MTZ Print + Online

Mediainformationen 2024

Preisliste Nr. 67

Gültig ab 01.10.2023

Mit unseren automobiltechnischen Zeitschriften erreichen Sie über 150.000 Ingenieure!

www.springerfachmedien-wiesbaden.de

Wir sind für Sie da.

Ihre Ansprechpartner im Anzeigenmarketing:

Rouwen Bastian
Verkaufsleitung
tel + 49 (0) 611 / 78 78 – 399
mobil + 49 (0) 173 / 291 55 35
rouwen.bastian@springernature.com

Frank Nagel
Mediaberatung
tel + 49 (0) 611 / 78 78 – 395
frank.nagel@springernature.com

Ad Management
Kontakt
admanagement@springernature.com

Datenanlieferung
addata@springernature.com

Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH
Abraham-Lincoln-Straße 46 | 65189 Wiesbaden
tel + 49 (0) 611 / 78 78 – 555
anzeigen-wiesbaden@springernature.com
www.springerfachmedien-wiesbaden.de

Springer Fachmedien

Crossmediale Angebote

Fachzeitschriften

Online-Lösungen

Lehrbücher | Fachbücher

Corporate Solutions

Veranstaltungen

Auch als E-Magazin

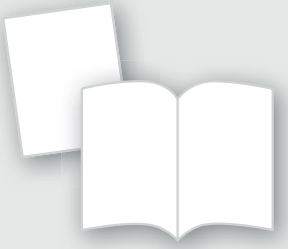
Print + digital

ATZ live

Sonderdrucke – Ihr redaktioneller Content für Sie als Reprint aufbereitet

Sie möchten Ihre redaktionelle Veröffentlichung gerne als Reprint auf Messen auslegen, als Broschüre an Ihre Kunden senden oder als PDF für die interne Kommunikation nutzen? Wir erstellen Ihnen gerne Ihren individuellen Reprint aus Ihrem Fachartikel gemeinsam mit den von Ihnen geschalteten Anzeigen, mit eigener Titelseite und mit ergänzenden redaktionellen Inhalten.

Ihren Sonderdruck erhalten Sie auf Wunsch als gedrucktes Print-Exemplar oder digital als PDF.



Rufen Sie uns einfach an, wir beraten Sie gerne:
Rouwen Bastian | Verkaufsleitung | tel + 49 (0) 611 / 78 78 – 399 | rouwen.bastian@springernature.com

MTZ

Inhalt

Fachzeitschrift

Titel-Portrait 1
Termin- und Themenplan 2
Schwerpunktthemen im Detail 4
Fachkonferenzen 5
Preisliste Nr. 67 6
Formate und technische Angaben 9
Übersicht ATZextra 10
Sonderwerbeformen: Corporate-Content-Formate 11
Auflagen- und Verbreitungsanalyse 12
Reichweitenübersicht Print + Digital 13
Leserstruktur-Analyse 14

Website

Portrait 17
Preise | Werbeformen 18
Nutzungsdaten 19
Formate und technische Angaben 20

Online-Sonderwerbeformen

Webinar | Podcast | Branchenmonitor 21

Newsletter

Portrait 22
Preise | Werbeformen 23

1 Titel: MTZ Motortechnische Zeitschrift

2 Kurzcharakteristik: Die MTZ ist das international führende technisch-wissenschaftliche Fachmagazin für Entscheider in der Antriebsentwicklung und Motorenproduktion. Die MTZ ist die Pflichtlektüre für das technikorientierte Management in der Automobilindustrie mit besonderer Ausrichtung auf die Entwicklung elektrischer, elektrifizierter und verbrennungsmotorischer Antriebe. 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 u. -produktion

4 Erscheinungsweise: 10 × jährlich

5 Heftformat: 210 mm × 279 mm

6 Jahrgang: 85. Jahrgang 2024

7 Bezugspreis: Jahresabonnement

Inland	€ 463,– (inkl. MwSt. und Versand)
Ausland	€ 446,73 (exkl. MwSt./inkl. Versand)
Einzelverkaufspreis	€ 54,39 (inkl. MwSt. und Versand)

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 industriellen Forschungsvereinigung für Energiewandlungssysteme FVV e. V. | 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: **Prof. Dr.-Ing. Peter Gutzmer, Dr. Johannes Liebl**

12 Anzeigen: **Rouwen Bastian** (Verkaufsleitung)
tel + 49 (0) 611 / 78 78 – 399
rouwen.bastian@springernature.com

13 Redaktion: **Marc Ziegler** (Stv. ChR)
tel + 49 (0) 611 / 78 78 – 120
marc.ziegler@springernature.com
Dr. Alexander Heintzel (ChR)
tel + 49 (0) 611 / 78 78 – 342
alexander.heintzel@springernature.com

14 Umfangsanalyse 2022 = 10 Ausgaben

Gesamtumfang	716 Seiten	=	100,0 %
Redaktionsteil	623 Seiten	=	87,0 %
Anzeigenteil	93 Seiten	=	13,0 %
Beilagen	1 Stück		

15 Inhaltsanalyse des Redaktionsteils

Redaktionsteil	623 Seiten	=	100,0 %
Entwicklung	140 Seiten	=	21,5 %
Titelthema	164 Seiten	=	25,2 %
Management	87 Seiten	=	13,3 %
Im Fokus	60 Seiten	=	9,2 %
Aktuell	58 Seiten	=	8,9 %
Forschung	49 Seiten	=	7,5 %
Industrial	48 Seiten	=	7,4 %
Service	26 Seiten	=	4,0 %
Sonstiges	20 Seiten	=	3,1 %

Diese Übersicht der geplanten Themen für 2024 soll Ihrer Vorplanung dienen. Änderungen behält sich die Redaktion vor.
Nähere Angaben erhalten Sie direkt unter tel + 49 (0) 611 / 78 78 – 395 (Frank Nagel).

Heft, Monat AS | DU | ET[1]	Messen, Veranstaltungen, Kongresse	Orte	Termine	Leitthema	Schwerpunkte[2]		Sonderhefte | Jahresausgaben | etc.[3]
1 Januar AS 10.11.2023 DU 16.11.2023 ET 08.12.2023				Pkw-Antriebe	Hybridgetriebe	Regenerative Kraftstoffe	**Jahresplaner 2024**
2/3 Feb./März AS 19.01.2024 DU 25.01.2024 ET 16.02.2024	**ATZlive/VDI Int. Motorenkongress**	Baden-Baden	27. - 28.02.	Nutzfahrzeugantriebe (inkl. FCEV, BEV, alternative Kraftstoffe)	Elektrische Systeme und Energiespeicher	Ladungswechsel (auch Ventiltrieb) Mikromobilität als Ersatz	
4 April AS 16.02.2024 DU 22.02.2024 ET 15.03.2024	**ATZlive Automatisiertes Fahren**	Frankfurt/Main	19. - 20.03.	Elektrische Antriebe (48 V, HEV, BEV, Brennstoffzelle)	Antriebsstrang/ Integration von Komponenten	Akustik/NVH	
5 Mai AS 13.03.2024 DU 19.03.2024 ET 12.04.2024	**Hannover-Messe** **Wiener Motorensymposium**	Hannover Wien/AT	22. - 26.04. 24. - 26.04.	Kraftstoffe (Anwendung)	Aufladung	Elektromotor-entwicklung	**ATZheavyduty 1**
				24 Seiten Industrial Spezial			
6 Juni AS 09.04.2024 DU 15.04.2024 ET 08.05.2024	**ATZlive Antriebe und Energie-systeme von morgen** **ATZlive chassis.tech plus** **Automotive Testing Expo** **VDI Dritev**	Chemnitz München Stuttgart Baden-Baden	14. - 15.05. 04. - 05.06. 04. - 06.06. 12. - 13.06.	Traktionsbatterien/ Kraftstoffspeicher	Dichtungen	Hochleistungs-/ Hocheffizienzmotoren (VKM, meist als HEV, BEV)	**Branchenindex Powertrain**
7/8 Juli/Aug. AS 31.05.2024 DU 06.06.2024 ET 28.06.2024	**Stuttgarter Symposium**	Stuttgart	02. - 03.07.	Pkw-Motoren	Getriebe (E-Antrieb)	Filter	**ATZextra Batterien**

Heft, Monat AS | DU | ET[1]	Messen, Veranstaltungen, Kongresse	Orte	Termine	Leitthema	Schwerpunkte[2]		Sonderhefte | Jahresausgaben | etc.[3]
9 September AS 12.07.2024 DU 18.07.2024 ET 09.08.2024				Nachhaltigkeit (Antrieb)	Simulation und Test/ Big Data, Entwicklungs-methodik/-prozess	Einspritzung/ Gemischbildung	
10 Oktober AS 16.08.2024 DU 22.08.2024 ET 13.09.2024	**IAA Transportation** **Aachener Kolloquium**	Hannover Aachen	17. - 22.09. 07. - 09.10.	Hybridantriebe (48 V, HEV, PHEV)	Defossilisierung (PtG, PtL, H_2, Kraftstoff-produktion, Schmier- und Kühlstoffe)	Thermomanagement	**ATZheavyduty 2**
11 November AS 12.09.2024 DU 18.09.2024 ET 11.10.2024	**ATZlive Komponenten zukünftiger Antriebe** **ATZlive Heavy-Duty-, On- und Off-Highway-Motoren** **Formnext**	Frankfurt/Main N.N. Frankfurt/Main	Oktober November 19. - 22.11.	Abgasnachbehandlung und Emissionierung	Elektrifizierung (Nebenaggregate)	Werkstoffe (3-D-Druck, Gießtechnik)	
				24 Seiten Industrial Spezial			
12 Dezember AS 17.10.2024 DU 23.10.2024 ET 15.11.2024	**CTI-Symposium – Automotive Drivetrains** **ATZlive Sustainability in Automotive**	Berlin virtuell	Dezember 05.12.	Elektromotor-entwicklung	Reibungsminimierung	Brennstoffzelle und Komponenten	**Branchenindex Powertrain** **ATZextra Elektromobilität**
1 Januar 25 AS 15.11.2024 DU 21.11.2024 ET 13.12.2024				Pkw-Motoren	Mikromobilität	Motormanagement/ OBD	**Jahresplaner 2025** **ATZextra Prüfstände und Simulation**
2/3 Feb./Mär. 25 AS 17.01.2025 DU 23.01.2025 ET 14.02.2025	**ATZlive/VDI Int. Motorenkongress**	Baden-Baden	25. - 26.02.25	Nutzfahrzeugantriebe (inkl. FCEV, BEV, alternative Kraftstoffe)	Elektrische Systeme und Energiespeicher	Thermomanagement	

[1] AS = Anzeigenschluss | DU = Druckunterlagenschluss | ET = Erscheinungstermin

[2] Siehe Schwerpunktthemenauflistung Seite 4

[3] Sonderhefte | Jahresausgaben | Herstellerhefte | Sonderseiten: Supplements in den Fachzeitschriften ATZ/MTZ.
Weitere aktuelle Sonderhefte und Spezialthemen werden rechtzeitig bekannt gegeben.

Ständige Rubriken: Entwicklung | Interviews | Forschung | Tagungsberichte | Produktmeldungen | Unternehmensmeldungen | Stellenmarkt.

Zu den Schwerpunktthemen können Beiträge zu folgenden Detailthemen erscheinen

Elektrifizierung	Akustik	Energiemanagement	Getriebe	Emissionierung	Gemischbildung und Verbrennung	Thermomanagement
Auswirkung der Elektrifizierung auf den Verbrennungsmotor Auswirkung auf die Antriebsstrangauslegung Komponenten der Elektrifizierung (z.B. Elektromotor, Leistungselektronik, Energiespeicher)	Schwingungsdämpfer Motorakustik Abgassystem/ Schalldämpfer NVH (Noise, Vibration, Harshness) Motorlagerung	Energiemanagement für unterschiedliche Antriebsstrang-konfiguration Hybridisierte und vollelektrische Antriebe	Entwicklungen im Bereich von Getrieben vornehmlich mit Bezug auf Antriebsbeteiligung (Hybridgetriebe) und Bauteilintergration	Abgasnachbehandlung (DPF, DeNO$_x$-Systeme) Innermotorische Emissionsreduzierung Wechselwirkung Emissionen und Kraftstoffverbrauch	Neue Brennverfahren Verbrennungsoptimierung Einspritzung Ansaugsysteme/Ventiltrieb	Kühlung Tieftemperaturemissionen Effizienzsteigerung | Kraftstoffverbrauch

Innovative Antriebskonzepte	Mikromobilität	Defossilisierung	Traktionsbatterien | Energiespeicher	Elektromotor-entwicklung	Technologie, Systeme, Nachhaltigkeit und Wirtschaftlichkeit	Kraftstoffe
Hybridisierte und vollelektrische Antriebe Neue Verbrennungs-motoren Intelligente Vernetzung der Antriebskomponenten	Antriebe von E-Bikes, Rollern oder Stadtfahrzeugen Drohnenantriebe Batterien Antriebe von Kleingeräten	Vermeidung von Kohlenstoff aus nicht regenativen Quellen E-Fuels Ersetzen von fossilen Quellen Life Cycle Analysis	Batterietechnologien Tanksysteme für LNG, CNG, Wasserstoff Hochdrucktanksysteme Second Life und Recycling	Neuentwicklungen aus dem Gesamtfeld Erhöhung der Leistungsdichte Anpassung an Einsatzzweck(e) Einzelkomponenten	Methodiken, Sektorkopplung Umweltbilanz LCA, CtG, WtW, TtW	Alternative Energieträger in der Anwendung

ATZ live

Fachkonferenzen 2024

zu aktuellen Themen rund um Kraftfahrzeug- und Antriebstechnik

Februar	März	Mai	Juni	Oktober	November	Dezember
11. Internationaler Motorenkongress	**Automatisiertes Fahren**	**Antriebe und Energiesysteme von morgen**	**chassis.tech plus**	**Komponenten zukünftiger Antriebe**	**Heavy-Duty-, On- und Off-Highway-Motoren**	**Sustainability in Automotive**
27.02. - 28.02.2024	19.03. - 20.03.2024	14. - 15.05.2024	04. - 05.06.2024	im Oktober	im November	05.12.2024
Baden-Baden	Frankfurt am Main	Chemnitz	München	Frankfurt am Main	N.N.	virtuell
Treffpunkt der Community für Antriebe und nachhaltige Kraftstoffe Gemeinsame Veranstaltung von ATZlive und VDI Wissensforum	Engineering Level X 9. Internationale ATZ-Fachtagung	Beschleunigte markt-gerechte Umsetzung erforderlich 18. Internationaler MTZ-Fachkongress Zukunftsantriebe	4 Kongresse in einer Veranstaltung 15. Internationales Münchner Fahrwerk-Symposium	5. MTZ-Fachtagung	19. Internationale MTZ-Fachtagung Großmotoren	4. Internationale ATZ-Digitalkonferenz Nachhaltigkeit

Detaillierte Informationen zu den einzelnen Konferenzen finden Sie unter: www.ATZlive.de

Stellen Sie in unserer exklusiven Ausstellung oder als Sponsor dem anwesenden Fachpublikum Ihre aktuellen Produkte und Dienstleistungen vor.
Nutzen Sie diesen Branchentreff zum fachlichen Austausch mit den Teilnehmern und knüpfen Sie neue Kontakte!
Individuell gestalten wir für Sie Sponsoring- und Ausstellungspakete ganz nach Ihren Wünschen und Bedürfnissen.

Über die verschiedenen Angebote informiert Sie gerne:

Herr Alex Woidich
Event- & Salesmanager
tel +49 (0) 611 / 78 78 – 206
alex.woidich@springernature.com

1 Anzeigenpreise und Formate (Gesamtpreise inkl. deutschsprachiger Printausgabe, elektronischer Worldwide-Ausgabe u. Verlinkung im deutschsprachigen E-Magazin)

Format		Satzspiegel-Formate Breite × Höhe in mm	Anschnitt-Formate Breite × Höhe in mm**	Grundpreis s/w in Euro	2-farbig* in Euro	3-farbig* in Euro	4-farbig* in Euro
2/1 Seite		388 × 240	420 × 279	**8.302,–**	**9.327,–**	**10.352,–**	**11.377,–**
1/1 Seite		175 × 240	210 × 279	**4.158,–**	**5.182,–**	**6.206,–**	**7.229,–**
2/3 Seite	**hoch | quer**	115 × 240 | 175 × 156	131 × 279 | 210 × 177	**3.453,–**	**4.305,–**	**5.158,–**	**6.010,–**
Juniorpage		115 × 178	131 × 198	**2.491,–**	**3.106,–**	**3.721,–**	**4.338,–**
1/2 Seite	**hoch | quer**	85 × 240 | 175 × 117	101 × 279 | 210 × 137	**2.169,–**	**2.706,–**	**3.242,–**	**3.779,–**
1/3 Seite	**hoch | quer**	55 × 240 | 175 × 76	63 × 279 | 210 × 86	**1.685,–**	**2.101,–**	**2.517,–**	**2.933,–**

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

Titelbild auf 1. Umschlagseite	**€ 9.900,–**

2 Aufpreis für zusätzliche Werbemöglichkeiten den deutschen und englischen E-Magazinen (nur in Kombination mit Print-Anzeige)

Werbeform	Dateiformat	Preis in Euro
Audio- oder Videoeinbindung	mp4 oder YouTube-Video	**788,–**
Bildergalerie	.jpg, .jpeg, .png, .bmp	**525,–**

Verlinkung Ihrer Anzeige in beiden E-Magazinen
sowohl in der deutschsprachigen ATZ, als auch der englisch-sprachigen ATZ worldwide

3 Anzeigenpreise und Formate (Standardpreisliste deutsche Printausgabe **ohne** Verlinkung)

Format		Satzspiegel-Formate Breite × Höhe in mm	Anschnitt-Formate Breite × Höhe in mm**	Grundpreis s/w in Euro	2-farbig* in Euro	3-farbig* in Euro	4-farbig* in Euro
2/1 Seite		388 × 240	420 × 279	**7.413,–**	**8.328,–**	**9.243,–**	**10.158,–**
1/1 Seite		175 × 240	210 × 279	**3.713,–**	**4.626,–**	**5.541,–**	**6.454,–**
2/3 Seite	**hoch | quer**	115 × 240 | 175 × 156	131 × 279 | 210 × 177	**3.084,–**	**3.844,–**	**4.605,–**	**5.367,–**
Juniorpage		115 × 178	131 × 198	**2.224,–**	**2.773,–**	**3.322,–**	**3.872,–**
1/2 Seite	**hoch | quer**	85 × 240 | 175 × 117	101 × 279 | 210 × 137	**1.937,–**	**2.416,–**	**2.895,–**	**3.374,–**
1/3 Seite	**hoch | quer**	55 × 240 | 175 × 76	63 × 279 | 210 × 86	**1.505,–**	**1.876,–**	**2.247,–**	**2.619,–**
1/4 Seite	**hoch | quer | block**	40 × 240 | 175 × 56 | 85 × 117	46 × 279 | 210 × 63 | 101 × 137	**969,–**	**1.209,–**	**1.449,–**	**1.688,–**
1/8 Seite	**hoch | quer | block**	55 × 86 | 175 × 25 | 85 × 56	–	**632,–**	**872,–**	**1.112,–**	**1.351,–**

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

4 Aufpreis für Werbemöglichkeiten im E-Magazin
(nur in Kombination mit Print-Anzeige)

Werbeform	Dateiformat	Preis in Euro
Audio- oder Videoeinbindung	mp4 oder YouTube-Video	**788,–**
Bildergalerie	.jpg, .jpeg, .png, .bmp	**525,–**
Verlinkte Anzeige | Einträge (z.B. Logo, Website)	Link	**263,–**
PDF-Download	Link	**263,–**

5 Standardpreisliste E-Magazin ATZ worldwide (englischsprachig) Preise inkl. Verlinkung

Werbeform	(Datei-)format (BxH in mm)	Preis in Euro
1/1 Seite 4c	210 x 279	**1.040,–**
1/2 Seite 4c	101 x 279 | 210 x 137	**578,–**

Informationen zur digitalen Anzeigenannahme finden Sie hier:
www.springerfachmedien-wiesbaden.de/media-sales/datenanlieferung

2 Zuschläge:

Platzierungen:

2., 3. und 4. Umschlagseite 4c	€ 549,–
Bindende Platzierungsvorschriften	€ 549,–
Sonderstreckenzuschlag	€ 525,–

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

3 Rabatte: bei Abnahme innerhalb eines Insertionsjahres

Malstaffel		Mengenstaffel	
bei 3 Anzeigen:	3 %	bei 2 Seiten:	5 %
bei 5 Anzeigen:	5 %	bei 5 Seiten:	10 %
bei 7 Anzeigen:	10 %	bei 9 Seiten:	15 %
bei 10 Anzeigen:	15 %	bei 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** auf Anfrage

Chiffregebühr:

Inland	€ 13,–
Ausland	€ 17,–

5 Sonderwerbeformen: **Titel** Seite 11

Einhefter/Beikleber: (keine Rabattierung)

2-seitig	€ 4.279,–
4-seitig	€ 6.466,–

Die Preise gelten für Papiergewichte bis 170 g.
Anlieferung unbeschnitten, Beschnittzugabe auf Anfrage.

Beilagen: (keine Rabattierung)
lose eingelegt, Höchstformat 203 mm × 272 mm

bis 25 g pro Tsd.	€ 362,–
bis 30 g pro Tsd.	€ 373,–
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	€ 221,–
Zahl der Postkarten	auf Anfrage
größere und schwerere Formate (gilt auch für Warenproben)	auf Anfrage

6 Kontakt:

Rouwen Bastian (Verkaufsleitung)
tel + 49 (0) 611 / 78 78 – 399
rouwen.bastian@springernature.com

Frank Nagel (Mediaberatung)
tel + 49 (0) 611 / 78 78 – 395
frank.nagel@springernature.com

7 Zahlungsbedingungen: Zahlung innerhalb von 10 Tagen mit 2 % Skonto, innerhalb von 30 Tagen nach Rechnungsdatum netto. 15 % AE (Agenturprovision), die Tätigkeit als Agentur muss dem Verlag spätestens mit dem Auftrag durch einen Handelsregister-Auszug nachgewiesen werden; gültig für Deutschland: Preise zzgl. gesetzl. 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.springerfachmedien-wiesbaden.de/media-sales/agb

1 Zeitschriftenformat: 210 mm breit × 279 mm hoch
Satzspiegel: 175 mm breit × 240 mm hoch

2 Druck- und Bindeverfahren: Offset, Klebebindung

3 Datenübermittlung: per E-Mail an:
addata@springernature.com

Datenübertragung per E-Mail nur bis 10 MB

4 Datenformate: Bitte liefern Sie druckfähige PDF/X3-Dateien in der Größe des Anzeigenformats. Bitte legen Sie das Dokument in der PDF-Version 1.3 und ohne Transparenzen an. Anzeigen, die im Beschnitt stehen (randabfallend), müssen mit 3 mm Beschnittzugabe angelegt sein. Legen Sie doppelseitige Anzeigen immer als ein PDF an. Es wird empfohlen, doppelseitige Anzeigen ohne Bunddoppelung anzulegen. Wichtige Text- und Bildelemente müssen mindestens 3 mm vom beschnittenen Format entfernt sein.

5 Farben: Erstellen Sie farbige Abbildungen im CMYK-Modus oder wandeln Sie diese in CMYK um. Schmuckfarben wandeln Sie bitte ebenfalls in die entsprechende CMYK-Definition um. Schwarz definieren Sie bitte als reines Schwarz ohne Zeichnung in den drei Buntkanälen. Dunkelgrauer Text sollte einen Tonwert von maximal 84,9 % haben; ansonsten 100 % Schwarz. Der maximale Farbauftrag soll 300 % nicht überschreiten, Druckprofil ISOcoated_v2_300. Bilder sollten eine Auflösung von 300 dpi haben, mind. jedoch 200 dpi.

6 Support: PDF/X3-Erstellung, Distiller-Joboptions, Pitstop-Settings usw. erhalten Sie bei Bedarf unter:
anzeigen@le-tex.de

7 Proof: Da wir nach Prozessstandard Offset (PSO) drucken, benötigen wir grundsätzlich keinen Proof.

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

9 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.

10 Kontakt: Ad Management
admanagement@springernature.com

ATZ extra

Nutzen Sie die auflagenstarken Sonderpublikationen von ATZ, MTZ und ATZelektronik für Ihre Unternehmens- / Produktpräsentation

Heft, Monat (AS | DU | ET)[1]	Messen, Kongresse, Veranstaltungen	Orte	Termine	Inhalt / Schwerpunkte
ATZextra Batterien **Mai** AS 12.04.2024 DU 19.04.2024 ET 17.05.2024	**ATZlive** chassis.tech plus Automotive Testing Expo Sensor + Test PCIM The Battery Show Europe Stuttgarter Symposium	München Stuttgart Nürnberg Nürnberg Stuttgart Stuttgart	04.-05.06. 04.-06.06. 11.-13.06. 11.-13.06. 18.-20.06. 02.-03.07.	**ATZextra Batterien** Batteriesysteme und Management | Battery Pass | Test Center | Thermomanagement | Sicherheit | Cell-to-Pack/Cell-to-Vehicle | Produktion | Lebenszyklus | Recycling/Second Life/Entsorgung
ATZextra Elektromobilität **Oktober** AS 17.09.2024 DU 24.09.2024 ET 18.10.2024	**ATZlive** Heavy-Duty-, On- und Off-Highway-Motoren electronica	N.N. München	November 12.-15.11.	**ATZextra Elektromobilität** Ladetechnik und -infrastruktur | Stromerzeugung und -speicherung | Fahrzeugkonzepte | Batterien | Brennstoffzelle | elektrische Antriebssysteme
ATZextra Prüfstände und Simulation **November** AS 18.10.2024 DU 25.10.2024 ET 22.11.2024	CTI Drivetrain Symposium **ATZlive**/VDI Int. Motorenkongress	Berlin Baden-Baden	Dezember 25.-26.02.25	**ATZextra Prüfstände und Simulation** Prüfstandstechnik | Testen und Messen für Elektromobilität, Wasserstoff und Brennstoffzelle | alternative Kraftstoffe | Emissionierung | mobile Messtechnik | Simulationswerkzeuge | Thermomanagement | Klima | NVH | Motoren | Getriebe | Chassis | Lenkung | Räder/Reifen | Bremse | Aggregate | Komponenten | Einsatz von KI

[1] AS = Anzeigenschluss | DU = Druckunterlagenschluss | ET = Erscheinungstermin
Ständige Rubriken: Interview, Produkt- und Unternehmensmeldungen, Gastkommentar.
Diese Übersicht der geplanten Themen für 2024 soll Ihrer Vorplanung dienen, Änderungen behält sich die Redaktion vor.

Änderungen vorbehalten. Es gilt die Standardpreisliste auf S. 7.

Stellen Sie zielgerichtet und ohne Streuverluste Ihre aktuellen Produkte und Dienstleistungen unseren Lesern vor.

Individuell gestalten wir für Sie Angebotspakete ganz nach Ihren Wünschen und Bedürfnissen.

Über Ihre verschiedenen Möglichkeiten informiert Sie gerne:
Rouwen Bastian (Verkaufsleitung)
tel +49 (0) 611 / 78 78 – 399
rouwen.bastian@springernature.com

Zeigen Sie Ihre Branchenkompetenz und nutzen Sie diese attraktiven Werbeformen, um Ihr Unternehmen in den Fokus Ihrer Zielgruppe zu rücken!

Individuell gestalten wir für Sie Angebotspakete ganz nach Ihren Wünschen und Bedürfnissen.

Best Practice „Im Betrieb"

Umfang:
1-2 Seiten

Bestandteile:
Kasten mit Keyfacts
Unternehmenslogo
Interviewkasten mit 3 Fragen

Unternehmensportrait „Im Blick"

Umfang:
2 Seiten

Bestandteile:
Portrait über das Unternehmen
Hervorhebung von Neuigkeiten: z. B. neue Produkte, neue Unternehmensstrategie, neue Unternehmensstruktur etc.

Interview „Im Gespräch"

Umfang:
1-2 Seiten

Bestandteile:
3-6 Fragen
Foto der interviewten Person
Unternehmensportrait mit Logo

Roundtable „Im Diskurs"

Umfang:
4 Seiten

Bestandteile:
Expertendiskussion zu einem bestimmten Thema
Veröffentlichung (Nachbericht) im Heft

Hinweis: Alle Corporate-Content-Formate werden als Anzeigen-Sonderveröffentlichung gekennzeichnet.

Über die verschiedenen Angebote informiert Sie gerne:

Rouwen Bastian (Verkaufsleitung)
tel + 49 (0) 611 / 78 78 – 399
rouwen.bastian@springernature.com

1 Auflagenkontrolle: IVW

2 Auflagenanalyse: Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt (1. Juli 2022 bis 30. Juni 2023)

Druckauflage:	5.500		
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):	4.567	**davon Ausland:**	301
Verkaufte Auflage:	1.150	**davon Ausland:**	242
Abonnierte Exemplare:	1.034	**davon Mitgliederstücke:**	76
Einzelverkauf:	0		
Sonstiger Verkauf:	116		
Freistücke:	3.417		
Rest-, Beleg- und Archivexemplare:	933		

3 Geographische Verbreitungsanalyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	93,4	4.266
Ausland	6,6	301
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	4.567

3.1 Verbreitung nach PLZ: immer aktuell auf Anfrage

4 Digitale Verbreitung:
Alle Printausgaben der MTZ erscheinen in elektronischer Form auch in der digitalen Fachbibliothek springerprofessional.de, die monatlich von 230.000 Unique Usern genutzt wird. (Quelle: AGOF daily digital facts 2023-03)

AGOF

5 Artikeldownload:
Binnen 12 Monaten (Juli 2022 bis Juni 2023) wurden 16.826 Artikel der MTZ über www.springerprofessional.de heruntergeladen (reine PDF-Abrufe innerhalb des geschlossenen Abonnentenbereichs, ohne Vorschau- und HTML-Ansicht). Die PDF-Abrufe inkludieren die Anzeigen.

6 Verbreitung englischsprachiges E-Magazin ATZ worldwide:
Über 170 digitale Abonnements der MTZ worldwide, dazu 6.000 digitale Ausgaben über Streu-/Wechselversand mit den geographischen Verbreitungsschwerpunkten: USA, Deutschland, Großbritannien, Japan, Frankreich, China. (Stand August 2023)

Umfassende B2B-Reichweite

Mit den Kommunikationskanälen der Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH erreichen Sie aktuell, zuverlässig und nachhaltig die Fach- und Führungskräfte der Automobilindustrie.

Mit der einzigartigen Kombination aus Print und Online trägt die MTZ dem medialen Wandel absolut Rechnung.
Die wachsende Konzentration auf Online als zentralem Kanal der Kommunikation bietet höchstmögliche Performance bei planbarem Budgeteinsatz.

PRINT

Druckauflage	5.500 Expl.
tvA	4.567 Expl.
Abo (inkl. E-Magazin + Archiv)	1.034 Expl.
(ø Juli 2022 - Juni 2023)	

NEWSLETTER

Automobil + Motoren:	21.122 Abonnenten
Automotive (englisch):	10.981 Abonnenten
(Stand Juli 2023)	

E-MAGAZIN

MTZ	5.460 Pls
MTZworldwide	5.357 Pls
(jeweils ø/Monat in 2022)	

SPRINGER LINK

Downloads (full-text articles in 2022):	
MTZ	100.416
MTZworldwide	57.879
(ø Januar - Dezember 2022)	

SPRINGER PROFESSIONAL

Unique User	230.000
(AGOF daily digital facts 2023-03)	
Artikel-Downloads MTZ	16.826
(Juli 2022 - Juni 2023)	

MEHRPLATZLIZENZEN

digitale Mehrplatzlizenzen/ IP-Freischaltungen für Unternehmen:	
MTZ	137.303 User
MTZworldwide	17.057 User
(Stand August 2023)	

Empfänger-Struktur

1.1 Branchen/Wirtschaftszweige

Empfängergruppen	Anteil in %
Zulieferer	38
Dienstleistung | Entwicklung	33
Automobilhersteller	15
Forschung und Lehre	8
Ausrüster	3
Sonstige	3

1.2 Größe der Wirtschaftseinheit

Mitarbeiter	Anteil in %
1 bis 99 Beschäftigte	20
100 bis 499 Beschäftigte	10
500 bis 1.999 Beschäftigte	11
2.000 und mehr Beschäftigte	55
keine Angabe	5

2.1 Tätigkeitsmerkmale | 2.1.1 Stellung im Unternehmen

Mitarbeiter	Anteil in %
Inhaber, Mitinhaber, Vorstand, Geschäftsführer	10
Forschungs-, Konstruktions- u. Entwicklungsleiter	10
Technischer Betriebs-, Abteilungsleiter	3
Sonstiger technischer Angestellter	53
Sonstiger kaufmännischer Angestellter	5
Dozent, wissenschaftlicher Mitarbeiter	3
Student, Schüler, Auszubildender	13
Sonstiges	3
keine Angabe	3

2.1.2 Funktionsbereich

Empfängergruppen	Anteil in %
Unternehmensleitung, -führung	58
Forschung	68
Entwicklung, Konstruktion, Simulation	85
Produktion, Werkleitung	58
Qualitätssicherung	50
Logistik	38
Personal	50
Einkauf und Beschaffung	48
Organisation, IT und Kommunikationstechnik	53
Marketing | Vertrieb | Verkauf	55

Mehrfachnennungen möglich

2.2 Sozio-Demographie | 2.2.1 Berufliche Ausbildung

Mitarbeiter	Anteil in %
Promotion | Habilitation	10
Hochschul-/Universitätsabschluss – techn. /naturwissenschaftl.	65
Fachhochschulabschluss	18
Technische oder handwerkliche Lehre	3
Fachschule	5

Kurzfassung der Erhebungsmethode MTZ

1. Methode: Leserstruktur-Analyse durch telefonische Erhebung – Stichprobenerhebung
2. Zielperson der Untersuchung: Befragt wurde der hauptsächliche Leser im WLK
3. Zeitraum der Untersuchung: 21. August bis 1. November 2016
4. Durchführung der Untersuchung: Institut für Publizistik der Johannes-Gutenberg-Universität Mainz

MTZ-Leser haben eine hohe Entscheidungskompetenz.

Investitionskompetenz

62 %	Ich gebe Anregungen, beschaffe Informationen, spreche konkrete Empfehlungen aus
21 %	Ich treffe alleine / zusammen mit Kollegen Entscheidungen
17 %	Ich bin an Entscheidungen nicht beteiligt. | In meinem Arbeitsbereich werden keine Anschaffungs- oder Investitionsentscheidungen getroffen

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

Lesedauer

13 %	Länger als 2 Stunden
33 %	Länger als 1,5 Stunden bis 2 Stunden
36 %	31 Minuten bis 1,5 Stunden
18 %	bis 30 Minuten

53 % der MTZ-Leser haben alle der letzten 11 Ausgaben gelesen.

MTZ erzielt eine hohe Reichweite.

Weitergabe

3 %	gebe das Heft nicht weiter
15 %	1 bis 2 weitere Leser/-innen
15 %	3 bis 5 weitere Leser/-innen
8 %	6 bis 10 weitere Leser/-innen
43 %	11 und mehr weitere Leser/-innen
18 %	keine Angabe

Die redaktionelle Kompetenz schafft ein attraktives Anzeigenumfeld.

Inhaltliche Qualität

92 %	kann man weiterempfehlen
68 %	greift interessante Entwicklungen früh auf
61 %	ist für meine Berufsausübung wichtig
38 %	ist eine wichtige Informations-grundlage für fachliche Investitionen und Entscheidungen

Mehrfachnennungen möglich

1 Web-Adresse (URL): springerprofessional.de/automobil-motoren (deutsch)
springerprofessional.de/en/automotive (englisch)

2 Kurzcharakteristik: Exzellente Fachredaktionen selektieren und komprimieren für die Zielgruppe aktuelle Themen der Fachgebiete Kraftfahrzeug- & Motortechnik, Elektronik, Produktion, Nutzfahrzeuge und Forschung & Entwicklung.

3 Zielgruppe: Entscheider und Ingenieure in den Branchen Automobil- und Zulieferindustrie sowie Motorenbau. Die Wertschöpfungskette reicht über Vorentwicklung, Konstruktion und Versuch bis zur Produktionsplanung.

4 Verlag: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH

Ansprechpartner Redaktion:
Christiane Köllner
tel +49 (0) 611 / 78 78 – 136
christiane.koellner@springernature.com
Patrick Schäfer
tel +49 (0) 611 / 78 78 – 557
patrick.schaefer@springernature.com

Ansprechpartner Online-Werbung:
Rouwen Bastian (Verkaufsleitung)
tel +49 (0) 611 / 78 78 – 399
rouwen.bastian@springernature.com

Für Agenturen:
Business Advertising GmbH
tel +49 (0) 211 / 17 93 47 – 50
werbung@businessad.de

5 Nutzungsdaten: Seite 18
(Daten für englischsprachige Website auf Anfrage)

1 Preise und Werbeformen (Preise in Euro)

Werbeformate für Web	Pixel Format (Breite × Höhe)	TKP	kB
Fullsize Banner	468 × 60	110,–	max. 120
Superbanner (Bigsize)	728 × 90	110,–	max. 120
Sky Scraper	120 × 600	121,–	max. 120
Wide Sky Scraper	160 oder 200 × 600	121,–	max. 120
Medium Rectangle	300 × 250	110,–	max. 120
Wallpaper (Superbanner + Sky Scraper)*	728 × 90 + 120 × 600	198,–	je max. 120
Billboard	770 | 800 | 870 od. 970 × 250	198,–	max. 120
Half page	300 × 600	198,–	max. 120

* Hintergrundeinfärbung auf Anfrage.

Sonderwerbeformate für Web auf Anfrage.

Informationen zu Sonderwerbeformen wie z.B. Whitepaper, Advertorial, Themensondernewsletter, Microsite, Premium-Partnerschaft uvm. erhalten Sie auf Anfrage.

2 Rabatte: Bei Printtiteln vereinbarte Konditionen werden nicht auf Online-Werbeträger übernommen.

3 Zahlungsbedingungen: Zahlung innerhalb von 10 Tagen mit 2 % Skonto, innerhalb von 30 Tagen nach Rechnungsdatum netto. 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

Unsere AGB finden Sie unter
www.springerfachmedien-wiesbaden.de/media-sales/agb

Informationen zur digitalen Anzeigenannahme und den technischen Spezifikationen finden Sie hier:
www.springerfachmedien-wiesbaden.de/media-sales/datenanlieferung
IBAN: DE09 1007 0000 0069 7003 00

1 Zugriffskontrolle: IVW AGOF

2 Nutzungsdaten: aktuelle Zugriffe auf Anfrage | Kontakt: rouwen.bastian@springernature.com

Ergebnisse Online-Nutzerbefragung Springer Professional 2016

Ausschnitt der Ergebnisse für die Zielgruppe Automobil + Motoren, rekrutiert aus dem Bereich: springerprofessional.de/automobil-motoren

Die hohe redaktionelle Qualität von Springer Professional bietet ein hervorragendes Werbeumfeld.

Bewertung Portaleigenschaften (sehr gut/gut)

authentische und glaubwürdige Inhalte	88 %
Praxisbezug der Inhalte	88 %
Aktualität der Inhalte	87 %

Werbung auf Springer Professional aktiviert die Nutzer im Bereich Automobil + Motoren.

74 % der User haben aufgrund von Informationen zu Produkten oder Anbietern auf Springer Professional weitere Informationen auf der Anbieter-Homepage eingeholt.

Das Angebot erreicht die Entscheiderinnen und Entscheider

93 % entscheiden direkt über Investitionen oder sind zumindest beratend in Investitionsplanungen ihrer Unternehmen eingebunden.

36 % nehmen Führungspositionen in ihrem Unternehmen ein.

Das Interesse an den angebotenen Themen ist sehr hoch.

Interesse an Themengebieten

Forschungs- und Entwicklungsergebnisse	89 %
Produktinformationen | Best Practice	85 %
Brancheninformationen | -entwicklungen	67 %

Quelle: Online-Nutzerbefragung 2016, n = 428, Durchführendes Institut: eResult GmbH, alle Ergebnisse im Detail auf Anfrage

1 Dateiformate:

GIF, HTML, JPEG
Redirects möglich

Größe: max. 120 kB je Werbeform. Die maximale Größenangabe bezieht sich auf das Gesamtgewicht der jeweiligen Datei.

Der Verlag behält sich vor, Dateien abzulehnen, die besonders CPU-lastig sind. Die CPU-Last der HTML 5 sollte 25 % bei einem aktuell konfigurierten Standardrechner nicht überschreiten. Bei zu hoher CPU-Last verlangsamt sich das Scrollen einer Website bzw. fängt stark an zu ruckeln, was die Benutzbarkeit der Webseite einschränken kann. Zur Reduzierung der CPU-Last trägt das Reduzieren der Anzahl der animierten Objekte sowie das Abschwächen der Bewegung von animierten Objekten bei.

Sound in Werbemitteln 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 HTML – insbesondere HTML 5, Einsatz von Redirects:
www.springerfachmedien-wiesbaden.de/media-sales/datenanlieferung

2 Lieferadresse:

banner-wiesbaden@springernature.com

3 Lieferfrist:

Bis 5 Werktage vor Schaltbeginn
Ziellink: Bitte vergessen Sie nicht, den Ziellink für jedes Werbemittel einzeln anzugeben.

4 Newsletterwerbung:

Bei der Anlieferung von Newsletterwerbeformaten ist zu beachten, dass die Werbemittel keine Animationen enthalten dürfen. Diese werden nicht von allen E-Mail-Programmen unterstützt, daher nehmen wir animierte Newsletter-Banner nicht an.

5 Kontakt:

Ad Management
banner-wiesbaden@springernature.com

Zeigen Sie Ihre Branchenkompetenz und nutzen Sie diese attraktiven Werbeformen, um Ihr Unternehmen in den Fokus Ihrer Zielgruppe zu rücken!

Webinar

Bringen Sie Ihre Produkte/ Dienstleistungen interaktiv und audiovisuell Ihren (potenziellen) Kunden näher.

Möglichkeiten und Vorteile:

- Inhalte live und interaktiv vermitteln
- begleitet oder moderiert durch einen kompetenten Fachjournalisten
- virtueller, direkter Austausch mit Ihrer Zielgruppe
- Leadgenerierung

Podcast

Präsentieren Sie Ihr Thema als Podcast. Wir stellen Ihnen die Plattform mit der Expertise unserer Fachredaktion zur Verfügung und übernehmen die Produktion für Sie.

Möglichkeiten und Vorteile:

- Ideales Medium zur Information mit wenig Zeitinvestition und technischen Hürden
- Markenstärkung: gute Moderatoren transportieren Ihre Marke imagefördernd
- Als „persönlicher Begleiter“ haben Podcasts eine hohe Wiedererkennung

Branchenmonitor

Unser Stand-Alone-Newsletter „Branchenmonitor“ wird an die Abonnenten unserer redaktionellen Newsletter versendet. Die optische Gestaltung übernehmen wir, Sie liefern „nur“ die Inhalte.

Möglichkeiten und Vorteile:

- Stand-Alone-Newsletter an die Abonnenten unserer Springer-Professional-Newsletter
- Optische Gestaltung im Look & Feel unserer Springer-Professional-Newsletter
- Sie liefern die Inhalte, wir übernehmen die Gestaltung

Individuell gestalten wir für Sie Angebotspakete ganz nach Ihren Wünschen und Bedürfnissen:

Rouwen Bastian (Verkaufsleitung)
tel + 49 (0) 611 / 78 78 – 399 | rouwen.bastian@springernature.com

1 Name:	Newsletter Automobil + Motoren (deutschsprachig) Newsletter Automotive (englischsprachig) Newsletter Automobilelektronik (deutschsprachig)
2 Kurzcharakteristik:	Die Newsletter versorgen Ingenieure und Entscheider aus der Automobilindustrie mit den relevanten Technik- und Branchennews. Kurz und kompakt schaffen die Newsletter einen Überblick über das aktuelle Geschehen in der Automobilindustrie.
3 Zielgruppe:	Entscheider und Entwickler aus Automobil- und Zulieferindustrie sowie Motorenbau und Automobilelektronik.
4 Erscheinungsweise:	Automobil + Motoren: 2x wöchentlich, dienstags und freitags Automotive: alle 14 Tage, dienstags Automobilelektronik: alle 14 Tage, donnerstags
5 Verlag:	Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH
Ansprechpartner Redaktion:	**Christiane Köllner** (Chefredakteurin) tel +49 (0) 611 / 78 78 – 136 christiane.koellner@springernature.com **Patrick Schäfer** tel +49 (0) 611 / 78 78 – 557 patrick.schaefer@springernature.com
Ansprechpartner Newsletter-Werbung:	**Rouwen Bastian** (Verkaufsleitung) tel +49 (0) 611 / 78 78 – 399 rouwen.bastian@springernature.com
6 Nutzungsdaten:	Automobil + Motoren | Automobilelektronik: 21.122 Abonnenten Automotive: 10.981 Abonnenten (Stand Juli 2023)

1 Preise und Werbeformen Newsletter (Preise in Euro)

Werbeformate für Newsletter Automobil + Motoren | Automobilelektronik	Pixel Format (Breite × Höhe)	Festpreis	kB
Textanzeige + Logo/Bild (GIF oder JPEG)[1]	Bild 140 × 100, Text 300 Zeichen[2]	1.540,–	max. 45
Textanzeige + Logo/Bild (GIF oder JPEG)[1]	Bild 140 × 100, Text 650 Zeichen[2]	1.925,–	max. 45
Fullsize Banner (GIF oder JPEG)[1]	468 × 60	1.925,–	max. 45
Rectangle (GIF oder JPEG)[1]	300 × 250	1.925,–	max. 45
Premium Banner (GIF oder JPEG)[1]	600 × 315	2.145,–	max. 45

Werbeformate für Newsletter Automotive (EN)	Pixel Format (Breite × Höhe)	Festpreis	kB
Textanzeige + Logo/Bild (GIF oder JPEG)[1]	Bild 140 × 100, Text 300 Zeichen[2]	820,–	max. 45
Textanzeige + Logo/Bild (GIF oder JPEG)[1]	Bild 140 × 100, Text 650 Zeichen[2]	990,–	max. 45
Fullsize Banner (GIF oder JPEG)[1]	468 × 60	990,–	max. 45
Rectangle (GIF oder JPEG)[1]	300 × 250	990,–	max. 45
Premium Banner (GIF oder JPEG)[1]	600 × 315	1.270,–	max. 45

[1] nicht animierte Dateien [2] inkl. Leerzeichen

2 Rabatte:

Bei Printtiteln vereinbarte Konditionen werden nicht auf Online-Werbeträger übernommen.

3 Zahlungsbedingungen:

Zahlung innerhalb von 10 Tagen mit 2 % Skonto, innerhalb von 30 Tagen nach Rechnungsdatum netto.
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.springerfachmedien-wiesbaden.de/media-sales/agb

Informationen zur digitalen Anzeigenannahme und den technischen Spezifikationen finden Sie hier:
www.springerfachmedien-wiesbaden.de/media-sales/datenanlieferung

Unsere Fachmedien im Bereich Automotive

www.springerprofessional.de