

MEDIA DATEN 2019

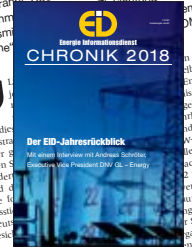
PRINT + ONLINE

Titelporträt	2
Preise	3/4
Formate	5
Online-Werbung	6/7
Termin- und Themenplan	8/9
Sonderausgaben Stadtwerke-Special	10
Sonderausgaben Tankstellen-Special	11
Sonderausgaben EID-Chronik	12
Sonderausgaben Energieintensive Industrie	13
Auflagenanalyse	14
Empfängeranalyse	15
EID Veranstaltung	16
AGBs	17
Gesprächspartner	18



BP Statistical Review
Zwei Schritte vor, einer zurück: Mehr Erneuerbare, mehr Gas – aber auch mehr CO₂

BDEW fordert (k)einen Kapazitätsmarkt
Unter dem Label „Kapazitätsmarkt“, das hat die Energie-Branche verstanden, ist bei der Politik nichts mehr auszurichten – der Begriff verstanden. Doch ist der BDEW längst noch nicht müde, politische Unterstützung einzufordern. Bundeswirtschaftsministerin Grottel: „Doch ist der BDEW längst noch nicht müde, politische Unterstützung einzufordern. Bundeswirtschaftsministerin Grottel: „Doch ist der BDEW längst noch nicht müde, politische Unterstützung einzufordern. Bundeswirtschaftsministerin Grottel: „Doch ist der BDEW längst noch nicht müde, politische Unterstützung einzufordern.“



EID Energie Informationsdienst GmbH, Banksstr. 4, 20097 Hamburg, Telefon (0 40) 30 37 35-0, Telefax (0 40) 30 37 35 35

1 Kurzcharakteristik:

1947 gegründet, ist der EID ein unabhängiger Informationsdienst für Wirtschaft und Politik. Wöchentlich als E-Paper und alle 14 Tage mit ausführlicher Printausgabe liefert er seinen Lesern eine umfassende Berichterstattung über die neuesten Entwicklungen im Energiemarkt mit Umfragen, Analysen, Interviews und Hintergrundberichten. Als Meinungsbildner der Branche wird der EID häufig in Medien (Internet, Tageszeitungen, Radio, Fernsehen) zitiert.

Schwerpunkte:

- Kontinuierliche exklusive Übersichten über Öl-, Gas-, Strom- und Kohlepreise, z.B. wöchentliche Tankstellen- und Heizölpreise sowie Vergleiche europäischer Strom- und Gaspreise.
- Hintergrundberichte zu wichtigen Energiemarktentwicklungen.
- Eigene Recherchen durch die Redaktion und freie Mitarbeiter.
- Perspektivische Kommentare zu wichtigen Energiemarkt-Ereignissen.

Redaktion:

Die Experten der EID-Redaktion werden von zahlreichen freien Mitarbeitern unterstützt, die das gesamte Spektrum des Energiemarktes abdecken.

Zielgruppe:

Der EID richtet sich an Entscheider aus der Mineralöl- und Erdgaswirtschaft, dem Strom- und Kohlebereich, deren Zulieferfirmen, Finanz- und Beratungsinstitute, Energieverbraucher aus Industrie und Gewerbe sowie Entscheider aus Verwaltung und Politik.

2 Erscheinungsweise: 51 x jährlich

3 Jahrgang: 72. Jahrgang 2019

4 Web-Adresse (URL): www.eid-aktuell.de
5 Mitgliedschaften: –

6 Organ: –

8 Verlag: EID Energie Informationsdienst GmbH

 Postanschrift:
 Banksstr. 4
 20097 Hamburg

 Telefon: 040 / 30 37 35-0
 Telefax: 040 / 30 37 35-35
 Internet: www.eid-aktuell.de
 E-Mail Redaktion: redaktion@eid.de
9 Chefredaktion: Rainer Wiek
 Telefon: 040 / 30 37 35-0
 E-Mail: rainer.wiek@eid.de
10 Anzeigen: Heike Sauer
 Telefon: 040 / 30 37 35-13
 E-Mail: heike.sauer@eid.de
11 Vertrieb: Kirsten Striedieck
 Telefon: 040 / 30 37 35-15
 E-Mail: kirsten.striedieck@eid.de
12 Bezugspreis: (inkl. Versandkosten)

Jahresabonnement	Inland (inkl. MwSt)	€ 1.264,15
	Europa (zzgl. MwSt)	€ 1.193,72
Einzelverkaufspreis (zzgl. Versandkosten)		€ 24,55

13 ISSN: 1617-9560

14 Umfangsanalyse: Juli 2017 – Juni 2018

15 Inhalt des redaktionellen Teils:

Umfangs-Analyse:	51 Ausgaben
Format der Zeitschrift	DIN A4
Gesamtumfang	1.428 Seiten = 100,0 %
Redaktioneller Teil:	1.285 Seiten = 90,0 %
Anzeigenteil:	143 Seiten = 10,0 %

Davon: Verlagsseigene Anzeigen	59 Seiten = 41,2%
--------------------------------	-------------------

Beilagen	3 Stück
----------	---------

EID Energie Informationsdienst GmbH, Banksstr. 4, 20097 Hamburg, Telefon (0 40) 30 37 35-0, Telefax (0 40) 30 37 35 35

1 Druckauflage: 1.038 Exemplare
 Tatsächlich verbreitete Auflage: 961 Exemplare

2 Zeitschriftenformat: DIN A4, 210 mm breit, 297 mm hoch
Satzspiegel: 178 mm breit, 257 mm hoch
 3 Spalten je 56 mm breit

3 Druckverfahren: Bogen-Offset
Bindeverfahren: Rückstichdrahtheftung
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 3.0 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 3.0 nach Standard, ISOcoated_v2_eci.icc für Umschlag und Inhalt in der Regel Papiertyp 2 FOGRA 39L - nach Standard.

4 Termine:
Erscheinungsweise: wöchentlich, 51 Ausgaben
Erscheinungstermine Print: 14-tägig, Montag
Anzeigenschluss: Montag vor Erscheinen
Druckunterlagenchluss: Dienstag vor Erscheinen

5 Verlag: EID Energie Informationsdienst GmbH
Postanschrift: Banksstr. 4
 20097 Hamburg
 www.eid-aktuell.de
Internet: Heike Sauer
Anzeigen: 040 / 30 37 35-13
Telefon: 040 / 30 37 35-35
Telefax: 040 / 30 37 35-35
E-Mail: heike.sauer@eid.de

6 Zahlungsbedingungen: netto ohne Abzug innerhalb 14 Tagen nach Rechnungsdatum, bei Vorauszahlung und Bankeinzug 2 % Skonto
Bankverbindungen: HVB,
 IBAN: DE 76 2003 0000 0000 4087 73
 BIC: HYVEDEMM300

7 Anzeigenpreise: (15% AE eingepreist, alle Preise in € zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer)

Anzeigengröße	Formate (Breite x Höhe in mm)		Preise inkl. Farbzuschläge in €
	im Anschnitt (zzgl. 3 mm Beschnitt)	Satzspiegel	
1/1 Seite	210 x 297	178 x 257	2.579,00
2/3 Seite (quer/hoch)	210 x 191/133 x 297	178 x 169/117 x 257	1.887,00
1/2 Seite (quer/hoch)	210 x 146/102 x 297	178 x 126/86 x 257	1.448,00
1/3 Seite (quer/hoch)	210 x 103/72 x 297	178 x 83/56 x 257	1.216,00
1/4 Seite (quer/hoch)	210 x 82 / -	178 x 62/41 x 257	913,00
1/8 Seite (quer/Block)		178 x 29/86x62	446,00

8 Zuschläge und Platzierungen:

Farbzuschläge:	Sonderfarbe	€ 520,00
Vorzugsplätze:	2. und 4. Umschlagseite (4c)	€ 2.892,00

9 Rubrikanzeigen:

Stellenangebote:	△ Grundpreis (siehe Punkt 7)
Stellengesuche:	50 % Rabatt auf den regulären Preis (siehe Punkt 7)
	Chiffregebühr: € 5,00

10 Sonderwerbformen:

auf Anfrage

11 Rabatte:

Bei Abnahme innerhalb eines Jahres (Abschlussjahr):			
nach der Malstaffel:		nach der Mengenstaffel:	
bei 3 Anzeigen	3 %	bei 3 Seiten	5 %
bei 6 Anzeigen	5 %	bei 6 Seiten	10 %
bei 12 Anzeigen	10 %	bei 12 Seiten	15 %
bei 24 Anzeigen	15 %	bei 24 Seiten	20 %

12 Kombinationen: –

13/14 Einhefter/Beilagen:

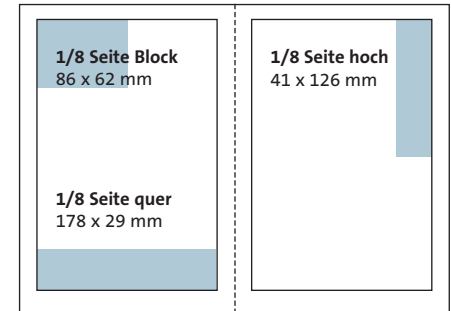
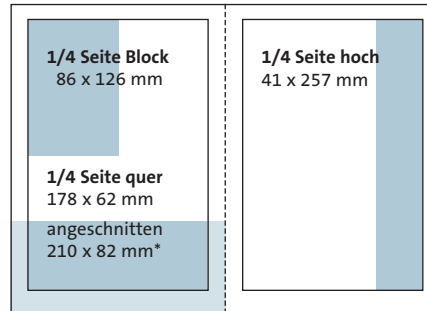
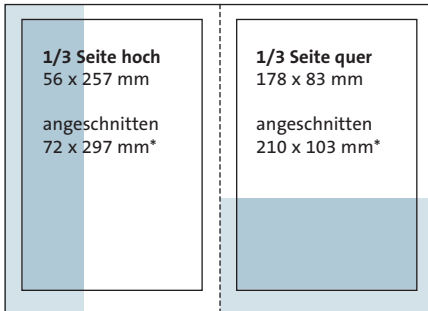
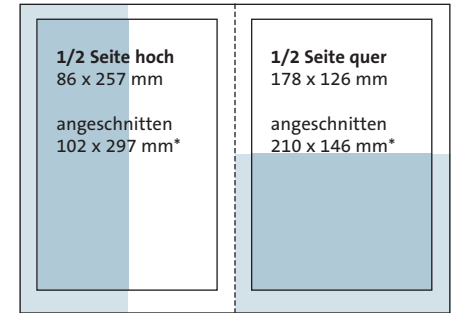
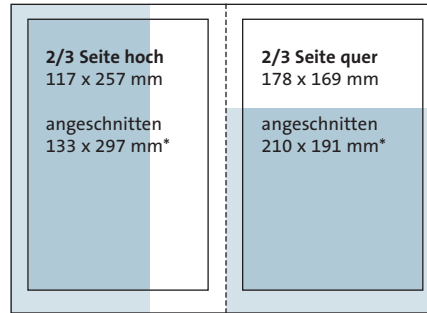
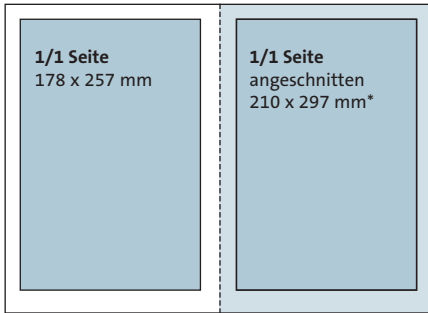
Einhefter:	4-seitig Unbeschnittenes Format: 216 mm x 303 mm Weitere Umfänge gerne auf Anfrage.	€ 2.397,00
Beilagen:	bis 25 g Weitere Umfänge und Gewichte gerne auf Anfrage	€ 919,00

15 Aufgeklebte Werbemittel: –

16 Lieferanschrift:

 für Einhefter, Beilagen:
 BWH GmbH
 Beilage für EID Nr. ...
 Herrn Uwe Schacht
 Beckstr. 10
 30457 Hannover
 Anlieferung frei Haus, spätestens Dienstag vor Erscheinen.

EID Energie Informationsdienst GmbH, Banksstr. 4, 20097 Hamburg, Telefon (040) 30 37 35-0, Telefax (040) 30 37 35 35



■ Satzspiegelformate ■ Anschnittformate

Zeitschriftenformat: DIN A4, 210 mm breit, 297 mm hoch

*Anschnittformate zzgl. 3 mm Beschnitt

Unser Onlineangebot

www.eid-aktuell.de

Das richtungsweisende Medium der Energiewirtschaft online

Übersichtlich und anwenderfreundlich gestaltet, bietet www.eid-aktuell.de seiner exklusiven Zielgruppe alle Qualitäts-Inhalte des EID – zusammen mit den Daily News, ein unverzichtbarer Wissensvorsprung für die Nutzer.

Das Besondere: Uneingeschränkter Zugang erhalten nur Abonnenten, also die Top-Entscheider der Energiewirtschaft. Diese Exklusivität ist ein großer Vorteil für Anzeigenkunden, da Werbeeinhalte besser wahrgenommen werden.

Die Zielgruppe: Die Abonnenten des EID, das sind die Entscheider aus der Energiewirtschaft, deren Zulieferfirmen, Finanz- und Beratungsinstitute, Energieverbraucher aus Industrie und Gewerbe sowie Entscheider aus Verwaltung und Politik.



Der EID-Newsletter: Der wöchentliche Newsletter für Energieentscheider mit einem Überblick über die Energieereignisse der Woche und News.

Banneranzeigen:

Werbeform	Position	Platzierung	Format in Pixel (Breite x Höhe)	Preis (pro Woche)
Fullsizebanner (= Headbanner)	Mitte oder oben	Alle Rubriken oder Homepage	468 x 60	Euro 268,00
Leaderboard od. Superbanner	Mitte	Nur Homepage Exklusiv	949 x 100	Euro 525,00
Button (Rectangle)	links oder rechts	Alle Rubriken oder Homepage	290 x 75	Euro 159,00
Content Ad		Innerhalb jedes Artikels	bis max. 320 x 250	Euro 484,00
Skyscraper	rechts außen	Alle Rubriken oder Homepage	160 x 600	Euro 504,00

Sonderwerbformen:

Werbeform	Laufzeit	Leistung	Platzierung
WebVideo	1 Jahr 1 Monat	1 Video Microsite + 1 Video	Rubrik/Artikel Microsite, Hinweis auf der Homepage
Microsite	1 Monat		Microsite, Hinweis auf der Homepage

Preise auf Anfrage

Rabatte:

Staffelpreise für Online-Schaltungen

4 Wochen	5 %
8 Wochen	10 %
12 Wochen	15 %

Rabatt gilt bei Schaltung innerhalb von 12 Monaten auf den Grundpreis

Newsletteranzeigen:

Werbeform	Position	Platzierung	Format in Pixel (Breite x Höhe)	Preis/Monat
Fullsizebanner			468 x 60	Euro 272,00
Text-Ad			350 Zeichen	Euro 272,00
Rectangle			320 x 250	Euro 364,00

Newsletter-Abonnenten Juni 2017: 823

Sonderwerbform: Infoletter/Stand alone Newsletter 900,00 Euro

Zugriffskontrolle:

Zugriffe (pro Monat): Pageimpressions* (bereinigt, ohne Suchmaschinen) 19.707
Unterschiedliche Besucher 4.110
* Monatsdurchschnitt 01-06/2018

Datenanlieferung:

mindestens 1 Woche vor Schaltbeginn per E-Mail an heike.sauer@eid.de

Dateiformate:

(animiertes) GIF-Format, JPG, Flash-, HTML-, DHTML-Banner, Bilddateien bzw. Grafikdateien (auch Banner) immer als RGB (Farbschema). Maximale Dateigröße 50 KB

Die angegebene Dateigröße ist eine Maximalgröße und versteht sich als die Gesamtsumme aller Daten, die das Werbemittel definieren (inkl. nachzuladende Dateien, Sniffer Code, Bilder, Flash, etc.). Keine Flashformate im Newsletter möglich.

Externer AdServer-Einsatz: OpenAdstream von RealMedia

Crossmediapakete:

Speziell auf Ihr persönliches Marketingziel abgestimmte preisgünstige Angebote aus Print- und Online-Werbung. Die Crossmedia-Angebote bestehen z.B. aus Printanzeige, Microsites und Banner. Lassen Sie sich ein Angebot geben.

Print-Ausgaben
 E-Paper only-Ausgaben

Monat	Ausgabe	Erscheinungstermin	Anzeigenschluss	Allgemeinthemen	Themenschwerpunkte/ Veranstaltungsberichte	Specials	Auslagen, Sonderversände	
Januar	01/02/19	07.01.2019	18.12.2018		Gaspreise für Haushalte und Industrie: Analyse und Ausblick Vorbericht „Handelsblatt“-Jahrestagung „Energiewirtschaft 2019“		EID-Branchenversand "Stadtwerke"	
	03/19	14.01.2019	07.01.2019				Auslage bei der „Handelsblatt“-Jahrestagung „Energiewirtschaft 2019“	
	04/19	18.01.2019	14.01.2019					
	05/19	28.01.2019	21.01.2019			Berichterstattung "Handelsblatt"-Jahrestagung "Energiewirtschaft 2019" // Vorbericht E-world 2019		Auslage bei der E-world 2019
Februar	06/19	01.02.2019	28.01.2019	Raffineriemargen (4-wöchentlich)				
	07/19	11.02.2019	28.01.2019			Tankstellen-Special I	Auslagen bei der UNITI-Wintertagung, dem EID Kraftstoff-Forum, der bft-Messe Tankstelle und Mittelstand, EID-Branchenversand Tankstellenmarkt	
	08/19	15.02.2019	11.02.2019					
	09/19	25.02.2019	18.02.2019					
März	10/19	01.03.2019	25.02.2019					
	11/19	11.03.2019	04.03.2019				Auslage auf der VKU-Verbandstagung 2019	
	12/19	15.03.2019	11.03.2019					
	13/19	25.03.2019	18.03.2019		wöchentliche Ölpreisberichterstattung mit eigenen Umfragen	Gaspreise für Haushalte und Industrie: Analyse und Ausblick		EID-Branchenversand "Stadtwerke", mit Auslage bei dem BDEW-Kongress Treffpunkt Netze 2019
April	14/19	29.03.2019	25.03.2019					
	15/19	08.04.2019	01.04.2019					
	16/19	12.04.2019	08.04.2019					
	17/19	23.04.2019	15.04.2019			Industrieausgabe, Berichterstattung über die Hannover Messe		EID-Branchenversand "Energieintensive Industrie"
Mai	18/19	26.04.2019	23.04.2019					
	19/19	06.05.2019	29.04.2019				Stadtwerke-Special	Auslage bei der Euroforum-Jahrestagung "Stadtwerke 2019", EID-Branchenversand "Stadtwerke"
	20/19	10.05.2019	06.05.2019		exklusive Übersichten über Gas-, Strom- und Kohlepreise			
	21/19	20.05.2019	13.05.2019					
Juni	22/19	24.05.2019	20.05.2019					
	23/19	03.06.2019	27.05.2019					Auslage bei dem BDEW Kongress 2019, Auslage bei der Handelsblatt-Tagung "Digitale Energiewirtschaft"
	24/19	07.06.2019	03.06.2019					
	25/19	17.06.2019	10.06.2019			Industrieausgabe mit Gaspreisen für Industrie und Haushalten		EID-Branchenversand "Energieintensive Industrie"
Juli	26/19	21.06.2019	17.06.2019					
	27/19	01.07.2019	24.06.2019					EID-Branchenversand „Stadtwerke“
	28/19	05.07.2019	01.07.2019		aktuelle Unternehmensberichterstattung			
	29/19	15.07.2019	08.07.2019					
August	30/19	19.07.2019	15.07.2019					
	31/19	29.07.2019	22.07.2019					
	32/19	02.08.2019	29.07.2019					
	33/19	12.08.2019	29.07.2019				Tankstellen-Special II	EID-Branchenversand "Tankstellenmarkt"
September	34/19	16.08.2019	12.08.2019	Hintergrundberichte zu wichtigen Entwicklungen auf dem Energiemarkt				
	35/19	26.08.2019	19.08.2019					
	36/19	30.08.2019	26.08.2019					
	37/19	09.09.2019	02.09.2019					Auslage beim VKU Stadtwerkekongress 2019 und beim "14. Deutschen Energiekongress" der SV Veranstaltungen
Oktober	38/19	13.09.2019	09.09.2019					
	39/19	23.09.2019	16.09.2019			Wärmemarkt, Quartierprojekte; mit Gaspreisanalyse für Haushalte und Industrie	Wärmemarkt-Special	EID Branchenversand Immobilienmarkt
	40/19	27.09.2019	23.09.2019					
	41/19	07.10.2019	30.09.2019				Öl- und Gasförderung-Special	EID-Branchenversand
November	42/19	11.10.2019	07.10.2019	Personalien				
	43/19	21.10.2019	14.10.2019					Auslage bei der gat 2019
	44/19	25.10.2019	21.10.2019					
	45/19	04.11.2019	28.10.2019			Industrieausgabe		EID-Branchenversand "Energieintensive Industrie", Auslage bei der VIK-Jahrestagung
Dezember	46/19	08.11.2019	04.11.2019	Veranstaltungen				
	47/19	18.11.2019	11.11.2019					EID-Branchenversand „Stadtwerke“
	48/19	22.11.2019	18.11.2019					
	49/19	02.12.2019	25.11.2019					
Dezember	50/19	09.12.2019	25.11.2019					
	51/19	16.12.2019	09.12.2019				EID-Chronik - Das Energiejahr 2019	
	52/19	20.12.2019	16.12.2019					

Stadtwerke-Special 2019



Stadtwerke-Special 2019

Erscheinungstermin:

06.05.2019

Anzeigenschluss:

29.04.2019

EID Stadtwerke-Special – Fit für die Zukunft

Die Energielandschaft befindet sich im Umbruch. Energiewende, neue politische Rahmenbedingungen, Digitalisierung und Start-ups als Wettbewerber prägen den Energiemarkt und zwingen die Energieversorger zum Umdenken und Neuaufstellung am Markt. Das eigene Geschäftsmodell muss auf den Prüfstand gestellt werden.

Aber auch: Welche neuen zukunftssträchtigen Geschäftsmodelle eröffnen sich? Wie ist Wachstum in dieser Gemengelage möglich? Welche Möglichkeiten können die Stadtwerke bei dem großen Thema Sektorkopplung Verkehr und Wärmemarkt für sich nutzen?

Auf über 30 Seiten ergründen Marktanalysen, Interviews und Hintergrundberichte die neuesten für die Stadtwerke relevanten Entwicklungen der Energielandschaft. Mit besonderer redaktioneller Qualität, gepaart mit exklusiven Energiepreiserhebungen bietet das EID Stadtwerke-Special einen hohen Leser-Nutzen und richtet sich mit seinem betriebswirtschaftlichen und energiepolitischen Blickwinkel an die maßgeblichen Entscheider der Branche.

Das EID Stadtwerke-Special bietet:

- Beachtung durch kontroverse und zukunftsgerichtete Themen
- Langzeitwirkung, da die Berichte Lektüre über den Erscheinungstag hinaus sind
- mehr Reichweite durch eine attraktive Zusatzverbreitung
- zielgenaue Ansprache der Entscheider der Branche
- ein aufmerksamkeitsstarkes Umfeld

Tankstellen-Special I 2019 Tankstellen-Special II 2019



Tankstellen-Special I
Erscheinungstermin:
11.02.2019
Anzeigenschluss:
28.01.2019

Tankstellen-Special II
Erscheinungstermin:
12.08.2019
Anzeigenschluss:
29.07.2019

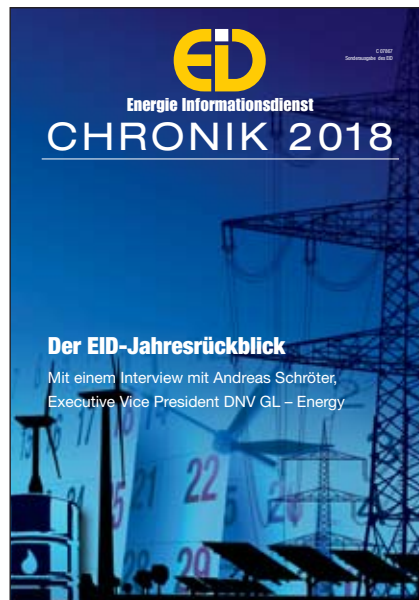
EID Tankstellen-Special – Kompetenz mit Tradition

Bereits 1962 startete der EID seine exklusive Tankstellenumfrage, in der die Zahl der bundesweiten Stationen nach Marken und Gesellschaften aufgeschlüsselt werden. Bis heute ist diese Umfrage einmalig für Deutschland und eine unerlässliche Informationsquelle für die gesamte Tankstellenbranche. Auf über 30 Seiten zeigen Analysen, Interviews und Hintergrundberichte zu Tankstellen-Marktentwicklungen die aktuellsten Trends auf. Das exklusive EID-Special wird branchenweit seit Jahren geschätzt, intensiv ausgewertet und archiviert. Hier erreichen Sie zielgenau die Entscheider der Branche.

Das EID Tankstellen-Special bietet:

- ein aufmerksamkeitsstarkes Umfeld mit langer Haltbarkeit und ohne Streuverluste
- mehr Reichweite durch eine attraktive Zusatzverbreitung (z.B. Versandaktionen und Auslage bei renommierten Veranstaltungen der Branche)
- verstärkter Einzelverkauf, das Special bietet Themen, auf die nicht nur Stammleser zugreifen
- eine erhöhte Auflage (2.000 Exemplare)

EID-Chronik 2019



EID-Chronik – Das Energiejahr 2019

Erscheinungstermin:
09.12.2019

Anzeigenschluss:
25.11.2019

Das Energiejahr 2019 – Die EID-Chronik

Die EID-Chronik bietet einen schnellen und kompakten Überblick über alle wichtigen Energieereignisse des Jahres. Im praktischen Supplement-Format, übersichtlich nach Monaten strukturiert sowie kurz und prägnant geschrieben, ist die Chronik ideal, um Fakten nachzuschlagen, das Geschehen einzuordnen und Entwicklungen zu verfolgen. Ein unschätzbares Nachschlagewerk für die Leser.

Die Chronik, die der EID jetzt im 14. Jahr herausgibt, wird von unseren Abonnenten sehr geschätzt und das ganze Jahr über genutzt.

Die EID-Chronik bietet:

- Präsenz das ganze Jahr über
- zielgenaue Ansprache der Entscheider der Branche
- mehr Reichweite durch einen verstärkten Einzelverkauf
- ein aufmerksamkeitsstarkes Umfeld

EID Energie Informationsdienst GmbH, Banksstr. 4, 20097 Hamburg, Telefon (040) 3037 35-0, Telefax (040) 3037 35 35

Schwerpunkt Energieintensive Industrie 2019



Energie Informationsdienst
FAKTEN ARGUMENTE ANALYSEN
www.eid-aktuell.de

Industrie 4.0
Deutsche Industrie würde (Energie-) Daten austauschen

Industrie – Auftrags-Dellen für Digitalisierung-Schub nutzen

Wasserstoff
„Gäme Changer“ für Energie-wirtschaft und Industrie

EID Berechnungen
Erläutern verdienen im April wieder gutes Geld

Legistik
Gute Konjunktur lässt VTG gut ins Jahr 2018 starten

Fortsetzung auf Seite 2

Schwerpunktausgaben Energieintensive Industrie 2019

Auch 2019 erscheinen wieder drei EID-Schwerpunktausgaben Energieintensive Industrie, die sich speziell an unsere Lesergruppe aus diesem Bereich richten und mit einer Auflage von 5.400 Exemplaren eine große Reichweite bietet.

Wettbewerbsrelevante Themen dieser Industrie wie Energieeffizienz, Eigenerzeugung (sowie Speicher- und Flexibilitätsvermarktung), Energiekosten und Emissionshandel sind Kernkompetenzen des EID. Nutzen Sie dieses besondere redaktionelle Umfeld mit dem hohen Leser-Nutzen und der zielgruppengenaue Ansprache für Ihre Werbung.

Anzeigenpreise: (Größe und Formate wie EID-Normalausgaben, siehe Seite 5)

Erscheinungstermine 2019

EID 17/2019

Erscheinungstermin:
23.04.2019

Anzeigenschluss:
15.04.2019

EID 25/2019

Erscheinungstermin:
17.06.2019

Anzeigenschluss:
10.06.2019

EID 45/2019

Erscheinungstermin:
04.11.2019

Anzeigenschluss:
28.10.2019

Anzeigengröße	Formate (Breite x Höhe in mm)		Preise inkl. Farbzuschläge in €
	im Anschnitt (zzgl. 3 mm Beschnitt)	Satzspiegel	
1/1 Seite	210 x 297	178 x 257	3.065,00
1/2 Seite (quer/hoch)	210 x 146/102 x 297	178 x 126/86 x 257	1.695,00
1/3 Seite (quer/hoch)	210 x 103/72 x 297	178 x 83/56 x 257	1.433,00
1/4 Seite (quer/hoch)	210 x 82 / –	178 x 62/41 x 257	1.045,00

EID Energie Informationsdienst GmbH, Banksstr. 4, 20097 Hamburg, Telefon (040) 30 37 35-0, Telefax (040) 30 37 35 35

17 Auflagen-Analyse: Exemplare pro Ausgabe im geplanten Jahresdurchschnitt (1. Juli 2017 – 30. Juni 2018)

Druckauflage:	1.038		
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):	961	davon Ausland:	32
Verkaufte Auflage:	854	davon Ausland:	32
– Abonnierte Exemplare:	854	davon Mitgliederstücke:	0
– Sonstiger Verkauf:	–		
Freistücke:	107		
Rest-, Archiv- und Belegexemplare:	77		

18 Geographische Verbreitungs-Analyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	96,7	929
Ausland	3,3	32
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	961

19 Branchen/Wirtschaftszweige/Fachrichtungen/Berufsgruppen

Empfängergruppen	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Energiewirtschaft	94,0	903
– Mineralöl		
– Strom		
– Gas		
– Erneuerbare Energien		
– Kohle		
Dienstleistung, Energieberatung, Verbände, Verwaltung + Politik	4,9	47
Sonstige	1,1	11
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	961

21 Tätigkeitsmerkmal: Aufgabenbereich

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Unternehmensleitung	83,0	798
Abteilungs- und Bereichsleitung aus den Bereichen: Einkauf, Unternehmensentwicklung, Pricing, kaufm. Abteilungen	15,4	148
Sonstige	1,6	15
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	961

21.2 Tätigkeitsmerkmal: Stellung (Position) im Betrieb

22 Bildung/Ausbildung: Berufliche Stellung

23 Alter

24 Gemeindegrößenklassen

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

EID Kraftstoff-Forum

Strategien für die Mobilität der Zukunft

Seit 2007 bietet der EID den Fachkongress EID Kraftstoff-Forum an. Mobilität ganzheitlich denken – unter diesem Motto bringt das Forum Experten aus den verschiedenen Bereichen, von Kraftstoff-Wirtschaft über Automobilherstellern zu Forschung und Politik zusammen.

Die Energiewende ist geprägt durch die Politik – und nicht immer gestützt auf technische oder wirtschaftliche Entwicklungen. Mobilität ist nur ein Teil davon, steht aber in der Aufmerksamkeit ganz weit oben – und damit auch die Kraftstoffe.

Die Verbrennungsmotoren mit Flüssigkraftstoffen und Gasen werden uns noch lange begleiten, und sei es als Hybrid-Version. Aber was ist mit E-Mobilität, Wasserstoff in der Brennstoffzelle, Erdgas oder Solarantrieb? Worauf setzen und wann? Auch wirtschaftlich tut sich einiges.

Diese und viele weitere Entwicklungen der Mobilität werden im Forum intensiv behandelt. Erstklassige Referenten, die ausnahmslos in den von ihnen vorgetragenen Themen arbeiten, sichern beim EID Kraftstoff-Forum die hohe Qualität und den Wert für jeden einzelnen Teilnehmer.

Präsentieren Sie Ihr Unternehmen auf dem EID Kraftstoff-Forum!
Infos zu Ausstellung und Sponsoring erhalten Sie gerne von Heike Sauer.



Kontakt:

Heike Sauer

Tel.: 040 / 30 37 35 13

E-Mail: heike.sauer@eid.de

Termin: 19. und 20. März 2019

Ort: Lindner Hotel Hamburg

Mehr unter: www.kraftstoffforum.com

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen, Beilagen, Digital- 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 Vertragschlusses aktuelle Preisliste des Verlages, deren Regelungen einen wesentlichen Vertragsbestandteil bilden. Die Gültigkeit dieser 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 und Prüfung eines Modells angenommen.

§ 2 Angebot, Vertragsschluss

1. Abschluss im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist ein Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen, Fremdbeilagen oder sonstiger Werbemittel eines Werbungstreibenden oder sonstigen gewerblichen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Werbung.

2. Aufträge für Werbemittel können persönlich, telefonisch, schriftlich, per Telefax, per E-Mail oder per Internet aufgegeben werden. Der Verlag haftet nicht für Übermittlungsfehler.

3. Ein Vertrag kommt erst durch die schriftliche Auftragsbestätigung des Verlages zustande. Es gilt jeweils die im Zeitpunkt der Auftragserteilung gültige Preisliste.

4. Der Verlag ist berechtigt, Aufträge, auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Gesamtanlasses, nach pflichtgemäßem Ermessen abzulehnen. Dies gilt insbesondere, wenn deren Inhalt gegenwärtig oder behördliche Bestimmungen verletzen oder wettbewerbsrechtlichen oder werberischen Auftragsbedingungen zuwiderlaufen, wenn deren Ausführung beanstandet wurde, deren Veröffentlichung für den Verlag wegen der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines redaktionellen Beitrags erweckt oder Fremdanzeigen enthalten. Der Verlag wird die Ablehnung unverzüglich nach Kenntniserlangung der betreffenden Inhalte mitteilen.

§ 3 Vertragsabwicklung

1. Aufträge sind innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzuwickeln, beginnend mit der ersten Schaltung (Veröffentlichung) des Werbemittels. Die für die Werbemittel erforderlichen Inhalte, Daten und sonstigen Materialien (Vorlagen) teilt der Auftraggeber dem Verlag vollständig, fehler- und virenfrei und den vertraglichen Vereinbarungen entsprechend rechtzeitig zur Verfügung. Werden Vorlagen digital (z. B. per CD-ROM oder E-Mail) an den Verlag übermittelt, sind sie nur mit geschlossenen Dateien zu übertragen, also mit solchen Dateien, die der Verlag inhaltlich nicht ändern kann. Der Verlag haftet nicht bei fehlerhafter Veröffentlichung von Werbemitteln, die mit offenen Dateien (z. B. unter Corel Draw, QuarkPress, Freehand gespeicherte Dateien) übermittelt werden. Zusammengepackte Dateien sind vom Auftraggeber in einem gemeinsamen Verzeichnis bzw. zu speichern. Bei digital übermittelten Druckvorlagen für Farbanzeigen hat der Auftraggeber gleichzeitig ein Farb-Proof und ein Proof-Bzw. Messprotokoll mitzulefern. Ansonsten bestehen keine Ersatzansprüche des Auftraggebers wegen etwaiger Farbabweichungen. Der Auftraggeber haftet dafür, dass die übermittelten Dateien frei von Computerviren sind. Dateien mit Computerviren kann der Verlag löschen, ohne dass der Auftraggeber hieraus Ansprüche herleiten könnte. Der Verlag behält sich zudem Ersatzansprüche vor, wenn die Computerviren beim Verlag weiteren Schaden verursachen. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Vorlagen ordnet der Verlag die Abgabe von Aufträgen an den Auftraggeber zurücksenden an und behält sich das Eigentum des Verlages über. Die Pflicht zur Aufbewahrung aller zugesandten Unterlagen endet drei Monate nach Veröffentlichung des jeweiligen Auftrags.

3. Kosten für die Anfertigung bestellter Vorlagen, Filme oder Zeichnungen sowie für vom Kundenagente gewünschte oder zu vertretende Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen trägt der Auftraggeber.
4. In Probeaufträge werden im 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 des Werbemittels als erteilt.
5. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Werbemittelbeleg, kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, tritt an seine Stelle eine Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung des Werbemittels.
6. Die Aufmachung und Kennzeichnung redaktionell gestalteter Werbemittel ist rechtzeitig vor Erscheinen mit dem Verlag abzustimmen. Textzeilenanzeigen müssen sich durch ihre Grundrissform vom redaktionellen Text unterscheiden. Der Verlag ist berechtigt, Werbemittel, die nicht als solche zu erkennen sind, deutliche Werbung zu kennzeichnen.
7. Zuschriften auf Chiffreanzeigen werden bis vier Wochen nach Veröffentlichung der Anzeige aufbewahrt und dem Auftraggeber auf normalem Postwege zugesandt (auch wenn es sich um Express- oder Einschreibebestellungen 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 aufgrund des Produktionsfortschritts zu verschieben.

9. Aufträge können nur rechtzeitig, spätestens zum Anzeigenschlussstermin, 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 Erstellung der bis zur Kündigung angefallenen Kosten nach den gesetzlichen Vorschriften verlangen.

10. Der Auftraggeber ist für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit des Werbemittels verantwortlich. Er stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter wegen der Veröffentlichung des Werbemittels frei, einschließlich der angemessenen Kosten zur Rechtsverfolgung. Der Verlag ist nicht zur Prüfung verpflichtet, ob ein Werbemittel die Rechte Dritter beeinträchtigt. Wird der Verlag durch gerichtliche Entscheidung (z. B. zum Abdruck einer Gegenandstellung oder Berichtigung aufgrund des geschalteten Werbemittels verpflichtet, hat der Auftraggeber diese Veröffentlichung nach der jeweiligen Preisliste zu bezahlen.

11. Werbemittel 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 Kundenkonto, 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 Verlag unmittelbar von der Werbeagentur erteilt wird, ihr die Beschaffung der fertigen und druckreifen Druckunterlagen obliegt und eine Gewerbeanmeldung als Werbeagentur vorliegt. Dem Verlag steht es frei, Aufträge von Werbeagenturen abzulehnen, wenn Zweifel an der berufsmäßigen Ausübung der Agentur Tätigkeit oder der Bonität der Werbeagentur bestehen. Aufträge 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.

§ 4 Preise, Zahlungsverbindungen, Preisminderung

1. Der Preis für die Veröffentlichung eines Werbemittels richtet sich nach der im Zeitpunkt der Auftragserteilung gültigen Preisliste. Für redaktionell gestaltete Werbemittel, Beilagen, Sonderveröffentlichungen und Kollektive, sowie Werbemittel, die nach Anzeigenschluss in Auftrag gegeben werden, kann der Verlag von der Preisliste abweichende Preise festsetzen. Preisänderungen für erteilte Aufträge sind gegenüber Unternehmen wirksam, wenn sie vom Zeitpunkt der Auftragserteilung bis zum Anzeigenschluss angekündigt werden. Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden.
2. Die in der Preisliste bezeichneten Nachlässe werden nur dem Auftraggeber und nur für die innerhalb eines Jahres geschalteten Werbemittel gewährt („Anzeigenjahr“). Wiederholungsrabatte gelten nur innerhalb eines Anzeigenjahres. Die Frist beginnt mit der Schaltung des ersten Werbemittels, wenn nicht anders vereinbart.

3. Bei Erweiterung des Auftrages entsteht ein Anspruch auf rückwirkenden Rabatt, sofern der Grundauftrag rabattfähig war. Der Anspruch erlischt, wenn nicht spätestens eines Monat nach Ablauf des Anzeigenjahres geltend gemacht wird. Erreicht ein Auftrag nicht das vorhergesehene Auftragsvolumen, so wird der zu viel gewährte Preisnachlass nachträglich in Rechnung gestellt.

4. Auftragsrechnungen sind innerhalb der aus der Preisliste ermittelten, vom Empfang der Rechnung laufende Frist zu bezahlen, sofern nichts anderes vereinbart ist. Die sog. Pre-Notifikationsfrist nach der SEPA-Basis-Lastschrift ist auf vier Tage verkürzt. 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 Gesamtanlasses das Erscheinen weiterer Werbemittel abweichend von einem vereinbarten Zahlungsverlauf von einer Vorauszahlung und vom Ausgleich offener Rechnungsbeträge abhängig zu machen. Fehlerhafte Rechnungen können vom Verlag innerhalb von sechs Monaten nach Rechnungsstellung korrigiert werden.

5. Sämtliche Preise verstehen sich zuzüglich Mehrwertsteuer in gesetzlicher Höhe am Tag der Rechnungsstellung.

6. Die tatsächliche Ausführung der Aufträge ist dem Auftraggeber zu den im Vertrag festgelegten Bedingungen und der Rechnungsstellung ohne Mehrwertsteuerberechnung. Der Verlag ist zur Nachberechnung der Mehrwertsteuer berechtigt, wenn die Finanzverwaltung die Steuerpflicht des Anzeigenauftrags bejaht.

7. Aus einer Auftragsminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Werbemittel ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamturdschnitt des mit der ersten Schaltung beginnenden Anzeigenjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder – falls eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittliche verkaufte (falls keine verkaufte vorhanden, die durchschnittliche) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auftragsminderung ist nur dann ein Preisminderung berechtigter Mangel, wenn eine Auflage um mindestens 20 v. H. unterschritten wird.

Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen des Werbemittels vom Vertrag zurücktreten konnte.

Derartige Minderungsansprüche von Kaufleuten als Auftraggeber verjähren 12 Monate nach Veröffentlichung des Werbemittels.

§ 5 Mängelgewährleistung

1. Für die Aufnahme von Werbemitteln in bestimmte Nummern oder Ausgaben oder an bestimmten Plätzen wird keine Gewähr geleistet.
2. Der Auftraggeber die Entpfängungen des Verlags zur Erstellung und Übermittlung von Vorlagen nicht, so stehen ihm keine Ansprüche wegen fehlerhafter Veröffentlichung zu. Dies gilt auch, wenn er sonstige Regelungen dieser AGB oder der Preisliste nicht beachtet.

3. 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 sechs Monate nach Veröffentlichung der entsprechenden Druckschrift reklamieren. Bei fehlerhafter Wiedergabe des Werbemittels – trotz rechtzeitiger Lieferung einwandfreier Vorlagen und rechtzeitigem Einreichen der Aufträge – kann eine einwandfreie Ersatzzahlung (Nachlieferung) verlangt, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Der Anspruch auf Nachlieferung ist ausgeschlossen, wenn dies für den Verlag mit unverhältnismäßigen Kosten verbunden ist. Lässt der Verlag eine ihm gesetzte angemessene Frist verstreichen, verweigert er die Nachlieferung, ist die Nachlieferung dem Auftraggeber nicht zumutbar oder schlägt sie fehl, so hat der Auftraggeber das Recht, vom Vertrag zurückzutreten und

Zahlungsminderung in dem Ausmaß geltend zu machen, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Bei unwesentlichen Mängeln ist der Anspruch auf Nachlieferung ausgeschlossen. Geltendgemachte Ansprüche von Kaufleuten verjähren 12 Monate nach

4. Sind Mängel bei den Vorlagen nicht sofort, sondern erst bei der Verarbeitung erkennbar, so hat der Auftraggeber dadurch entstehende Mehrkosten oder Verluste bei der Herstellung zu tragen. Sind Mängel bei den Vorlagen nicht offenkundig, so hat der Auftraggeber bei ungenügender Veröffentlichung keine Ansprüche. Das Gleiche gilt bei Fehlern in wiederholten Werbeschaltungen, wenn der Auftraggeber nicht rechtzeitig vor Veröffentlichung der nächstfolgenden Werbeschaltung auf den Fehler hinweist.

5. Für vom Auftraggeber bereitgestelltes Material (Einhefter, Beilagen etc.) übernimmt der Verlag keine Gewähr für die Richtigkeit der als geliefert beschriebenen Mengen oder Qualitäten.

§ 6 Haftung, höhere Gewalt

1. Schadensersatzansprüche des Auftraggebers gegen den Verlag, gleich aus welchem Rechtsgrund, sind ausgeschlossen, insbesondere Ansprüche wegen Verzugs, der Verletzung vertraglicher Pflichten oder gewerblicher Schutzrechte Dritter sowie aus unerlaubter Handlung. Dies gilt nicht, wenn der Verlag, seine Vertreter oder seine Erfüllungsgehilfen vorsätzlich oder grob fahrlässig handeln oder leicht fahrlässig eine Vertragspflicht verletzen, die für die Erreichung des Vertragszwecks wesentlich ist, oder sich die Schadensersatzansprüche aus einer Beschaffenheitsgarantie ergeben. Die Haftung des Verlags für Schäden, die durch die Haftung des Auftraggebers für die Erfüllung des Vertrags entstehen, ist ausgeschlossen, wenn dies für den Verlag mit unverhältnismäßigen Kosten verbunden ist. Lässt der Auftraggeber eine ihm gesetzte angemessene Frist verstreichen, verweigert er die Nachlieferung, ist die Haftung des Verlags ausgeschlossen ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung seiner Mitarbeiter, Vertreter, Organe und Erfüllungsgehilfen. Alle Schadensersatzansprüche gegen den Verlag verjähren in zwölf Monaten nach dem Zeitpunkt, in dem der Anspruch begründend vorliegt, mit dem die Haftung des Auftraggebers für die Erfüllung des Vertrags endet.

2. Der Verlag wird im Falle höherer Gewalt und bei vom Verlag unverschuldeten Arbeitskampfmassnahmen von der Verpflichtung zur Auftragserteilung frei, Schadensersatzansprüche bestehen deswegen nicht.

§ 7 Rechteinräumung

Der Auftraggeber garantiert, dass er alle zur Schaltung, Veröffentlichung und Verbreitung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt. Er räumt dem Verlag die für die zweckgemäße Nutzung des Werbemittels in den jeweiligen Werbeträgern erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungs- und sonstigen Rechte ein, insbesondere die jeweils erforderlichen Rechte zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Bearbeitung, zu öffentlichem Zugangsmitteln, Einstellen in einer Datenbank, und in der Datenschutzerklärung der Verlag moderne industrie GmbH, die unter <http://www.mi-berlin.de/datenchutz> eingesehen werden können, enthalten.

§ 8 Datenschutzerklärung erfolgt nach Maßgabe der geltenden Regelungen des Bundesdatenschutzgesetzes und der Europäischen Datenschutz-Grundverordnung. Der Verlag moderne industrie GmbH erhebt, verarbeitet und nutzt personenbezogene Daten des Kunden. Weitere Informationen zu Datenverarbeitung und zum Datenschutz sind in der Datenschutzerklärung der Verlag moderne industrie GmbH, die unter <http://www.mi-berlin.de/datenchutz> eingesehen werden können, enthalten.

§ 9 Europäische Online-Streitbeilegung

Die Europäische Kommission hat eine Plattform zur Online-Streitbeilegung eingerichtet. Diese erreichen Sie unter: <http://ec.europa.eu/consumers/> oder: Verbraucher können die Plattform für die Beilegung ihrer Streitigkeiten nutzen. Wir sind zur Teilnahme an einem Streitbeilegungsverfahren vor einer Verbraucherschlichtungsstelle weder bereit noch verpflichtet, außer es besteht eine gesetzliche Pflicht zur Teilnahme.

§ 10 Erfüllungsort, Gerichtsstand

Der Erfüllungsort und Gerichtsstand ist Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechts und unter Ausschluss von Kollisionsrecht. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlags. Gerichtsstand für Klagen gegen Kaufleute, juristische Personen des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliche Sondervermögen ist der Sitz des Verlags.

Stand: Juli 2018

Rainer Wiek
Chefredaktion
Tel.: 0 40 / 30 37 35-0
Fax: 0 40 / 30 37 35-35
E-Mail: rainer.wiek@eid.de

Heike Sauer
Anzeigenverkaufsleitung
Tel.: 0 40 / 30 37 35-13
Fax: 0 40 / 30 37 35-35
E-Mail: heike.sauer@eid.de

Kirsten Striedieck
Vertriebsleitung
Tel.: 0 40 / 30 37 35-15
Fax: 0 40 / 30 37 35-35
E-Mail: kirsten.striedieck@eid.de