

„Die meist gelesene monatliche
Elektronik-Fachzeitschrift in Deutschland!“

Quelle: AGLA ELEKTRONIK-MEDIEN Reichweitenanalyse 2008

BRANCHENORIENTIERTE APPLIKATIONEN FÜR ELEKTRONIK-ENTWICKLER

**elektronik
industrie**

40. JAHRGANG
18.00 €
ISSN 0938-0101
D 19067

Was Entwickler
wissen müssen!

www.elektronik-industrie.de

7 - 2009

40

JAHRE

elektronik industrie - Jubiläumsausgabe



MEDIA

Informationen Print + Online

AMF 1: Titelporträt	2
Preise	3/4/5
Formate	6
Online-Werbung	7/8/9
Termin- und Themenplan	10–11a
Kontakt	11b
Application Guide	12
Sonderwerbformen	13
AMF 2: Auflagen- und Verbreitungs-Analyse	14
AMF 3-E: Empfänger-Struktur-Analyse	15/16
Kurzfassung Erhebungsmethode	17
Hüthig Elektronik Medien Gruppe	18
Allgemeine Geschäftsbedingungen	19



erfolgsmedien für experten

Hüthig GmbH, Im Weiher 10, D-69121 Heidelberg, Telefon +49 (0) 6221 489-0, Telefax +49 (0) 6221 489-482, Internet: www.elektronik-industrie.de

1 Kurzcharakteristik:

„elektronik industrie“ erreicht speziell Elektronik-Entwickler in allen relevanten Branchen. Im Fokus stehen praxis- und applikationsorientierte Beiträge und Trends. Vom Fachredakteur selbst recherchiert, kann der Leser diese direkt in seinem beruflichen Alltag umsetzen.

- 2 Erscheinungsweise:** 10 x jährlich + Sonderausgaben
- 3 Jahrgang/Jahr:** 41. Jahrgang 2010
- 4 Web-Adresse (URL):** www.elektronik-industrie.de
- 5 Mitgliedschaften:** Deutsche Fachpresse, IVW
- 6 Organ:** –
- 7 Herausgeber:** –
- 8 Verlag:** Hüthig GmbH
Geschäftsführung: Sabine Buckley

Postanschrift: Postfach 10 28 69, D-69018 Heidelberg
Hausanschrift: Im Weiher 10, D-69121 Heidelberg
Telefon: (0 62 21) 4 89-0
Telefax: (0 62 21) 4 89-4 82

- 9 Redaktion:** Dipl.-Ing. Siegfried Best, Chefredakteur
- 10 Anzeigen:** Andreas Bausch, Anzeigenleitung
- 11 Vertrieb:** +49 (0) 6123 9238-257
- 12 Bezugspreis (inkl. Versandkosten und MwSt.):**

Jahresabonnement	Inland	€ 158,00	
	Ausland	€ 167,00	
Einzelverkaufspreis (zzgl. Versandkosten)		€ 19,00	
- 13 ISSN** 0174-5522
- 14 Umfangsanalyse**

	2008 = 10 Ausgaben		
Format der Zeitschrift:	DIN A 4		
Gesamtumfang:	892	Seiten =	100,00 %
Redaktioneller Teil:	655,98	Seiten =	73,54 %
Anzeigenteil:	236,02	Seiten =	26,45 %
davon Einhefter:	18	Seiten =	7,63 %
Verlagseigene Anzeigen	32,23	Seiten =	13,66 %
Beilagen:	4	Stück	

15 Inhaltsanalyse des redaktionellen Teils nach Themenbereichen:

Märkte & Technologien	91,60	Seiten =	13,96 %
Produkte	62,51	Seiten =	9,53 %
Stromversorgungs- u. Leistungselektronik	61,47	Seiten =	9,37 %
Messtechnik	54,58	Seiten =	8,32 %
KFZ-Elektronik	39,96	Seiten =	6,09 %
Embedded-Systeme	37,36	Seiten =	5,70 %
Elektromechanik	27,71	Seiten =	4,22 %
Aktive Bauelemente	26,70	Seiten =	4,07 %
Quarze/Oszillatoren	21,87	Seiten =	3,33 %
High Tech Toys	20,00	Seiten =	3,06 %
Medizinelektronik	19,98	Seiten =	3,05 %
Bahnelektronik	18,66	Seiten =	2,84 %
Analog-/Mixed-Signal-ICs	13,39	Seiten =	2,04 %
Optoelektronik	11,07	Seiten =	1,69 %
EMV	11,00	Seiten =	1,68 %
Programmierbare Logik	8,32	Seiten =	1,27 %
Applikationen	7,74	Seiten =	1,18 %
Sensoren	7,57	Seiten =	1,15 %
Elektronik CAE/CAD	6,57	Seiten =	1,00 %
Wireless	6,16	Seiten =	0,94 %
Passive Bauelemente	5,23	Seiten =	0,80 %
Software	4,75	Seiten =	0,72 %
Mikrocontroller	83,62	Seiten =	12,75 %
Satelliten-Navigation	2,50	Seiten =	0,38 %
Distribution	1,66	Seiten =	0,25 %
Sonstiges	4,00	Seiten =	0,61 %

2008 = 655,98 Seiten

Redaktioneller Teil

655,98 Seiten = **100,00 %**

1 Auflage:

Druckauflage:	20.200 Exemplare
Tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt: (lt. AMF-Schema 2, Ziffer 17)	19.792 Exemplare

2 Zeitschriftenformat:

210 mm breit, 297 mm hoch, DIN A 4
Satzspiegel: 178 mm breit, 257 mm hoch
Spaltenzahl: 4 Spalten, Spaltenbreite: 41 mm

3 Druckverfahren:

Rollen-Offset
Bindeverfahren: Klebebindung

Druckunterlagen: Anlieferung von Daten im PDF-Format, Version 1.3 (PDF/X-1a), mit Acrobat Distiller ab Version 4.0 erzeugt und mit rastermoduliertem Proof. Bilddaten hochauflösend mindestens 300 dpi, Auflösung für 60er Raster, Farbmodell immer CMYK (nie RGB oder LAB-Elemente). Bitmap (Strichscans) sollten eine Auflösung von mindestens 800 dpi haben. Das Format angelegt in Originalmaßen plus Beschnittzugaben und Beschnittmarken.

Farbanzeigen: Bei digital übermittelten Druckvorlagen für Farbanzeigen ist gleichzeitig ein Farb-Proof mit Fogra Medienkeil Version 2.0 oder 2.2 und einem Proof- bzw. Messprotokoll (= Zertifikat) vom Kunden mitzuliefern. Ansonsten bestehen keine Ersatzansprüche des Kunden wegen etwaiger Farbabweichungen.

Vorgaben für das Proof: Nach FOGRA-Standard. Mit FOGRA Medienkeil 2.0 oder 2.2 nach Standard, ISOwebcoated.icc für Inhalt in der Regel Papiertyp 3 FOGRA 28L - nach Standard, ISOcoated_v2_eci.icc für Umschlag in der Regel Papiertyp 2 FOGRA 39L - nach Standard.

Weitere Informationen über Voreinstellungen des PDF-Formates unter www.pdf-club.de oder technische Hotline **+49 (0) 8191 125-875**

4 Termine:	siehe Termin- und Themenplan
Erscheinungsweise:	10 x jährlich + Sonderausgaben
Erscheinungstermine:	siehe Termin- und Themenplan
Anzeigenschluss:	siehe Termin- und Themenplan

5 Verlag:	Hüthig GmbH
Hausanschrift:	Im Weiher 10, D-69121 Heidelberg
Postanschrift:	Postfach 10 28 69, D-69018 Heidelberg
Ust.-ID:	DE 143 262 410
Internet:	www.elektronik-industrie.de
Anzeigenabteilung:	Andreas Bausch Telefon +49 (0) 6221 489-363 Telefax +49 (0) 6221 489-482 E-Mail: andreas.bausch@huethig.de

6 Zahlungsbedingungen:	30 Tage nach Rechnungsdatum netto, 2% Skonto bei Vorauszahlung oder Bankeinzug Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.
Bankverbindung:	Postbank Ludwigshafen: Kto.-Nr.: 4 799 673 BLZ: 545 100 67 IBAN: DE77 5451 0067 0004 7996 73 SWIFT / BIC: PBNKDEFF

7 Anzeigenpreise (Formate siehe Seite 6):

Alle Preise in Euro zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer.

Preise s/w-Anzeigen	Grundpreis	5 % Rabatt	10 % Rabatt	15 % Rabatt	20 % Rabatt
1/1 Seite	4.236,00	4.024,20	3.812,40	3.600,60	3.388,80
2/3 Seite	2.836,00	2.694,20	2.552,40	2.410,60	2.268,80
1/2 Seite	2.138,00	2.031,10	1.924,20	1.817,30	1.710,40
Junior Page	2.475,00	2.351,25	2.227,50	2.103,75	1.980,00
1/3 Seite	1.431,00	1.359,45	1.287,90	1.216,35	1.144,80
1/4 Seite	1.110,00	1.054,50	999,00	943,50	888,00
1/8 Seite	595,00	565,25	535,50	505,75	476,00
1/16 Seite	341,00	323,95	306,90	289,85	272,80
Komplettpreise 2c-Anzeigen	Grundpreis	5 % Rabatt	10 % Rabatt	15 % Rabatt	20 % Rabatt
1/1 Seite	4.876,00	4.664,20	4.452,40	4.240,60	4.028,80
2/3 Seite	3.221,00	3.079,20	2.937,40	2.795,60	2.653,80
1/2 Seite	2.523,00	2.416,10	2.309,20	2.202,30	2.095,40
Junior Page	2.860,00	2.736,25	2.612,50	2.488,75	2.365,00
1/3 Seite	1.816,00	1.744,45	1.672,90	1.601,35	1.529,80
1/4 Seite	1.310,00	1.254,50	1.199,00	1.143,50	1.088,00
1/8 Seite	795,00	765,25	735,50	705,75	676,00
1/16 Seite	541,00	523,95	506,90	489,85	472,80
Komplettpreise 4c-Anzeigen	Grundpreis	5 % Rabatt	10 % Rabatt	15 % Rabatt	20 % Rabatt
1/1 Seite	5.311,00	5.099,20	4.887,40	4.675,60	4.463,80
2/3 Seite	3.681,00	3.539,20	3.397,40	3.255,60	3.113,80
1/2 Seite	2.983,00	2.876,10	2.769,20	2.662,30	2.555,40
Junior Page	3.320,00	3.196,25	3.072,50	2.948,75	2.825,00
1/3 Seite	2.276,00	2.204,45	2.132,90	2.061,35	1.989,80
1/4 Seite	1.710,00	1.654,50	1.599,00	1.543,50	1.488,00
1/8 Seite	1.195,00	1.165,25	1.135,00	1.105,75	1.076,00
1/16 Seite	941,00	923,95	906,90	889,85	872,80

8 Zuschläge

8.1 Farbzuschläge (nicht rabattierbar):	2-farbig	4-farbig
1/1 Seite	€ 640,-	1.075,-
2/3 bis 1/3 Seite	€ 385,-	845,-
1/4 und kleiner	€ 200,-	600,-
Zuschläge gelten für Farben aus Euroskala		Sonderfarbe auf Anfrage

8.2 Vorzugsplatzierungen:

2. und 4. Umschlagseite 4c	jeweils 10 % vom Grundpreis
Bindende Platzierungsvorschriften:	jeweils 10 % vom Grundpreis
Preise und Bedingungen für Titelseiten auf Anfrage	

8.3 Formatzuschläge:

Anzeigen über Bund, angeschnittene Anzeigen:	10 % vom Grundpreis
--	---------------------

9 Stellenanzeigen/Rubrikanzeigen:

Stellenangebote pro mm (1-spaltig, 41 mm breit)	€ 3,-
Chiffregebühr	€ 16,-

10 Sonderwerbeformen:

Informationen zu allen Sonderwerbeformen erhalten Sie von Ihrem Verkaufsteam.

11 Rabatte (bei Abnahme innerhalb von 12 Monaten)

Malstaffel:		Mengenstaffel:	
3-maliges Erscheinen	5 %	2 Seiten	5 %
6-maliges Erscheinen	10 %	3 Seiten	10 %
9-maliges Erscheinen	15 %	5 Seiten	15 %
12-maliges Erscheinen	20 %	8 Seiten	20 %

12 Kombinationen: auf Anfrage

13 Einhefter: Anlieferung gefalzt, unbeschnitten, ohne Rückenklammerung

Umfang	Mind. Gewicht	bis 135 g/m ²	über 135 g/m ²
2 Seiten	120 g/m ²	€ 4.481,-	€ 4.686,-
4 Seiten	80 g/m ²	€ 7.618,-	€ 7.963,-

Einhefter müssen einwandfrei verpackt bis spätestens zwei Wochen vor Erscheinungstermin (siehe Erscheinungsplan) der vereinbarten Ausgabe frei an Druckerei geliefert werden.

Benötigte Zuliefermenge: 20.600 Exemplare

14 Beilagen:

Mind.-Format 10,5 x 14,8 cm, Mind.-Gewicht pro Einzelblatt 150 g/m ²	
bis 25 g	€ 4.501,-
bis 50 g	€ 6.557,-
je weitere 25 g	€ 2.250,-

Max. Papierformat 20 x 28 cm

Anlieferung: Muster bei Auftragserteilung, Auflage bis 10 Tage vor Erscheinen

Benötigte Liefermenge: 20.600 Exemplare

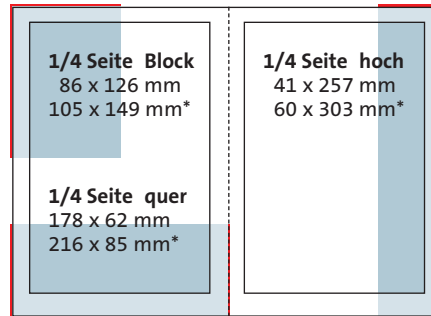
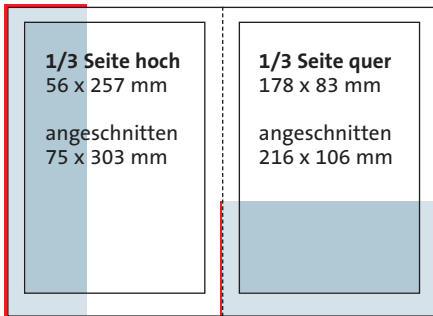
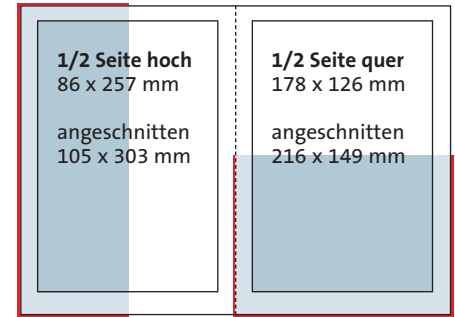
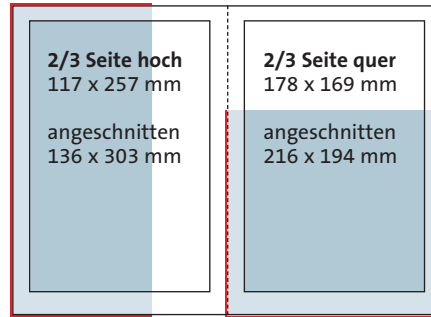
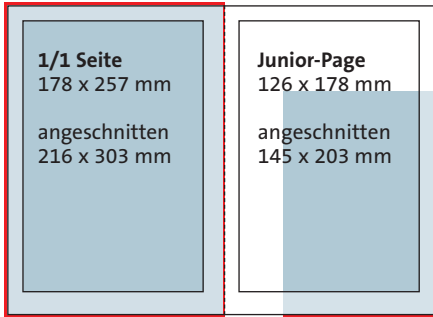
Teilbeilagen auf Anfrage

15 Aufgeklebte Werbemittel: Mind.-Format 6,0 x 7,5 cm mit 150 g/m²

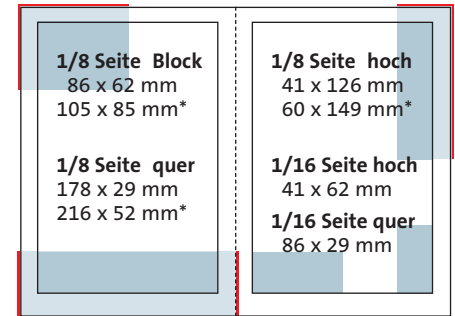
Positionierung auf Anfrage	
In Verbindung mit Anzeige oder Einhefter	€ 984,-
zuzüglich Klebekosten	
– für maschinelle Verarbeitung	€ 936,-
– für manuelle Verarbeitung	€ 2.075,-

16 Lieferanschrift für Positionen 13 bis 15:

Vogel Druck und Medienservice GmbH,
Leibnizstr. 5, D-97204 Höchberg
(mit Vermerk: Für elektronik industrie, Heft Nr. ...)



*angeschnitten



*angeschnitten

elektronik industrie

1. Web-Adresse: www.elektronik-industrie.de

2. Kurzcharakteristik: elektronik-industrie.de ist Bestandteil des Portals **all-electronics.de**, dem umfangreichen B-to-B Internet-Angebot der Fachzeitschriften elektronik industrie, AUTOMOBIL-ELEKTRONIK, productronic, IEE und elektronikJOURNAL. Die Webseite bietet täglich aktuelle Nachrichten, eine umfangreiche Produkt- und Firmendatenbank, Marktübersichten, Hintergrundberichte, Stellenmarkt sowie einen themenspezifischen, wöchentlichen Newsletter

3. Zielgruppe: Elektronik-Entwickler in allen relevanten Branchen.

4. Werbeformen:

Channel-Sponsoring

Als exklusiver Channel-Sponsor sind Sie der Platzhirsch: Neben Ihnen darf niemand anderes im von Ihnen belegten Themenkanal werben!

- Exklusive Platzierung Ihres Logos oder Banners auf allen Seiten eines Themenkanals
- zielgruppengenau
- Platzierung: Logo oder Banner bis 156x60 Pixel im Content-Bereich, alternativ beliebiges Banner-Format im Kopf- oder rechten Seitenbereich der Website (siehe Banner, S. 8)
- inkl. Link zu Ihrer Homepage
- Alleinstellung – Keine weiteren Banner auf der Seite

Zeitraum	pro Channel
1 Monat	€ 1.300,-
3 Monate	€ 3.300,-
6 Monate	€ 5.600,-
12 Monate	€ 8.000,-

Top-Firma

Sie rücken Ihr Firmenlogo ins Blickfeld Ihrer Zielgruppe. Und zwar exakt dort, wo Sie themengenau Präsenz zeigen wollen.

- Logo 90x45 Pixel inkl. Link zu Ihrer Homepage oder zum Firmeneintrag
- gezielte Buchung für jeden einzelnen Themenkanal möglich
- Buchungintervalle 1/3/6/12 Monate

Zeitraum	für 1 Channel	für 2 Channel	ab 3 Channel
1 Monat	€ 350,-	€ 500,-	individuelle Preisvereinbarung
3 Monate	€ 900,-	€ 1.200,-	
6 Monate	€ 1.500,-	€ 2.200,-	
12 Monate	€ 2.500,-	€ 3.500,-	

BusinessDirectory

Nutzen Sie auch im Internet Standortvorteile:

Präsentieren Sie Ihr Unternehmen mit einem Firmeneintrag im Umfeld Ihrer Branche. Ein Eintrag in unserer Firmendatenbank (BusinessDirectory) sichert Ihre ständige Präsenz, wenn Ihre Kunden recherchieren. Interessenten können direkt mit Ihnen Kontakt aufnehmen.

Werbeform	Preis
Im Firmenverzeichnis	
Standard-Eintrag*	kostenlos
Plus-Eintrag*	€ 250,-
Profi-Eintrag*	€ 400,-

* Zeitraum 12 Monate

Banner

Ihre Banner-Werbung sichert Ihnen Sichtbarkeit und Reichweite – selbst bei kleinem Budget. Die Vielzahl der Formate und Plätze ermöglicht es Ihnen, sich themengenau und zu Ihrer Aktivität passend zu präsentieren. Das erhöht Ihre Klickrate und hilft, Streuverluste zu verringern.

Sie haben die Wahl zwischen 7 verschiedenen Banner-Positionen und zwei Buchungs-Modellen:

all-electronics Basic

Banner-Platzierung auf allen Seiten außer Channel:

- Startseite all-electronics.de
- Startseite iee-online.de, elektronik-industrie.de, automobil-elektronik.de, productronic.de, elektronik-journal.com
- Alle redaktionellen Seiten, wenn diese direkt über eine der Startseiten aufgerufen werden

all-electronics Peak

Sie belegen alle Seiten von all-electronics.de, außer denen, die durch einen Channel-Sponsor belegt sind. Dadurch ist eine maximale Ausnutzung gewährleistet („Run-of-Site“)

Format	Größe (Pixel)	Basic/Monat	Peak/Monat
Drittelbanner	156x60	€ 290,-	€ 1.290,-
Headbanner	468x60	€ 390,-	€ 1.390,-
Mouse-Over	468x60 + 468x180	€ 1.190,-	€ 2.190,-
Skyscraper	max. 160x900	€ 790,-	€ 1.790,-
Superbanner	960x60	€ 990,-	€ 1.990,-
Wallpaper	Kombi Sky + Super	€ 1.390,-	€ 2.390,-
Content-Ad	max. 630x150	€ 1.390,-	€ 2.390,-

Newsletter-Werbung

Der Newsletter wird wöchentlich (Dienstag) verschickt. Neben aktuellen News werden darin alle neuen Produktvorstellungen und redaktionellen Fachbeiträge nach Themengebieten geordnet übersichtlich dargestellt. Im Newsletter stehen Ihnen vier unterschiedliche Platzierungen zur Verfügung:

Format	Preis
A Content-Ad	€ 650,- / Ausgabe
B Sponsor	€ 950,- / 4 Ausgaben € 2.000,- (Kombi)*
C Drittelbanner	€ 450,- / Ausgabe
D Skyscraper	€ 790,- / Ausgabe

* In Kombination mit einem vierwöchigen Channel-Sponsoring auf der Website

Abonnenten: **15.068** (Stand: 31.07.2009)

Weitere Informationen unter:
www.all-electronics.de/newsletter



Microsite

Wir erstellen für Sie Ihre eigene „Mini-Homepage“ auf unseren Portalen. Diese Microsites sind während der gesamten Laufzeit im redaktionellen Inhaltsbereich der Webseiten integriert und auch über die Hauptnavigation verlinkt. Die Integration Ihrer Videos und wichtiger Dokumente erweitert Ihre Präsentation zu einem umfassenden Angebot.

Microsites stellen eine hocheffiziente Möglichkeit dar, Ihre Themen oder Kampagnen gezielt, schnell und kostensparend zu unterstützen. Sie bieten damit eine ideale Ergänzung für den längerfristigen Eintrag im BusinessDirectory.

Werbeform	Laufzeit	Leistung	Platzierung	Preis
Microsite	1 Monat		Microsite, Hinweis in der Hauptnavigation	€ 800,-

WebVideo

Nutzen Sie die medialen Möglichkeiten des Internets optimal durch die Integration eines Videofilms. Ob Imagefilm oder Produktvorstellung – WebVideo bietet Ihnen zahlreiche Möglichkeiten, Ihr Unternehmen auf all-electronics.de ins Bild zu setzen.

Ihr Video wird über Ihren Firmeneintrag im BusinessDirectory eingebunden. Ist der Videobeitrag redaktionell einem Fachartikel oder Produktbericht zugeordnet, erscheint er dort ebenfalls. Ihr WebVideo kann auch auf Ihrer Microsite eingebunden werden. Da diese gleich auf der all-electronics-Startseite präsentiert wird, erzielt Ihr Video so noch mehr Aufmerksamkeit!

Werbeform	Laufzeit	Leistung	Platzierung	Preis
WebVideo	1 Jahr	Plus-Eintrag + 1 Video	BusinessDirectory, Produkt/Artikel	€ 800,-
	1 Jahr	Profi-Eintrag + 1 Video	BusinessDirectory, Produkt/Artikel	€ 950,-
	1 Monat	Verlängerung um 1 Jahr (außer Microsite)	Wie oben genannt	€ 550,-
		Microsite + 1 Video	Microsite, Hinweis i.d. Hauptnavigation	€ 1.350,-
		Pro zusätzliches Video (BusinessDirectory/ Microsite)	Wie oben genannt	€ 250,-
		Umformatierungen (Formatumwandlung)		€ 150,-

5. Rabatte:

Kombi-Rabatt Print/Online: 5 %
Mengenstaffel für Online-Schaltungen

3 Banner	3 %
6 Banner	5 %
9 Banner	10 %



Rabatt gilt bei Schaltung innerhalb von 12 Monaten und für unterschiedliche Positionen, bei gleicher Position nur für unterschiedliche Kampagnen.

Zugriffskontrolle:

–
Zugriffe (pro Monat): Page Impressions
(bereinigt, ohne Suchmaschinen)
83.000
Monatsdurchschnitt 01-03/2009
Messung: NedStat

Unterschiedliche Besucher
25.000

6. Technische Daten / Hinweise zur Datenanlieferung:

Banner:

Anlieferung mind. 5 Arbeitstage vor Schaltung per E-Mail an sales@all-electronics.de (animiertes) GIF-Format, JPG, Flash-, HTML-, DHTML-Banner in den angegebenen Größen. Bilddateien bzw. Grafikdateien (auch Banner) immer als RGB (Farbschema). Maximale Dateigröße 20 KB. Bei Content-Ad, Wallpaper und Skyscraper 20–50 KB.

Videos:

Anlieferung mind. 3 Arbeitstage vor Schaltung als Flash oder Windows Media Video (WMV) je nach Datengröße per Mail (sales@all-electronics.de), CD-ROM/DVD oder Download-Link. Andere Formate müssen kostenpflichtig umgewandelt werden. Darstellungsgröße: 630x355 Pixel für Zoom-Darstellung, 200x140 für Vorschau. Maximale Videolänge 5 Minuten. Überlängen nach Vereinbarung.

7. Externer AdServer-Einsatz:

OpenAdStream von RealMedia



	1/2 Jan./Febr.	3 März	4 April	5 Mai	6 Juni	7 Juli	8/9 Aug./Sept.	10 Oktober	Sonder- heft	11 November	12 Dezember
ET*	22.02.2010	02.03.2010	07.04.2010	04.05.2010	07.06.2010	06.07.2010	15.09.2010	12.10.2010	12.10.2010	03.11.2010	16.12.2010
AS*	29.01.2010	08.02.2010	12.03.2010	12.04.2010	11.05.2010	14.06.2010	24.08.2010	20.09.2010	20.09.2010	08.10.2010	24.11.2010
RS*	07.01.2009	20.01.2010	22.02.2010	22.03.2010	03.05.2010	07.06.2010	30.07.2010	06.09.2010	30.08.2010	27.09.2010	29.10.2010
Messen	embedded world, Nürnberg 02.–04.03.2010	CeBIT, Hannover 02.–06.03.2010 DATE, Dresden 08.–12.03.2010 EMV, Düsseldorf 09.–11.03.2010 MEDTEC, Stuttgart 23.–25.03.2010	Light&Building, Frankfurt/M., 11.–16.04.2010 Hannover Messe, Hannover 19.–23.04.2010 Photovoltaic Technology Show 2010, Stuttgart 27.–29.04.2010	PCIM, Nürnberg 04.–06.05.2010 SENSOR+TEST, Nürnberg 18.–20.05.2010 LOPE-C, Frankfurt 31.05.–02.06.2010	SMT/HYBRID/PACKAGING Nürnberg 08.–10.06.2010 Fachtagung Automobil-Elektronik Ludwigsburg 15.–16.06.2010 Intersolar, München 09.–11.06.2010 Automotive Testing Expo, Stuttgart 23.–25.06.2010	IFA, Berlin 03.–08.09.2010	InnoTrans, Berlin 21.–24.09.2010 Wireless Technology Congress 22.–23.09.2010	discuss & discover, München, 19.–21.10.2010		electronica, München 09.–12.11.2010 Medica/CompaMed, Düsseldorf 17.–20.11.2010 SPS/IPC/DRIVES, Nürnberg 23.–25.11.2010	
Schwerpunkt 1	Embedded-Systeme Mikrocontroller, DSP, Mikroprozessoren, FPGAs, IP, CPU- Boards, Card-PCs sowie (Echtzeit-) Betriebsysteme Entwicklungswerkzeuge, Starter- Kits, Emulatoren, Compiler, IDE usw.	Elektronik CAE/CAD Leiterplatten CAD, Schaltungssym- these und -analyse, Simulation usw. Online Marktübersicht Anbieter von Elektronik CAE/CAD	Elektromechanik Gehäuse, Schalter, Steckverbinder, IC-Fassungen, Anschlussstechnik,- Relais, Kabel, Tastaturen, Ein- baudrucker, Kühlerkörper, Lüfter, E-Motoren, Aktoren, Leiterplatten, Aufbausysteme, Schränke, Heat- pipes usw.	Sensoren Temperatur, Feuchte, Druck, Position, Weg, Strahlung, Magnetfeld, Beschleunigung, Bildsensoren, Opto usw.	Elektromechanik / Passive Bauelemente Gehäuse, Schalter, Steckverbinder, IC-Fassungen, Anschlussstech- nik, Relais, Kabel, Tastaturen, Einbaudrucker, Kühlerkörper, Lüfter, E-Motoren, Aktoren, Leiterplatten, Aufbausysteme, Schränke, Heatpi- pes usw. Widerstände, Kondensato- ren, Induktivitäten, Transformato- ren, Übertrager, Magnete usw.	Analog-ICs / Mixed-Signal-ICs (AD-Wandler, DA-Wandler, Uf-Wandler, Operationsverstärker, Komparatoren, Spannungsreferen- zen, HF / NF-Verstärker, Messver- stärker usw.)	Programmierbare Logik, ASICs, SoCs (PLD, CPLD, FPGA, Gate Array, Standardzellen, FPAA, konfigurierbare Prozessoren usw.) Special: Bahnelektronik	electronica-Vorberichte Aktive Bauelemente, Passive Bauelemente, Mikromechanik, Elektromechanik, Entwicklungswerkzeuge, Emulato- ren, IDE, Leistungselektronik, Labor- messtechnik, Stromversorgungen, Embedded Systeme, EMV		Messeausgabe electronica Aktive Bauelemente, Passive Bauelemente, Mikromechanik, Entwicklungswerkzeuge, Emulato- ren, IDE, Leistungselektronik, Programmiergeräte, Stromversor- gungen, Embedded Systeme, EMV	electronica-Nachberichte Aktive Bauelemente, Passive Bauelemente, Mikromechanik, Entwicklungswerkzeuge, Emulato- ren, IDE, Leistungselektronik, Programmiergeräte, Messtechnik, Stromversorgungen, Embedded Systeme, EMV
Schwerpunkt 2	Programmierbare Logik, ASICs, SoCs PLD, CPLD, FPGA, Gate Array, Standardzellen, FPAA, konfigurierbare Prozessoren usw.	Stromversorgungen ICs, Netzteile, Laborstromversor- gungen, DC/DC-Wandler, AC/ DC-Wandler, PFC, Batterien, Akkus, Brennstoffzellen, Ladegeräte, USVs, Super-Caps usw.	Optoelektronik Photovoltaik, Displays, LEDs, OLEDs, Optokoppler, Sensoren usw. Special: Photovoltaik	Stromversorgungen/Leistungselek- tronik ICs, Netzteile, Laborstromversorgung, DC/DC-Wandler, AC/DC-Wandler, PFC usw. Special: Weiße Ware	Optoelektronik Optokoppler, Displays und Ansteuer-ICs, Hinterleuchtung, LEDs, OLEDs, LWL-Module, IrDA, CCD, CMOS-Bildsensoren, Laserdioden, Opto-Steckverbinder usw.	Stromversorgungen ICs, Netzteile, Laborstromversor- gung, DC/DC-Wandler, AC/DC Wandler, PFC, Batterien, Akkus, Brennstoffzellen, Ladegeräte, USVs, Super-Caps usw.	Aktive Bauelemente Logik-ICs, Mikrocontroller und -Prozessoren, Diskrete Halbleiter, Analog-ICs usw. Online Marktübersicht Distributoren aktiver Bauelemente	Leistungselektronik MOSFETs, Bipolare Transistoren, IGBTs, IPMs, Smartpower, Dioden, Halbleiter-Relais, Powermanage- ment, ASICs inkl. Ansteuerelektronik, Wärmeleitmaterial, Bodenplatten- lose Module, usw. Leistungselektronik für Weiße Ware		Elektromechanik Gehäuse, Schalter, Steckverbinder, IC-Fassungen, Anschlussstech- nik, Relais, Kabel, Tastaturen, Einbaudrucker, Kühlerkörper, Lüfter, E-Motoren, Aktoren, Leiterplatten, Aufbausysteme, Schränke, Heat- pipes usw.	Quarze/Oszillatoren SMD-Quarze und -Oszillatoren, Frequenznormale, OFW-Filter und -Oszillatoren, DCF77- und GPS- Anbindung
Weitere Themen	Wireless / Mikrowellentechnik Chipsätze, Basisband-ICs, HF-ICs / Module, Peripherie-ICs, Antennen, Steckverbinder, Software usw. Messtechnik für Mobilfunk/Satelli- tenfunk und -Navigation Messtechnik Oszilloskope, DSO, Signalanaly- satoren, Spektrumanalysatoren, Signalgeneratoren, Funktionsgene- ratoren, Arb-Generatoren, Schreiber, Logikanalysatoren, Messkarten, Software usw.	Special: EMV-Messtechnik / EMV-Komponenten EMV-Messplätze, Antennen, Referenzquellen, EMV-Dienstleister, EMV-Komponenten wie Filter, Abschirmmaterial usw. Quarze / Oszillatoren SMD-Quarze und -Oszillatoren, Frequenznormale, OFW-Filter und -Oszillatoren, DCF77- und GPS- Anbindung	Boardprodukte SBCs, Grafik, Speicher, DSP, I/O, Telekom usw. Analog-ICs/Mixed-Signal-ICs AD-Wandler, DA-Wandler, Uf- Wandler, Operationsverstärker, Komparatoren, Spannungsreferen- zen, HF/NF-Verstärker, Messver- stärker usw.	Messtechnik Oszilloskope, DSO, Signalanaly- satoren, Spektrumanalysatoren, Signalgeneratoren, Funktionsgene- ratoren, Arb-Generatoren, Schreiber, Logikanalysatoren, Messkarten, PC- gestützte Messtechnik, Software usw. Wireless/ Mikrowellentechnik HF- und Mikrowellen-ICs und -Modu- le, Stromversorgung, Elektromecha- nik, Antennen, RFID, Standards wie Bluetooth, Zigbee, WLAN, WiFi usw.)	Embedded-Systeme Mikrocontroller, DSP, Mikroprozes- soren, IP, CPU-Boards, Card-PCs, sowie (Echtzeit-)Betriebsysteme Entwicklungswerkzeuge, Starter- Kits, Emulatoren, Compiler, IDE usw.	Quarze / Oszillatoren SMD-Quarze und -Oszillatoren, Frequenznormale, OFW-Filter und -Oszillatoren, DCF77- und GPS- Anbindung	Messtechnik Oszilloskope, DSO, Signalanaly- satoren, Spektrumanalysatoren, Signal- generatoren, Funktionsgeneratoren, Arb-Generatoren, Schreiber, Logikanalysatoren, Messkarten, Software usw.	Satellitennavigation/GPS/GALILEO Optoelektronik Optokoppler, Displays und Ansteuer-ICs, Hinterleuchtung, LEDs, OLEDs, LWL-Module, IrDA, CCD, CMOS-Bildsensoren, Laserdioden, Opto-Steckverbinder usw.		Messtechnik Oszilloskope, DSO, Signalanaly- satoren, Spektrumanalysatoren, Signalgeneratoren, Funktionsgene- ratoren, Arb-Generatoren, Schreiber, Logikanalysatoren, Messkarten, USB, Ethernet.	Stromversorgungen ICs, Netzteile, DC/DC-Wandler, PFC, Batterien, Akkus, Brennstoffzellen, Super-Caps Ladegeräte, USVs usw.
	Kfz-Elektronik Bauelemente für Automobil- Anwendungen Mikrocontroller, Signalprozessoren und sonstige ICs, Sensoren, Elektro- mechanik, Passive Komponenten, Systeme Sicherheitsbusse (Flexray, TTP usw.)			Kfz-Elektronik Leistungselektronik (Smartpower, Halbleiter für Bordnetze), Sensoren (für alle Größen, Sensorfusion)	Kfz-Elektronik Mess-/Prüftechnik Mobile Messtechnik, Akustik, Schwingungsmesstechnik, Software/Designtools OSEK, Werkzeuge für Entwicklung, Test / Diagnose, und Applikationen von Embedded Software, EMV- Messtechnik, Test von Embedded Applikationen					Kfz-Elektronik Bauelemente Mikrocontroller, Signalprozessoren, und sonstige ICs für Kfz-Appli- kationen, Multimedia, Bluetooth im Kfz, Optoelektronik Programmierbare Logik, CPLD, FPGA Automobil-Elektronik-Systeme FlexRay, CAN, LIN, MOST, IEEE-1394 usw.	

In jeder Ausgabe: Gewinnspiele – Abgekündigte Bauelemente – High Tech Toys – Online-Only Artikel

APPLICATION GUIDE 2010
Wir zeigen den Weg zu Applikationsschriften,
White Papers und längeren Artikeln von Halbleiter- und Messgeräteherstellern

*ET = Erscheinungstermin, AS = Anzeigenschluss, RS = Redaktionsschluss

Ihre Ansprechpartner im In- und Ausland

VERLAG

Hüthig GmbH
Im Weiher 10
D-69121 Heidelberg
Telefon +49 (0) 6221 489-0
Telefax +49 (0) 6221 489-482
Internet: www.huethig.de

ANZEIGEN

Anzeigenleitung:

Andreas Bausch
Telefon +49 (0) 6221 489-363
Telefax +49 (0) 6221 489-482
E-Mail: andreas.bausch@huethig.de

Media Beratung:

Jan Käßler
Telefon +49 (0) 6221 489-402
Telefax +49 (0) 6221 489-482
E-Mail: jan.kaepler@huethig.de

Hagen Reichhoff

Telefon +49 (0) 6221 489-304
Telefax +49 (0) 6221 489-482
E-Mail: hagen.reichhoff@huethig.de

Christiane Völzke

Telefon +49 (0) 8191 125-679
Telefax +49 (0) 8191 125-141
E-Mail: christiane.voelzke@huethig.de

Anzeigenassistent:

Simone Geiß
Telefon +49 (0) 6221 489-232
Telefax +49 (0) 6221 489-482
E-Mail: simone.geiss@huethig.de

Christine Grimm

Telefon +49 (0) 6221 489-598
Telefax +49 (0) 6221 489-482
E-Mail: christine.grimm@huethig.de

Susanne Kempfner

Telefon +49 (0) 6221 489-348
Telefax +49 (0) 6221 489-482
E-Mail: susanne.kempfner@huethig.de

Anzeigendisposition:

Angelika Scheffler
Telefon +49 (0) 6221 489-392
Telefax +49 (0) 6221 489-482
E-Mail: angelika.scheffler@huethig.de

REDAKTION

Dipl.-Ing. Siegfried Best
Chefredakteur
Telefon +49 (0) 6221 489-240
E-Mail: siegfried.best@huethig.de

Dipl.-Ing. Hans Jaschinski
Telefon +49 (0) 6221 489-260
E-Mail: hans.jaschinski@huethig.de

Dipl.-Ing. Alfred Vollmer
Telefon +49 (0) 89 60668579
E-Mail: ei@avollmer.de

Redaktionsassistentz/Sonderdrucke:

Diana Bönning
Telefon +49 (0) 6221 489-206
Telefax +49 (0) 6221 489-482
E-Mail: diana.boenning@huethig.de

INLAND

Nordrhein-Westfalen
Matthias Hofmann
Wiesenweg 2
33175 Bad Lippspringe
Telefon +49 (0) 5252 938063
Telefax +49 (0) 5252 938065
E-Mail: info-m.hofmann@web.de

Württemberg

Bogisch GmbH
Dipl.-Kfm. Hans-Jörg Bogisch
Dipl.-Kfm. Dirk Bogisch
Goethestr. 15
73119 Zell unter Aichelberg
Telefon +49 (0) 7164 4071
Telefax +49 (0) 7164 6523
E-Mail: info@bogisch.com

Baden, Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland

Media Beratung International
Marietta Beck
Bubenhofenstraße 21
72419 Neufra
Telefon +49 (0) 7574 936112
Telefax +49 (0) 7574 936113
E-Mail: marietta.beck@t-online.de

Bayern

Werner Rappelt
Sonnenstraße 4a
86949 Windach
Telefon +49 (0) 8193 997474
Telefax +49 (0) 8193 997475
E-Mail: rappelt@t-online.de

Berlin, Brandenburg, Bremen, Hamburg, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen, Sachsen, Sachsen-Anhalt, Schleswig-Holstein, Thüringen

Marion Taylor-Hauser
Max-Böhm-Ring 3
95488 Eckersdorf
Telefon +49 (0) 921 31663
Telefax +49 (0) 921 32875
E-Mail: taylor.m@t-online.de

AUSLAND

Belgien, Frankreich
SL REGIE
Sophie Lallonder
12, allée des Crételles
37300 Joué-Lès-Tours
Telefon +33 2 47382460
Telefax +33 2 90801222
E-Mail: sophie.lallonder@wanadoo.fr

Großbritannien

Richard H. Thompson
38 Addison Avenue
GB-London W11 4QP
Telefon +44 20 76021065
Telefax +44 20 76022198
E-Mail: richardmedia@yahoo.com

Österreich, Niederlande

Christiane Völzke
Justus-von-Liebig-Straße 1
D-86899 Landsberg
Telefon +49 (0) 8191 125-679
Telefax +49 (0) 8191 125-141
E-Mail: christiane.voelzke@huethig.de

Schweiz, Liechtenstein

Monika B. Ailingner
MarCoMedia GmbH
Obereichlweg 31
CH-6405 Immensee
Telefon +41 41 8504424
Telefax +41 41 8504429
E-Mail: m.ailingner@marcomedia.ch

USA, Kanada

Marion Taylor-Hauser
Max-Böhm-Ring 3
95488 Eckersdorf
Telefon +49 (0) 921 31663
Telefax +49 (0) 921 32875
E-Mail: taylor.m@t-online.de



Der direkte Weg zur Applikation

In der heutigen Zeit kann sich kein Elektronik-Entwickler mehr leisten, Stunden mit der Suche nach Applikationsschriften zu verbringen, denn Zeit ist bekanntlich ein knappes Gut, das möglichst effizient genutzt werden sollte. Die elektronik industrie bietet dafür die ideale Lösung: den Application Guide.

Die Applikationen werden in kurzer Form im Sonderheft präsentiert und stehen in voller Länge als Download auf dem Online-Portal all-electronics.de zur Verfügung.

Präsentieren Sie Ihre Applikationen

Der Aufwand für Sie ist gering: Sie senden uns Applikationsschriften, White Paper oder sonstige längere Artikel als PDF-Datei (eine Übersetzung ins Deutsche ist nicht notwendig). Die Redaktion verfasst eine Kurzform der Applikationsschrift, die zusammen mit einem Produktbild, Block- oder Leistungsdiagramm im Application Guide veröffentlicht wird.

Die komplette Applikationsschrift wird auf unser Portal gestellt und mit einem individuellen infoDIRECT-Code versehen, mit dem sie direkt abrufbar ist. Auf Wunsch kann die Applikationsschrift auch auf Ihrer Webseite verlinkt werden. In diesem Fall wird ein spezieller Deep-Link eingerichtet.

ERSCHEINUNGSTERMIN:	12.10.2010
ANZEIGENSCHLUSS:	20.09.2010
AUFLAGE:	20.000 Exemplare (Vollbeilage Oktoberausgabe elektronik industrie)
PREISE:	pro Applikation € 680,-
MENGENRABATTE:	2 Applikationen 10 % 4 Applikationen 15 % 8 Applikationen 20 %
HEFTFORMAT:	200 mm breit x 280 mm hoch

Hüthig GmbH, Im Weiher 10, D-69121 Heidelberg, Telefon +49 (0) 6221 489-0, Telefax +49 (0) 6221 489-482, Internet: www.elektronik-industrie.de

Adressvermietung

Optimieren Sie Ihre Direktmailing-Aktionen! verlag moderne industrie und Hüthig bieten Ihnen den Zugriff auf eine aktuelle Adressdatenbank mit rund 500.000 Ansprechpartnern. Selektionen nach Wirtschaftszweigen, (z.B. Maschinenbau, Fahrzeugbau), Funktionen (z.B. Unternehmensleitung, Konstruktion, Entwicklung), Positionen (z.B. Werks-Betriebsleitung, Abteilungsleitung, Fachkraft), Betriebsgröße (z.B. ab 50 Mitarbeiter bis 1000 Mitarbeiter) oder regionaler Verbreitung liefern Ihnen exakt die gewünschte Zielgruppe. Gerne erstellen wir Ihnen für Ihre Werbeaktion ein Angebot.

Wenn keine abweichende Vereinbarung über Mehrfachverwendung getroffen wird, sind alle gelieferten Adressen nur zur einmaligen Nutzung bestimmt.

Online-Werbung auf den Fachportalen von verlag moderne industrie und Hüthig
Nähere Informationen entnehmen Sie bitte dem Sonderblatt „Online-Werbung“, Seite 7/8/9

Sonderdrucke

Ziehen Sie einen Doppelnutzen aus Ihrem Beitrag in unseren Zeitungen und Zeitschriften. Sonderdrucke sind die ideale Ergänzung Ihrer Werbemaßnahmen. Journalistisch objektiv und überzeugend! Senden Sie einen Nachdruck Ihres Beitrags an Kunden, verteilen Sie ihn auf Messen oder über Ihren Außendienst!

mic – management information center GmbH

Die mic GmbH plant, konzipiert und organisiert unter den Marken mic und managerakademie Kongresse, Seminare und Tagungen in den Bereichen Medizin, Umwelt/Sicherheit, Energie, Automobil, Industrietechnik, Produktion und Verkehr/Logistik, Finanzen/Banken/Versicherungen sowie Marketing/Kommunikation. Viele Veranstaltungen bieten zudem anspruchsvolle Fachausstellungen und Firmenpräsentationen. Darüber hinaus planen und organisieren mic und managerakademie auf den jeweiligen Kunden zugeschnittene Veranstaltungsformate auch als Dienstleistung für Interessenten aus Industrie, Wirtschaft und Wissenschaft.

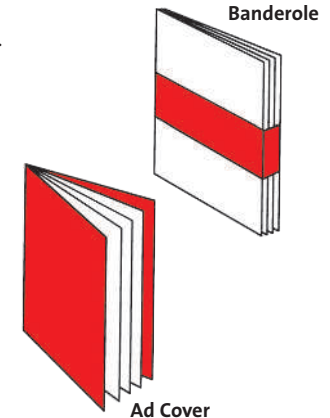
Weitere Informationen zu allen Sonderwerbformen erhalten Sie von Ihrem Verkaufsteam!

Sonderwerbformen

Entdecken und nutzen Sie eine der vielen, kreativen Sonderwerbformen für Ihr Produkt.

Unsere Sonderwerbformen sind:

Ad Cover	Postkarten-Beihefter
Titelklappe	Single-Page-Beihefter
Gatefolder	Halbseitiger Beihefter
Banderole	Poster-Beihefter
Vollbeilage	Beikleber
Teilbeilage	Geschlossene Anzeige
Altarfalz-Beihefter	Anzeigenstrecke
Stufen-Beihefter	Sonderfarben



Ad Cover: Drumherum – aber nicht außen vor!

Dieser 4-seitige Bogen wird um den regulären Heftumschlag herumgelegt. Nur bei Klammerheftung möglich!

Banderole: Um diesen Eyecatcher kommt man nicht drum herum!

Auf der Titelseite kann z. B. auf eine Anzeigenseite im Heft verwiesen werden. Die Banderole wird mit Klebestreifen auf der Rückseite verschlossen. Sie ist in verschiedenen Breiten erhältlich.

Informieren Sie sich über Insertionsmöglichkeiten und Themenvorschau!

16 Auflagenkontrolle:



17 Auflagen-Analyse:

Exemplare pro Ausgabe im
Jahresdurchschnitt
(1. Juli 2008 – 30. Juni 2009)

Druckauflage: 20.200

Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):	19.792	davon Ausland:	1.311
---	--------	----------------	-------

Verkaufte Auflage:	2.048	davon Ausland:	28
– abonnierte Exemplare:	126	davon Mitgliederstücke:	–
– sonstiger Verkauf:	1.922		
– Einzelverkauf:	0		

Freistücke: 17.744

Rest-, Beleg- und Archivexemplare: 408

18 Geographische Verbreitungsanalyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	90,1	17.828
Ausland	6,6	1.311
Sonstige*	3,3	653
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	19.792

Verbreitung nach Nielsen-Gebieten:	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Nielsen-Gebiet 1 Hamburg, Bremen, Schleswig-Holstein, Niedersachsen	11,3	2.015
Nielsen-Gebiet 2 Nordrhein-Westfalen	15,3	2.728
Nielsen-Gebiet 3a Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland	11,8	2.104
Nielsen-Gebiet 3b Baden-Württemberg	28,2	5.026
Nielsen-Gebiet 4 Bayern	22,9	4.083
Nielsen-Gebiete 5-7 Berlin und neue Bundesländer	10,5	1.872
Tatsächlich verbreitete Auflage Inland (tvA)	100,0	17.828

*Nicht analysierte Auflage wie z. B. Messe- und Kongressexemplare etc.

19 Branchen / Wirtschaftszweige / Fachrichtungen / Berufsgruppen

Nr. der Klassifikation WZ 2008	Empfängergruppen (lt. Klassifikation der Wirtschaftszweige, WZ 2008)	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
		%	Empfänger
26.5, 33.2, 27.9	Industrieautomation, Prozessautomation, MSR-Technik	18,4	3.642
28	Maschinenbau	11,5	2.276
29, 30	Automobilbau, Fahrzeugbau, Transportation	19,2	3.800
26.5, 32.5	Medizinelektronik	5,5	1.089
26.4	Konsumelektronik	4,1	811
27.5	Weißer Ware, Elektrogeräte	6,9	1.366
26.2	Datenverarbeitung	7,0	1.385
26.1	Elektronische Bauelemente	8,5	1.682
71.12	Ingenieurbüros	6,2	1.227
26.3	Telekommunikationstechnik, Navigation	5,5	1.089
35	Energietechnik, Stromversorgung, Batterien	3,9	772
	Sonstige*	3,3	653
	Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	19.792

* Nicht analysierte Auflage wie z.B. Messe- und Kongressexemplare etc.

20 Größe der Wirtschaftseinheit:

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Empfänger
1 – 49 Beschäftigte	26,2	5.186
50 – 199 Beschäftigte	22,2	4.394
200 – 499 Beschäftigte	14,8	2.929
500 und mehr Beschäftigte	33,5	6.630
Sonstige*	3,3	653
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	19.792

* Nicht analysierte Auflage wie z.B. Messe- und Kongressexemplare etc.

21.1 Tätigkeitsmerkmal: Aufgabenbereich

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Empfänger
Elektronik-Entwickler	80,4	15.913
Unternehmensleitungen in kleinen Unternehmen mit Tätigkeitsschwerpunkt Elektronik-Entwicklung	12,4	2.454
Einkauf, Vertrieb, Marketing, Projektmanagement	3,9	772
Sonstige*	3,3	653
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	19.792

* Nicht analysierte Auflage wie z.B. Messe- und Kongressexemplare etc.

21.2 Tätigkeitsmerkmal: Stellung (Position) im Betrieb

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Empfänger
Fachkraft	42,9	8.491
Abteilungs-, Bereichs- und Projektleitung	43,2	8.550
Geschäftsführung	10,1	1.999
Weitere Positionen	0,5	99
Sonstige*	3,3	653
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	19.792

* Nicht analysierte Auflage wie z.B. Messe- und Kongressexemplare etc.

- 22 **Bildung/Ausbildung: Berufliche Stellung**
- 23 **Alter**
- 24 **Gemeindegrößenklassen**

} Nicht erhoben, weil der Nutzungswert dieser Fachzeitschrift beim Empfänger hiervon nicht abhängig ist.

1. Untersuchungsmethode:

Empfänger-Struktur-Analyse durch Dateiauswertung – Total-Erhebung

2. Beschreibung der Empfängerschaft zum Zeitpunkt der Datenerhebung:

2.1 Beschaffenheit der Datei:

In der Empfängerdatei sind die Anschriften aller Empfänger erfasst. Aufgrund der vorhandenen postalischen Angaben kann die Datei nach Postleitzahlen, bzw. Inlands- und Auslandsempfängern sortiert werden. Ergänzend sind in der Datei erfasst: Branchenzugehörigkeit, Betriebsgrößenklassen und Tätigkeitsmerkmale.

2.2 Gesamtzahl der Empfänger in der Datei: 53.479

2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger: 51.308

2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

– Verkaufte Auflage	2.048
davon: abonnierte Exemplare	126
Einzelverkauf	0
sonstiger Verkauf	1.922
– Freistücke	17.744
davon: ständige Freistücke	123
wechselnde Freistücke	17.213
Werbeexemplare	408

Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	19.792
→ davon Inland	18.481
→ davon Ausland	1.311

3. Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA)	19.792 = 100,00 %
Davon in der Untersuchung nicht erfasst:	
→ Werbeexemplare	408 = 2,06 %
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA)	19.384 = 97,94 %

3.2 Tag der Datei-Auswertung: 01.08.2009

3.3 Beschreibung der Datenbasis:

Für die Zuordnung der Empfänger zu den Merkmalen Branchen, Betriebsgröße und Tätigkeitsmerkmale wurden die bei der Vertriebsunion Meynen in Eltville gespeicherten Daten verwendet.

3.4 Zielperson der Untersuchung:

Die in der Datei erfassten persönlichen Empfänger in Institutionen.

3.5 Definition des Lesers: entfällt

3.6 Zeitraum der Untersuchung: Juni 2009

3.7 Durchführung der Untersuchung: Verlag

Diese Untersuchung entspricht in der Anlage, Durchführung und Berichterstattung dem ZAW-Rahmenschema für Werbeträger-Analysen in der aktuellen Fassung.

5 starke Titel – Jeder ein Volltreffer



**elektronikJOURNAL –
Das D+A+CH-Magazin von Profis für Profis:**

Technik und Wirtschaft auf den Punkt gebracht

Das elektronikJOURNAL erreicht alle mit Elektronik befassten Entscheider insbesondere in Entwicklung, Einkauf und Management von Unternehmen in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Im Fokus stehen die technischen und wirtschaftlichen Benefits von Produkten und Lösungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette.



IEE – Automatisierung + Datentechnik:

Die Informationsplattform für Automatisierungs-Experten

Die IEE ist ein praxis- und lösungsorientiertes Fachmagazin für die elektrische Automatisierungstechnik und Antriebstechnik. Die IEE erreicht Investitionsentscheider in der Elektrokonstruktion sowie Projekt- und Bereichsleitung in der Automatisierung. Die anwenderorientierte und auf die Tätigkeitsfelder der Leserzielgruppen abgestimmte redaktionelle Ausrichtung umfasst die gesamte Automatisierungspalette von den Komponenten bis zum System über die „Leit-, Steuerungs- und Feldebene“ hinweg.



elektronik industrie – Branchenorientierte Applikationen für Elektronik-Entwickler

Was Entwickler wissen müssen

elektronik industrie erreicht speziell Elektronik-Entwickler in allen relevanten Branchen. Im Fokus stehen praxis- und applikationsorientierte Beiträge und Trends. Vom Fachredakteur selbst recherchiert kann der Leser diese direkt in seinen beruflichen Alltag umsetzen.



**productronic –
Fachzeitschrift für Elektronik-Fertigung:**

Technologien und Trends aus erster Hand

productronic erreicht alle Entscheider und Fachleute der Elektronik-Fertigung. Als Meinungs- und Marktführer informiert productronic umfassend und selbstrecherchiert über alle Aspekte der effizienten und wirtschaftlichen Fertigung.



AUTOMOBIL-ELEKTRONIK:

Themen und Trends für Macher

AUTOMOBIL-ELEKTRONIK wendet sich an Manager und Ingenieure in der Automobil-Elektronik-Entwicklung und -Fertigung entlang der gesamten Wertschöpfungskette vom Bauelement über die Tiers bis hin zum OEM. AUTOMOBIL-ELEKTRONIK deckt die Pkw- und Nutzfahrzeug-Elektronik ab. Zusammen mit der Schwesterzeitschrift AUTOMOBIL-PRODUKTION und dem führenden Automobilelektronik-Kongress bietet AUTOMOBIL-ELEKTRONIK eine am Markt einzigartige Kombination und damit überlegene Kompetenz sowohl in technischer als auch in wirtschaftlicher Hinsicht.

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen, Beilagen und Online-Werbemittel

§ 1 Geltung, Ausschließlichkeit

1. Für die Annahme und die Veröffentlichung aller Werbeaufträge sowie Folgeaufträge gelten ausschließlich die vorliegenden AGB sowie die zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses aktuelle Preisliste des Verlages, deren Regelungen einen wesentlichen Vertragsbestandteil bilden. Die Gültigkeit etwaiger AGB des Auftraggebers ist, soweit sie mit diesen AGB nicht übereinstimmen, ausgeschlossen.
2. Diese AGB gelten sinngemäß für Beilagenaufträge. Diese werden vom Verlag grundsätzlich erst nach Vorlage eines Modells angenommen.

§ 2 Angebot, Vertragsschluss

1. Aufträge für Anzeigen können persönlich, telefonisch, schriftlich, per Telefax, per E-Mail oder per Internet aufgegeben werden. Der Verlag haftet nicht für Übermittlungsfehler.
2. Ein Vertrag kommt erst durch die schriftliche Auftragsbestätigung des Verlages zustande. Es gilt jeweils die im Zeitpunkt des Vertragsschlusses gültige Preisliste.
3. Der Verlag ist berechtigt, Anzeigenaufträge, auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Gesamtabschlusses, nach pflichtgemäßem Ermessen abzulehnen. Dies gilt insbesondere, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder vom deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde, deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder Beilagen durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung erwecken oder Fremdanzeigen enthalten. Der Verlag hat die Ablehnung unverzüglich nach Kenntniserlangung der betreffenden Inhalte zu erklären.

§ 3 Preise, Zahlungsbedingungen, Preisreduzierung

1. Der Preis für die Veröffentlichung einer Anzeige richtet sich nach der zurzeit gültigen Preisliste. Bei Änderung der Anzeigenpreisliste gelten die neuen Bedingungen auch für laufende Verträge.
2. Die in der Preisliste bezeichneten Nachlässe werden nur dem Auftraggeber und nur für die innerhalb eines Jahres erscheinenden Anzeigen gewährt (Anzeigenjahr). Wiederholungsrabatte gelten nur innerhalb eines Anzeigenjahres. Die Frist beginnt mit dem Erscheinen der ersten Anzeige, welche nicht anders vereinbart ist.
3. Bei Erweiterung des Auftrages entsteht ein Anspruch auf rückwirkenden Rabatt, sofern der Grundauftrag rabattfähig war. Der Anspruch erlischt, wenn er nicht spätestens einen Monat nach Ablauf des Anzeigenjahres geltend gemacht wird. Erreicht ein Auftrag nicht das vorhergesehene Auftragsvolumen, so wird der zuviel gewährte Preisnachlass nachträglich in Rechnung gestellt.
4. Der Rechnungsbetrag ist netto (ohne Abzug) innerhalb von 30 Tagen ab Rechnungsdatum zur Zahlung fällig. Bei Vorauskasse oder Einräumung einer Einzugsvollmacht gewährt der Verlag dem Auftraggeber ein Skonto in Höhe von 2 % des Rechnungsbetrages.
5. Zahlungen müssen kassenlos und spesenfrei auf die in der Rechnung angegebenen Bankdaten des Verlages geleistet werden.
6. Bei Zahlungsverzug werden Zinsen entsprechend § 288 BGB berechnet. Mahn- und Inkassokosten, die durch Zahlungsverzug entstehen, trägt der Auftraggeber. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung eines laufenden Auftrags bis zur Bezahlung zurückstellen und Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Abschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen abweichend von einem ursprünglich vereinbarten Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Anzeigenentgelts und vom Ausgleich offener Rechnungsbeträge abhängig zu machen. Fehlerhafte Anzeigenrechnungen können innerhalb von sechs Monaten nach Rechnungsstellung korrigiert werden.
7. Sämtliche Preise verstehen sich zuzüglich Mehrwertsteuer in gesetzlicher Höhe am Tag der Rechnungsstellung.
8. Bei Anzeigenaufträgen aus dem Ausland, die nicht mehrwertsteuerpflichtig sind, erfolgt die Rechnungsstellung ohne Mehrwertsteuerberechnung. Der Verlag ist zur Nachberechnung der Mehrwertsteuer berechtigt, wenn die Finanzverwaltung die Steuerpflicht der Anzeige bejaht.
9. Aus einer Auftragsminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisreduzierung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Inserationsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auftragsminderung ist nur dann ein zur Preisreduzierung berechtigter Mangel, wenn eine zugesicherte Auflage um mindestens 20 % unterschritten wird.

§ 4 Vertragsabwicklung

1. Anzeigenaufträge sind innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzuwickeln, beginnend mit dem Erscheinen der ersten Anzeige.
2. Für die rechtzeitige Lieferung fehlerfreier Druckvorlagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckvorlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet für die belegte Ausgabe übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Druckvorlagen werden nur auf besondere Aufforderung an den Auftraggeber zurückgesandt, andernfalls gehen sie in das Eigentum des Verlages über. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet sechs Monate nach Ablauf des Auftrages.
3. Kosten für die Anfertigung bestellter Vorlagen, Filme oder Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte und zu vertretende erhebliche Änderungen vornehmlich vereinbarter Ausführungen trägt der Auftraggeber.
4. Probeaufzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit des zurückgesandten Abzugs. Wird der Abzug nicht fristgemäß an den Verlag zurückgeschickt, so gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt.
5. Komplette Belegexemplare liefert der Verlag auf Anfrage nur ab viertelseitigen Anzeigen.
6. Die Aufmachung und Kennzeichnung redaktionell gestalteter Anzeigen ist rechtzeitig vor Erscheinen mit dem Verlag abzustimmen. Textileinfachungen müssen sich schon durch ihre Grundstruktur vom redaktionellen Text unterscheiden. Der Verlag ist berechtigt, Anzeigen, die nicht als solche zu erkennen sind, deutlich als Werbung zu kennzeichnen.
7. Zuschriften auf Chiffrenzettelungen werden bis vier Wochen nach Veröffentlichung der Anzeige aufbewahrt und dem Auftraggeber auf normalem Postwege zugesandt (auch wenn es sich um Express- oder Einschreibesendungen handelt). Eine Gewähr für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Offerten übernimmt der Verlag jedoch nicht.
8. Die in der Preisliste ausgewiesenen Anzeigenschlüsse und Erscheinungstermine sind für den Verlag unverbindlich. Dem Verlag steht es frei, diese kurzfristig dem Produktionsablauf entsprechend anzupassen.
9. Anzeigenaufträge können nur rückwirkend spätestens zum Anzeigenschlusstermin, und schriftlich, per Telefax oder E-Mail gekündigt werden. Ist die Anzeige bereits in Druck gegeben, hat der Auftraggeber die Anzeige zu bezahlen. Ansonsten kann der Verlag die Erstattung der bis zur Kündigung angefallenen Kosten nach den gesetzlichen Vorschriften verlangen.

10. Der Auftraggeber ist für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der Anzeige verantwortlich. Er stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter wegen der Veröffentlichung der Anzeige frei, einschließlich der angemessenen Kosten zur Rechtsverteidigung. Der Verlag ist nicht zur Prüfung verpflichtet, ob ein Anzeigenauftrag die Rechte Dritter beeinträchtigt. Wird der Verlag durch gerichtliche Verfügung z.B. zum Abdruck einer Gegenandstellung aufgrund der geschalteten Anzeige verpflichtet, hat der Auftraggeber die Kosten nach der gültigen Anzeigenpreisliste zu tragen.
11. Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen gegenüber den Werbungstreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Vermittlungsprovision errechnet sich aus dem Kundennetto, also nach Abzug von Rabatt, Boni und Mängelnachlass. Die Vermittlungsprovision fällt nur bei Vermittlung von Aufträgen Dritter an. Sie wird nur an vom Verlag anerkannte Werbeagenturen vergütet unter der Voraussetzung, dass der Auftrag unmittelbar von der Werbeagentur erteilt wird, ihr die Beschaffung der fertigen und druckreifen Druckunterlagen obliegt und eine Gewerbeabmeldung als Werbeagentur vorliegt. Dem Verlag steht es frei, Aufträge von Werbeagenturen abzulehnen, wenn Zweifel an der berufsmäßigen Ausübung der Agenturtypik oder der Bonität der Werbeagentur bestehen. Anzeigenaufträge durch Werbeagenturen werden in deren Namen und auf deren Rechnung erteilt. Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag daher im Zweifel mit der Werbeagentur zustande. Soll ein Werbungstreibender Auftraggeber werden, muss dies gesondert unter namentlicher Nennung des Werbungstreibenden vereinbart werden. Der Verlag ist berechtigt, von der Werbeagentur einen Mandatsnachweis zu verlangen.

§ 5 Mängelgewährleistung

1. Für die Aufnahme von Anzeigen in bestimmte Nummern oder Ausgaben oder an bestimmten Plätzen wird keine Gewähr geleistet.
2. Der Verlag gewährleistet die drucktechnisch einwandfreie Wiedergabe der Anzeigen entsprechend Ausmaß auf Auflagenpapier. Voraussetzung ist die Zusendung geeigneter Druckvorlagen (vgl. Anzeigen in Preisliste).
3. Farbanzeigen: Bei digital übermittelten Druckvorlagen für Farbanzeigen ist gleichzeitig ein Farb-Proof vom Kunden mitzuliefern. Ansonsten bestehen keine Ersatzansprüche des Kunden wegen etwaiger Farbabweichungen.
4. Reklamationen müssen vom Auftraggeber bei offensichtlichen Mängeln spätestens innerhalb von zwei Wochen nach Eingang der Rechnung geltend gemacht werden. Nicht offensichtliche Mängel muss der Auftraggeber spätestens ein Jahr nach Veröffentlichung der entsprechenden Druckschrift reklamieren. Bei fehlerhafter Abdruck einer Anzeige, trotz rechtzeitiger Lieferung einwandfreier Druckvorlagen und rechtzeitiger Reklamation, kann der Auftraggeber den Abdruck einer einwandfreien Ersatzanzeige verlangen. Der Anspruch auf Nacherfüllung ist ausgeschlossen, wenn dies für den Verlag mit unverhältnismäßigen Kosten verbunden ist. Lässt der Verlag eine Ersatzanzeige drucken, verweigert er die Nacherfüllung, ist die Nacherfüllung dem Auftraggeber nicht zumutbar oder schlägt sie fehl, so hat der Auftraggeber das Recht, vom Vertrag zurückzutreten oder Zahlungskinderungen in dem Ausmaß geltend zu machen, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Gewährleistungsansprüche von Kaufleuten verjähren 12 Monate nach Veröffentlichung der entsprechenden Anzeige. Beachtet der Auftraggeber die Empfehlungen des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von digitalen Druckunterlagen nicht, stehen ihm keine Ansprüche wegen fehlerhafter Anzeigenveröffentlichung zu. Dies gilt auch, wenn er sonstige Regelungen dieser AGB der Preisliste nicht beachtet.
5. Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden diese erst bei Druckvorgang deutlich, so hat der Kunde bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche.
6. Beachtet der Kunde die Empfehlungen des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von digitalen Druckunterlagen nicht, so stehen ihm keine Ansprüche wegen fehlerhafter Anzeigenveröffentlichung zu.
7. Der Kunde haftet dafür, dass die übermittelten Dateien frei von Computerviren sind. Dateien mit Computerviren kann der Verlag löschen, ohne dass der Kunde hieraus Ansprüche herleiten könnte. Der Verlag behält sich zudem Ersatzansprüche vor, wenn die Computerviren beim Verlag weiteren Schaden verursachen.
8. Für vom Auftraggeber bereitgestelltes Material (Einhefter, Beilagen etc.) übernimmt der Verlag keine Gewähr für die Richtigkeit der als geliefert bezeichneten Mengen oder Qualitäten.

§ 6 Haftung

1. Der Verlag haftet für vorsätzlich oder grob fahrlässig verursachte Schäden, für Schäden aus schuldhafter Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit sowie für Schäden aufgrund mindestens leicht fahrlässiger Verletzung einer Pflicht, die für die Erreichung des Vertragszwecks von wesentlicher Bedeutung ist (Kardinalspflicht). Die Schadensersatzpflicht ist - abgesehen von der Haftung für Vorsatz und schuldhafter Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit - auf den vorhersehbaren, typischerweise eintretenden Schaden begrenzt. Im Übrigen sind Schadensersatzansprüche des Verlags unabhängig vom Rechtsgrund ausgeschlossen. Soweit die Haftung des Verlages nach den vorstehenden Regelungen ausgeschlossen oder beschränkt ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung seiner Mitarbeiter, Vertreter und Erfüllungsgehilfen. Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz bleibt unberührt. Schadensersatzansprüche gegen den Verlag verjähren, abgesehen von Ansprüchen aus unerlaubter oder vorsätzlicher Handlung, in 12 Monaten nach dem Zeitpunkt, in dem der Auftraggeber von den den Anspruch begründenden Umständen Kenntnis erlangt hat oder hätte erlangen müssen.
2. Der Verlag wird im Falle höherer Gewalt und bei vom Verlag unverschuldeten Arbeitskampfmäßigkeiten von der Verpflichtung zur Auftragsbefreiung frei; Schadensersatzansprüche bestehen deswegen nicht.

§ 7 Speicherung von Kundendaten

Der Verlag speichert im Rahmen der Geschäftsbeziehungen die Kundendaten mit Hilfe der elektronischen Datenverarbeitung nach den gesetzlichen Bestimmungen des Bundesdatenschutzgesetzes.

§ 8 Erfüllungsort, Gerichtsstand

1. Sollten eine oder mehrere Bestimmungen des Werbeauftrags/dieser AGB unwirksam sein oder werden, so wird dadurch die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen nicht berührt. Eine unwirksame Bestimmung wird vielmehr im Wege der ergänzenden Vertragsauslegung durch eine solche Regelung ersetzt, die dem von der Vertragspartei mit der unwirksamen Bestimmung verfolgten wirtschaftlichen Zweck möglichst nahe kommt. Entsprechendes gilt für die Ausfüllung etwaiger Regelungslücken.
2. Änderungen der Bestimmungen des Werbeauftrags/dieser AGB und die Abbedingung des Schrift-/Textformerfordernisses bedürfen der Schrift-/Textform.
3. Es gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechts und unter Ausschluss von Kollisionsrecht. Erfüllungsort ist Heidelberg. Gerichtsstand für Klagen gegen Kaufleute, juristische Personen des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliche Sondervermögen ist Heidelberg.

Stand: Juli 2009

Unser Team im Verlag:



Siegfried Best
Chefredakteur
+49 (0) 6221 489-240
siegfried.best@
huethig.de



Hans Jaschinski
Redaktion
+49 (0) 6221 489-260
hans.jaschinski@
huethig.de



Alfred Vollmer
Redaktion
+49 (0) 89 60668579
ei@avollmer.de



Andreas Bausch
Anzeigenleitung
+49 (0) 6221 489-363
andreas.bausch@
huethig.de



Jan Käppler
Media Beratung
+49 (0) 6221 489-402
jan.kaeppler@
huethig.de



Hagen Reichhoff
Media Beratung
+49 (0) 6221 4 89-304
hagen.reichhoff@
huethig.de



Christiane Völzke
Media Beratung
Österreich, Niederlande
+49 (0) 8191 125-679
christiane.voelzke@
huethig.de

Unser Team vor Ort:



Matthias Hofmann
Nordrhein-Westfalen
+49 (0) 5252 938063
info-m.hofmann@web.de



Marietta Beck
Baden, Hessen,
Rheinland-Pfalz, Saarland
+49 (0) 7574 936112
marietta.beck@t-online.de



Hans-Jörg Bogisch
Württemberg
+49 (0) 7164 4071
info@bogisch.com



Werner Rappelt
Bayern
+49 (0) 8193 997474
rappelt@t-online.de



Marion Taylor-Hauser
USA, Kanada, Berlin, Brandenburg,
Bremen, Hamburg, Mecklenburg-
Vorpommern, Niedersachsen,
Sachsen, Sachsen-Anhalt, Schleswig-
Holstein, Thüringen
Telefon +49 (0) 921 31663
taylor.m@t-online.de



Monika B. Ailinger
Schweiz, Liechtenstein
+41 41 8504424
m.ailinger@
marcomedia.ch