

MEDIA DATEN 2021



Ab 01.04.2021,
neues Layout
und viele neue
Features!

ONLINE

Website Porträt	2
Digitale Overlays	3
Werbeformen	4-10
Newsletter Porträt	11
Firmenverzeichnis	12
Content Marketing	13
Webinare	14
Whitepaper	15
Allgemeine Geschäftsbedingungen	16
Kontakt	17



erfolgsmedien für experten

Mediengruppe SV Süddeutscher Verlag



Hüthig GmbH, Im Weiher 10, D-69121 Heidelberg, Telefon +49 (0) 6221 489-363, Telefax +49 (0) 6221 489-482, Internet: www.all-electronics.de

- 1 Web-Adresse (URL):** www.all-electronics.de
- 2 Kurzcharakteristik:**
all-electronics.de ist das journalistische Fachportal der fünf Elektronikfachzeitschriften der Hüthig GmbH. Die Themenschwerpunkte des Portals liegen in den Bereichen Elektronik-Entwicklung, Elektronik-Fertigung, Automotive und Automatisierung. Neben aktuellen Informationen und neuen Produkten stehen fundierte Fachartikel, Hintergrundberichte und technisches Wissen im Fokus der journalistischen Arbeit. Die Inhalte werden zunächst online veröffentlicht und internetgerecht aufbereitet, bevor sie in den fünf Elektronikfachzeitschriften des Hüthig Verlags publiziert werden. Der Benutzer hat zudem umfangreiche Recherchemöglichkeiten, sich im Firmenverzeichnis über 5.000 gelistete Firmen branchenspezifisch zu informieren. Der Online-Auftritt wird von einem zwei Mal in der Woche erscheinenden Newsletter mit rund 12.000 registrierten Abonnenten flankiert. Abgerundet wird das Angebot durch einen Stellenmarkt mit Jobs für Fach- und Führungskräfte in der Elektronik-Industrie sowie im Bereich Automatisierung.

- 3 Zielgruppe:**
Die Zielgruppe des Portals sind Entwickler und Entscheider der Elektronik-Industrie sowie Automatisierungsfachleute aller Branchen. Die Mehrzahl der User sind Ingenieure und Konstrukteure.

- 4 Verlag:** Hüthig GmbH

- 5 Ansprechpartner Redaktion:**
Dipl.-Ing. Alfred Vollmer, Chefredakteur
Tel.: +49 (0) 8191 125-206
E-Mail: alfred.vollmer@huethig.de

Dipl.-Ing. Petra Gottwald, Chefredakteurin
Tel.: +49 (0) 6221 489-221
E-Mail: petra.gottwald@huethig.de

- 6 Ansprechpartner Online-Werbung:** Frank Henning, Head of Sales
Tel.: +49 (0) 6221 489-363
E-Mail: frank.henning@huethig.de

- 7 Datenanlieferung:** Sabine Greinus
Tel.: +49 (0) 6221 489-598
E-Mail: all-dispo@huethig.de

- 8 Externer Ad-Server-Einsatz:** Google Ad Manager von Google

Facts

Traffic

- 103.132 Besuche / Monat¹
- 183.914 Seitenabrufe / Monat¹
- 11.896 Newsletter-Abonnenten²

Content

- Fachartikel
- Produktberichte
- News
- Interviews
- Videos

Channels

- Nachrichten
- Komponenten
- Embedded
- Messen + Prüfen
- E-Fertigung
- Automatisierung
- Applikationen
- Marktübersichten
- Termine
- Stellenmarkt
- Videos

all-electronics.de
ist IVW-geprüft

¹Quelle: IVW, Stand 1/2020 ²Quelle: Emarsys, Stand 07/2020



Mit uns in die vierte Dimension

So funktioniert es:

Unsere Magazine sind als E-Paper über den Webbrowser verfügbar. Redaktionelle Beiträge werden dort mit digitalen Inhalten angereichert und sind als Digitaler Overlay abrufbar.

Auch Ihre Werbung können wir mit digitalen Inhalten verknüpfen!









Der Vorteil: Kein Medienbruch – der Leser bleibt im Magazin und konsumiert direkt auf der Seite den digitalen Inhalt.

Sprechen Sie mit unserem Verkaufsteam, gerne demonstrieren wir Ihnen genau, wie alles funktioniert!



Digitaler Overlay

Das E-Paper bietet die Möglichkeit von „digitalen Overlays“. Das sind kleine Punkte, die auf den Anzeigen oder in redaktionellen Beiträgen platziert werden und dem Leser den Hinweis darauf geben, dass er hier zusätzlichen informativen Inhalt finden wird.

-  Text (Textfeld geht auf mit Ihrem individuellem Text)
-  Bild (ein Foto bzw. Grafik)
-  Galerie (mehrere Fotos bzw. Grafiken zum Wischen)
-  Ton (.mp3-Datei). Nicht länger als 90 Sekunden.
-  Link (direkter Link auf Ihre Homepage oder zum beworbenen Produkt)
-  YouTube-Video (implementiert aus Ihrem Kanal)
-  Vimeo-Video (implementiert aus Ihrem Kanal)
-  Transparentes Overlay

Transparente Overlays können jeden Overlaytyp annehmen und sind im späteren Dokument nicht sichtbar, jedoch klickbar. Transparente Overlays bieten sich immer dann an, wenn die Seite oder die Anzeige dem Leser/User grafisch schon anzeigt, dass er dort eine Aktion ausführen kann.

Preis pro digitalem Overlay: € 250,-

1 Preise und Werbeformen

Auf all-electronics.de können Sie eine Vielzahl verschiedener Bannerformate buchen. Gleich, ob es sich dabei um ein animiertes Gif oder um einen HTML5-Banner handelt. Die Bannerformate werden grundsätzlich in Gesamtrotation mit maximal drei weiteren Werbekunden auf dieser Platzierung eingeblendet. Die Abrechnung Ihrer Kampagne erfolgt zum monatlichen Fixpreis. Der Mindestbuchungszeitraum beträgt vier Wochen.

Banner:

Werbeform	Format	Buchbare Channels	Ausspielung	Preis in Euro pro Monat	Preise in den Messemonaten März/Okt./Nov.
Leaderboard (Premium)	728 x 90 Pixel	Startseite & Artikel / RoS in Kombination mit Fullsize Banner möglich	Desktop	3.050,-	3.350,-
Leaderboard (Basic)	728 x 90 Pixel	Startseite & Artikel / RoS in Kombination mit Fullsize Banner möglich	Desktop	2.500,-	2.750,-
Billboard Ad	800 x 250 Pixel	Gesamtrotation	Desktop	4.900,-	5.400,-
Skyscraper	160 x 600 Pixel	Gesamtrotation	Desktop	2.495,-	2.720,-
Sticky-Sitebar	200 x 600 Pixel	Gesamtrotation	Desktop	3.900,-	4.300,-
Content Ad (Premium)	300 x 250 Pixel	Gesamtrotation	Desktop, Mobil	3.400,-	3.680,-
Content Ad (Basic)	300 x 250 Pixel	Gesamtrotation	Desktop, Mobil	2.700,-	2.980,-
Halfpage Ad	300 x 600 Pixel	Gesamtrotation	Desktop	5.100,-	5.600,-
Wallpaper	728 x 90 und max. 160 x 900 Pixel	Gesamtrotation	Desktop	4.880,-	5.300,-
Baseboard Ad	940 x 250 Pixel, 960 x 90 Pixel	Gesamtrotation	Desktop	4.100,-	4.500,-
Partner-Site-Button	300 x 120 Pixel	Gesamtrotation	Desktop, Mobil	1.580,-	1.740,-
Sponsored Post	Text + max. 5 Bilder	1 Woche Integration auf Startseite + Archivierung min. 1 Jahr		2.100,-	2.350,-

Newsletter:

Werbeform	Format	Preis in Euro pro Woche/Ausgabe	Preise in den Messemonaten März/Okt./Nov.
Newsletter / Content Ad	650 x 150 Pixel	790,-	850,-
Newsletter / Textanzeige	Bild: max. 190 x 100 Pixel, Text: max. 330 Zeichen	865,-	950,-
Newsletter / Sponsoring Ad	650 x 60 Pixel	1.100,-	1.150,-

Firmendatenbank:

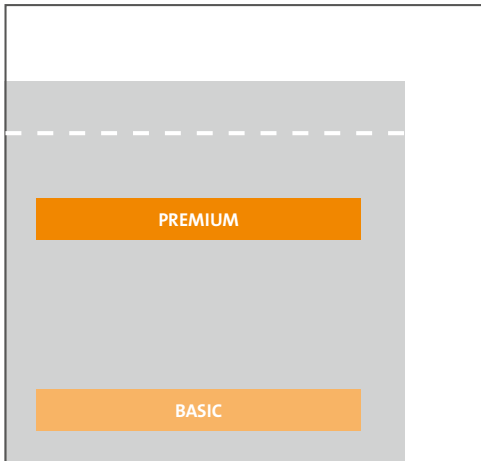
Werbeform	Buchbare Channels	Preis in Euro
Firmeneintrag / Standard	Firmenverzeichnis	kostenlos
Firmeneintrag / Plus	Firmenverzeichnis	395,- pro Jahr
Firmeneintrag / Premium	Firmenverzeichnis	580,- pro Jahr

Hüthig GmbH, Im Weiher 10, D-69121 Heidelberg, Telefon +49 (0) 6221 489-363, Telefax +49 (0) 6221 489-482, Internet: www.all-electronics.de

Leaderboard

Leaderboards, auch als Big-Size-Banner bezeichnet, sind Banner im Größenformat von 728 x 90 Pixel. Diese erscheinen im oberen Sichtbereich und füllen die komplette Breite der Website. Dadurch fällt die Aufmerksamkeit der Benutzer besonders stark auf diese großflächigen Werbemittel.

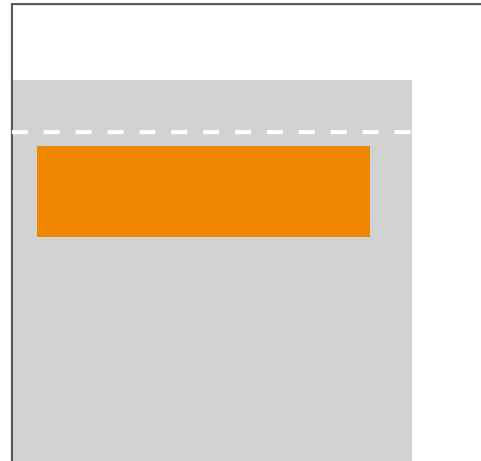
Format: 728 x 90 Pixel
Preise/Monat: Premium: € 3.050,- / € 3.350,-*
Basic: € 2.500,- / € 2.850,-*
Dateigröße: max. 50 KB
Dateityp: jpg, gif, png, HTML5



Billboard Ad

Das Billboard Ad ist direkt unter der Navigation des Portals positioniert und ist eine optimale Platzierung im direkten Sichtfeld des Users. Es ist damit äußerst aufmerksamkeitsstark in den Inhalt der Seite integriert und wirkt dadurch besonders prominent.

Format: 800 x 250 Pixel
Preis/Monat: € 4.900,- / € 5.400,-*
Dateigröße: max. 50 KB
Dateityp: jpg, gif, png, HTML5



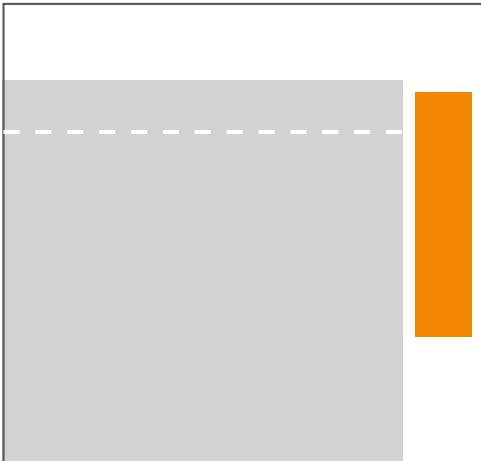
*Erhöhter Preis im Vorfeld von Messen, siehe Seite 5

Alle Preise in Euro zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer.

Skyscraper

Skyscraper sind großformatige Banner, die neben dem Content am rechten Bildschirmrand platziert werden. Sie sind permanent im sichtbaren Bereich und bieten durch ihr großes Format viel Platz für Werbeeinhalte. Ihre Werbebotschaft erzielt somit aufgrund der prominenten Platzierung eine hohe Wirkung.

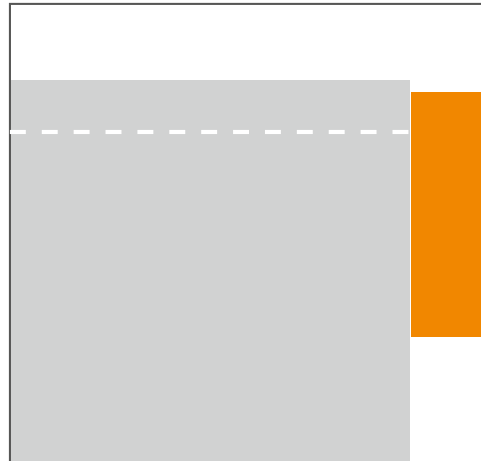
Format: 160 x 600 Pixel
Preis/Monat: € 2.495,- / € 2.720,-*
Dateigröße: max. 50 KB
Dateityp: jpg, gif, png, HTML5



Sticky-Sitebar

Die Sitebar bietet eine großflächige und kreative Bühne für Ihr Banner sowie eine permanente Präsenz der Werbebotschaft. Das Werbemittel passt sich dabei dynamisch an die Bildschirmgröße an. Zusätzlich bleibt die Sitebar beim Scrollen durch den „Sticky-Effect“ immer im sichtbaren Bereich des Users.

Format: 200 x 600 Pixel
Preis/Monat: € 3.900,- / € 4.300,-*
Dateigröße: max. 50 KB
Dateityp: HTML5/redirect-code



*Erhöhter Preis im Vorfeld von Messen, siehe Seite 5

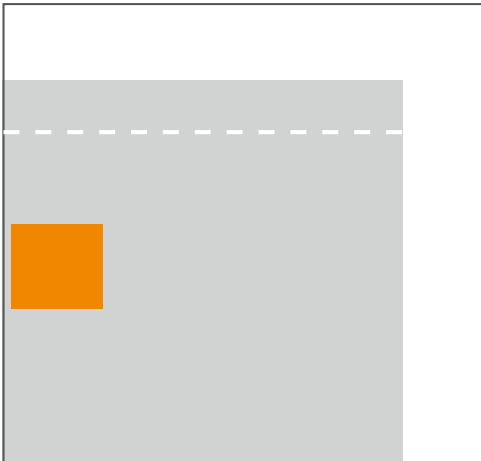
Alle Preise in Euro zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer.

Hühlig GmbH, Im Weiher 10, D-69121 Heidelberg, Telefon +49 (0) 6221 489-363, Telefax +49 (0) 6221 489-482, Internet: www.all-electronics.de

Content Ad (Premium)

Ein Content Ad ist ein Werbeformat, das aufmerksamkeitsstark im oberen, sichtbaren Bereich unserer Inhalte platziert wird. Ihre Werbebotschaft sticht dem User beim Lesen des Artikels somit direkt ins Auge. Das Content Ad ist vergleichbar mit einer Inselanzeige im Printbereich und wird im Format 300 x 250 Pixel ausgeliefert.

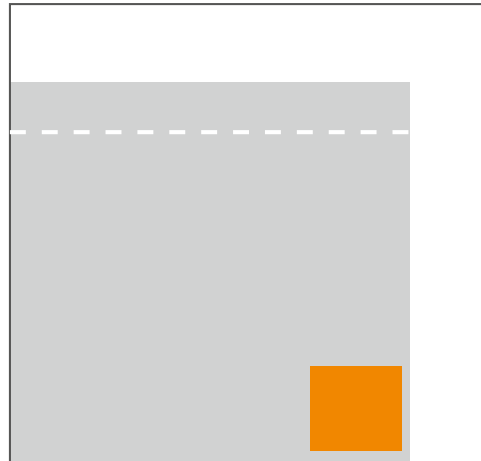
Format: 300 x 250 Pixel
Preis/Monat: € 3.400,- / € 3.680,-*
Dateigröße: max. 50 KB
Dateityp: jpg, gif, png, HTML5



Content Ad (Basic)

Das Content Ad Basic zeichnet sich vor allem durch die prominente Platzierung in mitten des Contents aus. Dadurch erzielt es, wie eine Inselanzeige in der Zeitung, verstärkt Aufmerksamkeit. Zusätzlich überzeugt dieses Format durch seine Größe, die ausreichend Platz für komplexere Werbebotschaften bietet.

Format: 300 x 250 Pixel
Preis/Monat: € 2.700,- / € 2.980,-*
Dateigröße: max. 50 KB
Dateityp: jpg, gif, png, HTML5



*Erhöhter Preis im Vorfeld von Messen, siehe Seite 5

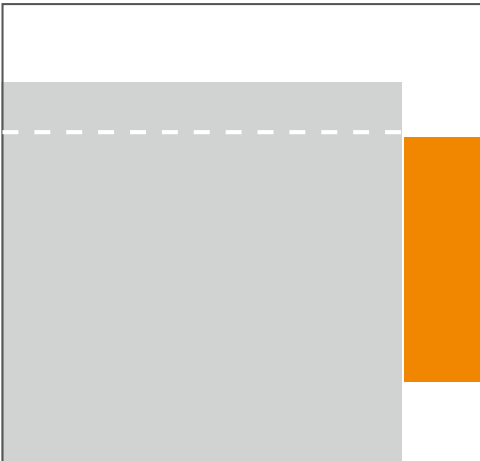
Alle Preise in Euro zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer.

Hühlig GmbH, Im Weiher 10, D-69121 Heidelberg, Telefon +49 (0) 6221 489-363, Telefax +49 (0) 6221 489-482, Internet: www.all-electronics.de

Halfpage Ad

Das Halfpage Ad ist ein sehr aufmerksamkeitsstarkes Format in der Größe von unübersehbaren 300 x 600 Pixel, die neben dem Content am rechten Bildschirmrand platziert wird.

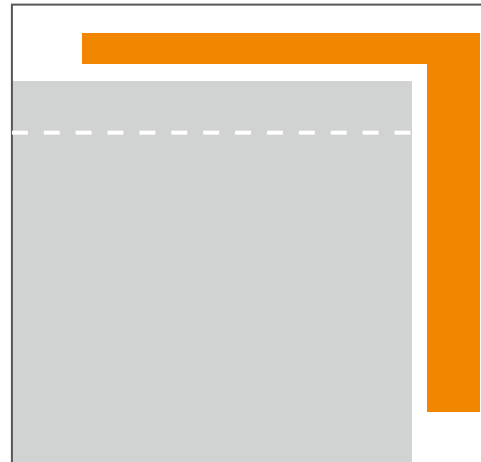
Format: 300 x 600 Pixel
Preis/Monat: € 5.100,- / € 5.600,-*
Dateigröße: max. 50 KB
Dateityp: jpg, gif, png, HTML5



Wallpaper

Dieses extrem großflächige Werbemittel ist eine Kombination aus einem Superbanner und einem Skyscraper, das die komplette Website umschließt. Das Wallpaper-Format wird insbesondere für „Branding“-Zwecke eingesetzt, da sich das Format sehr gut beim Betrachter einprägt.

Format: 728 x 90 Pixel und max. 160 x 900 Pixel
Preis/Monat: € 4.880,- / € 5.300,-*
Dateigröße: max. 50 KB
Dateityp: jpg, gif, png, HTML5



*Erhöhter Preis im Vorfeld von Messen, siehe Seite 5

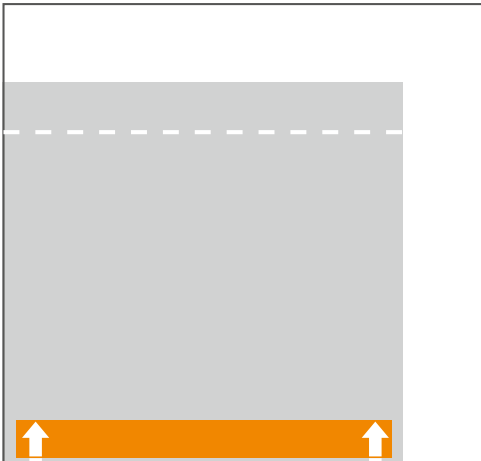
Alle Preise in Euro zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer.

Hüthig GmbH, Im Weiher 10, D-69121 Heidelberg, Telefon +49 (0) 6221 489-363, Telefax +49 (0) 6221 489-482, Internet: www.all-electronics.de

Baseboard Ad

Das „Baseboard Ad“ befindet sich als seitenüberlagernde Fußzeile am unteren Bildschirmrand. Durch seinen „Sticky-Effekt“ bleibt es beim Scrollen der Seite stets im Sichtfeld des Users. Mit Hilfe der automatischen Skalierung der Hintergrundeinfärbung der Fensterbreite wird die Wirkung des Werbemittels zusätzlich gesteigert.

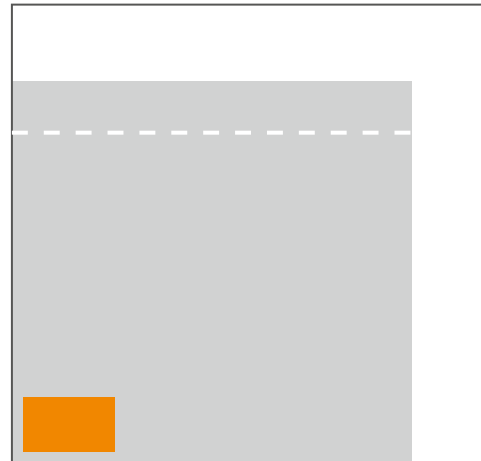
Format: 940 x 250 Pixel, 960 x 90 Pixel
Preis/Monat: € 4.100,- / € 4.500,-*
Dateigröße: max. 50 KB
Dateityp: jpg, gif, png, HTML5



Partner-Site-Button

Mit diesem Werbeformat rücken Sie Ihr Firmenlogo ins Blickfeld Ihrer Zielgruppe. Ihr Firmenlogo wird im Format 300 x 120 Pixel mit maximal zwei Partnern angezeigt.

Format: 300 x 120 Pixel
Preis/Channel/Monat: € 600,- / € 660,-*
Preis/Homepage/Monat: € 1.730,- / € 1.895,-*
Dateigröße: max. 50 KB
Dateityp: jpg, gif, png, HTML5



*Erhöhter Preis im Vorfeld von Messen, siehe Seite 5

Alle Preise in Euro zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer.

Hüthig GmbH, Im Weiher 10, D-69121 Heidelberg, Telefon +49 (0) 6221 489-363, Telefax +49 (0) 6221 489-482, Internet: www.all-electronics.de

Sponsored Post

Bei einem Sponsored Post handelt es sich um einen gekennzeichneten Beitrag auf all-electronics.de, bestehend aus Ihren individuellen Inhalten. Ihr Beitrag fließt durch den von Ihnen gewählten Themenbereich und wird dort mindestens ein Jahr archiviert. Zudem wird ein Sponsored Post für eine Woche auf der all-electronics.de-Startseite im ersten sichtbaren Bereich fixiert.

Die Inhalte können frei in Text und Bild gestaltet werden.

Die Frequenz dieser Werbeform ist stark limitiert: Es wird maximal ein Sponsored Post pro Woche veröffentlicht.

Format: HTML-Contentseite, Anlieferung der Inhalte als Word-Dokument.
Maximal 5 Bilder als png, jpg oder gif.

Preis: € 2.100,-* / € 2.350,-**

Das benötigen wir von Ihnen

- Aussagekräftiges Schlagwort
- Aussagekräftige Überschrift
- Teaser (2 kurze Sätze, die Interesse wecken)
- Text inkl. Verlinkung (Empfehlung: maximal 2 DIN-A4-Seiten)
- Maximal 5 Bilder (jpg, png)



Platzierung des Sponsored Posts auf der Startseite

Sonderwerbeformen

Auf all-electronics.de haben Sie die Möglichkeit, neben den vorher genannten Bannerformaten, auch maßgeschneiderte Sonderwerbeformen zu buchen. Hier eignen sich individuelle Werbepakete, die wir gerne in Abstimmung mit Ihnen zusammenstellen.



* Integration auf der Startseite eine Woche, Archivierung mindestens ein Jahr
** Erhöhter Preis im Vorfeld von Messen, siehe Seite 4

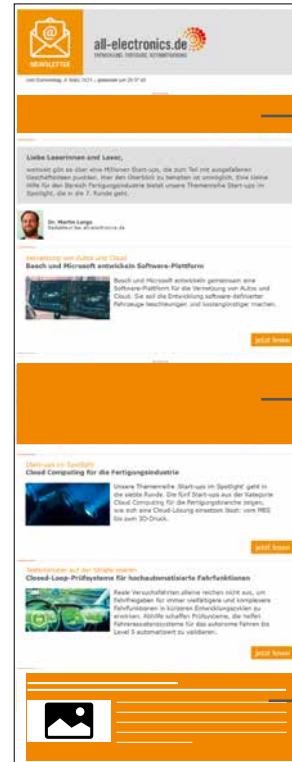
Hüthig GmbH, Im Weiher 10, D-69121 Heidelberg, Telefon +49 (0) 6221 489-363, Telefax +49 (0) 6221 489-482, Internet: www.all-electronics.de

- 1 Name:** all-electronics.de-Newsletter
- 2 Kurzcharakteristik:**
Unser Newsletter wird jede Woche dienstags und donnerstags an rund 12.000 Abonnenten verschickt. Neben aktuellen News werden darin neue Produktvorstellungen und redaktionelle Fachbeiträge nach Channels dargestellt.
- 3 Zielgruppe:**
Die Zielgruppe des Portals sind Entwickler und Entscheider der Elektronikindustrie sowie Automatisierungsfachleute aller Branchen. Die Mehrzahl der User sind Ingenieure und Konstrukteure.
- 4 Erscheinungsweise:** 2x wöchentlich, dienstags und donnerstags
- 5 Ansprechpartner Redaktion:**
Dipl.-Ing. Alfred Vollmer, Chefredakteur
Tel.: +49 (0) 8191 125-206
E-Mail: alfred.vollmer@huethig.de

Dipl.-Ing. Petra Gottwald, Chefredakteurin
Tel.: +49 (0) 6221 489-221
E-Mail: petra.gottwald@huethig.de
- 6 Ansprechpartner Online-Werbung:** Frank Henning, Head of Sales
Tel.: +49 (0) 6221 489-363
E-Mail: frank.henning@huethig.de
- 7 Datenanlieferung:** Sabine Greinus
Tel.: +49 (0) 6221 489-598
E-Mail: all-dispo@huethig.de

¹ Verlagsangabe

Alle Preise in Euro zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer.



Sponsoring Ad²

Format: 650 x 60 Pixel
Preis/Ausgabe: € 1.100,-/€ 1.150,-³
Dateityp: jpg, png, gif⁴

Content Ad²

Format: 650 x 150 Pixel
Preis/Ausgabe: € 790,-/€ 850,-³
Dateityp: jpg, png, gif⁴

Textanzeige (Bild + Text)²

Bild: 190 x 100 Pixel
Text: max. 330 Zeichen
Preis/Ausgabe: € 865,-/€ 950,-³
Dateityp: jpg, png, gif⁴

² Die Banner und Textanzeigen im Newsletter sind nach Veröffentlichung eine Woche sichtbar.

³ Erhöhter Preis im Vorfeld von Messen, siehe S. 5

⁴ Hinweis: Animierte Gifs werden nicht in allen Mail-Clients korrekt dargestellt. Prüfen Sie deshalb, ob eine Animation in Ihrem Gif tatsächlich relevant ist.

Hüthig GmbH, Im Weiher 10, D-69121 Heidelberg, Telefon +49 (0) 6221 489-363, Telefax +49 (0) 6221 489-482, Internet: www.all-electronics.de

Firmendatenbank

Nutzen Sie auch im Internet Standortvorteile: Präsentieren Sie Ihr Unternehmen mit einem Firmeneintrag im Umfeld Ihrer Branche. Ein Eintrag in unserer Firmendatenbank sichert Ihre ständige Präsenz, wenn Ihre Kunden recherchieren. Sämtliche Firmeneinträge können von Ihnen jederzeit aktualisiert und ergänzt werden.

	Standard	Plus	Premium
Anzeige Ihres Firmenprofils im Artikel	✓	✓	✓
E-Mail-Kontakt	✓	✓	✓
Adressdaten	✓	✓	✓
Verwalten Sie Ihr Produktprogramm, Produktgruppen und Social-Media-Kanäle		✓	✓
Telefon- und Faxnummer		✓	✓
Link zur Homepage		✓	✓
Firmenlogo		✓	✓
Profilbild		✓	✓
Hervorhebung in Suchergebnissen		✓	✓
Bildergalerie			✓
Firmenporträt			✓
Besondere Ansprechpartner			✓
Link zu Verkaufsbüro oder Filialen			✓
Zusatzinformationen als Datei			✓
Firmenvideos einbinden			✓
Whitepaper einbinden			✓
Preis/Jahr	kostenlos	€ 395,-	€ 580,-

Alle Preise in Euro zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer.



Content Marketing – mit Expertise zu nachhaltigem Erfolg

Content Marketing ist eine digitale Kommunikationsstrategie. Kurzfristiger, punktueller Erfolg kann beispielsweise durch die Gewinnung von Leads mittels Webinar oder Whitepaper entstehen.

Im Kern verfolgt Content Marketing aber langfristige Ziele. Die Etablierung des eigenen Unternehmens auf dem Markt, die digitale Positionierung zu einem bestimmten Thema der Branche oder die Gewinnung von neuen Kunden durch eine immer größer werdende Sichtbarkeit können durch gutes Content Marketing erreicht werden und somit maßgeblich zum Erfolg des Unternehmens beitragen.

Warum Sie unbedingt in Content Marketing investieren sollten:

- Sie erreichen mehr Bekanntheit Ihrer Marke oder Ihres Unternehmens
- Sie erwirken positive Veränderung des Images hin zum Experten
- Sie etablieren sich als Meinungsmacher
- Sie positionieren sich klar als Problemlöser durch konsequente und hochwertige Informationsübermittlung
- Sie steigern Ihre Reichweite und erlangen eine deutlich bessere Sichtbarkeit
- Sie profitieren von langfristiger Sicherung und Steigerung von Verkaufszahlen und Abschlüssen



Wir unterstützen Sie gerne!

Es fehlt Ihnen an Erfahrungen im Content Marketing? Sie sind sich nicht sicher, ob Ihr Thema geeignet ist? Kein Problem!

Unsere erfahrenen Fachredakteure und Branchenkenner helfen Ihnen dabei, Ihre maßgeschneiderte Content Marketing Kampagne zum Leben zu erwecken. Sprechen Sie uns an!

Interessiert? Ihr individuelles Angebot erhalten Sie von:



Frank Henning, Head of Sales
Tel.: +49 (0) 6221 489-363
frank.henning@huethig.de

Hüthig GmbH, Im Weiher 10, D-69121 Heidelberg, Telefon +49 (0) 6221 489-363, Telefax +49 (0) 6221 489-482, Internet: www.all-electronics.de

Das Webinar – moderne Wege zur Lead-Generierung

Webinare bieten Ihnen die Möglichkeit, neue Leads zu generieren – also qualifizierte Kontakte mit konkretem Interesse an Ihrem Thema oder Ihren Produkten. Lernen Sie neue potenzielle Kunden kennen und präsentieren Sie sich als innovativer Wissensvermittler und Lösungsanbieter. Das stärkt Ihre Marke und Ihr Image als modernes und kompetentes Unternehmen.

Die Vorteile des Webinar-Pakets im Überblick

- **Umfangreiches Promotion-Paket**
Wir rühren die Werbetrommel für Ihr Webinar und erzeugen so Ihre Leads
- **Neue Kontakte**
Lernen Sie potenzielle Kunden kennen, die sich für Ihr Produkt interessieren. Sie erhalten alle Informationen zu den registrierten Teilnehmern zur werblichen Verwendung in Ihrem Unternehmen
- **Kompetente Durchführung**
Sie stellen den Referenten, unser erfahrenes Team übernimmt die Moderation und technische Durchführung
- **Imagegewinn**
Moderne Unternehmen nutzen moderne Medienformate
- **Kosten- und Zeitersparnis**
Kein Reisetstress, keine Reisekosten, ganz einfach und bequem ortsunabhängig
- **Wissensvermittlung auf multimedialer Basis**
Sie teilen Video, Audio und Dateien mit den Teilnehmern
- **Direkter Kontakt**
Durch Fragen im Chat und zusätzliche Umfragen zur weiteren Qualifizierung der Leads
- **Ausführliches Reporting**
Ergebnisse der Umfragen, Aufmerksamkeitsquote und durchschnittliche Anwesenheitsdauer der Teilnehmer
- **Webinar-Aufzeichnung**
Wir stellen die Aufzeichnung des Webinars als On-Demand Webcast auf unsere Website

Ihre Webinar Leistungen:

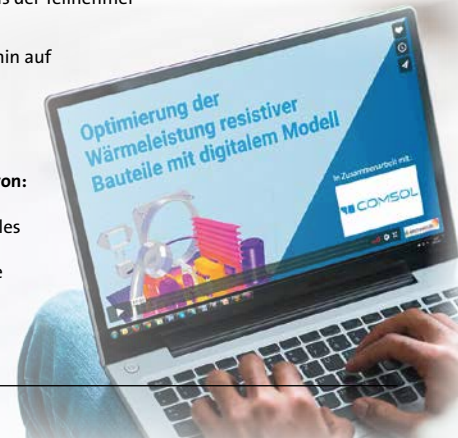
- Ankündigung Ihres Webinars auf der Website mit Logo, Text und Registrierungsseite
- Promotion über die vielfältigen Marketingkanäle des Hüthig Verlags
- Einladungsmail und Terminerinnerung
- Online-Webinar-Raum – Live-Übertragung (ca. 60 Minuten)
- Umfrage-Option während des Webinars
- Erfahrene Moderation durch unsere Fachredaktion
- Technik-Check vor dem Live-Termin für einen reibungslosen Ablauf
- Anmeldeliste inklusive Kontaktdaten der Teilnehmer
- Detailliertes Reporting
- On-Demand-Webcast nach Live-Termin auf Website mit Abbildung und Text

Interessiert?

Ihr individuelles Angebot erhalten Sie von:



Frank Henning, Head of Sales
Tel.: +49 (0) 6221 489-363
frank.henning@huetzig.de



Hüthig GmbH, Im Weiher 10, D-69121 Heidelberg, Telefon +49 (0) 6221 489-363, Telefax +49 (0) 6221 489-482, Internet: www.all-electronics.de

Das Whitepaper – aus Interessenten werden Kunden

Das Whitepaper ist ein zentrales Instrument im Content Marketing. Präsentieren Sie Ihrer Zielgruppe Inhalte, die nicht werblich erscheinen, sondern zeigen Sie Ihre fachliche Kompetenz und bieten Sie dem Leser einen Mehrwert. Im Gegenzug wird dieser bereit sein, mit seinen Kontaktdaten für Ihre Inhalte zu bezahlen. Sie generieren wertvolle Leads – also qualifizierte Kontakte mit konkretem Interesse an Ihrem Thema oder Ihren Produkten!

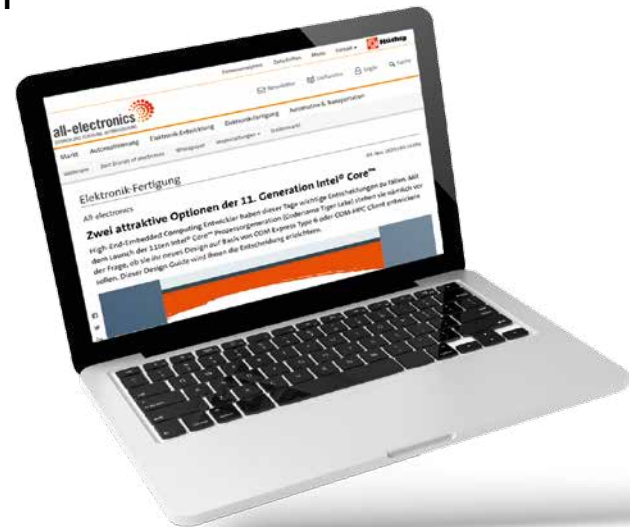
Mit einem Whitepaper...

- positionieren Sie sich als kompetenter Ansprechpartner auf Ihrem Fachgebiet und überzeugen mit Ihrer Expertise
- bieten Sie den Lesern einen Mehrwert, indem Sie z. B. eine ganz konkrete Problemstellung Ihrer Zielgruppe thematisieren
- schaffen Sie Vertrauen und Glaubwürdigkeit, indem Sie jegliche werbliche Ansprache vermeiden
- generieren Sie neue B2B-Leads für Ihr Unternehmen

Ihre Whitepaper Leistungen:

- Integration des Whitepapers auf unserer Website für mind. 4 Wochen
- Promotion über die vielfältigen Marketingkanäle des Hüthig Verlags
- Erstellung eines Formulars zur Erfassung der gewünschten Kontaktinformationen
- Alle gesammelten Leads erhalten Sie zur Verwendung in Ihrem Unternehmen

Bei Bedarf unterstützen Sie unsere erfahrenen Fachredakteure gerne bei der Erstellung Ihres Whitepapers.



Interessiert? Ihr individuelles Angebot erhalten Sie von:



Frank Henning, Head of Sales
Tel.: +49 (0) 6221 489-363
frank.henning@huethig.de

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 dieser AGB des Auftraggebers sowie die Haftung für diesen sind nicht übertragbar, insbesondere ausgeschlossen.
2. Diese AGB gelten sinngemäß für Beilagenaufträge. Diese werden vom Verlag grundsätzlich erst nach Vorlage und Prüfung eines Muster angenommen.

§ 2 Angebot, Vertragsschluss

1. Werbeauftrag im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist ein Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen, Fremdbelegungen oder sonstiger Werbemittel eines Werbungstreibenden oder sonstigen gewerblichen Inserenten in einem Werbeträger (Print/Digital) zum Zweck der Werbung.
2. Aufträge für Werbemittel können persönlich, telefonisch, schriftlich, per Telefax, per E-Mail oder per Internet aufgegeben werden. Der Verlag haftet nicht für Übermittlungsefehler.
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 Gesamtbestells, nach pflichtgemäßem Ermessen abzulehnen. Dies gilt insbesondere wenn der Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder vom deutschen Preisdirektor oder Werberrat in einem Bescheidverfahren 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 Kenntnislangung der betreffenden Inhalte mitteilen.

§ 3 Vertragsabwicklung

1. Aufträge sind innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzuwickeln, beginnend mit der ersten Schaltung (Veröffentlichung) des Werbemittels.
2. Alle für die Werbemittel erforderlichen Inhalte, Informationen, Daten, Dateien und sonstigen Materialien („Vorlagen“) stellt der Auftraggeber dem Verlag vollständig, fehler- und virenfrei und den vertraglichen Vereinbarungen entsprechend rechtzeitig zur Verfügung. Werden Vorlagen digital (z. B. per CD-ROM oder E-Mail) an den Verlag übermittelt, sind sie nur mit geschlossenen Dateien zu übertragen, also mit solchen Dateien, die der Verlag inhaltlich nicht ändern kann. Der Verlag haftet nicht bei fehlerhafter Veröffentlichung von Werbemitteln, die mit offenen Dateien (z. B. unter Corel oder QuarkXPress) erstellt sind. Zusammengehörende Dateien sind vom Auftraggeber in einem gemeinsamen Verzeichnis (Ordner) zu senden bzw. zu speichern. Bei digital übermittelten Druckvorlagen für Farbanzeigen hat der Auftraggeber gleichzeitig ein Farb-Proof und ein Proof- bzw. Messprotokoll mitzuliefern. Ansonsten bestehen keine Ersatzansprüche des Auftraggebers wegen etwaiger Farbabweichungen. Der Auftraggeber haftet dafür, dass die übermittelten Dateien frei von Computerviren sind. Dateien mit Computerviren kann der Verlag löschen, ohne dass der Auftraggeber hieraus Ansprüche herleiten könnte. Der Verlag behält sich zudem Ersatzansprüche vor, wenn die Dateien aufgrund eines Virus auf dem Verlag übertragen wurden. Für erkennbar ungesicherte oder beschädigte Vorlagen fordert der Verlag die sofortige Ersatz an. Vorlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt, andernfalls gehen sie in das Eigentum des Verlages über. Die Pflicht zur Aufbewahrung aller zugesandten Unterlagen endet drei Monate nach Veröffentlichung des jeweiligen Auftrags.
3. Kosten für die Anfertigung bestellter Vorlagen, Filme oder Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zur vertretende Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen trägt der Auftraggeber.
4. Die Druckabgabe werden 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. Textzeilenanzahl müssen sich schon durch ihr Grundrissform und redaktionellen Teil unterscheiden. Der Verlag ist berechtigt, Werbemittel, die nicht als solche zu erkennen sind, deutlich als Werbung zu kennzeichnen.
7. Zuschriften auf Chiffreanzeigen werden bis vier Wochen nach Veröffentlichung der Anzeige aufbewahrt und dem Auftraggeber auf normalem Postwege zugesandt (auch wenn es sich um Express- oder Einschreibesendungen handelt). Eine Gewähr für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Dateien 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 aufgrund des Fortschritts anzupassen. Für erkennbar ungesicherte oder beschädigte Vorlagen fordert der Verlag die sofortige Ersatz an.
9. Aufträge können nur rechtzeitig, spätestens zum Anzeigenschlusstermin, und schriftlich, per Telefax oder E-Mail gekündigt werden. Ist die Anzeige bereits in Druck gegeben, hat der Auftraggeber die Anzeige zu bezahlen. Ansonsten kann der Verlag die Erstattung der bis zur Kündigung angefallenen Kosten nach den gesetzlichen Vorschriften verlangen.
10. Der Auftraggeber ist für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit des Werbemittels verantwortlich. Er stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter wegen der Veröffentlichung des Werbemittels frei und haftet für angemessene Kosten zur Rechtsverfolgung. 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 gültigen Preisliste zu bezahlen.

11. Werbemittellisten sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen gegenüber den Werbungstreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Vergünstigung erachtet sich aus dem Kundennettto, also nach Abzug von Rabatt, Boni und Mängelanlage. 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 Beschreibung der fertigen und druckreifen 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, kommt der Vertrag daher im Zweifel mit der Werbeagentur zustande. Soll ein Werbungstreiber 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. 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 Unternehmen möglich, wenn sie sich innerhalb eines Monats vor Veröffentlichung des Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgedeutet werden.
2. Die in der Preisliste bezeichneten Nachlässe werden nur dem Auftraggeber und nur für die innerhalb eines Jahres geschalteten Werbemittel gewährt („Anzeigenjahr“). Wiederholungsrabatte gelten nur innerhalb eines Anzeigenjahres. Die Frist beginnt mit der Schaltung des ersten Werbemittels, wenn nicht anders vermerkt.
3. Bei Erweiterung des Auftrags 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 auf die gewährte Preisnachlass nachträglich in Rechnung gestellt.

4. Auftragsrechnungen sind innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung laufend Frist zu bezahlen, sofern nicht anders vereinbart ist. Die sog. Pre-Notifikationsfrist nach der SEPA-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 fallig gestellt werden. Mahn- und Inkassokosten, die durch Zahlungsverzug entstehen, trägt der Auftraggeber. Der Verlag kann die Zahlungsdauer die weitere Ausführung eines laufenden Auftrags bis zur Beschaltung zurückstellen und Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Gesamtbestells das Erscheinen weiterer Werbemittel abweichend von einem vereinbarten Zahlungsziel von einer Vorauszahlung und vom Ausgleich offener Rechnungsbeträge abhängig zu machen. Fehlerhafte Rechnungen können vom Verlag innerhalb von sechs Monaten nach Rechnungsstellung korrigiert werden.
5. Die Preisveränderung ist sich zu verantworten in gesetzlicher Höhe am Tag der Rechnungsstellung.
6. Bei Aufträgen aus dem Ausland, die nicht mehrwertsteuerpflichtig sind, erfolgt die Rechnungsstellung ohne Mehrwertsteuerberechnung. Der Verlag ist zur Nachberechnung der Mehrwertsteuer berechtigt, wenn die Finanzverwaltung die Steuerpflicht des Anzeigenauftrags bejaht.
7. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Werbemittel ein Anspruch auf Preiserminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtschnitt des mit der ersten Schaltung beginnenden Anzeigenjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder – falls die Auflage nicht genannt ist – die durchschnittliche verkaufte (falls keine verkaufte vorhanden, die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preiserminderung berechtigter Mangel, wenn eine Auflage um mindestens 20 v. H. 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 Mängelabwehrleistung

1. Für die Erfüllung von Werbemitteln in bestimmte Nummern oder Ausgaben oder an bestimmten Plätzen wird keine Gewähr geleistet.
2. Beachtet der Auftraggeber die Empfehlungen des Verlags zur Erstellung und Übermittlung von Vorlagen nicht, so stehen ihm keine Ansprüche wegen fehlerhafter Veröffentlichung zu. Dies gilt auch, wenn 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 Aufträge oder – falls die Auflage nicht genannt ist – die durchschnittliche verkaufte Auflage (falls keine verkaufte vorhanden, die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preiserminderung berechtigter Mangel, wenn eine Auflage um mindestens 20 v. H. 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.
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 Nachschaltungen auf den Fehler hingewiesen wurde.
5. Für vom Auftraggeber bereitgestelltes Material (Einbeleger, Beilagen etc.) übernimmt der Verlag keine Gewähr für die Richtigkeit der als geliefert bezeichneten Mengen oder Qualitäten.

§ 6 Haftung, höhere Gewalt

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

§ 8 Datenschutz

Die Datenverarbeitung erfolgt nach Maßgabe der geltenden Regelungen des Bundesdatenschutzgesetzes und der Europäischen Datenschutz-Grundverordnung. 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 Europäische Online-Streitbeilegung

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

§ 10 Erfüllungsort, Gerichtsstand, Kostenerteilung

1. Es gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechts und unter Ausschluss von Kollisionsrecht. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlags. Gerichtsstand für Klagen gegen Kaufleute, juristische Personen des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliche Sondervermögen ist der Sitz des Verlags.
2. Der Auftraggeber trägt die Kosten, Kosten und Auslagen zu tragen, die im Zusammenhang mit jeder gegen ihn rechtlichen Rechtsverfolgung außerhalb Deutschlands anfallen.

Stand: August 2020

Hüthig GmbH, Im Weiher 10, D-69121 Heidelberg, Telefon +49 (0) 6221 489-363, Telefax +49 (0) 6221 489-482, Internet: www.all-electronics.de

Verlag

Hüthig GmbH
Im Weiher 10
D-69121 Heidelberg
www.huethig.de

Unser Team im Verlag

Redaktion



Dipl.-Ing. Alfred Vollmer
Chefredakteur
Tel.: +49 (0) 8191 125-206
alfred.vollmer@huethig.de



Dipl.-Ing. Petra Gottwald
Chefredakteurin
Tel.: +49 (0) 6221 489-221
petra.gottwald@huethig.de



Dr.-Ing. Nicole Ahner
Redakteurin
Tel.: +49 (0) 8191 125-494
nicole.ahner@huethig.de



Dipl.-Ing. (FH)
Stefan Kuppinger
Redakteur
Tel.: +49 (0) 6221 489-308
stefan.kuppinger@huethig.de



Dr. Martin Large
Redakteur
Tel.: +49 (0) 6221 489-483
martin.large@huethig.de



Dipl.-Ing. Andrea Neumayer
Redakteurin
Tel.: +49 (0) 8191 125-243
andrea.neumayer@
huethig.de



Martin Probst, B.A.
Redakteur
Tel.: +49 (0) 8191 125-214
martin.probst@huethig.de

Anzeigen/Media



Frank Henning
Head of Sales
Tel.: +49 (0) 6221 489-363
frank.henning@huethig.de

Unser Sales-Team vor Ort

**Nordrhein-Westfalen, Hamburg,
Bremen, Schleswig-Holstein,
Niedersachsen:**



Matthias Hofmann
Wiesenweg 2
D-33175 Bad Lippspringe
Tel.: +49 (0) 5252 938063
Fax: +49 (0) 5252 938065
info-m.hofmann@web.de

**Hessen, Rheinland-Pfalz,
Baden-Württemberg, Saarland:**



Jonathan Leibl
Hüthig GmbH
Im Weiher 10
D-69121 Heidelberg
Tel.: +49 (0) 6221 489-287
Fax: +49 (0) 6221 489-482
jonathan.leibl@
huethig.de

**Bayern, Berlin, Brandenburg,
Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen,
Sachsen-Anhalt, Thüringen, Österreich:**



Marion Taylor-Hauser
Max-Böhm-Ring 3
D-95488 Eckersdorf
Tel.: +49 (0) 921 31663
Fax: +49 (0) 921 32875
taylor.m@t-online.de

Schweiz, Liechtenstein:



Katja Hammelbeck
interpress gmbh
Ermatinger Str. 14
CH-8268 Salenstein
Tel.: +41 71 55202-12
Fax: +41 71 55202-10
kh@interpress-media.ch