

# MEDIA DATEN 2018

## PRINT + ONLINE

Titelporträt	2
Preise	3/4
Formate	5
Online-Werbung	6/7
Termin- und Themenplan	8/9
Sonderausgaben Stadtwerke-Special	10
Sonderausgaben Tankstellen-Special	11
Sonderausgaben EID-Chronik	12
Sonderausgaben Energieintensive Industrie	13
Auflagenanalyse	14
Empfängeranalyse	15
AGBs	16
Gesprächspartner	17



ender" System aus Steuern, Ab-  
Ulagen und Entgelten „mehr  
ner“ hineinbekomme. Vor allem  
sich die staatlichen Energiekos-  
stände künftig viel stärker an  
missionen des jeweiligen Energie-  
s ausrichten, und das über alle  
endungsgebiete, so der Ministe-  
Das Schlagwort dazu lautet Sek-  
spaltung.  
anz so lese, wie tonalido auf dem  
überger EID-Forum bemerkte. läuft  
se Diskussion natürlich längst nicht  
hr. Seit Vorgesetzter, in BMW-Staats-  
retar Rainer Baake von Bündnis 90/Grünen, machte unlängs deutlich  
es eine erfolgreiche Energiewende  
auch in den Bereichen Mobilität und  
Gebäude neben weiteren Effizienzfor-  
schritten nur über mehr direkt einge-  
setzte Erneuerbare zu erreichen sei und  
man dafür eben das Steuer- und Abga-  
müsse umstellen. Neben

EID Energie Informationsdienst GmbH, Banksstr. 4, 20097 Hamburg, Telefon (0 40) 30 37 35-0, Telefax (0 40) 30 37 35 35

**1 Kurzcharakteristik:**

1947 gegründet, ist der EID ein unabhängiger Informationsdienst für Wirtschaft und Politik. Wöchentlich als E-Paper und alle 14 Tage mit ausführlicher Printausgabe liefert er seinen Lesern eine umfassende Berichterstattung über die neuesten Entwicklungen im Energiemarkt mit Umfragen, Analysen, Interviews und Hintergrundberichten. Als Meinungsbildner der Branche wird der EID häufig in Medien (Internet, Tageszeitungen, Radio, Fernsehen) zitiert.

**Schwerpunkte:**

- Kontinuierliche exklusive Übersichten über Öl-, Gas-, Strom- und Kohlepreise, z.B. wöchentliche Tankstellen- und Heizölpreise sowie Vergleiche europäischer Strom- und Gaspreise.
- Hintergrundberichte zu wichtigen Energiemarktentwicklungen.
- Eigene Recherchen durch die Redaktion und freie Mitarbeiter.
- Perspektivische Kommentare zu wichtigen Energiemarkt-Ereignissen.

**Redaktion:**

Die Experten der EID-Redaktion werden von zahlreichen freien Mitarbeitern unterstützt, die das gesamte Spektrum des Energiemarktes abdecken.

**Zielgruppe:**

Der EID richtet sich an Entscheider aus der Mineralöl- und Erdgaswirtschaft, dem Strom- und Kohlebereich, deren Zulieferfirmen, Finanz- und Beratungsinstitute, Energieverbraucher aus Industrie und Gewerbe sowie Entscheider aus Verwaltung und Politik.

**2 Erscheinungsweise:** 51 x jährlich

**3 Jahrgang:** 71. Jahrgang 2018

**4 Web-Adresse (URL):** [www.eid-aktuell.de](http://www.eid-aktuell.de)

**5 Mitgliedschaften:** –

**6 Organ:** –

**8 Verlag:** EID Energie Informationsdienst GmbH

Postanschrift:  
Banksstr. 4  
20097 Hamburg

Telefon: 040 / 30 37 35-0  
Telefax: 040 / 30 37 35-35  
Internet: [www.eid-aktuell.de](http://www.eid-aktuell.de)  
E-Mail Redaktion: [redaktion@eid.de](mailto:redaktion@eid.de)

**9 Chefredaktion:** Rainer Wiek  
Telefon: 040 / 30 37 35-0  
E-Mail: [rainer.wiek@eid.de](mailto:rainer.wiek@eid.de)

**10 Anzeigen:** Heike Sauer  
Telefon: 040 / 30 37 35-13  
E-Mail: [heike.sauer@eid.de](mailto:heike.sauer@eid.de)

**11 Vertrieb:** Kirsten Striedieck  
Telefon: 040 / 30 37 35-15  
E-Mail: [kirsten.striedieck@eid.de](mailto:kirsten.striedieck@eid.de)

**12 Bezugspreis: (inkl. Versandkosten)**

Jahresabonnement	Inland (inkl. MwSt)	€ 1.245,48
	Europa (zzgl. MwSt)	€ 1.177,19
Einzelverkaufspreis (zzgl. Versandkosten)		€ 24,55

**13 ISSN:** 1617-9560

**14 Umfangsanalyse:** Juli 2016 – Juni 2017

**15 Inhalt des redaktionellen Teils:**

Umfangs-Analyse:	51 Ausgaben
Format der Zeitschrift	DIN A4
Gesamtumfang	1.561 Seiten = 100,0 %
Redaktioneller Teil:	1.386 Seiten = 88,8 %
Anzeigenteil:	175 Seiten = 11,2 %

---

Davon: Verlagsseigene Anzeigen	53 Seiten = 41,7%
--------------------------------	-------------------

---

Beilagen	5 Stück
----------	---------

EID Energie Informationsdienst GmbH, Banksstr. 4, 20097 Hamburg, Telefon (040) 30 37 35-0, Telefax (040) 30 37 35 35

**1 Druckauflage:** 1.066 Exemplare  
 Tatsächlich verbreitete Auflage: 974 Exemplare

**2 Zeitschriftenformat:** DIN A4, 210 mm breit, 297 mm hoch  
**Satzspiegel:** 178 mm breit, 257 mm hoch  
 3 Spalten je 56 mm breit

**3 Druckverfahren:** Bogen-Offset  
**Bindeverfahren:** Rückstichdrahtheftung  
**Druckunterlagen:** 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.  
**Farbanzeigen:** 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.  
**Vorgaben für das Proof:** Nach FOGRA-Standard. Mit FOGRA Medienkeil 2.0 oder 3.0 nach Standard, ISOcoated\_v2\_eci.icc für Umschlag und Inhalt in der Regel Papiertyp 2 FOGRA 39L - nach Standard.

**4 Termine:**  
**Erscheinungsweise:** wöchentlich, 51 Ausgaben  
**Erscheinungstermine Print:** 14-tägig, Montag  
**Anzeigenschluss:** Montag vor Erscheinen  
**Druckunterlagenchluss:** Dienstag vor Erscheinen

**5 Verlag:** EID Energie Informationsdienst GmbH  
**Postanschrift:** Banksstr. 4  
 20097 Hamburg  
 www.eid-aktuell.de  
**Internet:** Heike Sauer  
**Anzeigen:** 040 / 30 37 35-13  
**Telefon:** 040 / 30 37 35-35  
**Telefax:** 040 / 30 37 35-35  
**E-Mail:** heike.sauer@eid.de

**6 Zahlungsbedingungen:** netto ohne Abzug innerhalb 14 Tagen nach Rechnungsdatum, bei Vorauszahlung und Bankeinzug 2 % Skonto  
**Bankverbindungen:** HVB,  
 IBAN: DE 76 2003 0000 0000 4087 73  
 BIC: HYVEDEMM300

**7 Anzeigenpreise:** (15% AE eingepreist, alle Preise in € zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer)

Anzeigengröße	Formate (Breite x Höhe in mm)		Preise inkl. Farbzuschläge in €
	im Anschnitt (zzgl. 3 mm Beschnitt)	Satzspiegel	
1/1 Seite	210 x 297	178 x 257	2.579,00
2/3 Seite (quer/hoch)	210 x 191/133 x 297	178 x 169/117 x 257	1.887,00
1/2 Seite (quer/hoch)	210 x 146/102 x 297	178 x 126/86 x 257	1.448,00
1/3 Seite (quer/hoch)	210 x 103/72 x 297	178 x 83/56 x 257	1.216,00
1/4 Seite (quer/hoch)	210 x 82 / -	178 x 62/41 x 257	913,00
1/8 Seite (quer/Block)		178 x 29/86x62	446,00

EID Energie Informationsdienst GmbH, Banksstr. 4, 20097 Hamburg, Telefon (0 40) 30 37 35-0, Telefax (0 40) 30 37 35 35

## 8 Zuschläge und Platzierungen:

Farbzuschläge:	Sonderfarbe	€ 520,00
Vorzugsplätze:	2. und 4. Umschlagseite (4c)	€ 2.892,00

## 9 Rubrikanzeigen:

Stellenangebote:	△ Grundpreis (siehe Punkt 7)
Stellengesuche:	50 % Rabatt auf den regulären Preis (siehe Punkt 7)
	Chiffregebühr: € 5,00

## 10 Sonderwerbformen:

auf Anfrage

## 11 Rabatte:

Bei Abnahme innerhalb eines Jahres (Abschlussjahr):			
<b>nach der Malstaffel:</b>		<b>nach der Mengenstaffel:</b>	
bei 3 Anzeigen	3 %	bei 3 Seiten	5 %
bei 6 Anzeigen	5 %	bei 6 Seiten	10 %
bei 12 Anzeigen	10 %	bei 12 Seiten	15 %
bei 24 Anzeigen	15 %	bei 24 Seiten	20 %

## 12 Kombinationen: –

## 13/14 Einhefter/Beilagen:

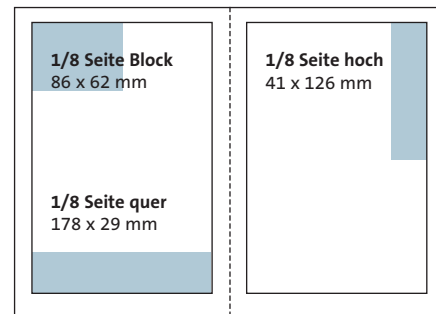
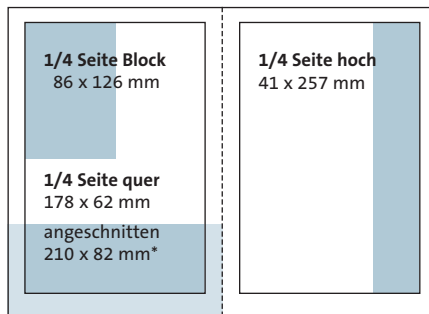
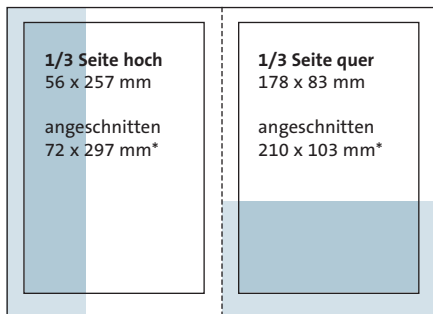
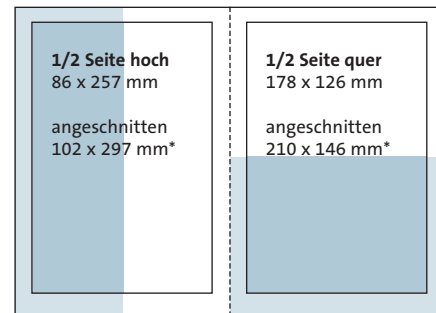
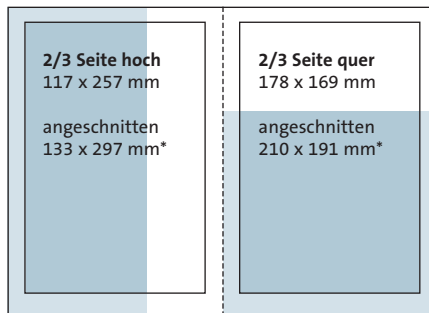
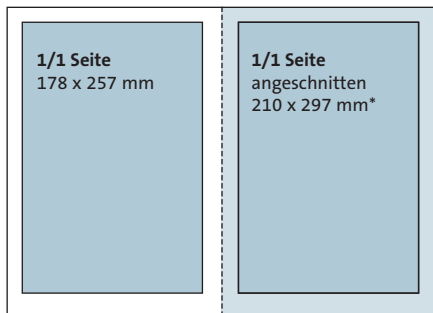
Einhefter:	4-seitig Unbeschnittenes Format: 216 mm x 303 mm Weitere Umfänge gerne auf Anfrage.	€ 2.397,00
Beilagen:	bis 25 g Weitere Umfänge und Gewichte gerne auf Anfrage	€ 919,00

## 15 Aufgeklebte Werbemittel: –

## 16 Lieferanschrift:

für Einhefter, Beilagen:  
AZ Druck und Datentechnik GmbH  
Heisinger Straße 16  
D-87437 Kempten  
mit Vermerk für „EID-Nr. ...“  
Anlieferung frei Haus, spätestens Mittwoch vor Erscheinen.

EID Energie Informationsdienst GmbH, Banksstr. 4, 20097 Hamburg, Telefon (040) 30 37 35-0, Telefax (040) 30 37 35 35



■ Satzspiegelformate    ■ Anschnittformate

Zeitschriftenformat: DIN A4, 210 mm breit, 297 mm hoch

\*Anschnittformate zzgl. 3 mm Beschnitt

**Unser Onlineangebot**

[www.eid-aktuell.de](http://www.eid-aktuell.de)

**Das richtungsweisende Medium der Energiewirtschaft online**

**Übersichtlich** und anwenderfreundlich gestaltet, bietet [www.eid-aktuell.de](http://www.eid-aktuell.de) seiner exklusiven Zielgruppe alle Qualitäts-Inhalte des EID – zusammen mit den Daily News, ein unverzichtbarer Wissensvorsprung für die Nutzer.

**Das Besondere:** Uneingeschränkter Zugang erhalten nur Abonnenten, also die Top-Entscheider der Energiewirtschaft. Diese Exklusivität ist ein großer Vorteil für Anzeigenkunden, da Werbeanzeigen besser wahrgenommen werden.

**Die Zielgruppe:** Die Abonnenten des EID, das sind die Entscheider aus der Energiewirtschaft, deren Zulieferfirmen, Finanz- und Beratungsinstitute, Energieverbraucher aus Industrie und Gewerbe sowie Entscheider aus Verwaltung und Politik.



**Der EID-Newsletter:** Der wöchentliche Newsletter für Energieentscheider mit einem Überblick über die Energieereignisse der Woche und News.

**Banneranzeigen:**

Werbeform	Position	Platzierung	Format in Pixel (Breite x Höhe)	Preis (pro Woche)
Fullsizebanner (= Headbanner)	Mitte oder oben	Alle Rubriken oder Homepage	468 x 60	Euro 260,00
Leaderboard od. Superbanner	Mitte	Nur Homepage Exklusiv	949 x 100	Euro 510,00
Button (Rectangle)	links oder rechts	Alle Rubriken oder Homepage	290 x 75	Euro 155,00
Content Ad		Innerhalb jedes Artikels	bis max. 320 x 250	Euro 470,00
Skyscraper	rechts außen	Alle Rubriken oder Homepage	160 x 600	Euro 490,00

**Sonderwerbeformen:**

Werbeform	Laufzeit	Leistung	Platzierung
WebVideo	1 Jahr 1 Monat	1 Video Microsite + 1 Video	Rubrik/Artikel Microsite, Hinweis auf der Homepage
Microsite	1 Monat		Microsite, Hinweis auf der Homepage

Preise auf Anfrage

**Rabatte:**

**Staffelpreise für Online-Schaltungen**

4 Wochen	5 %
8 Wochen	10 %
12 Wochen	15 %

Rabatt gilt bei Schaltung innerhalb von 12 Monaten auf den Grundpreis

**Newsletteranzeigen:**

Werbeform	Position	Platzierung	Format in Pixel (Breite x Höhe)	Preis/Monat
Fullsizebanner			468 x 60	Euro 272,00
Text-Ad			350 Zeichen	Euro 272,00
Rectangle			320 x 250	Euro 364,00

**Newsletter-Abonnenten Juni 2017:** 881

**Sonderwerbeform:** Infoletter/Stand alone Newsletter 900,00 Euro

**Zugriffskontrolle:**

**Zugriffe (pro Monat):** Pageimpressions\* (bereinigt, ohne Suchmaschinen) 18.152  
Unterschiedliche Besucher 4.333  
\* Monatsdurchschnitt 01-06/2017

**Datenanlieferung:**

mindestens 1 Woche vor Schaltbeginn per E-Mail an [heike.sauer@eid.de](mailto:heike.sauer@eid.de)

**Dateiformate:**

(animiertes) GIF-Format, JPG, Flash-, HTML-, DHTML-Banner, Bilddateien bzw. Grafikdateien (auch Banner) immer als RGB (Farbschema). Maximale Dateigröße 50 KB

Die angegebene Dateigröße ist eine Maximalgröße und versteht sich als die Gesamtsumme aller Daten, die das Werbemittel definieren (inkl. nachzuladende Dateien, Sniffer Code, Bilder, Flash, etc.). Keine Flashformate im Newsletter möglich.

**Externer AdServer-Einsatz:** OpenAdstream von RealMedia

**Crossmediapakete:**

Speziell auf Ihr persönliches Marketingziel abgestimmte preisgünstige Angebote aus Print- und Online-Werbung. Die Crossmedia-Angebote bestehen z.B. aus Printanzeige, Microsites und Banner. Lassen Sie sich ein Angebot geben.

EID Energie Informationsdienst GmbH, Banksstr. 4, 20097 Hamburg, Telefon (0 40) 30 37 35-0, Telefax (0 40) 30 37 35 35

 Print-Ausgaben
 E-Paper only-Ausgaben

Monat	Ausgabe	Erscheinungstermin	Anzeigenschluss	Allgemeintemen	Themenschwerpunkte/ Veranstaltungsberichte	Specials	Auslagen, Sonderversände
Januar	01/18	02.01.2018	19.12.2017	Raffineriemargen (4-wöchentlich)	Gaspreise für Haushalte und Industrie: Analyse und Ausblick		EID-Branchenversand "Stadtwerke"
	02/18	05.01.2018	02.01.2018				
	03/18	15.01.2018	08.01.2018		Vorbericht "Handelsblatt"-Jahrestagung "Energiewirtschaft 2018"		Auslage bei der "Handelsblatt"-Jahrestagung "Energiewirtschaft 2018"
	04/18	19.01.2018	15.01.2018				
	05/18	29.01.2018	22.01.2018		Berichterstattung "Handelsblatt"-Jahrestagung "Energiewirtschaft 2018" // Vorbericht E-world 2018		Auslage bei der E-world 2018
Februar	06/18	02.02.2018	29.01.2018				
	07/18	12.02.2018	29.01.2018		Tankstellen-Special I	Auslagen bei der UNITI-Wintertagung, dem EID Kraftstoff-Forum, der UNITI expo EID-Branchenversand Tankstellenmarkt	
	08/18	16.02.2018	12.02.2018				
	09/18	26.02.2018	19.02.2018				Auslage bei dem BDEW-Kongress Treffpunkt Netze 2018
März	10/18	02.03.2018	26.02.2018	wöchentliche Ölpreisbericht- erstattung mit eigenen Umfragen			
	11/18	12.03.2018	05.03.2018				
	12/18	16.03.2018	12.03.2018				
	13/18	26.03.2018	19.03.2018		Gaspreise für Haushalte und Industrie: Analyse und Ausblick		EID-Branchenversand "Stadtwerke"
	14/18	29.03.2018	26.03.2018				
April	15/18	09.04.2018	02.04.2018	exklusive Über- sichten über Gas-, Strom- und Kohlepreise		Stadtwerke-Special	Auslage bei der Euroforum-Jahrestagung "Stadtwerke 2018", EID-Branchenversand "Stadtwerke"
	16/18	13.04.2018	09.04.2018				
	17/18	23.04.2018	16.04.2018		Strom im Wärmemarkt		EID Branchenversand Wohnwirtschaft
	18/18	27.04.2018	23.04.2018				
Mai	19/18	07.05.2018	30.04.2018	aktuelle Unternehmens- berichterstattung	Berichterstattung Hannover Messe		Auslage bei den Berliner Energietagen, Auslage bei der Handelsblatt-Jahrestagung digitale Energiewirtschaft 2018
	20/18	11.05.2018	07.05.2018		Industrierausgabe		EID-Branchenversand "Energieintensive Industrie"
	21/18	22.05.2018	14.05.2018				
Juni	22/18	25.05.2018	22.05.2018	Hintergrund- berichte zu wichtigen Entwicklungen auf dem Energemarkt			Auslage bei dem BDEW Kongress 2018
	23/18	04.06.2018	28.05.2018				
	24/18	08.06.2018	04.06.2018				
	25/18	18.06.2018	11.06.2018		Gaspreise für Haushalte und Industrie: Analyse und Ausblick		EID-Branchenversand "Stadtwerke"
	26/18	22.06.2018	18.06.2018		Industrierausgabe		EID-Branchenversand "Energieintensive Industrie"
Juli	27/18	02.07.2018	25.06.2018	Personalien			
	28/18	06.07.2018	02.07.2018				
	29/18	16.07.2018	09.07.2018				
	30/18	20.07.2018	16.07.2018				
	31/18	30.07.2018	23.07.2018				
	32/18	03.08.2018	30.07.2018			Tankstellen-Special II	EID-Branchenversand "Tankstellenmarkt"
August	33/18	13.08.2018	30.07.2018	Veranstaltungen			Auslage beim 13. "Dt. Energiekongress"
	34/18	17.08.2018	13.08.2018				
	35/18	27.08.2018	20.08.2018				
	36/18	31.08.2018	27.08.2018				
September	37/18	10.09.2018	03.09.2018	Veranstaltungen			Auslage beim VKU Stadtwerkekongress 2018
	38/18	14.09.2018	10.09.2018				
	39/18	24.09.2018	17.09.2018		Gaspreise für Haushalte und Industrie: Analyse und Ausblick		EID-Branchenversand Stadtwerke
	40/18	28.09.2018	24.09.2018				
Oktober	41/18	08.10.2018	01.10.2018	Veranstaltungen		Öl- und Gasförderung-Special	EID-Branchenversand
	42/18	12.10.2018	08.10.2018				
	43/18	22.10.2018	15.10.2018				EID Branchenversand Energieversorger Österreich/Schweiz
	44/18	26.10.2018	22.10.2018				
November	45/18	05.11.2018	29.10.2018	Veranstaltungen	Industrierausgabe		EID-Branchenversand "Energieintensive Industrie", Auslage bei der VIK-Jahrestagung 2018
	46/18	09.11.2018	05.11.2018				
	47/18	19.11.2018	12.11.2018				Auslage bei der gat 2018
	48/18	23.11.2018	19.11.2018				
Dezember	49/18	03.12.2018	26.11.2018	Veranstaltungen			
	50/18	10.12.2018	26.11.2018			EID-Chronik - Das Energiejahr 2018	
	51/52/18	17.12.2018	10.12.2018				

Weitere Auslagen auf Anfrage

EID Energie Informationsdienst GmbH, Banksstr. 4, 20097 Hamburg, Telefon (040) 30 37 35-0, Telefax (040) 30 37 35 35

## Stadtwerke-Special 2018



### Stadtwerke-Special 2018

Erscheinungstermin:  
09.04.2018

Anzeigenschluss:  
02.04.2018

### EID Stadtwerke-Special – Fit für die Zukunft

Das EID Stadtwerke-Special zeigt die neuesten Entwicklungen im Strom- und Gasmarkt auf. Hier werden die Themen behandelt, die den Stadtwerken wirklich am Herzen liegen. Auf über 30 Seiten ergründen Analysen, Interviews und Hintergrundberichte die Chancen und Risiken der neuen Marktprozesse. Unser unabhängiger Blickwinkel und die fundierte Berichterstattung helfen den Lesern, den eigenen Standpunkt in diesen bewegten Zeiten besser zu bestimmen. Ein unschätzbare Informationsvorsprung für die Leser.

### Das EID Stadtwerke-Special bietet:

- mehr Beachtung durch kontroverse und zukunftsgerichtete Themen
- mehr Langzeitwirkung, da die Berichte Lektüre über den Erscheinungstag hinaus sind
- mehr Reichweite durch eine attraktive Zusatzverbreitung
- zielgenaue Ansprache der Entscheider der Branche
- ein aufmerksamkeitsstarkes Umfeld



## Tankstellen-Special I 2018

### Tankstellen-Special II 2018



#### Tankstellen-Special I

Erscheinungstermin:  
12.02.2018  
Anzeigenschluss:  
29.01.2018

#### Tankstellen-Special II

Erscheinungstermin:  
13.08.2018  
Anzeigenschluss:  
30.07.2018

#### EID Tankstellen-Special – Kompetenz mit Tradition

Bereits 1962 startete der EID seine exklusive Tankstellenumfrage, in der die Zahl der bundesweiten Stationen nach Marken und Gesellschaften aufgeschlüsselt werden. Bis heute ist diese Umfrage einmalig für Deutschland und eine unerlässliche Informationsquelle für die gesamte Tankstellenbranche. Auf über 30 Seiten zeigen Analysen, Interviews und Hintergrundberichte zu Tankstellen-Marktentwicklungen die aktuellsten Trends auf. Das exklusive EID-Special wird branchenweit seit Jahren geschätzt, intensiv ausgewertet und archiviert. Hier erreichen Sie zielgenau die Entscheider der Branche.

#### Das EID Tankstellen-Special bietet:

- ein aufmerksamkeitsstarkes Umfeld mit langer Haltbarkeit und ohne Streuverluste
- mehr Reichweite durch eine attraktive Zusatzverbreitung (z.B. Versand-Aktionen und Auslage bei renommierten Veranstaltungen der Branche)
- verstärkter Einzelverkauf, das Special bietet Themen, auf die nicht nur Stammleser zugreifen
- eine erhöhte Auflage (2.000 Exemplare)

## EID-Chronik 2018



### EID-Chronik – Das Energiejahr 2018

Erscheinungstermin:  
10.12.2018

Anzeigenschluss:  
26.11.2018

### Das Energiejahr 2018 – Die EID-Chronik

Die EID-Chronik bietet einen schnellen und kompakten Überblick über alle wichtigen Energieereignisse des Jahres. Im praktischen Supplement-Format, übersichtlich nach Monaten strukturiert sowie kurz und prägnant geschrieben, ist die Chronik ideal, um Fakten nachzuschlagen, das Geschehen einzuordnen und Entwicklungen zu verfolgen. Ein unschätzbares Nachschlagewerk für die Leser.

Die Chronik, die der EID jetzt im 13. Jahr herausgibt, wird von unseren Abonnenten sehr geschätzt und das ganze Jahr über genutzt.

#### Die EID-Chronik bietet:

- Präsenz das ganze Jahr über
- zielgenaue Ansprache der Entscheider der Branche
- mehr Reichweite durch einen verstärkten Einzelverkauf
- ein aufmerksamkeitsstarkes Umfeld

## Schwerpunkt Energieintensive Industrie 2018



### Erscheinungstermine 2018

#### EID 21/2018

Erscheinungstermin:  
22.05.2018

Anzeigenschluss:  
14.05.2018

#### EID 27/2018

Erscheinungstermin:  
02.07.2018

Anzeigenschluss:  
25.06.2018

#### EID 45/2018

Erscheinungstermin:  
05.11.2018

Anzeigenschluss:  
29.10.2018

## Schwerpunktausgaben Energieintensive Industrie 2018

Auch 2018 erscheinen wieder drei EID-Schwerpunktausgaben Energieintensive Industrie, die sich speziell an unsere Lesergruppe aus diesem Bereich richten und mit einer Auflage von 5.400 Exemplaren eine große Reichweite bietet.

Wettbewerbsrelevante Themen dieser Industrie wie Energieeffizienz, Eigenerzeugung (sowie Speicher- und Flexibilitätsvermarktung), Energiekosten und Emissionshandel sind Kernkompetenzen des EID. Nutzen Sie dieses besondere redaktionelle Umfeld mit dem hohen Leser-Nutzen und der zielgruppengenaue Ansprache für Ihre Werbung.

Anzeigenpreise: (Größe und Formate wie EID-Normalausgaben, siehe Seite 3)

Anzeigengröße	Formate (Breite x Höhe in mm)		Preise inkl. Farbzuschläge in €
	im Anschnitt (zzgl. 3 mm Beschnitt)	Satzspiegel	
1/1 Seite	210 x 297	178 x 257	3.065,00
1/2 Seite (quer/hoch)	210 x 146/102 x 297	178 x 126/86 x 257	1.695,00
1/3 Seite (quer/hoch)	210 x 103/72 x 297	178 x 83/56 x 257	1.433,00
1/4 Seite (quer/hoch)	210 x 82 / –	178 x 62/41 x 257	1.045,00

**17 Auflagen-Analyse:** Exemplare pro Ausgabe im geplanten Jahresdurchschnitt (1. Juli 2016 – 30. Juni 2017)

<b>Druckauflage:</b>	1.066		
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):</b>	974	davon Ausland:	39
<b>Verkaufte Auflage:</b>	865	davon Ausland:	39
– Abonnierte Exemplare:	865	davon Mitgliederstücke:	0
– Sonstiger Verkauf:	–		
<b>Freistücke:</b>	109		
<b>Rest-, Archiv- und Belegexemplare:</b>	92		

**18 Geographische Verbreitungs-Analyse:**

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	96,0	935
Ausland	4,0	39
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)</b>	<b>100,0</b>	<b>974</b>

## 19 Branchen/Wirtschaftszweige/Fachrichtungen/Berufsgruppen

Empfängergruppen	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
<b>Energiewirtschaft</b>	93,5	911
– Mineralöl		
– Strom		
– Gas		
– Erneuerbare Energien		
– Kohle		
Dienstleistung, Energieberatung, Verbände, Verwaltung + Politik	5,0	49
Sonstige	1,5	14
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)</b>	<b>100,0</b>	<b>974</b>

## 21 Tätigkeitsmerkmal: Aufgabenbereich

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
<b>Unternehmensleitung</b>	81,4	793
<b>Abteilungs- und Bereichsleitung</b> aus den Bereichen: Einkauf, Unternehmensentwicklung, Pricing, kaufm. Abteilungen	17,4	169
Sonstige	1,2	12
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)</b>	<b>100,0</b>	<b>974</b>

## 21.2 Tätigkeitsmerkmal: Stellung (Position) im Betrieb

22 Bildung/Ausbildung: Berufliche Stellung

23 Alter

24 Gemeindegrößenklassen

} Nicht erhoben, weil der Nutzungswert dieser Fachzeitschrift beim Empfänger hiervon nicht abhängig ist.

## 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. Diese AGB gelten sinngemäß für Beilagenaufträge. Diese werden vom Verlag grundsätzlich erst nach Vorlage und Prüfung eines Modells angenommen.

### § 2 Angebot, Vertragsschluss

1. Abschluss im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist ein Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen, Fremdbeilagen oder sonstiger Werbemittel eines Werbungstreibenden oder sonstigen gewerblichen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.

2. Aufträge für Werbemittel können persönlich, telefonisch, schriftlich, per Telefax, per E-Mail oder per Internet aufgegeben werden. Der Verlag haftet nicht für Übermittlungsfehler.

3. Die Aufträge kommen erst durch die schriftliche Auftragsbestätigung des Verlages zustande. Es gilt jeweils die im Zeitpunkt der Auftragserteilung gültige Preisliste.

4. Der Verlag ist berechtigt, Aufträge, auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Gesamtabschlusses, nach pflichtgemäßem Ermessen abzulehnen. Dies gilt insbesondere, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder vom deutschen Presse- oder Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde, deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines redaktionellen Beitrags erwecken 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 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 Draw, QuarkPress, 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 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 konnte. Der Verlag behält sich zudem Preisnachlässe vor, wenn beim Verlag weiteren Schäden verursacht. Für erkennbar ungenügende oder beschädigte Vorlagen ordnet der Verlag unverzüglich Ersatz an. Vorlagen werden nur auf besondere Aufforderung an den Auftraggeber zurückgesandt; andernfalls gelten sie in das Eigentum des Verlages über. Die Pflicht zur Aufbewahrung aller zugesandten Unterlagen endet drei Monate nach Veröffentlichung des jeweiligen Auftrags.

3. Kosten für die Anfertigung bestellter Vorlagen, Filme oder Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen trägt der Auftraggeber.

4. Probebezüge 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 Erreichen mit dem Verlag abzustimmen. Textzeilenanzahl müssen sich schon durch die Grundrisschrift vom redaktionellen Text unterscheiden. Der Verlag ist berechtigt, Werbemittel, die nicht an die Maße zu erkennen sind, dem Auftraggeber 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 Einschreibebestellungen handelt). Eine Gewähr für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Offerten übernimmt der Verlag jedoch nicht.

8. Die in der Preisliste ausgenannten Anzeigenschlüsse und Erscheinungstermine sind für den Verlag unverbindlich. Dem Verlag steht es frei, diese künftig dem Produktionsablauf entsprechend anzupassen.

9. Aufträge können nur schriftlich, spätestens zum Anzeigenschlusstermin, und schriftlich, per Telefax oder E-Mail gekündigt werden. Ist die Anzeige bereits in Druck gegeben, hat der Auftraggeber die Anzeige zu bezahlen. Ansonsten kann der Verlag die Erstattung der bis zur Kündigung angefallenen Kosten nach den gesetzlichen Vorschriften verlangen.

10. Der Auftraggeber ist für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit des Werbemittels verantwortlich. Er stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter wegen der Veröffentlichung des Werbemittels frei, einschließlich der angemessenen Kosten zur Rechtsverteidigung. Der Verlag ist nicht zur Prüfung verpflichtet, ob ein Werbemittel die Rechte Dritter beeinträchtigt. Wird der Verlag durch gerichtliche Entscheidung (z. B. zum Abdruck einer Gegendarstellung oder Berichtigung aufgrund des geschalteten Werbemittels verpflichtet, hat der Auftraggeber diese Veröffentlichung nach der gültigen Preisliste zu bezahlen.

11. Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen gegenüber den Werbungstreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Vermittlungsprovision errechnet sich aus dem Kundenkonto, also nach Abzug von Rabatt, Boni und Mängelanzahl. Die Vermittlungsprovision fällt nur bei Vermittlung von Aufträgen Dritter an. Sie wird nur an vom Verlag anerkannte Werbeagenturen und Verwalter der Veräußerung, die als Auftraggeber tätig sind, und nicht an den Auftraggeber, wenn dieser die Aufträge selbst aufträgt und druckreifen Druckunterlagen obliegt und eine Gewerbebeimlegung 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 ihrer Rechnung erteilt. Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt 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 Mandatsnachsatz zu verlangen.

### § 4 Preise, Zahlungsbedingungen, Preisminderung

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

2. Die in der Preisliste bezeichneten Nachlässe werden nur dem Auftraggeber und nur für die innerhalb eines Jahres geschalteten Werbemittel gewährt („Anzeigenjahr“). Wiederholungsrabatte gelten nur innerhalb eines Anzeigenjahres. Die Frist beginnt mit der Schaltung des ersten Werbemittels, wenn nicht anders vereinbart.

3. Bei Erwerbung des Auftrages entsteht ein Anspruch auf rückwirkendes 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 er zu viel gewährte Preisnachlässe nachträglich in Rechnung gestellt.

4. Auftragsrechnungen sind innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung laufenden Frist zu bezahlen, sofern nichts anderes vereinbart ist. Die sog. Pre-Notifikationsfrist nach der SEPA-Basislastschrift ist auf vier drei Tage verkürzt. Mahn- und Inkassokosten, die durch Zahlungsverzug entstehen, trägt der Auftraggeber. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung eines laufenden Auftrags bis zur Bezahlung zurückstellen und Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Gesamtabschlusses das Erscheinen weiterer Werbemittel abweichend von einem vereinbarten Zahlungsschema 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 zur Stelle der 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 Nachrechnung der Mehrwertsteuer berechtigt, wenn die Finanzverwaltung die Steuerpflicht des Anzeigenauftrags bejaht.

7. Aus einer Auftragsänderung kann bei einem Abschluss über mehrere Werbemittel ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Schaltung beginnenden Anzeigenjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder – falls eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittliche verkaufte (falls keine verkaufte vorhanden, die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auftragsänderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigter Mangel, wenn eine Auflage um mindestens 20 v. H. unterschritten wird.

Darüber hinaus sind bei Abschluss Preisminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen des Werbemittels vom Vertrag zurücktreten konnte.

Derartige Minderungsansprüche von Kaufleuten als Auftraggeber verjähren 12 Monate nach Veröffentlichung des Werbemittels.

### § 5 Mängelabwehligung

1. Annahmen 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 vom Auftraggeber bei offensichtlichen Mängeln spätestens innerhalb von zwei Wochen nach Eingang der Rechnung geltend gemacht werden. Nicht offensichtliche Mängel muss der Auftraggeber spätestens sechs Monate nach Veröffentlichung der entsprechenden Druckschrift reklamieren. Bei fehlerhafter Wiedergabe des Werbemittels – trotz rechtzeitiger Lieferung einwandfreier Vorlagen und rechtzeitiger Klamation – kann der Auftraggeber eine einwandfreie Nachschaltung (Nacherefüllung) verlangen, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Der Anspruch auf Nacherfüllung ist ausgeschlossen, wenn dies für den Verlag mit unverhältnismäßigen Kosten verbunden ist. Lässt der Verlag eine ihm gesetzte angemessene Frist verstreichen, verweigert er die Nacherfüllung, ist die Nacherfüllung dem Auftraggeber nicht zumutbar oder schlägt sie fehl, so hat der Auftraggeber das Recht, vom Verlag zurückzutreten oder die Zahlungsminderung in dem Ausmaß geltend zu machen, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Bei unwesentlichen Mängeln ist der Rücktritt ausgeschlossen. Gewährleistungsansprüche von Kaufleuten verjähren 12 Monate nach ...

4. Sind Mängel bei den Vorlagen nicht sofort, sondern erst bei der Verarbeitung erkennbar, so hat der Auftraggeber dadurch entstehende Mehrkosten oder Verluste bei der Herstellung zu tragen. Sind Mängel bei den Vorlagen nicht offenkundig, so hat der Auftraggeber bei ungenügender Veröffentlichung keine Ansprüche. Das Gleiche gilt bei Fehlern in wiederholten Werbeschaltungen, wenn dem Auftraggeber nicht rechtzeitig vor Veröffentlichung der nächstfolgenden Werbeschaltung auf den Fehler hinweist.

5. Für vom Auftraggeber bereitgestellte Material (Einhefter, Beilagen etc.) übernimmt der Verlag keine Gewähr für die Richtigkeit der als geliefert beschriebenen 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. Haftung der Verlag dem Grunde nach, ist der Schadensersatzanspruch auf den vorhersehbaren Schäden begrenzt. Diese Haftungsbegrenzung umfasst den Schaden aus dem vorsätzlichen oder grob fahrlässigen Handeln des Verlags, seiner Vertreter oder Erfüllungsgehilfen verursacht wurde oder nach dem Produkthaftungsgesetz begründet ist oder sich aus der Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit ergibt. Soweit die Haftung des Verlags ausgeschlossen ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung seiner Mitarbeiter, Vertreter, Organe und Erfüllungsgehilfen. Alle Schadensersatzansprüche gegen den Verlag verjähren in zwölf Monaten nach dem Zeitpunkt, in dem der Auftraggeber von dem Anspruch begründenden Umständen Kenntnis erlangt hat oder hätte erlangen müssen.

2. Der Verlag wird im Falle höherer Gewalt und bei vom Verlag unverschuldeter 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 Zuganglichmachen, 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 Hinsichten zeitlich eingetraumt 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 Auftragsdatenbitulle der elektronischen Datenverarbeitung nach den gesetzlichen Bestimmungen des Bundesdatenschutzgesetzes. Der Verlag ist berechtigt, Mitarbeiterbeurteile und vergleichbar relevante Daten des Auftraggebers auf Produktebene zur Veröffentlichung an Unternehmen weiterzuleiten, die sich mit der Erhebung und Auswertung solcher Informationen beschäftigen. Diese Daten werden dort aggregiert und in anonymisierter Form in den Markt kommuniziert.

### § 9 Erfüllungsort, Gerichtsstand

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

### Stand: Juli 2017

Rainer Wiek  
Chefredaktion  
Tel.: 0 40 / 30 37 35-0  
Fax: 0 40 / 30 37 35-35  
E-Mail: [rainer.wiek@eid.de](mailto:rainer.wiek@eid.de)

Heike Sauer  
Anzeigenverkaufsleitung  
Tel.: 0 40 / 30 37 35-13  
Fax: 0 40 / 30 37 35-35  
E-Mail: [heike.sauer@eid.de](mailto:heike.sauer@eid.de)

Kirsten Striedieck  
Vertriebsleitung  
Tel.: 0 40 / 30 37 35-15  
Fax: 0 40 / 30 37 35-35  
E-Mail: [kirsten.striedieck@eid.de](mailto:kirsten.striedieck@eid.de)