

MEDIAINFORMATIONEN 2019

VDI fachmedien





Die **BWK** erscheint mit einer Auflage von **15.093** Exemplaren, davon sind **14.410 abonniert**. Damit ist die **BWK** ein führender Werbeträger für Hersteller, Anbieter und Dienstleister in der Energiebranche.



Das Konzept

Die Energiewirtschaft, nicht nur in Deutschland, befindet sich in einem fundamentalen Umbruch. Treiber ist vor allem die politisch beschlossene Energiewende. Die zunehmende Dezentralisierung, die Dekarbonisierung, aber vor allem die Digitalisierung ermöglichen innovative Geschäftsmodelle und heben Innovations- und Marktpotenziale. Die **BWK** beschreibt die Trends, präsentiert neue Lösungen und liefert hochkarätige Fachinformationen für die tägliche Praxis – fundiert und umfassend.

Die Zielgruppe

Die **BWK** richtet sich an das Management sowie an die kaufmännischen und technischen Entscheider der Energieerzeugungs- und Energieversorgungsunternehmen, der Anlagenbetreiber und der energieintensiven Verbraucher, darüber hinaus an Dienstleister, Hersteller und Zulieferer, an Kommunen und Gemeinden.

Die Themen

Die **BWK** berichtet praxisnah und kompetent. Ob Energieerzeugung, -versorgung oder -verteilung, Energiehandel oder -beschaffung, ob Energiepolitik, Energieträger oder Energiemanagement – die **BWK** deckt das gesamte Spektrum rund um das Thema Energie ab.



1 Kurzcharakteristik

BWK ist das Energie-Fachmagazin für die Entscheider in Energiewirtschaft und Energietechnik. Sie berichtet praxisnah und kompetent über alle relevanten Themen der Energiebranche. **BWK** ist konsequent auf den Informationsbedarf von Entscheidern bei Energieversorgern und -verteilern, bei Herstellern und Dienstleistern, bei Anlagenbetreibern und Energieanwendern ausgerichtet. Charakteristisch ist die Kombination von breitem Überblick und in die Tiefe gehender Berichterstattung, wobei der Praxisbezug immer im Vordergrund steht.

- 2 Erscheinungsweise:** 10 x in 2019
- 3 Jahrgang:** 71. Jahrgang 2019
- 4 Web-Adresse:** www.energiefachmagazin.de
- 5 Mitgliedschaft:** –
- 6 Organ:** VDI-Gesellschaft Energie und Umwelt (VDI-GEU), Fachverband Dampfkessel-, Behälter- und Rohrleitungsbau e.V. (FDBR), Düsseldorf, Forschungsstelle für Energiewirtschaft (FFE), München, Deutscher Dampfkesselausschuss (DDA).
- 7 Herausgeber:** Verein Deutscher Ingenieure e.V.
- 8 Verlag:** VDI Fachmedien GmbH & Co. KG
Postanschrift: Postfach 10 10 22, 40001 Düsseldorf
Hausanschrift: VDI-Platz 1, 40468 Düsseldorf
Telefon: (02 11) 61 03-0
Telefax: (02 11) 61 03-3 00
- 9 Redaktion:** Dipl.-Ing. Peter von Hindte (Chefredakteur)
E-Mail: bwk@vdi-fachmedien.de
Telefon: (02 11) 61 03-5 26

10 Anzeigen:

CrossMediaConsulting
Wolfgang Ernd GmbH
Luruper Chaussee 125, 22761 Hamburg
Kai Lück
E-Mail: klueck@cmc-web.de
Telefon: +49 (0) 40 / 881 449-3 70
Fax: +49 (0) 40 / 881 449-1 1

11 Vertrieb

Sonja Müller
Telefon: (02 11) 61 03-1 40
E-Mail: leserservice@vdi-fachmedien.de

12 Bezugspreis:

Jahresabonnement (Inland)	inkl. Versandk. u. MwSt.	€ 298,00
	(Ausland) inkl. Versandk. exkl. MwSt.	€ 316,50
Einzelverkaufspreis		€ 38,00

13 ISSN:

1618-193X

14 Umfangs-Analyse 2017 = 10 Ausgaben

Format der Zeitschrift:	DIN A4	
Gesamtumfang:	696 Seiten = 100,0 %	
Redaktioneller Teil:	631 Seiten = 90,7 %	
Anzeigenteil:	65 Seiten = 9,3 %	
davon		
Stellen- und		
Gelegenheitsanzeigen:	2 Seiten = 3,1 %	} vom Anz.- Umfang
Einhefter-/Durchhefter:	– Seiten = – %	
Verlagseigene Anzeigen:	26 Seiten = 40 %	
Beilagen:	2 Stück	

VDI Fachmedien GmbH & Co. KG · Postfach 10 10 22 · 40001 Düsseldorf · Telefon (02 11) 61 03-3 80 · Telefax (02 11) 61 03-3 00 · E-Mail anzeigenabwicklung@vdi-fachmedien.de

1 Auflagenkontrolle:



2 Auflagen-Analyse:

Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt
(1. Juli 2017 bis 30. Juni 2018)

Druckauflage:	15.093		
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):	14.900	davon Ausland:	530
Verkaufte Auflage:	14.414	davon Ausland:	506
– Abonnierte Exemplare:	14.410	davon Mitgliederstücke:	13.911
– Sonstiger Verkauf:	4		
– Einzelverkauf:	0		
Freistücke:	486		
Rest-, Archiv- und Belegexemplare:	193		

3 Geographische Verbreitungs-Analyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	96,4	14.370
Ausland	3,6	530
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	14.900

Verbreitungs- und Empfänger-Struktur-Analyse (AMF-Schema 2 und 3-E)

Totalerhebung durch Dateiauswertung nach IVW-EDA-Richtlinien

Beschreibung der Erhebungsmethode zur Verbreitungs- und Empfänger-Struktur-Analyse (AMF-Schema 2, Ziffer 3 und AMF-Schema 3-E, Ziffer 1.1 bis 2.1)

1. Untersuchungsmethode:

Verbreitungsanalyse 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 Empfänger in der Datei: 15.624

2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger: 1.837
(Wechsel nach jeder vierten Ausgabe)

2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

– Verkaufte Auflage	14.933
davon: abonnierte Exemplare	14.929
Einzelverkauf	0
sonstiger Verkauf	4
– Freistücke	310
davon: ständige Freistücke	100
wechselnde Freistücke	0
Werbeexemplare	210
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	15.243
→ davon Inland	14.697
→ davon Ausland	546

3 Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA)	15.243 = 100,0 %
Davon in der Untersuchung nicht erfasst:	214 = 1,4 %
→ Einzelverkauf	0
→ sonstiger Verkauf	4
→ Werbeexemplare	210
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA)	15.029 = 98,6 %

3.2 Tag der Datei-Auswertung: 08. August 2018

3.3 Beschreibung der Datenbasis:

Die Auswertung basiert auf der Gesamtdatei. Die ermittelten Anteile für die Verbreitung im Inland und im Ausland wurden auf die tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt gemäß AMF-Ziffer 2 projiziert.

3.4 Zielperson der Untersuchung: entfällt

3.5 Definition des Lesers: entfällt

3.6 Zeitraum der Untersuchung: August 2018

3.7 Durchführung der Untersuchung: Springer-VDI-Verlag

1.1 Branchen / Wirtschaftszweige Unternehmenstypen

Ablg.	WZ 2008 Code	Empfängergruppen Bezeichnung (lt. Klassifikation der Wirtschaftszweige 2008)	Anteil der ermittelten Leser (WLK)	
			%	Projektion (circa)
E	40	Energieversorgung, Energieerzeugung, Energieverteilung	36	5.457
DG, DF	24, 23.2	Chemie, Mineralölverarbeitung	3	455
DJ, DK	27.1, 27.2, 27.3, 27.5, 29	Metall (Erzeugung, Be- u. Verarbeitung), Maschinenbau	22	3.335
DL	31, 33	Geräte für Elektrizitätserzeugung, -übertragung, -verteilung, Mess-, Steuer-, Regelungstechnik	6	910
KA	74.20,5	Ingenieurbüro	6	910
M, KA	80.3, 73.1	Hochschule/Forschung	18	2.729
KA	72.2, 74.1	IT/Consulting	5	758
		Sonstige Branchen	4	606
tatsächlich verbreitete Auflage			100	15.159

1.2 Größe der Wirtschaftseinheit

	Anteil der ermittelten Leser (WLK)	
	%	Projektion (circa)
1-49 Beschäftigte	17	2.577
50-99 Beschäftigte	6	910
100-199 Beschäftigte	7	1.061
200-499 Beschäftigte	9	1.364
500-999 Beschäftigte	6	910
1.000 Beschäftigte und mehr	39	5.912
Ingenieur-Studenten	13	1.971
Keine Angabe	3	455
tatsächlich verbreitete Auflage	100	15.159

2.1 Tätigkeitsmerkmale

2.1.1. Tätigkeitsmerkmal: Aufgabenbereich

	Anteil der ermittelten Leser (WLK)	
	%	Projektion (circa)
Management, Unternehmensführung	26	3.941
Produktionsplanung, Fertigung	17	2.577
Qualitätskontrolle, Abnahme	24	3.638
Auslieferung, Montage, Inbetriebnahme	19	2.880
Instandhaltung, Werkstatt	15	2.274
Konstruktion, Entwicklung	31	4.699
Beratung	46	6.973
Vertrieb, Verkauf, Marketing, IT	28	4.245
Material-Beschaffung, Einkauf	16	2.425
Hochschule, Forschung	36	5.457
Sonstige Tätigkeiten	8	1.213
Mehrfachnennungen (100% = 15.724)		

2.1.2 Tätigkeitsmerkmal: Position im Betrieb

	Anteil der ermittelten Leser (WLK)	
	%	Projektion (circa)
Vorstand, Geschäftsführer, Inhaber	12	1.819
Werksleiter, Betriebsleiter, technischer Leiter	4	606
Abschlechtsleiter, Projektleiter	26	3.941
kaufmännischer, technischer Angestellter/Fachingenieur	38	5.760
Assistent, wissenschaftlicher Mitarbeiter, Ingenieur-Student	15	2.274
Sonstige Positionen	5	758
tatsächlich verbreitete Auflage	100	15.159

2.2 Sozio-Demografie

2.2.1 Schulabschluss

	Anteil der ermittelten Leser (WLK)	
	%	Projektion (circa)
Hauptschule, Realschule	1	152
Abitur, Fachhochschulreife (inkl. Ingenieur-Studenten)	14	2.122
Fachschule, Technikerschule	1	152
Hochschul-, Universitäts-Abschluss	84	12.734
tatsächlich verbreitete Auflage	100	15.159

2.2.2 Berufliche Ausbildung

Das Merkmal wurde nicht erhoben

2.2.3 Alter

Das Merkmal wurde nicht erhoben

Kurzfassung der Erhebungsmethode zur Leser-Struktur-Analyse (AMF-Schema 3-L)

1 Untersuchungsmethode:

Leser-Struktur-Analyse durch telefonische Erhebung – Stichproben-Erhebung

2 Beschreibung der Empfängerschaft zum Zeitpunkt der Datenerhebung:

2.1 Beschaffenheit der Datei:

In der verwendeten Empfängerdatei sind die Anschriften aller Empfänger erfasst. Aufgrund der vorhandenen Angaben kann die Datei nach Postleitzahlen bzw. Inlands- und Auslandsempfängern sowie nach Vertriebsformen sortiert werden. Ein Großteil der Adressen ist personalisiert und wird an Privatadressen versandt (VDI-Mitglieder).

2.2 **Gesamtzahl Empfänger in der Datei:** 14.433

2.3 **Gesamtzahl wechselnde Empfänger:** 837

kein eigentlicher Wechselversand, sondern zeitbegrenzte Probehefte

2.4 **Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:**

– Verkaufte Auflage		14.634
d davon: abonnierte Exemplare	14.630	
Einzelverkauf	0	
sonstiger Verkauf	4	
– Freistücke		569
d davon: ständige Freistücke	122	
wechselnde Freistücke	177	
Werbeexemplare/Messeexemplare (davon 20 Stück als Auslage)	270	
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)		15.203
d davon: Inland	15.183	
Ausland	20	

3.1 **Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):**

Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA) April-Heft 2008	14.763	= 100,0 %
Davon in der Untersuchung nicht erfasst:	741	= 5,0 %
– Buchhandel, Bibliotheken, Verlage	210	
– Personalstücke/eigene Vertretungen	47	
– Sonstiger Verkauf	13	
– Messeexemplare und Auslageexemplare	211	
– ständige Freistücke	205	
– nicht deutschsprachiges Ausland	55	
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tatsächlich verbreiteten Auflage)	14.022	= 95,0 %

3.2 **Tag der Stichproben-Ziehung:** 21.07.2008

3.3 **Beschreibung der Stichprobe:**

Random-Auswahl mittels elektronischem Zufallsgenerator (SPSS) aus der Postauflage des Heftes Juni 2008

Im folgenden wird die Gesamt-Stichprobe dokumentiert.

Ausgangs-Stichprobe	418 Fälle	= 100,0 %
Adressbezogene Ausfälle:	61 Fälle	= 14,6 %
– Empfänger bzw. Leser nicht ermittelbar	22 Fälle	
– Adresse bzw. Tel.-Nr. nicht auffindbar/kein Anschluss	38 Fälle	
– Firma existiert nicht mehr/Insolvenz	1 Fall	
Brutto-Stichprobe	357 Fälle	= 100,0 %
Ausfälle:	107 Fälle	= 30,0 %
– Interview verweigert/keine Zeit/keine Lust/darf nicht teilnehmen (firmeninterne Regelung)	43 Fälle	
– Krankheit, Urlaub, nur Anrufbeantworter, Zielperson während Feldzeit nicht erreichbar	64 Fälle	
Netto-Stichprobe (auswertbare Fälle):	250 Fälle	70,0 %

3.4 **Zielperson der Untersuchung:** Erstempfänger

3.5 **Definition des Lesers:** Leser im Weitesten Leserkreis (mind. 1 von 10 Ausgaben pro Jahr)

3.6 **Zeitraum der Untersuchung:**

Telefonische Interviews vom 22.07. bis 03.09.2008

3.7 **Durchführung der Untersuchung:**

teleResearch GmbH – Institut für Marktforschung, Mannheim

4.1 Media-Profil

Lesezeit	Anteil der ermittelten Leser (WLK) in %
bis 15 Minuten	23
16 bis 30 Minuten	38
31 bis 45 Minuten	16
46 Minuten bis 1 Stunde	16
1 bis 1,5 Stunden	4
1,5 bis 2 Stunden	2
mehr als 2 Stunden	1
	100

Durchschnitt: 36 Minuten

Beruflicher Nutzen	Anteil der ermittelten Leser (WLK) in %
trifft voll und ganz zu	37
trifft eher zu	50
trifft eher nicht zu	8
trifft gar nicht zu	0
keine Angabe	4
Rundungsdifferenz	1
	100

Durchschnitt: 1,7

(1 = trifft voll und ganz zu; 4 = trifft gar nicht zu)

Titelprofil	Anteil der ermittelten Leser (WLK) in %				
	Trifft voll und ganz zu	Trifft eher zu	Trifft eher nicht zu	Trifft gar nicht zu	keine Angabe
Informiert umfassend und vollständig	39	52	8	0	1
Enthält fachlich kompetente Beiträge	51	43	5	0	1
Unabhängige, kritische Berichterstattung	21	46	25	1	7
Bringt Themen häufiger früher als andere	12	24	27	6	31
Anregungen lassen sich in die berufliche Praxis umsetzen	23	42	22	3	10
Aufmachung und Layout sind modern	47	40	9	4	0
Es macht Spaß, die BWK zu lesen	51	36	10	2	1
Klar und übersichtlich gegliedert	59	32	8	1	0
Gut lesbar, verständlich geschrieben	60	34	5	0	1
Kann man weiter empfehlen	62	32	4	1	1

Mehrfachnennungen

Ausgabe	Anzeigenschluss	Druckunterlagen	Erscheinungstag	Messen & Veranstaltungen Berichte, Hintergründe, Informationen	Energie-wirtschaft Energiepolitik, Energiemanagement, Klimaschutz, Strategie & Beratung, Regulierung, Personalmanagement	Energieerzeugung BHKW, KWK, Kraftwerke, Instandhaltung, Brennstoffzellen, Abfallbehandlung, Komponenten, Energieträger (Erdgas, Kohle, Kernenergie, Erdöl, Wasserstoff) Erneuerbare Energien Windenergie, Biomasse, Biogas, Solarenergie, Wasserkraft, Geothermie Netze & Speicher Energiespeicher, Netze, Netzmanagement, Instandhaltung, Komponenten	Digitalisierung & Prozessmanagement Virtuelle Kraftwerke und Speicher, Leittechnik, Energiehandel, Vertriebssteuerung, Messstellenbetrieb, Smart Metering, Billing, ERP, CRM, Marktkommunikation, EDM, Big Data, Social Media, Geoinformation, Monitoring, Smart City, Sektorenkopplung, E-Mobilität, Projektmanagement
1/2	11.1.	14.1.	31.1.	E-world energy & water 5.-7.2., Essen Energy Storage 12.-14.3., Düsseldorf	Kommunale Klimaschutzstrategien	Steuerung von Erzeugungsanlagen Energiespeicher Erdgas in der Energieversorgung Smart Grids	SPECIAL E-world energy & water Rollout-Management Gateway-Administration Elektromobilität in der Praxis
3	5.3.	6.3.	25.3.	Hannover Messe 1.-5.4., Hannover	Innovationsmanagement im EVU	SPECIAL Hannover Messe Leittechnik Wasserstoff und Brennstoffzellen Modernes Workforce-Management	Blockchain Mehrwertprodukte für Stadtwerke LoRaWAN-Funknetze Smart City
4	29.3.	1.4.	18.4.	Stadtwerke 2019 7.-8.5., Berlin	Change- und Transformationsmanagement	Kraft-Wärme-Kopplung SPECIAL Energieversorgung Moderne Instandhaltung Steuern und Überwachen von Energienetzen	Sektorenkopplung Digitalisierungspraxis SaaS-/Cloud-Lösungen Algo-Trading
5	15.4.	16.4.	9.5.	ZMP 2019 15.-16.5., Leipzig The smarter E 15.-17.5., München BDEW-Kongress 5.-6.6., Berlin	Energiepolitik auf dem Prüfstand	Management von EEG-Anlagen Kraftwerksservice Photovoltaik und Stromspeicher Beschaffung und Lagerhaltung im Netzbetrieb	Datenschutz und IT-Sicherheit SPECIAL Smart Energy CLS-Management und -Anwendungen Intelligente Messsysteme
6	22.5.	23.5.	14.6.	CeBIT 24.-28.6., Hannover	Jahresausgabe Die energiewirtschaftliche Gesamtsituation, Digitalisierung und Energiewende, Energie- und Emissionshandel, Energietransport und -verteilung, Energiespeicher, Die Gas- und Stromwirtschaft Deutschlands, Erneuerbare Energien, Kraftwerke und BHKW, Wasserstoff und Brennstoffzellen, Rationelle Energieversorgung, Energieträger: Erdgas, Stein- und Braunkohle, Mineralöl, Kernenergie		

In jeder Ausgabe: aktuelle Markt- und Brancheninfos, Unternehmensberichte, neue Produkte und Technologien

■ SPECIAL ■ Schwerpunktthema

Änderungen und Erweiterungen vorbehalten.

Ausgabe	Anzeigenschluss	Druckunterlagen	Erscheinungstag	Messen & Veranstaltungen Berichte, Hintergründe, Informationen	Energie-wirtschaft Energiepolitik, Energiemanagement, Klimaschutz, Strategie & Beratung, Regulierung, Personalmanagement	Energieerzeugung BHKW, KWK, Kraftwerke, Instandhaltung, Brennstoffzellen, Abfallbehandlung, Komponenten, Energieträger (Erdgas, Kohle, Kernenergie, Erdöl, Wasserstoff) Erneuerbare Energien Windenergie, Biomasse, Biogas, Solarenergie, Wasserkraft, Geothermie Netze & Speicher Energiespeicher, Netze, Netzmanagement, Instandhaltung, Komponenten	Digitalisierung & Prozessmanagement Virtuelle Kraftwerke und Speicher, Leittechnik, Energiehandel, Vertriebssteuerung, Messstellenbetrieb, Smart Metering, Billing, ERP, CRM, Marktkommunikation, EDM, Big Data, Social Media, Geoinformation, Monitoring, Smart City, Sektorenkopplung, E-Mobilität, Projektmanagement
7/8	2.8.	5.8.	22.8.	VGB-Kongress Kraftwerke 2019 4.-5.9., Salzburg/A	EVU zwischen Wettbewerb und Regulierung	SPECIAL Strom- und Wärmeerzeugung Virtuelle Kraftwerke und Stromspeicher Energiewende in der Praxis Dezentralisierung und Netzentwicklung	Moderne Leittechnik Künstliche Intelligenz Smart Home Mietstrom-Modelle
9	16.8.	19.8.	5.9.	Husum Wind 10.-13.9., Husum Intergeo 17.-19.9., Stuttgart	Horizontale Kooperationen unter Energieversorgern	SPECIAL Erneuerbare Energien Energiekosten senken mit KWK Potenziale der Windenergie Moderne Netzdokumentation	Energieeffizienz und IT-Sicherheit im Rechenzentrum GIS-Lösungen Condition-Monitoring von WKA Prozess-Outsourcing
10	13.9.	16.9.	2.10.	Metering Days 9.-10.10., Fulda	Neue Geschäfts- und Erlösmodelle	Rationelle Energieversorgung SPECIAL Die Energieversorgung in Deutschland – Entscheider nehmen Stellung Regulierungsmanagement in der Praxis	ERP- und Billing-Lösungen Marktkommunikation im Interimsmodell Trends im Submetering Smart Metering
11	16.10.	17.10.	7.11.	European Utility Week & Power-Gen Europe 12.-14.11., Paris/FR gat/wat 26.-28.11., Köln SPS IPC Drives 26.-28.11., Nürnberg	Human Resources Management	Effiziente Strom- und Wärmeerzeugung Erfolgreiche Retrofitmaßnahmen Power-to-Gas Kooperationen auf Verteilnetzebene	Kapazitätsmanagement SPECIAL IT-Lösungen für die Energiewirtschaft Neue Produkte und Services für EVU Datenschutz und IT-Sicherheit
12	14.11.	15.11.	6.12.		Stadtwerte im Zeitalter der Digitalisierung	Zustandsorientierte Instandhaltung Biomasse und Biogas Wasserkraft Wirtschaftlicher Netzbetrieb	Big Data und Business Intelligence ERP- und Billing-Lösungen Social Media SPECIAL CRM und Vertriebsmanagement

Änderungen und Erweiterungen vorbehalten.

In jeder Ausgabe: aktuelle Markt- und Brancheninfos, Unternehmensberichte, neue Produkte und Technologien

■ SPECIAL ■ Schwerpunktthema

Auflage:

Druckauflage: 15.093 Exemplare

Tatsächlich verbreitete Auflage im
Jahresdurchschnitt (lt. AMF-Schema 2, Ziffer 2): 14.900 Exemplare

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

Satzspiegel: 185 mm breit, 270 mm hoch
4 Spalten je 45 mm

Druck- und Bindeverfahren, Druckunterlagen:

Digitale Daten bevorzugt, möglichst PDF-Dateien
(siehe Seite „Informationen zur digitalen Anzeigenübermittlung“ S. 17)

Termine:

Erscheinungsweise: 10 x jährlich
Erscheinungstermin: s. Termin- und Themenplan, S. 9–12

Anzeigenschluss: s. Termin- und Themenplan, S. 9–12

Verlag:

VDI Fachmedien GmbH & Co. KG

Hausanschrift: VDI-Platz 1, 40468 Düsseldorf

Postanschrift: Postfach 10 10 22, 40001 Düsseldorf

Tel.: (02 11) 61 03-3 80

Internet: www.eBWK.de

Anzeigen: CrossMediaConsulting Wolfgang Ernd GmbH

Luruper Chaussee 125, 22761 Hamburg

Kai Lück · E-Mail: klueck@cmc-web.de

Telefon: +49 (0) 40 / 881 449-3 70

Fax: +49 (0) 40 / 881 449-1 1

Zahlungsbedingungen:

14 Tage nach Rechnungsdatum netto, bei Vorauszahlung oder Bankabbuchung

2 % Skonto. Auf Postgebühren bei Beilagen wird kein Skonto gewährt.

USD-Nr.: DE 812109115

Bankverbindung:

Commerzbank AG, Düsseldorf

SWIFT/BIC-Code: DRES DE FF 300

IBAN: DE69 3008 0000 0212 1724 00

1 Anzeigenformate und Preise:

Format	Breite x Höhe in mm *		Grundpreis s/w	2-farbig	3-farbig	4-farbig
1/1 Seite	185 x 270		€ 4.824,00	€ 5.224,00	€ 5.624,00	€ 6.024,00
2/3 Seite	185 x 174	122 x 270	€ 3.216,00	€ 3.616,00	€ 4.016,00	€ 4.416,00
1/2 Seite	185 x 130	90 x 270	€ 2.412,00	€ 2.732,00	€ 3.052,00	€ 3.372,00
Junior page	130 x 185		€ 2.612,00	€ 2.932,00	€ 3.252,00	€ 3.572,00
1/3 Seite	185 x 87	58 x 270	€ 1.608,00	€ 1.878,00	€ 2.148,00	€ 2.418,00
1/4 Seite	185 x 63	90 x 130	€ 1.206,00	€ 1.366,00	€ 1.526,00	€ 1.686,00
1/8 Seite	185 x 30	90 x 63	€ 603,00	€ 763,00	€ 923,00	€ 1.083,00

* siehe Seite „Standard-Formate für Anzeigen S. 15“; Sonderformate auf Anfrage

2 Zuschläge:

(nicht rabattfähig)

Farbzuschläge:

Primärfarben nach Euroskala	
1/1 Seite, 2/3 Seite	€ 400,00
1/2 Seite	€ 320,00
Junior Page	€ 320,00
1/3 Seite	€ 270,00
1/4 Seite, 1/8 Seite	€ 160,00
Sonderfarben	€ 450,00

Vorzugsplatzierungen:

(werden nur ganzseitig vergeben)	Zuschläge:
II., IV. Umschlags., 1. rechte S.	€ 100,00
III. Umschlagseite	€ 50,00

Titelseite:

auf Rückfrage bei CrossMediaConsulting Wolfgang Ernd GmbH

Innentitelseite:

Für Titelanzeigen auf Sonderteilen, die in der Regel fortgedruckt werden, gelten der normale Seitenpreis und die normalen Farbzuschläge.

Formatzuschläge:

Für angeschnittene Anzeigen und für Bunddurchdruck	€ 100,00
Beschnittzugabe: 3 mm an allen Heftaußenkanten	
Sonderformate auf Anfrage	

3 Rabatte: bei Abnahme innerhalb eines Jahres

Malstaffel		Mengenstaffel	
3 Anzeigen	3 %	3 Seiten	5 %
6 Anzeigen	5 %	6 Seiten	10 %
9 Anzeigen	10 %	9 Seiten	15 %
12 Anzeigen	15 %	12 Seiten	20 %

Kombinationen: Bei Anzeigenaufträgen für mehrere Fachzeitschriften des Verlages wird ein Kombinationsrabatt gewährt.

Alle o.g. Preise verstehen sich zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer

4 Rubrikanzeigen:

Stellengesuche	pro mm (45 mm breit)	€ 2,00
Chiffregebühr	€ 10,00	
Stellenangebote	pro mm (45 mm breit)	€ 5,00
An-/Verkäufe	pro mm (45 mm breit)	€ 5,00
Chiffregebühr	€ 12,00	

5 Sonderwerbformen:

auf Anfrage

a) Einhefter:	Umfang	Berechnungsbasis	Preis
	1 Blatt	1 Seite	€ 4.824,00
auf DIN A 4 gefalzt	2 Blatt	2 Seiten	€ 9.648,00
	3 Blatt	2,5 Seiten	€ 12.060,00
auf DIN A 4 gefalzt	4 Blatt	3 Seiten	€ 14.472,00

Format für 1 Blatt unbeschnitten 216 mm breit x 303 mm hoch. Rabattierung nach der Mengenstaffel, auch in Kombination mit Anzeigen.

Erforderliche Auflage: 15.000 Exemplare

b) Beilagen:

Nur Inlandsauflage. Format bis zu 200 x 290 mm, max. 4 Seiten Umfang. Gewicht bis 25 g; € 215,00 o/oo. Preise inkl. Postentgelte. Preise für Beilagen mit höherem Gewicht und Umfang auf Anfrage. Beilagen nicht rabattierbar.

Erforderliche Auflage: 15.000 Exemplare

c) Aufgeklebte Werbemittel:

Aufkleben von Postkarten € 50,00 o/oo.

Aufkleben von Gegenständen (z. B. Muster/Proben, CD-ROM/DVD) auf Anfrage.

Aufkleben von Druckerzeugnissen oder Gegenständen zusätzlich € 52,00 o/oo Klebekosten.

Aufgeklebte Werbemittel nur in Verbindung mit einer Trägeranzeige.

Lieferanschrift für Positionen a) bis c):

Kliemo AG, Hütte 53, B-4700 Eupen, Belgien
(Bitte Zeitschrift und Ausgabe vermerken)

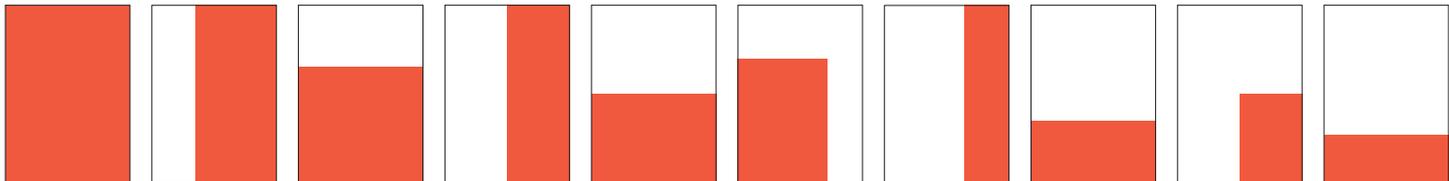
im Satzspiegel



1/1 Seite 185 mm breit 270 mm hoch	2/3 hoch 122 mm breit 270 mm hoch	2/3 quer 185 mm breit 174 mm hoch	1/2 hoch 90 mm breit 270 mm hoch	1/2 quer 185 mm breit 130 mm hoch	Junior Page 130 mm breit 185 mm hoch	1/3 hoch 58 mm breit 270 mm hoch	1/3 quer 185 mm breit 87 mm hoch	1/4 hoch 90 mm breit 130 mm hoch	1/4 quer 185 mm breit 63 mm hoch
---	--	--	---	--	---	---	---	---	---

im Anschnitt

alle Formate zzgl. 3 mm Beschnitt an allen Heftaußenkanten



1/1 Seite 210 mm breit 297 mm hoch	2/3 hoch 132 mm breit 297 mm hoch	2/3 quer 210 mm breit 192 mm hoch	1/2 hoch 100 mm breit 297 mm hoch	1/2 quer 210 mm breit 144 mm hoch	Junior Page 140 mm breit 202 mm hoch	1/3 hoch 72 mm breit 297 mm hoch	1/3 quer 210 mm breit 102 mm hoch	1/4 hoch 102 mm breit 142 mm hoch	1/4 quer 210 mm breit 79 mm hoch
---	--	--	--	--	---	---	--	--	---

Sonder-Formate/Sonder-Werbeformen

Teilen Sie uns Ihre Wünsche zu Sonder-Formaten und Sonder-Werbeformen mit.
Wir unterbreiten Ihnen gerne ein Angebot.

VDI Fachmedien GmbH & Co. KG · Postfach 10 10 22 · 40001 Düsseldorf · Telefon (02 11) 61 03-3 80 · Telefax (02 11) 61 03-3 00 · E-Mail anzeigenabwicklung@vdi-fachmedien.de

ABB AG, Mannheim
Alstom Power AG, Mannheim
Aprovis Energy Systems GmbH, Weidenbach
Arvato Systems Perdata GmbH, Leipzig
ArcMind Technologies GmbH, Essen
Availon GmbH, Rheine
A/V/E GmbH, Halle
August Storm GmbH + Co. KG, Duisburg
Bayergas GmbH, München
BHR Hochdruck-Rohrleitungsbau GmbH
Hauptverwaltung, Essen
Borsig GmbH, Berlin
Bosch Industriekessel GmbH, Gunzenhausen
Bundesdruckerei GmbH, Berlin
Caterpillar Energy Solutions GmbH, Mannheim
Clean Energy GmbH, Hamburg
Conergy Deutschland GmbH, Hamburg
Cursor Software AG, Gießen
DEHN + SÖHNE GmbH + Co. KG, Elektro-
technische Fabrik, Neumarkt
Deutsche Energie Agentur GmbH, Berlin
Deutsche Messe AG, Hannover
Deutsche Telekom AG, Bonn
devolo AG, Aachen
Dr. Thiedig GmbH + Co. KG, Berlin
DWA Deutsche Vereinigung für
Wasserwirtsch., Abwasser u. Abfall eV, Hennef
Efficient Energy GmbH, Feldkirchen
E.ON SE, Essen
EMH Energie-Meßtechnik GmbH, Brackel
EnBW Energie Baden-Württemberg AG, Karlsruhe

Endress + Hauser Messtechnik GmbH + Co. KG,
Weil am Rhein
EnergieAllianz Austria GmbH, Essen
Energie Südbayern GmbH, München
Evonik Industries AG, Essen
FICHTNER GmbH, Stuttgart
FLIR Systems GmbH
GEA AG, Bochum
GETEC AG, Magdeburg
GISA GmbH, Halle
Gwadriga GmbH + Co. KG, Berlin
Haus der Technik e.V. Außeninstitut der RWTH
Aachen, Essen
Industrie-Rat GmbH, Hamburg
innogy SE, Essen
Items GmbH, Münster
IVU Informationssysteme GmbH, Norderstedt
Karlsruher Messe- und Kongress GmbH, Karlsruhe
Kawasaki Gas Turbine Europe GmbH, Bad Homburg
Kelvion Holding GmbH, Bochum
KISTERS AG, Aachen
Kraftwerk Kraft-Wärme-Kopplung GmbH, Hannover
Leipziger Messe GmbH, Leipzig
MAN TURBO AG, Oberhausen
Messe Essen GmbH, Essen
Messe Husum + Congress GmbH + Co. KG, Husum
Mitsubishi Hitachi Power Systems Europe GmbH,
Duisburg
MW Energie AG, Mannheim
N-Ergie AG, Nürnberg
Netze BW GmbH, Stuttgart
Nexans Deutschland GmbH, Hannover

Nürnberg Messe GmbH, Nürnberg
Österreichische Elektrizitätswirtschaft AG, Wien
Panasonic Europe GmbH, Wiesbaden
PennWell Corporation, Essex, England
Power Plus Communications AG, Mannheim
REHAU AG + Co., Rehau
RheinEnergie AG, Köln
rku.it GmbH, Herne
Rolf Weeber Gruppe KG, Schauenstein
RWE Aktiengesellschaft, Essen
Schleupen AG, Wunstorf
Siemens AG Energy Sector, Erlangen
SIV AG, Roggentin
SKW Stickstoffwerke Piesteritz GmbH, Wittenberg
SOPTIM AG, Aachen
Stadtwerke Schwäbisch Hall GmbH, Schwäbisch
Hall
Total Deutschland GmbH, Berlin
TÜV Rheinland Industrie Service GmbH, Köln
TÜV Nord AG, Hamburg
Umweltinstitut Offenbach GmbH, Offenbach
Uniper S.E., Düsseldorf
Verbund-Austrian Power Trading Deutschland GmbH,
A-Wien
VGB PowerTech e.V., Essen
Viessmann Deutschland GmbH, Allendorf
Voltaris GmbH, Maxdorf
Westfalenhallen Dortmund GmbH, Dortmund
Wilken GmbH, Ulm
WINGAS GmbH & Co. KG, Kassel
ZENNER International GmbH + Co. KG, Saarbrücken

Datenformate

- **PDF-Dateien** (bevorzugt):
Druckfähige PDF (PDF/X-4:2010)
- **EPS, TIFF, JPEG** (alternativ):
Auflösung: mindestens 300 dpi Auflösung, angelegt im 4-Farb-Modus (CMYK)
– Schriften: in Pfade umgewandelt oder vollständig eingebettet

Bitte beachten Sie:

Bei Anzeigen mit Anschnitt mindestens 3 mm Beschnitt an allen Heftaußenkanten berücksichtigen.

Dateiübertragung

- **per E-Mail:** anzeigenabwicklung@vdi-fachmedien.de
- **auf einem Datenträger:** (CD + USB-Stick)
- **per Download**

Damit wir Ihre Anzeigen richtig zuordnen und prüfen können:

- Bei der Übermittlung per FTP-Transfer oder E-Mail: Die Dateien und Verzeichnisse müssen eindeutige Auftragsbezeichnungen haben, d.h. den Namen der Zeitschrift und Ihren Firmennamen enthalten.

1 Web-Adresse:

www.eBWK.de

2 Kurzcharakteristik:

In Ergänzung zur Printausgabe finden unsere Leser unter www.energiefachmagazin.de die Heftinhalte in einer modernen digitalen Aufbereitung. Tagesaktuelle Branchen-News, ein Heftarchiv sowie ein Sach- und Autorenregister runden das Angebot ab.

3 Zielgruppe:

Entscheider bei Energieversorgern und -verteilern, Hersteller und Dienstleister, Anlagenbetreiber und Energieanwender.

4 Verlag:

VDI Fachmedien GmbH & Co. KG

Ansprechpartner

Redaktion:

Dipl.-Ing. Peter von Hindte (Chefredakteur)
E-Mail: bwk@vdi-fachmedien.de
Telefon: (02 11) 61 03-5 26

Ansprechpartner

Onlinewerbung:

CrossMediaConsulting
Wolfgang Ernd GmbH
Luruper Chaussee 125
22761 Hamburg
Kai Lück
E-Mail: klueck@cmc-web.de
Telefon: (040) 881 449-3 70
Fax: (040) 881 449-11

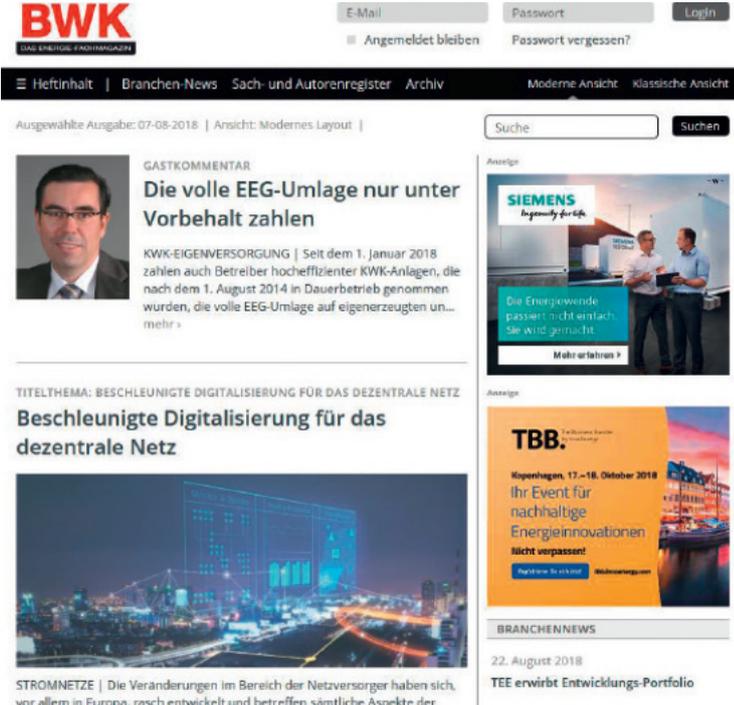
Nutzungsdaten (AMF-Schema N)

1 Zugriffskontrolle:

Google Analytics
Visits: 2.860

2 Nutzungsdaten:

Page impressions: 6.133
(Basis: Juni 2018)



The screenshot shows the BWK website interface. At the top left is the BWK logo. To the right are login fields for 'E-Mail' and 'Passwort', with a 'Login' button and links for 'Angemeldet bleiben' and 'Passwort vergessen?'. Below the navigation bar, there are menu items: 'Heftinhalt', 'Branchen-News', 'Sach- und Autorenregister', 'Archiv', 'Moderne Ansicht', and 'Klassische Ansicht'. The main content area features a 'GASTKOMMENTAR' by Peter von Hindte titled 'Die volle EEG-Umlage nur unter Vorbehalt zahlen'. Below this is a 'TITELTHEMA' section: 'Beschleunigte Digitalisierung für das dezentrale Netz'. On the right side, there are two advertisements: one for Siemens and one for TBB. At the bottom, there is a 'BRANCHENNEWS' section with a date of '22. August 2018' and a headline 'TEE erwirbt Entwicklungs-Portfolio'.

1 Preise und Werbeformen:

Werbeform	Format	Preis pro Monat
Medium Rectangle	300 x 250 px, max. 40 KB	€ 1.490,00
Superbanner	728 x 90 px, max. 40 KB	€ 2.490,00
Skyscraper	160 (200) x 600 px, max. 40 KB	€ 2.490,00
Wallpaper	diverse Formate	auf Anfrage
Billboard	937 x 200 (250) px, max. 80 KB	€ 3.490,00
Halfpage Ad	300 x 600 px, max. 50 KB	€ 3.490,00
Sitebar Ad	diverse Formate, max. 80 KB	auf Anfrage

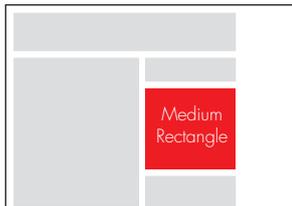
2 Rabattstaffel Online:

Malstaffel	Mengenstaffel	Rabatt
6 Monate	2 Banner	5 %
9 Monate	3 Banner	10 %
12 Monate	4 Banner	15 %

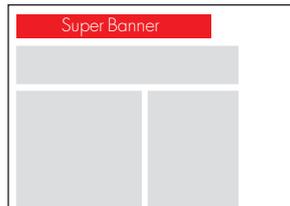
3 Zahlungsbedingungen:

Commerzbank AG, Düsseldorf
 SWIFT-Code: DRESDEFF300
 IBAN: DE27300800000213604100

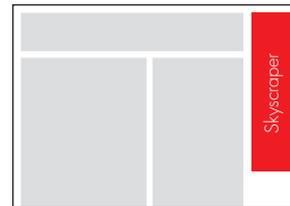
1 Bannerformate:



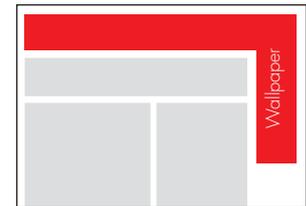
Format/Größe: 300 x 250 Pixel
Datenvolumen bis: 40 KB



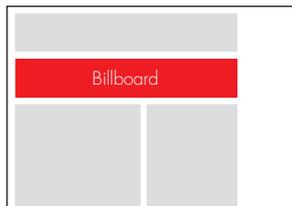
Format/Größe: 728 x 90 Pixel
Datenvolumen bis: 40 KB



Format/Größe: 160 (200) x 600 Pixel
Datenvolumen bis: 40 KB



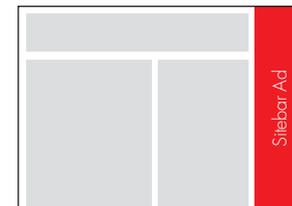
Format/Größe: diverse Formate



Format/Größe: 937 x 200 (250) Pixel
Datenvolumen bis: 80 KB



Format/Größe: 300 x 600 Pixel
Datenvolumen bis: 50 KB



Format/Größe: diverse Formate
Datenvolumen bis: 80 KB



1 Dateiformate:

JPG oder GIF.

2 Lieferadresse:

dbriere@vdi-fachmedien.de

3 Lieferfrist:

Standard-Werbeformen: min. 3 Werktage

Alle anderen: min. 5 Werktage

4 Technischer Support:

(02 11) 61 03-2 15

Um Werbemittel eindeutig zuordnen zu können, geben Sie bitte immer folgende Informationen bei der Anlieferung an:

- Kundenname
- Kampagnenname
- Buchungszeitraum
- Belegte Website
- Platzierung auf der Website
- Werbeformat
- Ansprechpartner für Rückfragen
- Motivname (optional)

VDI fachmedien

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen

Ziffer 1 „Anzeigenauftrag“ im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten in der Druckschrift zum Zweck der Verbreitung. Für die Abwicklung eines Anzeigenauftrages sind ausschließlich diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen maßgeblich. Abweichende Bedingungen des Auftraggebers finden auch dann keine Anwendung, wenn der Verlag im Einzelfall nicht widerspricht.

Ziffer 2 Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, ist es der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeigen abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.

Ziffer 3 Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.

Ziffer 4 Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.

Ziffer 5 Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.

Ziffer 6 Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht eindeutig als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

Ziffer 7 Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern abgegeben werden.

Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdbeilagen enthalten, werden nicht angenommen.

Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

Ziffer 8 Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen, ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an.

Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.

Ziffer 9 Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages.

Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungserletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Aufgabenteilung – ausgeschlossen; Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seiner gesetzlichen Vertreter und Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt.

Im kaufmännischen Geschäftsverkehr hat der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts beschränkt.

Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

Ziffer 10 Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzugs gesetzten Frist mitgeteilt werden.

Ziffer 11 Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

Ziffer 12 Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt.

Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichem vom Empfang der Rechnung an laufende Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

Ziffer 13 Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen.

Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offestehender Rechnungen abhängig zu machen.

Ziffer 14 Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

Ziffer 15 Kosten für die Anfertigung bestellter Lithos, Filme und Vorlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

Ziffer 16 Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preiserminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamt durchschnittlich mit dem ersten Anzeige beginnenden Inserationsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder – wenn eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preiserminderung berechtigender Mangel, wenn sie bei einer Auflage bis zu 50 000 Exemplare 20 v.H., bei einer Auflage bis zu 100 000 Exemplare 15 v.H., bei einer Auflage bis zu 500 000 Exemplare 10 v.H., bei einer Auflage über 500 000 Exemplare 5 v.H., beträgt. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preiserminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, daß dieser vor Erscheinen der Anzeigen vom Vertrag zurücktreten konnte.

Ziffer 17 Bei Chiffreanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Chiffreanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet.

Ziffer 18 Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.

Ziffer 19 Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Gerichtsstand ist der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsabschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes gelegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

a) Anzeigenaufträge durch eine Agentur werden in deren Namen und auf deren Rechnung angenommen. Die Werbemittel und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbemitteln und den Werbeagenturen (einschließlich Rabatte) darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

b) Die allgemeinen und zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages gelten sinngemäß auch für Aufträge über Fremdbeilagen, Beikleber, Beihelfer oder technische Sonderausführungen. Jeder Auftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich.

c) Die Haftung des Verlages ist auf den Nettopreis für das Beilagen, Beikleber oder Beihelfen beschränkt.

d) Ansprüche auf Schadensersatz wegen Verlust, Fehlleistung oder Verzögerung in der Zusendung von Schriften auf Chiffreanzeigen sind ausgeschlossen.

e) Falls eine Druckschrift ihr Erscheinen einstellt oder unterbricht, ohne dass dies vom Verlag zu vertreten ist, kann der Auftraggeber für Aufwendung an Text, Grafik, Herstellung von Druckunterlagen usw., die dadurch gegenstandslos werden, keinerlei irgendwede geartete Forderung stellen.

f) Im übrigen gilt Ziffer 9 der Allgemeinen Geschäftsbedingungen.

e) Höhere Gewalt, Betriebsstörungen usw. entbinden den Verlag von den eingegangenen Verpflichtungen.

f) Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen. Dem Auftraggeber obliegt es, den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen, die diesen aus der Ausführung des Auftrages, auch wenn er storniert sein sollte, gegen den Verlag erwachsen. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Erscheinen stornierte Anzeigen, so stehen auch dem Auftraggeber daraus keinerlei Ansprüche gegen den Verlag zu.

g) Eine Änderung der Anzeigenpreisliste gilt ab Inkrafttreten auch für laufende Aufträge.

h) Bei Konkursen und Zwangsvergleichen der Auftraggeber entfällt jeglicher Nachlass.

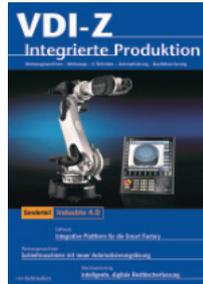
i) Wenn für konzernangehörige Firmen die gemeinsame Rabattierung beansprucht wird, ist die schriftliche Bestätigung einer Kapitalbeteiligung von mindestens 50 % erforderlich.

j) Die Übersendung von mehr als zwei Farbvorlagen, die nicht termingerechte Lieferung der Druckunterlagen und der Wunsch nach einer von der Vorlage abweichenden Druckvermischung können Auswirkungen auf Platzierung und Druckqualität verursachen und schließen spätere Reklamationen aus. Der Verlag muß sich die Berechnung entstehender Mehrkosten vorbehalten.

k) Der Verlag ist berechtigt, die bezüglich der Geschäftsbeziehung oder im Zusammenhang mit dieser erhaltenen Daten über den Geschäftspartner, gleich ob diese vom Geschäftspartner selbst oder von Dritten stammen, im Sinne des Bundesdatenschutzgesetzes zu verarbeiten.

Zielgruppen-Kompetenz

Konstruktion · Produktion · Technische Sicherheit · Bau · Energie · Umwelt · Logistik



VDI Fachmedien GmbH & Co. KG
BWK – Das Energie-Fachmagazin
Telefon (02 11) 61 03-3 80
www.eBWK.de

Anzeigen BWK:
CrossMediaConsulting
Wolfgang Ernd GmbH
Luruper Chaussee 125
22761 Hamburg

Kai Lück
klueck@cmc-web.de
Telefon: +49 (0) 40 / 881 449-3 70
Fax: +49 (0) 40 / 881 449-11