





MEDIADATEN **eot 2024/25**

Gültig ab: 01.03.2024

Inhalt

eot weekly

Auflage und Verbreitung	Seite	5
Formate und Preise			
Standard-Werbeformen	Seite	7
Sonder-Werbeformen	Seite	8

eot annual

Statistik d. dtsh. Energiewirtschaft

Auflage und Verbreitung	Seite	11
Formate und Preise			
Standard-Werbeformen	Seite	13
Sonder-Werbeformen	Seite	14

Technische Daten für Printprodukte

eot weekly	Seite	16
eot annual	Seite	16

Web-Produkte, Formate und Preise

Standard-Werbeformen website	Seite	17
Standard-Werbeformen shop	Seite	19

Technische Daten Website

Content-Hub

Online-Performance	Seite	23
E-Mail-Shot	Seite	24
Social-Media	Seite	24

Crossmedia Pakete

Print eot weekly und eot annual	Seite	25
Print eot weekly, eot annual und website	Seite	25

Technische Daten Digitalprodukte

AGB	Seite	27
------------	-------	-------	----

Heute buchen. Für Ihr Geschäft von morgen!

Die Ergebnisse der Grundlagenstudie "Print" zeigen, warum Zeitschriften mit einer zunehmenden Diversifizierung digitaler Mediangebote stark an Bedeutung gewinnen: Sie schaffen einzigartige Nutzungserlebnisse und ermöglichen den Rückzug von der als fremdbestimmt wahrgenommenen Flut digitalen Contents.

Gedruckte Zeitschriften werden demnach von den Lesern als qualitativ hochwertiger im Vergleich zu Online-Medien wahrgenommen. Sie empfinden die enthaltene Werbung als weniger aufdringlich und fühlen sich in die Lage versetzt, selbstbestimmt damit umzugehen. Dies hat zur Folge, dass Anzeigen in Printmedien häufiger Aufmerksamkeit erhalten als Werbung über Online-Medien. Während bei Zeitschriften der aktive Umgang im Vordergrund steht, spielt bei Online-Medien eher das Gefühl des „Benutzt Werdens“ eine negativ besetzte Rolle.



Setzen Sie diese Erkenntnisse zur Erreichung Ihrer Ziele ein und lassen Sie sich im Bereich Branchenkommunikation umfangreich und individuell von uns beraten.

Die Energiewirtschaft steht für eine hocheffiziente, flexible und verlässliche Versorgung. Flüssige Energieträger, auf regenerativer oder fossiler Basis, werden auch langfristig im Energiemix für eine bezahlbare und flächendeckende Mobilität von Personen und Gütern, die individuelle Wärmeversorgung oder in industriellen Produktionsprozessen unverzichtbar sein. Gleichzeitig befindet sich die Branche in einem transformativen Prozess und verlangt hohe Anpassungsfähigkeiten der beteiligten Unternehmen. Der Bedarf an neuen Kooperationspartnern, dem Bezug innovativer Dienstleistungen und professioneller Projektbegleitung ist deswegen besonders hoch.

Um diesen Bedarf zu decken bieten wir eine Plattform mit einem einzigartigen Branchenzugang. Neu- und Bestandskunden erreichen, Produkte oder Veranstaltungen bewerben, neue Vertriebswege erschließen, die Bekanntheit steigern, das Image pflegen – egal was Sie erreichen möchten, wir bieten eine große Auswahl an Maßnahmen und Kanälen für die Ansprache einer sehr wertvollen und anderweitig nicht zur erreichenden Zielgruppe: die Entscheider der Energiebranche.

Ihr Daniel Grübner



Alles, was Entscheider wissen müssen Aus erster Hand.

energy of tomorrow (eot) ist der führende Informationsdienst für die deutschsprachige Energiebranche. Jede Woche bringen wir die Entscheider aus Wirtschaft und Politik auf den neuesten Stand. Durch unseren Webauftritt geschieht dies außerdem tagesaktuell. Zuverlässig recherchiert und schnörkellos formuliert per Print- und Online-Ausgabe seit 1963:

- Marktentwicklungen und -analysen
- Experteninterviews
- aktuelle Preis- und Mengencharts
- relevante Unternehmensnachrichten
- wichtige Branchentermine
- innovative Forschungsansätze
- neue Player am Markt & Start-up-Ideen
- Anregungen für Kooperationen und Business Cases
- Entwicklungen im Dienstleistungsbereich für die Branche

Auflage und Verbreitung

eot weekly

Auflage: 240, davon 220 verkaufte Exemplare (Stand 31.12.2023), zuzüglich rund 200 Online-Versand, teilweise zur Mehrfachnutzung, Sonstige 10 Exemplare, Archiv 10 Exemplare.

Leserkreis: Geschäftsleitung und Führungskräfte der gesamten Energiewirtschaft, Gas- und Chemiebranche sowie Ministerien, Behörden, Verbände, Wirtschafts- und Fachpresse.

Nach Bereichen	von der Gesamtheit der Leser
E&P	3,2 %
Verarbeitung Mineralöl	16,8 %
Mineralölhandel	60,0 %
• Heizöl, LPG, LNG, Erdgas	44,0 %
• Kraftstoffe, LPG, LNG, H ₂ , Strom	55,2 %
• Schmierstoffe	38,4 %
• Transport / Logistik (Tkw, Pipeline)	60,8 %
• Tankstellen	39,2 %
Tanklager	29,6 %
Chemikalien (Additive, Schmierstoffherstellung)	25,6 %
Energiehandel allg. (Strom, Pellets, Wärme)	19,2 %
Tankstellenservice (Tankkarten, Entsorgung)	17,6 %
Verbände / Politik	16,0 %
Sonstige (Consultants, Altöleentsorgung)	13,6 %

Verbreitung:

93% Deutschland sowie 7 % Ausland, davon vorwiegend EU-Raum und Schweiz

Erscheinungsweise:

Wöchentlich Montag



eot weekly

61. JAHRGANG – NR. 48
27. NOVEMBER 2023

transform news
into success

MARKTBERICHT

est. Die Preise für Rohöl sind im Wochenvergleich überwiegen gestiegen. Brent-Nordsee-Rohöl verteuerte sich für Lieferung im Januar 2024 um 2,48 \$/b im low und gab um 0,01 \$/b im high nach. Für Februar stiegen die Preise um 2,66 \$/b bzw. um 1,37 \$/b sowie für März um 2,54 \$/b bzw. um 1,34 \$/b. Für den Dreimonatszeitraum lagen die

Notierungen zuletzt zwischen 78,40 \$/b und 82,74 \$/b. Die Notierungen für WTI haben sich bei Wertverlust des Fröstmoments unterschiedlich entwickelt. Für Lieferung im Januar 2024 stiegen sie um 2,16 \$/b im low und um 0,90 \$/b im high. Für Februar um 2,30 \$/b bzw. 0,83 \$/b und für März gab es um 1,62 \$/b bzw. 0,72 \$/b nach. Für den

Dreimonatszeitraum lagen die Notierungen zuletzt zwischen 73,79 \$/b und 78,48 \$/b. Die Handelspreise für 95/95 Gasoline folgten dem allgemeinen Trend und stiegen. Die Notierungen zuletzt für Dezember 2023 bis Februar 2024 zwischen 2,11 \$/l und 2,26 \$/l. Die Notierungen für Erdgas gaben nach und lagen für Lieferung von Dezember 2023 bis Februar 2024 zwischen 2,80 \$/MMBtu und 3,13 \$/MMBtu.

Der OPEC-Korpspreis hat sich im Vergleich Freitag zu Freitag der Vorwoche um 1,08 Dollar auf 84,16 \$/b erhöht.

Bei der Heizölnotierung sind Lager- und Raffineriegaben bei den Mitteldestillaten insbesondere die Notierungen im high nach. Für Super ES kam es zu leichten Preiserhöhungen.

Die Heizölnotierungen haben im Wochenvergleich wieder leicht zugezogen. Im bundesweiten Durchschnitt verteuerte sich eine 3.000 l-Standardpartie der Premiumqualität zum Stichtag Mittwoch um 0,03 Euro auf 114,02 Euro/100 l.

Die Kraftstoffpreise sind im Vergleich Freitag zu Freitag der Vorwoche weiter gefallen. Omokraftstoff verbilligte sich um 5 Cent/l, Dieselloftstoff um 3 Cent/l. Damit sinken Super ES zuletzt 181,9 Cent/l und Diesel 175,9 Cent/l. **o**

47. Woche 2023	Heizöl leicht	Super ES ¹	Dieselloftstoff
Hamburg	82,85 - 84,15	137,75 - 139,10	129,30 - 130,80
Bremen	82,95 - 84,25	137,90 - 139,20	129,45 - 130,95
Hannover	83,35 - 84,65	138,25 - 139,60	-
Duisburg	84,40 - 86,90	137,90 - 139,15	132,40 - 134,60
Köln	84,50 - 86,90	137,95 - 139,25	132,50 - 134,70
Wuppertal	85,35 - 87,25	138,55 - 139,75	133,05 - 135,25
Saarlouis	84,80 - 85,50	136,55 - 137,65	134,05 - 136,70
Berlin	84,80 - 85,55	-	-
Frankfurt	86,70 - 87,85	142,40 - 143,20	133,30 - 134,90
Mannheim	85,55 - 86,85	143,25 - 144,40	134,15 - 135,60
Karlsruhe	85,50 - 86,80	143,00 - 144,55	134,10 - 135,55
Stuttgart	-	143,70 - 145,05	-
Ingolstadt/Wohburg	87,90 - 90,40	143,20 - 144,45	135,80 - 138,75
München	88,40 - 91,10	143,70 - 144,95	139,30 - 139,25

Preise in Euro je 100 Liter fob. Tax ab Lager/Raffinerie einschließlich Mineralölsteuer EIBY (Benzin +27 Euro, Heizöl/Gaselloftstoff -30 Euro) und MWI P16,4 Cent, seit 1. Januar 2016, jedoch ohne Umsatzsteuer. Seit 1. Januar 2023 inkl. CO₂-Kosten. ¹ Aufschlag für Super plus ES: Zwischen 6,70 Euro und 7,60 Euro. Abschlag für Super E10: Zwischen 1,60 Euro und 3,00 Euro.

Erster Smooove Self-Checkout Kiosk im deutschen Ess-Tankstellennetz

Am 16. Oktober 2023 ging der erste SIG-MA Smooove Kiosk an der Esso-Station am Flughafen Frankfurt in Betrieb. **Seite 3**

Verabschiedung des Wärmeplanungsgesetzes

Am 17. November 2023 wurde das Gesetz für die Wärmeplanung und zur Dekarbonisierung der Wärmenetze verabschiedet. **Seite 13**

VTG: Änderungen in der Geschäftsführung

Sven Wellbrock, COO Europe & CSD, hat sich entschieden, die VTG zum 31. Dezember 2023 zu verlassen. **Seite 15**

nologie (NIP) durch das BMDV Bundesministerium für Digitales und Verkehr, Berlin.

H2-MOBILITY-Stationennetz

Aktuell können Brennstoffzellenfahrzeuge an mehr als 80 öffentlichen Wasserstofftankstellen in Deutschland mit 700 bar tanken, darunter Pkw und kleinere Nutzfahrzeuge sowie Müllsammel. Der weitere Netzausbau erfolgt nachfrageorientiert mit einem Fokus auf die 350-bar-Technologie für Lkw und Busse, u. a. entlang der TEN-T-Korridore. Darzue bieten 15 Stationen im H2-MOBILITY-Netz Betankungsmöglichkeiten für 350-bar-Fahrzeuge, Tendenz steigend. 27 weitere Betankungsoptionen dieser Technologie befinden sich aktuell in der Umsetzung. Weitere sind in Planung. Für 700 bar befinden sich derzeit fünf weitere Tankstellen in Planung. Bau oder Inbetriebnahme. **o**



u.l.n.r.: Dr. Ludwig Hellenthal, Geschäftsführer H2 Green Power & Logistics, Dr. Armin Willkomm, stellvertretender Ministerpräsident und Minister für Wirtschaft, Energie, Klimaschutz und Umwelt des Landes Sachsen-Anhalt, Lorenz Jung, Geschäftsführer und COO H2 MOBILITY Deutschland. Foto: H2 MOBILITY

WÄRMEMARKT

GP JOULE NIMMT WÄRMEPUMPE IN BETRIEB, DIE DIREKT MIT „GRÜNEM“ STROM VERSORGT WIRD

Die GP JOULE GmbH, Reußenköpfe, hat in Meringten (Landkreis Dornau-Red) eine Großwärmepumpe in Betrieb genommen. Das Besondere: Die Luft-Wärmepumpe wird direkt mit „grünem“ Strom aus einem nahegelegenen Photovoltaikpark versorgt und ist damit nach Angaben des Unternehmens die weltweit erste deutschlandweit einmalig, sondern auch ein Vorzeigeprojekt der Wärmewende. Das würdigen zahlreiche Gäste bei der Feier zur Inbetriebnahme, unter anderem Bayerns neuer Digitalminister Dr. Fabian Meiring. Nach seiner Aussage zeugt dieses Projekt von bundesweiter Strahlkraft und Mut sowohl bei der GP JOULE als auch bei der Gemeinde Meringten. Durch die innovative Kombination von Wärmepumpe und PV-Anlage schlägt das Unternehmen im Schrittschluss mit der Gemeinde Meringten die Brücke zwischen der Energie- und Wärmewende.

Schon als das Wärmenetz in Meringten 2017 in Betrieb ging, war die Gemeinde eine der ersten in der Region, die auf eine kommunale erneuerbare Wärmeversorgung setzten. Zusammen mit der GP JOULE gründete die Kommune die Betriebsgesellschaft ProTherm Meringten GmbH. Das Wärmenetz wird bisher vorrangig aus Biogas-Abwärme zweier örtli-

cher Produktionsbetriebe gespeist. Dazu wurde entwickelt

Das Netz wird schrittweise erweitert, im kommenden Jahr beginnt der 20. Bauabschnitt. Weitere 2 km Leitung kommen zum rund 14 km langen Netz dazu. Gut 60 Haushalte bekommen dadurch die Möglichkeit, sich mit klimaschonender und bezahlbarer Wärme aus dem ge-



Statt in ein neues Energie-Zentrum (u.l.n.r.): Gerhard Rohde und Felix Schwahn, beide Geschäftsführer der GP JOULE WÄRME, und Heinrich Garrau, Mitglied der GP JOULE, nehmen zusammen mit MdB Wolfgang Friebe, obg. Baumratgeber, Geschäftsführer ProTherm Meringten, mit Maggie, Bürgermeister Meringten, Digitalminister Dr. Fabian Meiring, MdB Armin Ravahorn, MdB Eva Leitenbauer, Claudia Metz, stell. Landrätin, MdB Stephanie Schaubach und Anke Wörk die Wärmepumpe in Meringten in Betrieb. Foto: GP Joule

Print-Produkte

Formate und Preise

Standard-Werbeformen **eot weekly**

Anzeigen	Formate Satzspiegel (Breite x Höhe)	Grundpreis Direktkunde	Grundpreis Agentur*
Stellenanzeige	180 x 40 mm	520,00 €	611,76 €
Privatgesuch	180 x 40 mm	100,00 €	117,65 €
Image 1/1-Seite 	202 x 289 mm	1.400,00 €	1.647,06 €
Image 1/2-Seite 	202 x 144 mm	1.000,00 €	1.176,47 €
Image 1/3-Seite 	67 x 289 mm / 202 x 96 mm	800,00 €	941,18 €
Image 2/3-Seite 	134 x 289 mm / 202 x 192 mm	1.200,00 €	1.411,77 €
Image Titelseite	frei innerhalb 202 x 289 mm	2.600,00 €	3.058,82 €
Image Sonderformat	Randlose Anzeige: zuzügl. 150 € DU: 2 Wochen im Voraus	Auf Anfrage	Auf Anfrage

Preise: zuzüglich Mehrwertsteuer *(inkl. 15 % Agentur-Provision)
Rücktritt: 6 Wochen vor Erscheinungstermin
Rabatt: ab 3 Anzeigen im KJ 3% | ab 5 Anzeigen im KJ 5% | ab 10 Anzeigen im KJ 10% (Rabatte werden nicht rückwirkend gewährt)

Print-Produkte

Formate und Preise

Sonder-Werbeformen **eot weekly**

Produkt	Format in mm	Umfang	Weitere Infos	Grundpreis Direktkunde	Grundpreis Agentur*
Beihefter	DIN A4 210 x 297	1-seitig, 2-seitig	Versandfertig angeliefert, mind. 135 g/qm (Bilderdruck mattgestrichen), wird maschinell oben links eingehftet.	1.500,00 €	1.764,71 €
Beileger	DIN A4 210 x 297	4-seitig	s. o. – Beilage, keine Heftung, wird im Umschlag beigelegt.	2.000,00 €	2.352,94 €
Beileger	individuell	individuell	Allseitig bedruckt s. o.	auf Anfrage	auf Anfrage
Advertorial	individuell	individuell	Advertorials müssen als Anzeige gekennzeichnet sein. Bild- und Textmaterial werden vom Kunden angeliefert.	auf Anfrage	auf Anfrage
Teaser	–	1-spaltig 5-zeilig	Teaser auf der Titelseite hat eine 2-zeilige Überschrift und einen 3-zeiligen Text, wird von der eot-Redaktion erstellt.	450,00 €	529,41 €
Versandtasche	147 x 174	1-seitig	Anzeige, auf Front von C4-Versandtasche, bei Versand des eot	1.200,00 €	1.411,77 €

Preise: zuzüglich Mehrwertsteuer *(inkl. 15 % Agentur-Provision)

Versand: C4-Umschläge

Rücktritt: 6 Wochen vor Erscheinungstermin

Rabatt: ab 3 Beiheftern im KJ 3% | ab 5 Beiheftern im KJ 5% | ab 10 Beiheftern im KJ 10% (Rabatte werden nicht rückwirkend gewährt)

MARKTBEI

MEHR AUFMERKSAMKEIT. MEHR REICHWEITE!
HEUTE BUCHEN FÜR DIE TERMINE VON MORGEN!

Nutzen Sie unser Termin-Spezial für alle Termine die aufgrund der Corona-Krise verschoben wurden

- Eine attraktive Titel-Anzeige im eot
- Eine 1/3 Seite als Reminder im eot
- Korrespondierender Skyscraper auf der eot-Website
- Flexible Schaltung! Heute buchen, bis zum 1.6.2021 schalten

Unser Corona-Spezial für alle eot-Absormenten:
Extra hohe Reichweite durch aktuellen Online-Zugang
Extra hohe Reichweite durch aktuellen Online-Zugang
Für alle eot-Absormenten

Unter **040 25 11 13** beraten wir Sie gern
zu diesem speziellen Angebot. Verfügbar bis zum 30.6.2020!

Stadt	100 Liter	100 Liter	100 Liter	100 Liter
Hamburg	85,35	87,65	138,55	139,75
Bremen	84,80	85,80	136,55	137,65
Hannover	84,80	85,95	-	-
Köln	86,70	87,80	142,40	143,20
Düsseldorf	86,55	86,80	142,20	143,60
Kassel	85,50	86,80	143,20	144,15
Stuttgart	87,90	90,40	143,20	144,45
München	88,40	91,10	143,70	144,95

Preis in Euro je 100 Liter 60-Twe-Ab Lager/Raffinerie einschließlich Mineralölsteuer, ESW (Brennöl) 27 Euro, MwSt (Einkaufspreise) 20 Euro und 19% USt, 4 Cent, seit 1. Januar 2016, jedoch ohne Umsatzsteuer, seit 1. Januar 2021 mit 0,2 Cent.

19 Aufschlag für Superplus E2-Zweischicht 4,70 Euro je 100 Liter, 1,60 Euro Abschlag für Super E10-Zweischicht 1,80 Euro und 5,00 Euro.

Erster Smooove Self-Checkout Kiosk im deutschen Esso-Tankstellennetz
Am 16. Oktober 2023 ging der erste SIO-MA Smooove Kiosk an der Esso-Station am Flughafen Frankfurt in Betrieb. Seite 3

Verabschiedung des Wärmeplanungsgesetzes
Am 17. November 2023 wurde das Gesetz für die Wärmeplanung und zur Dekarbonisierung der Wärmenetze verabschiedet. Seite 13

VTG: Änderungen in der Geschäftsführung
Sven Wellbrock, COO Europe & CSO, hat sich entschieden, die VTG zum 31. Dezember 2023 zu verlassen. Seite 15

Erster Smooove Self-Checkout Kiosk im deutschen Esso-Tankstellennetz
Am 16. Oktober 2023 ging der erste SIO-MA Smooove Kiosk an der Esso-Station am Flughafen Frankfurt in Betrieb. Seite 3

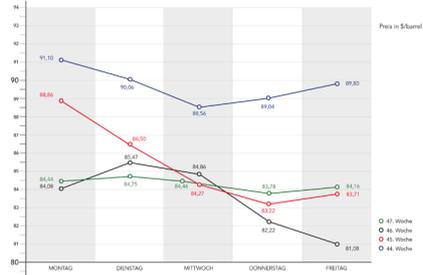
Verabschiedung des Wärmeplanungsgesetzes
Am 17. November 2023 wurde das Gesetz für die Wärmeplanung und zur Dekarbonisierung der Wärmenetze verabschiedet. Seite 13

VTG: Änderungen in der Geschäftsführung
Sven Wellbrock, COO Europe & CSO, hat sich entschieden, die VTG zum 31. Dezember 2023 zu verlassen. Seite 15

Teaser

Titelanzeige

ENERGIEPREISE
OPEC-KORBPREIS



ADVERTORIAL

TANQUID GMBH & CO. KG ERWIRBT TANKLAGER NÜRNBERG

Die TanQuid GmbH & Co. KG übernimmt zum 1. Januar 2024 das Tanklager von bp in Nürnberg und erweitert somit ihr Portfolio im süddeutschen Raum. Das Tanklager Nürnberg mit einer Gesamtangebotskapazität von 55.000 cbm bietet Umschlagmöglichkeiten für Kerosin- und Tanklastwagen. Als größter unabhängiger Betreiber (mehr als 3 Mio. cbm Lagervolumen) von Tanklagern in TanQuid-Mitgliedschiffen:

diesem hochspezialisierten Segment. Die nunmehr insgesamt 16 Standorte liegen an strategisch wichtigen Umschlagsschwerpunkten in Deutschland und Polen. Mit Nürnberg kommt für TanQuid und ihre Partner ein weiterer wichtiger Umschlagsschwerpunkt für die Treibstoff-Versorgung hinzu. Seit über 60 Jahren betreibt TanQuid mit heute über 300 qualifizierten Mitarbeitern Tanklager zur Lagerung und zum

Umschlag hochwertiger Mineralölprodukte und chemischer Flüssigkeiten. Der Erwerb des Tanklagers Nürnberg stellt für TanQuid einen weiteren Schritt zu kontinuierlichem Wachstum dar. In Kombination mit den aktuellen Kundenverlagerungsprojekten, u.a. in Polen, NRW und Niedersachsen, trägt die aktuelle Akquisition zur weiteren Steigerung der Attraktivität der Marke TanQuid bei.

TANKSTELLENMARKT

SIGMA: ERSTER SMOOVE SELF-CHECKOUT KIOSK ERFOLGREICH IM DEUTSCHEN ESSO-TANKSTELLENNETZ EINGEFÜHRT

Seit der Einführung des ersten SMOOVE Self-Checkout Kiosks im deutschen Tankstellenmarkt setzt die Schweiz & Bachmann GmbH, Mönchlagalbacht, neue Maßstäbe in Sachen Effizienz und Kundenzufriedenheit.

Die SMOOVE Self-Checkout Kiosks sind nicht nur für das Kassenspersonal erforderlich, sondern ermöglichen auch den Kunden ein selbstständiges Bezahlen. Mit allen, von der konventionellen Tankstellenkasse bekannten, Zahlungsmöglichkeiten ausgestattet, integriert sich SIGMA

problemlos nutzen können. Das Terminal wurde außerdem auf Basis der neuesten POS 2.0-Technologie entwickelt und ist damit für künftige Innovationen vorbereitet.

Mit allen, von der konventionellen Tankstellenkasse bekannten, Zahlungsmöglichkeiten ausgestattet, integriert sich SIGMA nach Meinung von Eray Özcan, Key Ac-

EXPERTEN ENTSCHIEDER E-WORLD

FOR 20 YEARS THE TREFFPUNKT DER ENERGIEWIRTSCHAFT.

E-WORLD ENERGY & WATER
11. - 13. FEBRUAR 2024 | ESSEN | GERMANY
EUROPAS FÜHRENDE ENERGIEFACHMESSE

Max Mustermann Musterstr. 33
20535 HAMBURG

#eworlde2020 www.e-world-essen.com eot/energy

Advertorial

Versandtasche

Auflage und Verbreitung

eot annual – Statistik der deutschen Energiewirtschaft

Auflage:	1.500 Exemplare
Leserkreis:	Geschäftsleitung und Führungskräfte der gesamten Energiewirtschaft, Gas- und Chemiebranche sowie Ministerien, Behörden, Verbände, Wirtschafts- und Fachpresse
Verbreitung:	93% Deutschland, 17% europäisches Ausland, vorwiegend EU-Raum, davon der größte Teil in den Niederlanden und der Schweiz.
Erscheinungsweise:	Jährlich, Ende Oktober/Anfang November
Sonstige Verbreitung:	Die Statistik wird bei einer großen Zahl relevanter Branchenveranstaltungen im Rahmen von Medienpartnerschaften verteilt und erfährt so über ein gesamtes Jahr eine hohe Aufmerksamkeit.



07 FOKUSTHEMA

MEHR (FRAUEN-)POWER FÜR DIE ENERGIEWIRTSCHAFT: EIN SCHNÖRKELOSSES PLÄDOYER



DR. NICOLE ELERT
 AFDORN PYR-DEUTSCHLAND

Dr. Nicole Elert ist Partnerin im Bereich Wirtschaftsprüfung, mit dem Fokus Nordrhein-Westfalen und Fachwissen für Arbeitsrecht bei IFC Rechtsanwälte. Sie hat mehr als 20 Jahre Erfahrung in der Energiebranche, in der sie über 1.000 Mitarbeiter regelmäßig betreut, berät und fördert.

Die Prognosen sind sehr ansprechend: Die Internationale Organisation für Erneuerbare Energie (IRENA) schätzt, dass die Zahl der Arbeitsplätze in den Bereichen Erneuerbare Energien bis zum Jahr 2050 auf über 30 Millionen ansteigen wird. In Deutschland werden im Jahr 2050 etwa 12,7 Millionen Menschen zwischen 16 und 64 Jahren im erwerbsfähigen Alter sein. Das sind 110.000 mehr als im Jahr 2020. Bis 2050 sind der Vorwettbewerb und der Fachkräftemangel in den verschiedenen Branchen zu erwarten.

NUR 15,4% DER FÜHRUNGSKRÄFTE IM ENERGIESEKTOR SIND FRAUEN

In Deutschland sind derzeit nur 15,4% der Führungskräfte im Energiebereich Frauen. Die Situation hat sich in den letzten Jahren nicht wesentlich verbessert. Im Jahr 2020 waren nur 15,2% der Führungskräfte im Energiebereich Frauen. Das ist ein Rückgang gegenüber dem Jahr 2019, als noch 15,8% der Führungskräfte Frauen waren.

NICHT EINMAL JEDE FÜNFTE FÜHRT

Frauen sind in der Energiewirtschaft unterrepräsentiert. In Deutschland sind nur 15,4% der Führungskräfte im Energiebereich Frauen. Das ist ein Rückgang gegenüber dem Jahr 2019, als noch 15,8% der Führungskräfte Frauen waren.

WINT IST KEINE FÄHRE

Das Problem ist nicht nur die geringe Zahl von Frauen in der Energiewirtschaft, sondern auch die geringe Zahl von Frauen in den Führungspositionen. In Deutschland sind nur 15,4% der Führungskräfte im Energiebereich Frauen. Die Situation hat sich in den letzten Jahren nicht wesentlich verbessert.

nur die Hälfte und ein deutliches Alarmsignal. Es ist dringender aufzukommen, wenn vor allem die Frauen in den Führungspositionen nicht die gleiche Zahl an Frauen in den Führungspositionen haben. Die Frauen in den Führungspositionen sind nicht nur die einzigen, die die Verantwortung für die Energiebranche tragen, sondern auch diejenigen, die die Energiebranche voranbringen. Die Frauen in den Führungspositionen sind die einzigen, die die Energiebranche voranbringen.

„DIE FRAUENANTEILE IN DEN FÜHRUNGSPOSITIONEN SIND WENIGER ALS IN DEN ANDEREN SEKTOREN.“

Wenn wir in der Energiewirtschaft auf Frauen setzen, dann setzen wir auf die Zukunft. Die Frauen in den Führungspositionen sind die einzigen, die die Energiebranche voranbringen. Die Frauen in den Führungspositionen sind die einzigen, die die Energiebranche voranbringen.

VORURTEILE AUFBRECHEN

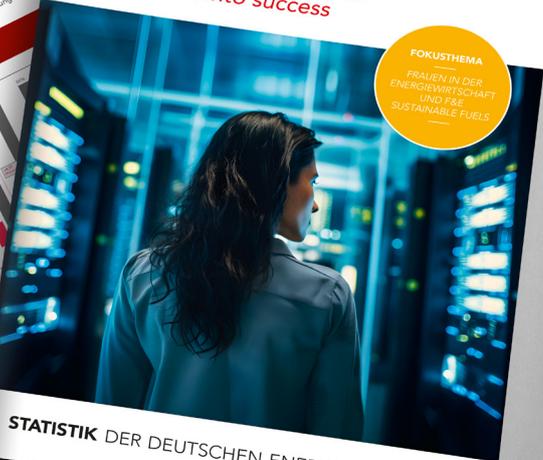
Hierarchisch geprägte Unternehmensstrukturen sind ein Hindernis für die Gleichberechtigung von Frauen und Männern. Die Frauen in den Führungspositionen sind die einzigen, die die Energiebranche voranbringen. Die Frauen in den Führungspositionen sind die einzigen, die die Energiebranche voranbringen.



eot annual

2022/2023

transform news into success



FOKUSTHEMA
 FRAUEN IN DER ENERGIEWIRTSCHAFT UND FÜR SUSTAINABLE FUELS

STATISTIK DER DEUTSCHEN ENERGIEWIRTSCHAFT

Print-Produkte

Formate und Preise

Standard-Werbeformen **eot annual**

Anzeigen	Formate Satzspiegel (Breite x Höhe)	Grundpreis Direktkunde	Grundpreis Agentur*
1/1-Seite innen, 4c	DIN A4 210 x 297 mm	2.450,00 €	2.882,35 €
1/1-Umschlagseite innen, 4c	DIN A4 210 x 297 mm	2.900,00 €	3.411,77 €
1/1-Umschlagseite außen, 4c	DIN A4 210 x 297 mm	3.300,00 €	3.882,35 €

Sonderfarbe: Direktkunde: 660,00 €/Agentur: 776,47 €
Preise: zuzüglich Mehrwertsteuer *(inkl. 15 % Agentur-Provision)
Rücktritt: 6 Wochen vor DU-Schluss



Print-Produkte

Formate und Preise

Sonder-Werbeformen **eot annual**

Anzeigen	Formate Satzspiegel (Breite x Höhe)	Grundpreis Direktkunde	Grundpreis Agentur*
Banderole	480 x 120 mm	2.400,00 €	2.823,53 €
Beileger	max. DIN A4 210 x 297 mm	2.800,00 €	3.294,12 €
Bundle-Pack	Beileger DIN A4 + Banderole Maximal 4 Seiten	4.200,00 €	4.941,18 €

Sonderfarbe: Direktkunde: 660,00 €/Agentur: 776,47 €
Preise: zuzüglich Mehrwertsteuer *(inkl. 15 % Agentur-Provision)
Rücktritt: 6 Wochen vor DU-Schluss



eot annual
2022/2023

energy of tomorrow

*transform news
into success*

FOKUSTHEMA
FRAUEN IN DER
ENERGIEWIRTSCHAFT
UND FRE.
SUSTAINABLE FUELS

LESEN SIE HEUTE FÜR DAS GESCHÄFT VON MORGEN!
Das eot Informations-Duo für News & Fakten aus erster Hand.
Holen Sie sich die eot Magazine schnellst möglich zum besten Preis (inkl. Versand) per
Abonnement per Postkarte oder Online-Store. Als jährliche Ergänzung zu den Statistiken
des deutschen Energiemarktes sind unsere eot Magazine unverzichtbar für Entscheider aller Branchen.

DOPPELT LESEN EINFACH SPAREN!
Holen Sie sich unser exklusives Messe-Angebot und
erhalten Sie als Besucher der Energy 2023, Frankfurt
am Main vom 21. & 22. Oktober
einer der eot Magazine gratis
und gratis versandt!

**ALLE
NEUEREN
STATISTIKEN
UND NEWS
EOT 2023!**

STATISTIK DER DEUTSCHEN ENERGIEWIRTSCHAFT

Banderole

Technische Daten für Printprodukte

eot weekly

Heftformat:	210 x 297 mm (Breite x Höhe) minus 4 mm Sicherheitsabstand an allen Seiten.
Druckverfahren:	Digitaldruck inhouse
Verarbeitung:	Heftung oben links
Bedruckstoff:	90 g/qm Plano Art, hochfein, hochweiß
Druckunterlagenschluss:	5 Tage vor Erscheinungstermin (Randlose Anzeigen: 2 Wochen vorab, da ein Beschnitt durch ext. Dienstleister notwendig wird)

eot annual

Heftformat:	210 x 297 mm (Breite x Höhe) plus 3 mm Beschnitt an allen Seiten.
Druckverfahren:	Offset, 4/4-farbig Euroskala
Verarbeitung:	Heftung doppelt Rücken
Bedruckstoff:	Umschlag: 250 g/qm Bilderdruck glänzend gestrichen Innenteil: 135 g/qm Bilderdruck glänzend gestrichen
Druckunterlagenschluss:	6 Wochen vor Erscheinungstermin
Datenanlieferung:	Druckunterlagen bitte per E-Mail mit farbverbindlichem Proof senden. E-Mail: verlag@eot-news.de Datei: PDF (hochauflösend) mit eingebundenen Schriften. Keine offene Datei mitschicken. Bei digitalen Datenübertragungen übernehmen wir keine Gewähr bezüglich Format, Text und Farbigkeit der Anzeige. Geringfügige Farbdifferenzen sind systembedingt und können nicht reklamiert werden.

Web-Produkte

Formate und Preise

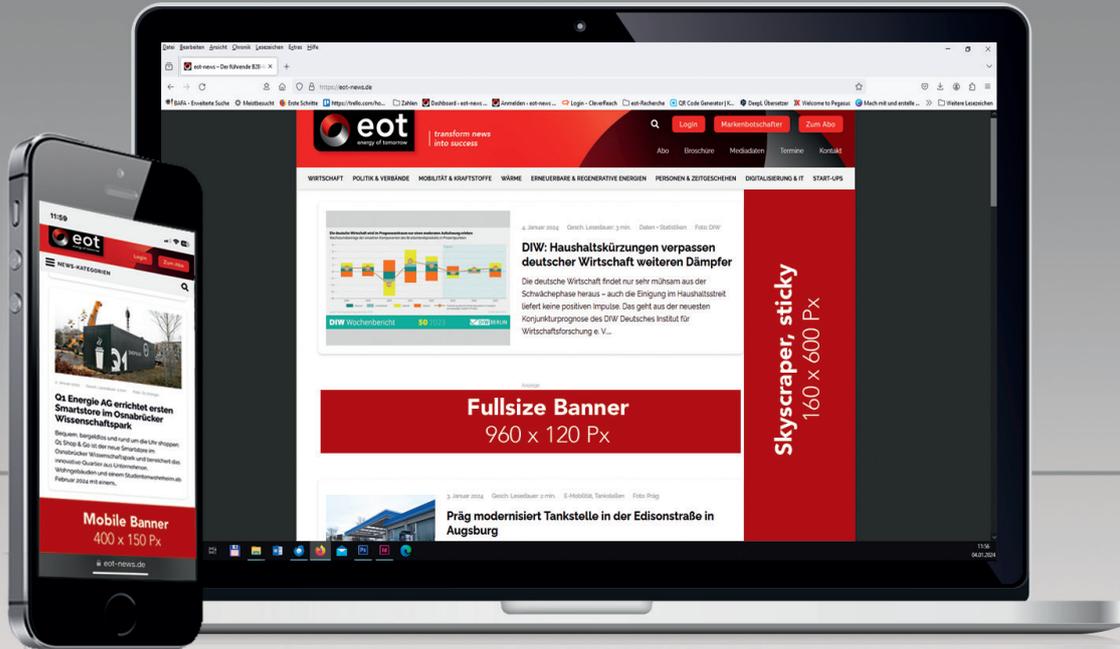
Standard-Werbeformen Website

Werbeform	Format in Pixel (Breite x Höhe)	Max. KB	Plätze (random)	Grundpreis Direktkunde	Grundpreis Agentur*
Skyscraper, sticky**	160 x 600 Px	150	3	80,00 €/Woche	94,12 €/Woche
Fullsize Banner**	960 x 120 Px	150	5	60,00 €/Woche	70,59 €/Woche
Mobile Banner	400 x 150 Px	150	5	30,00 €/Woche	35,29 €/Woche
Skyscraper, sticky**	160 x 600 Px	150	3	240,00 €/Monat	282,35 €/Monat
Fullsize Banner**	960 x 120 Px	150	5	170,00 €/Monat	200,00 €/Monat
Mobile Banner	400 x 150 Px	150	5	90,00 €/Monat	105,88 €/Monat

Preise: zuzüglich Mehrwertsteuer *(inkl. 15 % Agentur-Provision) **(nicht in mobiler Ansicht)

Die verfügbaren Plätze je Werbeform geben an, wie viele Werbekunden dieses Format maximal buchen können. Die gebuchten Anzeigen werden randomized beim Besuch eines Nutzers angezeigt (gilt nicht für die App).

Banner und Skyscraper



Fullsize Banner

960 x 120 Px

Skyscraper, sticky
160 x 600 Px

Mobile Banner
400 x 150 Px

eot shop

Formate und Preise

Standard-Werbeformen **shop**

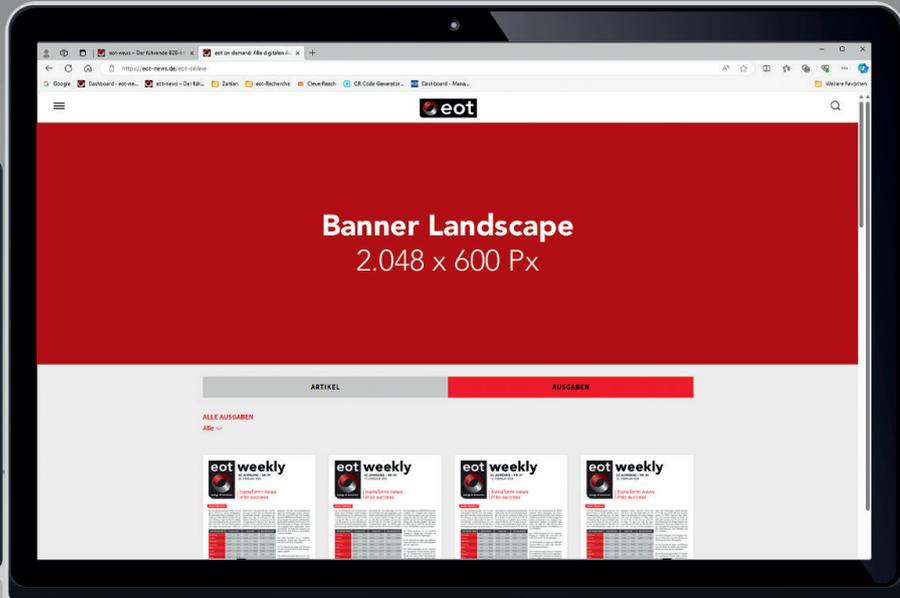
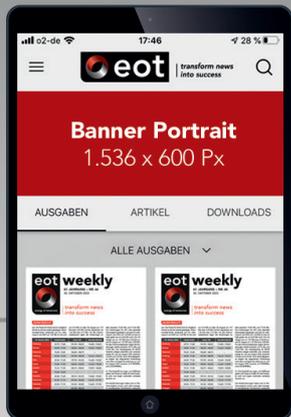
Werbeform	Format in Pixel (Breite x Höhe)	Max. KB	Plätze (random)	Grundpreis Direktkunde	Grundpreis Agentur*
Pakete App + Browser:					
Banner Portrait	1.536 x 600 Px	150	1	80,00 €/Woche	94,12 €/Woche
Banner Landscape	2.048 x 600 Px	150	1	80,00 €/Woche	94,12 €/Woche
Banner Portrait	1.536 x 600 Px	150	1	240,00 €/Monat	282,35 €/Monat
Banner Landscape	2.048 x 600 Px	150	1	240,00 €/Monat	282,35 €/Monat
Vignette Ausgabenübersicht**	2.480 x 3.508 Px	150	1	400,00 €	470,59 €
Rectangle Artikel**	1.800 x 1.200 Px	150	1	250,00 €	294,12 €

Preise: zuzüglich Mehrwertsteuer *(inkl. 15 % Agentur-Provision) **(Permanent in der Shopansicht zu sehen)

Die verfügbaren Plätze je Werbeform geben an, wie viele Werbekunden dieses Format maximal buchen können. Die gebuchten Anzeigen werden randomized beim Besuch eines Nutzers angezeigt (gilt nicht für die App).

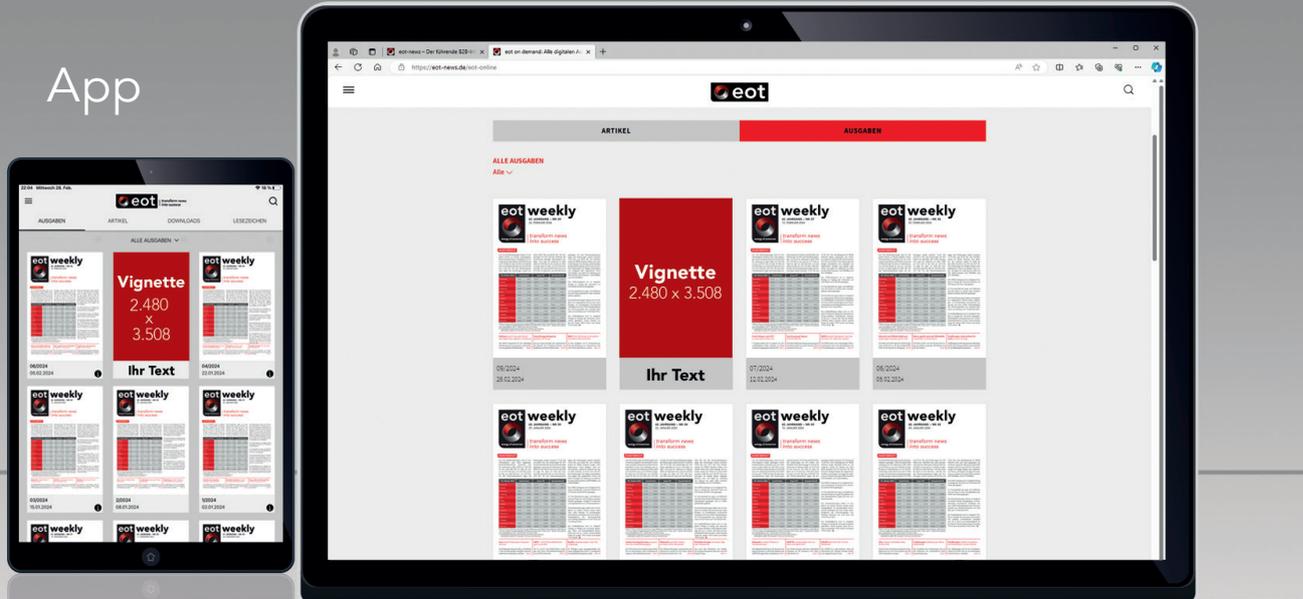
Browser

App



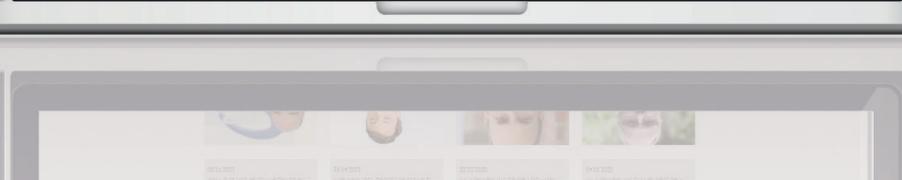
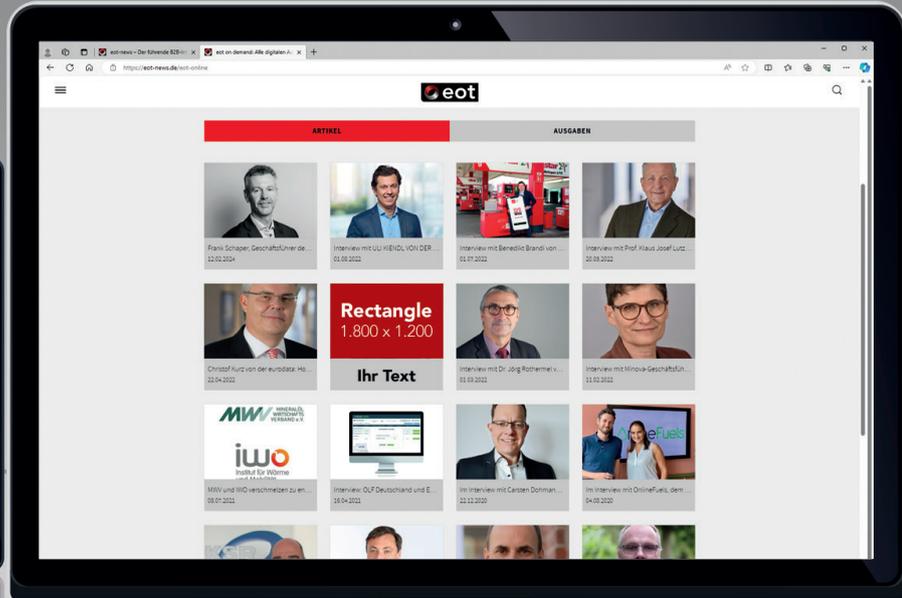
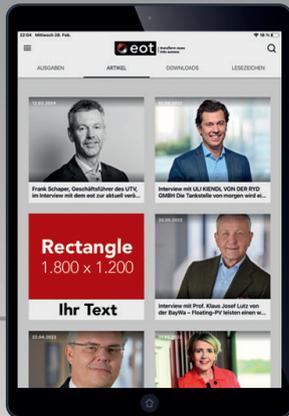
Browser

App



Browser

App



Technische Daten

Website eot-news.de

Online-Performance/pro Monat (Durchschnitt der letzten 3 Monate, Dez. 2023 – Februar 2024)

Seitenbesuche pro Monat:	1.550
Aktive Nutzer:	780
Neue Nutzer:	90 %
Wiederkehrende Nutzer:	10 %
Top-Seite:	News
Ereignisanzahl:	4.680
Durchschnittliche Verweildauer:	51 Sek.
Gerätekategorie:	71 % Desktop; 24 % Mobile; 5 % Tablet

Stand: 1. März 2024



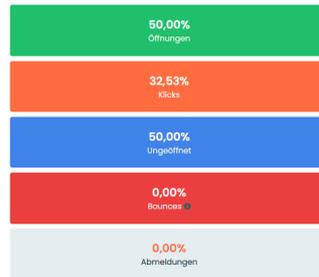
Content-Hub

Erreichen Sie mehr



E-Mail-Shot

Adressieren Sie Ihre Werbebotschaft an die gesamte Leserschaft des eot. Ihre Inhalte im eot-E-Mail-Shot kommen bei unseren Nutzern gut an und werden mit hohen Öffnungs- und Klickraten honoriert. Nutzen Sie diese attraktive Möglichkeit der gezielten Zielgruppenansprache und generieren Sie wertvolle Leads!



Qualität Betreff	★★★★★
Qualität Inhalt	★★★★★
Zugestellt/Empfänger	166 / 166 (100,00 %)
Einzelne Öffnungen	83 / 166 (50,00 %)
Einzelne Klicks	27 / 83 (32,53 %)
Bounces/Unzustellbar	0 / 166 (0,00 %)
Abmeldungen	0 / 166 (0,00 %)
Spam-Markierungen	0 / 166 (0,00 %)
Alle Öffnungen	165
Alle Klicks	76
Klicks pro Empfänger	2,81



Social-Media

Nutzen Sie unsere Reichweite über Social-Media, entweder ergänzend zu einer bestehenden Kampagne oder mit Einzelbotschaften. Profitieren Sie von der Flexibilität dieses Mediums besonders auch dann, wenn Sie dringend etwas zu sagen haben.

Gerne beraten wir Sie zu unseren neuen Formaten und stellen ein auf Ihren Bedarf zugeschnittenes Content-Hub-Paket zusammen.

**Knapp
1.200 Follower
aus der Branche**

Crossmedia Pakete

Print eot weekly und annual (ausgenommen Personal und Termine)

Rabatt:	5%	bei Schaltung von übergreifend drei Anzeigen/Jahr
	10%	bei Schaltung von übergreifend fünf Anzeigen/Jahr
	15%	bei Schaltung von übergreifend zehn Anzeigen/Jahr

Print eot weekly, annual und website (ausgenommen Personal und Termine)

Rabatt:	15%	zusätzlich auf den Online-Preis
----------------	-----	---------------------------------

Rabatte werden nicht rückwirkend gewährt.



Technische Daten für Digitalprodukte

Datei Formate:

GIF/JPG

Datenanlieferung:

Die Anlieferung der Werbemittel erfolgt ausschließlich über unsere E-Mail-Adresse: verlag@eot-news.de
Bitte liefern Sie die Werbemittel als ZIP-Datei aus. Die Datenlieferung muss folgende Informationen beinhalten:

- Kundenname
- Gebuchtes Format
- Buchungszeitraum
- Ziel-URL

Termin für die Datenlieferung:

Spätestens 3 Werktage vor Schaltung.

Bei Nichtbeachtung der technischen Spezifikationen und/oder der Anlieferungsbedingungen können wir die Werbemittel nicht oder nur verzögert online stellen.



AGB

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen, Beilagen, Digital- und Online-Werbemittel

§ 1 Geltung, Ausschließlichkeit

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

§ 2 Angebot, Vertragsschluss

1. Abschluss im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist ein Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen, Fremdbeilagen oder sonstiger Werbemittel eines Werbungstreibenden oder sonstigen gewerblichen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.
2. Aufträge für Werbemittel können persönlich, telefonisch, schriftlich, per Telefax oder per E-Mail aufgegeben werden. Der Verlag haftet nicht für Übermittlungsfehler.
3. Ein Vertrag kommt erst durch die schriftliche Auftragsbestätigung des Verlages zustande. Es gilt jeweils die im Zeitpunkt der Auftragserteilung gültige Preisliste.
4. Der Verlag ist berechtigt, Aufträge, auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Gesamtabschlusses, nach pflichtgemäßem Ermessen abzulehnen. Dies gilt insbesondere, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder vom deutschen Presse- oder Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde, deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines redaktionellen Beitrags erwecken kann oder Fremdanzeigen enthält. Der Verlag wird die Ablehnung unverzüglich nach Kenntniserlangung der betreffenden Inhalte mitteilen.

§ 3 Vertragsabwicklung

1. Aufträge sind innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzuwickeln, beginnend mit der ersten Schaltung (Veröffentlichung) des Werbemittels.
2. Alle für die Werbemittel erforderlichen Inhalte, Informationen, Daten, Dateien und sonstigen Materialien („Vorlagen“) stellt der Auftraggeber dem Verlag vollständig, fehler- und virenfrei und den vertraglichen Vereinbarungen entsprechend rechtzeitig zur Verfügung. Werden Vorlagen digital (z. B. per CD-ROM oder E-Mail) an den Verlag übermittelt, sind sie nur mit geschlossenen Dateien zu übertragen, also mit solchen Dateien, die der Verlag inhaltlich nicht ändern kann. Der Verlag haftet nicht bei fehlerhafter Veröffentlichung von Werbemitteln, die mit offenen Dateien übermittelt werden. Zusammen-

gehörende Dateien sind vom Auftraggeber in einem gemeinsamen Verzeichnis (Ordner) zu senden bzw. zu speichern. Bei digital übermittelten Druckvorlagen für Farbanzeigen hat der Auftraggeber gleichzeitig ein Farb-Proof und ein Proof- bzw. Messprotokoll mitzuliefern. Ansonsten bestehen keine Ersatzansprüche des Auftraggebers wegen etwaiger Farbabweichungen. Der Auftraggeber haftet dafür, dass die übermittelten Dateien frei von Computerviren sind. Dateien mit Computerviren kann der Verlag löschen, ohne dass der Auftraggeber hieraus Ansprüche herleiten könnte. Der Verlag behält sich zudem Ersatzansprüche vor, wenn die Computerviren beim Verlag weiteren Schaden verursachen. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Vorlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Vorlagen werden nur auf besondere Aufforderung an den Auftraggeber zurückgesandt, andernfalls gehen sie in das Eigentum des Verlages über. Die Pflicht zur Aufbewahrung aller zugesandten Unterlagen endet drei Monate nach Veröffentlichung des jeweiligen Auftrags.

3. Kosten für die Anfertigung bestellter Vorlagen, Filme oder Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen trägt der Auftraggeber.
4. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit des zurückgesandten Abzugs. Wird der Abzug nicht fristgemäß an den Verlag zurückgeschickt, so gilt die Genehmigung des Werbemittels als erteilt.
5. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Werbemittelbeleg. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, tritt an seine Stelle eine Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung des Werbemittels.
6. Die Aufmachung und Kennzeichnung redaktionell gestalteter Werbemittel ist rechtzeitig vor Erscheinen mit dem Verlag abzustimmen. Textteilanzeigen müssen sich schon durch ihre Grundschrift vom redaktionellen Teil unterscheiden. Der Verlag ist berechtigt, Werbemittel, die nicht als solche zu erkennen sind, deutlich als Werbung zu kennzeichnen.
7. Zuschriften auf Chiffreanzeigen werden bis vier Wochen nach Veröffentlichung der Anzeige aufbewahrt und dem Auftraggeber auf normalem Postwege zugesandt (auch wenn es sich um Express- oder Einschreibesendungen handelt). Eine Gewähr für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Offerten übernimmt der Verlag nicht. Dem Verlag kann einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN C4 (Gewicht 12/9 250 g) überschreiten, sowie Waren, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegen genommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann jedoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.
8. Die in der Preisliste ausgewiesenen Anzeigenschlüsse und Erscheinungstermine sind für den Verlag unverbindlich. Dem Verlag steht es frei, diese kurzfristig dem Produktionsablauf entsprechend anzupassen.

9. Aufträge können nur rechtzeitig, spätestens zum Anzeigenschlusstermin, und schriftlich, per Telefax oder E-Mail gekündigt werden. Ist die Anzeige bereits in Druck gegeben, hat der Auftraggeber die Anzeige zu bezahlen. Ansonsten kann der Verlag die Erstattung der bis zur Kündigung angefallenen Kosten nach den gesetzlichen Vorschriften verlangen.
10. Der Auftraggeber ist für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit des Werbemittels verantwortlich. Er stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter wegen der Veröffentlichung des Werbemittels frei, einschließlich der angemessenen Kosten zur Rechtsverteidigung. Der Verlag ist nicht zur Prüfung verpflichtet, ob ein Werbemittel die Rechte Dritter beeinträchtigt. Wird der Verlag durch gerichtliche Entscheidung z. B. zum Abdruck einer Gegen-darstellung oder Berichtigung aufgrund des geschalteten Werbemittels verpflichtet, hat der Auftraggeber diese Veröffentlichung nach der gültigen Preisliste zu bezahlen.
11. Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen gegenüber den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlags zu halten. Die vom Verlag gewährte Vermittlungsprovision errechnet sich aus dem Kundennetto, also nach Abzug von Rabatt, Boni und Mängel-nachlass. Die Vermittlungsprovision fällt nur bei Vermittlung von Aufträgen Dritter an. Sie wird nur an vom Verlag anerkannte Werbeagenturen vergütet unter der Voraussetzung, dass der Auftrag unmittelbar von der Werbeagentur erteilt wird, ihr die Beschaffung derfertigen und druckreifen Druckunter-lagen obliegt und eine Gewerbeanmeldung als Werbeagentur vorliegt. Dem Verlag steht es frei, Aufträge von Werbeagenturen abzulehnen, wenn Zweifel an der berufsmäßigen Ausübung der Agenturtätigkeit oder der Bonität der Werbeagentur bestehen. Aufträge durch Werbeagenturen werden in deren Namen und auf deren Rechnung erteilt. Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag daher im Zweifel mit der Werbeagentur zustande. Soll ein Werbungtreibender Auftraggeber werden, muss dies gesondert unter namentlicher Nennung des Werbungtreibenden vereinbart werden. Der Verlag ist berechtigt, von der Werbeagentur einen Mandatsnachweis zu verlangen.

§ 4 Preise, Zahlungsbedingungen, Preisminderung

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

3. Bei Erweiterung des Auftrages entsteht ein Anspruch auf rückwirkenden Rabatt, sofern der Grundauftrag rabattfähig war. Der Anspruch erlischt, wenn er nicht spätestens einen Monat nach Ablauf des Anzeigenjahres geltend gemacht wird. Erreicht ein Auftrag nicht das vorhergesehene Auftragsvolumen, so wird der zu viel gewährte Preisnachlass nachträglich in Rechnung gestellt.
4. Auftragsrechnungen sind innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung laufenden Frist zu bezahlen, sofern nichts anderes vereinbart ist. Mahn- und Inkassokosten, die durch Zahlungsverzug entstehen, trägt der Auftraggeber. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung eines laufenden Auftrags bis zur Bezahlung zurückstellen und Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Gesamtabschlusses das Erscheinen weiterer Werbemittel abweichend von einem vereinbarten Zahlungsziel von einer Vorauszahlung und vom Ausgleich offener Rechnungsbeträge abhängig zu machen. Fehlerhafte Rechnungen können vom Verlag innerhalb von sechs Monaten nach Rechnungsstellung korrigiert werden.
5. Sämtliche Preise verstehen sich zuzüglich Mehrwertsteuer in gesetzlicher Höhe am Tag der Rechnungsstellung.
6. Bei Aufträgen aus dem Ausland, die nicht mehrwertsteuerpflichtig sind, erfolgt die Rechnungsstellung ohne Mehrwertsteuerberechnung. Der Verlag ist zur Nachberechnung der Mehrwertsteuer berechtigt, wenn die Finanzverwaltung die Steuerpflicht des Anzeigenauftrags bejaht.
7. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Werbemittel ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Schaltung beginnenden Anzeigenjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder – falls eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittliche verkaufte (falls keine verkaufte vorhanden, die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigter Mangel, wenn eine Auflage um mindestens 20 v. H. unterschritten wird. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen des Werbemittels vom Vertrag zurücktreten konnte. Derartige Minderungsansprüche von Kaufleuten als Auftraggeber verjähren 12 Monate nach Veröffentlichung des Werbemittels.

§ 5 Mängelgewährleistung

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

3. Reklamationen müssen vom Auftraggeber bei offensichtlichen Mängeln spätestens innerhalb von zwei Wochen nach Eingang der Rechnung geltend gemacht werden. Nicht offensichtliche Mängel muss der Auftraggeber spätestens sechs Monate nach Veröffentlichung der entsprechenden Druckschrift reklamieren. Bei fehlerhafter Wiedergabe des Werbemittels – trotz rechtzeitiger Lieferung einwandfreier Vorlagen und rechtzeitiger Reklamation – kann der Auftraggeber eine einwandfreie Ersatzschaltung (Nacherfüllung) verlangen, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Der Anspruch auf Nacherfüllung ist ausgeschlossen, wenn dies für den Verlag mit unverhältnismäßigen Kosten verbunden ist. Lässt der Verlag eine ihm gesetzte angemessene Frist verstreichen, verweigert er die Nacherfüllung, ist die Nacherfüllung dem Auftraggeber nicht zumutbar oder schlägt sie fehl, so hat der Auftraggeber das Recht, vom Vertrag zurückzutreten oder Zahlungsminderung in dem Ausmaß geltend zu machen, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Bei unwesentlichen Mängeln ist der Rücktritt ausgeschlossen. Gewährleistungsansprüche von Kaufleuten verjähren 12 Monate nach Veröffentlichung des Werbemittels.
4. Sind Mängel bei den Vorlagen nicht sofort, sondern erst bei der Verarbeitung erkennbar, so hat der Auftraggeber dadurch entstehende Mehrkosten oder Verluste bei der Herstellung zu tragen. Sind Mängel bei den Vorlagen nicht offenkundig, so hat der Auftraggeber bei ungenügender Veröffentlichung keine Ansprüche. Das Gleiche gilt bei Fehlern in wiederholten Werbeschaltungen, wenn der Auftraggeber nicht rechtzeitig vor Veröffentlichung der nächstfolgenden Werbeschaltung auf den Fehler hinweist.
5. Für vom Auftraggeber bereitgestelltes Material (Beihefter, Beilagen etc.) übernimmt der Verlag keine Gewähr für die Richtigkeit der als geliefert bezeichneten Mengen oder Qualitäten.

§ 6 Haftung, höhere Gewalt

1. Schadensersatzansprüche des Auftraggebers gegen den Verlag, gleich aus welchem Rechtsgrund, sind ausgeschlossen, insbesondere Ansprüche wegen Verzugs, der Verletzung vertraglicher Pflichten oder gewerblicher Schutzrechte Dritter sowie aus unerlaubter Handlung. Dies gilt nicht, wenn der Verlag, seine Vertreter oder seine Erfüllungsgehilfen vorsätzlich oder grob fahrlässig handeln oder leicht fahrlässig eine Vertragspflicht verletzen, die für die Erreichung des Vertragszwecks wesentlich ist, oder sich die Schadensersatzansprüche aus einer Beschaffungsgarantie ergeben. Haftet der Verlag dem Grunde nach, ist der Schadensersatzanspruch auf den vorhersehbaren Schaden begrenzt. Diese Haftungsbegrenzung gilt nicht, wenn der Schaden durch vorsätzliches oder grob fahrlässiges Handeln des Verlags, seiner Vertreter oder Erfüllungsgehilfen verursacht wurde oder nach dem Produkthaftungsgesetz begründet ist oder sich aus der Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit ergibt. Soweit die Haftung des Verlags ausgeschlossen ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung seiner Mitarbeiter, Vertreter, Organe und Erfüllungsgehilfen. Alle Schadensersatzansprüche gegen den Verlag verjähren in zwölf Monaten nach dem Zeitpunkt, in dem der Auftraggeber von den Anspruch begründenden Umständen Kenntnis erlangt hat oder hätte erlangen müssen.

2. Der Verlag wird im Falle höherer Gewalt und bei vom Verlag unverschuldeten Arbeitskämpfmaßnahmen von der Verpflichtung zur Auftragserfüllung frei; Schadensersatzansprüche bestehen deswegen nicht.

§ 7 Rechteeinräumung

Der Auftraggeber garantiert, dass er alle zur Schaltung, Veröffentlichung und Verbreitung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt. Er räumt dem Verlag die für die zweckgemäße Nutzung des Werbemittels in den jeweiligen Werbeträgern erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungs- und sonstigen Rechte ein, insbesondere die jeweils erforderlichen Rechte zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Bearbeitung, zu öffentlichem Zugänglichmachen, Einstellen in einer Datenbank, Entnahme aus einer Datenbank und Bereithalten zum Abruf, und zwar zeitlich, räumlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt eingeräumt und berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie in allen bekannten Formen von Werbeträgern.

§ 8 Speicherung von Auftraggeberdaten

Der Verlag speichert im Rahmen der Geschäftsbeziehungen die Auftraggeberdaten mithilfe der elektronischen Datenverarbeitung nach den gesetzlichen Bestimmungen des Bundesdatenschutzgesetzes. Der Verlag ist berechtigt, Bruttowerbeumsätze und vergleichbar relevante Daten des Auftraggebers auf Produktebene zur Veröffentlichung an Unternehmen weiterzuleiten, die sich mit der Erhebung und Auswertung solcher Informationen beschäftigen. Diese Daten werden dort aggregiert und in anonymisierter Form in den Markt kommuniziert.

§ 9 Erfüllungsort, Gerichtsstand

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

Stand: Dezember 2023



oil telegram GmbH & Co. KG, Carl-Petersen-Straße 70 - 76 Haus D, 20535 Hamburg,
Telefon: +49 40 25 11 13, E-Mail: verlag@eot-news.de, Internet: www.eot-news.de