



Mediadaten 2013



Magazine · Bücher · Sonderpublikationen · Kongresse

Homepage Deutsch · Homepage International · Newsletter





Vor 5 Jahren ist automotiveIT an den Start gegangen, um die IT-Entscheider in der anspruchsvollsten Branche der Welt durch redaktionelle Professionalität, grafische Qualität und die Vernetzung von Print, Online und Kongress bei ihrer täglichen Arbeit zu unterstützen.

Nahezu jeder Top-CIO der Branche hat sich in dieser Zeit mit einem Exklusiv-Interview im Magazin oder als Referent auf dem mittlerweile weltweit größten und somit wichtigsten IT-Gipfel der Autoindustrie aktiv eingebunden. Nahezu alle relevanten IT-Hersteller und Dienstleister nutzen automotiveIT, um ihre Top-Kunden auf höchstem Niveau zu erreichen.

Durch zahlreiche Auszeichnungen wie die Nominierung für den Bayerischen Printmedienpreis oder die Auszeichnung „Fachmedium des Jahres“ zählt automotiveIT zu den erfolgreichsten Fachmedien Deutschlands.

Wir bedanken uns bei allen Akteuren, Lesern, Interviewpartnern, Referenten und Werbepartnern für das entgegengebrachte Vertrauen und freuen uns auf unser Jubiläum.

Hilmar Dunker,
Chefredakteur

Verlag	Media-Manufaktur GmbH	Redaktion International	Arjen Bongard abongard@automotiveIT.com
Anschrift	Mauerstraße 4 30982 Pattensen Fon +49 5101 99039-60 Fax +49 5101 99039-61 verlag@media-manufaktur.com	Verlagsassistentz	Tanja Burmeister Fon +49 5101 99039-98 burmeister@media-manufaktur.com
Homepage Deutsch	www.automotiveIT.eu	Aboverwaltung	Maria Ganseforth Fon +49 5101 99039-60 ganseforth@media-manufaktur.com
Homepage International	www.automotiveIT.com	Kongress- und Veranstaltungsmanagement	Meike Seipelt Fon +49 5101 99039-90 seipelt@media-manufaktur.com
Homepage carIT	www.car-IT.com	Herausgeber	Dominik Ortlepp Fon +49 5101 99039-98 ortlepp@media-manufaktur.com
Anzeigenassistentz	Andrea Pacoli Fon +49 5101 99039-95 pacoli@media-manufaktur.com	Jahrgang	5. Jahrgang 2013
Direktor Sales & Marketing	Stephan Argendorf PLZ: 0,1,3,8,9 Fon +49 5101 99039-96 argendorf@media-manufaktur.com	Erscheinungsweise	8 x jährlich + Sonderausgaben, siehe Themen- & Erscheinungsplan
Anzeigenleitung & International Clients	Patrick Krumbach PLZ 2,4,5,6,7 & International Fon +49 5101 99039-97 krumbach@media-manufaktur.com	Abopreise	Inland: 143 Euro inkl. Porto; zzgl. MwSt. Europa: 179 Euro inkl. Porto Übersee: 210 Euro Inkl. Porto
Redaktionsassistentz	Birgit Niemann Fon +49 5101 99039-91 niemann@media-manufaktur.com	Kompetenzbeirat	ITA „Informationstechnologie für die Automobilindustrie“
Chefredaktion	Hilmar Dunker Fon +49 5101 99039-91 niemann@media-manufaktur.com	Vertretend	Chairman Darius Zand zand@automotiveIT.eu
Online-Redaktion	Gert Reiling reiling@media-manufaktur.com		
Redaktion	Werner Beutnagel Fon +49 5101 99039-93 beutnagel@media-manufaktur.com		



VDZ Verband Deutscher
Zeitschriftenverleger

Ausgabe	Erscheinungs-termin	Redaktions-schluss	Anzeigen-schluss	Druckun-terlagen	Spezial/Schwerpunkte	Rubriken	Messen
01/02 Jan./Feb.	15.02.	15.01.	01.02.	04.02.	<ul style="list-style-type: none"> • CeBIT 2013 - Motto Shareconomy: Aussteller, Plan, Messevorschau • Mobile Computing & Bring your own Device 	Car-ICT Vertrieb & Handel, Logistik, Produktion, Entwicklung, IT-Management,	<ul style="list-style-type: none"> • CeBIT, Hannover (05.-09.03.) • Logimat, Stuttgart (19.-21.02.) • Mobile World Congress, Barcelona (25.-28.02.)
carit 01	22.02.	22.01.	08.02.	11.02.	SIEHE EXTRA MEDIADATEN		<ul style="list-style-type: none"> • CeBIT, Hannover (05.-09.03.), Hauptheft • embedded World, Nürnberg Vorschau (26.-28.02.) • iMobility Stuttgart, Stuttgart (11.-14.04.) • Genfer Autosalon (07.-17.03.)
03/04 Mrz.	28.03.	28.02.	15.03.	18.03.	<ul style="list-style-type: none"> • PLM: Ein Milliardenmarkt im Umbruch • Hannover Messe: Aussteller, Plan, Vorschau + Extra „Digitale Fabrik“ • M2M Kommunikation – auf dem Weg zur Fabrik 4.0 		<ul style="list-style-type: none"> • Hannover Messe (08.-12.04.)
05 Mai	10.05.	10.04.	26.04.	29.04.	<ul style="list-style-type: none"> • Cloud Computing & Virtualisierung • Supercomputing in der Automobilentwicklung • Projektmanagementsoftware: Effizienter arbeiten 		<ul style="list-style-type: none"> • Control, Stuttgart (14.-17.05.)
carit 02	14.06.	14.05.	31.05.	03.06.	SIEHE EXTRA MEDIADATEN		
06/07 Jun./Jul.	28.06.	28.05.	14.06.	17.06.	<ul style="list-style-type: none"> • IT-Security: Die Automobilindustrie ist in Gefahr • Supply Chain Management: Effizienz in der Lieferkette • Lieferanten-Management: Analyse, Bewertung 		<ul style="list-style-type: none"> • SAP-Automotive Symposium

automotiveDAY
07. März, CeBIT

Sonderheft SAP-
Automotive-Partner

Ausgabe	Erscheinungs-termin	Redaktion-schluss	Anzeigen-schluss	Druckunter-lagenschluss	Spezial/Schwerpunkte	Rubriken	Messen
carit 03	04.09.	05.08.	21.08.	23.08.	SIEHE EXTRA MEDIADATEN	IT-Strategie, ITManagement, Entwicklung, Produktion, Logistik, Vertrieb & Handel, Car-ICT	<ul style="list-style-type: none"> • IAA, Frankfurt (12.-22.09.) • IFA, Berlin (06.-11.09.)
08/09 Aug./Sep.	13.09.	13.08.	30.08.	02.09.	<ul style="list-style-type: none"> • IT in der Produktion: MES, JIT_JIS • Finanz-IT: EDI, e-Invoicing, e-Discovery • Change-Management 		<div style="background-color: red; color: white; padding: 5px; transform: rotate(-15deg); display: inline-block;"> Vorstellung: Die Top-25 IT-Dienstleister der Automobilindustrie </div>
10 Okt.	18.10.	18.09.	04.10.	07.10.	<ul style="list-style-type: none"> • ERP-Spezial: Beratung, Strategien & Produkte f. d. Automobilindustrie • CRM: Den Kunden im Blick - für den Unternehmenserfolg • Voice over IP 		
11 Nov.	15.11.	15.10.	01.11.	04.11.	<ul style="list-style-type: none"> • Big Data & BI: Datenvolumen effizient auswerten, managen, nutzen • Datennetze: Nervenstrang der Automobilindustrie • Die Inder kommen 		<ul style="list-style-type: none"> • SPS/IPC/Drives (26.11.-28.11.)
carit 04	29.11.	29.10.	15.11.	18.11.	SIEHE EXTRA MEDIADATEN		<ul style="list-style-type: none"> • CES, Las Vegas, USA (07.-10.01.2014) • Detroit Motor Show, USA (13.-26.01.2014)
12 Dez.	13.12.	13.11.	29.11.	02.12.	<ul style="list-style-type: none"> • Collaboration: Wikis, Blogs, Video-Conferencing, Dokumentenmangement • IT-Trends 2014 • Fachkräfte-Spezial (mit Hochschul-Sonderausgabe High-Potentials) 		

Konzept, Verlag
und Redaktion

Themenplan

Formatanzeigen
und Preise

Advertorial, Stellenanzeige
und Marktplatz

Auflagenstärke, Vertrieb
und Kongress

Online-Werbeformen
und E-Mail-Newsletter

AGBs

Format	Satzspiegel (Breite x Höhe)	Grundpreis s/w (Rabattfähig)	Farbzuschlag* 4farbig	Preis 4farbig	Anschnittformat + 10 % auf Grundpreis
1/1 Seite	176 x 258 mm	4.690 Euro	1.770 Euro	6.460 Euro	210 x 297 mm + 469 Euro
1/2 Seite quer	176 x 129 mm	2.550 Euro	1.770 Euro	4.320 Euro	210 x 147 mm + 255 Euro
1/2 Seite hoch	86 x 258 mm	2.550 Euro	1.770 Euro	4.320 Euro	103 x 297 mm + 255 Euro
2/3 Seite quer	176 x 172 mm	3.380 Euro	1.770 Euro	5.150 Euro	210 x 190 mm + 338 Euro
2/3 Seite hoch	116 x 258 mm	3.380 Euro	1.770 Euro	5.150 Euro	133 x 297 mm + 338 Euro
1/3 Seite quer	176 x 85 mm	1.690 Euro	1.290 Euro	2.980 Euro	210 x 103 mm + 169 Euro
1/3 Seite hoch	56 x 258 mm	1.690 Euro	1.290 Euro	2.980 Euro	73 x 297 mm + 169 Euro
1/4 Seite quer	176 x 65 mm	1.260 Euro	1.290 Euro	2.550 Euro	210 x 83 mm + 126 Euro
1/4 Seite hoch	43 x 258 mm	1.260 Euro	1.290 Euro	2.550 Euro	58 x 297 mm + 126 Euro

Mal- und Mengestaffel:

*Farb- und Sonderzuschläge sind nicht rabattfähig

- ab 2x 5 Prozent
- ab 4x 10 Prozent
- ab 6x 15 Prozent
- ab 9x 20 Prozent

Print-und Online-Kombination:

Volumenabhängig auf Anfrage

Zuschläge:**Farben:**

- ab 1/2 Seite je Skalenfarbe **590 Euro**,
4farbig, **1.770 Euro**
- Kleinformate je Skalenfarbe **430 Euro**,
4farbig, **1.290 Euro**

Sonderfarben:

- + 30 Prozent auf eine Skalenfarbe
(Sonderfarben müssen in Euroskala
angeliefert werden)

Platzierungen:**Umschlagseiten:**

- + 20 Prozent auf Grundpreis

Wunschplatzierung:

- + 10 Prozent auf Grundpreis (ab 1/2 Seite möglich)

Anzeigen über Bund:

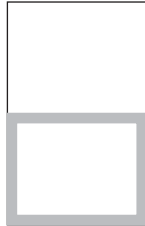
- + 10 Prozent auf Grundpreis (ab 1/2 Seite möglich)

Sonderwerbform & Stellenanzeigen:

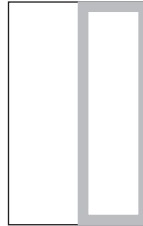
siehe Seite 8



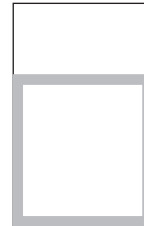
1/1 Seite
Format: 176 x 258 mm
1/1 Seite angeschnitten*
Format: 210 x 297 mm



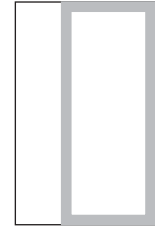
1/2 Seite quer
Format: 176 x 129 mm
1/2 Seite quer angeschn.*
Format: 210 x 147 mm



1/2 Seite hoch
Format: 86 x 258 mm
1/2 Seite hoch angeschn.*
Format: 103 x 297 mm



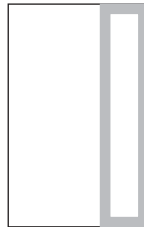
2/3 Seite quer
Format: 176 x 172 mm
2/3 Seite quer angeschn.*
Format: 210 x 190 mm



2/3 Seite hoch
Format: 116 x 258 mm
2/3 Seite hoch angeschn.*
Format: 133 x 297 mm



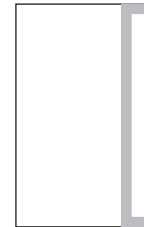
1/3 Seite quer
Format: 176 x 85 mm
1/3 Seite quer angeschn.*
Format: 210 x 103 mm



1/3 Seite hoch
Format: 56 x 258 mm
1/3 Seite hoch angeschn.*
Format: 73 x 297 mm



1/4 Seite quer
Format: 176 x 65 mm
1/4 Seite quer angeschn.*
Format: 210 x 83 mm



1/4 Seite hoch
Format: 43 x 258 mm
1/4 Seite hoch angeschn.*
Format: 58 x 297 mm

* Beschnittzugabe zzgl. 4 mm

Sonderwerbeformen:

(Können nur nach Verfügbar-/Machbarkeit gebucht werden)

Exklusiv: 2. Umschlagsseite	7.867 Euro
Exklusiv: 4. Umschlagsseite	7.867 Euro
Exklusiv: Lesezeichen aufkleben (wird geliefert)	12.150 Euro
Banderole	12.690 Euro
Beilage 2 stg. (zzgl. Postgebühren)	6.460 Euro
Beilage 4 stg. (zzgl. Postgebühren)	9.690 Euro
Beilage 8 stg. (zzgl. Postgebühren)	14,535 Euro
Exklusiv: Teaser Groß (Seite 2 + 3)	15.190 Euro
Aufgeklebte CD (zzgl. Trägeranzeige + Postgebühren)	5.040 Euro
Aufgeklebte Postkarte (zzgl. Trägeranzeige + Postgebühren)	3.490 Euro
Exklusiv: Inselanzeigen im Inhaltsverzeichnis (auf Anfrage)	auf Anfrage
Exklusiv: Inselanzeigen im redaktionellen Teil (auf Anfrage)	auf Anfrage
Booklet (DIN A6)	auf Anfrage

Sie haben eine ausgefallene Werbeidee? Fragen Sie uns, was geht.

Stellenmarkt:

4farbig, ausschließlich Satzspiegelformate,
Formate siehe Seite 6

Komplettpreis 4farbig, 1/1 Seite	4.690 Euro
Komplettpreis 4farbig, 1/2 Seite	2.550 Euro

**KARRIERE:
TOPTHEMA
2013**



Advertorial*

Sie liefern uns für z.B. eine „Best-Practice Story“ Ihres Unternehmens, Text und Bilder. Wir gestalten und kennzeichnen diesen Beitrag als Advertorial. Zusätzlich zum Abdruck in automotiveIT erhalten Sie einen zweiseitigen Sonderdruck mit einer Auflage von 1.000 Exemplaren.

Grundpreis 1/1 Seite (inkl. 2 stg. Sonderdruck)	8.750 Euro
Grundpreis 2/1 Seite (inkl. 4 stg. Sonderdruck)	13.200 Euro

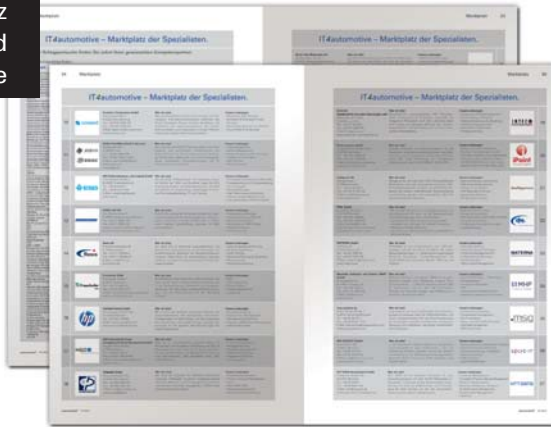
Preis ohne Sonderdruck:

Grundpreis 1/1 Seite	7.210 Euro
Grundpreis 2/1 Seite	10.890 Euro

zusätzliches eBook 590 Euro

* Platzierung im redaktionellen Teil

Marktplatz und Company Profile



IT4automotive – Marktplatz der Spezialisten

Sichern Sie sich mit Ihrem Marktplatz-Eintrag Ihre effiziente Präsenz:

- 6 frei wählbare Schlagworte, unter denen Ihr Unternehmen im Schlagwortverzeichnis gefunden wird.
- Kontaktdaten: Alle Kommunikationswege für den schnellen Kontakt zu Ihnen.
- Ihr Logo: Prägnant und aufmerksamkeitsstark. Ihre Visitenkarte im Markt.
- Ihre Unternehmens-Beschreibung: Für Ihr Know-how und Ihre TOP-Referenzkunden.

Jahresinvest: Ein Jahr Print + Online: **2.295 Euro**

Ab 7 Monate Print: **205 Euro** Print + Online: **270 Euro**

4-6 Monate Print: **265 Euro** Print + Online: **336 Euro**

1-3 Monate Print: **315 Euro** Print + Online: **399 Euro**

* Platzierung im Marktplatzumfeld



Company Profile*:

Sie haben auf 1/1 Seite die Möglichkeit, Ihr Leistungsportfolio, Referenzkunden, Foto des Automotive-Verantwortlichen oder der Geschäftsleitung effizient zu platzieren. Sie erhalten ein Template und liefern uns Texte und Daten. Die Gestaltung ist im Preis enthalten.

4.690 Euro

Konzept, Verlag
und Redaktion

Themenplan

Formatanzeigen
und Preise

Advertorial, Stellenanzeige
und Marktplatz

Auflagenstärke, Vertrieb
und Kongress

Online-Werbeformen
und E-Mail-Newsletter

AGBs

Die Automobilindustrie investiert im Jahr 10 Milliarden Euro* in die Informationstechnologie. Somit gehört die IT zu den wichtigsten Werkzeugen in den Unternehmensstrategien der Branche. automotiveIT informiert IT-Management und Fachentscheider auf höchstem redaktionellen Niveau über alle wichtigen IT-Themen und Trends.



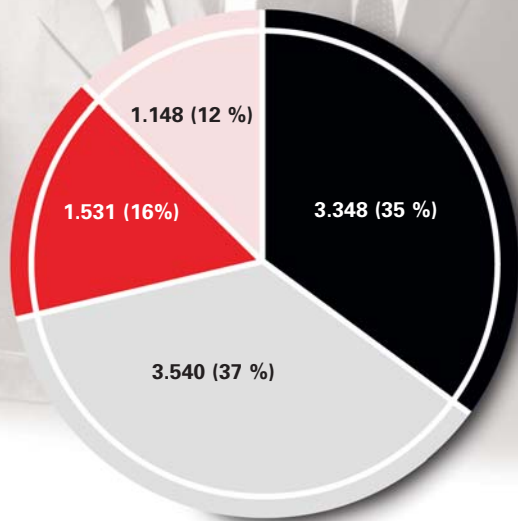
Auflage:

Druckauflage: 10.000 Exemplare

Verbreitete Auflage: 9.567 Exemplare

2. Quartal 2012

*Quelle VDA/ITA



■ CIO's/COO's/CTO's/C-Level
IT-Leiter/Projektleiter/
Geschäftsführung, Vorstände
3.348 (35 %)

□ IT-Projektmanagement/
Gruppenleiter/IT-Manager
3.540 (37 %)

■ Fachentscheider/Spezialist
1.531 (16 %)

□ Sonstige
1.148 (12%)

automotiveDAY 2013

IT-Technologien verändern die Automobilindustrie



Mattias Ulbrich,
CIO



Dr. Michael Gorriz,
CIO

DAIMLER



Christian Metzeler-Andelberg,
CIO



Dr. Sven Lorenz,
CIO



Lutz Meschke,
Finanzvorstand



**JETZT
SPONSORING
SICHERN!**

07. März 2013. CeBIT Hannover

Weitere Infos unter: www.automotiveIT.eu/automotiveDAY

Kooperationspartner:



Sponsoren:



SIEMENS

••T••Systems•

Konzept, Verlag
und Redaktion

Themenplan

Formatanzeigen
und Preise

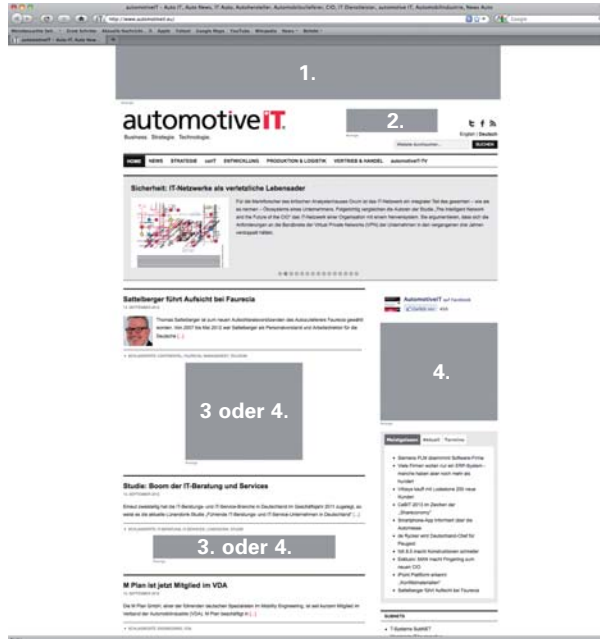
Advertorial, Stellenanzeige
und Marktplatz

Auflagenstärke, Vertrieb
und Kongress

Online-Werbeformen
und E-Mail-Newsletter

AGBs

Platzierungsmöglichkeiten



1. Leaderboard*
960 x 90 Pixel
TKP= 220,- Euro
2. Halfsize Banner*
234 x 60 Pixel
TKP= 95,- Euro
3. (a-f) Banner
468 x 60 Pixel
TKP= 120,- Euro
4. Rectangle*
300 x 250 Pixel o.
200 x 200 Pixel
TKP= 170,- Euro
5. Skyscraper*
120 x 600 Pixel
TKP= 160,- Euro

Sonderwerbformen:

- Wallpaper
- Whitepaper
- Advertorial
- Hockeystick
- Subnet

und Werbeformen für die internationale Homepage auf www.automotiveIT.com auf Anfrage.

automotiveIT®

Business. Strategie. Technologie.

MANAGEMENT
STRATEGIE
CAR-ICT
ENTWICKLUNG
PRODUKTION & LOGISTIK
VERTRIEB & HANDEL

Sehr geehrte Frau Paozi,

neben unserem Newsletter bietet Ihnen [automotiveIT.eu](http://www.automotiveIT.eu) jederzeit die aktuellsten News der Branche. Unsere Facebook-Seite finden Sie unter facebook.com/automotiveIT. Oder Sie bleiben als Follower von twitter.com/automotiveIT auf dem Laufenden.

automotiveIT News


- Marco Lenck führt jetzt die DSAG
- Mehr Besucher auf der IAA in Hannover
- Europas IT-Jobs und Wissen wandern aus
- Autosalon Paris: Hinter dem Glamour steht Ärger
- Studie: BYOD verliert an Bedeutung
- Funkewerk trennt sich von Tochter Dabendorf
- Connected Services: OEMs am Schloßberg
- Mitarbeiter der Lkw-Kunden schwindet
- SAP nutzt und verkauft Klara
- IT-Security bleibt ein Markttreiber
- Siemens kauft Perfect Costing

carIT Kongress: Strategien für vernetzte Autos

„Autos können Sie nur verkaufen, wenn Begeisterung signalisiert wird“, Professor Burkhard Götschel, Entwicklungsvorstand des Autzulieferers MAGNA, warnte auf dem 2. carIT Kongress „Mobilität 3.0 – Das vernetzte Auto“ während der IAA Nutzfahrzeuge in Hannover bevor, beim gesamten technologischen Fortschritt...

carIT News

- Peugeot 508 Hybrid 4: Sparen auf Französisch
- Conti zeigt das Cockpit der Zukunft
- Lenkrod-Vibration warnt am besten
- Apps und OEMs: Gewinn durch Markentreue
- Coyote aus Frankreich will auch deutsche Autofahrer vor Rausrollen warnen
- Linux-Arbeitsgruppe der Autoindustrie
- Assistenzsystem für Stadtverkehr gesucht
- Daimler beteiligt sich an Kurierdienst
- "Road Train" soll den Verkehr führen





Abchlussdiskussion beim 2. carIT Kongress: Zukunftsforscher Prof. Peter Wippemann, Dr. Claus Ehlers (Opel) und Moderator Thomas Köhler.

CIO Matthias Ulbrich im Interview: Für Audi ist Informationstechnik eine Kernkompetenz

Seit Februar 2012 ist Matthias Ulbrich neuer Chief Information Officer (CIO) bei Audi in Ingolstadt. Im Interview mit automotiveIT nimmt Ulbrich zu aktuellen Themen und Plänen bei Audi Stellung, aber auch zur Zusammenarbeit der IT-Abteilungen im Volkswagen Konzern.

JETZT NEU!





SUBNETS

- eMobility
- T-Systems
- Cloud Computing

Neben der Homepage www.automotiveIT.eu (ca. 25.000 Besucher im Monat) erscheint der automotiveIT Newsletter 14-täglich mit ca. 3.412 Empfängern. Die verschiedenen Werbemöglichkeiten hierfür erhalten Sie auf Anfrage.

Newsletter:
Verfügbarkeit auf Anfrage

Banner 200 x 200 Pixel:
1.150 Euro

§ 1 Regelungsumfang

Die nachstehenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten für sämtliche uns erteilten Aufträge, insbesondere die Aufträge zur Veröffentlichung von Anzeigen in Printmedien und/oder im Internet sowie die Aufträge zur Beilegung beziehungsweise Einheftung von Werbeprospekten in Druckschriften. Allgemeine Geschäftsbedingungen des Auftraggebers werden auch bei unserer widerspruchslosen Entgegennahme nicht Vertragsbestandteil.

§ 2 Vertragsabschluss; Ablehnungsrecht; Kennzeichnung als Anzeige

(1) Sofern nichts Abweichendes vereinbart wird, sind unsere Angebote freibleibend. Ein verbindlicher Auftrag kommt entweder mit unserer schriftlichen Auftragsbestätigung oder mit Auftragsdurchführung, insbesondere mit Veröffentlichung der Anzeige zustande.

(2) Wir behalten uns vor, Aufträge insgesamt oder teilweise abzulehnen, wenn die Durchführung des Auftrages, insbesondere wegen des Inhalts, der Herkunft oder der Form der zu veröffentlichenden Anzeige, für uns unzumutbar ist.

(3) Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht eindeutig als solche erkennbar sind, werden von uns als Anzeige kenntlich gemacht.

§ 3 Verantwortlichkeit für den Auftragsinhalt

Der Auftraggeber trägt die volle Verantwortung für den Inhalt des uns erteilten Auftrags, bei Anzeigenaufträgen insbesondere die presse-, wettbewerbs- und urheberrechtliche Verantwortung für die Anzeige, und hat uns deshalb von sämtlichen Ansprüchen Dritter aufgrund der Auftragserteilung und/oder der Auftragsdurchführung freizustellen.

§ 4 Fristen und Termine; Verzug

(1) Fristen und Termine sind für uns nur dann verbindlich, wenn wir diese schriftlich bestätigt haben. Fristen beginnen frühestens zu dem Zeitpunkt zu laufen, an dem wir von der verbindlichen Auftragserteilung Kenntnis erlangen, jedoch nicht, bevor uns die zur Durchführung des Auftrags erforderlichen Informationen und Gegenstände, insbesondere Muster und Anzeigenvorlagen, vollständig vorliegen.

(2) Ereignisse höherer Gewalt berechtigten uns, vereinbarte Fristen und Termine um die Dauer der Behinderung zuzüglich einer angemessenen Anlaufzeit danach nach billigem Ermessen zu verlängern beziehungsweise zu verschieben. Der höheren

Gewalt stehen alle Umstände gleich, die uns die frist- beziehungsweise termingerechte Auftragsdurchführung ohne unser Verschulden wesentlich erschweren oder unmöglich machen, insbesondere Rohstoffmangel, Energieknappheit, Streik und Aussperrung, Rechenerausfall sowie sonstige Betriebsstörungen, gleich ob diese Ereignisse bei uns selbst oder bei Dritten (Lieferanten, Netzbetreibern) oder im öffentlichen Verkehr eintreten.

(3) Im Falle des Verzuges ist unsere Haftung auf die Versicherungssumme aus der für solche Fälle abgeschlossenen Betriebshaftpflichtversicherung, bei Fehlen einer solchen Versicherung auf den in Fällen dieser Art typischerweise vorhersehbaren Schaden beschränkt.

§ 5 Zahlungsbedingungen

(1) Die Zahlungsfrist beträgt 10 Tage und beginnt mit dem Tag der Rechnungsstellung. Nur bei Abbuchungserlaubnis oder Vorauszahlung werden 2% Skonto vom Rechnungsbetrag abgezogen. Der Auftraggeber trägt zusätzlich die Kosten für die Anfertigung zur Auftragsdurchführung etwa erforderlicher Druckerunterlagen und von ihm veranlasster Entwürfe, Muster und ähnlicher zusätzlicher Arbeiten sowie die gesetzliche Mehrwertsteuer.

(2) Aufwendungen für Diskont oder Spesen trägt der Auftraggeber.

(3) Im Falle des Zahlungsverzuges schuldet der Auftraggeber als Schadenspauschale Verzugszinsen in Höhe von 8% jährlich über dem Basiszinssatz der Deutschen Bundesbank, mindestens jedoch Verzugszinsen in Höhe von 10% jährlich. Der Nachweis eines höheren oder aber eines geringeren Verzugschadens bleibt vorbehalten. Der Auftraggeber kommt spätestens in Zahlungsverzug, wenn er nicht innerhalb von 30 Tagen nach Fälligkeit und Zugang einer Rechnung oder gleichwertigen Zahlungsaufstellung leistet.

(4) Das Recht zur Aufrechnung steht dem Auftraggeber nur insoweit zu, als seine Gegenansprüche rechtskräftig festgestellt, von ihm anerkannt oder unbestritten sind. Zur Ausübung eines Zurückbehaltungsrechts ist der Auftraggeber nur insoweit befugt, als sein Gegenanspruch auf demselben Vertragsverhältnis beruht.

(5) Im Falle einer wesentlichen Verschlechterung der Vermögensverhältnisse des Auftraggebers sind wir berechtigt, die weitere Auftragsdurchführung ohne Rücksicht auf ein vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung der Vergütung und der Begleichung aller sonstigen fälligen Verbindlichkeiten des Auftraggebers abhängig zu machen.

§ 6 Mängelgewährleistung; Haftung

(1) Der Auftraggeber hat offensichtliche Mängel der Auftragsdurchführung unverzüglich, spätestens innerhalb von zwei Wochen nach Kenntnis von der Auftragsdurchführung, bei Anzeigenaufträgen spätestens innerhalb von zwei Wochen nach Veröffentlichung der Anzeige, schriftlich zu rügen; hiernach sind verspätete Mängelrügen ausgeschlossen. Im Übrigen gilt insoweit § 377 HGB. Sämtliche Mängelgewährleistungsansprüche unterliegen einer Verjährungsfrist von einem Jahr; ist der Auftraggeber Verbraucher im Sinne des § 13 BGB, so gilt abweichend hiervon eine Verjährungsfrist von zwei Jahren.

(2) Bei Anzeigenaufträgen und Aufträgen zur Beilegung beziehungsweise Einheftung von Werbeprospekten in Druckschriften stellt ein zum Zeitpunkt der Auftragsdurchführung eingetretener Rückgang der Auflage der belegten Druckschrift gegenüber der in unseren bei Vertragsschluss geltenden Media-Informationen ausgewiesenen Auflage um bis zu 20% noch keinen Mangel dar.

(3) Mängel eines Teils der Auftragsdurchführung berechtigen nicht zur Beanstandung der gesamten Auftragsdurchführung.

(4) Im Falle einer fristgerechten und begründeten Mängelrüge sind wir zur Nacherfüllung auf unsere Kosten berechtigt. Bei unverhältnismäßig hohen Kosten kann die Nacherfüllung verweigert werden. Ist die Nacherfüllung fehlgeschlagen, unzumutbar, oder wurde sie verweigert, so kann der Auftraggeber nach seiner Wahl entweder vom Vertrag zurücktreten oder Herabsetzung der Vergütung entsprechend dem Ausmaß des Mangels oder Schadenersatz im Rahmen der nachfolgenden Absätze 5 und 6 oder aber, wenn er den Mangel selbst beseitigt, Ersatz der hierfür erforderlichen Aufwendungen verlangen.

(5) Für Fehler in die Auftragsdurchführung eingeschalteter Dritter haften wir nur bis zur Höhe unserer eigenen Ansprüche gegen diese Dritten. Wir sind in einem solchen Falle berechtigt, Gewährleistungsansprüche des Auftraggebers durch Abtretung der uns zustehenden Ansprüche gegen diese Dritten zu erfüllen. Wird von diesem Recht Gebrauch gemacht, so stehen dem Auftraggeber weitere Gewährleistungsansprüche uns gegenüber nur dann zu, wenn diese Dritten einem mit schlüssiger Begründung versehenen Gewährleistungsverlangen des Auftraggebers nicht nachkommen.

(6) Für Schadenersatzansprüche des Auftraggebers wegen mangelhafter Auftragsdurchführung oder anderer Pflichtverletzungen gilt folgendes: Wir haften nicht für Schäden, die nicht am Liefer- oder Leistungsgegenstand selbst

entstanden sind; insbesondere haften wir nicht für entgangenen Gewinn oder sonstige Vermögensschäden des Auftraggebers. Diese Haftungsfreizeichnung gilt nicht für Körper und Gesundheitsschäden sowie ferner nicht für vorsätzlich oder grob fahrlässig verursachte Schäden. Sie gilt ferner nicht bei Verletzung einer vertragswesentlichen Pflicht; in diesem Fall ist unsere Haftung auf die Versicherungssumme aus der für solche Fälle abgeschlossenen Betriebshaftpflichtversicherung, bei Fehlen einer solchen Versicherung auf den in Fällen dieser Art typischerweise vorhersehbaren Schaden beschränkt. Soweit unsere Haftung ausgeschlossen oder beschränkt ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung unserer gesetzlichen Vertreter, Angestellten, Arbeiter, freien Mitarbeiter und Erfüllungsgehilfen.

§ 7 Rückgabe und Aufbewahrung von Unterlagen und sonstigen Gegenständen

Sämtliche im Rahmen der Auftragsdurchführung erlangten oder hergestellten Unterlagen und sonstige Gegenstände werden auf gesonderte Anforderung des Auftraggebers auf dessen Kosten herausgegeben. Unsere Pflicht zur Aufbewahrung dieser Unterlagen und sonstigen Gegenstände endet drei Monate nach Auftragsdurchführung.

§ 8 Erfüllungsort; anwendbares Recht; Gerichtsstand; Teilunwirksamkeit

(1) Erfüllungsort ist Hannover

(2) Die Rechtsbeziehungen zwischen dem Auftraggeber und uns unterliegen ausschließlich dem Recht der Bundesrepublik Deutschland.

(3) Ist der Auftraggeber Kaufmann im Sinne des HGB, so ist als Gerichtsstand Hannover vereinbart. Dasselbe gilt, wenn es sich bei dem Auftraggeber um eine juristische Person des öffentlichen Rechts oder um ein öffentlich-rechtliches Sondervermögen handelt oder wenn der Auftraggeber keinen eigenen Gerichtsstand im Gebiet der Bundesrepublik Deutschland hat. Die Gerichtsstandsvereinbarungen in Satz 1 und 2 gelten nicht bei einer durch Gesetz begründeten, abweichenden ausschließlichen Zuständigkeit.

(4) Eine etwaige Unwirksamkeit einzelner Bestimmungen dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen lässt die Gültigkeit der übrigen Vorschriften unberührt. Beide Vertragsparteien verpflichten sich für diesen Fall, eine dem wirtschaftlichen Zweck der unwirksamen Bestimmung möglichst nahekommende, rechtlich zulässige Neuregelung zu vereinbaren.

automotiveIT

Business. Strategie. Technologie.

Erich Ebner von Eschenbach,
Leiter Finanzdienstleistungen



Jamal Farhat,
CIO



Harald Giesser,
CIO



Michael Gorriz,
CIO



Elisabeth Hoeflich,
CIO Rubber Group &
Corporate Functions



Stephan Ihringer,
Leiter IT



Peter Kraus,
CIO



Christian Ley,
CIO



Dr. Sven Lorenz,
Leiter Informationssysteme



Randy Mott,
CIO



Karl-Erich Probst,
CIO



Sanjay Rishi,
CIO



Matthias Schlapp,
CIO



Anja Sprenger,
Leitung Information
Management



Rolanz Schorz,
Direktor Informatik &
Organisation



Mattias Ulbrich,
CIO



Bernhard Winkler,
Head of IT Region



Media-Manufaktur GmbH
Mauerstraße 4
30982 Pattensen
Fon +49 5101 99039-60
Fax +49 5101 99039-61
www.automotiveIT.eu
verlag@media-manufaktur.com

Die Interviewpartner
in automotiveIT und
Referenten des
automotiveDAY.