



ENERGIEWIRTSCHAFTLICHE TAGESFRAGEN

ZEITSCHRIFT FÜR ENERGIEWIRTSCHAFT·RECHT·TECHNIK UND UMWELT

ANZEIGEN PREISLISTE

MEDIA DATEN 2008





Erscheinungsort: D-45219 Essen

Zeitschriftenformat: DIN A4, 210 mm breit x 297 mm hoch
Satzspiegel: 180 mm x 237 mm
Umschlagseiten und Anzeige über Bund: Zuschlag 10 %

Druckauflage im Jahresdurchschnitt: 5.029 Exemplare
Schwarz-weiß-Anzeigen: 1/1 Seite s/w € 2.200,—
Mehrfarbanzeigen: 1/1 Seite 4-c € 3.295,—
Farbzuschläge: je Skalensfarbe € 365,—
Sonderfarbe: € 500,—

Weitere Anzeigenformate und Grundpreise (siehe Rückseite)

Farbanzeigen:

Farbtöne, die nicht mit den Farben der verwendeten Euroskala zu erreichen sind, werden mit € 500,— gesondert berechnet.

Anzeigenschluss:

Nach dem jeweils gültigen Terminkalender. (Siehe Blatt 4)

Beilagen, Beikleber, Beihefter (siehe Rückseite)

Anzeigen-Verlagsvertretung:

Monika Kusche
 Im Lingesfeld 42 · 47877 Willich
 Telefon (0 21 54) 42 90 51 · Telefax (0 21 54) 4 17 05
 E-Mail: verlag.kusche@t-online.de

Verlag: etv GmbH
Postanschrift: Montebruchstraße 2
 D-45219 Essen
Telefon: (0 20 54) 95 32-0
Telefax: (0 20 54) 95 32-60
Internet: www.et-energie-online.de
Bankverbindung: Sparkasse Essen
 (BLZ 360 501 05) Kto.-Nr. 70 16 017
Erscheinungsweise: Anfang jeden Monats
Nachlässe: Bei Abnahme innerhalb eines Jahres
 nach der Malstaffel nach der Mengengruppe
 bei 3 Anzeigen 3 % bei 3 Seiten 5 %
 bei 6 Anzeigen 5 % bei 6 Seiten 10 %
 bei 9 Anzeigen 10 % bei 9 Seiten 15 %
 bei 11 Anzeigen 15 % bei 11 Seiten 20 %
Druckverfahren: Offsetdruck
Druckunterlagen: Die Herstellung der Zeitschrift erfolgt im
 CTP-Verfahren. Hierzu benötigen wir digitale
 Daten auf einem Datenträger oder per ISDN/
 E-Mail.
 Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an unsere
 Anzeigen-Verlagsvertretung Monika Kusche.
Zahlungsbedingungen: 30 Tage nach Rechnungsdatum ohne Abzug.

Anzeigenformate und Grundpreise (alle Preise zuzüglich Mehrwertsteuer)

Größe in Seitenteilen	Formate im Satzspiegel		Schwarz-weiß-Anzeigen €	Anzeigen mit Zusatzfarbe Skalenfarben: Rot, Gelb und Blau		Mehrfarbanzeigen 4-farbig €	Angeschnittene Anzeigen Beschnittzugabe allseitig je 3 mm	
	Breite mm	Höhe mm		2-farbig €	3-farbig €		Breite mm	Höhe mm
1/1 Seite	180 × 237		2.200,—	2.565,—	2.930,—	3.295,—	210 × 297	
2/3 2-spaltig 3-spaltig	118,5 × 237 180 × 158		1.540,—	1.905,—	2.270,—	2.635,—	133 × 297 210 × 178	
1/2 2-spaltig* 3-spaltig	87 × 237 180 × 118,5		1.155,—	1.520,—	1.885,—	2.250,—	101 × 297 210 × 138,5	
1/3 1-spaltig 2-spaltig 3-spaltig	56,7 × 237 118,5 × 118,5 180 × 79		800,—	1.165,—	1.530,—	1.895,—	71 × 297 133 × 138,5 210 × 99	
1/4 3-spaltig quer 1/4 2-spaltig	180 × 59 118,5 × 90		632,—	997,—	1.362,—	1.727,—	210 × 79 133 × 110	
1/6 1-spaltig	56,7 × 118,5		506,—	871,—	1.236,—	1.600,—	71 × 138,5	

* nur im Rechtsteil möglich; Sonderformate auf Anfrage

Beihefter, Beilagen, Einkleber

Beihefter:

Fest in die Zeitschrift eingehaftete Drucksachen oder Prospekte

Beihefterpreise:

2-seitig € 3.300,—

6-seitig € 6.600,—

4-seitig € 4.400,—

8-seitig € 8.800,—

Rabatte siehe Mengenstaffel, Basis: 1 Blatt = 1,5 Seiten; 2 Blatt = 2 Seiten;
3 Blatt = 3 Seiten; 4 Blatt = 4 Seiten.

Anlieferung gefalzt, unbeschnitten u. Beschnittzugabe von 3 mm je Kante.
Erforderliche Auflage 4.500 Exemplare

Einkleber (Tip-on-cards):

Bei aufgeklebten Postkarten (Tip-on-cards) oder Warenproben werden bei einer ganzseitigen Anzeige zusätzliche Beilagen- und Postgebühren berechnet. (Preis auf Anfrage)

Beilagen

Beilagen sind der Zeitschrift lose beigefügte Drucksachen

Höchstformat max. 290 x 200 mm, Höchstgewicht 40 g

bis 20 g pro Tsd. € 350,— inklusive Postgebühren

bis 40 g pro Tsd. € 500,— inklusive Postgebühren

Beilagenpreise sind nicht rabattfähig.

Erforderliche Auflage 4.500 Exemplare

Anlieferung

Beilagen müssen zu handlichen Mengen gebündelt, einwandfrei verpackt und maschinell verarbeitungsfähig spätestens 2 Wochen vor Erstverkaufstag frei Druckerei geliefert werden an:

WAZ Druck, Theodor-Heuss-Str. 77, 47167 Duisburg (Neumühl).

Die Begleitpapiere müssen Angaben über die Stückzahl der Transport-Einheiten, Zeitschriftentitel und Heft-Nr. enthalten. An jeder Verpackungseinheit sollte sichtbar ein Beiklebemuster angebracht sein.



1 Kurzcharakteristik

Die Zeitschrift „Energiewirtschaftliche Tagesfragen“ berichtet aktuell über ökonomische, ökologische, technische, juristische und politische Themen aus den Bereichen Energie, Umwelt und Forschung. Entscheidungsträger aus Energiewirtschaft, Wissenschaft, Politik und Administration, anerkannte Fachleute sowie die eigenen Beiträge der „et“-Redaktion sichern mit ihren Fachbeiträgen, Analysen und Kommentaren eine fundierte und sachgerechte Information, die auch die Meinungsvielfalt bei kontroversen Themen wiedergibt. Die „et“ ist Medienpartner u. a. des Deutschen Nationalen Komitees des Weltenergieerates DNK sowie verschiedener Messe- und Konferenzveranstalter.

2 Organ:

—

3 Herausgeber und Chefredakteur:

Dipl.-Btw., Dipl.-Kfm. Martin Czakainski

4 Redaktion:

Franz Lamprecht, M. A.
(Stellv. Chefredakteur)

5 Anzeigen:

Verlagsvertretung
Monika Kusche

6 Jahrgang/Jahr:

58. Jahrgang 2008

Erscheinungsweise:

monatlich

7 Verlag:

etv GmbH

8 Postanschrift:

Montebruchstraße 2
D-45219 Essen

9 Telefon:

(0 20 54) 95 32-0

10 Telefax:

(0 20 54) 95 32-60

11 E-Mail:

energie-und-technik.verlag@etvessen.de

Internet:

www.et-energie-online.de

12 Erscheinungs-/Themenplan siehe Blatt 4

13 Bezugspreis:	Jahresabonnement	€ 148,50
	zzgl. Versandkosten	
	Einzel-Verkaufspreis	€ 15,—

14 Umfangs-Analyse 2006 = 11 Ausgaben (1 Doppelausgabe)

Format der Zeitschrift:	DIN A 4
Gesamtumfang	1.156 Seiten = 100,00 %
Redaktioneller Teil:	955 Seiten = 82,61 %
Anzeigenteil:	201 Seiten = 17,39 %
davon	
verlagseigene Anzeigen (vom Anzeigenumfang):	29 Seiten = 14,42 %
Beilagen:	26 Stück

15 Inhalts-Analyse des redaktionellen Teils = 955 Seiten

Kommentar und Meinung:	33 Seiten = 3,45 %
Interviews:	10 Seiten = 1,05 %
Energiewirtschaft und -politik:	156 Seiten = 16,34 %
Strom- und Gasmarktliberalisierung:	81 Seiten = 8,48 %
Risikomanagement, Handel und Börse:	66 Seiten = 6,91 %
IT / eBusiness:	45 Seiten = 4,71 %
Marketing / Vertrieb:	48 Seiten = 5,03 %
Umwelt- und Klimaschutz:	85 Seiten = 8,90 %
Energietechnik:	90 Seiten = 9,42 %
Rechtsprechung:	106 Seiten = 11,10 %
Veranstaltungen:	18 Seiten = 1,88 %
Nachrichten:	28 Seiten = 2,93 %
Sonstiges inkl. Specials:	173 Seiten = 18,12 %
„et“-Strategiegespräche:	16 Seiten = 1,68 %
Gesamt:	955 Seiten = 100,00 %



etv GmbH, Montebruchstraße 2, D-45219 Essen, Telefon (0 20 54) 95 32-0, Telefax (0 20 54) 95 32-60, Internet: www.et-energie-online.de



16 Auflagen-Kontrolle:

17 Auflagen-Analyse: Exemplare pro Ausgabe
im Jahresdurchschnitt
(1. Juli 2006 bis 30. Juni 2007)

Druckauflage: 3.817

Tatsächlich
verbreitete
Auflage:
(tvA) 3.428

2.983 **Abonnierte Exemplare**

davon

— **Mitgliederstücke**

— **Sonstiger Verkauf**

Verkaufte
Auflage: 2.983 — **Einzelverkauf**

Freistücke 445

389 **Rest-, Archiv- und
Belegexemplare**

18 Geographische Verbreitungs-Analyse

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Bundesrepublik Deutschland	94,5	3.241
Ausland	5,5	187
Tatsächl. verbr. Auflage	100,0	3.428

Gliederung der Inlands-Auflage nach Bundesländern

	%	Exemplare
Schleswig-Holstein, Hamburg		
Niedersachsen, Bremen	11,4	369
Nordrhein-Westfalen	26,5	859
Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland	14,9	483
Baden-Württemberg	7,6	246
Bayern	9,8	318
Berlin	20,2	655
Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg, Sachsen-Anhalt	3,8	123
Sachsen, Thüringen	5,8	188
Inland	100,0	3.241

„Kurzfassung der Erhebungsmethode“ auf der Rückseite von Mediakarte 3

19 Branchen	Anteil der ermittelten Leser (WLK)	
	%	Projektion (circa)
Energie- und Wasserversorgung, Bergbau, Stadtwerke	47	1.612
Verarbeitendes Gewerbe (inkl. Baugewerbe)	2	69
Kreditinstitute und Versicherungsgewerbe	1	34
Dienstleistungen (von Unternehmen und freien Berufen erbracht)	16	548
Organisationen ohne Erwerbszweck, Verbände	4	137
Gebietskörperschaften, öffentlicher Dienst	4	137
Abgeordnete	14	480
nicht berufstätig	6	206
Hochschule, Akademie	2	68
Sonstiges	3	103
Keine Angabe	1	34
Summe	100	3.428

Kurzfassung der Erhebungsmethode s. Rückseite

20 Größe der Wirtschaftseinheit:	Anteil der ermittelten Leser (WLK)	
	%	Projektion (circa)
1 bis 4 Beschäftigte	4	137
5 bis 9 Beschäftigte	4	137
10 bis 19 Beschäftigte	7	240
20 bis 49 Beschäftigte	9	308
50 bis 99 Beschäftigte	13	446
100 bis 199 Beschäftigte	10	343
200 bis 499 Beschäftigte	13	446
500 bis 999 Beschäftigte	5	171
1000 und mehr Beschäftigte	11	377
nicht zutreffend (Abgeordnete/ nicht berufstätig)	20	686
keine Angabe	4	137
Summe	100	3.428

21 Stellung im Betrieb	Anteil der ermittelten Leser (WLK)	
	%	Projektion (circa)
Inhaber/Vorstand/Geschäftsführer	13	446
Betriebsleiter	4	137
Bereichsleiter	13	446
Abteilungsleiter/Gruppenleiter mit Prokura	6	206
Abteilungsleiter/Gruppenleiter ohne Prokura	18	617
wissenschaftlicher Mitarbeiter	4	137
Professor, Lehrbeauftragter	1	34
Pressereferent	3	103
sonstiger Angestellter	12	411
Sonstiges	4	137
nicht zutreffend (Abgeordnete/ nicht berufstätig)	20	685
keine Angabe	2	69
Summe	100	3.428

22 Berufliche Ausbildung	Anteil der ermittelten Leser (WLK)	
	%	Projektion (circa)
betriebliche Lehre	46	1.577
Meisterprüfung	6	206
Fachschule	15	514
Fachhochschule	32	1.097
Universität/Hochschule	60	2.057
Promotion/Habilitation	14	480
keine Angabe	2	69
Mehrfachnennungen	(100 % = 3.428 Leser)	

23 Alter	Anteil der ermittelten Leser (WLK)	
	%	Projektion (circa)
bis 29 Jahre	2	69
30 bis 39 Jahre	30	1.028
40 bis 49 Jahre	30	1.028
50 bis 64 Jahre	26	891
65 Jahre und älter	10	343
keine Angabe	2	69
Summe	100	3.428

24 **Gemeindegrößenklassen**
Diese Merkmale wurden nicht erhoben, weil die Beurteilung dieser Fachzeitschrift hiervon nicht abhängig ist.

Kurzfassung der Erhebungsmethode

Leser-Struktur-Analyse

durch mündliche (telefonische) Erhebung

Stichproben-Erhebung (Abonnenten und Freistücke)

1. Beschaffenheit der Datei:

In der Empfängerdatei sind die Anschriften aller Empfänger aufgeführt. Aufgrund der postalischen Angaben kann die Datei nach Postleitzahlen sortiert werden.

2. Untersuchungsmethode:

Leser-Struktur-Analyse durch mündliche (telefonische) Erhebung – Stichproben-Erhebung (Abonnenten und Freistücke)

3. Tag der Stichproben-Ziehung:

1. Juni 2004

4. Struktur der Empfängerschaft:

Energiewirtschaftliche Tagesfragen

a) Gesamtzahl der Empfänger in der Datei	=	4.402
b) Struktur der Empfängerschaft einer aktuellen durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:		
Verkaufte Auflage (Abonnenten)		2.972
Freistücke		1.342
Wechselnde Freistücke		—
Sonstiger Verkauf		88
		<hr/>
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)		4.402
		<hr/>
Davon Bundesrepublik Deutschland		4.179
Davon Ausland		223

5. Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA)	4.402	=	100,0 %
Davon in der Untersuchung nicht erfasst:	655	=	14,9 %
Sonstiger Verkauf	88		
Ausgelegte Freistücke	373		
Bibliotheken	76		
Nicht deutschsprachiges Ausland	118		
			<hr/>
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA):	3.747	=	81,5 %

6. Beschreibung der Stichprobe:

Einfache Random-Auswahl, per Schrittziffer aus der Datei der Empfänger.

Ausgangs-Stichprobe:	390 Fälle	=	100,0 %
Stichprobenneutrale Ausfälle:			
Außerhalb der Zielgruppe	17 Fälle	=	4,4 %
Kein Empfänger ermittelbar	9 Fälle	=	2,3 %
Adresse/Telefonnummer falsch/ nicht ermittelbar	26 Fälle	=	6,7 %
Ausfälle gesamt:	52 Fälle	=	13,3 %
Brutto-Stichprobe:	338 Fälle	=	100,0 %
Ausfälle:			
Zielperson nicht erreicht	57 Fälle	=	16,9 %
Zielperson verreist, krank	15 Fälle	=	4,4 %
Beantwortung der Befragung verweigert	16 Fälle	=	4,7 %
	88 Fälle	=	26,0 %
	<hr/>		
Netto (auswertbare Fälle):	250 Fälle	=	71,3 %

7. Zielperson der Untersuchung:

In der Grundgesamtheit wird die Fachzeitschrift an persönliche und an betriebliche Anschriften geliefert. Befragt wurde der hauptsächliche Leser von Energiewirtschaftliche Tagesfragen in dem Betrieb, dem Unternehmen / in der Dienststelle.

8. Definition des Lesers:

hauptsächlicher Leser

9. 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 $\pm 5,2$ %.

10. Durchführung der Untersuchung:

TNS Emnid, Institut für Markt- und Meinungsforschung, Bielefeld

11. Befragungszeitraum:

Die Durchführung der telefonischen Befragung erfolgte in der Zeit vom 7. Juni bis zum 12. Juli 2004

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

Terminplan

und vorläufiges Redaktionsprogramm 2008

etv GmbH, Montebruchstraße 2, D-45219 Essen, Telefon (0 20 54) 95 32-0, Telefax (0 20 54) 95 32-60, Internet: www.et-energie-online.de

Heft 2008	Ersch.-Termin	Anzeigen-schluss	Druckvor-lagen bis	Themenplan
1–2	01.02.	17.01	23.01.	<ul style="list-style-type: none"> ● Messe/Kongress E-world energy & water 2008, Essen ● VGB-Konferenz „Instandhaltung Kraftwerke“ ● Regulierung im Strom- und Gasmarkt ● Erneuerbare Energien: Aktuelle Projekte ● Dezentrale Erzeugung und virtuelle Kraftwerke ● Klimaschutz: Maßnahmen und Politik <ul style="list-style-type: none"> ● Billing: Erfahrungen und aktuelle Projekte ● Unbundling: Stand, Probleme, Perspektiven ● Netz- und Leittechnik in Kraftwerken ● Biogas: Potenziale und aktuelle Projekte
3	03.03.	18.02.	22.02.	<ul style="list-style-type: none"> ● CeBIT 2008: Ausgereifte IT-Systeme für Handel- und Risikomanagement ● Messe new energy Husum 2008 ● Energiemarkt Deutschland 2007: Preise, Erzeugung und Verbrauch <ul style="list-style-type: none"> ● Smart Metering: Aktuelle Projekte ● CRM-Lösungen für den Strom- und Gassektor ● Instandhaltungspraxis in Mittel- und Niederspannungsnetzen ● Windkraft: Techniken für Repowering und off shore-Anlagen ● Strom- und Gashandel: Neue Produkte
4	03.04.	17.03.	24.03.	<ul style="list-style-type: none"> ● Hannover-Messe 2008 ● Grenzüberschreitendes Engpaßmanagement ● Erneuerbare Energien: Förderkonzepte und Betriebserfahrungen ● Netzleit- und Informationstechnik <ul style="list-style-type: none"> ● Klimaschutzinstrumente und –projekte ● Regel- und Ausgleichsenergie: Technik und Management ● Moderne Kraftwerkstechnik für den liberalisierten Energiemarkt ● Mittel-Ost-Europa: Liberalisierung und Energiepolitik
5	02.05.	18.04.	24.04.	<ul style="list-style-type: none"> ● WindEnergy 2008 ● Clean coal und CCS ● Option Wasserstoffwirtschaft ● Gaswirtschaft: Markttrends in Europa ● Entwicklung im Billing <ul style="list-style-type: none"> ● Pluralistische Fernwärme ● Integriertes Kundenbeziehungsmanagement ● Ressourcenverwendung und Nachhaltigkeit in der Energiewirtschaft

6	02.06.	19.05.	22.05.	<ul style="list-style-type: none"> ● Report zur POWER-GEN Europe 2008 ● Intersolar – Internationale Fachmesse für Solartechnik ● Photovoltaik: Förderkonzepte und aktuelle Projekte ● Moderne Kohletechnologien, COORETEC-Prozess ● Kernenergie international 	<ul style="list-style-type: none"> ● Marketing und Kommunikationsstrategien für EVU ● Internationale Situation bei Energie- und CO₂-Steuern ● Entwicklungen in der internationalen Klimaschutzpolitik
7	01.07.	19.06.	23.06.	<ul style="list-style-type: none"> ● Funktion und Leistungen der Energiebörsen ● Kraft-Wärme-Kopplung: Techniken und Konzepte ● Contracting: Wirtschaftliche Lösungen für mittelständische Kunden ● Stromnetze: Benchmarking im Übertragungs- und Verteilungsbereich 	<ul style="list-style-type: none"> ● Blockheizkraftwerke: Technik und Praxiserfahrungen ● Erdgasautos im Markt ● Regel und Ausgleichsenergiemärkte in Europa ● Biomasse: Förderkonzepte und aktuelle Projekte
8	01.08.	18.07.	24.07.	<ul style="list-style-type: none"> ● Wasserkraft und Geothermie: Grundlastfähige Erneuerbare ● Internationale Entsorgungskonzepte für Nuklearabfälle ● Nachwachsende Rohstoffe: Potenziale und aktuelle Projekte ● e-Commerce für Handel, Vertrieb und Marketing ● Energieeffizienz bei Gebäuden und im Verkehr 	<ul style="list-style-type: none"> ● Risikomanagement und Derivatehandel im Strom und Gasmarkt ● Management von Human Resources in EVU ● JI/CDM: Aktuelle Projekte
9	01.09.	18.08.	21.08.	<ul style="list-style-type: none"> ● VGB-Konferenz Kraftwerke 2008 ● Regenerative Energien: Aktuelle Projekte in der EU ● Blockheizkraftwerke: Technik und Praxiserfahrungen ● Wärmepumpen, Solaranlagen und Wohnungslüftungssysteme ● Erdgaspipelines: Internationale Projekte 	<ul style="list-style-type: none"> ● Brennstoffzellen im stationären Einsatz ● Risikomanagementsysteme für EVU ● Kerntechnik: Generation IV-Projekte
10	01.10.	19.09.	22.09.	<ul style="list-style-type: none"> ● LNG: Märkte und aktuelle Projekte ● Softwarelösungen für den Verteilungsbereich ● CO₂-Speicher: Forschung, Technik und rechtliche Rahmenbedingungen ● Kraftwerksservice bei Braunkohle- und Steinkohlekraftwerken 	<ul style="list-style-type: none"> ● Öl- und Erdgasfördertechniken ● Emissionshandel und Kraftwerkseinsatz ● Rationelle Energienutzung in der energieintensiven Industrie ● Biokraftstoffe: Potenziale und politische Rahmenbedingungen
11	03.11.	17.10.	23.10.	<ul style="list-style-type: none"> ● Fachmesse GAT 2008 ● Smart Grid: Entwicklungsstand und aktuelle Projekte ● Mineralölwirtschaft: Markttrends und Techniken ● Verkehr: Alternative Antriebstechniken 	<ul style="list-style-type: none"> ● Photovoltaik: Produktionstechnik und aktuelle Projekte ● Virtuelle Kraftwerke: Entwicklungsstand und aktuelle Projekte ● Erdgaswirtschaft in der EU ● Unbundling und Shared Services: Wachstumschancen
12	01.12.	14.11.	21.11.	<ul style="list-style-type: none"> ● Effiziente Regulierungskonzepte ● Klimaschutzprojekte international ● E-Business: Mobile IT-Anwendungen im Energiesektor ● Energieeffizienzkonzepte in der Energiewirtschaft ● Brennstoffzellen für mobile und stationäre Anwendungen 	<ul style="list-style-type: none"> ● Energiemarkt 2007 – Rückblick und Bewertung ● Billing-Systeme: Integration in neue Systemarchitekturen ● Internationale Konzepte für nachwachsende Rohstoffe



Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen

etv GmbH, Montebruchstraße 2, D-45219 Essen, Telefon (0 20 54) 95 32-0, Telefax (0 20 54) 95 32-60, Internet: www.et-energie-online.de

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.
2. Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.
3. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.
4. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten.
Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
5. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
6. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
7. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen.
Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
8. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen.
Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
9. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an.
Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.
10. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeigen Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber das Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages.
Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen; Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt.
Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts beschränkt.
Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.
11. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.
12. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdrückhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

13. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt.
Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.
14. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen.
Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
15. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
16. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
17. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder – wenn eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigter Mangel, wenn sie
bei einer Auflage bis zu 50 000 Exemplaren 20 v. H.
bei einer Auflage bis zu 100 000 Exemplaren 15 v. H.
bei einer Auflage bis zu 500 000 Exemplaren 10 v. H.
bei einer Auflage über 500 000 Exemplaren 5 v. H.
beträgt.
Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.
18. Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein.

Der Verlag behält sich im Interesse und zum Schutz des Auftraggebers das Recht vor, die eingehenden Angebote zur Ausschaltung von Missbrauch des Zifferndienstes zu Prüfzwecken zu öffnen. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.

19. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.
20. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages.
Gerichtsstand ist der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz.
Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

- a) Anzeigenaufträge durch eine Agentur werden in deren Namen und auf deren Rechnung angenommen. Die Werbungsmittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten.
- b) Die allgemeinen und die zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages gelten sinngemäß auch für Aufträge über Beikleber, Beihefter oder technische Sonderausführungen. Jeder Auftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich.
- c) Eine Änderung der Anzeigenpreisliste gilt ab Inkrafttreten auch für laufende Aufträge.
- d) Wenn für konzernangehörige Firmen die gemeinsame Rabattierung beansprucht wird, ist die schriftliche Bestätigung einer Kapitalbeteiligung von mehr als 50 % erforderlich.
- e) Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen. Dem Auftraggeber obliegt es, den Verlag vom Anspruch Dritter freizustellen, die diesen aus der Ausführung des Auftrages, auch wenn er storniert sein sollte, gegen den Verlag erwachsen. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Erscheinen stornierte Anzeigen, so stehen auch dem Auftraggeber daraus keinerlei Ansprüche gegen den Verlag zu.
- f) Bei Betriebsstörungen oder Eingriffen durch höhere Gewalt (z.B. Arbeitskämpfe, Beschlagnahme u. dgl.) hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn die Aufträge mit 80 % der garantierten verkauften Auflage erfüllt sind. Geringere Leistungen sind nach Tausender-Seitenpreis gemäß der im Tarif genannten garantierten verkauften Auflage zu bezahlen.
- g) Die Übersendung von mehr als zwei Farbvorlagen, die nicht termingerechte Lieferung der Druckunterlagen und der Wunsch nach einer von der Vorlage abweichenden Druckwiedergabe können Auswirkungen auf Platzierung und Druckqualität verursachen und schließen spätere Reklamationen aus. Der Verlag muss sich die Berechnung entstehender Mehrkosten vorbehalten.

etv GmbH, Montebruchstraße 2, D-45219 Essen, Telefon (0 20 54) 95 32-0, Telefax (0 20 54) 95 32-60, Internet: www.et-energie-online.de

- Die gesamte Produktionskette bis zur Erstellung der Druckplatten erfolgt voll digital. Wir bevorzugen dabei EPS- und PDF/X3-Dateien als Übernahmeformat Ihrer Anzeigen.
- Beim Senden von Farbanzeigen bitte darauf achten, dass diese nicht separiert, sondern in einer Datei abgespeichert sind. Die Vierfarbseparation im RIP erfolgt nach Euroskalens-Standard, Sonderfarben müssen darum aus den Grundfarben CMYK aufgebaut sein, angenähert an den HKS-Standard.
- Bei der Erstellung von PDF-Dateien bitte darauf achten, dass keine Bilder in Bildschirmauflösung (72 dpi) eingebettet wurden. Schriften sind grundsätzlich in die Endformate einzubinden, wenn nicht alle Textteile zuvor in Pfade gewandelt wurden.
- Vor der Erstellung von Druckdaten sind bei allen Bildelementen der Anzeige die Layoutdaten durch Feindaten zu ersetzen. Diese dürfen nicht JPG-komprimiert sein, da es sonst Probleme bei der Plattenerstellung geben kann.
- Für elektronische Anzeigen, die in unserem Hause noch bearbeiten werden sollen, gilt folgendes Anforderungsprofil:
Macintosh-Layoutprogramme: QuarkXPress (Version 5-7) und Adobe InDesign (bis Version CS2)
Macintosh-Grafikprogramme: Adobe Illustrator (bis Version 10/CS2) und Macromedia Freehand (bis Version MX).
Grundsätzlich sind alle Elemente der Anzeige mitzuliefern.
- Auf einem Windows-PC erstellte Daten werden grundsätzlich nur als EPS- oder PDF-Dateien mit eingebundenen Schriften angenommen. Benutzen Sie keine Office-Programme (Word, Excel, PowerPoint) zur Erstellung Ihrer Anzeigen, da diese nicht für die Ausgabe auf Postscript-Belichtern konzipiert sind und so eine korrekte Belichtung nicht gewährleistet werden kann.
- Die Anzeigen können entweder auf CD-ROM angeliefert oder per ISDN unserem Dienstleister übertragen werden. Bei Anlieferung per CD-ROM ist ein Ausdruck der Anzeige beizufügen, bei Anlieferung per ISDN ist er zuzufaxen.
Ohne Ausdruck kann keine Gewähr für die inhaltlich korrekte Wiedergabe der Anzeige gegeben werden. Eine korrekte Farbwiedergabe kann nur nach Anlieferung eines Farbproofs nach FOGRA-Strandard gewährleistet werden.
- Die Verantwortung für die korrekte Erstellung der Anzeigendaten liegt immer beim Auftraggeber und kann nicht durch entsprechende Vermerke auf dem Lieferschein oder Anzeigenauftrag auf den Auftragnehmer übertragen werden.
- Druckunterlagen sind bei unserem Dienstleister, der Firma Scheerer Werbung GmbH anzuliefern:
 - als CD-ROM an die Anschrift
Scheerer Werbung GmbH, Produktion „et“, Hohenzollernstr. 65, 45128 Essen
 - per ISDN an die Rufnummer 0201 248 77 50.
Die Anlage ist ständig empfangsbereit und verarbeitet die Protokolle Leonardo Pro, Leonardo Da Windows und Eurofile-Transfer.
Das Protokoll Fritz-ISDN wird nicht unterstützt, Nutzer von Fritz-Karten oder -Boxen nutzen bitte auch das Protokoll Eurofile-Transfer. Das Protokoll ISDN-Manager kann bei Bedarf zugeschaltet werden.
 - per E-mail an die Mailadresse:
et@scheererwerbung.de
- Der Ausdruck der Anzeige ist an die Rufnummer 0201 61 61-250 zu faxen.
- Der Dateiname der Anzeige sollte grundsätzlich immer das Kürzel „et“ beinhalten. Bitte legen sie auch ein „Bitte Lesen“-Dokument bei, aus dem der Ansprechpartner für eventuelle Rückfragen hervorgeht.
- Für Rückfragen bezüglich der technischen Angaben steht Ihnen unser Dienstleister unter der Rufnummer 0201 61 61-200 zur Verfügung.

KURZCHARAKTERISTIK

Die Inhalte

In den „Energiewirtschaftlichen Tagesfragen“ („et“) erscheinen jeden Monat aus der Feder namhafter Persönlichkeiten und Entscheidungsträger aus Energiewirtschaft, Wissenschaft, Politik und Administration Fachbeiträge, in denen die aktuellen ökonomischen, ökologischen, technischen, juristischen und politischen Fragestellungen im Bereich Energie, Umwelt- und Klimaschutz analysiert, dokumentiert und kommentiert werden.

Eine der Stärken der „et“ ist, dass sie nicht nur die klassischen Themen der Energiewirtschaft wie z. B. Energie- und Kraftwerkstechnik, Energiemärkte und -preise aufgreift, sondern auch die wesentlichen Entwicklungen in wichtigen Problemfeldern der Energiewirtschaft wie Umwelt- und Klimarisiken, Umwelt- und Entsorgungstechniken, globale Entwicklungsprobleme, Managementtechniken sowie das Wesentliche der Energie- und Umweltrechtsproblematik kompetent und profiliert behandelt. Der Leserschaft wird somit eine umfassende, fundierte und sachgerechte Information geboten.

Die Redaktion wird unterstützt durch einen „Wissenschaftlichen Beirat“.

Die Mitglieder

Prof. Dr.-Ing. Hans-Jürgen Haubrich, Aachen (Energietechnik)
Prof. Dr. Wolfgang Löwer, Bonn (Energierrecht)
Prof. Dr. Rupert Scholz, München (Energierrecht)
Prof. Dr.-Ing. Ulrich Wagner, München (Energietechnik)
Prof. Dr. C. Christian von Weizsäcker, Köln (Energiewirtschaft)

Die Zielgruppe

Die Spitzenstellung der „Energiewirtschaftlichen Tagesfragen“ wird durch die höchste Abonnementsauflage (IVW-geprüft) aller vergleichbaren Fach-

zeitschriftentitel dokumentiert. Von der verbreiteten Auflage sind rd. 87% Abonnenten.

Neben der klassischen Zielgruppe der Elektrizitäts-, Gas-, Öl-, Kohle-, Fernwärme- und Wasserversorgung erreicht die „et“ auch mit einem hohen Anteil die Gebietskörperschaften, Bundes- und Landesbehörden, Stadt-, Kreis- und Gemeindeverwaltungen sowie kommunale Dienstleistungsunternehmen und nicht zuletzt die einschlägigen wissenschaftlichen Institutionen.

TNS Emnid Leser-Analyse

(Befragungszeitraum Juni/Juli 2004)

- Jedes „et“-Exemplar wird von 5,3 Personen gelesen. Mit Blick auf die Anzeigenwerbung ein weit überdurchschnittlicher Multiplikatoreffekt. Durchschnittlich erreichen Fachzeitschriften pro Exemplar nur 3,4 Leser.
- Mit 61,9% bietet die „et“ eine optimale Seitenkontaktchance. Die besten Voraussetzungen für Anzeigen und ihre Werbewirkung.
- Mit der „et“ wird eine attraktive und entscheidungskompetente Zielgruppe erreicht. 94% der „et“-Leser sind in ihren Unternehmen an Entscheidungen über Einkäufe, Anschaffungen oder Einstellungen etc. beteiligt. Oder sie entscheiden allein.
- 60% der „et“-Leser sind zwischen 30 und 49 Jahren jung – eine beruflich etablierte Empfängerschaft für eine „nachhaltige“ Werbewirkung.
- Bei der beruflichen Ausbildung haben 92% der „et“-Leser einen Universitäts-, Hochschul- oder Fachhochschulabschluss, 14% davon Promotion/Habilitation – eine überdurchschnittlich gut ausgebildete Leserschaft.

STELLENMARKT

ENERGIE

PERSONAL

KARRIERE

INFORMATIONSBÖRSE

Das Stellenanzeigen-Netzwerk für Fach- und Führungskräfte im deutschsprachigen Energiemarkt mit 5 Fachzeitschriften und dem »Branchenportal Energie« auf stellenanzeigen.de

MEHR ENERGIE FÜR STELLENANGEBOTE

Aktuelle Stellenangebote im Paket - jetzt im Energie-Stellenmarkt!

1 x schalten = 5 Titel + stellenanzeigen.de

Der Energie-Stellenmarkt setzt neue Maßstäbe:

- ✓ Print: Mehr als 100.000 Leser und eine verbreitete Auflage von rund 25.000 Exemplaren¹
- ✓ Online: Mehr als 1.000.000 Besucher pro Monat und mehr als 390.000 registrierte Bewerber²
- ✓ Hohe Verbreitung in Deutschland, der Schweiz und in Österreich
- ✓ Attraktives Preis-/Leistungsverhältnis
- ✓ Preisvorteile bei Print+Online-Buchungen

ANGEBOTE & PREISE

Print	Paketpreis für Insertion in allen Fachzeitschriften (s/w)	5,00 €/mm
Print + Online	Aktionspreis für Print + Online auf stellenanzeigen.de	5,00 €/mm + 395,00 €
Online	Online-Stellenanzeige auf stellenanzeigen.de ³	790,00 €
Online + Print	Tabelleneintrag: Anzeige in Kurzform + Logo + Verweis auf Online-Stellenanzeige	240,00 €
Online + Print	Aktionspreis für Online-Stellenanzeige + Tabelleneintrag	990,00 €
Print	Stellengesuche (Paketpreis)	2,50 €/mm
Print	Seminarkalender (Eintrag: max. 6 Textzeilen)	30,00 €
Service	Pauschalpreis für Gestaltung von Stellenanzeigen	275,00 €
Service	Chiffregebühr	6,00 €
Service	Personal-Marketing-Dienstleistungen	auf Anfrage

MEHR QUALITÄT BEI BEWERBUNGEN

Mit einer Insertion im „Energie-Stellenmarkt“ profitieren Sie von der enormen Reichweite unserer Onlinemedien und einer zielgerichteten sowie nachhaltigen Positionierung im redaktionellen Umfeld führender Fachzeitschriften der Energiebranche.

STANDARDFORMATE

Formatgrößen Breite x Höhe	Preis s/w	Preis 4c
4-spaltig – 185 x 258 mm	5.160,00 €	6.708,00 €
4-spaltig – 185 x 82,5 mm	1.650,00 €	2.145,00 €
3-spaltig – 126 x 258 mm	3.870,00 €	5.031,00 €
3-spaltig – 126 x 188 mm	2.820,00 €	3.666,00 €
2-spaltig – 90 x 126,5 mm	1.265,00 €	1.645,00 €
2-spaltig – 90 x 82,5 mm	825,00 €	1.073,00 €

Preise gültig ab 1. Oktober 2007 und zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

Satzspiegel: 185 mm breit x 258 mm hoch

Erscheinung: monatlich (Anzeigenschlusstermine auf Anfrage)

Spaltenbreite: Spalten à 42 mm Breite (5 mm Zwischenraum)

Farbzuschlag: je Farbe nach Euroskala 10 % Zuschlag

Sonstiges: Rabatte und weitere Formate auf Anfrage

^{1/2}Basis: IVW geprüft 2. Quartal 2007

³Online-Präsenz von Stellenanzeigen: 4 Wochen inklusive Veröffentlichung auf energie-stellenmarkt.com, energie.de sowie powernews.org

MEDIAKONTAKT:

EnergyRelations GmbH · Tel.: +49 (0) 8192 - 997 3330 · info@energyrelations.de