

MEDIA DATEN 2018



NEU:
Ab 2018
im praktischen
DIN A4-Format
Ab Februar
redaktioneller
Newsletter

PRINT + ONLINE

Titelporträt	2
Preisliste und technische Angaben	3/4
Termin- und Themenplan	5
Jahrbuch Elektromaschinen und Antriebe/Newsletter	6
Auflagen- und Verbreitungsanalyse	7
Empfänger-Struktur-Analyse	8
Kurzfassung der Erhebungsmethode	9
Allgemeine Geschäftsbedingungen	10
Kontakt	11/12



erfolgsmedien für experten

Mediengruppe SV Süddeutscher Verlag

Anzeigen und Redaktion: Hühlig GmbH, Hultschiner Straße 8, D-81677 München, Telefon +49 (0) 89 2183-8988, Fax +49 (0) 89 2183-8989, Internet: www.elektro.net/ema

<p>1 Titel: ema – elektrische maschinen</p> <p>2 Kurzcharakteristik: „ema – elektrische maschinen“ ist die Fachzeitschrift für Herstellung, Handel, Anwendung und Instandsetzung von kleinen bis mittelgroßen drehenden sowie statischen elektrischen Maschinen aller Art einschließlich der Anbaugeräte, zugehörigen Steuer- und Regeltechnik. Fundierte Fachbeiträge beschäftigen sich mit Grundlagen, Fertigungstechnologien, Einsatzbereichen und -umgebungen, Instandsetzungs-, Isolier- und Prüftechniken sowie Betriebsführung. Abgerundet wird das redaktionelle Angebot mit Kurzberichten über neue elektrische Maschinen und Antriebe mit deren Zubehör, Steuerung und Prüftechnik, über Maschinen und Werkzeuge für Elektromaschinenbauer-Betriebe sowie über angrenzende Wirtschaftsbereiche, Organisationen und Verbände.</p> <p>3 Zielgruppe: Inhaber, Geschäftsführer und leitende Mitarbeiter aus dem Elektromaschinenbauerhandwerk; größere Elektrohandwerksbetriebe mit Elektromaschinenbau-Abteilung; Betriebs-elektriker im industriellen Umfeld; Hersteller und Reparaturbetriebe von elektrischen Antrieben.</p> <p>4 Erscheinungsweise: 9 x im Jahr, lt. Termin- und Themenplan</p> <p>5 Heftformat: DIN A4 (210 mm breit, 297 mm hoch)</p> <p>6 Jahrgang/Jahr: 97. Jahrgang 2018</p> <p>7 Bezugspreis:</p> <table border="0" style="margin-left: 20px;"> <tr> <td>Jahresabonnement</td> <td>Inland (inkl. Versandkosten)</td> <td>€ 91,00</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Ausland (inkl. Versandkosten)</td> <td>€ 101,00</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Einzelverkaufspreis</td> <td>€ 9,00</td> </tr> </table> <p>8 Organ: Offizielles Organ des Bundesfachbereichs Elektromaschinenbau im Zentralverband der Deutschen Elektro- und Informationstechnischen Handwerke.</p> <p>9 Mitgliedschaften: –</p> <p>10 Verlag: Hühlig GmbH Geschäftsführung: Fabian Müller Verlagsleitung: Rainer Simon Im Weiher 10, D-69121 Heidelberg</p> <p>Hausanschrift: +49 (0) 6221 489-384 Telefon: +49 (0) 6221 489-384 Fax: +49 (0) 6221 489-443 Anschrift Anzeigen/Redaktion: Hultschiner Straße 8, D-81677 München Telefon: +49 (0) 89 2183-8988 Internet: www.elektro.net/ema</p>	Jahresabonnement	Inland (inkl. Versandkosten)	€ 91,00		Ausland (inkl. Versandkosten)	€ 101,00		Einzelverkaufspreis	€ 9,00	<p>11 Herausgeber: –</p> <p>12 Anzeigen: Bettina Landwehr (Anzeigenleiterin), Tel.: +49 (0) 89 2183-8988 E-Mail: bettina.landwehr@huethig.de</p> <p>Cornelia Gleich (Assistenz Media Sales), Tel.: +49 (0) 89 2183-8987 E-Mail: cornelia.gleich@huethig.de</p> <p>13 Redaktion: Dipl.-Ing. Andreas Stöcklhuber (verantwortl. Chefredakteur) Adresse siehe Verlag Tel.: +49 (0) 89 2183-8980, Fax: +49 (0) 89 2183-8989 E-Mail: andreas.stoecklhuber@huethig.de</p> <p>Dipl.-Ing. (FH) Sigurd Schobert (Redakteur) Adresse siehe Verlag Tel.: +49 (0) 89 2183-8982, Fax: +49 (0) 89 2183-8989 E-Mail: sigurd.schobert@huethig.de</p> <p>Dipl.-Ing. Peter Behrends (Schriftleiter), bfe Bundestechologiezentrum für Elektro- und Informationstechnik, Donnerschwer Straße 184 D-26123 Oldenburg Tel.: +49 (0) 441 34092-0 E-Mail: ema@bfe.de</p> <p>14 Umfangs-Analyse: 2016 = 9 Ausgaben</p> <table border="0" style="margin-left: 20px;"> <tr> <td>Gesamtumfang:</td> <td>324 Seiten</td> <td>=</td> <td>100,00 %</td> </tr> <tr> <td>Redaktioneller Teil:</td> <td>248 Seiten</td> <td>=</td> <td>76,54 %</td> </tr> <tr> <td>Anzeigenteil:</td> <td>51 Seiten</td> <td>=</td> <td>15,74 %</td> </tr> <tr> <td>Beilagen:</td> <td>0 Stück</td> <td></td> <td></td> </tr> </table> <p>15 Inhalts-Analyse Redaktion: 2016 = 248 Seiten</p> <table border="0" style="margin-left: 20px;"> <tr> <td>Fachbeiträge, Produktinformationen</td> <td>227 Seiten</td> <td>=</td> <td>91,53 %</td> </tr> <tr> <td>Sonstiges (Inhaltsverz., Impressum etc.)</td> <td>21 Seiten</td> <td>=</td> <td>8,47 %</td> </tr> </table>	Gesamtumfang:	324 Seiten	=	100,00 %	Redaktioneller Teil:	248 Seiten	=	76,54 %	Anzeigenteil:	51 Seiten	=	15,74 %	Beilagen:	0 Stück			Fachbeiträge, Produktinformationen	227 Seiten	=	91,53 %	Sonstiges (Inhaltsverz., Impressum etc.)	21 Seiten	=	8,47 %
Jahresabonnement	Inland (inkl. Versandkosten)	€ 91,00																																
	Ausland (inkl. Versandkosten)	€ 101,00																																
	Einzelverkaufspreis	€ 9,00																																
Gesamtumfang:	324 Seiten	=	100,00 %																															
Redaktioneller Teil:	248 Seiten	=	76,54 %																															
Anzeigenteil:	51 Seiten	=	15,74 %																															
Beilagen:	0 Stück																																	
Fachbeiträge, Produktinformationen	227 Seiten	=	91,53 %																															
Sonstiges (Inhaltsverz., Impressum etc.)	21 Seiten	=	8,47 %																															

Anzeigen und Redaktion: Hüthig GmbH, Hultschiner Straße 8, D-81677 München, Telefon +49 (0) 89 2183-8988, Fax +49 (0) 89 2183-8989, Internet: www.elektro.net/ema

Auflage: Druckauflage: 1.400 Exemplare
Tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt: 1.155 Exemplare

Zeitschriftenformat: 210 mm breit, 297 mm hoch, DIN A4
Satzspiegel: 178 mm breit, 257 mm hoch
Spaltenzahl: 4 Spalten/3 Spalten
Spaltenbreite: 41 mm/56 mm

Druck- und Bindeverfahren, Druckunterlagen: Offsetdruck, Klammerbindung, Druckunterlagen in digitaler Form. **Bitte beachten Sie hierzu unsere gesonderten Richtlinien unter »Technische Angaben«.**

Termine: Erscheinungsweise: 9x, laut Plan
Erscheinungstermin: siehe Termin- und Themenplan, Seite 5
Anzeigenschluss: siehe Termin- und Themenplan, Seite 5

Mediaservice: Bettina Landwehr (Anzeigenleiterin)
E-Mail: bettina.landwehr@huethig.de
Tel.: +49 (0) 89 2183-8988
Fax: +49 (0) 89 2183-8989

Zahlungsbedingungen: 30 Tage nach Rechnungsdatum netto,
2 % Skonto bei Vorauszahlung oder Bankeinzug.

Bankverbindung:
HypoVereinsbank
Kto.-Nr.: 157 644 60
BLZ: 700 202 70
IBAN: DE66 7002 0270 0015 7644 60
BIC: HYVEDEMMXXX

Anzeigenformate und Preise:
(Allen Preisen ist die gesetzliche Mehrwertsteuer hinzuzurechnen.)

Format	Satzspiegelformate (Breite x Höhe in mm)	Anschnittformate (Breite x Höhe in mm)*	Grundpreis s/w in €
1/1 Seite	178 x 257	216 x 303	1.395,-
Junior Page	126 x 178	145 x 203	795,-
1/2 Seite	86 x 257 / 178 x 126	105 x 303 / 216 x 149	735,-
1/3 Seite	56 x 257 / 178 x 83	75 x 303 / 216 x 105	530,-
1/4 Seite	41 x 257 / 178 x 62 / 86 x 126	216 x 85 / 60 x 303 / 105 x 149	410,-
1/8 Seite	41 x 126 / 178 x 29 / 86 x 62	216 x 52 / 60 x 149 / 105 x 85	280,-

*inkl. 3 mm Beschnitt an jeder anzuschneidenden Seite

Vorzugsplatzierungen:

Titelseite 4-farbig, Gesamtpreis € 2.845,-
2. Umschlagseite s/w € 1.660,-
4. Umschlagseite s/w € 1.695,-
Bindende Platzierungsvorschrift: jeweils 10% Zuschlag auf den Grundpreis

Farbzuschläge aus Euroskala (nicht rabattierbar):

Farbigkeit	1/1 S. in €	1/2 S. u. Junior in €	1/3 u. 1/4 S. in €	1/8 u. 1/16 S. in €
2-farbig	235,-	155,-	115,-	65,-
4-farbig	705,-	465,-	345,-	180,-

Keine Sonderfarbe möglich.

Anzeigen und Redaktion: Hüthig GmbH, Hultschiner Straße 8, D-81677 München, Telefon +49 (0) 89 2183-8988, Fax +49 (0) 89 2183-8989, Internet: www.elektro.net/ema

Formatzuschläge (nicht rabattierbar):

Anzeigen über Bund	10% v. Grundpreis
Anzeigen angeschnitten	10% v. Grundpreis

Anzeigenformate für angeschnittene Anzeigen:

1/1 Seite	216 x 303 mm
1/2 Seite hoch	105 x 303 mm
1/2 Seite quer	216 x 149 mm
inkl. 3 mm Beschnitt an jeder anzuschneidenden Seite	

Rubrikanzeigen (nicht rabattierbar):

nur 2- oder 4-spaltig möglich (2-spaltig = 86 mm breit)

Mindesthöhe: 20 mm	Grundpreis
Stellenangebote pro mm (2-spaltig, 86 mm breit), s/w	€ 6,25
Stellenangebote pro mm (2-spaltig, 86 mm breit), 4c	€ 12,30
Stellengesuche pro mm (2-spaltig, 86 mm breit), s/w	€ 3,15
An- u. Verkauf, Sonstiges – pro mm (2-spaltig, 86 mm breit)	€ 6,25
Chiffregebühr (einschl. Porto für Zustellung)	€ 18,-
Satzkosten pauschal	€ 35,-

online Stellenmarkt auf www.elektro.net: € 610,-/Monat

Rabatte:

bei Abnahme innerhalb eines Insertionsjahres – Beginn mit Erscheinen der ersten Anzeige

Empfehlungsanzeigen:

Malstaffel		Mengenstaffel	
3-mal	5%	3 Seiten	10%
6-mal	10%	6 Seiten	15%
9-mal	15%	9 Seiten	20%

Sonderwerbformen: auf Anfrage

Beilagen: lose eingelegt, maximale Größe 205 mm breit x 290 mm hoch
bis 25 g Gesamtgewicht € 920,-
ab 26 g Gesamtgewicht auf Anfrage
Rabatt: 1 Beilage = 1/1 Seite
Benötigte Liefermenge: 1.400 Exemplare

Lieferanschrift für Einhefter und Beilagen:

Kessler Druck + Medien, z. Hd. Frau Karin Wolf, Michael-Schäffer-Straße 1,
D-86399 Bobingen, Liefervermerk: (für „ema“ Nr. ...)

Technische Angaben:

Datenübermittlung: ema-dispo@huethig.de

Datenformate:

Anlieferung von Daten im PDF-Format, Version 1.3 (PDF/X-1a), mit Acrobat Distiller ab Version 4.0 erzeugt und mit rastermoduliertem Proof. Bilddaten hochauflösend mindestens 300 dpi, Auflösung für 60er Raster, Farbmodell immer CMYK (nie RGB oder LAB-Elemente). Bitmap (Strichscans) sollten eine Auflösung von mindestens 800 dpi haben. Das Format angelegt in Originalmaßen plus Beschnittzugaben und Beschnittmarken.

Farben:

Bei digital übermittelten Druckvorlagen für Farbanzeigen ist gleichzeitig ein Farb-Proof mit Fogra Medienkeil Version 2.0 oder 3.0 und einem Proof- bzw. Messprotokoll (= Zertifikat) vom Kunden mitzuliefern. Ansonsten bestehen keine Ersatzansprüche des Kunden wegen etwaiger Farbabweichungen.

Proof:

Nach FOGRA-Standard. Mit FOGRA Medienkeil 2.0 oder 3.0, nach Standard, **PSO_LWC_Improved_eci.icc** für Inhalt in der Regel Papiertyp 3 FOGRA 45L – nach Standard, **ISOcoated_v2_eci.icc** für Umschlag in der Regel Papiertyp 2 FOGRA 39L – nach Standard.

Kontakt Anzeigendisposition: Sabine Greinus
Im Weiher 10
D-69121 Heidelberg
Telefon +49 (0) 6221 489-598
sabine.greinus@huethig.de

Anzeigen und Redaktion: Hühlig GmbH, Hultschiner Straße 8, D-81677 München, Telefon +49 (0) 89 2183-8988, Fax +49 (0) 89 2183-8989, Internet: www.elektro.net/ema

Ausgabe	1-2/2018	3/2018	4/2018	5/2018	6/2018	7-8/2018	9/2018	10/2018	11-12/2018
Erscheinungstermin	07.02.2018	13.03.2018	11.04.2018	17.05.2018	15.06.2018	01.08.2018	13.09.2018	18.10.2018	20.11.2018
Anzeigenschluss	15.01.2018	16.02.2018	15.03.2018	20.04.2018	22.05.2018	09.07.2018	21.08.2018	24.09.2018	25.10.2018
Redaktionsschluss	04.01.2018	07.02.2018	06.03.2018	11.04.2018	09.05.2018	28.06.2018	09.08.2018	13.09.2018	16.10.2018
Messen		15.-18.03.2018 New Energy, Husum	23.-27.04.2018 HMI, Hannover 10.-12.05.2018 Internationale ema-Tagung, Hamburg	05.-07.06.2018 Lasys, Stuttgart	19.-21.06.2018 CWIEME, Berlin 19.-21.06.2018 Stanztec, Pforzheim	13.-14.09.2018 Technische Tage VEM und CEMEP, Wernigerode	25.-28.09.2018 WindEnergy, Hamburg 08.-11.10.2018 Motek, Stuttgart		27.-29.11.2018 SPS IPC Drives, Nürnberg
Schwerpunkt- themen	Windenergie	Getriebe- technik	Antriebstechnik	Leistungs- elektronik	Wickeltechnik, Harze und Isolationsstoffe	Planung von Anlagen, Software	Prozess- automation, Fördertechnik, Sensorik	Magnetische Werkstoffe	Pass. Kompo- nenten: Trans- formatoren, Kondensatoren
	Messfehler, Messunsicher- heit	Strukturen von Mess- einrichtungen	Pegel- berechnung	EMV	Messen elektrischer Größen	Elektromecha- nische Mess- geräte	Multimeter	Oszilloskop	Messverstärker
	Vorbericht: New Energy Husum	Vorberichte: HMI, Int. ema- Tagung	Normen: Schaltzeichen	Ex-Schutz	Nachbericht: HMI	Nachberichte: CWIEME, Int. ema-Tagung	Vorbericht: WindEnergy	Normen: Schaltschränke, Klimatechnik	Vorbericht: SPS IPC Drives

Anzeigen und Redaktion: Hüthig GmbH, Hultschiner Straße 8, D-81677 München, Telefon +49 (0) 89 2183-8988, Fax +49 (0) 89 2183-8989, Internet: www.elektro.net/ema

Jahrbuch Elektromaschinen und Antriebe 2019

Das Jahrbuch bietet Ihnen ein ideales Werbeumfeld für Ihre Firmen- und Produktdarstellung. Übersichtlich, klar strukturiert und mit allen aktuellsten technischen Entwicklungstrends. **Mit einer Anzeigenschaltung treffen Sie genau Ihre Zielgruppe: 365 Tage lang.**

Inhalt:

Kompakt aufgezeigt findet sich hier alles zum **aktuellen Geschehen im Fachgebiet Elektromaschinen und Antriebstechnik**, zu Entwicklungstendenzen sowie zum gegenwärtigen Stand der Normen und Bestimmungen. Der Buchklassiker mit dem umfassenden Überblick!

Herausgeber:

Peter Behrends

Umfang:

ca. 330 Seiten, zahlr. Abb. u. Tabellen

Erscheinungstermin:

Oktober 2018

Anzeigenschluss:

3. August 2018



Anzeigenformate und Preise in €:

1/1 Seite (108 x 173)	s/w	1.190,-
	2c	1.555,-
	4c	2.285,-
1/2 Seite (54 x 173 / 108 x 86)	s/w	615,-
	2c	875,-
	4c	1.395,-
1/3 Seite (36 x 173 / 108 x 57)	s/w	425,-
	2c	685,-
	4c	1.205,-

Vorzugsplatzierungen

4. Umschlagseite	4c	2.845,-
2./3. Umschlagseite	4c	2.590,-

Anschnittzuschlag:

10 % vom Grundpreis + 3 mm
Anschnitt an allen Außen-Seiten

Buchformat:

NEU: 148 mm breit x 210 mm hoch

Erscheinungstermin:

Oktober 2018

Anzeigenschluss:

03.08.2018

Format bei Umschlagseiten:

148 mm x 210 mm zzgl. 3 mm
Beschnitt an jeder Seite

Firmeneindrücke / Firmenauflagen auf
Anfrage (Preis auf Anfrage).

Den genannten Preisen ist die gesetzl.
MwSt. hinzuzurechnen.

NEU: Newsletter

Ab Februar 2018 bieten wir Ihnen unseren neuen redaktionellen ema-Newsletter als Werbeplattform an.

Erscheinungstermine:

8.2., 15.3., 19.4. (zur Hannover Messe), 17.5., 18.6. (zur CWIEME), 2.8., 13.9., 18.10. und 22.11.2018 (zur SPS)



Ihre Werbemöglichkeiten:

Button

Format: 85 x 85 Pixel
Preis: € 110,- pro Ausgabe
Dateityp: gif, jpg

Banner

Format: 600 x 90 Pixel
Preis: € 365,- pro Ausgabe
Dateityp: gif, jpg

Anzeigen und Redaktion: Hühlig GmbH, Hultschiner Straße 8, D-81677 München, Telefon +49 (0) 89 2183-8988, Fax +49 (0) 89 2183-8989, Internet: www.elektro.net/ema

1 Auflagenkontrolle:	–		
2 Auflagen-Analyse:	Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt (1. Juli 2016 bis 30. Juni 2017)		
Druckauflage:	1.400		
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):	1.155	davon Ausland:	62
Verkaufte Auflage:	620		
– Abonnierte Exemplare:	619	davon Ausland:	62
davon Mitgliederstücke	206		
– Sonstiger Verkauf:	0		
– Einzelverkauf:	1		
Freistücke:	535		
Rest-, Beleg- und Archivexemplare:	245		

3 Geographische Verbreitungs-Analyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	94,6	1.093
Ausland	5,4	62
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	1.155

Verbreitung nach Bundesländern	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Baden-Württemberg	15,4	168
Bayern	14,6	160
Berlin, Brandenburg	5,2	57
Bremen, Hamburg, Schleswig-Holstein	7,0	77
Hessen	5,5	60
Mecklenburg-Vorpommern	2,3	25
Niedersachsen	11,4	125
Nordrhein-Westfalen	21,2	232
Rheinland-Pfalz	4,9	53
Saarland	1,6	17
Sachsen, Sachsen-Anhalt	8,3	91
Thüringen	2,6	28
Tatsächlich verbreitete Auflage Inland (tvA)	100,0	1.093

1.1 Branchen/Wirtschaftszweige/Fachrichtungen/Berufsgruppen

Nr. der Klassifikation	Empfängergruppen (lt. Klassifikation der Wirtschaftszweige, WZ 2008)	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
		%	Empfänger
23/24/25/26/27/ 28/4321	Elektromaschinenbauerhandwerk als Klein- bzw. Spezialserien-Lieferant sowie als Instandhaltungsbetrieb; Kombinationsbetriebe, die mehreren Elektrofachrichtungen nachgehen.	65,9	761
16/17/18/19/20/35	Allgemeine Industrie inkl. Elektroindustrie, Energiewirtschaft	18,4	213
84.1/94.1	Innungen, Kreishandwerkerschaften, Behörden, Verbände, Vereine	1,6	18
85.42.1/85.32/94.99.1	Aus- und Weiterbildung, Hochschulen, Forschung	10,9	126
	Verschiedene*	3,2	37
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)		100,0	1.155

* Nicht analysierte Auflage wie z.B. Messe- und Kongressexemplare, Buchhandelsstücke etc.

Kurzfassung der Erhebungsmethode

1. Untersuchungsmethode

Empfänger-Struktur-Analyse durch Dateiauswertung – Total-Erhebung

2. Beschreibung der Empfängerschaft zum Zeitpunkt der Datenerhebung:

2.1 Beschaffenheit der Datei:

In der Empfängerdatei sind die Anschriften aller Empfänger erfasst. Aufgrund der vorhandenen postalischen Angaben kann die Datei nach Postleitzahlen bzw. Inlands- und Auslandsempfängern sortiert werden. Ergänzend sind in der Datei erfasst: Branchenzugehörigkeit, Betriebsgrößenklassen und Tätigkeitsmerkmale.

2.2 Gesamtzahl Empfänger in der Datei: 13.710

2.3 Gesamtzahl wechselnde Empfänger: 4.113

2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

– Verkaufte Auflage		620
davon: abonnierte Exemplare	619	
Einzelverkauf	1	
sonstiger Verkauf	0	
– Freistücke		535
davon: ständige Freistücke	137	
wechselnde Freistücke	398	
Werbeexemplare	245	

Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)		1.155
– davon Inland	1.093	
– davon Ausland	62	

3. Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil)

Grundgesamtheit (tvA)	1.155	= 100,0%
Davon in der Untersuchung nicht erfasst:		
– Werbeexemplare	245	= 21,2%
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA)	910	= 78,8%

3.2 Tag der Datei-Auswertung: 12.07.2017

3.3 Beschreibung der Datenbasis:

Die Auswertung basiert auf der Gesamtdatei. Die ermittelten Anteile für die Verbreitungsgebiete wurden auf die tatsächliche verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt gemäß AMF-Ziffer 17 projiziert.

3.4 Zielperson der Untersuchung: entfällt

3.5 Definition des Lesers: entfällt

3.6 Zeitraum der Untersuchung: 01. Juli 2016 - 30. Juni 2017

3.7 Durchführung der Untersuchung: Hühlig GmbH

Diese Untersuchung entspricht in der Anlage, Durchführung und Berichterstattung dem ZAW-Rahmenschema für Werbeträger-Analysen in der aktuellen Fassung.

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

§ 1 Geltung, Ausschließlichkeit

1. Für die Annahme und die Veröffentlichung aller Werbeaufträge sowie Folgeaufträge gelten ausschließlich die vorliegenden AGB sowie die zum Zeitpunkt des 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. Die AGB gelten sinngemäß für Beilagenaufträge. Diese werden vom Verlag grundsätzlich erst nach Vorlage und Prüfung eines Musterans genommen.

§ 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, per E-Mail oder per Internet aufgegeben werden. Der Verlag führt die Übermittlung von Aufträgen über das Internet.

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 Gesamtab schlusses, nach pflichtgemäßem Ermessen abzulehnen. Dies gilt insbesondere, wenn deren Inhalt gegen Gesetz 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 Formataufwand bei Leser-Einblick eines redaktionellen Beitrags erzwungen oder Fremdanzeigen enthalten. Der Verlag wird die Ablehnung unverzüglich nach Kenntniserlangung der betreffenden Inhalte mitteilen.

§ 3 Vertragsabwicklung

1. Aufträge sind innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzuwickeln, beginnend mit der ersten Schaltung (Veröffentlichung) des Werbemittels.

2. Alle für die Werbemittel erforderlichen Inhalte, Informationen, Daten, Dateien und sonstigen Materialien („**Vorlagen**“) stellt der Auftraggeber dem Verlag vollständig, fehler- und virusfrei und den vertraglichen Vereinbarungen entsprechend rechtzeitig zur Verfügung. Der Vorlagen digital (z. B. als PDF-Datei oder E-Datei) oder analog übermitteln und die nur mit geschlossenen Dateien zu übertragen, also mit solchen Dateien, die den Verlag inhaltlich nicht ändern kann. Der Verlag haftet nicht bei fehlerhafter Veröffentlichung von Werbemitteln, die mit offenen Dateien (z. B. unter Color Draw, QuarkXPress, Freehand gespeicherte Dateien) übermittelt werden. Zusammengehörende Dateien sind vom Auftraggeber in einem gemeinsamen Verzeichnis (Ordner) zu senden bzw. zu speichern. Bei digital übermittelten Druckvorlagen für Farbzeitschriften hat der Auftraggeber gleichzeitig ein Farb-Proof und ein Proof- bzw. Messprotokoll mitzuliefern. Ansonsten bestehen keine Ersatzansprüche des Auftraggebers wegen etwaiger Verzögerungen. Der Auftraggeber haftet dafür, dass die übermittelten Dateien frei von Computerviren sind. Dateien mit Computerviren können 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 Aufwahrung aller zugesandten Unterlagen endet drei Monate nach Veröffentlichung des jeweiligen Auftrags.

3. Kosten für die Anfertigung besteller 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. Textzeilenanzahl müssen sich schon durch ihre Grundrissform 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 Postweg zugesandt (auch wenn es sich um Express- oder Einschreibebesendungen handelt). Eine Gewähr für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Offerten übernimmt der Verlag jedoch nicht.

8. Die in der Preisliste ausgewiesenen Anzeigenklasse 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 Anzeigenclustertermin, und schriftlich, per Telefax oder E-Mail gekündigt werden. Ist die Anzeige bereits in Druck gegeben, hat der Auftraggeber die Anzeige zu bezahlen. Ansonsten kann der Verlag die Erstellung der bis zur Kündigung angelegten Kosten nach eigenen 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 Gegendarstellung oder Berichtigung aufgrund des geschalteten Werbemittels verpflichtet, hat der Auftraggeber diese Veröffentlichung nach der Preisliste zu bezahlen.

11. Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen gegenüber den Werbungstreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Vermittlungsprovision errechnet sich aus dem Kundennetto, also nach Abzug von Rabatt, Boni und Mängelklassen. 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 der fertigen und druckfertigen Druckunterlagen obliegt und eine Gewerbeanmeldung als Werbeagentur vorliegt. Dem Verlag steht es frei, Aufträge von Werbeagenturen abzulehnen, wenn Zweifel an der berufsmäßigen Ausübung der Agentur Tätigkeit oder der Bonität der Werbeagentur bestehen. Aufträge durch Werbeagenturen werden in deren Namen und auf deren Rechnung erteilt. Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, können der Vertrag daher im Zweifel mit der Werbeagentur zustande. Soll ein Werbungstreibender Auftraggeber werden, muss dies gesondert unter namentlicher Nennung des Werbungstreibenden vereinbart werden. Der Verlag ist berechtigt, von der Werbeagentur einen Mandatsnachweis zu verlangen.

§ 4 Preise, Zahlungsbedingungen, Preisänderung

1. Die Preise für die Veröffentlichung eines Werbemittels richten sich nach der im Zeitpunkt der Auftragserteilung gültigen Preisliste. Für redaktionell gestaltete Werbemittel, Beilagen, Fremdbeilagen und Kollektive sowie Werbemittel, die nach Abschluss in Auftrag gegeben werden, kann der Verlag von der Preisliste abweichende Preise festlegen. Preisänderungen für erteilte Aufträge sind gegenüber Unternehmen wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens einen Monat vor Veröffentlichung des Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preisänderung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Erhalt der Mitteilung über die Preisänderung ausgeübt werden.

2. Die in der Preisliste bezogenen Nachlässe werden nur dem Auftraggeber und nur für die innerhalb eines Jahres geschalteten Werbemittel gewährt („**Anzeigenjahre**“). 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 Preisabschluss nachträglich in Rechnung gestellt.

4. Auftragsrechnungen sind innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfänger der Rechnung laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht anderes vereinbart ist. Die sog. Pre-Notifikationfrist nach der SEPA-Basis-Lastschritt ist auf vier Tage verkürzt. Mahn- und Inkassokosten, die durch Zahlungsvorgang 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 Gesamtab schlusses das Erscheinen weiterer Werbemittel abweichend von einem vereinbarten Zahlungsziel vor- und 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 Anzeigenauftrages bejaht.

7. Aus der Preisliste ergibt sich ein Anspruch auf mehrere Werbemittel ein Anspruch auf Preisreduzierung hergestellt 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 Aufgabeminderung ist nur dann ein Preisreduzierung berechtigter Mangel, wenn eine Auflage um mindestens 20 v. H. unterschritten wird. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisreduzierungsansprüche 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 verjahen 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 Verlages 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 dem Verlag innerhalb eines Monats nach Erscheinen der Ausgabe 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 unverhältnismäßiger Preisermittlungsansprüche 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 verjahen 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 Kosten oder Verluste bis zur Herstellung zu tragen. Sind Mängel bei den Vorlagen nicht offenkundig, so hat der Auftraggeber bei ungenügender Veröffentlichung die Kosten der Nachlieferung zu tragen. Das Gleiche gilt bei Fehlern in wiederholten Werbeschaltungen, wenn der Auftraggeber nicht rechtzeitig vor Veröffentlichung der nächstfolgenden Werbeschaltung auf den Fehler hinweist.

5. Für vom Auftraggeber bereitgestelltes Material (Einhefter, Beilagen etc.) übernimmt der Verlag keine Gewähr für die Richtigkeit der als geliefert 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 verbotlicher Schutzrechte Dritter sowie aus unerlaubter Handlung. Dies gilt nicht, wenn der Verlag, seine Vertreter oder seine Erfüllungsgehilfen vorsätzlich oder grob fahrlässig handeln oder leicht fahrlässig eine Vertragspflicht verletzen, die für die Erreichung des Vertragszwecks wesentlich ist, oder sich die Schadensersatzansprüche aus einer Beschaffenheitsgarantie ergeben. Haftung der Verlag dem Grunde nach, ist der Schadensersatzanspruch auf den vorhersehbareren Schaden begrenzt. Diese Haftungsbeschränkung gilt nicht, wenn der Schaden durch vorsätzliches oder grob fahrlässiges Handeln des Verlags, seiner Vertreter oder Erfüllungsgehilfen verursacht wurde. Die Haftung des Verlags ist ausgeschlossen, wenn der Schaden durch ein gesetzlich angemessenes Frist versäumnis, verweigert er die Nacherfüllung, ist die Nacherfüllung dem Auftraggeber nicht zumutbar oder schlägt sie fehl, so hat der Auftraggeber das Recht, vom Verlag zurückzutreten und 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 verjahen 12 Monate nach Veröffentlichung des Werbemittels.

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

§ 7 Rechteinräumung

Der Auftraggeber garantiert, dass er alle zur Schaltung, Veröffentlichung und Verbreitung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt. Er räumt dem Verlag die für die zweckgemäße Nutzung des Werbemittels in den jeweiligen Werbeträgern erforderlichen Urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- 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 Beirhalten 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 Auftragsdaten

Der Verlag speichert im Rahmen der Geschäftsbeziehungen die Auftragsdaten mithilfe der elektronischen Datenverarbeitung nach den gesetzlichen Bestimmungen des Bundesdatenschutzgesetzes. Der Verlag ist berechtigt, Drittverweusätze 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 Außergerichtliche Online-Streitbeilegung

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

§ 10 Erfüllungsort, Gerichtsstand

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

Stand: August 2017

Ihre Ansprechpartner im In- und Ausland

VERLAG

Hüthig GmbH
Im Weiher 10
D-69121 Heidelberg
Tel.: +49 (0) 6221 489-384
Fax: +49 (0) 6221 489-443
Internet: www.huethig.de

Anschrift Anzeigen/Redaktion:
Hultschiner Straße 8
D-81677 München
Tel.: +49 (0) 89 2183-8987
Fax: +49 (0) 89 2183-8989
Internet: www.elektro.net/ema

ANZEIGEN

Anzeigenleitung
Bettina Landwehr
Tel.: +49 (0) 89 2183-8988
bettina.landwehr@huethig.de

Assistenz Media Sales:
Cornelia Gleich
Tel.: +49 (0) 89 2183-8987
cornelia.gleich@huethig.de

Anzeigendisposition:
Sabine Greinus
Tel.: +49 (0) 6221 489-598
Fax: +49 (0) 6221 489-310
sabine.greinus@huethig.de

REDAKTION

Chefredaktion:
Dipl.-Ing.
Andreas Stöcklhuber
Tel.: +49 (0) 89 2183-8980
andreas.stoecklhuber@huethig.de

Dipl.-Ing. (FH)
Sigurd Schobert
Tel.: +49 (0) 89 2183-8982
sigurd.schobert@huethig.de

Schriftleiter:
Dipl.-Ing.
Peter Behrends
Tel.: +49 (0) 441 34092-0
ema@bfe.de

Redaktionsassistentz:
Nicole Vandre
Tel.: +49 (0) 89 2183-8981
nicole.vandre@huethig.de

INLAND

Württemberg:
Bogisch GmbH
Dipl.-Kfm. Hans-Jörg Bogisch
Dipl.-Kfm. Dirk J. Bogisch
Goethestraße 15
D-73119 Zell u. A.
Tel.: +49 (0) 7164 4071
Fax: +49 (0) 7164 6523
info@bogisch.com

Baden:
Dominik Lutz
Alte Kreisstr. 2
D-76149 Karlsruhe
Tel.: +49 (0) 721 71725
Fax: +49 (0) 721 755262
dominik.lutz@t-online.de

Bayern (ohne Unterfranken)
Nordrhein-Westfalen:
Hüthig GmbH
Joachim Plaschke
Hultschiner Str. 8
D-81677 München
Tel.: +49 (0) 89 2183-8992
Fax: +49 (0) 89 2183-8989
joachim.plaschke@huethig.de

Berlin, Brandenburg, Bremen,
Hamburg, Hessen,
Mecklenburg-Vorpommern,
Niedersachsen, Rheinland-Pfalz,
Saarland, Sachsen, Sachsen-
Anhalt, Schleswig-Holstein,
Thüringen Unterfranken:
Hüthig GmbH
Karin Ratte
Hultschiner Str. 8
D-81677 München
Tel.: +49 (0) 89 2183-9127
Fax: +49 (0) 89 2183-8989
karin.ratte@huethig.de

AUSLAND

Ausland (ohne Schweiz
und Liechtenstein):
Hüthig GmbH
Karin Ratte
Hultschiner Str. 8
D-81677 München
Tel.: +49 (0) 89 2183-9127
Fax: +49 (0) 89 2183-8989
karin.ratte@huethig.de

Schweiz, Liechtenstein:
interpress
Katja Hammelbeck
Bahnhofstr. 31
CH-8280 Kreuzlingen
Tel.: +41 71 55202-12
Fax: +41 71 55202-10
kh@interpress-media.ch



Unser Team im Verlag:



Bettina Landwehr
Anzeigenleitung
+49 (0) 89 2183-8988
bettina.landwehr@huethig.de



Cornelia Gleich
Assistenz Media Sales
+49 (0) 89 2183-8987
cornelia.gleich@huethig.de



Andreas Stöcklhuber
Chefredaktion
+49 (0) 89 2183-8980
andreas.stoecklhuber@huethig.de



Sigurd Schobert
Redaktion
+49 (0) 89 2183-8982
sigurd.schobert@huethig.de



Nicole Vandre
Redaktionsassistentin
+49 (0) 89 2183-8981
nicole.vandre@huethig.de

Unser Team vor Ort:



Hans-Jörg Bogisch
Württemberg
+49 (0) 7164 4071
info@bogisch.com



Dirk J. Bogisch
Württemberg
+49 (0) 7164 4071
info@bogisch.com



Dominik Lutz
Baden
+49 (0) 721 71725
dominik.lutz@t-online.de



Joachim Plaschke
Bayern (ohne Unterfranken),
Nordrhein-Westfalen
+49 (0) 89 2183-8992
joachim.plaschke@huethig.de



Karin Ratte
Berlin, Bremen, Hamburg,
Hessen, Neue Bundesländer,
Niedersachsen, Rheinland-
Pfalz, Saarland, Schleswig-
Holstein, Unterfranken,
Ausland (ohne Schweiz und
Liechtenstein)
+49 (0) 89 2183-9127
karin.ratte@huethig.de



Katja Hammelbeck
Schweiz, Liechtenstein
+41 71 55202-12
kh@interpress-media.ch