

Mediainformationen 2012

Preisliste Nr. 55

Gültig ab 01.10.2011



Wir sind für Sie da.

Ihre Ansprechpartner im Anzeigenmarketing:



Volker Hasedenz
Verkaufsleitung

tel +49 (0)611 / 78 78 – 269
volker.hasedenz@best-ad-media.de



Frank Nagel
Mediaberatung

tel +49 (0)611 / 78 78 – 395
frank.nagel@best-ad-media.de



Rouwen Bastian
Key Account Management

tel +49 (0)611 / 78 78 – 399
mobil +49 (0)173 / 291 55 35
rouwen.bastian@best-ad-media.de

Best Ad Media

Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH
Abraham-Lincoln-Straße 46 | 65189 Wiesbaden

tel +49 (0)611 / 78 78 – 555
info@best-ad-media.de | www.best-ad-media.de





Fachzeitschriften



Online-Lösungen



Lehrbücher | Fachbücher



Corporate Publishing



Veranstaltungen



ATZ live

Fachzeitschrift

Titel-Porträt	1
Termin- und Themenplan	2
Schwerpunktthemen im Detail	4
Preisliste Nr. 55	6
Rubrikenanzeigen: Stellenmarkt Geschäftsverbindungen	8
Formate und technische Angaben	9
ATZ-Familie	10
Kombinieren und Profitieren	12
Auflagen- u. Verbreitungsanalyse	13
Leser-Struktur-Analyse	14

Website

Porträt	18
Preise/Werbeformen	19
Nutzungsdaten	20
Formate und technische Angaben	21

Newsletter

Porträt	22
Preise/Werbeformen	23

- 1 Titel:** ATZ Automobiltechnische Zeitschrift
- 2 Kurzcharakteristik:** Die ATZ ist das international verbreitete Technikmagazin für Entscheider in der Automobilentwicklung und -produktion. Die ATZ ist die Pflichtlektüre für das technikorientierte Management in der Automobilindustrie und fördert den Informationstransfer und Gedankenaustausch zwischen Automobil- und Zulieferindustrie, Dienstleistungsunternehmen sowie den Forschungs- und Entwicklungszentren in aller Welt.
- 3 Zielgruppe:** Entscheider in der Automobilentwicklung und -produktion
- 4 Erscheinungsweise:** 11 x jährlich
- 5 Heftformat:** 210 mm x 279 mm
- 6 Jahrgang:** 114. Jahrgang 2012
- 7 Bezugspreis:** Jahresabonnement Inland/Ausland € 299,- (zzgl. VK)
Einzelverkaufspreis € 32,- (zzgl. VK)
- 8 Organ:** Organ der VDI-Gesellschaft Fahrzeug- und Verkehrstechnik (FVT)
Organ der Forschungsvereinigung Automobiltechnik e. V. (FAT) und des Normenausschusses Kraftfahrzeuge (FAKRA) im DIN Deutsches Institut für Normung e.V.
Organ der Wissenschaftlichen Gesellschaft für Kraftfahrzeug- und Motortechnik e.V. (WKM)
- 9 Mitgliedschaft/ Teilnahme:** –
- 10 Verlag:** Springer Vieweg
Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH
Abraham-Lincoln-Str. 46, 65189 Wiesbaden
tel +49 (0)611 / 78 78 – 0
www.springerfachmedien-wiesbaden.de
- 11 Herausgeber:** Dr. Ing. E.h. Richard van Basshuysen,
Wolfgang Siebenpfeiffer

- 12 Anzeigen:** Tanja Pfisterer (Stellv. Gesamtanzeigenleitung/
Lt. Key Account Management)
Britta Dolch (Gesamtverkaufsleitung Fachmedien)
Volker Heselndenz (Verkaufsleitung)
tel +49 (0)611 / 78 78 – 269
volker.heselndenz@best-ad-media.de
Frank Nagel (Mediaberatung)
tel +49 (0)611 / 78 78 – 395
frank.nagel@best-ad-media.de
- 13 Redaktion:** Wolfgang Siebenpfeiffer (ChR)
tel +49 (0)611 / 78 78 – 349 · fax – 462
wolfgang.siebenpfeiffer@springer.com

14 Umfangsanalyse 2011 = 11 Ausgaben + 8 Sonderausgaben

Gesamtumfang	1.896 Seiten	=	100,0%
Redaktionsteil	1.632 Seiten	=	86,1%
Anzeigenteil	264 Seiten	=	13,9%
Beilagen	11 Stück		
15 Inhaltsanalyse des Redaktionsteils:	1.632 Seiten	=	100%
Forschung	230 Seiten	=	14,1%
Entwicklung	894 Seiten	=	54,8%
Management	111 Seiten	=	6,8%
Elektrik/Elektronik	95 Seiten	=	5,8%
Werkstoffe/Produktion	116 Seiten	=	7,1%
Service	86 Seiten	=	5,3%
Sonstiges	100 Seiten	=	6,1%

Heft, Monat, (AS)*, (DU)*, (ET)*	Messen, Veranstaltungen, Kongresse	Leitthema	Schwerpunkte		Sonderhefte/ Jahresausgaben etc. **)
1 Januar AS 01.12.2011 DU 08.12.2011 ET 30.12.2011	ATZlive Der Antrieb von morgen , Wolfsburg (24.-25.01.)	Akustikoptimierung	Nutzfahrzeug- technik	Thermo- management	
2 Februar AS 02.01.2012 DU 06.01.2012 ET 27.01.2012	Textil Innovativ , Fürth/Bay. (09.02.)	Sicherheit im Fahrzeug und für das Umfeld	Tanksysteme	Schmierstoffe	
3 März AS 27.01.2012 DU 03.02.2012 ET 24.02.2012	Genfer Auto-Salon (08.-18.03.) CeBIT , Hannover (06.-10.03.) ATZlive 12. Internationales Stuttgarter Symposium (13.-14.03.) VDI-Tagung Kunststoffe im Automobilbau , Mannheim (21.-22.03.)	Neue Werkstoffe für das Automobil	Dichtungen	Berechnung und Simulation	ATZextra Vernetzung des Automobils, career4engineers
4 April AS 24.02.2012 DU 02.03.2012 ET 23.03.2012	PaintExpo , Karlsruhe (17.-20.04.) Mobilitec Hannover Messe Industrie , (23.-27.04.) Wiener Motorensymposium (26.-27.04.) careers4engineers automotive , Stuttgart (28.04.)	Wechselwirkungen zwischen Getriebe und Motor	Messen, Testen und Prüfen	Lacke und Oberflächentechnik	MTZindustrial I
5 Mai AS 29.03.2012 DU 05.04.2012 ET 27.04.2012	ATZlive 12. Internationale Tagung Karosseriebau , Hamburg (10.-11.05.) Sensor+Test , Nürnberg (22.-25.05.)	Fortschritte im Karosseriebau	Akustik	Bediensysteme	ATZoffhighway I, ATZextra Der neue Mercedes-Benz SL
6 Juni AS 25.04.2012 DU 03.05.2012 ET 25.05.2012	Automotive Testing Expo , Stuttgart (12.-14.06.) ATZlive chassis.tech plus – 3. Internationales Münchner Fahrwerk-Symposium , (21.-22.06.)	Weiterentwicklung der Fahrwerksysteme	Klimatisierung	Assistenzsysteme	ATZextra Automotive Engineering Partners mit Sonderseiten BranchenIndex, career4engineers

Heft, Monat, (AS)*, (DU)*, (ET)*	Messen, Veranstaltungen, Kongresse	Leitthema	Schwerpunkte		Sonderhefte/ Jahresausgaben etc. (**)
7/8 Juli/Aug. AS 01.06.2012 DU 08.06.2012 ET 29.06.2012	ATZlive ICAM – International Conference on Automotive Management , Wiesbaden (10.-11.07.) ATZ-Fachtagung Automotive Acoustics Conference , Zürich (Juli)	Ökobilanzen – Automobil und Nachhaltigkeit	Berechnung und Simulation	Ergonomie und Komfort	
9 September AS 03.08.2012 DU 10.08.2012 ET 31.08.2012	Automechanika , Frankfurt/Main (11.-16.09.) IAA Nutzfahrzeuge , Hannover (20.-29.09.)	Technikrends bei Nutzfahrzeugen	Fahrwerksysteme	Digitale Produktentwicklung	MTZIndustrial II, careers4engineers
10 Oktober AS 31.08.2012 DU 07.09.2012 ET 28.09.2012	Aachener Kolloquium (08.-10.10.) IZB , Wolfsburg (10.-12.10.)	Elektromobilität	Messen, Testen und Prüfen	Interieur	
11 November AS 28.09.2012 DU 05.10.2012 ET 26.10.2012	eCarTec , München (23.-25.10.)	Assistenzsysteme – auf dem Weg zum autonomen Fahren	Lichttechnik	Energieeffizienz	Sonderseiten BranchenIndex, ATZoffhighway II, careers4engineers
12 Dezember AS 26.10.2012 DU 02.11.2012 ET 23.11.2012	electronica , München (13.-16.11.) CTI-Getriebesymposium , Berlin (Dezember) careers4engineers automotive , Chemnitz (10.11.) careers4engineers automotive , Darmstadt (30.11.)	Alternative Fahrzeugkonzepte – Brennstoffzelle, Erdgas & Co.	Getriebe und Kupplungen	Aktive und passive Sicherheit	ATZextra Elektronik, ATZextra Formula Student Germany
1 Januar 2013 AS 27.11.2012 DU 04.12.2012 ET 28.12.2012		Gesamtheitlicher Leichtbau	Fahrwerksysteme	Elektrische Antriebe	

siehe Schwerpunktthemenauflistung Seite 4

Ständige Rubriken: Entwicklung, Interviews, Foren der Meinungen, Forschung, Tagungsberichte, Produktmeldungen, Unternehmensmeldungen, Stellenmarkt.

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

****) Sonderhefte/Jahresausgaben/Herstellerhefte/Sonderseiten: Supplements von ATZ | MTZ
Weitere aktuelle Sonderhefte und Spezialthemen werden rechtzeitig bekannt gegeben.**

Diese Übersicht der geplanten Themen für 2012 soll Ihrer Vorplanung dienen, Änderungen behält sich die Redaktion vor.
Nähere Angaben erhalten Sie direkt unter tel +49 (0)611 / 78 78 – 323.

Zu den Schwerpunkten können Beiträge zu folgenden Detailthemen erscheinen

Interieur	Elektrische Antriebe	Getriebe	Integration von Assistenzsystemen ins Fahrzeug	Fahrwerksysteme	Integration von Bediensystemen ins Fahrzeug
Sitze	Energiespeicher	Zahnräder	ACC (Geschwindigkeitsregelanlage)	Schwingungsdämpfer (Stoßdämpfer)	Human Machine Interfaces (HMI)
Cockpits	Batterien	Getriebegehäuse	Spurassistent	Federn	Taster
Verkleidungen	Elektromotoren	Getriebewellen	Parkassistent	Aktive Systeme	Schalter
Innenraum	Bordnetze	Handschaltgetriebe	CAR2X	Passive Systeme	Instrumentierung
Dachhimmel	Stellmotoren	Doppelkupplungsgetriebe	Navigation	Adaptive Fahrwerksregelung	Schalter
Konsolen	Verstellantriebe	Wandlergetriebe		Räder	Haptische Systeme
Instrumententafeln	Traktionsmotoren	Automatikgetriebe		Reifen	Bildschirme/Displays/ Touchscreens
	Aktuatoren	Getriebeöle/Schmieröle		Bremsen	
				Lenkungen	

Ganzheitliche Lösungen für Ihre individuellen Ziele.

Ihre Ansprechpartner:

Tanja Pfisterer

Stellv. Gesamtanzeigenleitung/
Leitung Key Account Management
tel +49 (0)611 / 78 78 – 146
mobil +49 (0)151 / 14070093
tanja.pfisterer@best-ad-media.de

Rouwen Bastian

Key Account Management
tel +49 (0)611 / 78 78 – 399
mobil +49 (0)173 / 2915535
rouwen.bastian@best-ad-media.de

Ursula Saalfeld

Key Account Management
tel +49 (0)611 / 78 78 – 157
mobil +49 (0)151 / 42601085
ursula.saalfeld@best-ad-media.de

Sabine Schüller

Key Account Management
tel +49 (0)611 / 7878 – 178
mobil +49 (0)160 / 96382284
sabine.schueler@best-ad-media.de

PRINT

Zeitschriften
Bücher
Specials

DIGITAL

Portale
Newsletter
Content Integration

MESSEN/ KONGRESSE

Ausstellungsfläche
Sponsoring

CORPORATE PUBLISHING

Kundenpublikationen
Mitarbeiter-Kommunikation
Geschäftsberichte



**BEST AD
MEDIA**

1 Anzeigenpreise und Formate (Preise in Euro)

Format	Satzspiegel-Formate Breite x Höhe in mm	Anschnitt-Formate Breite x Höhe in mm**	Grundpreis s/w	2-farbig*	3-farbig*	4-farbig*	
2/1 Seite	388 x 240	420 x 279	6.888,-	7.738,-	8.588,-	9.438,-	
1/1 Seite	175 x 240	210 x 279	3.450,-	4.299,-	5.148,-	5.997,-	
2/3 Seite	hoch	115 x 240	2.865,-	3.572,-	4.279,-	4.986,-	
	quer	175 x 156					210 x 177
Juniorpage	115 x 178	131 x 198	1.874,-	2.337,-	2.800,-	3.263,-	
1/2 Seite	hoch	85 x 240	1.800,-	2.245,-	2.690,-	3.135,-	
	quer	175 x 117					210 x 137
1/3 Seite	hoch	55 x 240	1.398,-	1.743,-	2.088,-	2.433,-	
	quer	175 x 76					210 x 86
1/4 Seite	hoch	40 x 240	900,-	1.123,-	1.346,-	1.569,-	
	quer	175 x 56					210 x 63
	block	85 x 117					101 x 137
1/8 Seite	hoch	55 x 86	587,-	810,-	1.033,-	1.256,-	
	quer	175 x 25					–
	block	85 x 56					–
1/16 Seite	quer	175 x 10	385,-	535,-	685,-	835,-	
	block	85 x 25					–

* ISO-Skala ** zzgl. 3 mm Beschnitt
Weitere Formate auf Anfrage.

tvA: 5.619 Exemplare



2 Zuschläge:

Platzierungen:	2., 3. und 4. Umschlagseite 4c	€ 510,-
	Bindende Platzierungsvorschriften	€ 510,-
Farbe:	Zuschlag für Sonderfarben je Farbe	auf Anfrage
Format:	Anzeigen über Bund	10% vom s/w Preis
	Inselanzeigen	60% vom s/w Preis
	Satellitenanzeigen	10% vom s/w Preis
	Angeschnittene Anzeigen	20% vom s/w Preis

3 Rabatte:

bei Abnahme innerhalb eines Insertionsjahres			
Malstaffel		Mengenstaffel	
bei 3 Anzeigen	3%	3 Seiten	5%
bei 6 Anzeigen	5%	6 Seiten	10%
bei 9 Anzeigen	10%	9 Seiten	15%
bei 12 Anzeigen	15%	12 Seiten	20%

Es gilt immer nur eine Rabattstaffel.

Alle Zuschläge – Farbe, Platzierung, Anschnitt – werden rabattiert. Sonderkosten und technische Zusatzkosten werden nicht rabattiert.

4 Rubriken:

Stellenmarkt/Geschäftsverbindungen Seite 8

5 Sonderwerbeformen: Einhefter/Beikleber:

2-seitig	€ 4.075,-
4-seitig	€ 6.158,-

Die Preise gelten für Papiergewichte bis 170 g. Anlieferung unbeschnitten, Beschnittzugabe auf Anfrage. Die Rabattierung erfolgt nach der Mengenstaffel: (1 Blatt = 1/1 Seite)

Beilagen: (keine Rabattierung)

lose eingelegt, Höchstformat 203 mm x 272 mm	
bis 25 g pro Tsd.	€ 285,-
bis 30 g pro Tsd.	€ 295,-
Zahl der Beilagen	auf Anfrage
Preis für schwerere Beilagen	auf Anfrage

Aufgeklebte Werbemittel: (keine Rabattierung)

pro Tsd. bis 25 g, inkl. Klebekosten,	
nur in Verbindung mit einer 1/1 S. Anzeige	€ 210,-
Zahl der Postkarten	auf Anfrage
größere und schwerere Formate	auf Anfrage
(gilt auch für Warenproben)	

6 Kontakt:

Volker Hesesenz (Verkaufsleitung)
tel +49 (0)611 / 78 78 – 269
volker.hesesenz@best-ad-media.de

Frank Nagel (Mediaberatung)
tel +49 (0)611 / 78 78 – 395
frank.nagel@best-ad-media.de

7 Zahlungsbedingungen:

2% Skonto bei Zahlung vor Erscheinen;
15% AE (Agenturprovision), die Tätigkeit als Agentur muss Best Ad Media spätestens mit dem Auftrag durch einen Handelsregister-Auszug nachgewiesen werden; gültig für Deutschland: Preise zzgl. gesetzlicher MwSt.; Zahlungsfälligkeit: sofort nach Rechnungserhalt.

Bankverbindung:

Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH
Deutsche Bank Berlin
BLZ: 100 700 00 | Account: 069700300
Swift/BIC: DEUTDEBB
IBAN: DE09 1007 0000 0069 7003 00

Unsere AGB finden Sie unter www.best-ad-media.de/agb

Anzeigenpreise und Formate (Preise in Euro)

Format	Satzspiegel-Formate Breite x Höhe in mm	Anschnitt-Formate Breite x Höhe in mm**	Grundpreis s/w	2-farbig*	3-farbig*	4-farbig*	
1/1 Seite	175 x 240	210 x 279	3.450,-	4.299,-	5.148,-	5.997,-	
2/3 Seite hoch	115 x 240	131 x 279	2.865,-	3.572,-	4.279,-	4.986,-	
1/2 Seite hoch	85 x 240	101 x 279	1.800,-	2.245,-	2.690,-	3.135,-	
	quer	175 x 117					210 x 137
1/3 Seite hoch	55 x 240	63 x 279	1.398,-	1.743,-	2.088,-	2.433,-	
	quer	175 x 76					210 x 86
	block	115 x 117					131 x 137
1/4 Seite hoch	40 x 240	46 x 279	900,-	1.123,-	1.346,-	1.569,-	
	quer	175 x 56					210 x 63
	block	85 x 117					101 x 137
1/8 Seite hoch	55 x 86	–	587,-	810,-	1.033,-	1.256,-	
	block	85 x 56					–

Stellengesuche auf Anfrage.

* ISO-Skala ** zzgl. 3 mm Beschnitt

Gültig für Deutschland: Allen Preisen ist der gültige Mehrwertsteuersatz hinzuzurechnen. Unsere AGB finden Sie unter www.best-ad-media.de/agb.

Farbzuschläge: je Sonderfarbe auf Anfrage

Chiffregebühr: € 12,- (Inland)
€ 16,- (Ausland)

Ansprechpartner:

Frank Nagel (Mediaberatung)
tel +49 (0)611 / 78 78 – 395
frank.nagel@best-ad-media.de

Silke Travnitschek (Mediaberatung)
tel +49 (0)611 / 78 78 – 338
silke.travnitschek@best-ad-media.de

- 1 Zeitschriftenformat:** 210 mm breit x 279 mm hoch
- Satzspiegel:** 175 mm breit x 240 mm hoch
- 2 Druck- und Bindeverfahren:** Offset, Klebebindung
- 3 Datenübermittlung:** **FTP:**
Zugangsdaten auf Anfrage
E-Mail:
susanne.bretschneider@best-ad-media.de
Datenübertragung per E-Mail nur bis 10 MB!
Bitte benutzen Sie Winzip (.zip) zum Komprimieren der Daten. Benennen Sie die zip-Datei mit dem Zeitschriftennamen beginnend, gefolgt von Ausgabe und Kunde.
- 4 Datenformate:** Bitte liefern Sie druckfähige PDF X3-Dateien in der Größe des Anzeigenformats. Anzeigen, die im Beschnitt stehen (randabfallend), müssen mit 3 mm Beschnitt an den betreffenden Seiten angelegt sein.
- 5 Farben:** Sonderfarben müssen als HKS- oder Pantone-Werte definiert werden. Der maximale Farbauftrag soll 300% nicht überschreiten. Offsetprofil = Iso Coated V2 300
- 6 Proof:** Da wir nach Prozessstandard Offset (PSO) drucken, benötigen wir grundsätzlich keinen Proof.
- 7 Datenarchivierung:** Daten werden 1 Jahr archiviert, unveränderte Wiederholungen sind deshalb in der Regel möglich. Eine Datengarantie wird jedoch nicht übernommen.
- 8 Gewährleistung:** Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Wird keine einwandfreie Druckvorlage von dem Auftraggeber geliefert, druckt der Verlag die Anzeige in der Qualität ab, die die vorgelegte Druckvorgabe erlaubt.
- 9 Kontakt:** Susanne Bretschneider, Anzeigendisposition
tel +49 (0)611 / 78 78 – 153
fax +49 (0)611 / 78 78 – 443
susanne.bretschneider@best-ad-media.de



Das Technikmagazin für Entscheider in der Automobilentwicklung und -produktion.



Das englischsprachige Technikmagazin für Ingenieure der weltweiten Automobil- und Automobilzulieferindustrie.



Sie schlägt die Brücke zwischen Fahrzeug- und Elektronikentwicklern im gesamten Spektrum von Gesamtfahrzeug, Antrieb, Komponenten und Systementwicklung.



Richtet sich an Top-Entscheider, die bei Automobilherstellern und Zulieferern in den Bereichen Engineering, Produktion und technischer Einkauf tätig sind.



Bietet fundierte Fachinformationen für Entscheider in der Motorenentwicklung und -produktion.



Das monothematische Premiummagazin deckt die gesamte automobiler Wertschöpfungskette ab. Mit hochkarätigen Autoren aus Automobilindustrie, Wissenschaft und Gesellschaft.

Kombinieren und profitieren!
Informationen zu den entsprechenden Fachbereichen entnehmen Sie bitte den jeweiligen Mediainformationen

Technische Innovationen, Marktneuheiten oder spezielle Anlässe erhalten von uns besondere Aufmerksamkeit:



Alle Informationen und Themenvorschau aktuell unter www.best-ad-media.de

ATZ live

Der Antrieb von morgen – 7. MTZ-Fachtagung
Wolfsburg (24.-25.01.2012)

12. Internationales Stuttgarter Symposium
Stuttgart (13.-14.03.2012)

12. Internationale Tagung Karosseriebau
Hamburg (10.-11.05.2012)

chassis.tech plus – 3. Internationales Münchner Fahrwerk-Symposium
München (21.-22.06.2012)

ICAM – International Conference Automotive Management
Wiesbaden (10.-11.07.2012)

Virtual Powertrain Creation – 14. MTZ-Fachtagung
(2. Halbjahr 2012, voraussichtlich September)

Ladungswechsel im Verbrennungsmotor – 5. MTZ-Fachtagung
(2. Halbjahr 2012, voraussichtlich Oktober)

Heavy Duty – 7. Internationale MTZ-Fachtagung
(2. Halbjahr 2012, voraussichtlich November)

www.atzlive.de

Kombinationspreise



Weltweite Verbreitung!
Westeuropa, Osteuropa, Asien, Australien,
NAFTA und andere Länder

ATZautotechnology einzig in ihrer Art

- **englischsprachig**
- **registrierte Leser**
- **Betrachtung des Gesamtfahrzeugs auf technisch-wissenschaftlichem Niveau**
- **Kooperation mit FISITA, dem Welt-Dachverband der Automotive Ingenieure**

Kombinationspreise

ATZ + ATZautotechnology

Druckauflage gesamt: Ø 21.484 Exemplare

Aufpreis für ATZautotechnology

1/1 Seite, 4c im Anschnitt	€ 2.500,-*
1/2 Seite, 4c im Anschnitt	€ 1.300,-*
1/3 Seite, 4c im Anschnitt	€ 1.000,-*

*zzgl. Listenpreis **ATZ**
 weitere Formate auf Anfrage

Gültig für Deutschland – Preise zzgl. gesetzlicher MwSt.

1 Auflagenkontrolle:



2 Auflagenanalyse:

Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt
(1. Juli 2010 bis 30. Juni 2011)

Druckauflage	5.955		
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):	5.619	davon Ausland:	854
Verkaufte Auflage:	3.465	davon Ausland:	731
Abonnierte Exemplare:	3.226	davon Mitgliederstücke:	–
Einzelverkauf:	2		
Sonstiger Verkauf:	237		
Freistücke:	2.154		
Rest-, Beleg- und Archivexemplare:	336		

3.1 Verbreitung nach PLZ: Immer aktuell auf Anfrage

3 Geographische Verbreitungsanalyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	84,8	4.465
Ausland	15,2	854
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	5.619



1.1 Branchen/Wirtschaftszweige

Empfängergruppen	Anteil der ermittelten Leser (WLK)	
	%	Projektion (circa)
Automobil-Zulieferindustrie	27,2	890
Automobilhersteller/Fahrzeugbau	12,0	390
Ausrüster der Automobil- und Zulieferindustrie mit Maschinen und Werkzeugen (Maschinenbau)	4,0	130
Forschung und Entwicklung	6,8	220
Dienstleistung	14,4	470
Ingenieurbüros, technische Beratung	8,4	280
Universitäten, Hochschulen, Institute	16,4	540
Wirtschaftsverbände, Berufsgenossenschaften und sonstige Einrichtungen	1,2	40
Student	2,8	90
Marketing, Journalismus	3,6	120
Sonstiges	3,2	110
Rundungsdifferenz		-5
	100	3.275

1.2 Größe der Wirtschaftseinheit

Empfängergruppen	Anteil der ermittelten Leser (WLK)	
	%	Projektion (circa)
1 bis 2 Beschäftigte	9,2	300
3 bis 4 Beschäftigte	4,8	160
5 bis 9 Beschäftigte	6,4	210
10 bis 19 Beschäftigte	7,2	240
20 bis 49 Beschäftigte	12,4	410
50 bis 99 Beschäftigte	10,0	330
100 bis 199 Beschäftigte	8,8	290
200 bis 499 Beschäftigte	8,8	290
500 bis 999 Beschäftigte	5,2	170
1.000 bis 1.999 Beschäftigte	5,6	180
2.000 und mehr Beschäftigte	13,2	430
keine Angabe	8,4	280
Rundungsdifferenz		-15
	100	3.275

Kurzfassung der Erhebungsmethode ATZ

1. Methode: Leser-Struktur-Analyse durch telefonische Erhebung – Stichprobenerhebung
2. Grundgesamtheit: Grundgesamtheit Abonnenten 3.275 = 100%
In der Untersuchung nicht erfasst 466 = 14,2%
3. Stichprobe: 250 Netto-Interviews, 70,2% Ausschöpfung, Randomauswahl
4. Zielperson der Untersuchung: Befragt wurde der hauptsächliche Leser im WLK
5. Zeitraum der Untersuchung: 02. Mai bis 01. Juni 2011
6. Durchführung der Untersuchung: TNS Emnid Medien- und Sozialforschung GmbH, Bielefeld

Die detaillierte Beschreibung der Erhebungsmethode kann unter www.best-ad-media.de/lsa eingesehen werden.

2.1 Tätigkeitsmerkmale | 2.1.1 Stellung im Unternehmen

Empfängergruppen	Anteil der ermitt. Leser (WLK)	
	%	Projektion (circa)
Inhaber, Mitinhaber	12,8	420
Vorstand, Geschäftsführer	11,2	370
Forschungs-, Konstruktions- und Entwicklungsleiter	11,2	370
Produktions-, Fabrik-, Anlagen-, Fertigungs-, Betriebs-, Qualitätsleiter, Instandhalter	5,2	170
Einkaufsleiter und Leiter techn. Beschaffung	0,8	30
Technischer Betriebs- und Abteilungsleiter	13,2	430
Kaufmännischer Betriebs- und Abteilungsleiter	2,0	70
Leiter Vertrieb, Marketing, PR	7,6	250
Journalist	2,0	70
Sonstiger technischer Angestellter	11,2	370
Sonstiger kaufmännischer Angestellter	2,0	70
Dozent oder wissenschaftlicher Mitarbeiter	9,2	300
Sachverständiger, Gutachter, Dienstleister	0,4	10
Student, Schüler, Auszubildender	7,6	250
Sonstiges	3,2	110
keine Angabe	0,4	10
Rundungsdifferenz		-25
	100	3.275

2.1.2 Funktionsbereich

Empfängergruppen	Anteil der ermitt. Leser (WLK)	
	%	Projektion (circa)
Unternehmensleitung, -führung	39,6	1.300
Forschung	39,6	1.300
Entwicklung, Konstruktion, Simulation	58,0	1.900
Produktion, Werkleitung	8,8	290
Qualitätssicherung	18,0	590
Logistik	8,4	280
Personal	18,8	620
Einkauf und Beschaffung	20,8	680
Organisation, Informations- und Kommunikationstechn.	29,6	970
Marketing, Vertrieb, Verkauf	28,4	930
Aus- und Weiterbildung	34,0	1.110
Beratung, Sachverständiger	3,2	110
Sachbearbeitung	1,2	40
Sonstiges	2,0	70
keine Angabe	2,8	90

Mehrfachnennungen (100% = 3.275 Leser)

2.2 Sozio-Demographie | 2.2.1 Berufliche Ausbildung

Empfängergruppen	Anteil der ermitt. Leser (WLK)	
	%	Projektion (circa)
Lehre (netto)	35,6	1.170
Technische Lehre	22,8	750
Handwerkliche Lehre	8,8	290
Kaufmännische Lehre	2,4	80
Sonstige Lehre	1,2	40
Fachschule	2,8	90
Ausbildungsmeister/Meisterprüfung	4,4	140
(Fach-)Hochschule (netto)	84,4	2.760
Fachhochschulabschluss	29,2	960
Hochschul-/Universitätsabschluss – technisch /naturwissenschaftlich	53,6	1.760
Hochschul-/Universitätsabschluss – kaufmännisch	6,4	210
Sonstiges	0,4	10
keine Angabe	4,8	160

Mehrfachnennungen (100% = 3.275 Leser)

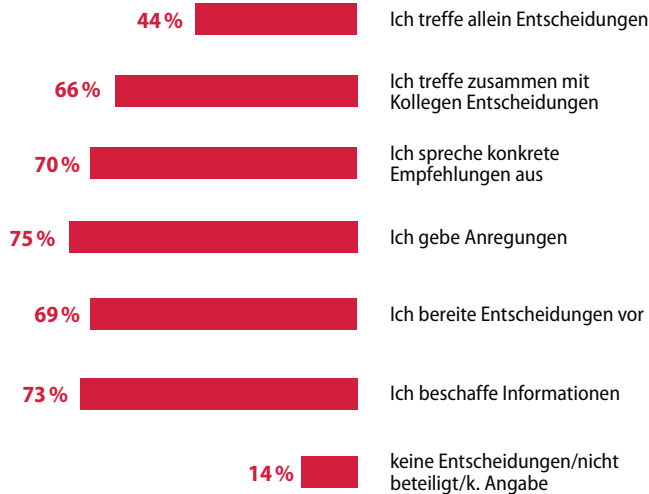
2.2.2 Alter

Empfängergruppen	Anteil der ermitt. Leser (WLK)	
	%	Projektion (circa)
bis 19 Jahre	0,0	0
20 bis 29 Jahre	16,8	550
30 bis 39 Jahre	14,0	460
40 bis 49 Jahre	27,2	890
50 bis 59 Jahre	23,6	770
60 bis 64 Jahre	8,8	290
65 Jahre und älter	7,6	250
keine Angabe	2,0	70
Rundungsdifferenz		-5
	100	3.275

ATZ-Leser haben eine hohe Entscheidungskompetenz. 86% sind aktiv an Investitionsplanungen beteiligt.

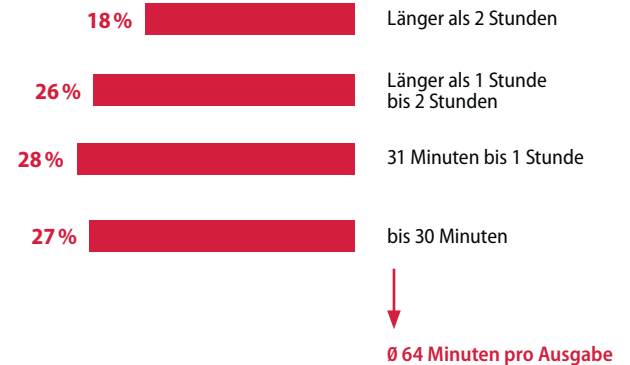
Die ATZ wird intensiv und regelmäßig genutzt. Der hohe Nutzwert sichert hervorragende Werbemittelkontaktchancen.

Investitionskompetenz



Mehrfachnennungen möglich

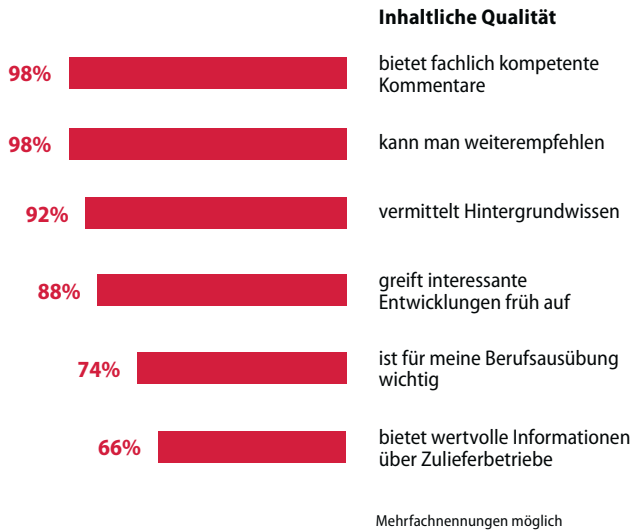
Lesedauer



- Die Bindung der Leser an die ATZ ist mit **86%** überdurchschnittlich hoch. Das ist ein Indikator für die hohe Relevanz des Titels.

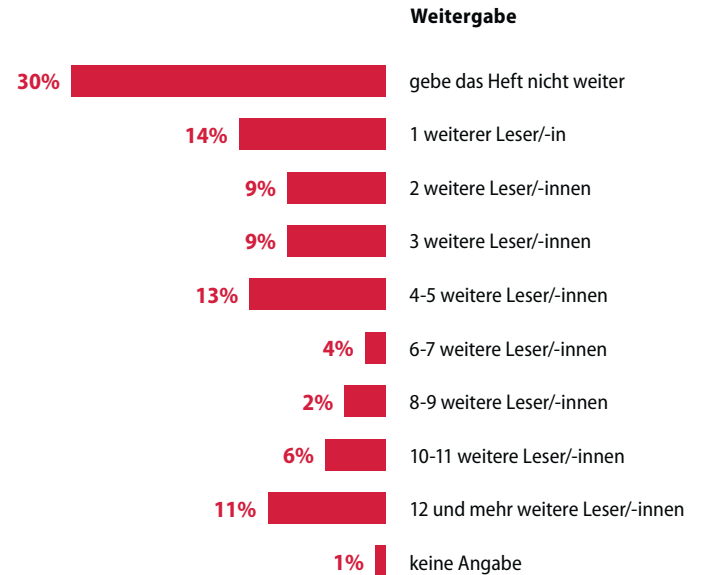
- 79%** der ATZ-Leser sind Kern-Leser und haben 10 der letzten 11 Ausgaben gelesen.
- Die Seitenkontaktchance liegt bei **66%**.

Die redaktionelle Kompetenz schafft ein attraktives Anzeigenumfeld.



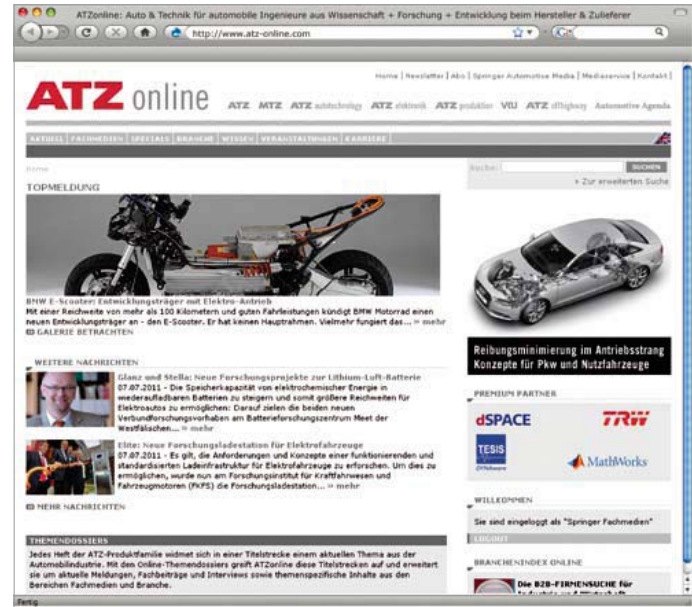
- Das Archivierungsverhalten als Indikator für die Wertschätzung der ATZ ist überdurchschnittlich. **78%** der Leser bewahren jedes Heft der ATZ auf.

ATZ erzielt eine hohe Reichweite.



- ATZ garantiert zusätzliche Werbemittelkontakte. Mit jedem einzelnen Heft werden im Durchschnitt **5 Leser** erreicht.
- Anzeigen in ATZ aktivieren die Leser. **70%** der ATZ-Leser haben aufgrund von Anzeigen in der ATZ weitere Informationen zu Anbietern und Produkten eingeholt.

- 1 **Web-Adresse (URL):** www.atzonline.de
- 2 **Kurzcharakteristik:** ATZonline ist das umfassende Portal der Fachzeitschriften ATZ, MTZ, ATZelektronik und ATZproduktion. Es versorgt Ingenieure und Entscheider aus der Automobilindustrie mit tagesaktuellen Technik- und Branchennews. Das einzigartige Titelportfolio und dessen exklusive Inhalte ermöglichen es, alle Wissensbedürfnisse der User entlang der gesamten Wertschöpfungskette zu bedienen.
- 3 **Zielgruppe:** Entscheider und Entwickler aus Automobil- und Zulieferindustrie sowie Motorenbau
- 4 **Verlag:** Springer Vieweg
Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH
**Ansprechpartner
Redaktion:** Wolfgang Siebenpfeiffer (ChR)
tel +49 (0)611 / 78 78 – 349
wolfgang.siebenpfeiffer@springer.com
**Ansprechpartner
Online-Werbung:** Volker Hese denz (Verkaufsleitung)
tel +49 (0)611 / 78 78 – 269
volker.hesedenz@best-ad-media.de
Frank Nagel (Mediaberatung)
tel +49 (0)611 / 78 78 – 395
frank.nagel@best-ad-media.de
Carolyn Habermann (Verkaufsleitung Online)
tel +49 (0)611 / 78 78 – 211
carolin.habermann@best-ad-media.de
- 5 **Nutzungsdaten:** Seite 14



1 Preise und Werbeformen (Preise in Euro)

Werbeformate für Web	Pixel Format	TKP	kB
Superbanner (Bigsize)	728 x 90	75,-	max. 45
Sky Scraper	120 x 600	75,-	max. 45
Wide Sky Scraper	160 x 600 od. 200 x 600	75,-	max. 45
Medium Rectangle Site Rotation	300 x 250	75,-	max. 45
Medium Rectangle fix 1. Position	300 x 250	85,-	max. 45
Expandable Rectangle Small	von 300 x 250 auf 630 x 250	100,-	max. 45
Expandable Rectangle Large	von 300 x 250 auf 630 x 350	125,-	max. 45
Video Rectangle (polite streaming)	300 x 250	75,-	max. 45
Wallpaper (Superbanner + Sky Scraper)	728 x 90 + 120 x 600	150,-	je max. 45
Layer Ad + Rectangle Reminder (Tandem Ad)	auf Anfrage	150,-	max. 45
Half page	300 x 600	150,-	max. 45
Expandable Half page	von 300 x 600 auf 630 x 600	auf Anfrage	max. 45
Textanzeige + Logo (GIF)	300 x 115	55,-	max. 45

Sonderwerbeformate für Web unter www.best-ad-media.de/sonderwerbeformen

- 2 Rabatte:** auf Anfrage (bei Printtiteln vereinbarte Konditionen werden nicht auf Online-Werbeträger übernommen) Informationen zur digitalen Anzeigenannahme und den technischen Spezifikationen finden Sie auf Seite 21.
- 3 Zahlungsbedingungen:** 2% Skonto bei Zahlung vor Erscheinen;
15% AE (Agenturprovision);
gültig für Deutschland: Preise zzgl. gesetzlicher MwSt.;
Zahlungsfälligkeit: sofort nach Rechnungserhalt.
- Bankverbindung:** Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH
Deutsche Bank Berlin
BLZ: 100 700 00 | Account: 069700300
Swift/BIC: DEUTDEBB
IBAN: DE09 1007 0000 0069 7003 00

Unsere AGB finden Sie unter www.best-ad-media.de/agb

1 Zugriffskontrolle:



2 Nutzungsdaten:

Visits:
190.900 pro Monat (Ø Juli 2010 – Juni 2011)
Page Impressions:
659.500 pro Monat (Ø Juli 2010 – Juni 2011)
Aktuelle Zugriffe unter:
www.best-ad-media.de/atzone

Ergebnisse Nutzerbefragung ATZonline – 2011

ATZonline liefert ein attraktives Werbeumfeld.

Eigenschaften des Portals (sehr gut/gut)



Werbung auf ATZonline aktiviert die Nutzer.

- ▶ **88%** haben aufgrund von Informationen zu Produkten oder Anbietern auf ATZonline weitere Informationen auf der Anbieter-Homepage eingeholt.

Die Nutzerschaft von ATZonline ist vorwiegend männlich.

- ▶ **95%** männlich, **5%** weiblich

ATZonline-Nutzer sind hoch gebildet.

- ▶ **83%** haben einen (Fach-)Hochschulabschluss oder promoviert.

ATZonline erreicht die Entscheider.

- ▶ **88%** entscheiden direkt über Investitionen oder sind zumindest beratend in Investitionsplanungen ihrer Unternehmen eingebunden.
- ▶ **38%** nehmen Führungspositionen in ihrem Unternehmen ein.

Quelle: Online-Nutzerbefragung 2011, n=1231, Durchführung Best Ad Media + eResult

1 Dateiformate:

Flash, GIF, HTML, JPEG
Redirects möglich

Bei Einsatz einer Flash-Datei ist grundsätzlich immer eine alternative GIF-Datei als Fallback-Image anzuliefern.

Größe: max. 45 kB je Werbeform. Die maximale Größenangabe bezieht sich auf das Gesamtgewicht der jeweiligen Datei.

Best Ad Media behält sich vor, Dateien abzulehnen, die besonders CPU-lastig sind. Eine Auslastung von 40% darf nicht überschritten werden (Standard-PC).

Sound in Werbemittel ist erlaubt, wenn folgende Bedingungen eingehalten werden:

- Bei Start des Werbemittels muss der Sound ausgeschaltet sein. Nur eine eindeutige Aktion durch den User darf den Sound aktivieren (Klick)
- Eine deutlich sichtbare Schaltfläche zur Deaktivierung
- Mit dem Schließen des Werbemittels (z.B. Layer) muss der Sound enden

Infos zu Flash, Expandable Werbeformen,
HTML, Einsatz von Redirects:
www.best-ad-media.de/datenanlieferung

2 Lieferadresse:

banner@best-ad-media.de

3 Lieferfrist:

Bis 2 Werktage vor Schaltbeginn
Ziellink:
Bitte vergessen Sie nicht, den Ziellink für jedes Werbemittel einzeln anzugeben.

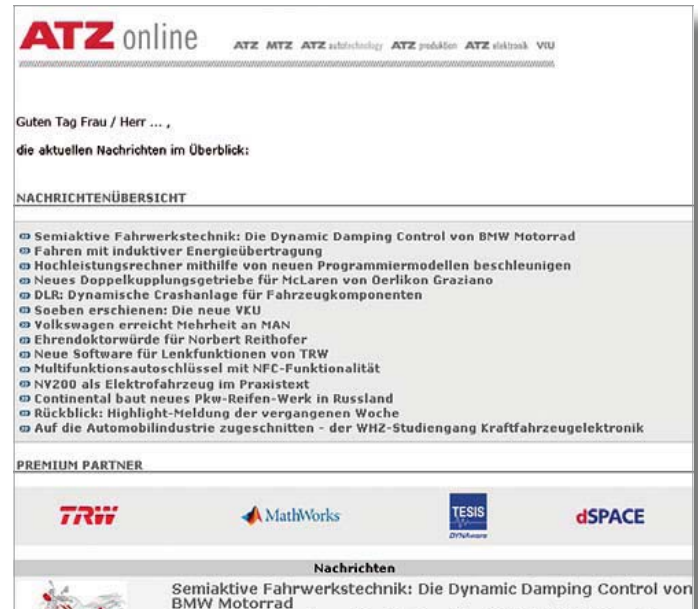
4 Newsletterwerbung:

Bei der Anlieferung von Newsletterwerbeformaten ist außerdem zu beachten, dass keine Animationen dargestellt werden können.

5 Kontakt:

Nicole Brzank
Disposition
tel +49 (0)611 / 78 78 – 616
banner@best-ad-media.de

- 1 Name:** **ATZ** online
newsletter@atzonline.de
- 2 Kurzcharakteristik:** Der Newsletter versorgt Ingenieure und Entscheider aus der Automobilindustrie mit tagesaktuellen Technik- und Branchennews. Kurz und kompakt schafft der Newsletter einen Überblick über das aktuelle Geschehen in der Automobilindustrie.
- 3 Zielgruppe:** Entscheider und Entwickler aus Automobil- und Zulieferindustrie sowie Motorenbau
- 4 Erscheinungsweise:** national: jeden Dienstag und Freitag
international: immer zum Erscheinungstag der Zeitschrift ATZ (11 x)
- 5 Verlag:** Springer Vieweg
Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH
- Ansprechpartner
Redaktion:** Wolfgang Siebenpfeiffer (ChR)
tel +49 (0)611 / 78 78 – 349
wolfgang.siebenpfeiffer@springer.com
- Ansprechpartner
Newsletter-Werbung:** **Volker Hesedenz** (Verkaufsleitung)
tel +49 (0)611 / 78 78 – 269
volker.hesedenz@best-ad-media.de
Frank Nagel (Mediaberatung)
tel +49 (0)611 / 78 78 – 395
frank.nagel@best-ad-media.de
Carolin Habermann (Verkaufsleitung Online)
tel +49 (0)611 / 78 78 – 211
carolin.habermann@best-ad-media.de
- 6 Nutzungsdaten:** Aktuelle Empfängerzahl auf Anfrage und unter www.best-ad-media.de/atz-online.



1 Preise und Werbeformen (Preise in Euro)

Werbeformate für Newsletter	Pixel Format	TKP	kB
Textanzeige + Logo/Bild (GIF oder JPEG)*	Bild 140 x 100, Text 300 Zeichen **)	55,-	max. 45
Textanzeige + Logo/Bild (GIF oder JPEG)*	Bild 140 x 100, Text 650 Zeichen **)	75,-	max. 45
Fullsize Banner (GIF oder JPEG)*	468 x 60	75,-	max. 45
Rectangle (GIF oder JPEG)*	300 x 250	75,-	max. 45

*) nicht animierte Dateien; **) inkl. Leerzeichen

2 Rabatte: auf Anfrage (bei Printtiteln vereinbarte Konditionen werden nicht auf Online-Werbeträger übernommen)

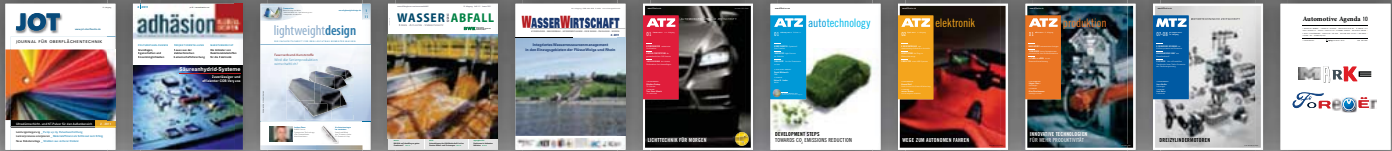
Informationen zur digitalen Anzeigenannahme und den technischen Spezifikationen finden Sie hier: www.best-ad-media.de/datenanlieferung

3 Zahlungsbedingungen: 2% Skonto bei Zahlung vor Erscheinen;
15% AE (Agenturprovision);
gültig für Deutschland: Preise zzgl. gesetzlicher MwSt.;
Zahlungsfälligkeit: sofort nach Rechnungserhalt.

Bankverbindung: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH
Deutsche Bank Berlin
BLZ: 100 700 00 | Account: 069700300
Swift/BIC: DEUTDEBB
IBAN: DE09 1007 0000 0069 7003 00

Unsere AGB finden Sie unter www.best-ad-media.de/agb

Weitere Fachmedien im Bereich Automotive, Materials und Energies



www.jot-oberflaeche.de
www.adhaesion.com
www.lightweight-design.de
www.umwelt.springer-vieweg.de
www.ATZonline.de

Springer Vieweg