das Blatt ist Pflichtlektüre für jeden, dessen Geschäft das Auto ist, in der Entwicklung, Produktion oder Unternehmensführung, in Vertrieb, Handel oder Service.

Die Redaktion berichtet aktuell, kritisch und unabhängig über die Entwicklungen im Automobilmarkt. Sie liefert dem Leser stets aktuelle, oft exklusive Nachrichten und Informationen, die er für seine Arbeit braucht: in der Printausgabe jeden zweiten Montag, im Newsletter zweimal die Woche und jeden Tag auf automobilwoche.de. So wurde Automobilwoche in kürzester Zeit zur meistzitierten Branchenzeitung in der Tages- und Wirtschaftspresse.

Der jährlich stattfindende Automobilwoche Kongress in Berlin gehört zu den Pflichtveranstaltungen der Autobranche. Hochkarätige Referenten und Teilnehmer aus der ersten und zweiten Führungsebene machen dieses Managertreffen zu einem echten Erlebnis und einem Forum für den persönlichen Dialog. In den vergangenen Jahren wurde die herausragende Leistung von Automobilwoche mehrfach honoriert: 2005 wurde Automobilwoche als „Newcomer“ vom Verband der deutschen Fachpresse zur „Fachzeitschrift des Jahres“ gewählt. 2006 erhielt die Sonderausgabe „Edition Sport“ den renommierten „European Newspaper Award“.

Automobilwoche hat heute einen festen Platz als meinungsbildendes Medium im Management von Automobilherstellern, Zulieferern und Autohäusern. Nutzen Sie die ständig wachsende Top-Zielgruppe unserer Leser, Online-User und Kongressteilnehmer für Ihre professionelle Werbung, wenn Sie die Entscheider und Meinungsmacher der gesamten Branche erreichen wollen.

Mit Automobilwoche untermauern Sie Ihren Erfolg.

Helmut Kluger
Herausgeber



Verlag/Redaktion

Herausgeber:

Helmut Kluger Tel. 0 81 53 - 90 74-02 hkluger@craincom.de

Chefredakteur:

Guido Reinking Tel. 0 81 53 - 90 74-20 greinking@craincom.de
Fax 0 81 53 - 90 74-27

Leitender Redakteur:

Werner Widmann Tel. 0 81 53 - 90 74-34 wwidmann@craincom.de

Redakteure:

Jens Dralle Tel. 0 81 53 - 90 74-37 jdralle@craincom.de
Klaus-Dieter Flörecke Tel. 0 81 53 - 90 74-18 kfloerecke@craincom.de
Bettina John Tel. 0 81 53 - 90 74-16 bjohn@craincom.de
Matthias Karpstein Tel. 0 81 53 - 90 74-17 mkarpstein@craincom.de
Pia Krix Tel. 0 81 53 - 90 74-21 pkrix@craincom.de
Gerhard Mauerer Tel. 0 81 53 - 90 74-64 gmauerer@craincom.de

Redaktionsbüro Baden-Württemberg:

Matthias Krust Tel. 07 11 - 49 06 62 44 mkrust@craincom.de
Fax 07 11 - 49 06 62 45

Redaktionsbüro Nord:

Henning Krogh Tel. 0 40 - 57 00 35-93 hkrogh@craincom.de
Fax 0 40 - 57 00 35-94

Redaktionsbüro Nordrhein-Westfalen:

Michael Knauer Tel. 02 28 - 24 93 51 32 mknauer@craincom.de
Fax 02 28 - 3 77 76 83

Redaktionsassistent:

Tanja Bonitz Tel. 0 81 53 - 90 74-20 tbonitz@craincom.de
Fax 0 81 53 - 90 74-27

Leiter Online:

Felix E. Bauer Tel. 0 40 - 67 50 94-70 fbauer@craincom.de

Ständige Mitarbeiter:

Rüdiger Abele (rab), Hilmar Dunker (dun), Alexandra Haack (aha), Ulrich Bethscheider-Kieser (ulb), Ulrich Viehöver (uhv), Jürgen Pander (jüp), Karin Bohnet (Bildredaktion), Klaus Niesen (Börsengrafiken), Christian Schulte (Computerdesign), Wolf R. Ussler (wru), Dirk Wagner (Schlussredaktion), Robert Stern (Illustrationen)

Korrespondenten:

Stefan Donat (don), **Schweiz:** Dr. Arno Maierbrugger (amb), **Österreich:** Luca Ciferri, **Italien:** Wim Oude Weernink, **Niederlande:** Paulo Soares de Oliveira, **Spanien/Portugal**

Verlagsleiter Verkauf und Marketing:

Thomas Heringer Tel. 0 81 53 - 90 74-04 theringer@craincom.de

Verkaufsleitung Süd/Südwesteuropa:

Alexandra Pethke Tel. 0 83 44 - 921-465 apethke@craincom.de
Fax 0 83 44 - 921-466

Verkaufsleitung Nord:

Beate Meier Tel. 0 81 53 - 90 74-66 bmeier@craincom.de

Verkaufsleitung Mitte/Nordeuropa:

Christoph Weiß Tel. 0 81 53 - 90 74-63 cweiss@craincom.de

Verkaufsleitung Nordamerika:

Taren Zorn Tel. +1 3 13 - 4 46 60 35 tzorn@crain.com
Fax +1 3 13 - 4 46 80 30

Stellenmarkt:

Annette Meiners-Langs Tel. 0 81 53 - 90 74-33 ameinerslangs@craincom.de

Anzeigendisposition:

Manuela Bordbarkhou Tel. 0 81 53 - 90 74-09 mbordbarkhou@craincom.de
Fax 0 81 53 - 90 74-25

Leitung Marketing-Kommunikation:

Bettina Schmidt Tel. 0 81 53 - 90 75-05 bschmidt@craincom.de

Vertriebsleitung:

Sabine Walter Tel. 0 81 53 - 90 74-15 swalter@craincom.de

Herstellungsleitung/Layout:

Jörg Hunner Tel. 0 81 53 - 90 74-14 jhunner@craincom.de
Tom Freiwhah Tel. 0 81 53 - 90 75-32 tfreiwhah@craincom.de

Bezugspreis:

Jahresabonnement Inland: Euro 118,- (inkl. Versandkosten)
Jahresabonnement Ausland: Euro 118,- (zzgl. Versandkosten)
ISSN-Nr. 1619-0327

Anschrift für Verlag und Redaktion:

Crain Communications GmbH, Technopark, Argelsrieder Feld 13,
82234 Oberpfaffenhofen, Tel. 0 81 53 - 90 74-00, Fax 0 81 53 - 90 74-26,
E-Mail: automobilwoche@craincom.de

Geschäftsleitung: Keith E. Crain, Helmut Kluger, Peter Brown, William A. Morrow

Druck: Augsburg Druck- und Verlagshaus, Aindlinger Straße 17–19, 86167 Augsburg

Erscheinungsweise: 14-täglich, jeweils montags, siehe Redaktionsplan

Formatanzeigen

Gültig ab 1. September 2008

Standardgrößen, alle Preise in Euro, zzgl. MwSt.

Preise Formatanzeigen:

Formate	Satzspiegel Breite x Höhe	Anschnitt-Format Zuschlag 10% auf s/w-Preis	Anzeigenpreis s/w Satzspiegel	Anzeigenpreis s/w mit Anschnitt	Anzeigenpreis 2-farbig Satzspiegel	Anzeigenpreis 4-farbig Satzspiegel
1/1 Seite	255 mm x 377 mm	285 mm x 403 mm	7.790,-	8.569,-	8.300,-	9.320,-
1/1 Seite DIN A4	195 mm x 283 mm	210 mm x 297 mm	5.900,-	6.490,-	6.410,-	7.430,-
1/2 Seite	255 mm x 185 mm	285 mm x 200 mm	4.820,-	5.302,-	5.330,-	6.350,-
2/5 Seite	99 mm x 377 mm	114 mm x 403 mm	3.950,-	4.345,-	4.460,-	5.480,-
1/2 Seite DIN A4 quer	195 mm x 139 mm	210 mm x 148 mm	3.210,-	3.531,-	3.720,-	4.740,-
1/2 Seite DIN A4 hoch	95 mm x 283 mm	105 mm x 297 mm	3.210,-	3.531,-	3.720,-	4.740,-
1/3 Seite	255 mm x 122 mm	285 mm x 130 mm	3.190,-	3.509,-	3.700,-	4.720,-
1/4 Seite	255 mm x 90 mm	285 mm x 97 mm	2.370,-	2.607,-	2.880,-	3.900,-
1/5 Seite	47 mm x 377 mm	62 mm x 403 mm	1.990,-	2.189,-	2.500,-	3.520,-

p

Nachlässe:*

ab 3-mal	5,0%
ab 6-mal	10,0%
ab 9-mal	12,5%
ab 12-mal	15,0%
ab 18-mal	17,5%
ab 24-mal	20,0%

Zuschläge:

Farben: je Skalenfarbe alle Formate: 510,- Euro; vierfarbig 1.530,- Euro
Sonderfarben: 20% auf Skalenfarbe
(HKS- oder Pantone-Farben müssen in die Euroskala umgesetzt werden)
Platzierung Außenumschlag: 20% vom s/w-Anzeigenpreis (nur 1/1 Seite mögl.)
Wunschplatzierung (auf Anfrage): 10% vom s/w-Anzeigenpreis
Anschnitt/Bunddruck: je 10% vom s/w-Anzeigenpreis

mm-Preis:

5,60 Euro

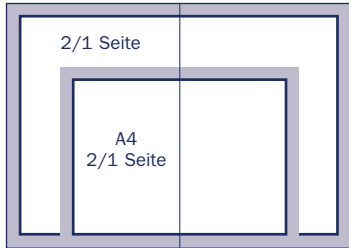
Gültig für Anzeigen,
die von Standardgrößen
abweichen.

(Anzeigenberechnung:
Zahl der Anzeigenspalten x Höhe
in mm x Millimeterpreis)

* bezogen auf Anzeigenpreis s/w und identische Anzeigengrößen

Formatanzeigen:

* Beschnittzugabe zzgl. 4 mm



2/1 Seite
Breite: 540 mm
Höhe: 377 mm

2/1 Seite angeschn.*
Breite: 570 mm
Höhe: 403 mm

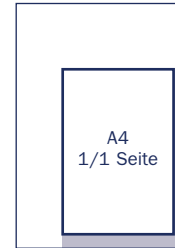
A4 2/1 Seite
Breite: 414 mm
Höhe: 283 mm

A4 2/1 Seite angeschn.*
Breite: 420 mm
Höhe: 297 mm



1/1 Seite
Breite: 255 mm
Höhe: 377 mm

1/1 Seite angeschn.*
Breite: 285 mm
Höhe: 403 mm



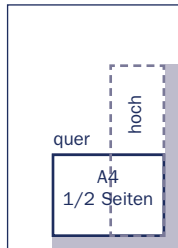
A4 1/1 Seite
Breite: 195 mm
Höhe: 283 mm

A4 1/1 Seite angeschn.*
Breite: 210 mm
Höhe: 297 mm



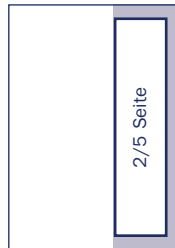
1/2 Seite
Breite: 255 mm
Höhe: 185 mm

1/2 Seite angeschn.*
Breite: 285 mm
Höhe: 200 mm



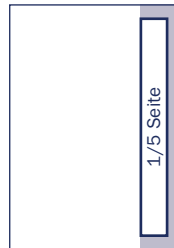
A4 1/2 Seite quer/hoch
Breite: 195 mm/95 mm
Höhe: 139 mm/283 mm

A4 1/2 Seite quer/hoch angeschn.*
Breite: 210 mm/105 mm
Höhe: 148 mm/297 mm



2/5 Seite
Breite: 99 mm
Höhe: 377 mm

2/5 Seite angeschn.*
Breite: 114 mm
Höhe: 403 mm



1/5 Seite
Breite: 47 mm
Höhe: 377 mm

1/5 Seite angeschn.*
Breite: 62 mm
Höhe: 403 mm



1/3 Seite
Breite: 255 mm
Höhe: 122 mm

1/3 Seite angeschn.*
Breite: 285 mm
Höhe: 130 mm



1/4 Seite
Breite: 255 mm
Höhe: 90 mm

1/4 Seite angeschn.*
Breite: 285 mm
Höhe: 97 mm

Stellenanzeigen

Gültig ab 1. September 2008

Standardgrößen, alle Preise in Euro, zzgl. MwSt.

Preise Stellenanzeigen:

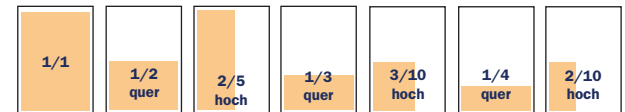
Achtung: Für den Stellenmarkt gelten diese Formate

Formate	Satzspiegel Breite x Höhe	Anzeigenpreis s/w	Anzeigenpreis 2-farbig	Anzeigenpreis 4-farbig
1/1 Seite	255 mm x 362 mm	7.790,-	8.300,-	9.320,-
1/2 Seite quer	255 mm x 178 mm	4.640,-	5.150,-	6.170,-
2/5 Seite hoch	99 mm x 362 mm	3.740,-	4.250,-	5.270,-
1/3 Seite quer	255 mm x 117 mm	3.130,-	3.640,-	4.660,-
3/10 Seite hoch	150 mm x 178 mm	2.790,-	3.300,-	4.320,-
1/4 Seite quer	255 mm x 87 mm	2.350,-	2.860,-	3.880,-
2/10 Seite hoch	99 mm x 178 mm	1.860,-	2.370,-	3.390,-

Spaltenbreiten Stellenanzeigen: 1 Spalte 48 mm / 2 Spalten 99 mm /

3 Spalten 150 mm / 4 Spalten 203 mm / 5 Spalten 255 mm

Anzeigenformate: Satzspiegel: 255 mm Breite x 362 mm Höhe



Nachlässe:*

- ab 3-mal **5,0%**
- ab 6-mal **10,0%**
- ab 9-mal **12,5%**
- ab 12-mal **15,0%**
- ab 18-mal **17,5%**
- ab 24-mal **20,0%**

Zuschläge:

Farben: je Skalensfarbe alle Formate: 510,- Euro; vierfarbig 1.530,- Euro
Wunschplatzierung (auf Anfrage): 10% vom s/w-Anzeigenpreis

Anzeigenschluss für Stellenanzeigen: jeweils **10 Tage** vor Erscheinungstermin

Bitte fordern Sie unseren separaten Stellenmarkt-Folder mit Format-Beispielen an:
 Annette Meiners-Langs · ameyerslang@craincom.de · Tel. 0 81 53 - 90 74 33

* bezogen auf Anzeigenpreis s/w und identische Anzeigengrößen

mm-Preis:

5,60 Euro

Gültig für Anzeigen, die von Standardgrößen abweichen.

(Anzeigenberechnung:
 Zahl der Anzeigenspalten x Höhe
 in mm x Millimeterpreis)

Beste Referenzen: Unsere Stellenmarkt-Kunden

ACR
AIRBIQUITY
ALTRAN MÜNCHEN
ARRI
AUDI
AUTOHAUS DREHER
AUTOHAUS HILLENBERG
AUTOMOTIVE LIGHTING
AVAG HOLDING
AVL LIST
BAUMANN UNTERNEHMENSBERATUNG
BERTRANDT
BERU
BOSCH
BROSE
BRUNEL GMBH
BTV GRUPPE
CARTER & CARTER UK
CAT
CBI
CONTEAM GRUPPE
CONTINENTAL
CSM WORLDWIDE
DAIMLER
DELPHI
DENSO
DOCTER OPTICS
DRÄXLMAIER
EFFCONS
EISSMANN
ESG ELEKTRONIKSYSTEM
EURO ENGINEERING AG

EYBL INTERNATIONAL
F+F SOCIETÄT
FAURECIA
FEDERAL-MOGUL
FEV MOTORENTECHNIK
G & P
GETRAG
GF UNTERNEHMENSBERATUNG
GLOBAL INSIGHT
GRAZIANO
GROSSMANN
HALMBURGER
HDI AUTOHAUS SERVICE
HELLMANN AUTOMOTIVE
HERRWERTH + PARTNER
HOCHSCHULE NÜRTINGEN
HOWALDTSWERKE KIEL
HR PERSONAL CONSULTING
HR POWER CONSULTING
IFP INSTITUT FÜR PERSONALBERATUNG
INCOVIS
INTERROLL DEUTSCHLAND
ISUZU MOTORS GERMANY
IVECO MAGIRUS EUROPE
JOHNSON CONTROLS
KARMANN
KIA MOTORS EUROPE
KIEKERT
KIENBAUM BERLIN
KIENBAUM EXECUTIVE SEARCH
KTM SPORTMOTORCYCLE
LEASEPLAN

LEONI KABEL
LEXCOM
LUDWIG & KOLLEGEN
LUK
MAGNA POWERTRAIN
MAGNA STEYR
MAHLE
MARTIN & PARTNER
MAZDA EDER
MAZDA MOTORS
MB TECHNOLOGY
MICHAEL PAGE
MOTORFLASH
MSR CONSULTING GROUP
MÜLLER
MVI GROUP
OFFNER
PEGUFORM
PLAN CONSULT
PLASTAL
PLASTIC OMNium
PLAUT PERSONALBERATUNG
PORSCHÉ
RANDSTAD
REINZ
RENAULT TRUCKS DEUTSCHLAND
RLE INTERNATIONAL
ROLAND BERGER
RÜCKER
SAMOA HALLBAUER
SCHAEFFLER FAG
SCHERM

SCHMIDT & PARTNER
SKELTON CONSULTING
SKODA DEUTSCHLAND
SPAL
STAUFEN
STETTLER
STYLE-X
SUZUKI EUROPE
TECHNICON
TECKENTRUP
TECOSIM
TIGGES
TOWER
TOYOTA DEUTSCHLAND
TRAVAG
TROOSTWIJK
TRW AUTOMOTIVE EUROPE
TÜV HESSEN
UNIVERSITÄT DUISBURG
VECTOR INFORMATIK
VINCENTZ
VOLKE
VOLKSWAGEN
VOLKSWAGEN CONSULTING
WE.TEC
WIRTSCHAFTSWERBUNG
XPULS BUSINESS
ZDK DEUTSCHES KFZ-GEWERBE
ZF FRIEDRICHSHAFEN
ZIEGLER

**Bis zu 212.000* hoch qualifizierte Fachkräfte treffsicher finden –
der Stellenmarkt in Automobilwoche**

Erfolgreiche Personalsuche 2009
Bitte kontaktieren Sie Annette Meiners-Langs
ameinerslang@craincom.de · Tel. 0 81 53 - 90 74 33

*Quelle: Schätzwert der Befragten, Copytest Automobilwoche Nr. 10 + 11/2008, Aris Umfrageforschung GmbH Hamburg

Konzept/
Verlag/Redaktion

Preisliste
Formatanzeigen

Preisliste
Stellenanzeigen

Themenplan/
Messen

Auflage/
Vertriebsstruktur

Werbeträger-Qualitäten
Copytest

Online-Werbung
Banner und Formate

Automotive News
Group

Technische Hinweise
AGBs

Termine und Themenschwerpunkte:

Ausgabe	Erscheinungs- termin	Anzeigen- schluss	Themenschwerpunkt	Fachmessen
Januar	1/2	12.01.2009	23.12.2008 North American International Auto Show: Neue Modelle für die USA und die Welt	14.01. – 17.01. Auto Zum , Salzburg 17.01. – 25.01. Detroit Auto Show NAIAS , Detroit 19.01. – 22.01. Automotive News World Congress , Detroit
	3	26.01.2009	09.01.2009 Fabrik der Zukunft: Werkzeugmaschinen und Anlagenbau	
Februar	4	09.02.2009	23.01.2009 IT in der Autobranche: Softwarelösungen für Zulieferer, Hersteller, Handel	11.02. – 22.02. Chicago Auto Show , Chicago 19.02. – 22.02. Motor Welt Berlin , Berlin
	5	23.02.2009	06.02.2009 Automobilsalon Genf: Messewegweiser und Showroom 2009	24.02. – 27.02. Z 2009 , Leipzig 03.03. – 05.03. LogiMAT , Stuttgart 03.03. – 05.03. embedded-world 2009 , Nürnberg 03.03. – 05.03. Automechanika Moskau , Moskau 03.03. – 08.03. Cebit , Hannover 05.03. – 15.03. Automobilsalon , Genf
März	6	09.03.2009	20.02.2009 Reifen/Räder 2009: Trends bei Herstellern und Händlern	
	7	23.03.2009	06.03.2009 AMI Leipzig: Messewegweiser und Neuheiten	28.03. – 05.04. AMI, AMITEC, AMITRANS , Leipzig 02.04. – 05.04. Car + Sound , Sinsheim

April	8	06.04.2009	20.03.2009	Fahrerassistenzsysteme: Neue Technologien für Komfort und Sicherheit	
	9	20.04.2009	03.04.2009	Designtrends 2009: Neue Formensprache im Interior und Exterior	20.04. – 23.04. SAE Show, Detroit 20.04. – 24.04. Hannover Messe, Hannover
Mai	10	04.05.2009	17.04.2009	Erfolgskonzepte im Autohandel: Strategien für Mehrmarken- und freie Händler – Ranking der Top 50 im deutschen Autohandel	06.05. – 07.05. e_procure & supply, Nürnberg 12.05. – 14.05. PCIM Europe 2008, Nürnberg 12.05. – 15.05. transport logistik, München
	11	18.05.2009	30.04.2009	Neue Wege in Entwicklung und Engineering: Top 25 der Entwicklungsdienstleister	28.05. – 07.06. International Motor Show, Barcelona
Juni	12	01.06.2009	15.05.2009	Logistik in der Autobranche: Effizienzpotenziale für Zulieferer, Hersteller und Handel	
	13	15.06.2009	29.05.2009	Herausforderung Klimaschutz: Nachhaltige Strategien für Produkte, Herstellung und Service	16.06. – 18.06. engine expo, Stuttgart
	14	29.06.2009	12.06.2009	Finanzierung, Versicherung und Leasing: Neue Geschäftsmodelle für Autobanken und Handel	30.06. – 01.07. Automotive News Europe Congress, Brüssel
Juli	15	13.07.2009	26.06.2009	Zulieferer und ihre Strategien: Ranking der Top 100	
	16	27.07.2009	10.07.2009	Powertrain: Motor-, Getriebe- und Fahrwerktechnik der Zukunft	
August	17	10.08.2009	24.07.2009	Werkstattssysteme: Neue Strategien im Service	
	18	24.08.2009	07.08.2009	Karriere: Weiterbildung und Personalentwicklung als Schlüssel zum Erfolg	27.08. – 31.08. MIMS – Internationale Messe für Automobile und Zubehör, Moskau 03.09. – 04.09. Automotive News Europe Conference, St. Petersburg

September	19	07.09.2009	21.08.2009	IAA Pkw: Messewegweiser	17.09. – 27.09. IAA PKW 2009 , Frankfurt/Main
	20	21.09.2009	04.09.2009	Händlernetzentwicklung: Die neuen Vertriebsstrukturen der Hersteller	21.09. – 24.09. Motek , Stuttgart
Oktober	21	05.10.2009	18.09.2009	Neue Werkstoffe im Fahrzeugbau: Herausforderung für Entwicklung, Produktion und Service	13.10. – 15.10. Materialica , München
	22	19.10.2009	02.10.2009	Automobilelektronik und Infotainment: Neue Trends und ein Blick in die Zukunft	23.10. – 08.11. Tokyo Motor Show , Tokio 27.10. – 30.10. Systems , München
November	23	02.11.2009	16.10.2009	Tuning und Motorsport: Ausblick Essen Motor Show 2009	03.11. – 04.11. Automobilwoche Kongress , Berlin
	24	16.11.2009	30.10.2009	Automobilwoche Kongress	17.11. – 20.11. MIDEST , Paris
	25	30.11.2009	13.11.2009	Fahrzeuginterieur: Neue Trends in Design und Bedienung	01.12. – 06.12. Essen Motor Show , Essen 02.12. – 05.12. EuroMold , Frankfurt 05.12. – 13.12. Motorshow , Bologna
Dezember	26	14.12.2009	27.11.2009	Jahresrückblick und Ausblick auf 2010	

Hier trifft sich das „Who's who“ der Automobilbranche:

Bisherige Referenten

- **Eric Alstrom**, Vice President Purchasing and Supply Chain GM Europe
- **Dr. Wolfgang Armbrrecht**, General Director Brand Management Mini
- **Birgit Behrendt**, Executive Director, Global Programs and Vice President Purchasing Ford of Europe
- **Ulf Berkenhagen**, Mitglied des Vorstandes Audi Einkauf
- **Bernd Bohr**, Vorsitzender des Unternehmensbereichs Kraftfahrzeugtechnik Robert Bosch
- **Hans H. Demant**, Vorsitzender der Geschäftsführung Adam Opel
- **Prof. Dr. Willi Dietz**, Direktor Institut für Automobilwirtschaft
- **Klaus Draeger**, Vorstand für Forschung, Entwicklung und Einkauf BMW Group
- **Arndt Ellinghorst**, Analyst Credit Suisse
- **Sebastian Fischer**, Leiter Lieferantenmanagement Porsche
- **Rita Forst**, Vorsitzende der Geschäftsleitung, GM Powertrain Europe
- **Alexander von Gizycki**, Sprecher des Vorstands Fahrzeug-Werke Lueg
- **Hans-Georg Härter**, Vorstandsvorsitzender ZF Friedrichshafen
- **Dr. Mathias Hüttenrauch**, Mitglied der Geschäftsführer Benteler Automobiltechnik
- **Manfred Kantner**, Vorsitzender des Vorstandes Fiat Group Automobiles Germany
- **Dr. Michael Kern**, Vorsitzender der Geschäftsführung A.T.U
- **Dr. Rainer Landwehr**, Geschäftsführer Goodyear Dunlop
- **Horst Leonberger**, Senior Vice President T-Systems Enterprise Services
- **Bernd Mattes**, Vorsitzender der Geschäftsführung Ford-Werke
- **Dr. Karl-Thomas Neumann**, Vorstandsvorsitzender Continental
- **Robert Rademacher**, ZDK-Präsident
- **Maria-Elisabeth Schaeffler**, Gesellschafterin Schaeffler KG
- **Markus Schrick**, Toyota
- **Rupert Stadler**, Vorsitzender des Vorstandes Audi
- **Albert Still**, Aufsichtsrat AVAG
- **Jürgen R. Thumann**, BDI-Präsident
- **Wolfgang Tiefensee**, Bundesminister für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung
- **Peter Alexander Trettin**, Vorsitzender der Geschäftsführung Mercedes-Benz Vertriebsorganisation Deutschland
- **Alain Uyttenhoven**, Geschäftsführer Toyota Deutschland
- **Burkhard Weller**, Geschäftsführender Gesellschafter Wellergruppe
- **Dr. Martin Winterkorn**, Vorsitzender des Vorstandes Volkswagen
- **Matthias Wissmann**, Präsident Verband der Automobilindustrie (VDA)
- **Dr. Stefan Wolf**, Vorstandsvorsitzender ElingKlinger
- **Dr. Dieter Zetsche**, Vorsitzender des Vorstandes Daimler

Sponsoring

Mit rund 400 hochkarätigen Teilnehmern gehört der Automobilwoche Kongress zu den Pflichtveranstaltungen der Autobranche. Kongress-Sponsoring wird hier zu einem wertvollen strategischen Kommunikationsinstrument. Durch die Verknüpfung mit Ihrer Automobilwoche Print- und Onlinewerbung erreichen Sie Ihre Zielgruppe als Sponsor punktgenau in einem erstklassigen Umfeld. Nutzen Sie den Automobilwoche Kongress für Ihre B2B-Kommunikation. Wir beraten Sie gerne.

Auflage

Zielgruppe der Automobilwoche ist das Management bei Automobilherstellern, Zulieferern und Autohäusern. Die hohe Auflage von ca. 40.000 Exemplaren garantiert übergreifende Marktabdeckung in allen Bereichen.

Druckauflage*:
40.223 Exemplare

Tatsächlich verbreitete Auflage (TvA)*:
39.329 Exemplare

Verkaufte Auflage*:
9.546 Exemplare

Auflagenkontrolle:
IVW 2/2008

*gemäß IVW-Meldung 2. Quartal 2008



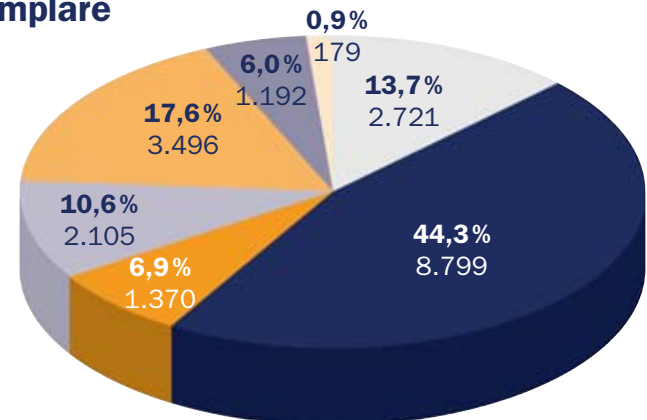
Erstausrüster	18.310
Automobilhersteller	9.532
Zulieferer	8.778
Autohäuser/Teilehandel	19.467
Freie Händler, Vertragshandel	17.012
Werksniederlassungen	811
Teilergroßhandel, Teilehandel	1.644
Dienstleister	1.552
Entwicklung/Design	652
Consulting	364
Ingenieurbüros	308
Verbände, Sonstige	228

I. Erstausrüster/Dienstleister: 19.862 Exemplare

Automobilhersteller, Zulieferer und Dienstleister

a) Nach Funktionen:

- **Strategie, Finanzen, Organisation** (13,7%)
- **Entwicklung, Design, Engineering** (44,3%)
- **Beschaffung, Einkauf** (6,9%)
- **Produktion, Logistik** (10,6%)
- **Vertrieb, Verkauf, Brandmanagement, Händlernetz** (17,6%)
- **EDV, IT, Systemintegration** (6,0%)
- **Andere** (0,9%)



b) Nach Positionen:



II. Autohäuser/Autohändler: 19.467 Exemplare

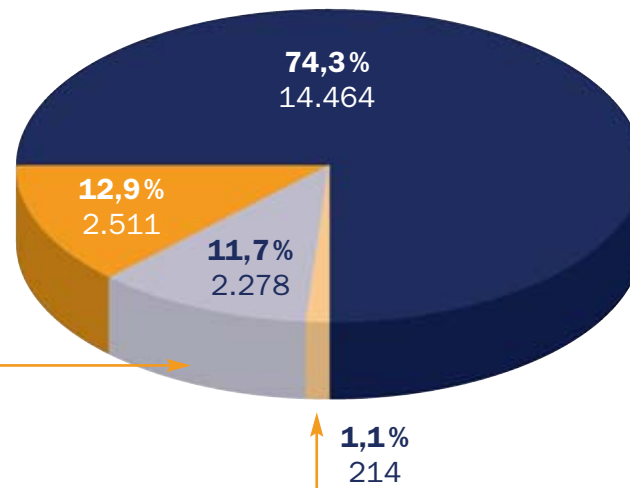
Vertragshändler, freie Händler, Niederlassungen, Teilehändler

■ **Betriebsinhaber, Geschäftsführer,
Niederlassungsleiter, Filialleiter** (74,3%)

■ **Verkaufsleiter,
Kaufmännischer Leiter** (12,9%)

■ **Leiter Kundendienst/Service,
Ersatzteile/Zubehör** (11,7%)

■ **Andere
Führungskräfte** (1,1%)



Die Zielgruppe

Von allen 243 Automobilwoche-Lesern, die im Rahmen der Anzeigen-Copytests 2008 befragt wurden,

haben **87%** eine Leitungsfunktion in ihrem Unternehmen, und zwar als



sind **92%** an den Investitionsentscheidungen in ihrem Unternehmen aktiv beteiligt, und zwar als



! Automobilwoche bietet eine hochkarätige Zielgruppe. Ihre Werbebotschaft trifft auf eine Leserschaft, die über Entscheidungskompetenz bei den unternehmerischen Investitionen verfügt.

Die Heftnutzung

Nach Schätzung der Befragten 2008 wird eine Ausgabe von Automobilwoche im Durchschnitt von **5,3 Personen** gelesen.

Jedes Heft hat also im Durchschnitt **4,3 Mitleser** (Schätzwert).

Automobilwoche wurde von den befragten Lesern im Durchschnitt

2-mal zur Hand genommen, um etwas darin zu lesen oder anzusehen.

55 Minuten, also eine knappe Stunde, verwendeten die befragten Leser durchschnittlich auf die Lektüre einer Ausgabe von Automobilwoche.

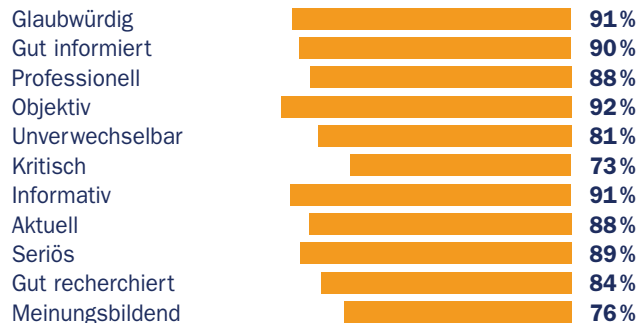
! Die intensive Nutzung von Automobilwoche garantiert große Beachtungschancen für Ihre Werbebotschaft.



Die Heftbeurteilung

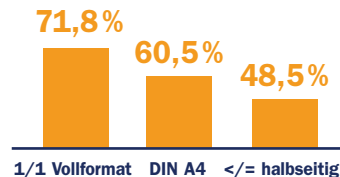
! Das Imageprofil charakterisiert Automobilwoche als einen Werbeträger von hoher Glaubwürdigkeit und Seriosität.

So urteilen die Leser in der Kategorie „trifft voll und ganz/ teilweise zu“ über Automobilwoche:



Die Anzeigenbeachtung

Von den 39 Anzeigen (alle 4c), die in Automobilwoche 10 + 11/2008 getestet wurden, **erreichten die unterschiedlichen Formate eine durchschnittliche Beachtung von ...**

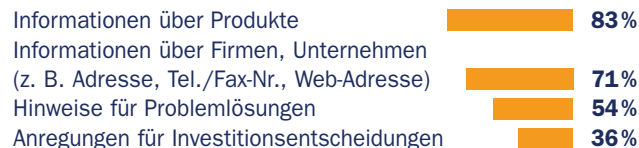


! Je größer also das Format Ihrer Anzeige ist, desto höher ist die Chance, beachtet zu werden.

Die Anzeigennutzung

Automobilwoche-Leser beachten die Anzeigen in dieser Zeitung nicht nur, sondern sie nutzen sie auch.

95% der befragten Automobilwoche-Leser ziehen Informationen aus den Anzeigen in dieser Zeitung, und zwar



70% – also über zwei Drittel – der befragten Leser haben bereits auf Anzeigen in Automobilwoche reagiert, und zwar haben sie...



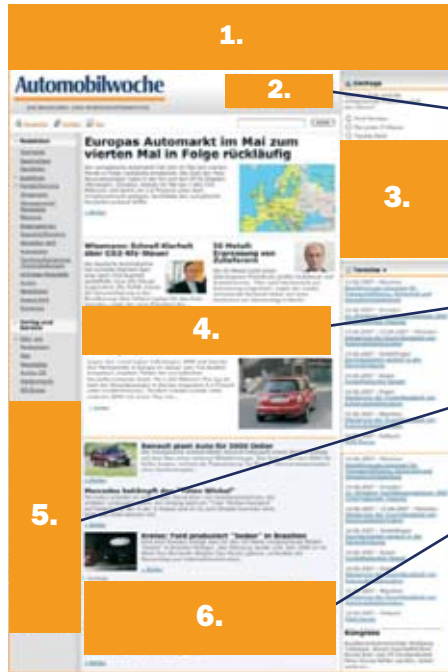
Quelle:
Automobilwoche Anzeigen-Copytests Heft 10 + 11/2008, 243 Befragte
ARIS Umfrageforschung GmbH, Hamburg

Crossmedia: Entscheidender Mehrwert für Ihren Erfolg!



Banner-Formate

automobilwoche.de



1. **Superbanner** (988 x 139 Pixel)
2. **Titelkopfbanner** (234 x 60 Pixel)
3. **SAT** (250 x 209 Pixel)
4. **Rectangle** (468 x 60* Pixel)
5. **Skyscraper** (150 x 500 Pixel)
6. **Rectangle** (468 x 60* Pixel)

Nutzen Sie die rasante Steigerung der Werbekontakte für Ihre Online-Kommunikation:

Online-Mediadaten und Preise finden Sie unter www.automobilwoche.de/mediadaten

	Durchschnitt 1. Halbjahr 2008	Juli 2008
Page Views	431.992	548.533
Unique Visitors	46.444	50.622
Visits	132.257	151.965

Kontinuierliche Steigerung der Nutzungsdaten

*Format bis 468 x 200 Pixel möglich.

Quelle: HBX Analytics Scheduled Reports

Newsletter-Formate



1. **Superbanner** (988 x 60 Pixel)
2. **Titelkopfbanner** (234 x 60 Pixel)
3. **Rectangle** (468 x 60* Pixel)
4. **Rectangle** (468 x 60* Pixel)

* Format bis 468 x 200 Pixel möglich.
Preise auf Anfrage

19.429 registrierte Empfänger

(Stand Sept. 2008)

Erscheinungsweise 2 x wöchentlich, Dienstag und Donnerstag. Buchbar pro Monat jeweils für Dienstag oder Donnerstag. Die Belegung beider Tage ist möglich.

Online-Mediadaten und Preise finden Sie unter www.automobilwoche.de/mediadaten

Mit den Medien der Automotive News Group erreichen Sie die Entscheider der Autoindustrie – weltweit!



Automobilwoche
ca. 40.000 Exemplare
14-täglich
Sprache: Deutsch
Verbreitung: D, A, CH
IVW-geprüft



Automotive News Europe
ca. 23.000 Exemplare
14-täglich
Sprache: Englisch
Verbreitung: Europa
BPA-geprüft



Automotive News
ca. 78.000 Exemplare
wöchentlich
Sprache: Englisch
Verbreitung: USA
ABC-geprüft



Automotive News China Newsletter
www.autonews.com/china

Adresse:

Crain Communications GmbH
Argelsrieder Feld 13
82234 Oberpfaffenhofen

Kontakt Anzeigendisposition:

Manuela Bordbarkhou
E-Mail: mbordbarkhou@craincom.de
Tel. 0 81 53 - 90 74 09
Fax 0 81 53 - 90 74 25

Technische Informationen:

Erscheinungsweise: 14-täglich
25 Ausgaben pro Jahr
Papier: 60 g/qm UPM Cote M
Farben: 4/4-fbg. Euroskala
Zeitungsformat: 285 x 403 mm (angeschnitten)
Satzspiegel: 255 mm x 377 mm
Spaltenzahl: 5 Spalten, Spaltenbreite 47,4 mm
Verarbeitung: 3-fach-Rückendrahtheftung
Druckverfahren: Rollenoffset
Druckerei: Augsburg Druck- und Verlagshaus

ISDN: 0 81 53-90 74 47 · E-Mail: amw-anzeigen@craincom.de

Druckunterlagen:

60er Raster. Anzeigen nur in digitaler Form. PDF-Daten mit verbindlichen Ausdrucken. Für andere Datenformate können wir keine Gewährleistung übernehmen. Der Aufbau ist nur nach der Euroskala DIN 16539 (Schwarz, Cyan, Magenta, Gelb) möglich. Sonderfarben nach HKS oder Pantone-Farbfächer müssen in die Euroskala umgesetzt werden. Zur Überprüfung der Vollständigkeit fügen Sie einen Kontrollausdruck in Originalgröße bei. Zur Prüfung der Farbigkeit benötigen wir ein farbverbindliches Proof.

Fordern Sie unser Infoblatt an oder informieren Sie sich direkt unter:
www.craincom.de/data/



Geschäftsbedingungen

§1 - Geltung und Ausschließlichkeit

Für die Annahme und die Veröffentlichung von Anzeigen gelten ausschließlich die nachfolgenden Bedingungen. Zwischen dem Verlag und dem Auftraggeber wird beim ersten Vertragsschluss vereinbart, dass diese Bedingungen allen Folgegeschäften – auch solchen, die mündlich oder telefonisch abgeschlossen werden – zugrunde gelegt werden.

Allgemeine Geschäftsbedingungen des Auftraggebers, die unseren Bedingungen widersprechen, von ihnen abweichen oder ergänzende Regelungen enthalten, werden in keinem Fall Vertragsbestandteil. Dies gilt auch dann, wenn wir in Kenntnis entgegenstehender oder von unseren Geschäftsbedingungen abweichender Bedingungen des Bestellers den Anzeigenauftrag des Auftraggebers vorbehaltlos ausführen.

§2 - Angebot, Vertragsabschluss

Unsere Angebote sind freibleibend. Ein Vertrag kommt erst mit unserer Auftragsbestätigung zustande.

§3 - Preise, Zahlungsbedingungen, Preisänderung

- Der Preis für die Veröffentlichung einer Anzeige richtet sich nach unserer zurzeit gültigen Preisliste. Bei Änderung der Anzeigenpreisliste gelten die neuen Bedingungen auch für laufende Aufträge.
- Die in der Anzeigenpreisliste bezeichneten Nachlässe werden nur dem Auftraggeber und nur für die innerhalb eines Jahres erscheinenden Anzeigen gewährt (Anzeigenjahr). Wiederholungsrabatte gelten nur innerhalb eines Anzeigenjahres. Die Frist beginnt mit dem Erscheinen der ersten Anzeige, wenn nicht anders vereinbart.
- Bei Erweiterung des Auftrages entsteht ein Anspruch auf rückwirkenden Rabatt, sofern der Grundauftrag bereits rabattfähig war. Der Anspruch erlischt, wenn er nicht spätestens einen Monat nach Ablauf des Anzeigenjahres geltend gemacht wird. Erreicht ein Auftrag nicht die vorhergesehene Anzeigenzahl, so wird der zu viel gewährte Preisnachlass nachträglich in Rechnung gestellt.
- Der Rechnungsbetrag ist netto (ohne Abzug) innerhalb von 30 Tagen ab Rechnungsdatum zur Zahlung fällig. Bei Einzugsvollmacht gewährt der Verlag dem Auftraggeber ein Skonto in Höhe von 2 % des Rechnungsbetrages.
- Zahlungen müssen kosten- und spesenfrei auf das in der Rechnung angegebene Bankkonto des Verlages geleistet werden.
- Zahlungen werden auch bei anderslautender Bestimmung des Auftraggebers ausschließlich nach § 366 BGB verrechnet.
- Sämtliche Preise verstehen sich zuzügl. Umsatzsteuer in gesetzlicher Höhe am Tag der Rechnungsstellung.
- Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisänderung berechtigender Mangel, wenn eine zugesicherte Auflage um mindestens 20 % unterschritten wird.

§4 - Zahlungsverzug

- Gerät der Auftraggeber mit einer Zahlung länger als 30 Tage in Verzug oder lässt er von uns angenehmen Wechsel oder Schecks zu Protest gehen oder wird Antrag auf Eröffnung des Insolvenzverfahrens gestellt, so werden alle weiter offenstehenden Rechnungen und Forderungen sofort fällig, unabhängig von den früher eingeräumten Zahlungszielen. Insbesondere und unbeschadet anderer Rechte sind wir berechtigt,
 - die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückzustellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlungen zu verlangen,
 - auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Voraussetzung des Betrages und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen,
 - vollständig oder für bereits abgeschlossene Folgeaufträge vom Vertrag zurückzutreten.
- Der Verlag ist darüber hinaus berechtigt, als Verzugszinsen in Höhe von 5 % p.a. über dem Basiszinssatz (§ 1 Diskontsatzüberleitungsgesetz vom 9. Juni 1998) sowie den Ersatz der Einziehungskosten zu verlangen.

§5 - Anzeigenstornierung

Die Stornierung von Anzeigenaufträgen ist nur bis zum jeweiligen Anzeigenchlussstermin möglich. Sonderwerbformen sind nicht stornierbar.

§6 - Vertragsabwicklung

- Anzeigenaufträge sind innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzuwickeln, beginnend mit dem Erscheinen der ersten Anzeige.
- Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Druckunterlagen werden nur auf besondere Aufforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet sechs Monate nach Ablauf des Auftrages.

- Kosten für erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen und für Lieferungen bestellter Druckvorlagen, Filme oder Zeichnungen hat der Auftraggeber zu tragen.
- Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit des zurückgesandten Abzugs. Wird der Abzug nicht fristgemäß an den Verlag zurückgeschickt, so gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt.
- Der Verlag liefert sofort nach Erscheinen der Anzeige Beleghefte (nur ab viertelseitigen Anzeigen).
- Textanzeigen, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als Anzeige erkennbar sind, werden als Werbung deutlich kenntlich gemacht.
- Bei Chiffreanzeigen wendet der Verlag für die Aufbewahrung und rechtzeitige Weiterleitung der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe werden auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Eingeschriebene Sendungen werden nur dann eingeschrieben weitergeleitet, wenn der Portobetrag mitgeschickt wird. Eine Gewähr für Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Offerten übernimmt der Verlag jedoch nicht.

§7 - Mängelgewährleistung

- Für die Aufnahme von Anzeigen in bestimmten Nummern oder Ausgaben oder an bestimmten Plätzen wird keine Gewähr geleistet.
- Der Verlag gewährleistet die drucktechnisch einwandfreie Wiedergabe der Anzeigen entsprechend Ausdruck auf Auflagenpapier. Voraussetzung ist die Zusendung geeigneter Druckunterlagen (siehe Angaben in Preisliste).
- Bei Anzeigenübertragungen per ISDN übernimmt der Verlag keine Gewähr für die Richtigkeit von Anzeigenmotiven und -inhalten. Grundsätzlich ist vorab ein gültiges, aktuelles Proof mit dem jeweiligen Anzeigenauftrag an den Verlag zu senden. Fordern Sie unser „Infoblatt für Anzeigen in digitaler Form“ an.
- Der Auftraggeber ist bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder unvollständigem Druck der Anzeige zu einer Zahlungsminderung oder zu einem Ersatzanspruch berechtigt, es sei denn, dass durch die Mängel der Zweck der Insertion nur unerheblich beeinträchtigt wird. Die Mängelbeschwerde muss spätestens innerhalb von vier Wochen nach Eingang der Rechnung beim Kunden schriftlich und mit Gründen versehen beim Verlag eingehen.
- Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden diese erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Kunde bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche, sondern werden diese erst beim Druckvorgang deutlich.
- Für vom Auftraggeber bereitgestelltes Material (Einhefter, Beilagen etc.) übernimmt der Verlag keine Gewähr für die Richtigkeit der als geliefert bezeichneten Mengen oder Qualitäten.

§8 - Haftung

- Schadenersatzansprüche gegen den Verlag, seine gesetzlichen Vertreter oder Erfüllungsgehilfen sind unabhängig vom Rechtsgrund, insbesondere aufgrund Verzugs, Unmöglichkeit, der Verletzung von vorvertraglichen Pflichten, positiver Vertragsverletzung, der Verletzung gewerblicher Schutzrechte Dritter und unerlaubter Handlung ausgeschlossen, es sei denn, der Verlag, seine gesetzlichen Vertreter oder Erfüllungsgehilfen haben vorsätzlich oder grob fahrlässig gehandelt oder die Schadenersatzansprüche resultieren aus der Verletzung einer zugesicherten Eigenschaft.
- Gegenüber Kaufleuten ist die Haftung auf Schadenersatz für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden begrenzt.
- Alle Schadenersatzansprüche gegen den Verlag verjähren in 6 Monaten nach Lieferung. Dies gilt nicht für Ansprüche wegen unerlaubter Handlung.
- Soweit die Haftung des Verlages ausgeschlossen oder eingeschränkt ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung der Angestellten, Arbeitnehmer, Mitarbeiter, Vertreter und Erfüllungsgehilfen des Verlages.
- Wenn die Zeitschrift infolge höherer Gewalt, Streik oder dergleichen nicht erscheinen kann, entfällt für den Verlag jede Haftung gegenüber dem Kunden.

§9 - Sonstige Bestimmungen, Erfüllungsort, Gerichtsstand

- Änderungen und Ergänzungen der in diesen Bedingungen enthaltenen Bestimmungen bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform und der Vereinbarung im Vertrag zwischen Verlag und Auftraggeber.
- Es gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland. Erfüllungsort für sämtliche Ansprüche aus dem zwischen dem Auftraggeber und dem Verlag geschlossenen Vertrag ist München. In diesem Fall wird als ausschließlicher Gerichtsstand München vereinbart.

Automobilwoche

DIE BRANCHEN- UND WIRTSCHAFTSZEITUNG

Crain Communications GmbH · Technopark · Argelsrieder Feld 13 · 82234 Oberpfaffenhofen
Tel. 0 81 53 - 90 74-00 · Fax 0 81 53 - 90 74-26 · E-Mail: automobilwoche@craincom.de
