

# 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:** MTZ Motortechnische Zeitschrift
- 2 Kurzcharakteristik:** Die MTZ ist das international verbreitete Technikmagazin für Entscheider in der Motorenentwicklung und -produktion. Die MTZ ist die Pflichtlektüre für das technikorientierte Management in der Automobilindustrie mit besonderer Ausrichtung auf die Motorenentwicklung. Die MTZ fördert den Informationstransfer und Gedankenaustausch zwischen den Motorenherstellern, der Zulieferindustrie, Dienstleistungsunternehmen sowie den Forschungs- und Entwicklungszentren in aller Welt.
- 3 Zielgruppe:** Entscheider in der Motorenentwicklung und -produktion
- 4 Erscheinungsweise:** 11 x jährlich
- 5 Heftformat:** 210 mm x 279 mm
- 6 Jahrgang:** 73. Jahrgang 2012
- 7 Bezugspreis:** Jahresabonnement Inland/Ausland € 299,- (zzgl. VK)  
Einzelverkaufspreis € 32,- (zzgl. VK)
- 8 Organ:** Organ des Fachverbands Motoren und Systeme im VDMA, Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau e. V., Frankfurt/Main, für die Fachgebiete Verbrennungsmotoren und Gasturbinen  
Organ der Forschungsvereinigung Verbrennungskraftmaschinen e. V. (FVV)  
Organ der Wissenschaftlichen Gesellschaft für Kraftfahrzeug- und Motorentechnik e. V. (WKM)  
Organ des Österreichischen Vereins für Kraftfahrzeugtechnik (ÖVK)  
Zusammenarbeit mit der STG, Schiffbautechnischen Gesellschaft e. V., Hamburg, auf dem Gebiet der Schiffsantriebe durch Verbrennungskraftmaschinen
- 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. Johannes Liebl,  
Wolfgang Siebenpfeiffer
- 12 Anzeigen:** Tanja Pfisterer (Stellv. Gesamtanzeigenleitung/  
Ltg. Key Account Management)  
Britta Dolch (Gesamtverkaufsleitung Fachmedien)  
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
- 13 Redaktion:** Wolfgang Siebenpfeiffer (Chr)  
tel +49 (0)611 / 78 78 – 349 · Fax – 462  
wolfgang.siebenpfeiffer@springer.com

### 14 Umfangsanalyse 2010 = 11 Ausgaben + 9 Sonderausgaben

Gesamtumfang	1.988 Seiten	=	100,0%
Redaktionsteil	1.707 Seiten	=	85,9%
Anzeigenteil	281 Seiten	=	14,1%
Beilagen	10 Stück		
<b>15 Inhaltsanalyse des Redaktionsteils</b>	1.707 Seiten	=	100,0%
Forschung	201 Seiten	=	11,8%
Entwicklung	993 Seiten	=	58,2%
Elektrik/Elektronik	114 Seiten	=	6,7%
Werkstoffe/Produktion	213 Seiten	=	12,5%
Service	46 Seiten	=	2,7%
Sonstiges	140 Seiten	=	8,2%

Heft, Monat, (AS)*, (DU)*, (ET)*	Messen, Veranstaltungen, Kongresse	Leitthema	Schwerpunkte		Sonderhefte/ Jahresausgaben etc. (**)
<b>1 Januar</b> AS 21.11.2011 DU 28.11.2011 ET 16.12.2011		Hocheffiziente Sportmotoren	Katalysatoren	Akustik	
<b>2 Februar</b> AS 09.12.2011 DU 16.12.2011 ET 13.01.2012	<b>ATZlive Der Antrieb von morgen</b> , Wolfsburg (24.-25.01.)	Energieketten: Well-to-wheel-Bilanzen	Ventiltrieb	Simulation und Berechnung	
<b>3 März</b> AS 13.01.2012 DU 20.01.2012 ET 10.02.2012		Gemischbildung	Nebenaggregate	Sensoren	<b>ATZextra Vernetzung des Automobils careers4engineers</b>
<b>4 April</b> AS 10.02.2012 DU 17.02.2012 ET 09.03.2012	<b>ATZlive 12. Internationales Stuttgarter Symposium</b> (13.-14.03.) <b>Mobilitec   Hannover Messe Industrie</b> , (23.-27.04.) <b>careers4engineers automotive</b> , Stuttgart (28.04.)	Elektrifizierung des Antriebs	Zylinderkopf und Kurbelgehäuse	Messen und Prüfen	<b>MTZindustrial I</b>
<b>5 Mai</b> AS 13.03.2012 DU 20.03.2012 ET 13.04.2012	<b>10. AVL Symposium für Verbrennungsdiagnostik</b> , Baden-Baden (22.-23.05.) <b>Sensor+Test</b> , Nürnberg (22.-25.05.) <b>Wiener Motorensymposium</b> (26.-27.04.)	Downsizing	Dichtungen	Thermo-management	<b>ATZoffhighway I, ATZextra Der neue Mercedes-Benz SL Sonderseiten Branchenindex</b>
<b>6 Juni</b> AS 12.04.2012 DU 19.04.2012 ET 11.05.2012	<b>Engine Expo</b> , Stuttgart (12.-14.06.)	Kraftstoffe	Motormanagement	Abgasnachbehandlung	<b>ATZextra Automotive Engineering Partners mit Sonderseiten BranchenIndex careers4engineers</b>

siehe Schwerpunkthemenauflistung Seite 4

Heft, Monat, (AS)*, (DU)*, (ET)*	Messen, Veranstaltungen, Kongresse	Leitthema	Schwerpunkte		Sonderhefte/ Jahresausgaben etc. (**)
<b>7/8 Juli/Aug.</b> AS 08.06.2012 DU 15.06.2012 ET 06.07.2012	<b>ATZlive ICAM – International Conference on Automotive Management</b> , Wiesbaden (10.-11.07.)	Zusammenspiel der Antriebskomponenten	Aufladung	Filter	
<b>9 September</b> AS 13.07.2012 DU 20.07.2012 ET 10.08.2012	<b>24. AVL International Conference „Engine&amp;Environment“</b> , Graz	Emissions- und Partikelreduktion	Werkstoffe	Einspritzung	<b>MTZIndustrial II, careers4engineers</b>
<b>10 Oktober</b> AS 14.08.2012 DU 21.08.2012 ET 11.09.2012	<b>IAA Nutzfahrzeuge</b> , Hannover (20.-29.09.) <b>ATZlive Virtual Powertrain Creation</b> , Stuttgart (September) <b>Aachener Kolloquium</b> (08.-10.10.) <b>IZB</b> , Wolfsburg (10.-12.10.) <b>eCarTec</b> , München (23.-25.10.)	Nutzfahrzeugantriebe	Reibungsreduzierung	Energiespeicher	
<b>11 November</b> AS 14.09.2012 DU 21.09.2012 ET 12.10.2012	<b>ATZlive Ladungswechsel</b> , Stuttgart (Oktober) <b>Euromold</b> , Frankfurt (29.11.-02.12.)	Ladungswechsel	Entwicklungsmethodik	Packaging im Antriebsstrang	<b>Sonderseiten BranchenIndex, ATZoffhighway II, careers4engineers</b>
<b>12 Dezember</b> AS 11.10.2012 DU 18.10.2012 ET 09.11.2012	<b>ATZlive Heavy Duty</b> , Nürnberg (November) <b>careers4engineers automotive</b> , Chemnitz (10.11.) <b>careers4engineers automotive</b> , Darmstadt (30.11.)	Großmotoren	Elektrische Antriebskomponenten	Kolben	<b>ATZextra Elektronik, ATZextra Formula Student Germany</b>
<b>1 Januar 2013</b> AS 16.11.2012 DU 23.11.2012 ET 14.12.2012	<b>ATZlive Der Antrieb von morgen</b>	Energiemanagement	Akustik und NVH	Messen und Prüfen	

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 – 395.

Zu den Schwerpunkten können Beiträge zu folgenden Detailthemen erscheinen

Zukunft des Verbrennungsmotors	Elektrifizierung des Antriebsstrangs	Akustik	Energiemanagement	Getriebe	Innovationen bei Elektroantrieben
Downsizing und Optimierung Otto- und Dieselmotoren	Auswirkung Elektrifizierung auf den Verbrennungsmotor	Schwingungsdämpfer	Energiemanagement für unterschiedliche Antriebsstrang-konfigurationen	Einfluss von Getrieben auf die Motorentwicklung	Elektromotoren
	Auswirkung auf die Antriebsauslegung	Motorakustik		Einfluss von Getrieben auf die Antriebsstrang-entwicklung	Energiespeicher/Batterien
		Abgassysteme/ Schalldämpfer			

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

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

tvA: 5.293 Exemplare



## 2 Zuschläge:

<b>Platzierungen:</b>	2., 3. und 4. Umschlagseite 4c	€ 510,-
	Bindende Platzierungsvorschriften	€ 510,-
<b>Farbe:</b>	Zuschlag für Sonderfarben je Farbe	auf Anfrage
<b>Format:</b>	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:

**Britta Dolch** (Gesamtverkaufsleitung Fachmedien)  
tel +49 (0)611 / 78 78 – 323  
britta.dolch@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](http://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*	
<b>1/1 Seite</b>	175 x 240	210 x 279	<b>3.450,-</b>	<b>4.299,-</b>	<b>5.148,-</b>	<b>5.997,-</b>	
<b>2/3 Seite hoch</b>	115 x 240	131 x 279	<b>2.865,-</b>	<b>3.572,-</b>	<b>4.279,-</b>	<b>4.986,-</b>	
<b>1/2 Seite hoch</b>	85 x 240	101 x 279	<b>1.800,-</b>	<b>2.245,-</b>	<b>2.690,-</b>	<b>3.135,-</b>	
	<b>quer</b>	175 x 117					210 x 137
<b>1/3 Seite hoch</b>	55 x 240	63 x 279	<b>1.398,-</b>	<b>1.743,-</b>	<b>2.088,-</b>	<b>2.433,-</b>	
	<b>quer</b>	175 x 76					210 x 86
	<b>block</b>	115 x 117					131 x 137
<b>1/4 Seite hoch</b>	40 x 240	46 x 279	<b>900,-</b>	<b>1.123,-</b>	<b>1.346,-</b>	<b>1.569,-</b>	
	<b>quer</b>	175 x 56					210 x 63
	<b>block</b>	85 x 117					101 x 137
<b>1/8 Seite hoch</b>	55 x 86	–	<b>587,-</b>	<b>810,-</b>	<b>1.033,-</b>	<b>1.256,-</b>	
	<b>block</b>	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](http://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](mailto:frank.nagel@best-ad-media.de)

**Silke Travnitschek** (Mediaberatung)  
tel +49 (0)611 / 78 78 – 338  
[silke.travnitschek@best-ad-media.de](mailto: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:**  
petra.steffen-munsberg@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:** Petra Steffen-Munsberg, Anzeigendisposition  
tel +49 (0)611 / 78 78 – 164  
fax +49 (0)611 / 78 78 – 443  
petra.steffen-munsberg@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](http://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](http://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

### MTZ + ATZautotechnology

Druckauflage gesamt: Ø 21.373 Exemplare

### Aufpreis für ATZautotechnology

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

\*zzgl. Listenpreis **MTZ**  
 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	5.844		
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):	5.293	davon Ausland:	995
Verkaufte Auflage:	3.670	davon Ausland:	840
Abonnierte Exemplare:	3.397	davon Mitgliederstücke:	-
Einzelverkauf:	3		
Sonstiger Verkauf:	270		
Freistücke:	1.623		
Rest-, Beleg- und Archivexemplare:	551		

### 3.1 Verbreitung nach PLZ: Immer aktuell auf Anfrage

### 3 Geographische Verbreitungsanalyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	81,2	4.298
Ausland	18,8	995
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	5.293



## 1.1 Branchen/Wirtschaftszweige

Empfängergruppen	Anteil der ermittelten Leser (WLK)	
	%	Projektion (circa)
Automobil-Zulieferindustrie	21,5	740
Automobilhersteller	12,7	430
Ausrüster der Automobil- und Zulieferindustrie mit Maschinen und Werkzeugen (Maschinenbau)	9,6	330
Forschung und Entwicklung	14,3	490
Dienstleistung	14,3	490
Ingenieurbüros, technische Beratung	4,8	160
Universitäten, Hochschulen, Institute	10,8	370
Ministerien	0,4	10
Wirtschaftsverbände, Berufsgenossenschaften und sonstige Einrichtungen	2,4	80
Motorenhersteller	8,0	270
Sonstiges	1,2	40
Rundungsdifferenz		-11
	<b>100</b>	<b>3.421</b>

## 1.2 Größe der Wirtschaftseinheit

Empfängergruppen	Anteil der ermittelten Leser (WLK)	
	%	Projektion (circa)
1 bis 2 Beschäftigte	13,1	450
3 bis 4 Beschäftigte	2,8	100
5 bis 9 Beschäftigte	5,2	180
10 bis 19 Beschäftigte	4,0	140
20 bis 49 Beschäftigte	10,0	340
50 bis 99 Beschäftigte	8,0	270
100 bis 199 Beschäftigte	11,6	400
200 bis 499 Beschäftigte	7,6	260
500 bis 999 Beschäftigte	8,0	270
1.000 bis 1.999 Beschäftigte	4,8	160
2.000 und mehr Beschäftigte	19,1	650
keine Angabe	6	210
Rundungsdifferenz		-9
	<b>100</b>	<b>3.421</b>

## Kurzfassung der Erhebungsmethode MTZ

1. Methode: Leser-Struktur-Analyse durch telefonische Erhebung – Stichprobenerhebung
2. Grundgesamtheit: Grundgesamtheit Abonnenten 3.421 = 100%  
In der Untersuchung nicht erfasst 509 = 14,9%
3. Stichprobe: 251 Netto-Interviews, 70,7% 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](http://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	14,7	500
Vorstand, Geschäftsführer	9,2	320
Forschungs-, Konstruktions- und Entwicklungsleiter	12,4	420
Produktions-, Fabrik-, Anlagen-, Fertigungs-, Betriebs-, Qualitätsleiter, Instandhalter	4,4	150
Einkaufsleiter und Leiter technische Beschaffung	1,6	60
Technischer Betriebs- und Abteilungsleiter	13,5	460
Kaufmännischer Betriebs- und Abteilungsleiter	4,4	150
Sonstiger technischer Angestellter	14,7	500
Sonstiger kaufmännischer Angestellter	4,0	140
Dozent oder wissenschaftlicher Mitarbeiter	8,8	300
Sachverständiger, Gutachter, Dienstleister	3,6	120
Student, Schüler, Auszubildender	6,4	220
Sonstiges	1,6	60
keine Angabe	0,8	30
Rundungsdifferenz		-9
	<b>100</b>	<b>3.421</b>

### 2.1.2 Funktionsbereich

Empfängergruppen	Anteil der ermitt. Leser (WLK)	
	%	Projektion (circa)
Unternehmensleitung/-führung	32,3	1.110
Forschung	49,4	1.690
Entwicklung/Konstruktion/Simulation	59,0	2.020
Produktion/Werkleitung	5,2	180
Qualitätssicherung	16,3	560
Logistik	6,8	230
Personal	19,1	650
Einkauf und Beschaffung	22,3	760
Organisation, Informations- und Kommunikationstechnologie	22,7	780
Marketing/Vertrieb/Verkauf	26,7	910
Aus- und Weiterbildung	30,3	1.040
Sonstiges	1,2	40
keine Angabe	2,0	70

Mehrfachnennungen (100% = 3.421 Leser)

## 2.2 Sozio-Demografie

### 2.2.1 Berufliche Ausbildung

Empfängergruppen	Anteil der ermitt. Leser (WLK)	
	%	Projektion (circa)
Lehre (netto)	34,7	1.190
Technische Lehre	18,3	630
Handwerkliche Lehre	9,6	330
Kaufmännische Lehre	3,6	120
Sonstige Lehre	0,8	30
Fachschule	2,4	80
Ausbildungsmeister/Meisterprüfung	7,2	250
(Fach-)Hochschule (netto)	84,9	2.900
Fachhochschulabschluss	19,9	680
Hochschul-/Universitätsabschluss – technisch/naturwissenschaftlich	64,9	2.220
Hochschul-/Universitätsabschluss – kaufmännisch	7,6	260
Sonstiges	0,4	10
keine Angabe	3,2	110

Mehrfachnennungen (100% = 3.421 Leser)

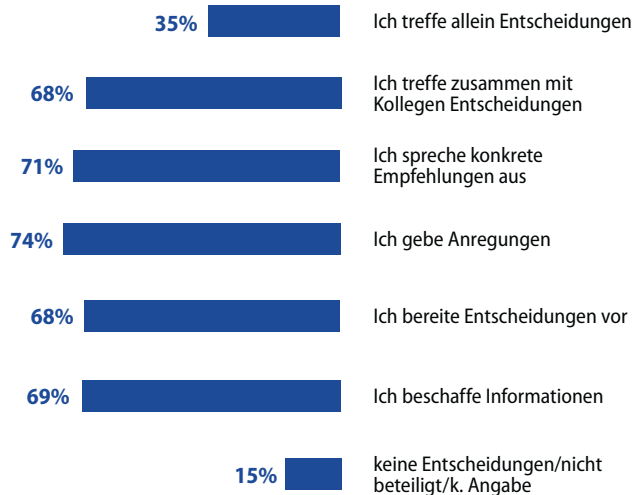
### 2.2.2 Alter

Empfängergruppen	Anteil der ermitt. Leser (WLK)	
	%	Projektion (circa)
bis 19 Jahre	0,0	0
20 bis 29 Jahre	14,7	500
30 bis 39 Jahre	16,3	560
40 bis 49 Jahre	22,3	760
50 bis 59 Jahre	27,5	940
60 bis 64 Jahre	8,0	270
65 Jahre und älter	11,2	380
Rundungsdifferenz		-11
	<b>100</b>	<b>3.421</b>

**MTZ-Leser haben eine hohe Entscheidungskompetenz.  
85% sind aktiv an Investitionsplanungen beteiligt.**

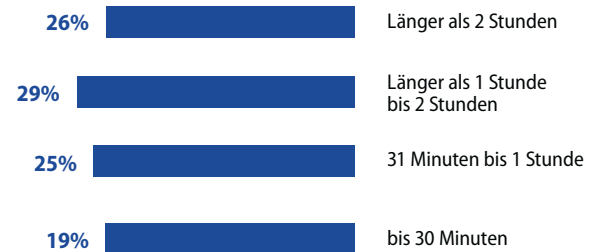
**Die MTZ wird intensiv und regelmäßig genutzt. Der hohe  
Nutzwert sichert hervorragende Werbemittelkontaktchancen.**

## Investitionskompetenz



Mehrfachnennungen möglich

## Lesedauer

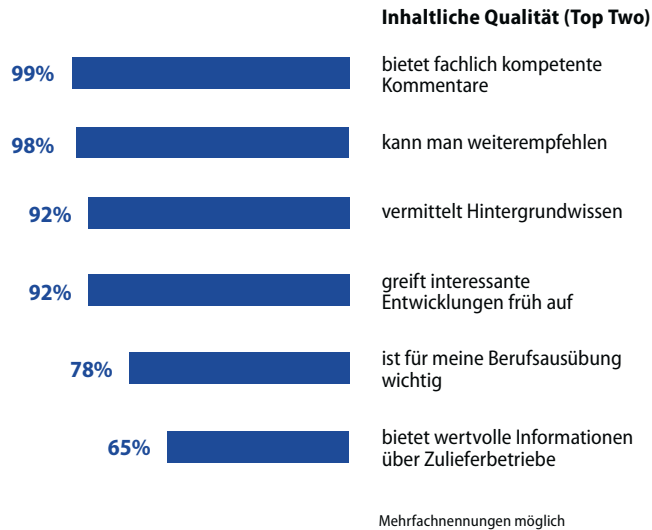


↓  
Ø 75 Minuten pro Ausgabe

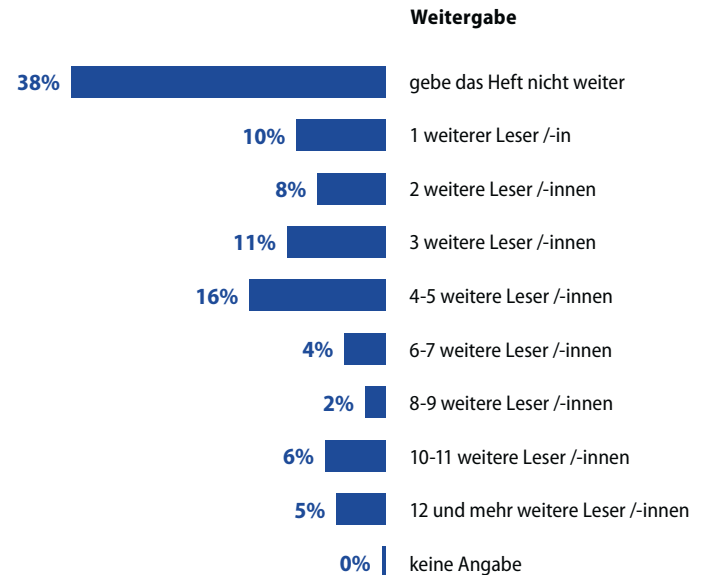
- Die Bindung der Leser an die MTZ ist mit **92%** überdurchschnittlich hoch. Das ist ein Indikator für die hohe Relevanz des Titels.

- 84%** der MTZ-Leser sind Kern-Leser und haben 10 der letzten 11 Ausgaben gelesen.
- Die Seitenkontaktchance liegt bei **76%**.

## Die redaktionelle Kompetenz schafft ein attraktives Anzeigenumfeld.



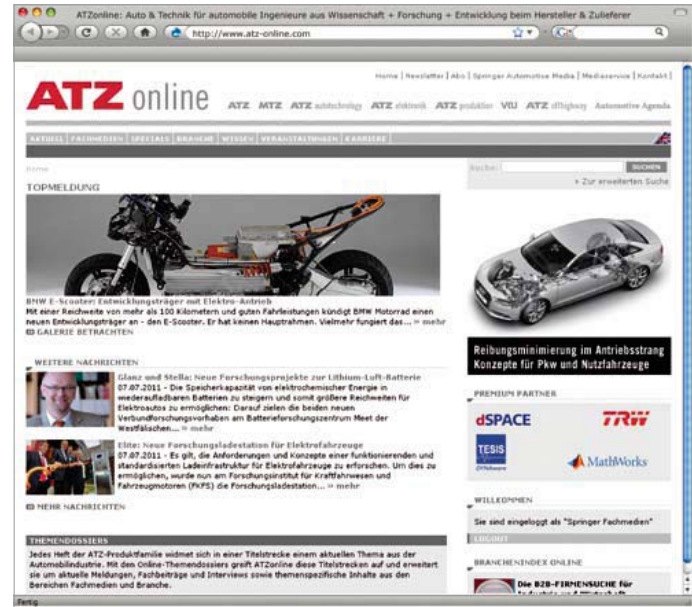
## MTZ erzielt eine hohe Reichweite.



- Das Archivierungsverhalten als Indikator für die Wertschätzung der MTZ ist überdurchschnittlich. **87%** der Leser bewahren jedes Heft der MTZ auf.

- MTZ garantiert zusätzliche Werbemittelkontakte. Mit jedem einzelnen Heft werden im Durchschnitt **4 Leser** erreicht.
- Anzeigen in MTZ aktivieren die Leser. **73%** der MTZ-Leser haben aufgrund von Anzeigen in der MTZ 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](http://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](http://www.best-ad-media.de/agb)

**1 Zugriffskontrolle:**



IVW

**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](http://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](http://www.best-ad-media.de/datenanlieferung)

### 2 Lieferadresse:

[banner@best-ad-media.de](mailto:banner@best-ad-media.de)

### 3 Lieferfrist:

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

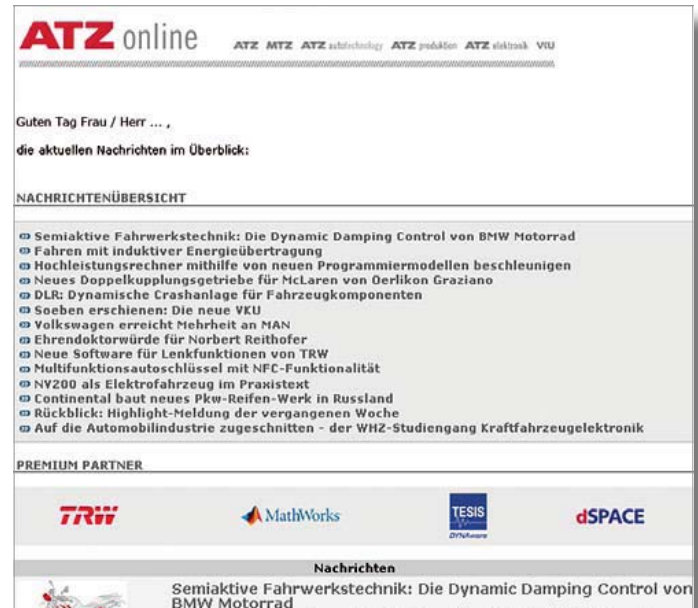
### 4 Newsletterwerbung:

Bei der Anlieferung von Newsletterwerbepformaten 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](mailto: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](http://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)

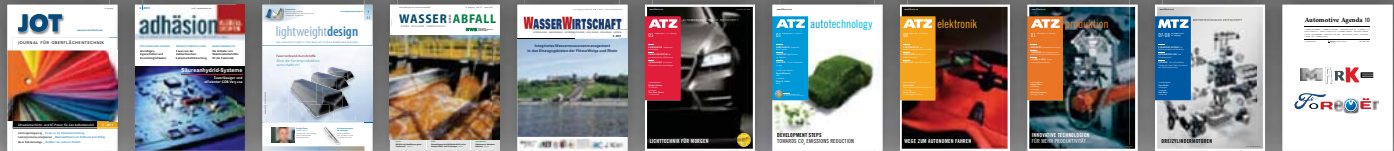
Informationen zur digitalen Anzeigenannahme und den technischen Spezifikationen finden Sie hier: [www.best-ad-media.de/datenanlieferung](http://www.best-ad-media.de/datenanlieferung)

**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](http://www.best-ad-media.de/agb)**

# Weitere Fachmedien im Bereich Automotive, Materials und Energies



[www.jot-oberflaeche.de](http://www.jot-oberflaeche.de)  
[www.adhaesion.com](http://www.adhaesion.com)  
[www.lightweight-design.de](http://www.lightweight-design.de)  
[www.umwelt.springer-vieweg.de](http://www.umwelt.springer-vieweg.de)  
[www.ATZonline.de](http://www.ATZonline.de)

Springer Vieweg