



www.gefahrgut-online.de

MEDIADATEN 2011

Das Magazin für die Gefahrgut-Praxis

Weitere Mediainformationen erhalten Sie unter www.mediacentrum.de





Sehr geehrte Geschäftspartner,

seit fast 20 Jahren berichtet Gefahr/gut, als verkaufsstärke deutsche Zeitschrift der Branche, monatlich aus der Welt der Gefahrgutlogistik.

Praxiswissen Was sich im Gefahrguttransport, im Gefahrstoff-handling, bei der Ladungs- und Arbeitssicherheit, in der Aus- und Weiterbildung sowie bei den aktuellen Vorschriften und geplanten

rechtlichen Änderungen bewegt – Gefahr/gut-Leser erfahren es jeden Monat aus ihrem Branchenblatt. Diese von Experten und erfahrenen Praktikern aufbereiteten Informationen helfen, die Arbeit der Gefahrgutverantwortlichen sicher und effizient zu gestalten. Gefahr/gut stellt Lösungen und Innovationen vor, die für die Unternehmen vor Ort noch mehr Sicherheit bedeuten.

Zusatznutzen Specials zu einzelnen Themenkreisen der Gefahrgutlogistik, auch in englischer Sprache, geografische Übersichtskarten und auch das Who is Who Gefahr/gut runden das Informationspaket auf der Printseite ab. Gefahr/gut-Leser schätzen diese Produkte als nachhaltige Informations- und Nachschlagemöglichkeiten.

Online-Welt Jedem Abonnenten der Gefahr/gut stehen unter www.gefahr-gut-online.de exklusive Informationsmöglichkeiten zur Verfügung. Die Gefahr/gut-Datenbank beispielsweise stellt ein in der Branche herausragendes Tool dar. Der Gefahr/gut-Newsletter ergänzt wöchentlich das Online-Angebot mit wichtigen Fachinformationen aus Wirtschaft und Politik.

Birgit Bauer
Chefredakteurin Gefahr/gut

Gefahr/gut – aktuell und informativ

Das sind die Eigenschaften, mit denen unsere Leser die Gefahr/gut beschreiben. Zur Zielgruppe zählen Gefahrgutbeauftragte, beauftragte Personen und Unternehmer für Gefahrguttransporte in Transportunternehmen des Güterverkehrs sowie Verantwortliche für Arbeitssicherheit.

Monat für Monat werden entscheidungsrelevante Nachrichten und nutzwertorientierte Rechtsthemen kompetent aufbereitet und präsentiert. Und genau dieser Themenmix überzeugt die Leser.

Gefahr/gut – das Magazin mit der höchsten verkauften Auflage im Markt der deutschsprachigen Gefahrgutzeitschriften*:

5.218 Exemplare verbreitete Auflage*

2.290 Exemplare verkaufte Auflage*

91 % Aboanteil an der verkauften Auflage

**Damit ist Gefahr/gut der verkaufstärkste
Titel der Branche.**

Wie intensiv wird Gefahr/gut gelesen

| | |
|-----------------------------------|--------------------------------------|
| Durchschnittliche Lesedauer: | 46 Minuten |
| Geschätzte Anzahl weiterer Leser: | 2,2 weitere Leser pro Ausgabe |
| Reichweite pro Ausgabe: | 16.697 Leser* |
| Seitenkontaktchance: | 76 % |

Die Zahlen beweisen: Gut recherchierte Artikel und hohe Nutzwertigkeit kommen bei den Führungskräften der Gefahrgutbranche gut an. Das Magazin wird intensiv gelesen und es entsteht eine ausgeprägte Leser-Blatt-Bindung.

Anzeigennutzung



**Mit einer Insertion in der Gefahr/gut erzielen Sie wertvolle Kontakte
in Ihrer Branche.**

* IVW, II. Quartal 2010

Auszüge aus der Leserstrukturanalyse 2010/TNS Emnid, Bielefeld

* Leser x verbreitete Auflage IVW, II. Quartal 2010

Wie wird Gefahr/gut bewertet

Die Leser haben Vertrauen in Gefahr/gut und die erbrachte redaktionelle Qualität; das wird bei der Empfehlungsrate von 97 % klar deutlich.

Titelprofil



Die Branchen der Leser

77 % aller Leser kommen aus den Wirtschaftszweigen Transport, Industrie und Handel, wobei die chemische Industrie innerhalb des Bereiches Industrie die größte Rolle spielt.

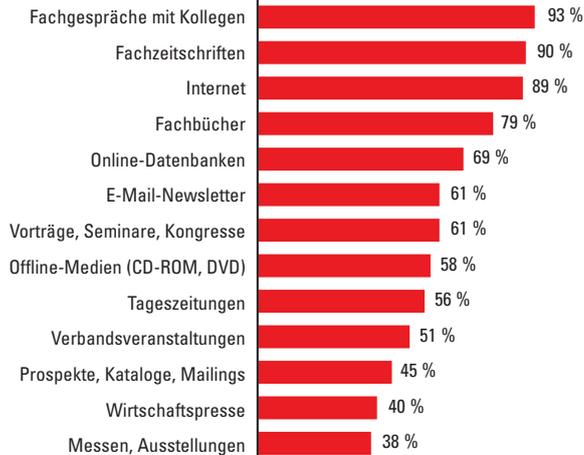
Branchen



Welche Informationsquellen nutzen die Leser

90 % unserer Leser nutzen Fachzeitschriften regelmäßig für ihre berufliche Praxis. Das Internet bzw. die Online-Datenbank der Gefahr/gut wird besonders bei gefahrtutrelevanten Spezial-Informationen intensiv genutzt. Und mit diesem Service sind 89 % aller Leser „sehr zufrieden“ bzw. „zufrieden“:

Genutzte Informationsquellen



Nutzung E-Mail-Newsletter

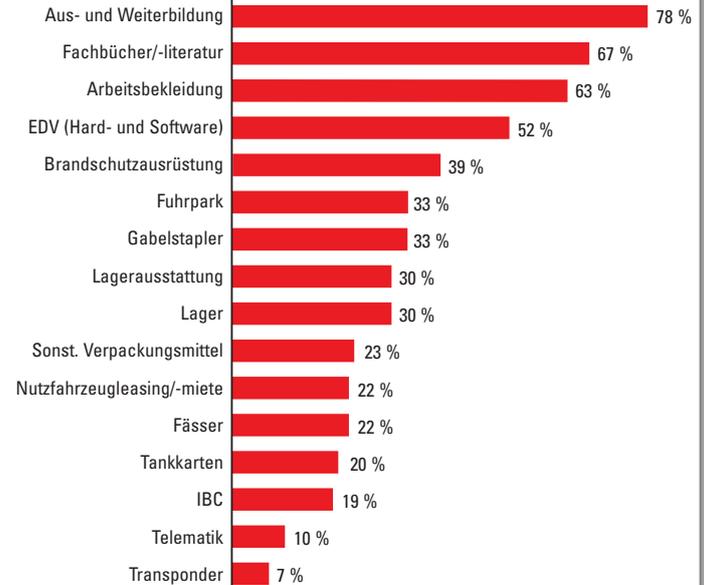
2004: 42 %
2010: **61 %**

Nutzung Internet

2004: 80 %
2010: **89 %**

Investitionsschwerpunkte der Leser

Geplante kurze und mittelfristige Investitionen



1 Kurzcharakteristik:

Zielgruppen von Gefahr/gut sind Gefahrgutbeauftragte, Verantwortliche für Arbeitssicherheit sowie beauftragte Personen, Unternehmer und Versandleiter in Transport- und Verkehrsunternehmen, im Werkverkehr und in der Lagerlogistik der chemisch-pharmazeutischen und Mineralölindustrie, des Chemiegroßhandels sowie des verarbeitenden Gewerbes. Ihnen ist gemeinsam, dass sie eine entscheidende oder maßgeblich beratende Position einnehmen. Die praxisbezogene Berichterstattung umfasst alle gefahrgut- und gefahrstoffrelevanten Bereiche – von der Herstellung bis zur Entsorgung. Gefahr/gut informiert als Print-Online-Paket, bestehend aus der Zeitschrift, zahlreichen Zusatzheften, dem Internetauftritt, der Datenbank und dem Newsletter breit gefächert aus der Welt der Gefahrgutlogistik.

2 Erscheinungsweise: monatlich

3 Jahrgang: 19. Jahrgang 2011

4 Web-Adresse (URL): www.gefahrgut-online.de

5 Mitgliedschaften: –

6 Organ: –

7 Herausgeber: –

8 Verlag: Verlag Heinrich Vogel
Springer Fachmedien München GmbH

Postanschrift: 81664 München

Hausanschrift: Aschauer Str. 30, 81549 München

Telefon: (0 89) 20 30 43-0

Telefax: (0 89) 20 30 43-23 98

Internet: www.mediacentrum.de

E-Mail: anzeigen-vhv@springer.com

9 Redaktion:

Chefredakteurin: Birgit Bauer
birgit.bauer@springer.com

10 Anzeigen:

Gesamtanzeigenleiterin: Jutta Rethmann

Anzeigenleiter: Matthias Piro

11 Vertrieb:

Vertriebsservice, Verlag Heinrich Vogel

Telefon: (0 89) 20 30 43-11 00

E-Mail:

vertriebsservice@springer.com

12 Bezugspreis:

Jahresabonnement (Fachinformationspaket mit Gefahrgutdatenbank und Online-Premium-Dienst)

Inland: € 189,00 inkl. Versand und 7 % MwSt.

Europäisches Ausland: € 201,00 inkl. Versand und 7 % MwSt.

Einzelverkaufspreis: € 11,50 inkl. 7 % MwSt., zzgl. Versand € 1,90

13 ISSN:

0944-6117

14 Umfangs-Analyse:

2009 = 12 Ausgaben

Format der Zeitschrift: 210 mm (B), 279 mm (H)

Gesamtumfang: 572 Seiten = 100,0 %

Redaktioneller Teil: 401 Seiten = 70,1 %

Anzeigenteil: 171 Seiten = 29,9 %

davon

Stellen- und Gelegenheitsanzeigen: 24 Seiten = 14,0 %

Einhefter/Durchhefter: - Seiten = 0,0 %

Verlagseigene Anzeigen: 46 Seiten = 26,9 %

Beilagen: 7 Stück

15 Inhalts-Analyse Redaktion:

–

16 Auflagenkontrolle:

17 Auflagen-Analyse: Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt

01. Juli 2009 – 30. Juni 2010

Druckauflage: 5.707

Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):

5.416 davon Ausland: 180

Verkaufte Auflage:

2.313 davon Ausland: 111

- Abonnierte Exemplare 2.113 davon Mitgliederstücke -

- Einzelverkauf -

- Sonstiger Verkauf 200

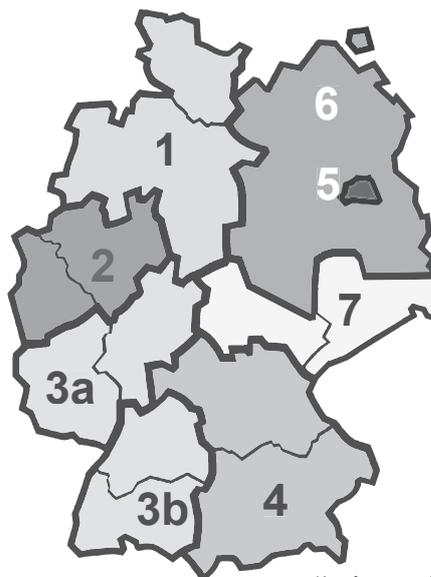
Freistücke: 3.103

Rest-, Archiv- und Belegexemplare:

291

18 Geographische Verbreitungsanalyse:

| Wirtschaftsraum | Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage | |
|---------------------------------|--|--------------|
| | % | Exemplare |
| Inland | 96,7 | 5.236 |
| Ausland | 3,3 | 180 |
| Tatsächl. verbr. Auflage | 100,0 | 5.416 |



| Nielsen-Region | Tatsächlich verbreitete Inlands-Auflage |
|-------------------|---|
| 1 | 854 |
| 2 | 1.023 |
| 3 a | 756 |
| 3 b | 729 |
| 4 | 1.124 |
| 5 | 119 |
| 6 | 295 |
| 7 | 336 |
| tvA Inland | 5.236 |

Kurzfassung der Erhebungsmethode siehe Anhang



Das Magazin für die Gefahrgut-Praxis

| | Heft-Nr. Ausgabe | Erscheinungs- termin | Anzeigen- schluss | Druckunter- lagenschluss | Verpackung | Logistik und Transport | Ausbildung und Arbeitssicherheit | Messen |
|---------|---------------------|-------------------------|----------------------|-----------------------------|---|---|---|--|
| Januar | 1 | 27.12.2010 | 23.11.2010 | 03.12.2010 | Eimer Dosen Großpackmittel | RFID | Gefahrgutausbildung/ -fortbildung | TerraTec , Leipzig, 25.01.-27.01.2011 |
| Februar | 2 | 28.01.2011 | 17.12.2010 | 07.01.2011 | Fässer Kombinations- verpackungen | Tankspeditionen Bergungsfässer Ladungssicherung | Ausbildung für Ladungssicherung Kopfschutz | easyFairs Gefahrgut , Essen, 02.02.-03.02.2011 Fachtagung Gefahrgut , Essen, 02.02.2011 LogiMAT , Stuttgart, 08.02.-10.02.2011 |
| März | 3 | 25.02.2011 | 25.01.2011 | 04.02.2011 | IBC Druckgaspackungen | Schienenverkehr Telematik | Gefährdungs- beurteilung Gefahrgutliteratur | CeBIT , Hannover 01.03.-05.03.2011 IHM , München, 16.03.-22.03.2011 Fachtagung Industrielle Reinigung , München, 10.03.-11.03.2011 5. EurailTelematics , Berlin, 23.03.-24.03.2011 |
| April | 4 | 25.03.2011 | 18.02.2011 | 02.03.2011 | FIBC Verpackungen Klasse 7 (radioaktive Stoffe) | Luftfracht Stückgutlogistik | Risk Management Schutzanzüge | StocExpo , Rotterdam, 22.03.-24.03.2011 European Coatings Show , Nürnberg, 29.03.-31.03.2011 SITL , Paris, 29.03.-31.03.2011 Logichem , Düsseldorf, 01.04.2011 Hannover Messe , 04.04.-08.04.2011 |
| Mai | 5 | 29.04.2011 | 25.03.2011 | 06.04.2011 | Verpackungen aus Metall und Kunststoff Vorbericht Interpack | Tankcontainer: Hersteller und Vermieter Seehäfen/Seefracht | Schläuche/Armaturen Dispositionsoftware | CeMAT , Hannover, 02.05.-06.05.2011 transport logistic , München, 10.05.-13.05.2011 METPACK , Essen, 10.05.-14.05.2011 Interpack , Düsseldorf, 12.05.-18.05.2011 DCONex , Augsburg, 19.05.-20.05.2011 |

| | | | | | | | | |
|--|------|------------|--|------------|--|--|--|--|
| <p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Juni</p> | 6 | 27.05.2011 | 26.04.2011 | 06.05.2011 | Kisten Kanister | Tankcontainer: Depots Entsorgung Ladungssicherung | Öl- und Chemikalienbinder Auffangmatten Befähigte Personen | 21. Münchner Gefahrguttage , München, 30.05.-01.06.2011 Enteco , Köln, 06.06.-09.06.2011 13. Gefahrguttage Schweiz , Basel, Juni 2011 |
| <p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Juli</p> | 7 | 24.06.2011 | Firmenporträts 10.05.2011 12.05.2011 Anzeigen 19.05.2011 31.05.2011 | | <p style="text-align: center;">Who is Who</p> Das internationale Branchenbuch für den Gefahrgutsektor zweisprachige Ausgabe (deutsch/englisch) | | | |
| <p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">August</p> | 8 | 29.07.2011 | 28.06.2011 | 08.07.2011 | Rekonditionierung: Karte + Übersicht Kombinationsverpackungen | Kombinierter Verkehr Containerstapler | Fußschutz Anbieter von Notrufnummern | |
| <p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">September</p> | 9 | 26.08.2011 | 25.07.2011 | 04.08.2011 | Fässer Druckgefäße | Binnenschifffahrt KEP-Dienste Ladungssicherung | Atemschutzgeräte Etiketten und Etikettenprogramme | 4. Deutsche Gefahrgut-Sicherheitstage , Nürburgring, September 2011 easyFairs Logistik und Verpackung Austria , Wien, 21.09.-22.09.2011 22. Internationale Binnenschifffahrts-Gefahrguttage , September 2011 |
| <p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Oktober</p> | 10 | 30.09.2011 | 30.08.2011 | 09.09.2011 | IBC Säcke | Fasshandling Entsorgung: Sammel- und Transportbehälter | Explosionsschutz Auffangwannen und Sicherheitsschränke | Powtech , Nürnberg, 11.10.-13.10.2011 A+A , Düsseldorf, 18.10.-21.10.2011 EPCA-Kongress , Oktober 2011 Deutscher Logistik-Kongress , Berlin, 19.10.-21.10.2011 |
| <p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">November</p> | 11 | 28.10.2011 | 26.09.2011 | 07.10.2011 | FIBC Verpackungen Klasse 6.2 (ansteckungsgefährliche Stoffe) | Lagerdienstleister-Karte + Übersicht Stapler und Hubwagen | Datenbanken für den Arbeitsschutz Handschutz | easyFairs Verpackung West , Dortmund, 09.11.-10.11.2011 suisse transport , Bern, 09.11.-12.11.2011 14. Gefahrgut-Technik-Tage , Berlin, November 2011 26. Münchner Gefahrstofftage , München, 23.11.-25.11.2011 |
| <p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Dezember</p> | 12 | 25.11.2011 | 24.10.2011 | 04.11.2011 | Verpackungen aus Pappe und Papier Fässer | Tankreinigung: Karte + Booklet Tank- und Siloaufleger Ladungssicherung | Zulieferer für Gefahrgutlager Ingenieurbüros | |
| <p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Januar</p> | 1/12 | 30.12.2011 | 24.11.2011 | 06.12.2011 | Großverpackungen Feinstblechverpackungen | Identifikationstechnik (RFID, EAN) Temperaturgeführte Transporte | Feuerlöscher Brandschutz | |



1 Auflage:

Druckauflage: 5.707
Tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt
(lt. AMF-Schema 2, Ziffer 17) 5.416

2 Zeitschriftenformat:

210 mm x 279 mm beschnitten (B x H)

Satzspiegel:

185 mm breit, 250 mm hoch
Spaltenzahl: 4, Spaltenbreite: 43 mm
Spaltenzahl: 3, Spaltenbreite: 60 mm

3 Druck- und Bindeverfahren, Druckunterlagen:

Offsetdruck, Klammerheftung, 70er-Raster. Druckunterlagenanlieferung in digitaler Form. Bei der Anlieferung digitaler Druckunterlagen beachten Sie bitte die Informationen auf unserem Datenticket (siehe www.mediacentrum.de/Service oder als Anlage zur Auftragsbestätigung). Die Erstellung von Druckunterlagen wird in Rechnung gestellt.

4 Termine:

Erscheinungsweise: monatlich
Erscheinungstermine, Anzeigen- und Druckunterlagenschluss: siehe Termin- und Themenplan

5 Verlag:

Verlag Heinrich Vogel
Springer Fachmedien München GmbH
Aschauer Str. 30, 81549 München
81664 München
Matthias Pioro
Telefon: (0 89) 20 30 43-11 22
Telefax: (0 89) 20 30 43-23 98
E-Mail: anzeigen-vhv@springer.com

6 Zahlungsbedingungen:

per Bankeinzug 3 % Skonto
innerhalb von 10 Tagen 2 % Skonto
innerhalb von 30 Tagen nach Rechnungsdatum netto
USt-Ident-Nr.: DE152942001

Bankverbindung:

HypoVereinsbank München (BLZ 700 202 70), Konto-Nr. 1 830 209 200

7 Anzeigenformate und Preise:

| Format | Spaltenzahl | Breite x Höhe mm | | 4-farbig € |
|----------------------|-------------|------------------|---------------|----------------|
| | | im Satzspiegel | im Anschnitt* | |
| 2/1 Seite | 8-spaltig | 396 x 250 | 420 x 279 | 6.490,- |
| 1/1 Seite | 4-spaltig | 185 x 250 | 210 x 279 | 3.245,- |
| 1/2 Seite | 2-spaltig | 90 x 250 | 102 x 279 | 1.845,- |
| | 4-spaltig | 185 x 125 | 210 x 140 | |
| 1/3 Seite | 1-spaltig | 60 x 250 | 72 x 279 | 1.265,- |
| | 4-spaltig | 185 x 85 | 210 x 98 | |
| 1/4 Seite | 1-spaltig | 43 x 250 | 57 x 279 | 980,- |
| | 2-spaltig | 90 x 125 | 104 x 148 | |
| | 4-spaltig | 185 x 65 | 210 x 82 | |
| 1/8 Seite | 1-spaltig | 43 x 125 | - | 680,- |
| | 2-spaltig | 90 x 65 | - | |
| | 4-spaltig | 185 x 33 | - | |
| Titelseite | | | | 5.150,- |
| 2., 4. Umschlagseite | | | 210 x 279 | 3.935,- |

* + 3 mm Beschnitt an den Außenseiten



8 Zuschläge (rabattierbar):

8.1 Farbe:

Euro-Skala nach DIN 16539, Berechnung nach Sichtfarbe, Farbgleichung aus technischen Gründen vorbehalten je – Normalfarbe (Euro-Skala)

8.2 Platzierung:

bindende Platzierungsvorschriften € 630,-

8.3 Formate:

Anzeigen über Bund –
Anzeigen über Satzspiegel –

9 Rubrikanzeigen:

Rubrikanzeigen, sw pro mm (1-spaltig, 43 mm breit) € 2,34
Stellengesuche pro mm (1-spaltig, 43 mm breit) € 1,70
Chiffregebühr € 11,00

Eintrag im Branchenverzeichnis je Ausgabe € 98,00
mit Firmenbezeichnung, Logo und 5 Zeilen Freitext zur Beschreibung des USP (Leistungen der Firma)

Eintrag im Online-B Branchenverzeichnis pro Monat € 29,00
Ab 6 Ausgaben/Monaten möglich. Bei Abnahme von 12 Ausgaben 10 % Rabatt.

10 Sonderwerbeformen:

auf Anfrage

11 Rabatte: bei Abnahme innerhalb eines Insertionsjahres
(Beginn mit dem Erscheinen der ersten Anzeige)

Malstaffel:

3-maliges Erscheinen 3 %
6-maliges Erscheinen 5 %
9-maliges Erscheinen 10 %
12-maliges Erscheinen 15 %

Mengenstaffel:

3 Seiten 5 %
6 Seiten 10 %
9 Seiten 15 %
12 Seiten 20 %

12 Kombinationen:

–

13 Einhefter:

auf Anfrage

(Rabatt: 1 Blatt = 1/1 Anzeigenseite)

Einhefter bitte im unbeschnittenen Format von 214 mm Breite und 287 mm Höhe (gefaltet) anliefern. Beschnitt im Bund: keinen, Beschnitt außen: 4 mm, Beschnitt am Kopf: 4 mm, Beschnitt am Fuß: 4 mm. Platzierung in Heftmitte.

14 Beilagen (nicht rabattfähig):

lose eingelegt, maximale Größe 203 mm x 275 mm.

Gewicht der Beilage Beilagenpreis je 1.000 Stück
bis 25 g € 285,-
bis 50 g € 460,-
je weitere 5 g € 35,-

Anzahl der Beilagen auf Anfrage. Teilbeilagen ab 5.000 Exemplaren möglich.
Anzeigen Dritter innerhalb der Beilage nicht zulässig.

15 Aufgeklebte Werbemittel (nicht rabattfähig):

Postkarten pro Tausend € 93,-
Prospekte/Warenmuster auf Anfrage, nach Vorlage eines Musters
Benötigte Liefermenge auf Anfrage. Nur in Verbindung mit 1/1 Seite Basisanzeige (Preise siehe oben).

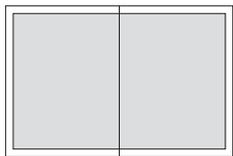
16 Lieferanschrift für Positionen 13 bis 15:

Stürtz GmbH, Warenannahme
Alfred-Nobel-Straße 33
97080 Würzburg

Liefervermerk: Für „Gefahr/gut“ Ausgabe (Nr.),
10 Muster jeweils vorab an die Anzeigenabteilung
Unsere AGBs finden Sie unter www.mediacentrum.de

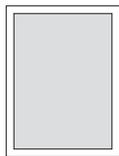
Alle Preise gelten zuzüglich der gesetzlich gültigen MwSt.

Satzspiegelformate (in mm/Breite x Höhe)



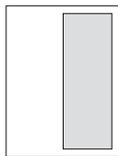
2/1 über Bund

396 x 250



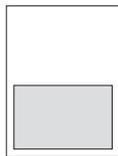
1/1

185 x 250



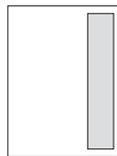
1/2 hoch

90 x 250



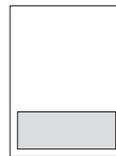
1/2 quer

185 x 125



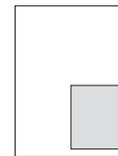
1/3 hoch

60 x 250



1/3 quer

185 x 85



1/4 2-spaltig

90 x 125



1/4 hoch

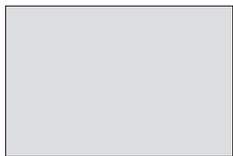
43 x 250



1/4 quer

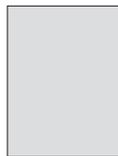
185 x 65

Anschnittformate (in mm/Breite x Höhe)



2/1 über Bund
angeschnitten

420 x 279*



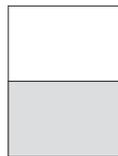
1/1

210 x 279*



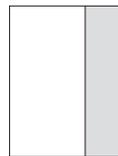
1/2 hoch

102 x 279*



1/2 quer

210 x 140*



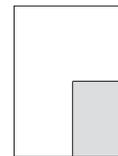
1/3 hoch

72 x 279*



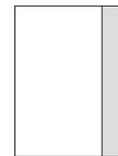
1/3 quer

210 x 98*



1/4 2-spaltig

104 x 148*



1/4 hoch

57 x 279*

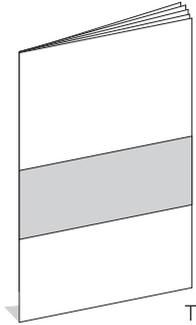


1/4 quer

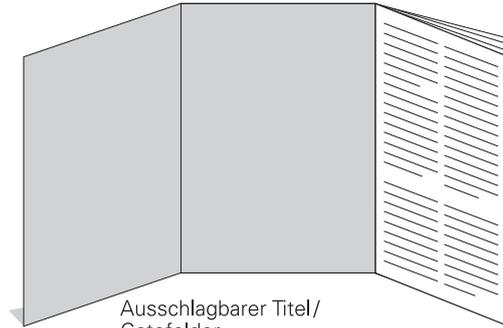
210 x 82*

* + 3 mm Beschnitt an den Außenseiten

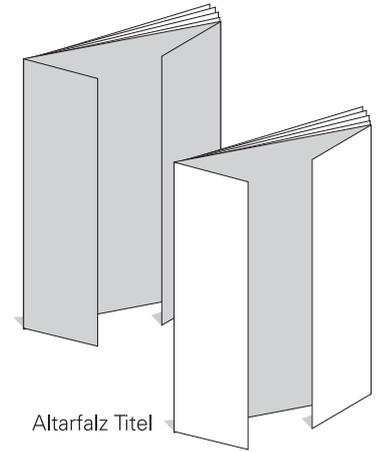
zusätzlich 3 mm Anschnitt im Bund (linke und rechte Seite) bei Doppelseiten



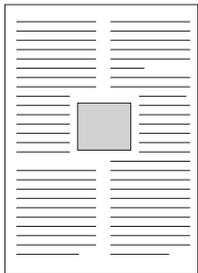
Titel-Bänderole



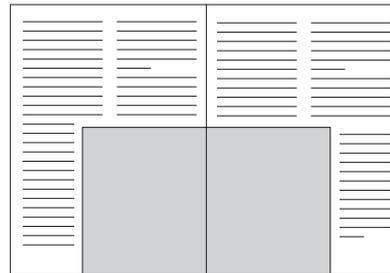
Ausschlagbarer Titel/
Gatefolder



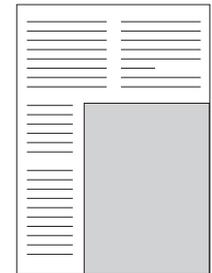
Altarfalz Titel



Inselanzeige



Tunnelanzeige



Juniorpage

Weitere Sonderwerbformen auf Anfrage

Gatefolder

Grundpreis und technische Daten: auf Anfrage

Altarfalz

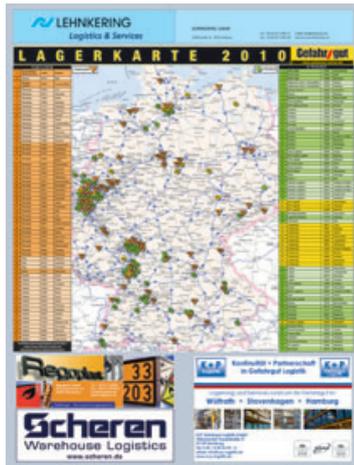
Grundpreis und technische Daten: auf Anfrage

Lagerkarte (nicht rabattfähig)

Fußleiste groß, 125 mm x 185 mm, 4c € 2.080,-

Fußleiste klein, 62 mm x 185 mm, 4c € 1.090,-

Kopfleiste inkl. Logo im Internet,
40 mm x 400 mm, 4c € 2.030,-



Rekonditionierungskarte (nicht rabattfähig)

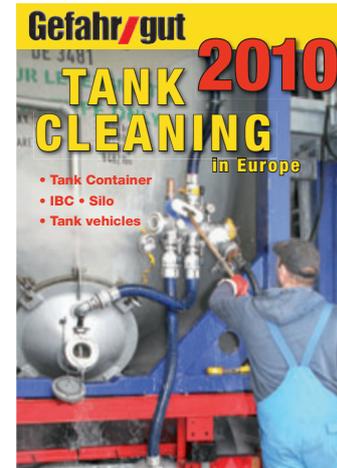
Banner, 125 mm x 185 mm, unten € 2.080,-

Banner, 40 mm x 400 mm, oben € 2.030,-



Tankreinigungskarte (nicht rabattfähig)

| | |
|---------------|-----------|
| Banner klein | € 1.485,- |
| Banner mittel | € 2.525,- |
| Banner groß | € 3.175,- |



Alle Preise gelten zuzüglich der gesetzlich gültigen MwSt.

Das Who is Who bietet einen Überblick über die **gesamte internationale Gefahrgut-Branche**. Es liefert somit wichtige Impulse für anstehende Kaufentscheidungen. Unternehmen haben die Möglichkeit, sich den internationalen Lesern **zweisprachig (deutsch/englisch)** zu präsentieren. Das breit gefächerte Themenspektrum erstreckt sich von der Gefahrgut-Ausbildung bis zum Transport, von der Lagereinrichtung bis zur Verpackung.

Ihr Firmenporträt erscheint sowohl im Branchenguide als auch auf dem Online-Portal www.gefahrgut-online.de.

Preise und Formate

Anzeigenpreise

| | |
|---|-----------|
| Titelseite 4c | € 4.245,- |
| Umschlagseite | € 3.680,- |
| Anzeige 1/1 4c | € 3.330,- |
| Firmenporträt 1 Seite deutsch/englisch | € 900,- |
| Firmenporträt 2 Seiten deutsch/englisch | € 1.800,- |

Alle Preise gelten zzgl. der gesetzlich gültigen MwSt., Firmenporträts sind nicht rabattfähig.

Zeitschriftenformat

210 mm breit, 279 mm hoch

Das Who Is Who Gefahr/gut ist seit vielen Jahren in der Branche etabliert und zählt sicher zu den bekanntesten Produkten der Gefahr/gut-Familie. Ihr Vorteil: noch **größere Kontaktchancen für Ihre Anzeigen**.



Termine:

Erscheinungstermin: 24. Juni 2011

Anzeigenschluss:

- Firmenporträts: 10. Mai 2011
- Formatanzeigen: 19. Mai 2011

Druckunterlagenchluss:

- Firmenporträts: 12. Mai 2011
- Formatanzeigen: 31. Mai 2011

Auflage:

10.000 Exemplare

Druckunterlagen:

- Firmenporträts:

Fotos: Breite 9,1 cm x Höhe 5 cm, als jpg-Datei
Auflösung 300 dpi, Farbmodus CMYK.
Nutzen Sie die komfortable Möglichkeit, browsergestützt
Ihre Porträts selbst zu erstellen. Fragen Sie nach dem dafür
notwendigen Zugangscode.

Ein kurzer Leitfaden zeigt Ihnen, worauf Sie achten müssen.
Ansonsten senden Sie uns Ihre Informationen zu den
Firmenporträts per E-Mail an who-is-who@springer.com.

- Formatanzeigen:

Offsetdruck, Klebebindung, 70er-Raster.
Druckunterlagenanlieferung in digitaler Form. Bei der
Anlieferung digitaler Druckunterlagen beachten Sie
bitte die Informationen auf unserem Datenticket
(siehe www.mediacentrum.de/Service/Datenticket oder
als Anlage zur Auftragsbestätigung). Die Erstellung von
Druckunterlagen wird in Rechnung gestellt.

Anzeigenberatung:

Matthias Piro
Telefon: (0 89) 20 30 43-11 22
Telefax: (0 89) 20 30 43-23 98
E-Mail: anzeigen-vhw@springer.com

Anzeigenabwicklung:

Agnes Frosch
Telefon: (0 89) 20 30 43 - 27 55
Telefax: (0 89) 20 30 43 - 21 00
E-Mail: who-is-who@springer.com

WERIT
Unternehmen
Die Leistungen
Company profile
Range

WERIT
Company profile
Range





1 Web-Adresse (URL): www.gefährtgut-online.de

2 Kurzcharakteristik:

Umfangreiches Internet-Angebot für alle, die für den richtigen Umgang mit gefährlichen Gütern verantwortlich sind. Hier erreichen Sie alle, die mit Gefahr/gut zu tun haben und Praxis- und Branchenwissen für ihre täglichen Entscheidungen benötigen. Aktuelle Rechtsthemen und kommentierte Urteile, Nachrichten und Hintergrundberichte, Seminar- und Messekalender, Branchenverzeichnis sowie eine Stoffdatenbank. Die Informationen werden optimiert aufbereitet für die stationäre und mobile Internetnutzung in Form von Artikeln, Datenbanken, Downloads und Bildergalerien.

3 Zielgruppe: Gefahr/gutbeauftragte sowie beauftragte Personen und Unternehmer in Transportunternehmen des Güterverkehrs.

4 Verlag: Verlag Heinrich Vogel
Springer Fachmedien München GmbH
Aschauer Str. 30
81549 München
E-Mail: online-inserate-hvogel@springer.com

5 Ansprechpartner: Andrea Volz
Telefon: (0 89) 20 30 43-21 24
Telefax: (0 89) 20 30 43-23 98
E-Mail: andrea.volz@springer.com

6 Zugriffskontrolle:  geprüfter Onlinedienst seit 8/2007

7 Zugriffe: Visits: 13.822 (Stand: August 2010)
Page Impressions: 36.767 (Stand: August 2010)

8 Werbeformen und Preise:

8.1 Banner-Werbung:



| Werbeformen | Pixel-Format | TKP €* |
|--|----------------|-------------|
| 1 Textanzeige + Logo (GIF) | 300 x 115 | 55,- |
| 2 Rectangle/Video Rectangle | 300 x 250 | 75,- |
| 3 Expandable Rectangle (nach links) | 630 x 250 | 100,- |
| 4 Expandable Rectangle (nach links unten) | 630 x 350 | 125,- |
| 5 Layer Ad + Rectangle Reminder | 400 x 400 | 150,- |
| 6 Half Page | 300 x 600 | 150,- |
| 7 Expandable Half Page | 630 x 600 | auf Anfrage |
| 8 Road Block (zwei Rectangles) | 300 x 250 (2x) | 150,- |
| 9 Wallpaper | auf Anfrage | 150,- |
| 10 Cornor Ad Large | auf Anfrage | auf Anfrage |

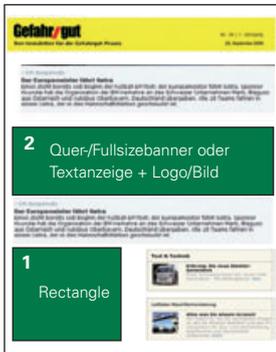
* gültig ab 01.10.2010; alle Preise zzgl. der gesetzlichen MwSt.



8.2 Newsletter-Werbung:

Kurzcharakteristik: Gefahr/gut online informiert einmal wöchentlich die Entscheider und Führungskräfte mit einem aktuellen und informativen Newsletter.

Newsletter-Abonnenten: 4.240 (Stand: August 2010)



| Werbeformen | Pixel-Format | Festpreis €* |
|--|--------------|--------------|
| 1 Rectangle | 300 x 250 | 199,- |
| 2 Quer-/Fullsizebanner oder Textanzeige + Logo/Bild | 650 x 150 | 199,- |

* gültig ab 01.10.2010; alle Preise zzgl. der gesetzlichen MwSt.

Technische Spezifikationen: Newsletter

- Dateiformate: statische gif/jpg-Datei
- Dateigröße: bis 30 KB
- alternativer Text, für alle Nicht-html-User (max. 700 Zeichen inkl. aller Leerzeilen und Absätze)
- Ziel-URL
- Datenanlieferung: 2 Werktage vor Erscheinen

Textanzeige groß: Überschrift: max. 60 Zeichen

Fließtext: max. 500 Zeichen inkl. aller Leerzeilen und Absätze

Logo/Bild: 130 x 80 px oder 60 x 80 px

Technische Spezifikationen: Bannerschaltung

- Dateiformate: swf, gif, jpg, tag-Code (Redirect)
- bei Flash zusätzlich ein alternatives gif, jpg
- Dateigröße: bis 80 KB
- Einbau des clickTag
- Audiodateien (durch den User aktivierbar und deaktivierbar)
- Ziel-URL
- Datenanlieferung: 5 Werktage vor Beginn der Kampagne

9 Seminareinträge:

Schulungseintrag mit Logo, Seminarbeschreibung, Zielgruppe, Themenbereich, Ansprechpartner, Gebühren, Dozenten, direkte Verlinkung zum Buchungsformular u.v.m.

Preismodell: 1 – 10 Einträge je € 59,-
 11 – 20 Einträge je € 54,-
 > 20 Einträge je € 49,-

10 Marktplatz (eShop):

Produktwerbung mit Link; Werbebox: 300 x 115 px
Preis pro Monat: € 199,-
- bei einer Buchung von 12 Monaten: 15 % Rabatt
- bei einer Buchung von mehr als 4 Boxen: 10 % Rabatt

11 Stellenmarkt:

Stellenanzeige

| Preismodell 1: | Preismodell 2: | Preismodell 3: |
|--------------------------------|--|---|
| - Anzeige auf dem Firmenportal | - Anzeige auf dem Firmenportal und „JobWare“ | - Print-Stellenanzeige → Online-Einbindung auf unserem Firmenportal bei einer Zuzahlung von € 200,00 |
| - € 495,00 | - € 995,00 | |
| - Laufzeit: 4 Wochen | - Laufzeit: 4 Wochen | |

12 Branchenguide:

Das Gefahr/gut-Portal bietet ein vielfältiges Portfolio an Branchenübersichten und Produktkatalogen.

- Virtuelle Visitenkarten mit Logo, Verlinkung und Firmen-USP
- Erweiterte Firmenporträts mit Lifestylebildern und Videoeinbindung
- Abbildung und Verlinkung der gesamten Vertriebskette innerhalb der einzelnen Branchen- und Produktindizes (Industrie, Vertriebspartner, Produkte)
- Alle Produkte als Print- und Onlinekombination buchbar

Mindesteintrag: Visitenkarte für nur € 29,- pro Monat, weitere Optionen zubuchbar.

Mehr Informationen finden Sie unter www.mediacentrum.de.

19 Branchen/Wirtschaftszweige/Unternehmenstypen:

| Abteilung/ Klasse | Empfängergruppe Bezeichnung lt. Systematik der Wirtschaftszweige des Statistischen Bundesamtes | Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage % | Projektion (circa) |
|--|--|---|--------------------|
| 60.1, 60.24.5, 63.1, 63.4, 62, 64.12 | Eisenbahnverkehr, Genehmigungspflichtiger Straßen-Güterfernverkehr (ohne Umzugstransporte), Frachtumschlag und Lagerei, Spedition, sonstige Verkehrsvermittlung, Luftfracht, Private Post- und Kurierdienste | 27 | 1.410 |
| 24, 24.4, 23.2 | Herstellung von chemischen Erzeugnissen, Herstellung von pharmazeutischen Erzeugnissen, Mineralölverarbeitung | 24 | 1.260 |
| D | Verarbeitendes Gewerbe | 11 | 580 |
| 51.12, 51.18.5, 51.3 | Handelsvermittlung von Brennstoffen, Erzen, Metallen und technischen Chemikalien, pharmazeutischen Erzeugnissen, Großhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren, sonstiger Handel | 10 | 520 |
| 75.1 | Öffentliche Verwaltung | 8 | 420 |
| 37, 90, E | Recycling, Abwasser- und Abfallbeseitigung und sonstige Entsorgung, Energie- und Wasserversorgung | 7 | 370 |
| 74.14.1, 74.3, 80.4, | Unternehmensberatung, technische, physikalische und chemische Untersuchung, Erwachsenenbildung und sonstiger Unterricht, sonstige Dienstleistung | 7 | 370 |
| 21.21.0, 25.22.0, 28.72 | Herstellung von Wellpapier und -pappe sowie von Verpackungsmitteln aus Papier, Karton und Pappe, Herstellung von Verpackungsmitteln aus Kunststoffen, Herstellung von Verpackungen und Verschlüssen aus Eisen, Stahl und NE-Metall | 3 | 160 |
| 74.87.2 | Sachverständige | 1 | 50 |
| | Keine Angaben | 2 | 110 |
| | Abrundungsdifferenz | | -14 |
| Tatsächlich verbreitete Auflage Inland | | 100 | 5.236 |
| Ausland (nicht erhoben) | | | 180 |
| Tatsächlich verbreitete Auflage In- und Ausland | | | 5.416 |

20 Größe der Wirtschaftseinheit:

Anteil an tatsächlich
verbreiteter Auflage
% Projektion (circa)

| | | |
|---------------------------------|-----|--------------|
| 1 bis 4 Beschäftigte | 11 | 580 |
| 5 bis 9 Beschäftigte | 7 | 370 |
| 10 bis 19 Beschäftigte | 14 | 730 |
| 20 bis 49 Beschäftigte | 12 | 630 |
| 50 bis 99 Beschäftigte | 12 | 630 |
| 100 und mehr Beschäftigte | 42 | 2.200 |
| Keine Angabe | 2 | 110 |
| Abrundungsdifferenz | | - 14 |
| tvA Inland | 100 | 5.236 |
| Ausland | | 180 |
| Tatsächl. verbr. Auflage | | 5.416 |

21.2 Tätigkeitsmerkmal: Position im Betrieb:

Anteil an tatsächlich
verbreiteter Auflage
% Projektion (circa)

| | | |
|--|----|-------|
| Gefahrgut-, Umwelt- oder Sicherheitsbeauftragter | 64 | 3.350 |
| Sonstiger kaufm. oder techn. Angestellter | 23 | 1.200 |
| Techn. Betriebs- oder Abteilungsleiter | 20 | 1.050 |
| Inhaber, Mitinhaber, Geschäftsführer | 18 | 940 |
| Kaufmänn. Betriebs- oder Abteilungsleiter | 11 | 580 |
| Ausbilder | 7 | 370 |
| Gefahrgutfahrer | 5 | 260 |
| Disponent | 4 | 210 |
| Sonstiges/ keine Angabe | 2 | 110 |

Mehrfachnennungen (100 % = 5.236 Empfänger)

23 Alter:

Anteil an tatsächlich
verbreiteter Auflage
% Projektion (circa)

| | | |
|---------------------------------|-----|--------------|
| 20 bis 39 Jahre | 19 | 1.000 |
| 40 bis 49 Jahre | 38 | 1.990 |
| 50 bis 59 Jahre | 33 | 1.730 |
| 60 Jahre und älter | 9 | 470 |
| Keine Angabe | 1 | 50 |
| Abrundungsdifferenz | | - 4 |
| tvA Inland | 100 | 5.236 |
| Ausland | | 180 |
| tatsächl. verbr. Auflage | | 5.416 |

Kurzfassung der Erhebungsmethode

zur Auflagen- und Verbreitungsanalyse (AMF-Schema 2, Ziffer 18)

1 Untersuchungsmethode:

Verbreitungs-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.

2.2 Gesamtzahl der Empfänger in der Datei: **5.218**

2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger: –

2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

Verkaufte Auflage: **2.290**

Abonnements 2.079

Einzelverkauf 0

sonstiger Verkauf 211

Freistücke: **2.928**

ständige Freistücke 2.695

wechselnde Freistücke 233

Werbeexemplare 0

Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA): **5.218**

Inland 5.091

Ausland 127

3 Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

| | |
|-------------------|-----|
| Einzelverkauf | 0 |
| sonstiger Verkauf | 211 |
| Werbeexemplare | 0 |

davon in der Untersuchung nicht erfasst: 211 = 4,0 %

die Untersuchung repräsentiert
von der Grundgesamtheit (tvA) 5.007 = 96,0 %

3.2 Tag der Datei-Auswertung: 30. Juli 2010

3.3 Beschreibung der Datenbasis:

Die Auswertung basiert auf der Gesamtdatei. Die ermittelten Anteile für
die Verbreitung im Inland und im Ausland wurden auf die tatsächlich
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. März bis 30. Juni 2010

3.7 Durchführung der Untersuchung: Springer Fachmedien München GmbH

Kurzfassung der Erhebungsmethode

Zur Verbreitungs- und Leser-Struktur-Analyse (AMF-Schema 2, Ziffer 18 und AMF-Schema 3-E, Ziffer 19 bis 23)

1 Untersuchungsmethode:

Leser-Struktur-Analyse durch mündliche (telefonische) Stichproben-Erhebung.

Schwankungsbreite:

Die Ergebnisse einer auf Random-Auswahl basierenden Untersuchung unterliegen statistischen Schwankungsbreiten. Die maximale, gemäß ZAW anzugebende Schwankungsbreite beim Mittelwert von 50 % (höchster theoretischer Wert) bei einer 90%igen Sicherheit und bei 250 ausgewerteten Nettofällen beträgt +/- 5,2 %.

2 Beschreibung der Empfängerschaft zum Zeitpunkt der Datenerhebung:

2.1 Beschaffenheit der Datei:

In der Empfängerdatei sind die Anschriften aller Empfänger aufgeführt. Aufgrund der postalischen Angaben kann die Datei nach Postleitzahlen bzw. Inlands- und Auslandsempfängern sortiert werden.

2.2 Gesamtzahl der Empfänger in der Datei: 26.990

2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger: 24.558

Leser-Struktur-Analyse durch telefonische Erhebung – Stichproben-Erhebung

2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

| | | |
|---|-----------------------|--------------|
| Verkaufte Auflage: | | 2.280 |
| davon | Mitglieds-Abonnenten | – |
| | Normal-Abonnenten | 2.084 |
| | sonstiger Verkauf | 196 |
| | ständige Freistücke | 152 |
| | wechselnde Freistücke | 2.781 |
| Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA): | | 5.213 |
| davon | Inland | 4.987 |
| | Ausland | 226 |

3 Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

| | | |
|--|--------------|------------------|
| Grundgesamtheit (tvA): | 5.213 | = 100,0 % |
| davon in der Untersuchung nicht erfasst: | | |
| Abonnenten nicht deutschsprachiges Ausland | 22 | = 0,4 % |
| Messeexemplare | 735 | = 14,1 % |

Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA): 4.456 = 85,5 %

3.2 Tag der Datei-Auswertung:

4. Mai 2010

3.3 Beschreibung der Datenbasis:

Random-Auswahl per Schrittziffer aus der Datei der Empfänger

Ausgangs-Stichprobe:

413 Fälle = 100,0 %

Stichprobenneutrale Ausfälle:

Leser nicht zu ermitteln

28 Fälle = 6,8 %

Adresse/Telefonnummer falsch/nicht ermittelbar

32 Fälle = 7,7 %

Ausfälle gesamt:

60 Fälle = 14,5 %

Brutto-Stichprobe:

353 Fälle = 100,0 %

Ausfälle:

Zielperson nicht erreicht

32 Fälle = 9,0 %

Zielperson verreist/krank

3 Fälle = 0,8 %

Beantwortung der Fragen verweigert

68 Fälle = 19,3 %

Ausfälle gesamt:

103 Fälle = 29,1 %

Netto (auswertbare Fälle):

250 Fälle = 70,8 %

3.4 Zielperson der Untersuchung:

Befragt wurde der hauptsächliche Leser.

3.5 Definition des Lesers:

Hauptsächlicher Leser

3.6 Zeitraum der Untersuchung:

Die Durchführung der telefonischen Befragung erfolgte in der Zeit vom 7. Mai bis zum 10. Juni 2010.

3.7 Durchführung der Untersuchung:

TNS Emnid

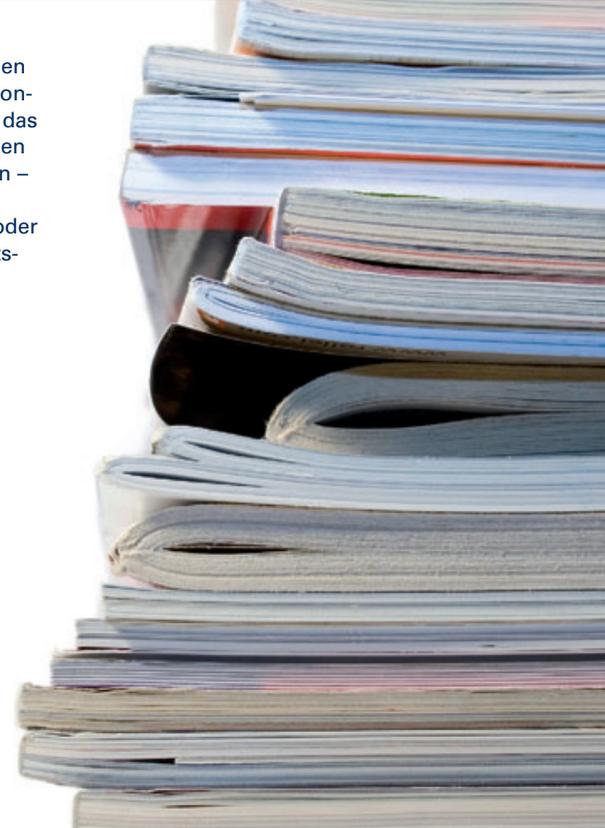
Medien- und Sozialforschung GmbH, Bielefeld

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



Leistungen Journalistisch hochwertige Kundenmedien informieren und unterhalten nicht nur, sondern verbessern vor allem nachweislich das Image des Herausgebers. Wir helfen Ihnen gerne dabei, Ihre Zielgruppe zu erreichen – sei es mit einem individuellen Magazin, Supplement, Newsletter, einer Zeitung oder mit Event-Sponsoring und Öffentlichkeitsarbeit. Lassen Sie uns darüber reden!

Kontakt Verlag Heinrich Vogel
Springer Fachmedien München GmbH
Corporate Publishing
Matthias Piro
Aschauer Straße 30
81549 München
Tel. (0 89) 20 30 43-11 22
Fax (0 89) 20 30 43-23 98
Mail matthias.piro@springer.com



Das erfolgreiche Fachmedien-Programm

Weitere Informationen finden Sie unter www.mediacentrum.de

Der traditionsreiche Verlag Heinrich Vogel in München steht seit über 75 Jahren für professionelle und journalistisch hochwertige Fachinformationen, auch im Bereich der Lehr- und Lernmittel im Verkehrswesen. Publiziert werden verschiedenste Medien für die Verkehrs-, Logistik-, Transport-, Bus-, Touristik- und Werkstatt-Branche sowie für den Gebrauchtwagenhandel. Der Verlag ist eingebunden in die Springer Fachmedien München GmbH.

Für die Entscheider in den Unternehmen unserer Branchen bieten wir nutzwertige und praxisorientierte Informationen. Durch regelmäßige Marktanalysen stellen wir uns auf die Bedürfnisse unserer Leser und Kunden ein und entwickeln unsere Produkte stets mit hohem journalistischen Anspruch weiter.

Unser Service: ein vorteilhaftes Fachmedien-Programm, basierend auf unseren qualitativen Marktforschungen. Wir bieten Ihnen repräsentative Empfänger-Struktur-Analysen, Copytests, Markt- und Wettbewerbs-Beobachtungen, Mediadaten nach AMF-Schema sowie Portal-Nutzungs-Analysen.

Eine zielgruppengenaue Marktdurchdringung und eine hohe Qualität der Leserschaft ohne Streuverluste stehen Ihnen für Ihre Media-planung zur Verfügung. Überzeugen Sie sich selbst von den starken Nutzwerten unserer Fachmedien und Portale sowie von unserer erfolgreichen Produktpalette:

- Fachzeitschriften
- Specials und Kataloge
- Fachportale
- Handelsplattformen (Verkehr, Touristik)
- Kundenzeitschriften
- Fachbücher
- Formulare
- Seminare und Konferenzen
- Direktmarketing
- Sponsoring
- Marktforschung (Copytest)
- Sonderwerbformen Print und Online



WIR BERATEN SIE GERNE



MATTHIAS PIORO
Leitung Sales, Güterverkehr/
Sondergeschäfte
matthias.pioro@springer.com

Tel. (0 89) 20 30 43 - 11 22
Fax: (0 89) 20 30 43 - 23 98



KATRIN BUCHARD
Leitung Sales Handel
katrin.buchard@springer.com

Tel. (0 89) 20 30 43 - 22 21
Fax: (0 89) 20 30 43 - 23 98



ANDREA VOLZ
Key Account Managerin Online
andrea.volz@springer.com

Tel. (0 89) 20 30 43 - 21 24
Fax: (0 89) 20 30 43 - 23 98



AGNES FROSCH
Anzeigensachbearbeiterin
anzeigen.gefahrhut@springer.com

Tel. (0 89) 20 30 43 - 27 55
Fax: (0 89) 20 30 43 - 21 00



NORBERT DIETZ
Regionalleiter
norbert.dietz@springer.com

Tel. (0 70 21) 97 62 98
Fax: (0 70 21) 97 62 99

PLZ-Gebiet D:
35-36, 51, 53-58, 60-79,
Schweiz, Frankreich



GUIDO GÖLDENITZ
Regionalleiter
guido.goeldenitz@springer.com

Tel. (0 53 03) 94 13 17
Fax: (0 53 03) 94 13 18

PLZ-Gebiet D:
30-34, 38, 40-48, 50, 52, 59,
Niederlande, Belgien



GEROLD LOHSE
Regionalleiter
gerold.lohse@springer.com

Tel. (0 41 72) 9 80 92 92
Fax: (0 41 72) 9 80 92 93

PLZ-Gebiet D:
20-29, 49,
Dänemark, Großbritannien, Irland



GUNNAR SCHMIDT
Regionalleiter
gunnar.schmidt@springer.com

Tel. (0 30) 84 70 94 94
Fax: (0 30) 84 70 92 22

PLZ-Gebiet D:
01-19, 37, 39, 95-96, 98-99,
Polen



RALF SCHMIDT
Regionalleiter
ralf.schmidt@springer.com

Tel. (0 87 42) 91 99 94
Fax: (0 87 42) 91 99 95

PLZ-Gebiet D:
80-94, 97,
Österreich, Tschechische Republik