

presented by ECKELT CONSULTANTS

REDFORT

DAS BUSINESS-MAGAZIN FÜR
DIE ENTSCHEIDER VON HEUTE
UND MORGEN

TOP COMPANY GUIDE



MEDIA DATEN 2022

INHALTSVERZEICHNIS



Konzept

- 4/

TOP COMPANIES SEIT 2004
Kunden & Partner
- 6/

TOP PERSONALITIES
Autoren seit 2004
- 9/

IDEE
*Top-Unternehmen,
top präsentiert*
- 10/

MEDIA-MIX
*Integriertes Marketing
Print+Online*
- 12/

REDAKTIONELLES KONZEPT
Corporate Image
- 14/

LESERSCHAFT
*Top-Entscheider
von heute und morgen*
- 16/

VERTRIEB
Zielgruppenansprache

Präsentationsmöglichkeiten

- 19/

COMPANY SPECIAL
- 19/

1.0 PORTRAIT PREMIUM
*Bernd Gilgen,
M Plan GmbH*
- 21/

INSIGHTS
- 21/

2.0 INTERVIEW – FACE TO FACE
*Pieter Nota,
BMW AG*
- 21/

*Sajjad Khan,
Mercedes-Benz AG*
- 22/

2.1 REDAKTIONELLER FACHBEITRAG / 4-SEITIG
*Cosimo De Carlo,
EDAG Engineering Group AG*
- 23/

2.2 REDAKTIONELLER FACHBEITRAG / 2-SEITIG
*Philip Harting,
HARTING Stiftung Co. KG*
- 23/

2.3 REDAKTIONELLER FACHBEITRAG / 3-SEITIG
*Michael Volpert,
Formel D Group*
- 25/

2.4 BRAND PERSONALITY STORY
*Thomas Schäfer,
ŠKODA AUTO*
- 27/

2.5 DRIVING EXPERIENCE
*Mitja Borkert,
Automobili Lamborghini S.p.A.*
- 29/

2.6 ADVENTURE
Matthias Dolderer
- 31/

ANZEIGEN
- 3.0

IMAGEANZEIGE (1/1)
- 3.1

RECRUITINGANZEIGE (1/1)
- 3.2

PRODUKTANZEIGE (1/1)
- 3.3

PRODUKTANZEIGE (2/1)

Facts & Figures

- 33/

MEDIADATEN
*Informationen zu den
Druckunterlagen*
- 42/

AGB
*Allgemeine
Geschäftsbedingungen*
- 43/

IMPRESSUM
*Herausgeber und
Kontakt*

TOP COMPANIES



SEIT 2004





TOP PERSONALITIES

SEIT 2004



IDEE: TOP-UNTERNEHMEN, TOP PRÄSENTIERT



Der Top Company Guide ist ein allumfassendes PR- und Marketing-Instrument für Ihr Corporate und Employer Branding. Top-Unternehmen werden top präsentiert.

2004 wurde der Top Company Guide als Business-Magazin für die „Entscheider von heute und morgen“ auf den Markt gebracht. Siebzehn Jahre später nutzt nahezu jeder der Key Player der Branche, ob Hersteller, Zulieferer oder Dienstleister, diese Publikation als seine Kommunikationsplattform für hochkarätigen Imagetransfer.

Das „Who's who“ der Entscheider äußert sich regelmäßig mit Fachbeiträgen im Magazin. Unternehmen und deren handelnde Persönlichkeiten werden fokussiert und auf Augenhöhe präsentiert.

Die Kombination aus informativen Interviews, spannenden Reportagen und Unternehmenspräsentationen stellt Ihren Beitrag in einen abwechslungsreichen und attraktiven Kontext. Der Top Company Guide stellt damit für Ihr Unternehmen und Ihre Top-Repräsentanten einen außergewöhnlichen Rahmen für einen Imagetransfer dar.

Dieses hochwertige Magazin wirkt als umfassendes PR- und Marketing-Instrument, in dem Sie Ihren Bekanntheitsgrad überregional steigern können. Durch eine aussagekräftige Positionierung hinterlassen Sie einen nachhaltigen und positiven Eindruck

bei High Potentials, Mitarbeitern, Partnern und natürlich auch bei Ihren Kunden. Nicht nur die weltbekannten Unternehmen der Branche, sondern auch so manch „Hidden Champion“ werden ins Rampenlicht gerückt.

Es gibt viele Gründe, warum der Top Company Guide die richtige Plattform ist. Der schlüssigste und gleichzeitig einfachste Grund ist: Top-Unternehmen werden top präsentiert.

3 GRÜNDE FÜR DEN TOP COMPANY GUIDE

/ DAS BUSINESS-MAGAZIN FÜR DIE ENTSCHIEDER VON HEUTE UND MORGEN

präsentiert Ihr Unternehmen im Branchenumfeld als Top-Arbeitgeber.

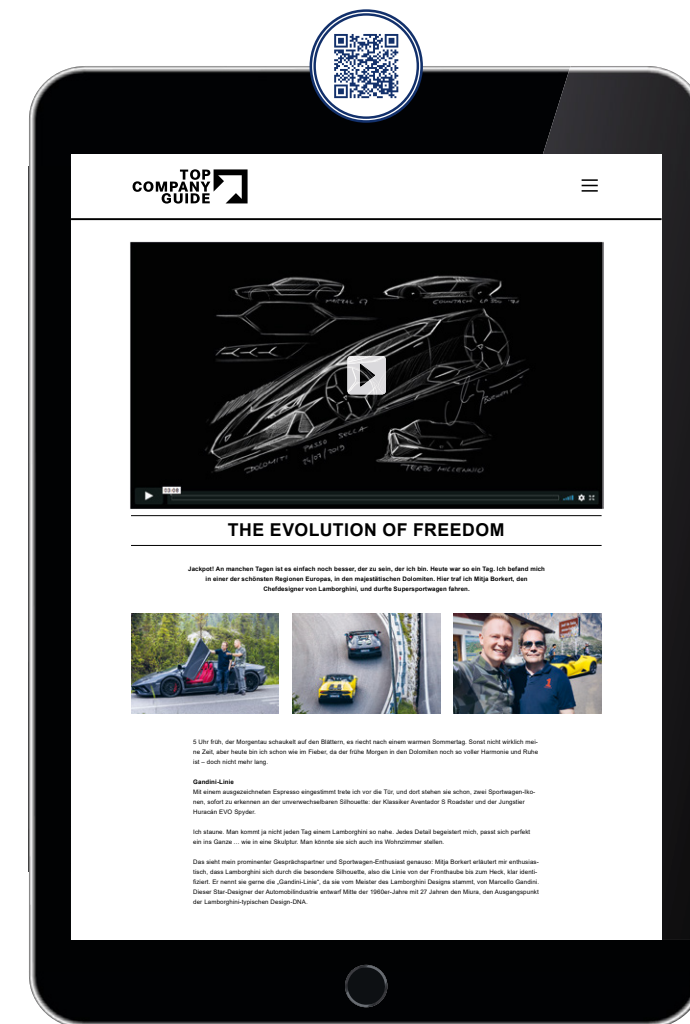
/ DAS MANAGEMENT-TOOL

für ein hervorragendes Corporate und Employer Branding.

/ DER IMAGETRANSFER

zwischen Produkt, Marke und Ihren Top-Repräsentanten führt zu positiven Strahleffekten in der Unternehmenskommunikation.

MEDIA-MIX: INTEGRIERTES MARKETING PRINT + ONLINE



www.top-company-guide.com

DAS PRINT-MAGAZIN

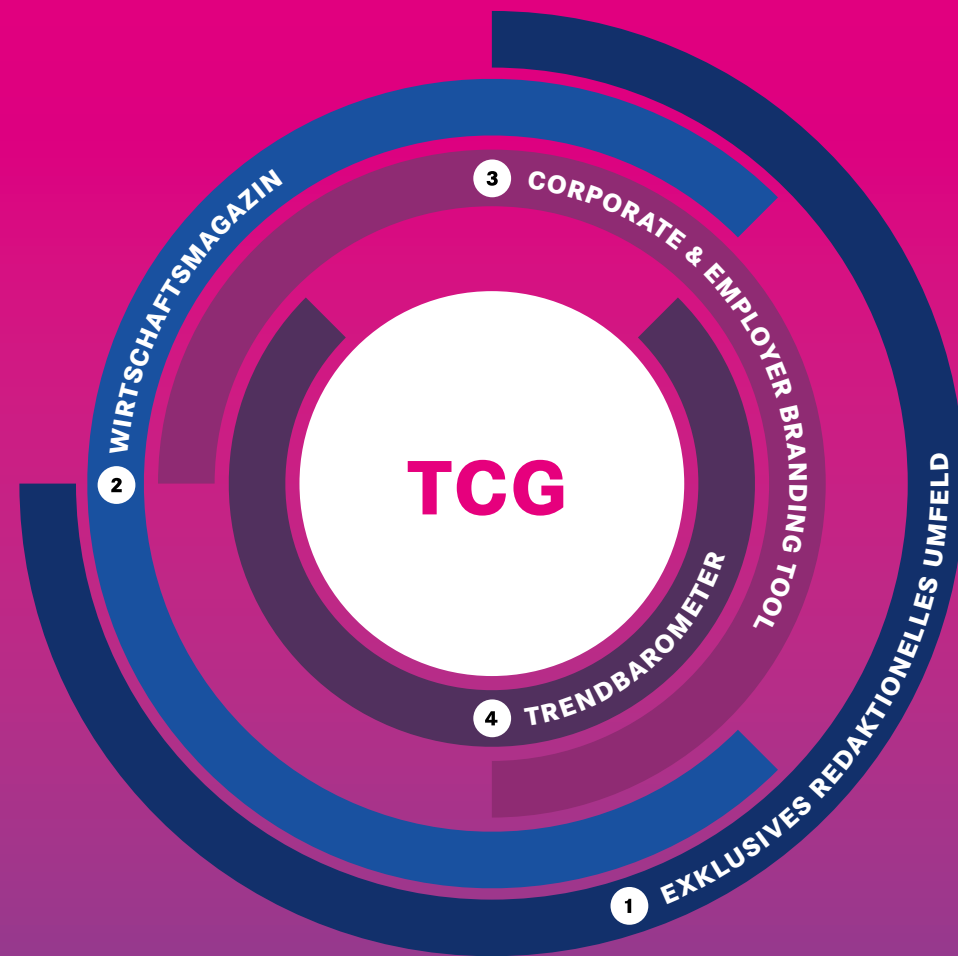
Die Printpublikation erscheint einmal jährlich, jeweils Anfang März. Innerhalb eines Jahres wird das Magazin über die verschiedensten Vertriebskanäle distribuiert.

Zusätzlich zur Standardversion wird eine besonders hochwertige Collector's Edition in einer limitierten Auflage von 100 Stück produziert. Ein „Coffee-Table-Business-Magazin“ mit Sammelcharakter.

DAS ONLINE-MAGAZIN

Die Online-Plattform ergänzt im Rahmen integrierter Marketingkonzepte ganzjährig das Angebot des Top Company Guides. Die meisten Publikationsformen sind als Paket für die Print- und die Online-Ausgabe buchbar. Als Pendant zur Printanzeige und als exklusive Sonderwerbform im Online-Magazin bieten wir das Webspecial an.

Eine digitale Reichweitenverlängerung wird durch diesen Media-Mix und die Kombination mit sozialen Medien garantiert.



DER TOP COMPANY GUIDE INFORMIERT ÜBER ALLES, WAS DIE MANAGER-ELITE VON HEUTE UND MORGEN WISSEN MUSS

- 1 positioniert sich durch sein hochwertiges redaktionelles Umfeld
- 2 ist das jährliche Wirtschaftsmagazin für berufliche Entscheider und Führungskräfte von heute und morgen
- 3 ist die ideale Kommunikationsplattform für hochwertiges Corporate und Employer Branding
- 4 zeigt Trends in den Märkten und Branchen auf und unterstützt bei der Karriereplanung

REDAKTIONELLES KONZEPT: CORPORATE IMAGE

Das Business-Magazin für die Entscheider von heute und morgen. Der Top Company Guide bietet ein hochwertiges redaktionelles Umfeld und ist damit die ideale Kommunikationsplattform für wertvollen und effektiven Imagetransfer.

Durch die Mischung von redaktionellen und kommerziellen Premium-Inhalten, unter den Leitgedanken Corporate Image und Employer Branding, bietet die Publikation ein Niveau, das jedes Unternehmen auf herausragende Art und Weise präsentiert.

Der Top Company Guide ist ein „Coffee-Table-Business-Magazin“ mit vielfältigen, attraktiven Themen, präsentiert von Branchen-Insidern. So ist es nicht verwunderlich, dass es rund ein Drittel aller Hochschulabsolventen und Top-Manager sowie 40 % aller leitenden Angestellten anspricht und überzeugt.

Frische Perspektivenwechsel, ein feines Gespür für Nuancen und eine durchdachte visuelle Layoutdramaturgie ergeben einen spannenden und außergewöhnlichen Mix, der immer wieder neu und anregend ist.

DAS BUSINESS-MAGAZIN

für den akademischen Nachwuchs, Absolventen, Young Professionals, High Potentials, Fach- und Führungskräfte im Automotive-Bereich. Zukunftsweisende Strategien von Branchen-Insidern machen das Magazin zum Nachschlagewerk für die Branche.

DAS TOP-MEDIUM

mit Alleinstellungsmerkmal und klarem Bezug zu Mobilitätsthemen sowie wichtigen Insights zu den Unternehmen, Strategien und Produkten.

DAS RECRUITING-TOOL

für Corporate und Employer Branding sowie zur Präsentation Ihrer Arbeitgeber-Qualitäten.

DAS IMAGE-MEDIUM

gibt Ihrem Unternehmen effektive Instrumente für Ihre PR- und Öffentlichkeitsarbeit.

DAS AUTOREN-FORUM

bietet renommierten Autoren die Möglichkeit, über aktuelle Trends und künftige Entwicklungen zu publizieren.

DAS INTERVIEW-FORUM

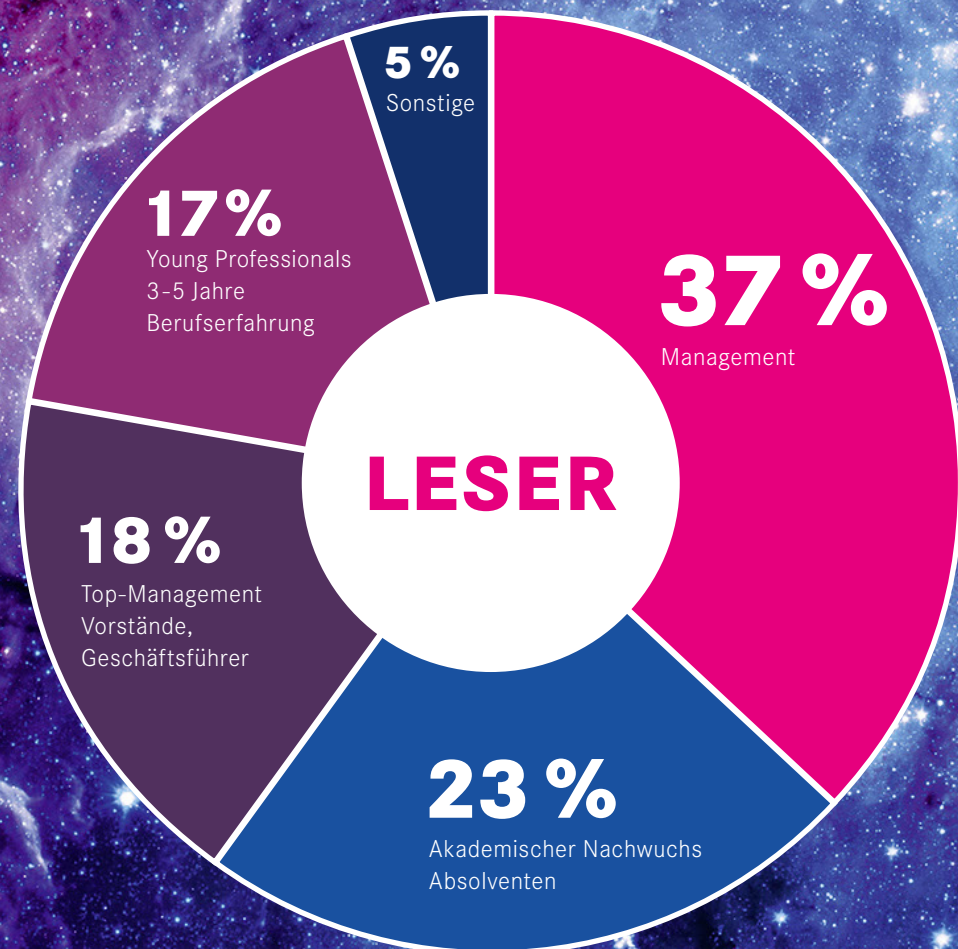
führt Interviews mit Entscheidern aus Industrie, Wirtschaft, Wissenschaft und Politik – immer aktuell und richtungsweisend am Puls der Zeit.

DIE WEBSITE: TOP-COMPANY-GUIDE.COM

bietet zusätzlich zum gedruckten Magazin eine digitale Reichweitenverlängerung für integrierte Marketingkonzepte.

DIE DISTRIBUTION / MEDIENPARTNER

erreicht zielgruppengenau, ohne jegliche Streuverluste, eine sehr breite Zielgruppe über verschiedene Kanäle der Kommunikation.



DIE LESER DES TOP COMPANY GUIDE SIND TOP-ENTSCHEIDER

LESERSCHAFT: TOP-ENTSCHEIDER VON HEUTE UND MORGEN

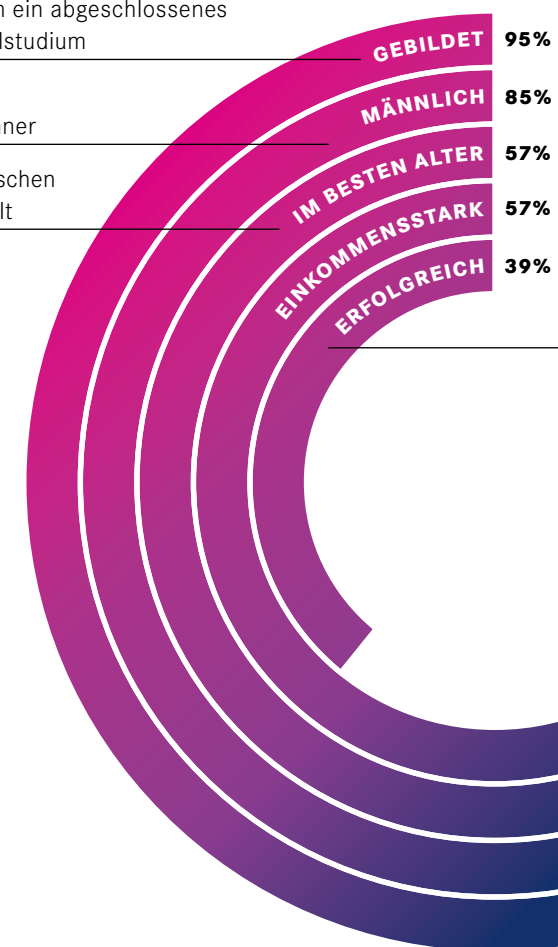
Ihre Vorteile auf einen Blick

1. Ansprache der Elite von heute und morgen
2. Geringe Streuverluste im Vertrieb
3. Kaufkräftige Zielgruppe mit exklusivem und starkem Konsumverhalten
4. Entscheider, die über Investitionen in Millionenhöhe bestimmen
5. Meinungsführer mit Multiplikatorfunktion
6. Akademischer Nachwuchs

die Leser besitzen ein abgeschlossenes Fach- / Hochschulstudium

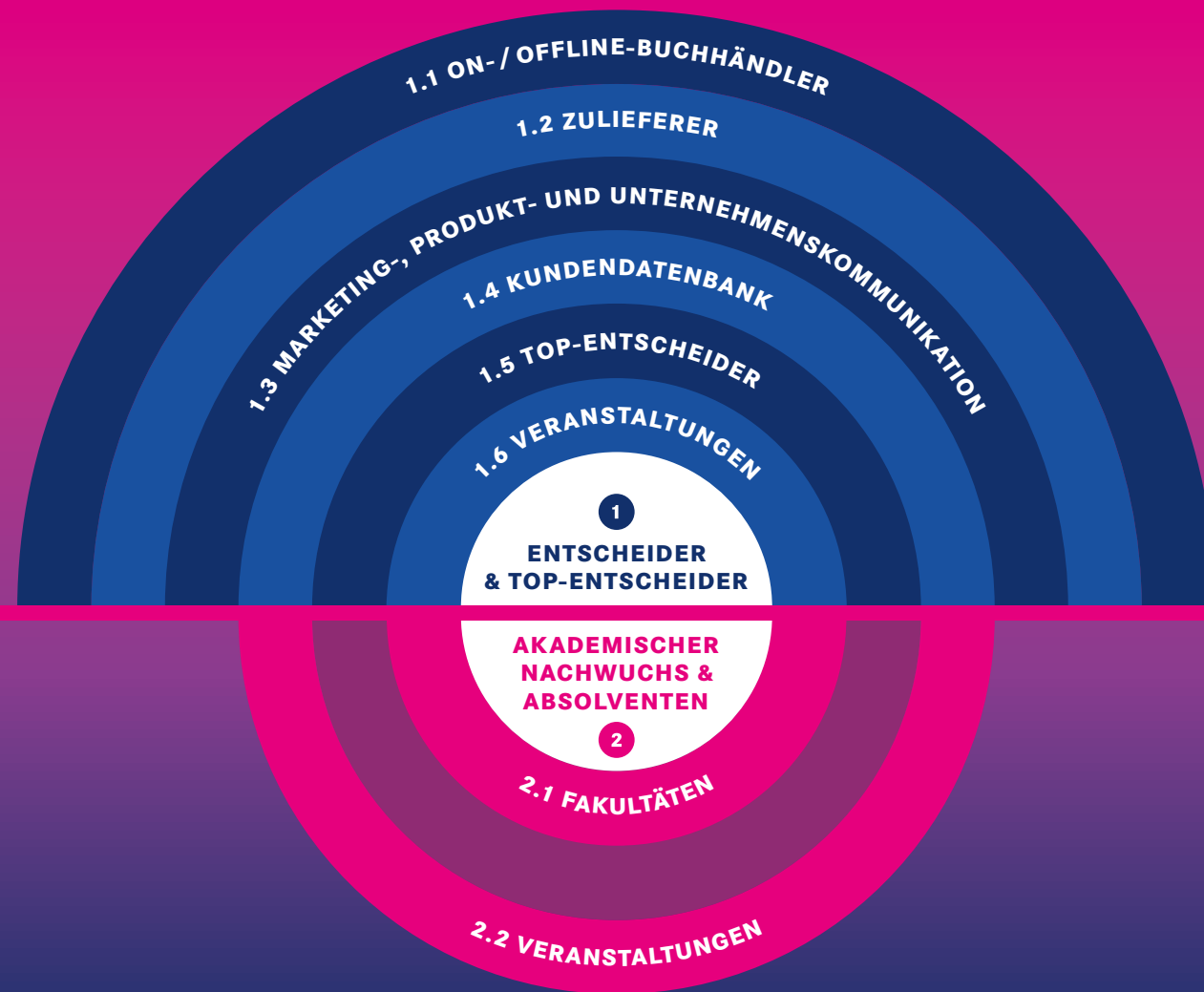
die Leser sind überwiegend Männer

die Leser sind zwischen 30 und 59 Jahre alt



die Leser verfügen über ein Haushaltsnettoeinkommen von 3.000 Euro und mehr

die Leser arbeiten in Top-Positionen der Wirtschaft



DIE ZIELGRUPPENSPEZIFISCHEN VERTRIEBSKANÄLE

1.1 ON-/OFFLINE-BUCHHÄNDLER

Buchhandlungen, Business Lounges etc.

1.2 ZULIEFERER

Top 500 Zulieferer

1.3 MARKETING-, PRODUKT- UND UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION

Kommunikationsabteilungen und Pressestellen von OEMs und Zulieferern

1.4 KUNDENDATENBANK

TCG-Kundendatenbanken mit Multiplikatoreneffekt durch die beteiligten Unternehmen

1.5 TOP-ENTSCHEIDER

Persönlichkeiten aus der Automobilbranche mit hoher Multiplikatorwirkung

1.6 VERANSTALTUNGEN

Fachtagungen, Fachkongresse und einschlägige Branchenevents

2.1 FAKULTÄTEN

Hochschulen und Universitäten

2.2 VERANSTALTUNGEN

Recruitingmessen und Branchenevents

VERTRIEB: ZIELGRUPPENANSPRACHE

1 ANSPRACHE VON ENTSCHEIDERN & TOP-ENTSCHEIDERN: FACHTAGUNGEN, FACHKONGRESSE, BRANCHENEVENTS

ECKELT CONSULTANTS

BUSINESS TALK

www.eckelt-consultants.com

FACHTAGUNG VON EUROFORUM & CTI

www.euroforum.de

IAA PKW / NUTZFAHRZEUGE

www.iaa.de

INTERNATIONALER JAHRESKONGRESS DER AUTOMOBILINDUSTRIE

ZWICKAU

RWTH AACHEN UNIVERSITY

INSTITUT FÜR KRAFTFAHRZEUGE

www.ika.rwth-aachen.de

RWTH AACHEN UNIVERSITY

LEHRSTUHL FÜR VERBRENNUNGSKRAFTMASCHINEN VKA

www.vka.rwth-aachen.de

TAG DER AUTOMOBILWIRTSCHAFT

www.ifa-info.de

VDA TECHNISCHER KONGRESS

www.vda.de

ZULIEFERERTAG AUTOMOBIL

www.hausderwirtschaft.de

2.1 ANSPRACHE VON AKADEMISCHEM NACHWUCHS & ABSOLVENTEN: HOCHSCHULEN & UNIVERSITÄTEN

A

fka Forschungsgesellschaft Kraftfahrwesen mbH, Aachen
Hochschule Aalen

B

Universität Bamberg
Universität Bayreuth
FHDW Bergisch Gladbach
HTW Berlin
Humboldt-Universität Berlin
FH Bingen am Rhein
TU Braunschweig
Universität Bremen

C

TU Chemnitz
Hochschule Coburg

D

Hochschule Darmstadt
TU Darmstadt
FH Dortmund
TU Dresden
Universität Düsseldorf

E

Hochschule Esslingen

F

Hochschule Furtwangen

G

Berufsakademie Sachsen-Glauchau
FH Joanneum Graz (A)

H

Hochschule Heilbronn, Campus Sontheim

I

Technische Hochschule Ingolstadt

K

KIT Karlsruhe
FH Köln

Hochschule Heilbronn, Campus Künzelsau

L

Hochschule Landshut
Universität Leipzig

M

Universität Münster

P

Universität Passau
Hochschule Pforzheim

R

Hochschule Ravensburg / Weingarten
OTH Regensburg

S

Hochschule Saarbrücken
HTW Saarbrücken
saar.is Saarbrücken
Hochschule Furtwangen, Schwenningen
Universität Stuttgart

U

Hochschule Ulm

W

FH Oberösterreich Wels (A)
EBS Universität für Wirtschaft und Recht, Wiesbaden
ZHAW School of Engineering Winterthur (CH)
Ostfalia Hochschule, Campus Wolfsburg

Z

Westfälische Hochschule Zwickau

2.2 RECRUITINGMESSEN & BRANCHENEVENTS

KONAKTIVA / TU DARMSTADT

www.konaktiva.tu-darmstadt.de

IKOM / TUM CAMPUS GARCHING

www.ikom.tum.de

INOVA / TU ILMENAU

www.inova-ilmenau.de

KONAKTIVA DORTMUND

www.konaktiva-dortmund.de

IAA PKW / NUTZFAHRZEUGE

www.iaa.de

FORMULA STUDENT

www.formulastudent.de

PORTRAIT PREMIUM

WIE WERDEN WIR MORGEN MOBIL SEIN?

Das Portrait Premium bietet Unternehmen die Möglichkeit sich individuell und synchron zu ihrem Corporate Design zu präsentieren und damit als „Highlight“ im Magazin wahrgenommen zu werden.

1.0 PORTRAIT PREMIUM / 4-SEITIG (OPTIONAL 6-SEITIG)

PORTRAIT PREMIUM / M PLAN GMBH

KOMPETENTER PARTNER FÜR ALLE PHASEN DER FAHRZEUGENTWICKLUNG

WIR BRINGEN DIE ZUKUNFT IN FAHRT

M Plan ist ein gefragter Engineering-Partner für Automobilhersteller, System-
hersteller und Zulieferer. Die geht zu dabei unterschiedliche hochinternen, optimierten
Prozesse oder komplexen Simulationen, stets ist spezieller Know-how, kreative
Problemlösungen und verlässliche Teamarbeit gefragt. Daher geht um die Mobilität
von morgen.



BERND GIGEN
GESCHÄFTSFÜHRER M PLAN GMBH

**WER BRINGT WAS SIND AUS IHRE SICHT PUNKTE
DES ZUKUNFTIGEN FAHRZEUGS WICHTIGSTE
TECHNISCHE WISSEN?**

Die Automobilindustrie bewegt sich in einem gewalti-
gen Spannungsfeld, das das die gesamte Trends klar
zeichnen: von Verbrennungsmotoren zum Elektroan-
trieb, vom aktiven Ausfahren zum autonomen Gefah-
ren und vom Bausatz eines Fahrzeuges hin zu
flexibel nutzbaren Mobilitätsprodukten. Jedes Feld for-
dert einen ganz eigenen, ist eine große technische
Herausforderung. Zudem stellen diese Entwicklungen
erprobte Entwicklungsmethoden und Prüfverfahren
in Frage.

**WAS BEDEUTET DAS KONZEPT
FÜR DIE ENTWICKLUNGSPHASE?**

Konzepte, die auf ganz anderen, neuen Wegen
in seine Prozesse eingreifen. Die Planungszeiten sollen
noch kürzer werden und die Entwicklungsrisiken
müssen sich den professionellen Lösungen mit neuen We-
gen, Arbeitsweisen und Denkweisen anpassen.
Zudem wird das Produkt Auto selbst zum „Moving
Target“, einem Ziel in Bewegung. Sogar Funktionen
und Nutzungsmodelle ändern sich schneller, als
Ingenieure neue Ideen in die Tat umsetzen können.
Professionelle Verstärkung und der Blick von außen
helfen, die richtigen Lösungen zu finden und um-
zusetzen.

**WANN WERDEN HERSTELLER, SYSTEMANBIETER UND
ZULIEFERER BEI DER WIRTSCHAFTSENTWICKLUNG
WIE IN PLAN ANWENDEN SICH?**

Wir sind fachlich breit aufgestellt. Unsere Leistungen
umfassen alle Prozesse in den Phasen Ideen-
findung, Entwicklung, Konstruktion, Serienkonstruktion

PORTRAIT PREMIUM / M PLAN GMBH

WERKSTÄTTEKONSTRUKTION UND FERTIGUNG. Wir sehen
die Themen mit Simulationen, Prototypenbau und
entwicklungsbegleitenden Leistungen ab. Unsere
Mitarbeiter verfügen über fundiertes Know-how,
wenn es darum geht, die automatisierten Fertigkeiten
aktiv mitzugestalten: mehr Umweltverträglichkeit
durch Elektroantriebe, mehr Sicherheit und Komfort
vernetzte Dienste im Fahrzeug und in der Cloud.
Ersetzt heute nicht mehr die in den traditionellen
Disziplinen des Automobilbaus Kompetenz zu haben.

**DIENSTLEISTUNGSVERÄNDERUNG FÜR ENTWICKLUNG,
PROZESSE, MASCHINEN, WERKSTÄTTE UND WIRTSCHAFTS-
AMT AUßERWIRTSCHEN.**

Die aktuellen Herausforderungen, denen sich alle
Autobauer in der Automobilindustrie gegenübersehen, sind
in der Tat gewaltig. Sie lassen sich nur lösen, indem
alle Kompetenzträger zusammenarbeiten und neue
Gefahren werden. Wir müssen bereit sein, ständig
neue Aufgaben zu stellen und die auf unsere ganz
besondere Art und Weise anzugehen: mit Inno-
vationkraft und Kreativität, Disziplin und Interdiszipli-
narer Problemlösung. Gemeinsam suchen wir den Ei-
folg und erzielen so Ergebnisse, die für sich sprechen.

**WANN WIRD DIE PRODUKTENTWICKLUNG
NEUEIN?**

Unser größter Standort in Wolfsburg verfügt über
eine breitgefächerte Entwicklung, eigene Prüfstände
und einen Fahrzeugbau. Dort können wir zum Beispiel
kontinuierlich die Entwicklung im Bereich so
funktionieren, wie geplant. Oder wir entwickeln
modifizierende Komponenten und sichern sie durch
Simulationen und Versuchsabläufe. So groß, dass
Kollisionen im Raum gibt, bauen wir eine detaillierte
Komponenten auch in Prototypen aus. Natürlich be-
trifft das die Mobilität unsere Konstruktion
unabhängig vom Thema Gefährdungsschutz.

**WANN WIRD DIE PRODUKTENTWICKLUNG
NEUEIN?**

Richtigem Bereich Mobilität und Schwingungsantrieb
in unserer Niederlassung Weissenau dreht sich alles
um Fahrzeugdynamik, Schwingungen und Vibrationen.
Vom WFF im Auftrag von OEMs entwickeln wir
hochpräzise Mikrofonen oder Messgeräte
den Klang einzelner Komponenten. Alle Ergebnisse
fließen direkt zurück in die Entwicklungsabteilungen
– egal ob es um die Optimierung der Motorbox
geht oder das Geräusch einer aufblühenden Tür.
Die Prüfstände wurden in enger Abstimmung mit Kunden
spezifiziert und von uns geplant und gebaut.

**SIE SIND BEI DER INVESTITIONEN ALS
WICHTIGER ZUSATZPUNKT.**

Das haben wir nie getan. Wir sind unverändert dazu
bereit, in Aufgabenfelder hineinzuwachsen, die unsere
klassischen Engineering Services sinnvoll ergänzen.
Zum Beispiel im Bereich Abgasnachbehandlung:
M Plan beherrscht im Bereich Luftmassenmanage-
ment seit jeher die „kalte Seite“. Seit Übernahme der
IOS Development vor zwei Jahren sind wir nun in
der Lage, unsere Entwicklungsarbeit um die heiße
Seite zu erweitern und ganzheitlich anzubieten. Mess-
schichten mit eigenen mobilen Messgeräten sichern
die Ergebnisse ab.

**ORDNEN SIE BITTE DIESE DREI EIGENSCHAFTEN NACH
WIE SIE SICH FÜR M PLAN FÜR EINEN KUNDEN
WICHTIG: INNOVATIONSKRAFT, FLEXIBILITÄT,
KOMMUNIKATIONSKRAFT.**

Alle drei Merkmale spielen in unserer täglichen Arbeit
eine große Rolle. Wir müssen jederzeit dazu in der
Lage sein, fachlich fundierte Antworten auf neue
Anforderungen zu geben. Unsere mehr als 850 Mitar-
beiter brauchen einen guten Riecher für den viel
verändernden Leistungsprozess und müssen realisti-
sche Marktschätzungen vornehmen. Um selbst
Anfragen mit knappen Vorlaufzeiten gerecht zu wer-
den, ist eine enge interdisziplinäre Zusammenarbeit
mit kurzen Wegen und einer jederzeit offenen Kom-
munikation unerlässlich. M Plan erfindet sich von
innen heraus ständig neu. Wir werden uns dieses Jahr
zielführend mit Mitarbeitern in den Geschäftsfeldern
Connected Car, Car2X, E-Mobility und Industrie 4.0
verknüpfen.

**WELCHES ENTWICKLUNGSPROJEKT, AN DEM M PLAN
BEIHEIMT WAR, HAT IHN REIZ ZULETZT HOHER
GEHÄLT LASSEN?**

Da möchte ich die Entwicklungsarbeit an einem neuen
typischen E-Scooter nennen, der bald auf den Markt
kommt. Wir haben dieses Projekt über die Entwicklung
des Bordnetzes, die Gestaltung und Programmierung
der ECU, die Body-Controls und der Heiz-
ung und schließlich verdrahtete Cloudanbindung, Geo-
positionierung und die mobile Datenübertragung
haben wir hardware- und softwareseitig realisiert. Die
M Plan Teamwork konnten zeigen, dass sie sich da-
rauf verstehen, in einem Gesamtsystem zu denken. Das
ist wichtig. Entwicklungsumfänge werden sich weiter
vergrößern, OEMs passen die Produktanforderungen
entsprechend an und reduzieren die Entwicklungszeiten
für E-Antriebsstränge. Hilft in der Konsequenz: Engi-
neering-Partner müssen bereit und fähig sein, kom-
plexe Aufgaben zu übernehmen. Für M Plan ist dieses
Trend: Anstieg und Herausforderung, neue Wege
zu beschreiten und das System-Know-how konsequent
zu vertiefen. Der Blick fürs Ganze ist dabei genauso
wichtig wie die Liebe zum Detail.

PORTRAIT PREMIUM / M PLAN GMBH

WIE WERDEN WIR MORGEN MOBIL SEIN?

2020 wird das Jahr sein, in dem Automobilhersteller das nächste Meilenstein
in der Entwicklung der Mobilität erreichen werden. Das ist die Einführung der ersten
autonomen Fahrzeuge. Die ersten Schritte werden in den nächsten Jahren gemacht.
Die Technologie der autonomen Fahrzeuge ist heute noch in der Entwicklung, aber
die ersten Schritte werden in den nächsten Jahren gemacht.

AUTONOMES FAHREN

Die ersten Schritte werden in den nächsten Jahren gemacht. Die Technologie der autonomen
Fahrzeuge ist heute noch in der Entwicklung, aber die ersten Schritte werden in den
nächsten Jahren gemacht.

4,8 MILLIARDEN

Die ersten Schritte werden in den nächsten Jahren gemacht. Die Technologie der autonomen
Fahrzeuge ist heute noch in der Entwicklung, aber die ersten Schritte werden in den
nächsten Jahren gemacht.

PORTRAIT PREMIUM / M PLAN GMBH

123 MILLIARDEN EURO

Die ersten Schritte werden in den nächsten Jahren gemacht. Die Technologie der autonomen
Fahrzeuge ist heute noch in der Entwicklung, aber die ersten Schritte werden in den
nächsten Jahren gemacht.

CONNECTED CAR

Die ersten Schritte werden in den nächsten Jahren gemacht. Die Technologie der autonomen
Fahrzeuge ist heute noch in der Entwicklung, aber die ersten Schritte werden in den
nächsten Jahren gemacht.

PORTRAIT PREMIUM / M PLAN GMBH

15 MONATE

Die ersten Schritte werden in den nächsten Jahren gemacht. Die Technologie der autonomen
Fahrzeuge ist heute noch in der Entwicklung, aber die ersten Schritte werden in den
nächsten Jahren gemacht.

ELEKTRONISCHES

Die ersten Schritte werden in den nächsten Jahren gemacht. Die Technologie der autonomen
Fahrzeuge ist heute noch in der Entwicklung, aber die ersten Schritte werden in den
nächsten Jahren gemacht.

PORTRAIT PREMIUM / M PLAN GMBH

M PLAN

Die ersten Schritte werden in den nächsten Jahren gemacht. Die Technologie der autonomen
Fahrzeuge ist heute noch in der Entwicklung, aber die ersten Schritte werden in den
nächsten Jahren gemacht.

**PIETER NOTA, MEMBER OF THE BOARD OF MANAGEMENT,
CUSTOMER, BRANDS, SALES, BMW AG / AUSGABE 2021**



**PIETER NOTA, MEMBER OF THE BOARD OF MANAGEMENT,
CUSTOMER, BRANDS, SALES, BMW AG / AUSGABE 2021**

**PIETER NOTA, MEMBER OF THE BOARD OF MANAGEMENT,
CUSTOMER, BRANDS, SALES, BMW AG / AUSGABE 2021**



**PIETER NOTA, MEMBER OF THE BOARD OF MANAGEMENT,
CUSTOMER, BRANDS, SALES, BMW AG / AUSGABE 2021**

Zeigen Sie Kompetenz im Top Company Guide mit Ihrem redaktionellen Fachbeitrag im exklusiven Umfeld des Who's who der Branche, in Form eines zwei-, drei- oder vierseitigen Beitrages.

ERM Engineering Services

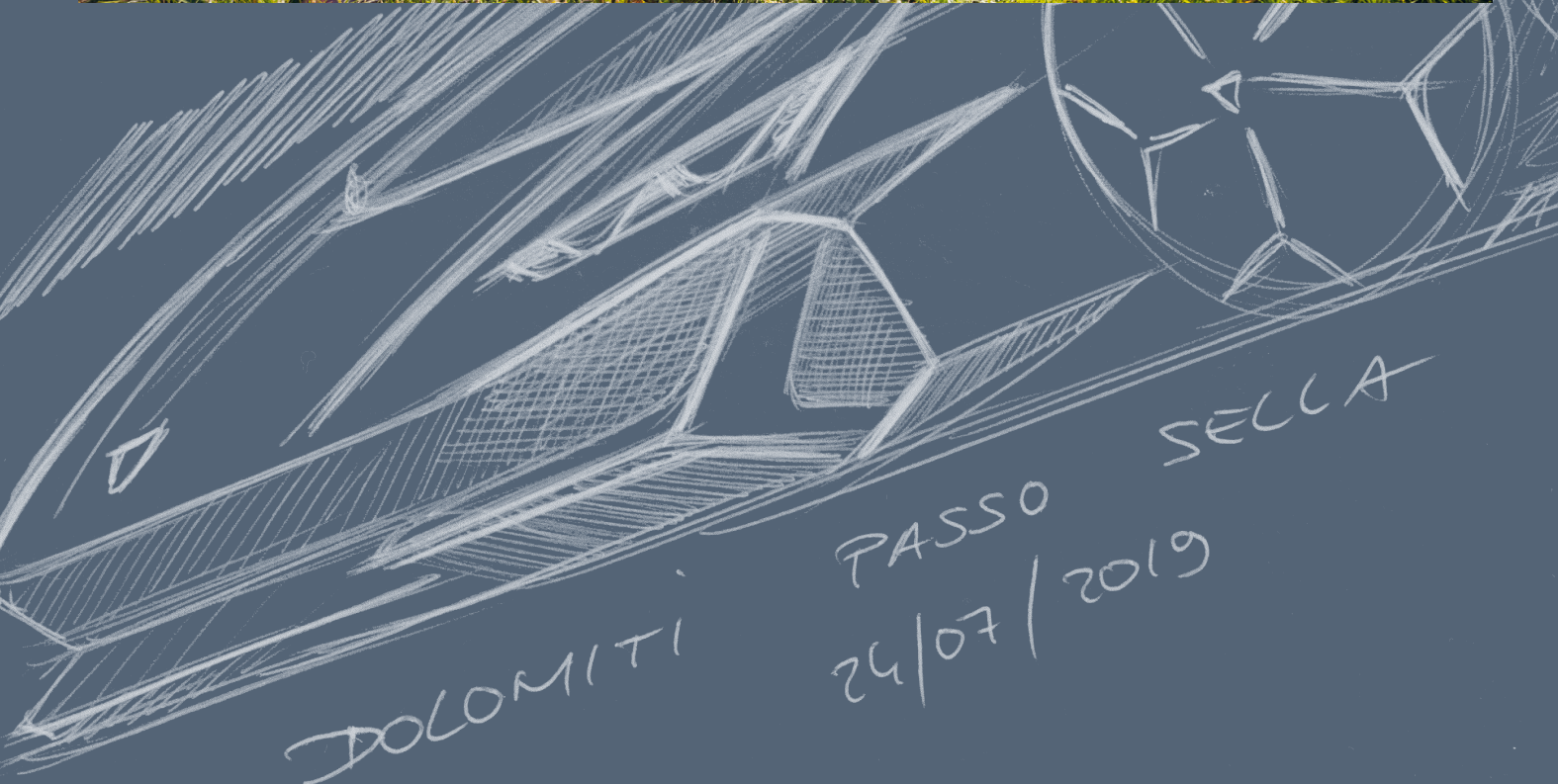
**REINVENTING MOBILITY –
REINVENTING OURSELVES**

23

DRIVING EXPERIENCE

Mobilität fasziniert und ist eines der emotionalsten Themen für die Automotive-Community. Abseits von Leistungsdaten und Corporate Imaging stehen spannende Geschichten mit Persönlichkeiten und Produkten der Marken im Fokus. Einzigartigkeit garantiert!

2.5 DRIVING EXPERIENCE



MITJA BORKERT, HEAD OF DESIGN,
AUTOMOBILI LAMBORGHINI S.P.A. / AUSGABE 2020

ADVENTURE

Raus aus dem Alltag, rein ins Abenteuer! Unbekannte Wege beschreiten, Grenzerfahrungen erleben – zu Land, zu Wasser und in der Luft. In unberührter Natur oder im Großstadtdschungel. Erleben Sie mit uns Ihr ganz persönliches Abenteuer.

2.6 ADVENTURE



**RED
BULL
AIR
RACE
- DIE
FORMEL
DER
LÜFTE!**



BEREIT FÜR MORGEN



FORD. ELEKTRIFIZIERT.

Ford | **BEREIT FÜR MORGEN**

Kraftstoffverbrauch (in l/100 km nach § 2 Nrn. 5, 6, 6 a Pkw-EnVKV in der jeweils geltenden Fassung): 5,4-0 (kombiniert); CO₂-Emissionen: 125-0 g/km (kombiniert); Stromverbrauch: 19,5–15,8 kWh/100 km (kombiniert)*.

*Die Angabe zum Stromverbrauch bezieht sich ausschließlich auf die Plug-in-Hybrid- und vollelektrischen Fahrzeuge.

ANZEIGEN

Der Top Company Guide spricht eine anspruchsvolle, gut situierte Zielgruppe an. Die Leser zeichnen sich durch Lebensstil und einen überdurchschnittlichen finanziellen Spielraum aus. Marken- und Qualitätsorientierung bieten eine hervorragende Plattform für hochwertige Anzeigenwerbung, gedruckt im Magazin oder online als Webspecial.

3.0 IMAGE (1/1)

Nichts überrascht mehr als eine gute Idee, die keiner erwartet hat. We pioneer motion.

SCHAEFFLER

3.1 RECRUITING (1/1)

GLOBAL ENGINEERS

ELECTROMOBILITÄT, LEBENSORIENTIERUNG, CYBER & SECURITY, KUNSTSTOFFE SIND DIE ZUKUNFT

Das sind nur einige der spannenden Themen, bei denen wir Veränderung überwinden.

Sie können bei uns wirklich etwas bewirken, Technologien vorantreiben und Innovationen schaffen, die einseitig sind. Interessieren Sie sich, um wesentliche Beiträge und Lösungen zu entwickeln, die zu gestalten. Finden Sie bei uns spannende Projekte, die sich bewähren und in der Welt der Dinge bestehen.

Sie können sich durch gezielte Trainings weiterentwickeln, gut verdienen und verdienen Sie eine gute Work-Life-Balance nutzen. Das alles ist möglich. Bei einem Arbeitsvertrag, auf den Sie zählen.

Lernen Sie uns kennen und finden Sie Ihre Karriere perspektiven unter www.rheinmetall.com/karriere

RHEINMETALL

3.2 PRODUKT (1/1)

CHARGED WITH PASSION

DER NEUE VOLLELEKTRISCHE MINI. JETZT MEHR ERFAHREN AUF MINIELECTRIC

3.3 PRODUKT (2/1)

THE iX3 100% ELECTRIC.

#bornelectric

Nach wie vor unser stärkster Antrieb: der eigene Anspruch.

Der neue Panamera 4S E-Hybrid. Eine definierte Linie.

DATENANFORDERUNG

UNTERNEHMENSPRÄSENTATIONEN

1.0 PORTRAIT PREMIUM / 4-SEITIG (OPTIONAL 6-SEITIG)



PORTRAIT PREMIUM

4-seitiger Fachbeitrag (optional 6-seitig) und / oder Interview über ein mit der Redaktion entwickeltes Thema mit Fokus auf das Unternehmen, die Produkte oder Dienstleistungen eingebettet in „Facts & Figures“. Im Unterschied zum Portrait Professional / Image wird das Portrait Premium individuell und synchron zum Corporate Design entwickelt und erhält damit eine maximale Eigenständigkeit, um als „Highlight“ im Magazin wahrgenommen zu werden.

GRAFIKEN / BILDUNTERLAGEN / TEXT

- Dateiformat: EPS / PDF
(wird dem Layout entsprechend angepasst bzw. umgearbeitet)
- Bildauflösung: 300 dpi (Bildatengröße: ca. 15 MB)
- Bildformat: TIFF / JPEG (Farbmodus CMYK)
- Textformat: Word-Datei (doc), Zeichenanzahl nach Absprache
- unveröffentlichte Inhalte

WORKFLOW SCHRITT 1

Inhalte, Bilder und Datengrafiken sowie Informationen zum Corporate Design des Unternehmens in Form von Styleguides o. ä. werden vorab zur Verfügung gestellt.

WORKFLOW SCHRITT 2

Das Layout des Beitrages wird nach Briefing und individueller Absprache von der TCG-Designagentur für den Kunden entwickelt und zur Ansicht als Korrekturabzug gesendet.

WORKFLOW SCHRITT 3

Im Rahmen eines Korrekturdurchganges können Wünsche seitens des Kunden eingebracht werden. Nach Umsetzung sollte eine Freigabe erfolgen.

DATENANFORDERUNG

UNTERNEHMENSPRÄSENTATIONEN

2.0 INTERVIEW – FACE TO FACE / 4-SEITIG



INTERVIEW – FACE TO FACE

Interview mit einem großformatigen Bild oder Portrait des Interviewpartners (CEO oder Top-Entscheider Ihres Unternehmens) und weiteren, den Inhalt ergänzenden Abbildungen.

FOTOQUELLE

- Bilder werden im Rahmen eines individuellen Fotoshooting erstellt
- die Unternehmensarchive stellen ergänzend oder ausschließlich Bildmaterial zur Verfügung

TEXTUNTERLAGEN

- Word-Datei (doc)
- Interview: 8-10 Fragen
- Einleitung min. 300*, max. 500*, Fließtext min. 8.000*, max. 9.000 Zeichen*
- Text wird entweder von den Unternehmen zur Verfügung gestellt oder wird nach Briefing erstellt

* alle Zeichenangaben inklusive Leerzeichen

DATENANFORDERUNG

UNTERNEHMENSPRÄSENTATIONEN

2.1 REDAKTIONELLER FACHBEITRAG / 4-SEITIG



REDAKTIONELLER FACHBEITRAG

4-seitiger Fachbeitrag mit einem Portraitbild des Autors und den Inhalt ergänzenden Abbildungen in Form von Bildmotiven oder Datengrafiken, eingebettet in einen Fachtext.

GRAFIKUNTERLAGEN

- Dateiformat: EPS / PDF (wird gegebenenfalls dem Layout entsprechend angepasst bzw. umgearbeitet)

BILDUNTERLAGEN

- retuschierte Bilddaten in Druckqualität
- Bildauflösung: 300 dpi (Bildatengröße: ca. 15 MB)
- Dateiformat: TIFF / JPEG (Farbmodus CMYK)

TEXTUNTERLAGEN

- Dateiformat: Word-Datei (doc)
- redaktioneller Fachbeitrag unveröffentlicht (kein Interviewtext)

VARIANTE 1

4-seitiger Beitrag + 4 Bildmotive (1 Autorenportrait + 3 Abbildungen/Grafiken)

Zeichenzahl: Headline min. 50*, max. 70*
Einleitung min. 300*, max. 600*,
Fließtext min. 10.000*, max. 11.000 Zeichen*

VARIANTE 2

4-seitiger Beitrag + 3 Bildmotive (1 Autorenportrait + 2 Abbildungen/Grafiken)

Zeichenzahl: Headline min. 50*, max. 70*
Einleitung min. 300*, max. 600*,
Fließtext min. 14.000*, max. 15.000 Zeichen*

* alle Zeichenangaben inklusive Leerzeichen

DATENANFORDERUNG

UNTERNEHMENSPRÄSENTATIONEN

2.2 REDAKTIONELLER FACHBEITRAG / 2-SEITIG



REDAKTIONELLER FACHBEITRAG

2-seitiger Fachbeitrag mit einem Portraitbild des Autors, optional einer zweiten Abbildung oder Grafik, eingebettet in einen Fachtext.

GRAFIKUNTERLAGEN

- Dateiformat: EPS / PDF (wird gegebenenfalls dem Layout entsprechend angepasst bzw. umgearbeitet)

BILDUNTERLAGEN

- retuschierte Bilddaten in Druckqualität
- Bildauflösung: 300 dpi (Bildatengröße: ca. 15 MB)
- Dateiformat: TIFF / JPEG (Farbmodus CMYK)

TEXTUNTERLAGEN

- Dateiformat: Word-Datei (doc)
- redaktioneller Fachbeitrag unveröffentlicht (kein Interviewtext)

VARIANTE 1 (SIEHE OBEN)

2-seitiger Beitrag + 2 Bildmotive (1 Autorenportrait + 1 Abbildung/Grafik)

Zeichenzahl: Headline min. 50*, max. 70*
Einleitung min. 300*, max. 600*,
Fließtext min. 5.500*, max. 6.500 Zeichen*

VARIANTE 2

2-seitiger Beitrag + 1 Bildmotiv (1 Autorenportrait)

Zeichenzahl: Headline min. 50*, max. 70*
Einleitung min. 300*, max. 600*,
Fließtext min. 7.000*, max. 8.000 Zeichen*

* alle Zeichenangaben inklusive Leerzeichen

DATENANFORDERUNG

UNTERNEHMENSPRÄSENTATIONEN

2.3 REDAKTIONELLER FACHBEITRAG / 3-SEITIG



REDAKTIONELLER FACHBEITRAG

3-seitiger Fachbeitrag mit einem Portraitbild des Autors und den Inhalt ergänzenden Abbildungen in Form von Bildmotiven oder Datengrafiken, eingebettet in einen Fachtext.

GRAFIKUNTERLAGEN

- Dateiformat: EPS / PDF (wird gegebenenfalls dem Layout entsprechend angepasst bzw. umgearbeitet)

BILDUNTERLAGEN

- retuschierte Bilddaten in Druckqualität
- Bildauflösung: 300 dpi (Bildatengröße: ca. 15 MB)
- Dateiformat: TIFF / JPEG (Farbmodus CMYK)

TEXTUNTERLAGEN

- Dateiformat: Word-Datei (doc)
- redaktioneller Fachbeitrag unveröffentlicht (kein Interviewtext)

VARIANTE 1

3-seitiger Beitrag + 3 Bildmotive (1 Autorenportrait + 2 Abbildungen/Grafiken)

Zeichenzahl: Headline min. 50*, max. 70*
Einleitung min. 300*, max. 600*,
Fließtext min. 8.000*, max. 9.000 Zeichen*

VARIANTE 2

3-seitiger Beitrag + 2 Bildmotive (1 Autorenportrait + 1 Abbildung/Grafik)

Zeichenzahl: Headline min. 50*, max. 70*
Einleitung min. 300*, max. 600*,
Fließtext min. 11.000*, max. 12.000 Zeichen*

* alle Zeichenangaben inklusive Leerzeichen

INFORMATION

REDAKTIONELLE BEITRÄGE

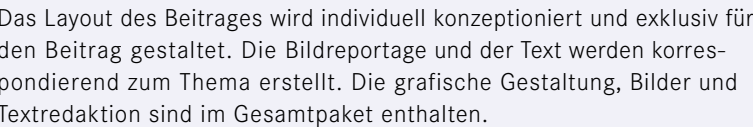
2.5 DRIVING EXPERIENCE / 8-SEITIG*



Beitrag über ein mit der Redaktion entwickeltes Thema, welches Leidenschaft, Performance und Visionen einer unternehmerischen Persönlichkeit präsentiert.

Das Layout des Beitrages wird individuell konzeptioniert und exklusiv für den Beitrag gestaltet. Die Bildreportage und der Text werden korrespondierend zum Thema erstellt. Die grafische Gestaltung, Bilder und Textredaktion sind im Gesamtpaket enthalten.

Beitrag über ein mit der Redaktion entwickeltes Thema mit Fokus auf Mobilität, Geschwindigkeit und Fahrperformance; dabei steht das Produkt im Vordergrund der Betrachtung.



Auf Anfrage wird ein Video-Clip (Fahrscenen/Drohnenaufnahmen) für den Beitrag produziert, der zusätzlich zur Print- und Online-Version publiziert wird.

INFORMATION

REDAKTIONELLE BEITRÄGE

2.6 ADVENTURE / 8-SEITIG*



ADVENTURE

Beitrag über ein mit der Redaktion entwickeltes Thema mit Fokus auf Abenteuer und Grenzerfahrungen – zu Land, zu Wasser und in der Luft; dabei steht die handelnde Persönlichkeit im Vordergrund.

Das Layout des Beitrages wird individuell konzeptioniert und exklusiv für den Beitrag gestaltet. Die Bildreportage und der Text werden korrespondierend zum Thema erstellt. Die grafische Gestaltung, Bilder und Textredaktion sind im Gesamtpaket enthalten.

* auf Anfrage 16-seitig oder nach Absprache

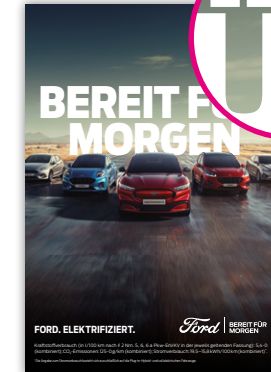
DATENANFORDERUNG

ANZEIGEN

3.0 ANZEIGEN / IMAGE, PRODUKT ODER RECRUITING



1 2/1 Opening Spreads (ab S. 2/3)



2.1 Umschlagseite U2 Bundzugabe rechts



2.2 Umschlagseite U3 Bundzugabe links



1.1 2/1 Anzeige



2.3 1/1 Anzeige

1 DOPPELSEITIGE ANZEIGE (2/1)

Anzeigen sind nicht AE- oder rabattfähig.

DATEI (DRUCK-PDF)

- Format: 420 x 297 mm (zzgl. 3 mm Beschnittzugabe)
- Schriften: eingebettet oder vektorisiert
- Bilder und Logos: Farbmodus CMYK
- Bildauflösung und -komprimierung: 300 dpi
- Farbprofil: PSO Coated v3 – Fogra 51
- PDF-Standard: PDF/X3 (alle Druckmarken)

2 EINSEITIGE ANZEIGE (1/1)

Anzeigen sind nicht AE- oder rabattfähig.

DATEI (DRUCK-PDF)

- Format: 210 x 297 mm (zzgl. 3 mm Beschnittzugabe)
- Schriften: eingebettet oder vektorisiert
- Bilder und Logos: Farbmodus CMYK
- Bildauflösung und -komprimierung: 300 dpi
- Farbprofil: PSO Coated v3 – Fogra 51
- PDF-Standard: PDF/X3 (alle Druckmarken)

2.1 Umschlagseite U2: Bundzugabe 12 mm (rechts)

2.2 Umschlagseite U3: Bundzugabe 12 mm (links)

**ANMELDUNG**

Mit der Unterzeichnung des Anmeldeformulars werden diese allgemeinen Geschäftsbedingungen der Eckelt Consultants GmbH als verbindlich für das anmeldende Unternehmen anerkannt. Dieses hat dafür einzustehen, dass auch die von ihm beschäftigten Personen die allgemeinen Geschäftsbedingungen zur Kenntnis nehmen und einhalten.

TEILNAHME

Die Eckelt Consultants GmbH kann aus sachlich gerechtfertigten Gründen einzelne Unternehmenspräsentationen angemeldeter Unternehmen von der Veröffentlichung ausschließen. Als sachlicher Grund gilt beispielsweise, wenn das zur Verfügung gestellte Bildmaterial nicht den qualitativen Ansprüchen des Magazins entspricht.

INSERTIONSPREISE

Die Rechnungssumme ist innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt der Rechnung zu begleichen. Der Erscheinungstermin, der Anmeldeschluss und der Druckunterlagenschluss sind dem Anmeldeformular zu entnehmen. Die Rechnungsstellung erfolgt durch die Eckelt Consultants GmbH. Die gesetzliche Mehrwertsteuer ist nicht in den Preisen eingeschlossen. Diese wird in gesetzlicher Höhe am Tag der Rechnungsstellung in der Rechnung gesondert ausgewiesen. Eine Mittlervergütung/Mediarabatt wird nicht gewährt.

RÜCKTRITT VOM INSERTIONSAUFTRAG; WIDERRUF DER ZULASSUNG

Ein verbindlicher Auftrag kommt entweder durch Zusendung des ausgefüllten Insertionsauftrags oder mit Veröffentlichung der zugesendeten Materialien (Bild, Text und Anzeige) zustande. Beauftragungen mündlicher Art oder per E-Mail sind ebenfalls rechtsgültig. Das Unternehmen hat die vollen Insertionskosten auch dann zu zahlen, wenn es aus Gründen, die nicht von der Eckelt Consultants GmbH zu vertreten sind, absagt. Die für die Unternehmenspräsentation notwendigen Druckunterlagen sind rechtzeitig innerhalb der vereinbarten Frist dem von der Eckelt Consultants GmbH zu benennenden Empfänger zuzusenden.

Verspätet zugesandte Unterlagen (Unternehmenspräsentation, Unternehmenskennzahlen, redaktionelle Beiträge, Fotos, Logos) können nicht mehr abgedruckt werden. Soweit die Verspätung vom teilnehmenden Unternehmen zu vertreten ist, bleibt die Zahlungspflicht in vollem Umfang bestehen. Die Eckelt Consultants GmbH ist zum Widerruf des Auftrags berechtigt, wenn im Falle der Nichtzahlung zu den festgelegten Terminen das Unternehmen eine von der Eckelt Consultants GmbH gesetzte Nachfrist ergebnislos verstreichen lässt.

VERÖFFENTLICHUNG UND ERSCHEINUNGSTERMIN

Kann die Eckelt Consultants GmbH eine Veröffentlichung zum geplanten Erscheinungstermin nicht ermöglichen, so sind die auftraggebenden Unternehmen hiervon unverzüglich zu unterrichten. Ein Anspruch auf Rückerstattung ihrer geleisteten Zahlungen besteht für die angemeldeten Unternehmen, wenn keine Publikation veröffentlicht wird. Darüber hinausgehende Ansprüche können nicht geltend gemacht werden.

ORGANISATORISCHER ABLAUF; GESTALTUNG

Angemeldete Unternehmen stellen dem von der Eckelt Consultants GmbH zu benennenden Empfänger (Designagentur) aussagekräftige Unterlagen zur Verfügung, die die Realisierung der Beiträge möglich machen. Die Sichtung und Bewertung des Materials obliegt der beauftragten Designagentur. Wenn das unternehmensseitig zur Verfügung gestellte Material (Bilder, Texte, Grafiken) als ungenügend bewertet wird, kann der Beitrag von der Veröffentlichung ausgeschlossen werden. Alternativ kann die Designagentur das Material, wenn möglich, entsprechend optimieren (z. B. Grafiken überarbeiten) oder ggf. neu erstellen (z. B. Fotoshooting). Die Kosten hierfür stellt die Eckelt Consultants GmbH dem Unternehmen gesondert, nach vorhergehendem Angebot, in Rechnung. Reisekosten und Spesen werden aufwandsspezifisch den Auftraggebern gesondert in Rechnung gestellt. Die erstellte Unternehmenspräsentation wird

dem Unternehmen zur Prüfung und Freigabe in Form eines digitalen Korrekturabzuges gesendet. Bringt das Unternehmen innerhalb einer Woche keine Korrekturwünsche vor, gilt der Beitrag automatisch als freigegeben.

Platzierungswünsche von Anzeigen und Beiträgen können nicht garantiert werden. Anzeigen können sowohl links- als auch rechtsseitig abgebildet werden. Medienpartneranzeigen werden gesammelt im hinteren Heftteil publiziert. Der Top Company Guide wird von der Eckelt Consultants GmbH in völliger künstlerischer Freiheit gestaltet. Eine Einflussnahme des angemeldeten Unternehmens auf die Gestaltung ist nicht möglich. Die Eckelt Consultants GmbH behält sich ausdrücklich alle Urheberrechte und alle sonstigen Rechte an dem geistigen Eigentum der erstellten Werke vor. Veröffentlichungen, auch auszugsweise, dürfen nur nach vorheriger schriftlicher Zustimmung der Eckelt Consultants GmbH erfolgen.

Eine Korrekturrunde ist enthalten, weitere Korrekturwünsche (Bildretuschen etc.) werden von der (durch die Eckelt Consultants GmbH) beauftragten Designagentur nach Absprache direkt berechnet.

ABGABE DER DRUCKUNTERLAGEN

Bei Unterlagen (Bild-, Textmaterial und Anzeigen), die nach dem kommunizierten Druckunterlagenschluss bei der Agentur eingehen, fallen Zusatzkosten in Höhe von 20 % des jeweiligen Auftragswertes an.

NEBENABREDEN

Nebenabreden sind nur wirksam, wenn sie schriftlich bestätigt sind.

ERFÜLLUNGORT UND GERICHTSSTAND

Erfüllungsort ist Stuttgart, Deutschland. Dies gilt auch für den Gerichtsstand, wenn der Unternehmensvertreter Vollkaufmann oder eine juristische Person ist oder keinen allgemeinen Gerichtsstand im Inland hat. Die Rechtsbeziehungen der Vertragsparteien unterliegen deutschem Recht.

**DR. WOLFGANG K. ECKELT**

Geschäftsführender Gesellschafter,
Eckelt Consultants GmbH,
Herausgeber
"Top Company Guide"

HERAUSGEBER

Eckelt Consultants GmbH
Dr. Wolfgang K. Eckelt
Rosengartenstraße 18
70184 Stuttgart
T +49 (0)711/3416929-0
F +49 (0)711/3416929-99
info@eckelt-consultants.com
www.eckelt-consultants.com

INTERNET

Aktuelle Informationen über den Top Company Guide finden Sie im Internet unter www.top-company-guide.com

KONZEPTION & GESTALTUNG

Initial Kommunikationsdesign,
Ludwigsburg
www.initial-design.de

COPYRIGHT

www.top-company-guide.com
Alle Rechte vorbehalten
© Copyright 2021 by
Eckelt Consultants GmbH

VERÖFFENTLICHT 2021

Alle Rechte vorbehalten.
Ohne Genehmigung des Herausgebers dürfen keine Auszüge dieser Publikation abgebildet oder in irgendeiner Art und Weise kopiert und veröffentlicht werden.



DAS BUSINESS-MAGAZIN FÜR DIE ENTSCHEIDER VON HEUTE UND MORGEN



**Jetzt das Business-Magazin online entdecken:
TOP-COMPANY-GUIDE.COM**