

MEDIA DATEN 2020



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  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 sowie der 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: 99. Jahrgang 2020</p> <p>7 Bezugspreis: Jahresabonnement Inland (inkl. MwSt. & Versandkosten) € 92,00 Ausland (inkl. MwSt. & Versandkosten) € 102,00 Einzelverkaufspreis (inkl. MwSt.) € 9,50</p> <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: Moritz Warth Verlagsleitung: Rainer Simon Im Weiher 10, D-69121 Heidelberg Hausanschrift: Im Weiher 10, D-69121 Heidelberg Telefon: +49 (0) 6221 489-384 Fax: +49 (0) 6221 489-443 Anschrift: Hultschiner Straße 8, D-81677 München Anzeigen/Redaktion: +49 (0) 89 2183-8988 Telefon: +49 (0) 89 2183-8988 Internet: www.elektro.net/ema</p> | <p>11 Herausgeber: –</p> <p>12 Anzeigen: Bettina Landwehr (Anzeigenleiterin), Tel.: +49 (0) 89 2183-8988 E-Mail: bettina.landwehr@huethig.de Theresa Schwarzenbach (Assistenz Media Sales), Tel.: +49 (0) 89 2183-8987 E-Mail: theresa.schwarzenbach@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.stoeklhuber@huethig.de Marcel Diehl (Redakteur, staatl. geprüfter Techniker) Adresse siehe Verlag Tel.: +49 (0) 89 2183-8983, Fax: +49 (0) 89 2183-8989 E-Mail: marcel.diehl@huethig.de 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: 2018 = 9 Ausgaben Gesamtumfang: 324 Seiten = 100,00 % Redaktioneller Teil: 254 Seiten = 78,40 % Anzeigenteil: 70 Seiten = 21,60 % Beilagen: 8 Stück</p> <p>15 Inhalts-Analyse Redaktion: 2018 = 254 Seiten Fachbeiträge, Produktinformationen 231 Seiten = 90,94 % Sonstiges (Inhaltsverz., Impressum etc.) 23 Seiten = 9,06 %</p> |
|--|---|

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: 1.079 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 | 1.475,- |
| Junior Page | 126 x 178 | 145 x 203 | 840,- |
| 1/2 Seite | 86 x 257 / 178 x 126 | 105 x 303 / 216 x 149 | 780,- |
| 1/3 Seite | 56 x 257 / 178 x 83 | 75 x 303 / 216 x 105 | 560,- |
| 1/4 Seite | 41 x 257 / 178 x 62 / 86 x 126 | 216 x 85 / 60 x 303 / 105 x 149 | 435,- |
| 1/8 Seite | 41 x 126 / 178 x 29 / 86 x 62 | 216 x 52 / 60 x 149 / 105 x 85 | 295,- |

*inkl. 3 mm Beschnitt an jeder anzuschneidenden Seite

Vorzugsplatzierungen:

Titelseite 4-farbig, Gesamtpreis € 2.995,-
2. Umschlagseite s/w € 1.760,-
4. Umschlagseite s/w € 1.795,-
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 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 | € 3,45 |
| Stellenangebote pro mm (2-spaltig, 86 mm breit), 4c | € 3,70 |
| Stellengesuche pro mm (2-spaltig, 86 mm breit), s/w | € 3,30 |
| An- u. Verkauf, Sonstiges – pro mm (2-spaltig, 86 mm breit) | € 3,45 |
| Chiffregebühr (einschl. Porto für Zustellung) | € 18,- |
| Satzkosten pauschal | € 35,- |

Online Stellenmarkt auf www.elektro.net: € 660,-/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 € 960,-
ab 26 g Gesamtgewicht auf Anfrage
Rabatt: 1 Beilage = 1/1 Seite
Benötigte Liefermenge: 1.400 Exemplare

Lieferanschrift für Einhefter und Beilagen:

BWH GmbH, Beckstraße 10, D-30457 Hannover,
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 | 1-2/2020 | 3/2020 | 4/2020 | 5/2020 | 6/2020 | 7-8/2020 | 9/2020 | 10/2020 | 11-12/2020 |
|--------------------------------|---|--|-------------------------|--|---------------------------------|---|---------------------------------------|---|---|
| Erscheinungstermin | 07.02.2020 | 19.03.2020 | 16.04.2020 | 20.05.2020 | 30.06.2020 | 06.08.2020 | 10.09.2020 | 16.10.2020 | 20.11.2020 |
| Anzeigenschluss | 15.01.2020 | 25.02.2020 | 20.03.2020 | 24.04.2020 | 04.06.2020 | 14.07.2020 | 18.08.2020 | 23.09.2020 | 28.10.2020 |
| Redaktionsschluss | 03.01.2020 | 14.02.2020 | 11.03.2020 | 15.04.2020 | 25.05.2020 | 03.07.2020 | 07.08.2020 | 14.09.2020 | 19.10.2020 |
| Messen | | | | 21.-23.05.2020 ema-Tagung, Schweiz 26.-28.05.2020 CWIEME, Berlin | 13.-17.07.2020 HMI, Hannover | | 05.-08.10.2020 Motek, Stuttgart | | 24.-26.11.2020 SPS Smart Production Solutions, Nürnberg |
| Schwerpunkt- themen | Windenergie | Schrankbau, Schaltschränke | Getriebe- technik | Planung von Anlagen, Software | Bremssysteme | Magnetische Werkstoffe | Elektro- mobilität | Umrichter | Transformatoren/ Kondensatoren (passive Komponenten) |
| | Verbindungstechnik: Schweißen, Löten | Ex-Schutz | Messtechnik | Vorberichte: Internationale ema-Tagung, CWIEME | Fernwartung von Maschinen | EMV | Messverstärker | Maschinensicherheit/ Prüfen von Maschinen | Leistungselektronik |
| | Nachbericht: SPS Smart Production Solutions 2019 | Sicherheit in elektrischen Anlagen | Vorbericht: HMI 2020 | Wartung und Service | Neuigkeiten der HMI 2020 | Nachbericht internationale ema-Tagung | Fördertechnik | Normen, Schaltzeichen | Vorbericht: SPS Smart Production Solutions 2020 |

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 2021

Das Jahrbuch bietet Ihnen ein ideales Werbeumfeld für Ihre Firmen- und Produktdarstellung. Übersichtlich, klar strukturiert und mit allen aktuellen 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:

15. Oktober 2020

Anzeigenschluss:

03. August 2020



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:

148 mm breit x 210 mm hoch

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.

Newsletter

Mehrmals jährlich bieten wir Ihnen unseren redaktionellen ema-Newsletter als Werbeplattform an.

Erscheinungstermine:

16.04. (zur Hannover Messe), 20.05. (zur CWIEME), 10.09. und 19.11.2020 (zur SPS)



Ihre Werbemöglichkeiten:

Button

Format: 160 x 80 Pixel
Preis: € 115,- pro Ausgabe
Dateityp: gif, jpg

Banner

Format: 480 x 150 Pixel
Preis: € 380,- pro Ausgabe
Dateityp: gif, jpg

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

| | | | |
|---|---|----------------|----|
| 1 Auflagenkontrolle: | – | | |
| 2 Auflagen-Analyse: | Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt (1. Juli 2018 bis 30. Juni 2019) | | |
| Druckauflage: | 1.400 | | |
| Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA): | 1.079 | davon Ausland: | 57 |
| Verkaufte Auflage: | 567 | | |
| – Abonnierte Exemplare: | 565 | davon Ausland: | 57 |
| davon Mitgliederstücke: | 197 | | |
| – Sonstiger Verkauf: | 0 | | |
| – Einzelverkauf: | 2 | | |
| Freistücke: | 512 | | |
| Rest-, Beleg- und Archivexemplare: | 321 | | |

3 Geographische Verbreitungs-Analyse:

| Wirtschaftsraum | Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage | |
|--|--|--------------|
| | % | Exemplare |
| Inland | 94,7 | 1.022 |
| Ausland | 5,3 | 57 |
| Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA) | 100,0 | 1.079 |

| Verbreitung nach Bundesländern | Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage | |
|---|--|--------------|
| | % | Exemplare |
| Baden-Württemberg | 15,5 | 158 |
| Bayern | 14,1 | 144 |
| Berlin, Brandenburg | 5,3 | 54 |
| Bremen, Hamburg, Schleswig-Holstein | 6,5 | 66 |
| Hessen | 5,6 | 57 |
| Mecklenburg-Vorpommern | 2,3 | 24 |
| Niedersachsen | 11,5 | 118 |
| Nordrhein-Westfalen | 21,2 | 217 |
| Rheinland-Pfalz | 5,3 | 54 |
| Saarland | 1,9 | 19 |
| Sachsen, Sachsen-Anhalt | 8,2 | 84 |
| Thüringen | 2,6 | 27 |
| Tatsächlich verbreitete Auflage Inland (tvA) | 100,0 | 1.022 |

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. | 66,4 | 716 |
| 16/17/18/19/20/35 | Allgemeine Industrie inkl. Elektroindustrie, Energiewirtschaft | 17,5 | 189 |
| 84.1/94.1 | Innungen, Kreishandwerkerschaften, Behörden, Verbände, Vereine | 1,5 | 16 |
| 85.42.1/85.32/94.99.1 | Aus- und Weiterbildung, Hochschulen, Forschung | 11,4 | 123 |
| | Verschiedene* | 3,2 | 35 |
| Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA) | | 100,0 | 1.079 |

* 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: 1.040

2.3 Gesamtzahl wechselnde Empfänger: 370

2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

| | | |
|-----------------------------|-----|-----|
| – Verkaufte Auflage | | 567 |
| davon: abonnierte Exemplare | 565 | |
| Einzelverkauf | 2 | |
| sonstiger Verkauf | 0 | |
| – Freistücke | | 512 |
| davon: ständige Freistücke | 105 | |
| wechselnde Freistücke | 407 | |
| Werbeexemplare* | 321 | |

| | | |
|---------------------------------------|-------|-------|
| Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA) | | 1.079 |
| – davon Inland | 1.022 | |
| – davon Ausland | 57 | |

3. Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil)

| | | |
|--|-------|----------|
| Grundgesamtheit (tvA) | 1.079 | = 100,0% |
| *Davon in der Untersuchung nicht erfasst: | | |
| – Werbeexemplare | 321 | = 29,7% |
| Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA) | 758 | = 70,3% |

3.2 Tag der Datei-Auswertung: 10.07.2019

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 2018 - 30. Juni 2019

3.7 Durchführung der Untersuchung: Hüthig 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 eigener AGB des Auftraggebers ist, soweit sie mit diesen AGB nicht übereinstimmen, ausgeschlossen.
2. Die Preisliste der AGB gelten sinngemäß für Beilagenaufträge. Diese werden vom Verlag grundsätzlich erst nach Vorlage und Prüfung eines Modells angenommen.

§ 2 Angebot, Vertragsschluss

1. Werbeauftrag 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 einem Werbeträger (Print/Digital) zum Zweck der Verbreitung.
2. Aufträge für Werbemittel können persönlich, telefonisch, schriftlich, per Telefax, per E-Mail oder per Internet aufgegeben werden. Der Verlag haftet nicht für Übermittlung 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 Gesamtabschlusses, nach pflichtgemäßem Ermessen abzulehnen. Dies gilt insbesondere, wenn deren Inhalt gegen gesetzliche oder behördliche Bestimmungen verstößt oder vom deutschen Presse- oder Werberrat 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 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. Die Werbemittel erforderliche Inhalte, Informationen, Daten, Dateien und sonstigen Materialien („**Vorlagen**“) stellt der Auftraggeber dem Verlag vollständig, fehler- und frei von 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 (z. B. unter Core Draw, QuarkPress, Freehand gespeicherte Dateien) übergeben werden. Zusammengehörige Dateien sind zum Auftraggeber in einem gemeinsamen Verzeichnis (Ordner) zur Verfügung zu stellen. Werbemittel und Vorlagen 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 bei Verlag weiteren Schaden verursachen. Für erkrankte ungeeignete oder beschädigte Vorlagen fordert der Verlag unverzüglich die Vorlagen zurück. Vorlagen, die dem Auftraggeber zurücksandten, sind ansonstenfalls gegen die in den Eigentumsurteilen 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 und zu vertretende Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen trägt der Auftraggeber.
4. Probeaufträge 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 Er scheinen mit dem Verlag abzustimmen. Textzeilen müssen sich nach dem Inhalt ihrer Grundrissform vom redaktionellen Teil unterscheiden. Der Verlag ist berechtigt, Werbemittel, die nicht als solche zu erkennen sind, deutlich als Werbung zu kennzeichnen.
7. Schriftzeichen 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 Aufträge übernimmt der Verlag jedoch nicht.
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 rechtsverbindlich auf 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 Rechtsverweidertigung. Der Verlag ist nicht zur Prüfung verpflichtet, ob ein Werbemittel die Rechte Dritter beeinträchtigt. Wird der Verlag durch gerichtliche Entscheidung zum Abzug des Werbemittels gezwungen, stellt er dem Auftraggeber die Kosten der Rechtsverweidertigung und der Werbemittelherstellung sowie die Beschaffung der fertigen und druckreifen Druckertrahen obliegt und eine Gewerbebeimdung als Werbeagentur vorliegt. Dem Verlag steht es frei, Aufträge von Werbeagenturen abzulehnen, wenn Zweifel an der berufsmäßigen Ausübung der Agenturtypikkeit oder der Bonität der Werbeagentur bestehen. Aufträge durch Werbeagenturen werden in deren Namen und auf deren Rechnung erteilt. Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, können die Aufträge daher im Zweifel mit der Werbeagentur zustande. Soll ein Werbemittelübertragender Auftraggeber werden, muss dies gesondert unter namentlicher Nennung des Werbemittelübertragenden vereinbart werden. Der Verlag ist berechtigt, von der Werbeagentur einen Mandatsnachweis zu verlangen.
§ 4 Preise, Zahlungsbedingungen, Preisänderung
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 Preisänderung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Erhalt der Mitteilung über die Preisänderung ausgebaut werden.
2. Die in der Preisliste bezeichneten Nachlässe werden nur dem Auftraggeber und nur für die innerhalb eines Jahres geschalteten Werbemittel gewährt („**Anzeigengjahr**“). Wiederholungsrabatte gelten nur innerhalb eines Anzeigengjahres. 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 Anzeigengjahres geltend gemacht wird. Erreicht ein Auftrag nicht das vorhergesehene Auftragsvolumen, so wird er zu viel gewählte Preisnachlass nachträglich in Rechnung gestellt.

4. Aufträge innerhalb der Frist sind innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung laufenden Frist zu bezahlen, sofern nichts anderes vereinbart ist. Die sog. Pre-Notification-Frist nach dem StP-Basis-Lastschrift ist auf vier Tage verkürzt. Der Verlag hat das Recht, seine Forderungen gegen den Auftraggeber an Dritte abzutreten. Ist der Auftraggeber in Zahlungsverzug mit einer Forderung, so können alle übrigen Forderungen gegen den Auftraggeber fällig gestellt werden. 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 Vorarbeiten veranlassen. 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 Zahlensziel 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 Anzeigengabes bejaht.
7. Aus einer Auftragsminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Werbemittel ein Anspruch auf Preiserminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Schaltung beginnenden Anzeigengjahres 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 Auftragsminderung ist nur dann ein zur Preiserminderung berechtigter Mangel, wenn eine Auflage um mindestens 20 % unterschritten wird. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preiserminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen 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. Wenn die Aufträge die Empfehlungen des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von Werbemitteln nicht so stellen, wie sie keine Ansprüche wegen fehlerhafter Veröffentlichung zu. Dies gilt auch, wenn es 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 Druckseite reklamieren. Bei fehlerhafter Wiedergabe des Werbemittels – trotz rechtzeitiger Lieferung einwandfreier Vorlagen und rechtzeitigem Hinweis – ist die Aufnahme eine einwandfreie Ersatzschaltung (Nachlieferung) verlangen, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Der Anspruch auf Nachlieferung ist ausgeschlossen, wenn dies für den Verlag mit unverhältnismäßigen Kosten verbunden ist. Lässt der Verlag eine ihm gesetzte angemessene Frist verstreichen, verweigert er die Nachlieferung, ist die Nachlieferung dem Auftraggeber nicht zumutbar oder schlägt sie fehl, so hat der Auftraggeber das Recht, vom Vertrag zurückzutreten und Zahlungsminderung in dem Ausmaß geltend zu machen, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Bei unwesentlichen Mängeln ist die Rücklieferung ausgeschlossen. Die Zahlungsminderung beträgt 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 Werbebeschaltungen, wenn der Auftraggeber nicht rechtzeitig vor Veröffentlichung der nächstfolgenden Werbebeschaltung auf den Fehler hingewirbt.
5. Für Aufträge, bei denen ein bestimmtes Material (Einhefter, Beilagen etc.) übernommen 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 Beschaffenheitsgarantie ergeben. Hatte der Verlag dem Grunde nach die Schadensersatzansprüche des Auftraggebers übernommen, so ist diese Haftung bei Verschulden nicht, wenn der Schaden durch vorsätzliches oder grob fahrlässiges Handeln des Verlages, 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 Verlages ausgeschlossen ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung seiner Mitarbeiter, Vertreter, Organe und Erfüllungsgehilfen. Alle Schadensersatzansprüche gegen den Verlag verjahen in zwölf Monaten nach dem Zeitpunkt, in dem der Auftraggeber von dem Anspruch begründenden Umständen Kenntnis erlangt hat.
2. Der Verlag wird im Falle höherer Gewalt und bei vom Verlag unverschuldeten Arbeitskampfmassnahmen 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-, Leistungs-, Leistungs- und sonstigen Rechte ein, insbesondere ein, diese Rechte zur Veröffentlichung, Verbreitung, Übertragung, Speicherung, Bearbeitung, zu öffentlichem Zuganglichmachen, 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 Datenschutz

Die Datenverarbeitung erfolgt nach Maßgabe der geltenden Regelungen des Bundesdatenschutzgesetzes und der Europäischen Datenschutzrichtlinie. Die Hütthig GmbH erhebt, verarbeitet und nutzt personenbezogene Daten des Kunden. Weitere Informationen zur Datenverarbeitung und zum Datenschutz sind in der Datenschutzerklärung der Hütthig GmbH, die unter <https://www.huetthig.de/datenschutz> eingesehen werden können, enthalten.

§ 9 Außergerichtliche Online-Streitbeilegung

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

§ 10 Erfüllungsort, Gerichtsstand, Kostenersatzung

1. 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.
2. Der Auftraggeber hat alle Gebühren, Kosten und Auslagen zu tragen, die im Zusammenhang mit jeder gegen ihn gerichteten Rechtsverfolgung außerhalb Deutschlands anfallen.

Stand: April 2020

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:
Theresa Schwarzenbach
Tel.: +49 (0) 89 2183-8987
theresa.schwarzenbach@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

Marcel Diehl
staatl. gepr. Techniker
Tel.: +49 (0) 89 2183-8983
marcel.diehl@huethig.de

Michael Wanner, M.A.
Tel.: +49 (0) 89 2183-8984
michael.wanner@huethig.de

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

Redaktionsassistentz:
Martina Stichelbrucks
Tel.: +49 (0) 89 2183-8981
martina.stichelbrucks@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 gmbh
Katja Hammelbeck
Ermatinger Str. 14
CH-8268 Salenstein
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



Theresa Schwarzenbach
Assistenz Media Sales
+49 (0) 89 2183-8987
theresa.schwarzenbach@
huethig.de



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



Marcel Diehl
Redaktion
+49 (0) 89 2183-8983
marcel.diehl@
huethig.de



Michael Wanner
Redaktion
+49 (0) 89 2183-8984
michael.wanner@
huethig.de



Martina Stichelbrucks
Redaktionsassistentz
+49 (0) 89 2183-8981
martina.stichelbrucks@
huethig.de

Unser Team vor Ort:



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



Dirk J. Bogisch
Baden
+49 (0) 721 71725
dominik.lutz@t-online.de



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