

Mediadaten 2026

Preisliste Nr. 10
gültig ab 1.1.2026



Titelporträt	2 – 3
Auflagen- und Verbreitungsanalyse	4 – 5
Preise und Formate	6 – 8
Ad Specials	9
Termin- und Themenplan	10 – 11
THINK TANK	12
VISION mobility Kooperations-Webinar	13
Online-Werbung	14
Native-Werbeformen	15 – 16
Business-Pitch	17
Newsletter	18
Beilagen/Einhefter	19
Ansprechpartner	20
AGB	21



HUSS-VERLAG GmbH
80912 München

huss



Gregor Soller
Chefredakteur
VISION mobility

Liebe Freunde und mediale Wegbegleiter,

ein chinesisches Sprichwort besagt: „Wenn der Wind der Veränderung weht, bauen die einen Mauern und die anderen Windmühlen.“ Und auch wenn man aktuell den Eindruck hat, dass mehr Mauern denn je hochgezogen werden, so macht es objektiv trotzdem mehr Sinn, den Wind und seine Energie zu nutzen!

Damit sind wir mitten im Thema: Denn Energie ist der große Treiber, der die Mobilität, Konnektivität und Infrastruktur beflügelt! Deshalb bringt VISION mobility alle relevanten Akteure aus diesen Welten an einen Tisch. Unser gemeinsames Ziel: den CO₂-Fußabdruck mit echten Innovationen nachhaltig senken. Dabei denken wir Mobilität nicht als Einzeldisziplin, sondern als Teil eines größeren Ganzen. Konnektivität, Infrastruktur, Mobilität: drei Zahnräder, ein System. Und genau das ist unsere Plattform.

In enger Partnerschaft mit Hochschulen, Institutionen, Industrie und Politik bündeln wir geballtes Know-how und treiben gemeinsam die Mobilitätswende voran. Der HUSS-VERLAG begleitet mit VISION mobility all jene, die Mobilität verantworten, gestalten oder einfach lieben – mit Weitblick, Überblick und regelmäßigem Blick über den Teller- rand.

Unser Fokus? Fahrzeugtechnik und -entwicklung, Ladeinfrastruktur, autonomes Fahren, digitale Prozesse, Flotten- und Telematik- tools – kurz: die Zukunft der vernetzten Mobilität.

Machen Sie mit! Werden Sie Teil einer Bewegung, die mehr vorhat, als nur den Verkehr am Laufen zu halten. Gestalten wir gemeinsam eine intelligenterere, nachhaltigere Mobilität – mit Begeisterung, Entschlossenheit und einem klaren Ziel vor Augen: den Wind der Veränderung zum Besten zu nutzen!

Jetzt Partner werden – und Mobilität neu denken!

Herzlichst Ihr
Gregor Soller
gregor.soller@hussverlag.de

Die VISION mobility THINK TANKS fungieren als Live-Plattform, die sich an ein fachkundiges Publikum richtet. Strukturierte Moderationen und Podiumsdiskussionen, begleitet von Q+A-Sessions, beziehen das Publikum direkt in den Dialog ein. Experten aus der Branche stellen die neuesten Entwicklungen vor und diskutieren diese sachlich, gern aus verschiedenen Perspektiven. Unternehmen können durch ein Sponsoring aktiv an den THINK TANKS teilnehmen. Dies ermöglicht ihnen, ihre Inhalte auf etablierten Veranstaltungen zu präsentieren und zu erörtern, wobei auch die Möglichkeit für Feedback gegeben ist.

Print



Magazin-App



Online



Bild: fotolab/pixelpirelli

www.vision-mobility.de

- 1 **Titel:** VISION mobility
- 2 **Kurzcharakteristik:** VISION mobility erklärt neue Mobilitätskonzepte. Im Fokus stehen nachhaltige Lösungen für Verkehr, Konnektivität und Infrastruktur für sämtliche Verkehrsträger, die neben Pkw und Leichtfahrzeugen sowie Vans auch Nutzfahrzeuge, Omnibusse, Zwei- und Lastenräder umfassen. www.vision-mobility.de
- 3 **Zielgruppe:** Fuhrparkleiter und Personen, die sich beruflich mit der Beschaffung von Mobilitätslösungen und deren Produkten beschäftigen
- 4 **Erscheinungsweise:** 6-mal im Jahr
- 5 **Heftformat:** 210 x 280 mm
- 6 **Jahrgang:** 10. Jahrgang 2026
- 7 **Bezugspreis:** Jahresabonnement Inland € 75,-
(inkl. MwSt. zzgl. € 8,40 Versandkosten)
Einzelverkaufspreis € 13,-
(inkl. MwSt. zzgl. € 3,- Versandkosten)
ISSN-Nr. 2512-6601
- 8 **Verlag:** HUSS-VERLAG GmbH
Telefon: +49 89 32391-0
Telefax: +49 89 32391-163
Internet: www.huss.de
- 9 **Herausgeber:** Dipl.-Ing. (FH) Christoph Huss
- 10 **Anzeigen/Vertrieb:** Petra Willmeroth -285
petra.willmeroth@hussverlag.de
Michaela Pech -251 (Lkw)
michaela.pech@hussverlag.de
Zeitschriftenvertrieb -313
leserservice@hussverlag.de
- 11 **Redaktion:** Gregor Soller -460 (verantwortlich)

- 12 **Umfangs-Analyse:** 2024 = 6 Ausgaben
- Gesamtumfang:** 484 Seiten = 100,00 %
- Redaktioneller Teil:** 421,05 Seiten = 86,99 %
- Anzeigenteil:** 62,95 Seiten = 13,01 %
davon: verlagseigene Anzeigen 20,60 Seiten = 32,72 %
- Beilagen:** 1 Stück
- 13 **Inhalts-Analyse des Redaktionsteils:** 2024 = 421,05 Seiten

13a

Themen	Seiten	%
News	50,16	11,91
Fahrzeugvorstellungen	18,58	4,41
Fahrberichte	39,50	9,38
Fahrzeugtests/-vergleiche und Tour Checks	71,25	16,92
Praxisberichte Neue Mobilität/Flotten	22,17	5,26
Miete, Kauf, Leasing und Sharing	21,66	5,14
Digitalisierung, Software, Apps, Telematik und KI	17,84	4,24
Fahrzeugtechnik, Fahrassistenzsysteme, autonomes Fahren, Robotik	7,34	1,74
Elektrifizierung, Antrieb, Energie	23,43	5,56
Tanken, Laden und Parken	25,68	6,1
Mobilitätskonzepte, Verkehr und Umwelt	18,59	4,42
Unternehmen, Wirtschaft, Politik	23,76	5,64
Reifen	8,75	2,1
Recht	3,75	0,90
Messe- und Veranstaltungsberichte	27,66	6,56
Kolumnen (Pro und Contra, Stromstöße)	12,57	2,99
Sonstiges	28,36	6,73
Gesamt	421,05	100,00

16 **Auflagen-Analyse:** Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt
(1. Juli 2024 bis 30. Juni 2025)

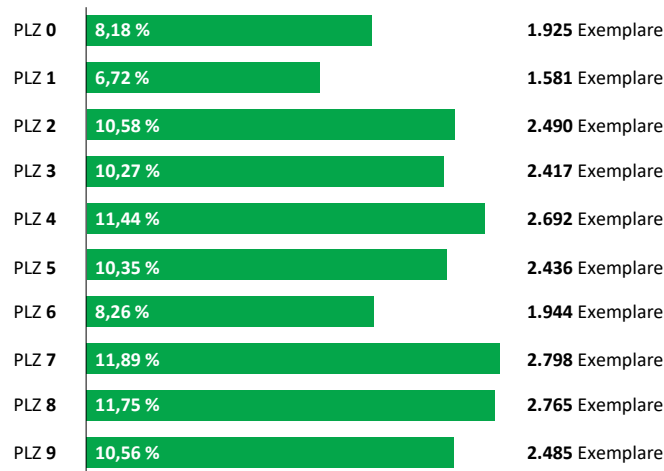
Druckauflage:	25.000		
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):	23.574	davon Ausland:	42
Verkaufte Auflage:	9.012	davon Ausland:	35
– Abonnierte Exemplare/ sonstiger Verkauf/Einzel- verkauf:	9.012	davon Mitgliederstücke:	216
Freistücke:	14.562	davon Ausland:	7
Rest-, Archiv- und Belegexemplare	426		
Remissionen	1.000		

17 **Geografische Verbreitungs-Analyse:**

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	99,823	23.532
Ausland	0,177	42
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100	23.574

Gliederung der Inlandsauflage nach den Postleitzonen:

Anteil tatsächlich verbreiteter Inlandsauflage



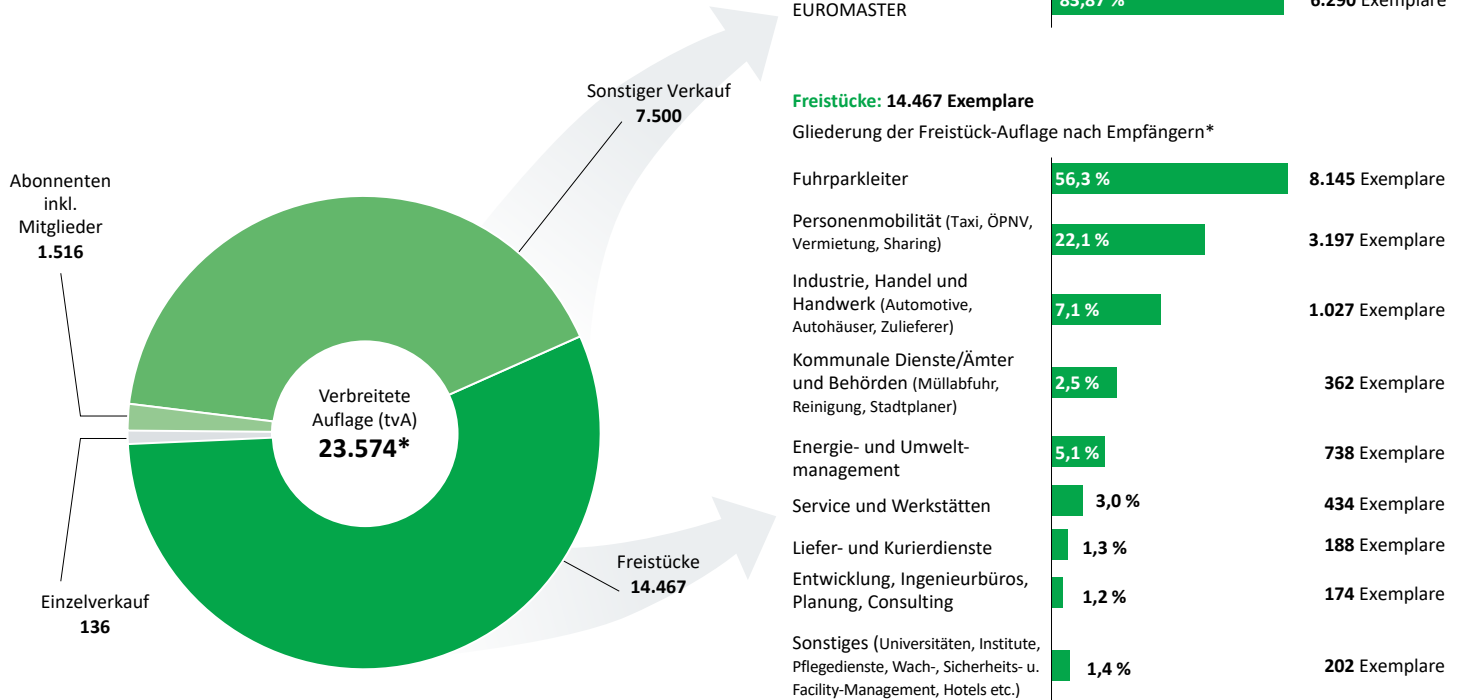
Tatsächlich verbreitete Inlandsauflage **23.532 Exemplare**

Kurzinformation zur Erhebungsmethode 2

- Untersuchungsmethode:** Auflagen- und Verbreitungsanalyse, Basis: Empfängerdatei mit Grundgesamtheit 83.424
Verbreitungsanalyse durch Dateiauswertung – Totalerhebung
- Grundgesamtheit:** Die Erstellung der Grundgesamtheit erfolgte auf Basis der tvA im Jahresdurchschnitt (1. Juli 2024 bis 30. Juni 2025).
- Die Untersuchung repräsentiert eine Grundgesamtheit von tvA 23.574 (= 100 %).
- Zeitraum der Untersuchung:** Juli 2025
- Durchführung der Untersuchung:** HUSS-VERLAG GmbH

Auflagenverteilung

Die Leser-Zielgruppe von VISION mobility sind die Fuhrparkleiter in Unternehmen und die Personengruppe, die sich beruflich mit der Beschaffung von Mobilitätslösungen und deren Produkten beschäftigt. Aus einem qualifizierten Adressbestand von 92.000 Adressen erfolgt eine gezielte Verteilung per Controlled Circulation an etwa durchschnittlich 14.467 personalisierte Adressen pro Ausgabe.



*Planung durchschnittlicher Versand pro Ausgabe (Verlagsangabe, August 2025)

1 Auflage (Verlagsangabe):

Druckauflage	20.000
Digital	5.000
Tatsächlich verbreitete Auflage	25.000

2 Zeitschriftenformat:

210 mm breit x 280 mm hoch

Satzspiegel:

185 mm breit x 256 mm hoch

3 Druckverfahren:

Inhalt: Rollenoffset, Umschlag: Bogenoffset, Klebebindung

Digitale Anzeigen-Druckunterlagen

Datenformat: Bitte liefern Sie Ihre Druckunterlage als PDF-Datei (maximal pdf 1.3). Wir empfehlen die internationale Norm PDF/X-1a.

Farbraum: Der Druck erfolgt nach der Eurokala im Prozessstandard Offsetdruck mit den Grundfarben Cyan, Magenta, Gelb und Schwarz. Sonderfarben sind nur nach Absprache möglich und werden ansonsten in unserer Druckvorstufe in 4c umgewandelt.

Profile: Für Anzeigen auf dem Umschlag **PSOcoated_v3.icc** und im Innenteil **ISOcoated_v2_300_eci.icc**
Die Profile können unter www.eci.org heruntergeladen werden.

Proof: Eine verbindliche Farbwiedergabe im Druck kann nur mit einem Proof mit Ugra/Fogra-Medienkeil gewährleistet werden. Ein farbiger Ausdruck kann lediglich zur Kontrolle dienen.

Datenübertragung bis 10 MB per E-Mail an anzeigen@vision-mobility.de
– ansonsten per wetransfer.com

Erstellung von Druckunterlagen auf Anfrage (zum Selbstkostenpreis)

4 Termine:

siehe Termin- und Themenplan auf Seite 10/11

Erscheinungsweise:

6-mal im Jahr 2026

5 Verlag:

HUSS-VERLAG GmbH

Hausanschrift:

Joseph-Dollinger-Bogen 5, 80807 München

Postanschrift:

80912 München, Deutschland

Internet:

www.vision-mobility.de

Anzeigendispo:

Lydia Hällmeyer

Tel.: +49 89 32391-286, Fax: -163

E-Mail: lydia.haellmeyer@hussverlag.de

6 Zahlungsbedingungen:

Zahlung innerhalb von 5 Tagen abzüglich 2 % Skonto oder 14 Tage netto ohne Abzug

Bankverbindung:

Deutsche Bank, München, Konto-Nr. 0 213 132 00, BLZ 700 700 10

SWIFT CODE: DEUTDEMMXXX

IBAN: DE45 7007 0010 0021 3132 00

BIC: DEUTDEMMXXX



Über 3 Mio. Direktmarketing-Adressen aus 5.000 Branchen für Ihren Werbeerfolg

www.huss-adressen.de Beratung +49 89 32391-319

7 Anzeigenformate (im Satzspiegel) und Preise

Alle Preise zzgl. MwSt.

Format	Breite x Höhe (in mm)		quer	4c
	hoch	norm		
1/1 Seite	185 x 256			€ 11.700,-
2/1 Seite	398 x 256			€ 22.500,-
1/2 Seite	90 x 256		185 x 123	€ 5.750,-
Junior Page		135 x 176		€ 7.900,-
1/3 Seite	58 x 256		185 x 80	€ 4.850,-
1/4 Seite	42 x 256	90 x 123	185 x 59	€ 2.900,-
1/8 Seite		90 x 59	185 x 28	€ 1.480,-

7.1 Kleinanzeigen ohne Rabatte (Breite x Höhe in mm):

1/6 Seite	58 x 123	€ 2.420,-
1/12 Seite	58 x 59	€ 1.290,-
1/16 Seite	42 x 56	€ 780,-
1/24 Seite	58 x 28	€ 675,-
1/32 Seite	42 x 28	€ 420,-

Aufschlag als Störer: € 100,-

8 Vorzugsplatzierungen:

4. Umschlagseite	€ 13.700,-
2. Umschlagseite	€ 12.700,-
1/3 neben Editorial	€ 5.090,-

9 Sonderwerbformen: Siehe Seite 9

10 Rabatte: Bei Abnahme innerhalb eines Jahres

Malstaffel		Mengenstaffel	
3 Anzeigen	3 %	2 Seiten	5 %
6 Anzeigen	5 %	4 Seiten	10 %
8 Anzeigen	8 %	6 Seiten	15 %
10 Anzeigen	10 %	8 Seiten	20 %
		10 Seiten	25 %

11 Einhefter*

Preis auf Anfrage

Benötigte Liefermenge: 20.400 Exemplare

12 Beilagen*: nicht rabattierbar

Lose eingelegt, maximale Größe 200 x 270 mm

Preise bis 25 g Gesamtgewicht: € 250,- je tausend Exemplare

26 g bis 50 g Gesamtgewicht: € 350,- je tausend Exemplare

Teilbeilagen (nach PLZ möglich)

Benötigte Liefermenge: 20.400 Exemplare

Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist die Vorlage eines verbindlichen Musters, notfalls eines Blindmusters mit Größen- und Gewichtsangabe, erforderlich.

13 Aufgeklebte Werbemittel (Postkarten, CDs/DVDs, Booklets)

bei Maschinenklebung:

Klebegebühr bis 25 g: € 100,- je tausend Exemplare

Klebegebühr von 26 bis 50 g: € 150,- je tausend Exemplare

(Klebegebühr nicht rabattierbar)

Benötigte Liefermenge: 20.400 Exemplare

Höhere Gewichte und andere Werbeformen wie Warenmuster a. A.

Aufgeklebte Werbemittel nur in Verbindung mit einer Trägeranzeige

14 Versandanschrift für Position 11 – 13:

Vogel Druck und Medienservice GmbH

Leibnizstraße 5, 97204 Höchberg

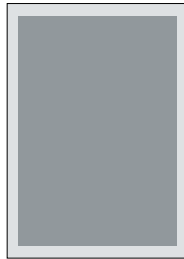
Tel.: +49 931 4600-2178

Liefervermerk: Für „VISION mobility“-Ausgabe Nr. x/2026

Liefertermin für Position 12 bis 13: 10 Tage nach Anzeigenschluss

* Weitere Informationen und technische Daten siehe Seite 19

Alle Preise zzgl. MwSt.



1/1 Seite

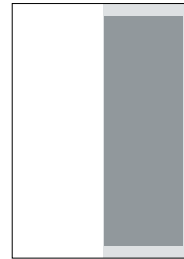
185 x 256 mm
210 x 280 mm*
€ 11.700,-

im Satzspiegel
im Anschnitt
4c-Preis



2/1 Seite

398 x 256 mm
420 x 280 mm*
€ 22.500,-



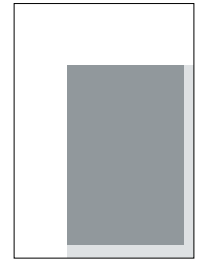
1/2 Seite hoch

90 x 256 mm
101 x 280 mm*
€ 5.750,-



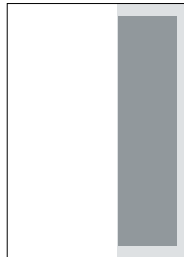
1/2 Seite quer

185 x 123 mm
210 x 137 mm*
€ 5.750,-



Junior Page

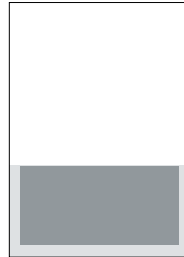
135 x 176 mm
146 x 190 mm*
€ 7.900,-



1/3 Seite hoch

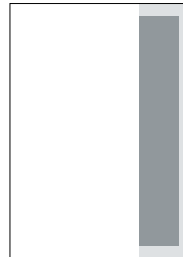
58 x 256 mm
69 x 280 mm*
€ 4.850,-

im Satzspiegel
im Anschnitt
4c-Preis



1/3 Seite quer

185 x 80 mm
210 x 94 mm*
€ 4.850,-



1/4 Seite hoch

42 x 256 mm
53 x 280 mm*
€ 2.900,-



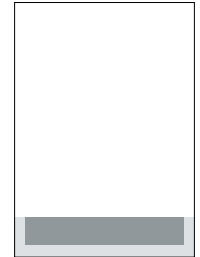
1/4 Seite norm

90 x 123 mm
101 x 137 mm*
€ 2.900,-



1/4 Seite quer

185 x 59 mm
210 x 73 mm*
€ 2.900,-



1/8 Seite quer

185 x 28 mm
210 x 42 mm*
€ 1.480,-

Alle Preise zzgl. MwSt.

Formate: Breite x Höhe

* zzgl. 3 mm Beschnitt an allen Heftaußenkanten



420 x 94 mm* € 9.500,-

Panorama-Anzeige

Panorama-Anzeigen laufen über den Satzspiegel von zwei Seiten inklusive des Mittelstegs. In unterschiedlicher Höhe und Breite, maximal 2/1 Seiten inklusive Mittelsteg.



69 x 280 mm
und
141 x 94 mm*
€ 10.500,-

L-Anzeige

Der breitlaufende „Streifen teil“ der Anzeige steht immer am Fuß der Seite, der nach oben laufende Teil immer in den Außenspalten (also bei einer linken Seite links und bei einer rechten Seite rechts).

Ad Specials

Für Anzeigenkunden, die das Besondere lieben, gibt es die Sonderwerbformen in VISION mobility. Diese Ad Specials sind spezielle Werbeformen, die sich von normalen Formatanzeigen abheben und so für eine gesteigerte Aufmerksamkeit beim Leser sorgen. Einige Beispiele sind hier angeführt. Sprechen Sie uns an, wenn Sie individuelle Kommunikationskonzepte realisieren möchten. Wir werden gemeinsam mit Ihnen kreative Lösungen entwickeln, um die beste Aufmerksamkeit für Ihre Marke zu erreichen.

Angebote und Beratung: Petra Willmeroth
Tel. +49 89 32391-285, petra.willmeroth@hussverlag.de



Flexform-Anzeige

Anzeige mit flexiblem Format, das nicht mit den normalerweise angebotenen Standardformaten vergleichbar ist (z.B. sternenförmige, kreisförmige oder mehreckige Anzeigen).



264 x 155 mm*
€ 9.500,-

Tunnel-Anzeige

Tunnel-Anzeigen werden über zwei Seiten inklusive des Mittelstegs platziert. Rechts und links bleibt mindestens eine Spalte frei für redaktionellen Inhalt.



Vorderseite
105 x 217 mm*
und Rückseite
105 x 280 mm*
€ 15.500,-

Flying Page/Cover Page/Half Cover

Anzeige, die halbseitig die Titelseite ummantelt (Flying Page).

* im Anschnitt zzgl. 3 mm Beschnitt an allen Heftaußenkanten
Alle Preise zzgl. MwSt.

Ausgabe/ Termine	Themen			Messen, Veranstaltungen, Kongresse
	Diese Themen werden in jeder der VISION mobility-Ausgaben behandelt: • Elektrifizierte Pkw und Vans • Leichte Nutzfahrzeuge • Flotten in der Praxis • Ladetechnik			
	MOBILITÄT	KONNEKTIVITÄT	INFRASTRUKTUR	
<p>2 2026</p> <p>AS 20.01. DU 27.01. ET 20.02.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • E-Bike Leasing • Berichte vor und zu Messen 	<ul style="list-style-type: none"> • Smarte Systeme • Auto-Abo • Schadensmanagement 	<ul style="list-style-type: none"> • Laden zu Hause und im Büro • IT in der Mobilität 	<p>CES, Las Vegas, 06. – 09.01.</p> <p>E-world energy & water, Essen, 10. – 12.02.</p> <p>GETEC Gebäude, Energie, Technik, Freiburg, 27.02. – 01.03.</p> <p>Light + Building, Frankfurt am Main, 08. – 13.03.</p>
<p>3 2026</p> <p>AS 24.03. DU 31.03. ET 24.04.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Leichte E-Mobilität • Sommerreifen • Berichte vor und zu Messen 	<ul style="list-style-type: none"> • Telematik • Lade- und Tank-Apps 	<ul style="list-style-type: none"> • Car-to-X-Kommunikation • DC-Laden im öffentlichen und halböffentlichen Bereich 	<p>VDA Mobility Innovation Summit 2026, Berlin, 26. – 27.03.</p> <p>Bus2Bus, Berlin, 15. – 16.04.</p> <p>i-Mobility, Stuttgart, 09. – 12.04.</p> <p>HANNOVER MESSE, Hannover, 20. – 24.04.</p> <p>THE TIRE COLOGNE, Köln, 09. – 11.06.</p>
<p>4 2026</p> <p>AS 12.05. DU 19.05. ET 12.06.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Firmenräder • Lieferverkehr letzte Meile • Berichte vor und zu Messen 	<ul style="list-style-type: none"> • Corporate Carsharing • Stromspeicher und Ladesäulen • Künstliche Intelligenz im Fahrzeug (ADAS) 	<ul style="list-style-type: none"> • Laden mit Photovoltaik und Pufferspeicher 	<p>18. Wissenschaftsforum Mobilität, Duisburg, 18.06.</p> <p>Power2Drive, München, 23. – 25.06.</p> <p>EUROBIKE, Frankfurt am Main, 24. – 27.06.</p>

AS = Anzeigenschluss DU = Druckunterlagenschluss ET = Erscheinungstermin

Änderungen aus aktuellem Anlass vorbehalten

<p>5 2026</p> <p>AS 28.07. DU 04.08. ET 28.08.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fuhrparkanalyse • Lastenräder • Berichte vor und zu Messen 	<ul style="list-style-type: none"> • Lastenmanagement • Versicherungen 	<ul style="list-style-type: none"> • Das Fahrzeug als Stromlieferant • Flottenladen 	<p>Automechanika, Frankfurt am Main, 08. – 12.09.</p> <p>IAA TRANSPORTATION, Hannover, 15. – 20.09.</p>
<p>6 2026</p> <p>AS 15.09. DU 22.09. ET 16.10.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mobilitätsdienstleister • Winterreifen • Berichte vor und zu Messen 	<ul style="list-style-type: none"> • Leasing/Finanzierung • Digitalisierung im Auto • Künstliche Intelligenz im Fahrzeug (Infotainment) 	<ul style="list-style-type: none"> • Mobility as a Service (MaaS) • HPC-Laden 	
<p>1 2027</p> <p>AS 03.11. DU 10.11. ET 04.12.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mobilitäts-Apps • Leichtfahrzeuge • Berichte vor und zu Messen 	<ul style="list-style-type: none"> • Autonomes Fahren • Cybersecurity 	<ul style="list-style-type: none"> • Urbane Mobilität • Intelligentes Laden 	

AS = Anzeigenschluss DU = Druckunterlagenschluss ET = Erscheinungstermin

Änderungen aus aktuellem Anlass vorbehalten



In den VISION mobility THINK TANKS erläutern hochkarätige Experten aus Forschung, Politik und Industrie zukünftige Formen neuer Mobilität und gehen anschließend mit dem Publikum und ihren Kollegen in eine Diskussion.

Im Fokus stehen innovative Mobilitätskonzepte, die mehrere Arten der Fortbewegung einbinden bzw. verbinden und die klassische Trennung zwischen öffentlichen, logistischen und individuellen Verkehrsmitteln aufheben. Dazu kommen neue, nachhaltigere und schnellere Konnektivitäts- und Mobilitätslösungen, immer wieder aber auch Details, welche unsere Mobilität, Konnektivität und Infrastruktur optimieren.

In den Vorträgen und Diskussionsrunden geht es auch um neue Fahrzeuge, Sharingmodelle und intelligente Ladelösungen. Die VISION mobility THINK TANKS zeigen interessante und relevante Strömungen in der Mobilität von morgen auf und bieten die Möglichkeit des Gedankenaustauschs und Networkings. Sie möchten diese Community für Ihren Werbeerfolg nutzen? Dann beteiligen Sie sich als Sponsor!

Ansprechpartner:

Petra Willmeroth
Tel. +49 89 32391-285
petra.willmeroth@hussverlag.de

Michaela Pech
Tel. +49 89 32391-251
michaela.pech@hussverlag.de



Leadgenerierung mit dem VISION mobility Kooperations-Webinar

Das VISION mobility Kooperations-Webinar bietet Ihnen die Möglichkeit (DSGVO-konform), Leads zu generieren. Bei Bewerbung des Events findet immer die Nennung Ihres Unternehmens als Kooperationspartner des VISION mobility Webinars statt.

In einem bis zu **60-minütigen VISION mobility Live Webinar** wird ein mit Ihnen abgestimmtes Thema vorgestellt und präsentiert.

Die Kampagnenlaufzeit beträgt 10 Wochen. Mit unterschiedlichen Werbemitteln und Beiträgen wird kontinuierlich ein Spannungsbogen aufgebaut.

Anbei ein Auszug der im Paket beinhalteten Aktivitäten:

Leistungen

- Identifizierung des Webinar-Themas mit der VISION-mobility-Redaktion
- Moderation des Webinars durch die VISION-mobility-Redaktion
- Durchführung und Aufzeichnung des Webinars
- Crossmediales Content Marketing mit der Marke VISION mobility
- Sie erhalten die Kontaktdaten aller generierten Leads nach dem Webinar (DSGVO-konform)
- Die Aufzeichnung des Webinars steht Ihnen im Anschluss als Video zur freien Verfügung
- sowie viele weitere Bestandteile

Buchungszeitraum

Um sämtliche im Paket enthaltenen Aktivitäten vollumfänglich nutzen zu können, planen wir für die Bewerbung 10 Wochen. Davor müssen alle vorbereitenden Aktionen, wie Themenfindung, Werbemittelerstellung etc., abgeschlossen sein.

Konditionen

Preis: auf Anfrage



Ansprechpartner:

Petra Willmeroth
Tel. +49 89 32391-285
petra.willmeroth@hussverlag.de

Michaela Pech
Tel. +49 89 32391-251
michaela.pech@hussverlag.de



- 1 **Web-Adresse (URL):**
www.vision-mobility.de
- 2 **Kurzcharakteristik:**
Tagesaktuelle News, Termine, Hintergrundberichte, Veranstaltungskalender, Fotostrecken und Videos
- 3 **Zielgruppe:**
Fuhrparkleiter und Personen, die sich beruflich mit der Beschaffung von Mobilitätslösungen und deren Produkten beschäftigen
- 4 **VISION mobility Online-Leser-Struktur:**

über 58 % in der Altersgruppe 30-49 Jahre
über 66 % in leitender Funktion (über 28 % C-Level)
über 45 % mit Netto-Haushaltseinkommen von über 2.500 EUR, über 33 % mit mehr als 4.000 EUR
ca. 34 % mobile Zugriffe, 66 % über Desktop, Tablets, Laptops

Quelle: iqmedia GmbH, Adobe Analytics, 1. Halbjahr 2025
- 5 **Ansprechpartner:** Petra Willmeroth, Tel. +49 89 32391-285
E-Mail: petra.willmeroth@hussverlag.de
- 6 **Zugriffskontrolle:** dfp/Google AdManager
- 7 **Zugriffe** Monatsdurchschnitt (Verlagsangabe)
Page Impressions: 116.689
Visits: 74.490
Unique Visitors: 65.039
- 8 **Datenanlieferung:** 7 Werktage vor Schaltung an anzeigen@vision-mobility.de als GIF (statisch oder animiert), JPG, 3rd-Party JavaScript-Redirect, HTML5 (nur per Redirect) mit einer max. Größe von 150 KB (HTML5-Subload bis max. 500 KB). Dauer eines Ad-Impression ist 30 Sekunden.

Abbildungen (ähnlich)	Werbeform	Format (BxH)	Platzierung	Preis TKP
	Billboard	max. 980 x 300 Pixel (Standard 850 x 250 Pixel) + zwingend zus. mobile Variante bis max. 360 x 225 Pixel (Standard 300 x 100 Pixel)	direkt unter der Hauptnavigation	€ 80,-
	Half Page rechts (sticky)	300 x 600 Pixel	rechts außen oder mobile Content unterhalb	€ 70,-
	Skyscraper (sticky)	160 x 600 Pixel	rechts außen oder mobile Content unterhalb	€ 60,-
	Rectangle	300 x 250 (bis max. 300 x 300) Pixel	linke Sidebar oder mobile Content oberhalb	€ 40,-
	Large Mobile (oder Half Banner)	300 x 100 (oder 234 x 60) Pixel	linke Sidebar oder mobile Content unterhalb	€ 30,-

9 **Externer AdServer-Einsatz:** dfp/Google AdManager

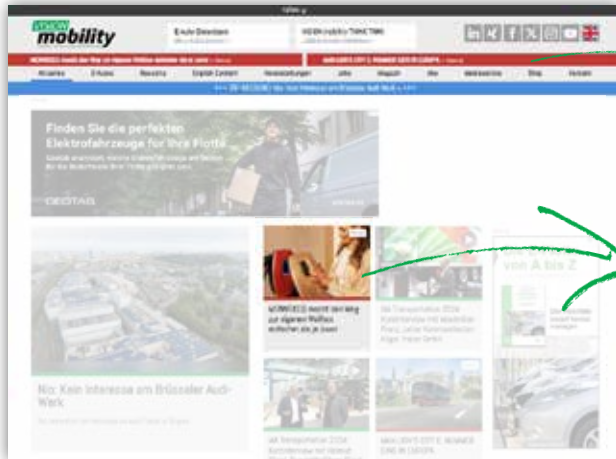
10 **Werbeformen und Preise:** siehe Tabelle

Alle Preise zzgl. MwSt.

Das Online-Advertorial

Mit einem Online-Advertorial auf vision-mobily.de haben Sie die Möglichkeit, Ihre Werbebotschaft mittels Text und Bild gezielt im redaktionellen Umfeld der VISION mobility zu platzieren. Sie sprechen unsere Leser in ihrem gewohnten Leseumfeld an und erzeugen eine sehr hohe Aufmerksamkeit sowie Kommunikationsbreite innerhalb unserer hochwertigen Zielgruppe.

Platzierung auf der Startseite



Header-Teaser oberhalb der Navigationsleiste mit Link zum Advertorial

Teaser-Platzierung auf der Startseite als zweite oder fünfte News mit Bild, Überschrift, Teaser-Text und Link zum Advertorial



Vorteile

- Exklusivität (Nur zwei Advertorials pro Monat)
- Professionelles Reporting am Kampagnenende

Leistungen

- Online-Advertorial mit maximal 3.500 Zeichen, Bildern (max. 5 MB), Backlinks, Dokumente, Videos u. v. m. auf vision-mobility.de
- 12-mal im **VISION-mobility-Newsletter** mit Bild, Überschrift, Teaser-Text und Link zum Advertorial (bei vier Wochen Laufzeit)

Konditionen

Laufzeit:	2 Wochen	4 Wochen
Impressions:	ca. 50.000	ca. 100.000
Preis:	€ 2.900,-	€ 4.300,-

Platzierung Native Text Ad

Auf der Startseite

Im Newsbereich

Die Native Text Ad (Native Advertising, Lead- und Traffic-Generierung)

Das Textbanner mit Bild ist eine native Werbeform, die direkt im redaktionellen Bereich unserer Webpräsenz platziert ist und eine überdurchschnittliche Aufmerksamkeit bzw. CTR garantiert.

Leistungen

- Textbanner (ca. 350 Zeichen) mit Bild und externer Verlinkung
- Werbeformat mit „Look & Feel“ eines Redaktionsbeitrags
- Neben Image-Kampagnen besonders geeignet für Traffic- bzw. Lead-Generierung auf Ihrer Zielseite

Vorteile

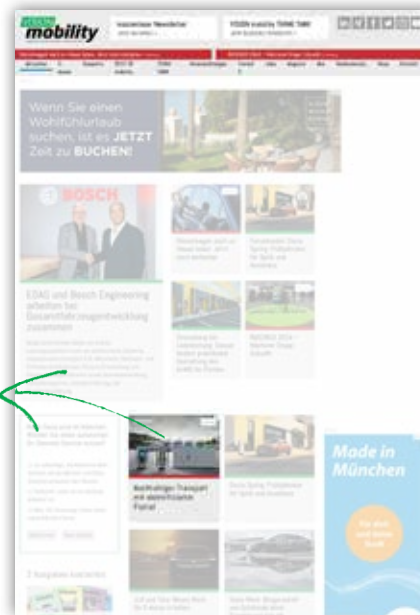
- Exklusivität, da immer nur zwei Kampagnen geschaltet werden (keine Rotation)
- Professionelles Reporting nach Laufzeitende mit Impressions, Klicks und CTR auf Wochenbasis

Konditionen

Laufzeit:	2 Wochen	4 Wochen
Impressions:	ca. 30.000	ca. 60.000
Preis:	€ 1.900,-	€ 2.900,-

Alle Preise zzgl. MwSt.

Startseite/im
Newsbereich



Native Text Ad innerhalb
jeder News

HUSS VERLAG GmbH

HUSS VERLAG GmbH
Joseph Döllinger Straße 5
80807 München
Deutschland

Bundesland: Bayern
Telefon: +49 (0)89 323 91 - 0
Fax: +49 (0)89 323 91 - 425
E-Mail: management@hussverlag.de
Webseite: huss-verlag.de

Newsletterlink
Zur Newsletter-Anmeldung >

Social Media Links
LinkedIn Xing Facebook
X/Twitter

Aktuelle News

- International Cartridge of the Year (CARTY) 2024: i2Print, Super Bicycles und Midea feiern Preise ein
- International Van of the Year 2025: Renault ist Meester aller Klassen
- Linienwahl BayWa 1924 Werkstatt-Merke 2024: Die beliebtesten Marken im Nutzfahrzeug-Altmarkt

B2B-Fachverlag: Seit über 40 Jahren erfolgreich



Die HUSS VERLAG GmbH gehört zur HUSS Unternehmensgruppe, unter demselben Dach auch neben dem Fachverlag HUSS MEDION GmbH auch die **SUNGEAR®** **Wasser- und Kongress®** GmbH befinden. Letztere veranstaltet die **LogiMAT** internationale Fachmesse für Logistik- Lösungen und Prozessmanagement in Stuttgart, sowie die internationalen Messen **LogiMAT China**, **LogiMAT India** und **LogiMAT Southeast Asia**, gemeinsam mit der Landesmesse Stuttgart.

Der HUSS-VERLAG ist ein moderner B2B-Verlag, der mit Fachzeitschriften und periodisch erscheinenden Sonder-Publikationen die Fach- und Führungskräfte in der Logistik sowie in den Branchen Transport, Verkehr/Personalbeförderung und Automatisierung von Produktion, Märkten sowie Presse- und Hintergrundwissen versorgt. Im Bereich Corporate Publishing sind wir mit Kundenzeitschriften und -magazinen sehr erfolgreich für unsere Kunden tätig.

Unser periodisch erscheinendes Fachzeitschriften:

- LOGISTIK HEUTE - die deutsche Logistikmagazin
- LOGISTIK - Fachmagazin für alle Fuhrpark- und Logistik-Transport - die Zeitung für den Güterverkehr
- VISION mobility - MÖBIUS, Konzepte/Verkehr, Innovativität
- Auto HEUTE - unabhängiges Test- und Marktsegmentmagazin
- Autopark - Testmag. DPMI (MOTOR)
- HUSS Werkstatte - Fachmagazin für den MFA-Altmarkt
- LEBENSWEI auf der Autobahn

Darüber hinaus erscheinen auch zahlreiche Sonderpublikationen:

Ein Shop für alle Fälle:

Der HUSS Shop ist die Versandvertriebsplattform der Unternehmensgruppe und bietet zahlreiche nützliche Produkte in den Rubriken **Logistik**, **Düsentransport**, **Elektrotechnik**, **Immobilien** und **Gedächtnisstechnik**, **Ökologie**, **Sanität** und **Flora**, **Touristik** & **gewerbliche** und **Management**. Um einen vollständigen Eindruck der interessanter Produktpalette zu erhalten besuchen Sie bitte direkt den **HUSS Shop** >

Der HUSS-VERLAG ist auch Mitglied der **Veranstaltungswelt B2B** (B2B-Veranstaltungen): **aktuell**.

Fachveranstaltungen und Events



Welchen Veranstaltungen und fester Bestandteil des Verlags-Portfolios: Diese stufen zum einen: **Wissenschaften** auf dem Programm, wie bspw. bei folgenden Veranstaltungen:

- LOGISTIK HEUTE Fachmesse
- VISION mobility TRUCK TEST CONFERENCE DATE

Jeder Individuelle Bedine Seminar Angebote: Zum ersten und Wertbewerben bzw. Preisverleihungen die wichtige Teil der Veranstaltungen wie folgt:

- Health-Profit-Verkaufst Markt
- Konzepte/Verkehrsmittel für Nachhaltigkeit
- Konzepte/Verkehrsmittel für Nachhaltigkeit
- TEST OF mobility
- SMART CHAIN ANWENDUNG
- Auto des Jahres

Business-Pitch

Der VISION mobility Business-Pitch bietet die Möglichkeit einer individuellen und umfassenden **Präsentation Ihres Unternehmens** auf unserer Website.

Ihr Profil mit Ihren Inhalten und Ihrem Logo werden über die allgemeine **Website-Suche** und über die Suche im **Business-Pitch** inklusive **Index- und Kartensuchfunktion** gefunden. Ihr **Logo mit Verlinkung** wird auf der Startseite, in den News, auf den Übersichtsseiten, in den Fachartikeln etc. in Rotation platziert

Leistungen

- **Individuelles Profil** mit allgemeinen Kontaktdaten und ca. 3.500 Zeichen mit bis zu drei Bildern
- Mehrere **Ansprechpartner** mit Kontaktdaten und Links zu deren Social-Media-Profilen
- **Videos** (über YouTube oder Vimeo) und eine **Bildergalerie** mit bis zu 20 Bildern
- **Termine, Dokumente** als PDF, Karte mit dem **Standort** des Unternehmens
- **Eigene News** einstellen mit Bild und Text im **Look & Feel** einer Redaktionsmeldung
- Darstellung aktueller Meldungen Ihres Twitter-Accounts (**Twitter-Feed**) und **aktueller News Ihrer Website** (über RSS-Feed)
- Verlinkung Ihres **Unternehmens-Newsletters** bzw. Kontaktformulars und Ihrer **Social-Media-Präsenzen**
- **Klein- und Stellenanzeigen** (Zusatzprodukte unseres Business-Pitch)
- **Reporting** nach Laufzeitende
- Nutzen Sie die Möglichkeit, innerhalb der Profiltexte Backlinks für eine **SEO-Optimierung** Ihrer Website zu setzen

Klein- und Stellenanzeigen sind Zusatzprodukte unseres Business-Pitch (auf Anfrage)

Konditionen

Laufzeit: 12 Monate
Impressions: ca. 250.000
Preis: € 1.900,-

Alle Preise zzgl. MwSt.

1 **VISION mobility Newsletter**

2 **Kurzcharakteristik:** Der Newsletter berichtet dreimal wöchentlich über die wichtigsten News und Termine in der Mobilitätsbranche.

3 **Zielgruppe:** Fuhrparkleiter und Personen, die sich beruflich mit der Beschaffung von Mobilitätslösungen und deren Produkten beschäftigen

4 **Verlag:** HUSS-VERLAG GmbH; Postanschrift: 80912 München

5 **Ansprechpartner:**

Petra Willmeroth, Tel. +49 89 32391-285, petra.willmeroth@hussverlag.de

6 **Zugriffskontrolle:** Episerver

7 **Abonnenten:** 5.123 (Verlagsangabe)

8 **Datenanlieferung:** 7 Werktage vor Schaltbeginn per E-Mail an anzeigen@vision-mobility.de; GIF (nicht animiert), JPG (max. 72 dpi), Text mit 350 Zeichen (inkl. Überschrift und Leerzeichen) + Bild (max. 240 x 160 Pixel), nur Text mit 500 Zeichen (inkl. Überschrift und Leerzeichen)

9 **Werbeformen und Preise** (neu: Banner läuft Dienstag und Freitag):

Bezeichnung	Maße (B x H)	Text	Preis*
Titelkopf Bild-Banner	310 x 90 Pixel		€ 690,-
Titelkopf Text-Banner		max. 165 Zeichen (inkl. Headline max. 40 Zeichen)	€ 690,-
Full-Banner	468 x 60 Pixel	–	€ 550,-
Grafik-Banner	bis max. 650 x 200 Pixel	–	€ 690,-
Text-Banner mit Bild	max. 240 x 160 Pixel	350 Zeichen	€ 690,-
Text-Banner ohne Bild		500 Zeichen	€ 690,-

10 **Erscheinungsweise:** 3-mal wöchentlich (montags, mittwochs und freitags)

11 **Rabatte:** Nach Rücksprache

Alle Preise zzgl. MwSt.

* Preis gilt für ein Banner mit Laufzeit von einer Woche, d.h. der Banner wird in drei aufeinanderfolgenden Newslettern geschaltet. Ausnahme ist der Titelkopf-Banner. Dieser wird an 3 aufeinanderfolgenden Montagen geschaltet (d.h. Laufzeit 3 Wochen).

Preis gilt für drei Aussendungen*



Titelkopf-Banner

Full-Banner

Grafik-Banner

Text-Banner mit Bild

Text-Banner ohne Bild

15 **Beilagen:**

Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist die Vorlage eines verbindlichen Musters mit Größen- und Gewichtsangabe bis spätestens Anzeigenschluss der jeweiligen Ausgabe erforderlich. Beilagen dürfen nur für das Verkaufsprogramm **eines Werbungtreibenden** werben. Sie müssen den Postbestimmungen entsprechend so gestaltet sein, dass sie nicht mit dem Redaktionsteil verwechselt werden können. Die Platzierung von Beilagen erfolgt den technischen Möglichkeiten entsprechend.

Technische Daten:

Beilagen werden lose eingelegt.

Maximalformat: 200 x 270 mm

Sie müssen so beschaffen sein, dass eine zusätzliche Bearbeitung entfällt. Erschwernisse und zusätzliche Arbeiten (z. B. Falzen) werden gesondert in Rechnung gestellt.

Beilagen, die auf einem anderen Werkstoff als Papier gedruckt sind, können nur nach Vorlage eines verbindlichen Musters und vorheriger Zustimmung des Verlages und der Post angenommen werden.

Beilagegebühren:

bis 25 g Gesamtgewicht € 250,- je tausend Exemplare
26 g bis 50 g Gesamtgewicht € 350,- je tausend Exemplare

höhere Gewichte auf Anfrage
Teilbeilagen-Zuschlag pro PLZ-Split Menge der Teilbeilagen (nach PLZ) € 75,-

auf Anfrage

Beilagen werden **nicht rabattiert**

Berechnete Auflage: 20.000 Exemplare

Benötigte Liefermenge: 20.400 Exemplare

Anlieferungstermin: Bis spätestens 10 Tage nach Anzeigenschluss.

Alle Preise zzgl. MwSt.

16 **Einhefter:**

Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist die Vorlage eines verbindlichen Musters, notfalls eines Blindmusters mit Größen und Gewichtsangaben, bis spätestens zum Anzeigenschluss der jeweiligen Ausgabe erforderlich. Die Platzierung ist abhängig von den technischen Möglichkeiten.

Formate offen:

1 Blatt (= 2 Seiten) unbeschnitten 216 mm breit x 290 mm hoch
2 Blatt (= 4 Seiten) unbeschnitten 216 mm breit x 290 mm hoch
3 Blatt (= 6 Seiten) unbeschnitten 216 mm breit x 290 mm hoch

Technische Angaben:

Beihefter müssen unbeschnitten, mehrblättrige Beihefter gefalzt angeliefert werden. Die Vorderseite des Einhefters muss entsprechend gekennzeichnet werden. Beihefter müssen in der Art und Ausführung so beschaffen sein, dass eine zusätzliche Aufbereitung und Bearbeitung entfällt. Erschwernisse und zusätzliche Falz- und Klebearbeiten werden gesondert berechnet.

Benötigte Liefermenge:

20.400 Exemplare

Anlieferungstermin:

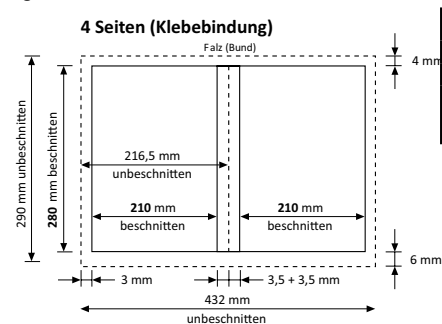
Bis spätestens 7 Tage nach Anzeigenschluss.

Versandanschrift:

Vogel Druck und Medienservice GmbH
Leibnizstraße 5,
97204 Höchberg
Tel.: +49 89 9314600-2178

Liefervermerk:

Für VISION-mobility-Ausgabe Nr. x/2026



MEDIABERATUNGDruckunterlagen bitte an: anzeigen@vision-mobility.de

Petra Willmeroth
Key Account Managerin
Tel. +49 89 32391-284
petra.willmeroth@hussverlag.de



Michaela Pech
Anzeigenleiterin Transport
(bei VISION mobility
verantwortlich für Lkw)
Tel. +49 89 32391-251
michaela.pech@hussverlag.de



Lydia Hällmeyer
Disposition
Tel. +49 89 32391-286
lydia.haellmeyer@hussverlag.de



Andreas Steger
Leserservice
Tel. +49 89 32391-313
leserservice@hussverlag.de

REDAKTIONPresseinformationen bitte an: redaktion@vision-mobility.de

Gregor Soller
Chefredakteur
Tel. +49 89 32391-460
gregor.soller@hussverlag.de



Johannes Reichel
Stellvertretender Chefredakteur
Tel. +49 89 32391-494
johannes.reichel@hussverlag.de



Claus Bünnagel
Chefredakteur busplaner
Tel. +49 89 32391-450
claus.buennagel@hussverlag.de



Funda Kaplan
Redaktionsassistentin
Tel. +49 89 32391-461
funda.kaplan@hussverlag.de

Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) für Anzeigen, Fremdbeilagen und Online-Werbung

- „Anzeigenauftrag“** im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung von Anzeigen und Fremdbeilagen in einer Druckausfertigung sowie über Online-Werbung zum Zweck der Verbreitung. Ein Abschluss erfolgt unter Beachtung der gemäß Preistabelle zu gewährenden Rabatte. Rechtswidrige Anzeigenaufträge kommen nicht zur Ausführung.
- Abdruck:** Anzeigen und Fremdbeilagen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abdruck einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.
- Abchlussfrist:** Die Anzeigenaufträge sind verbindlich, wenn sie innerhalb der in der Preistabelle genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenliste hinaus weitere Anzeigen zu Druckfertigungsverfahren, Konditionen bzw. nach Preistabelle abzurufen.
- Online-Werbung** (d. h. Homepage, Newsletter etc.) bestimmt sich nach dem gebuchten Zeitraum. Der Auftraggeber hat während der gesamten Laufzeit der Werbemaßnahmen die Webseiten bzw. Dokumente, auf die von der Online-Werbung verlinkt werden soll, aufrecht zu erhalten. Vorbehaltlich entgegenstehender Individualvereinbarungen sind die vom Bannerstern des Verlags genannten Werte bei den Visits und Page Impressions maßgeblich.
- Aufhebung von Aufträgen:** Der Verlag behält sich das Recht vor, in im Rahmen der Preistabelle festgelegten – nach geschäftlichem Ermessen abzulehnen. Dies gilt insbesondere dann, wenn deren Inhalt gegen gesetzliche oder behördliche Bestimmungen verstößt, vom deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder 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 Bestandsteils der Zeitung, der Zeitschrift oder des verlagserigen Online-Angebots erwecken oder Fremdanzeigen enthalten. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich nach Kenntniserlangung des betreffenden Inhalts mitgeteilt. Online-Werbemaßnahmen, die im Widerspruch stehen, können nachträglich aus dem Online-Angebot entfernt werden.
- Anzeigenschluss:** Die in den Preistabellen angegebenen Anzeigenschlüsse sind für den Verlag unverbindlich. Dem Verlag steht es frei, Anzeigenschlusstermine kurzfristig, dem Produktionsablauf entsprechend, anzupassen.
- Das Storno** von bereits gebuchten Aufträgen durch den Auftraggeber ist bis 14 Tage vor Anzeigenschluss (Print) bzw. Beginn der Kampagne (Online) möglich. Danach fallen Stornogebühren in Höhe von 50 % des Bruttopreises an. Bei Stornierungen nach Anzeigenschluss werden 100 % Stornogebühr vom Gesamtpreis fällig. Rückstellungen und Rücktrittsfr. die nach dem Zeitpunkt der Kampagne anfallen, werden hinsichtlich der nächste Print-Ausgabe bzw. Online-Kampagne wirksam. Allerdings können Anzeigenaufträge nach Anzeigenschluss bzw. dem Beginn der Kampagne grundsätzlich nur aus wichtigem Grund gekündigt werden. Für die Kündigung reichen Telefax oder E-Mail.
- Platzierung von Anzeigen:** Anzeigen werden in bestimmten Nummern, Ausgaben oder an bestimmten Stellen der Druckausfertigung oder den Online-Medien veröffentlicht, wenn dies bei der Auftragserteilung schriftlich, auch per Telefax oder E-Mail vereinbart und vom Verlag bestätigt wird. Rubrikanzeigen werden grundsätzlich nur in der jeweiligen Rubrik veröffentlicht, wenn dies vereinbart wurde. Die Platzierung von Anzeigen ist dem Auftraggeber vorbehalten.
- Haftung für die Inhalte der Anzeigen:** Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der Anzeige und/oder der Online-Werbemaßnahme sowie hinsichtlich der hierfür zur Verfügung gestellten Materialien. Er stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter frei, die in diesem Zusammenhang etwa geltend gemacht werden (inklusive der Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung), auch wenn der Auftragbestimmter sein sollte. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch die Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Durch Erteilung eines Anzeigenauftrages verpflichtet sich der Inserent, die Kosten der Verteidigung in einem gerichtlichen Verfahren zu übernehmen, das sich auf tatsächliche Behauptungen der veröffentlichten Anzeige bezieht, und zwar nach Maßgabe des jeweils gültigen Anzeigentarifs. Erscheinen nicht rechtzeitig silierte Anzeigen, so stehen auch dem Auftraggeber daraus keine Ansprüche gegen den Verlag zu.
- Druckerunterlagen:** Für die rechtzeitige und einwandfreie Lieferung des Anzeigentextes in Druckerunterlagen, Beilagen sowie in der Online-Werbung ist der Auftraggeber verantwortlich. Die Druckunterlagen sind in der jeweiligen Anzeigentabelle des Auftrages zu belegen. Es ist die Pflicht zur Aufbereitung des Textes nach den Angaben zum **Gefahrübergang** mit Eingang der Unterlagen beim Verlag zu befolgen. Die Übernahme von mehr als zwei Farbvorlagen, die nicht termingerechtere Lieferung der Druckerunterlagen und der Wunsch nach einer von der Vorlage abweichenden Druckwiedergabe können Auswirkungen auf Platzierung und Druckqualität verursachen und schließen spätere Reklamationen aus. Soweit möglich, wird der Verlag jedoch für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckerunterlagen unverzüglich Ersatz anfordern. **Rücksendung:** Druckerunterlagen werden nach besonderer Aufforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbereitung des Textes nach den Angaben zum **Gefahrübergang** mit Eingang der Unterlagen beim Verlag zu befolgen. Die Übernahme von mehr als zwei Farbvorlagen, die nicht termingerechtere Lieferung der Druckerunterlagen und der Wunsch nach einer von der Vorlage abweichenden Druckwiedergabe können Auswirkungen auf Platzierung und Druckqualität verursachen und schließen spätere Reklamationen aus. Soweit möglich, wird der Verlag jedoch für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckerunterlagen unverzüglich Ersatz anfordern. **Sämtliche Gewährleistungsansprüche** verfallen mit Ablauf des auf die Veröffentlichung der entsprechenden Anzeige oder Beilage folgenden Tages.
- Abdruckhöhe von Anzeigen:** Sind keine besonderen Größenvorschriften vereinbart oder vorgegeben, wird die Anzeige mit der für eine solche Anzeige üblichen Höhe abgedruckt und berechnet. Weicht bei einer fertig angelegerten Druckerunterlage die Abdruckhöhe von der bestellten Abdruckhöhe im Auftrag ab, gilt das Maß der in dem Auftrag gebrauchten Anzeigenabdruckhöhe. Die Abdruckhöhe wird nach oben gerundet.
- Probeabgabe** werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übergabe des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden. Sendet der Auftraggeber den ihm rechtzeitig übermittelten Probeabzug nicht innerhalb der gesetzten Frist zurück, so gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabgabe. Werden **Druckerunterlagen oder Online-Werbung digital** (z. B. Diskette, CD-ROM) oder durch Fernübertragung (z. B. ISDN, E-Mail) papierlos an den Verlag übermittelt, gelten zusätzlich die folgenden Bestimmungen:
 - Datensatzformat:** Bei digitaler Übermittlung von mehreren zusammengehörenden Dateien hat der Auftraggeber dafür Sorge zu tragen, dass diese Dateien innerhalb eines gemeinsamen Verzeichnisses (Ordner) gesendet bzw. gespeichert werden. Anzeigenverläufer sollten nur mit geschlossenen Dateien digital übertragen werden, die der Verlag inhaltlich nicht ändern kann. Der Verlag kann offene Dateien (z. B. unter Corel Draw, QuarkXPress, Freehand gespeicherte Dateien) ablehnen. Der Verlag haftet nicht bei fehlerhafter Veröffentlichung von Anzeigen (Print), die mit offenen Dateien übermittelt werden.
 - Online-Werbung:** Der Auftraggeber darf kein Verlag nur in geeigneten Dateiformaten angefertigt werden. Die Vorgaben des Verlags sind zu beachten. Der Verlag haftet nicht für fehlerhaft angefertigte Dateien.
 - Farbanzeigen:** Bei digital übermittelten Druckvorlagen für Farbanzeigen ist vom Auftraggeber ein Farb-Proof mitzuliefern. Digitale Erstellung Prüfdrucke müssen zur Kontrolle der Farberbildung in der FOGRA/UGRA-Medienklib in der aktuellen Version enthalten. Andrucke müssen ein offizielles Druckkontrollstreifen aufweisen. Ohne Farb-Proof des Auftraggebers sind Farbanwaben unvermeidbar. Diese können keine Ersatzansprüche des Auftraggebers auslösen. In jedem Fall ist ein Farb-Proof per Fax oder per E-Mail an die sachliche Richtigkeit zu liefern. Ein Korrektur- und Umfang des Auftraggebers ausdrücklich angefordert werden. Nur bei richtiger Farbpassung ist eine farblich richtige Umsetzung in üblichen Toleranzen gewährleistet.
 - Computerviren:** Der Auftraggeber haftet dafür, dass die übermittelten bzw. gespeicherten Dateien frei von Computerviren sind. Der Verlag ist berechtigt, Dateien mit Computerviren zu löschen, ohne dass dem Auftraggeber hieraus Ansprüche entstünden. Der Verlag behält sich zudem vor, den Auftraggeber auf Schadensersatz in Anspruch zu nehmen, wenn durch solche durch den Auftraggeber mitgelieferten Computerviren dem Verlag Schaden entstünden.
- Anzeigenbeleg:** Der Verlag ist verpflichtet, Auf Wunsch des Auftraggebers, die Anzahl der Anzeigenaufträge 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.
- Chiffrenanzeigen:** Die Eingänge auf Chiffrenanzeigen werden vier Wochen zur Abholung aufbewahrt bzw. dem Auftraggeber auf dem normalen Postweg weitergeleitet, auch wenn es sich um Einschreibebriefchen und Ellbriefe handelt. Wervolle Unterlagen senden der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Ansonsten werden nicht abgeholt Zurechnen. Der Auftraggeber ist verpflichtet, die Aufträge bis zum Ende des Auftrages zu bezahlen. Der Auftraggeber ist verpflichtet, die Aufträge bis zum Ende des Auftrages zu bezahlen. Der Auftraggeber ist verpflichtet, die Aufträge bis zum Ende des Auftrages zu bezahlen. Der Auftraggeber ist verpflichtet, die Aufträge bis zum Ende des Auftrages zu bezahlen.
- Errechnung Abnahmehemre:** Bei der Errechnung der Abnahmehemre werden Text-Millimetermetern dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
- Zusätzliche Satzkosten:** Kosten für die Anfertigung bestellter Druckerunterlagen sowie für Auftragsgeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen von Aufträgen zu tragen. Gleiches gilt für vom Auftraggeber geforderte Druckvorlagen, deren Behandlung oder nachträgliche Änderung zusätzliche Kosten verursachen.
- Nachlässe:** Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtschritte, den Unterschied zwischen dem gewählten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlags beruht.
- Preisänderungen:** Bei Änderung der Anzeigenpreise treten die neuen Bedingungen auch für laufende Aufträge – sofern keine anders lautende, schriftliche Vereinbarung getroffen wurde – mit dem Einfuhrtermin des neuen Tarifs in Kraft.
- Abweichende Preise:** Für Anzeigen in Vorbelegungen und reaktionell gestaltete Anzeigen, Anzeigen in Sonderveröffentlichungen und Kollektiven sowie für die Onlinewerbung und für Anzeigen, welche nach Anzeigenschluss verkauft werden, kann der Verlag von der Preistabelle abweichende Preise festlegen.
- Auflagenänderung:** Aus einer Auflagenänderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisänderung hergeleitet werden, wenn die in der Preistabelle garantierte verkaufte Auflage im Gesamtdurchschnitt des vergangenen Inserationsjahres laut IWW-Medienumfrage um 30 % unterschritten wird. Darüber hinaus sind bei Abschluss der Aufträge die tatsächlichen Verkaufszahlen auszusprechen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte. Änderungen des Heftumfangs behält sich der Verlag vor, ohne dass hieraus der Auftraggeber Ansprüche herleiten kann.
- Rechnungen** sind innerhalb von 14 Tagen nach Rechnungslegung zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart wurde. Die Rechnung ist schriftlich, mit Nachweis der Berechnung im Sinne des § 12 Abs. 1 Nr. 1 S. 1 BGB, zu belegen. Die Rechnungsstellung zu korrigieren.
- Bei Zahlungsrückfall:** Für Anzeigen in Vorbelegungen und reaktionell gestaltete Anzeigen, im kaufmännischen Geschäftsbereich in Höhe von 9 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz der Europäischen Zentralbank ab fälligkeit des Rechnungsbetrags, sowie einer Verzugschuldenspauschale in Höhe von 40,00 € berechnet, die auf einen geschuldeten Schuldensatz anzurechnen ist, soweit der Schaden nachweislich höher ist (z. B. wegen Kosten der Rechtsverfahren). Die Pauschale fällt auch bei verspäteten Abzahlungen- oder Ratenzahlungen an. (§ 288 BGB n. F.) Zahlungsrückfall betragen im kaufmännischen Geschäftsbereich längstens 60 Tage, es sei denn, darüber hinausgehend Zahlungsfristen sind für den Gläubiger nicht grob unbillig. Ist der Auftraggeber Verbraucher liegt der Zinssatz im Verzugsfall bei 10 Prozentpunkten über dem jeweiligen Basiszinssatz. Dies gilt auch im Fall der Zahlung. Die Geltendmachung eines weiteren Verzugsbetrags behält sich der Verlag gegenüber Unternehmen und Verbrauchern vor. Den Vertragspartnern bleibt es jedoch vorbehalten, im einzelnen einen niedrigeren oder einen höheren Schaden nachzuweisen. Der Verlag kann bei Zahlungsrückfall von Unternehmen und Verbrauchern 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 Anzeigenschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offestehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
- Gewährleistung:** Bei fehlerhaftem Abdruck einer Anzeige trifft rechtzeitig Lieferung einwandfreier Druckerunterlagen und rechtzeitiger Reklamation kann der Auftraggeber den Abdruck einer einwandfreien Ersatzanzeige (Nachlieferung) oder Minderung des Anzeigepreises (in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt ist, verlangen. Sind etwaige Mängel bei den Druckerunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden dieselben erst bei der Produktion deutlich, so hat der Auftraggeber bei ungenügender Abgabe keine Gewährleistungsansprüche. Das gleiche gilt bei Fehlern in wiederholt erscheinenden Anzeigen, wenn der Auftraggeber nicht vor Drucklegung der nächstfolgenden Anzeige auf den Fehler hinweist. Der Verlag ist nicht verpflichtet, die Druckerunterlagen auf Vollständigkeit und Richtigkeit zu überprüfen. Die Gewährleistung bei Online-Werbung beschränkt, die in der Einführungsphase des Verlags, d. h. insbesondere auf dem Server des Verlags entstehen bzw. begründet sind. Die Gewährleistung gilt ferner nicht für unwesentliche Fehler, z. B. dann, wenn die Beeinträchtigung bei der Wiedergabe der Online-Werbemaßnahme deren Zweck nicht wesentlich beeinträchtigt. Dem Auftraggeber ist bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, jederzeit eine gänzlich fehlerfreie Wiedergabe der Online-Werbung zu ermöglichen. Bei einem Ausfall des Servers über einen erheblichen Zeitraum von bis zu 10 Tagen ist der Auftraggeber verpflichtet, den Ausfall der Medialösung nachzuweisen und den Ausfall der Medialösung nachzuweisen und den Zeit der Insertion zu verlängern, sofern dies den Interessen des Auftraggebers nicht zuwiderläuft. Im Falle des Scheiterns einer Nachlieferung innerhalb der ursprünglich gebuchten Insertion bzw. nach Verlängerung des Insertionszeitraumes, entfällt die Zahlungspflicht des Auftraggebers für die in dem Zeitraum nicht realisierten bzw. durchschnittlich nicht angefallenen Medialösungen. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen. Im Übrigen liegt ein Fehler nicht vor bei einem Ausfall des vom Verlag genutzten Servers, der für länger als 24 Stunden fortlaufend oder während von 20 Tagen während der Laufzeit des Auftrages über einen erheblichen Zeitraum ausfällt. Beachtet der Auftraggeber diese Geschäftsbedingungen und die Empfehlungen des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von digitalen Druckerunterlagen und Online-Werbung, so steht ihm keine Ansprüche wegen fehlerhafter Anzeigerveröffentlichung zu. Der Verlag gewährleistet die drucktechnisch zeitbedingte bestmögliche Wiedergabe der Anzeige im Rahmen der durch die Druckvorlagen gegebenen Möglichkeiten. **Reklamationen** offensichtlich Mängel müssen vom Auftraggeber spätestens innerhalb von vier Wochen nach Veröffentlichung schriftlich geltend gemacht werden. Sämtliche Gewährleistungsansprüche verfallen mit Ablauf des auf die Veröffentlichung der entsprechenden Anzeige oder Beilage folgenden Tages.
- 2.a) zur Haftung, gleich auf welchem Rechtsgrund einschließlicher unerlaubter Handlungen, ist der Verlag nur verpflichtet, soweit Schäden (1) durch schuldhaft Verletzung einer vertragswesentlichen Pflicht (Kardinalpflicht) durch den Verlag in eine das Erreichen des Vertragszwecks gefährdenden Weise verursacht werden oder (2) durch Fahrlässigkeit oder Vorsatz von dem Verlag zurückzuführen sind.**
 - a) Haftung der Verlag gemäß Ziffer a) (1) für die Verletzung einer vertragswesentlichen Pflicht, ohne dass ihm grobe Fahrlässigkeit oder Vorsatz zur Last fallen, ist die Haftung von dem Vertrag auf die vereinbarten Anzeigenpreise beschränkt.
 - b) Haftung der Verlag gemäß Ziffer a) (1) oder (2) für grobe Fahrlässigkeit oder Vorsatz von Mitarbeitern, die nicht Organe oder leitende Angestellte des Verlags sind, ist die Haftung des Verlags für die vereinbarten Anzeigenpreise begrenzt.
 - c) Für mittelbare Schäden, Mangelfolgeschäden, entgangenen Gewinn und Ersatz vergeblicher Aufwendungen haftet der Verlag nicht, sofern diese nicht auf Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit des Organen oder leitenden Angestellten des Verlags zurückzuführen sind.
 - d) Ansonsten ist jede Haftung des Verlags auf solche typischen Schäden beschränkt, mit deren Eintritt der Verlag nach dem ihm bei Vertragsabschluss bekannten Umständen vernünftigerweise rechnen konnte. Der Verfall der Haftung ist durch die in den vorstehenden Ziffern b) bis c) schließt Ansprüche gegen Mitarbeiter und Beauftragte des Verlags ein.
 - e) Eine Haftung des Verlags wegen Personenschäden, Fehlens zugesicherter Eigenschaften oder nach dem Produktanwendungsbereich bleibt unberührt.
 - f) Keine Ansprüche des Auftraggebers bestehen für den Fall, dass die Nichtverfügbarkeit auf Arbeiten oder Wartungsaufgaben beruht, die lediglich im Interesse des Auftraggebers erfolgen.
 - g) Die Haftung übernimmt der Auftraggeber für Fehler aus telefonischen oder schriftlichen Übermittlungen jeder Art. Eine Haftung wird auch nicht übernommen, wenn sich Mängel an der Vorlage erst bei der Reproduktion oder beim Druck zeigen. Der Auftraggeber hat dann bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche. Die eventuell entstehenden Mehrkosten z. B. zur Nachbesetzung der Druckerunterlagen oder für Maschinenstillstand müssen weiterberechnet werden.
- Fälle höherer Gewalt** wie z. B. Arbeitskampfmäßnahmen, Beschlagnahme, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung oder Betriebsstörungen entbinden den Verlag von der Verpflichtung auf Erfüllung der Aufträge und Leistung von Schadenersatz, kann der Verlag dennoch die Aufträge mit 80 % der verkauften Auflage erfüllen, so hat der Verlag Anrecht auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen. Geringere Leistungen sind nach dem Tausender-Seitenpreis gemäß der im Tarif genannten verkauften Auflage zu bezahlen.
- Erfüllungsort und Gerichtsstand** ist der Sitz des Verlags, soweit hierüber eine Vereinbarung gesetzlich zulässig ist. Auf den Vertrag findet deutsches Recht Anwendung, wobei zwingendes Verbraucherrecht des Landes, in dem Sie sich gewöhnlich aufhalten, anwendbar bleibt.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlags

- Die allgemeinen und unter zusätzlichen Geschäftsbedingungen, die Auftragsbestätigung und die jeweils gültige Preistabelle sind für jeden Auftrag maßgebend. Abweichende Geschäftsbedingungen werden erst gültig durch schriftliche Bestätigung des Verlags.
- Die **Werbungsmittel** und **Werbegestaltungen** sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungstreibenden an die Preistabelle des Verlags zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlungsvermittlung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.
- Die Auftraggeber (**Werbegestalter**), die zum ersten Mal mit dem Verlag in Geschäftsvereinbarung treten, kann **Vorauskasse** bis zum Anzeigenschlusstermin verlangt werden.
- Bei der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Print- und Online-Medien aller Art (inklusive Internet) erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs- und sonstigen Rechte, insbesondere zur Verfügbarmachung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich und örtlich unbefristet, ausschließlich der Durchführbarkeit der Aufträge zu Lasten des Auftraggebers. Der Auftraggeber ist verpflichtet, dass er diese Rechte auch nach der Durchführbarkeit der Aufträge überträgt, anderfalls er den Verlag von allen Rechten Dritter freistellt, einschließlich der Kosten für die Rechtsverfolgung.

Corporate Publishing



Güterverkehr & Service



Logistik



Omnibus & Touristik



Automotive



shop
huss

www.huss-shop.de



li.hussverlag.de

Bestellen Sie noch heute Ihr Probeexemplar und die aktuellen Mediadaten!

