

Das Entscheider- Magazin für Gesund- heitskommunikation



HEALTHCARE MARKETING ist das monatliche Entscheider-Magazin für Kommunikation im Pharma- und Gesundheitsmarkt.

HEALTHCARE MARKETING berichtet über Kampagnen, Events und Medien, die Gesundheitsthemen erfolgreich vermitteln, und erreicht damit die Marketing- und PR-Manager bei allen Marktteilnehmern.

Somit führt **HEALTHCARE MARKETING** die Nachfrage des Gesundheitssektors nach Medien- und Kommunikationsleistungen zusammen und bietet seinen Anzeigenkunden hochqualifizierte Kontakte zu Budgetentscheidern.

Für Medien mit Gesundheitsbezug sowie für spezialisierte Werbe- und PR-Agenturen, Marktforschungsinstitute, CP-Verlage, Berater, Callcenter und vergleichbare Dienstleister ist **HEALTHCARE MARKETING** das passgenaue Umfeld, um Kunden im Gesundheitsmarkt zu gewinnen.



Produkt-Informationen

DIN A4 Format; 11 Ausgaben pro Jahr

Empfängeranalyse

In einer IVW geprüften Druckauflage von 3.000 Exemplaren wird Healthcare Marketing per Abo und per Controlled Circulation an Kommunikationsentscheider im Gesundheitsmarkt gestellt:



- 80% an Entscheider in der Pharma- und Healthcare-Industrie, bei Markenartikel-Anbietern mit Gesundheitsbezug, Medizintechnik-Herstellern und Dental-Industrie. Aus Adressstamm: 4.319 personalisierte Adressen in den Bereichen Geschäftsführung, Marketing, Productmanagement und Vertrieb
- 5% an Medien aus Adressstamm: 263 personalisierte Adressen
- 5% an Dienstleister (Agenturen, Callcenter, Marktforschung) aus Adressstamm: 317 personalisierte Adressen
- 5% an Institutionen, Verbände und Organisationen aus Adressstamm: 206 personalisierte Adressen
- 5% an Kliniken, Krankenkassen, Krankenversicherungen und Hochschulen aus Adressstamm: 256 personalisierte Adressen

Redaktionelle Rubriken – Inhaltsstichworte

News	Top-Personalien, Etats, Zeitschriftenlaunches etc.
Märkte + Unternehmen	Marktstudien/Analysen, Wettbewerbsfaktoren, Produktkampagnen, Unternehmensdarstellungen, Markenführung, Recht
Kommunikation + Agenturen	Werbung: Klassisch, im Dialog, im Internet oder am P.o.S., Arzt- und Patientenkommunikation, Agentur-Awards, Callcenter, Außendienst, Best Practice, Unternehmenskommunikation
Medien + Internet	Werbeträger-Analysen, Publikumstrends in den Medien, Patientenportale und Arztsysteme, Corporate Publishing

Ausgabe	Erscheint am	Themen	Anzeigenschluss	Druckunterlagen
1-2/12	23.01.12	Der Pharma- und Gesundheitsmarkt 2012 Best Ager (1) Mediaplanung (1) Markenführung bei Arzneimitteln (1)	02.01.12	06.01.12
3/12	27.02.12	CallCenter World 2012 27.02. – 01.03. Market Access (1) Pharma-Werbeagenturen (1)	03.02.12	10.02.12
4/12	26.03.12	Pharma-Außendienst (1) PR-Agenturen Programmzeitschriften + Supplements (1)	02.03.12	09.03.12
5/12	07.05.12	Comprix 2012 Medical Education Apotheker Fachpresse	13.04.12	20.04.12
6/12	29.05.12	Hauptstadtkongress 13. – 15.06. Marktforschung	04.05.12	11.05.12
7/12	25.06.12	Functional Food Onlinemarketing (1) Corporate Publishing	01.06.12	08.06.12

8/12	23.07.12	Pharma-Außendienst (2) Arztiinformationssysteme Market Access (2)	29.06.12	06.07.12
9/12	10.09.12	LA-MED API-Studie 2012 Best Ager (2) Mediaplanung (2)	24.08.12	27.08.12
10/12	01.10.12	Expopharm Pharma- Werbeagenturen (2) Programmzeitschriften + Supplements (2)	07.09.12	14.09.12
11/12	29.10.12	Callcenter + Dialogmarketing Apotheken Kundenzeitschriften Markenführung bei Arzneimitteln (2)	05.10.12	12.10.12
12/12	26.11.12	Marktforschungsmesse Research & Results 2012 Onlinemarketing (2) Market Access (3)	02.11.12	09.11.12

Änderungen vorbehalten

Anzeigenformate (Breite x Höhe in mm)	Satzspiegel	Anschnitt
2/1 Seite	-	420 x 297
1/1 Seite	175 x 262	210 x 297
1/2 Seite quer	175 x 128	210 x 143
1/2 Seite hoch	87 x 262	107 x 297
1/3 Seite quer	175 x 87	210 x 103
1/3 Seite hoch	55 x 262	75 x 297
1/4 Seite	175 x 65	-

Ihr Ansprechpartner:

Jörg Luttkau

Anzeigenleitung

Fon: +49/40/609 009-59

luttkau@new-business.de



Satzspiegel

Sonderformate auf Anfrage



1/1 Seite
175 x 262 mm



1/2 Seite quer
175 x 128 mm



1/3 Seite quer
175 x 87 mm



1/4 Seite quer
175 x 65 mm



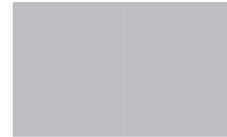
1/2 Seite hoch
87 x 262 mm



1/3 Seite hoch
55 x 262 mm

Anschnitt

Beschnittzugabe 3-5mm je Außenkante



2/1 Seite
420 x 297 mm



1/2 Seite quer
210 x 143 mm



1/3 Seite quer
210 x 103 mm



1/1 Seite
210 x 297 mm



1/2 Seite hoch
107 x 297 mm



1/3 Seite hoch
75 x 297 mm

Anzeigen-Preisliste Nr. 3, gültig ab 1. Januar 2012 (Preise in Euro)

Größe	4c
2/1 Doppelseite	4.200,-
1/1 Seite	2.590,-
1/2 Seite	1.890,-
1/3 Seite	1.590,-
1/4 Seite	1.450,-
U3	2.890,-
U2/U4	2.990,-

Sonderformate auf Anfrage

Stellenanzeigen

Größe	4c
1/1 Seite	1.200,-
1/2 Seite hoch/quer	700,-
1/3 Seite quer	500,-
1/4 Seite hoch	400,-

Stellenanzeigen sind nicht rabattfähig.

Rabatte* bei Abnahme innerhalb eines Jahres

Malstaffel		Mengenstaffel	
3 Anzeigen	3%	3 Seiten	5%
6 Anzeigen	5%	6 Seiten	10%
9 Anzeigen	10%	9 Seiten	15%
11 Anzeigen	15%	11 Seiten	20%

* Nachlässe werden nach der jeweils günstigsten Staffel gegeben.

Healthcare Marketing Jahrgang: 7/2012
ISSN: 0342-4006 Druckauflage: 3.000
Erscheinungsweise: monatlich (1 Doppelausgabe)

Druckunterlagen

Hochauflösende PDF-Datei (abgespeichert für Druckvorstufe) oder geschlossene EPS-Datei mit eingebundenen Schriften auf einem Datenträger, per E-Mail oder ISDN (bitte jeweils mit farbverbindlichem Proof).

Druck- und Bindeverfahren

Bogenoffset, Farbanzeigen nach Euroskala, Format DIN A4 Rückendraht-Heftung

Kosten pro Sonderfarbe (aus HKS/Pantone): 385,- Euro extra
Beilagen und **Einhefter/Einkleber** sind möglich bis zum Format DIN A4
Preise und Maße nennen wir Ihnen gerne auf Anfrage.

Lieferanschrift für Beilagen

Lehmann Offsetdruck GmbH
Gutenbergring 39, 22848 Norderstedt
Fon: ++49/40/30 85 80 00 – Liefervermerk „hcm Nr. ...“

Bankverbindung

Hamburger Sparkasse (BLZ 200 505 50), Kto.-Nr. 1217 131 323
Commerzbank (BLZ 200 400 00), Kto.-Nr. 4822 821

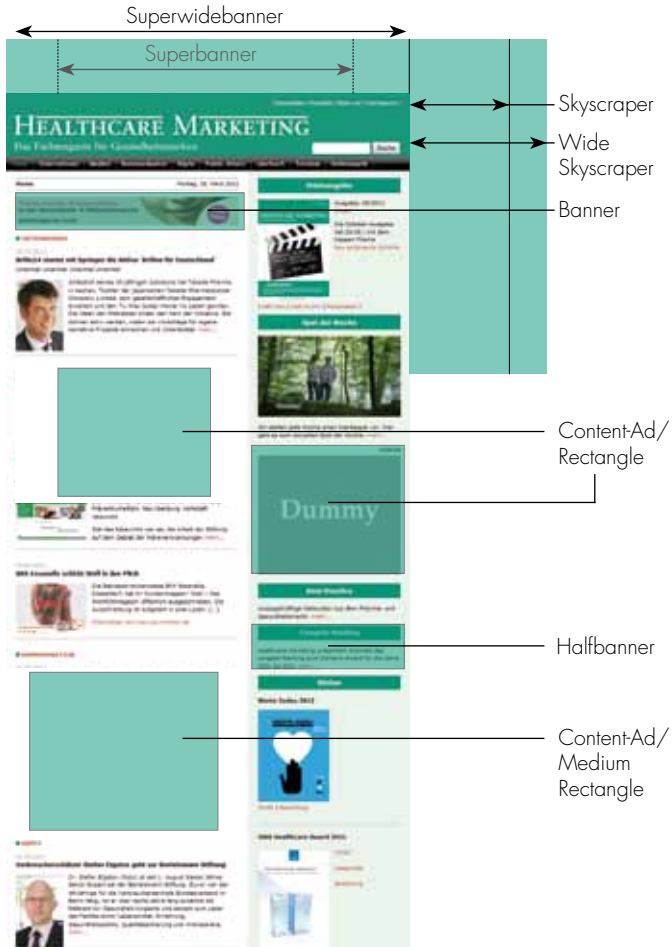
Zahlungsmodalitäten

nach Erscheinen netto, 2% Skonto wird nur bei Vorkasse gewährt, wenn ältere Rechnungen nicht überfällig sind.
Die jeweils gültige Umsatzsteuer wird gesondert berechnet.

Bezugspreis:

Jahresabo 120,- Euro (zzgl. Porto und Umsatzsteuer)
inklusive Jahrbuch Healthcare Marketing

Homepage



Unsere Leistungswerte online (Januar - August 2011)

ø 16.353 Visits pro Monat

ø 40.721 Page Impressions pro Monat

(Die Zahlen beruhen auf der etracker-Webanalyse)

Online-Anzeigen Homepage

(Preisliste 1, gültig seit 1. Januar 2009, Wochenpreise in Euro zzgl. USt.)

Homepage	Format	Preise
Halfbanner	234 x 60	290,-
Banner	468 x 60	520,-
Superbanner	728 x 90	980,-
Super Wide Banner	848 x 90	1.280,-
Content Ad/Rectangle	180 x 150	880,-
Content Ad/Medium Rectangle	300 x 250	1.280,-
Skyscraper	120 x 600	1.280,-
Wide Skyscraper	160 x 600	1.380,-
Hockeystick (Superbanner+Skyscraper)		1.880,-
Wide Hockeystick (Wide Skyscraper+Superbanner)		1.980,-
Wallpaper		auf Anfrage

Rabatte bei Abnahme innerhalb eines Jahres

ab 4 Wochenschaltungen 5 %

ab 10 Wochenschaltungen 10 %

ab 20 Wochenschaltungen 15 %

ab 30 Wochenschaltungen 20 %

Mittlerprovision: 15 %

Technische Formate: Alle Werbemittel für die Homepage können als gif, jpg, flash oder html angeliefert werden. Datenlieferung spätestens 2 Werktage vor Schaltbeginn. Weitere Sonderwerbeformen auf Anfrage möglich.



Kopfbanner

Textanzeige

Textanzeige mit Logo

Content-Ad

Banner

Unsere Leistungswerte (01.09.2011)

1.912 Newsletter-Abonnenten

Erscheinungsweise: 1x wöchentlich

Online-Anzeigen Newsletter

(Preisliste 1, gültig seit 1. Januar 2009, Wochenpreise in Euro zzgl. USt.)

Newsletter	Format	Preise
Textanzeige	max. 8 Zeilen à 70 Zeichen	295,-
Textanzeige + Logo		495,-
Banner	468 x 60	595,-
Kopfbanner	468 x 60	700,-
Content-Ad	300 x 250	1.290,-

Rabatte bei Abnahme innerhalb eines Jahres

ab 4 Wochenschaltungen	5 %
ab 10 Wochenschaltungen	10 %
ab 20 Wochenschaltungen	15 %
ab 30 Wochenschaltungen	20 %
Mittlerprovision: 15 %	

Technische Formate: Werbemittel für den Newsletter können nur im gif-Format angeliefert werden. Daten für die Textanzeige bitte als Word-Dokument.

Datenlieferung spätestens 2 Werktag vor Schaltbeginn.

Weitere Sonderwerbformen auf Anfrage möglich.

Ihre Ansprechpartner im Verlag



Anzeigenleitung

Jörg Luttkau
Fon ++49/40/609 009-59
Fax ++49/40/609 009-55
E-Mail: luttkau@new-business.de



Chefredakteur

Reiner Kepler
Fon ++49/40/60 90 09-72
Fax ++49/40/60 90 09-77
E-Mail: kepler@new-business.de

Anzeigendisposition

Elke David
Fon ++49/40/609 009-56
Fax ++49/40/609 009-55
david@new-business.de



Redaktion

Birte Schäffler
Fon ++49/40/609 009-76
Fax ++49/40/609 009-77
E-Mail: schaeffler@new-business.de



Vertriebsleitung

Angelika Schmidt
Fon ++49/40/609 009-65
Fax ++49/40/609 009-66
E-Mail: schmidt@new-business.de



Redaktion

Agneta Melzer
Fon ++49/40/609 009-73
Fax ++49/40/609 009-77
E-Mail: melzer@new-business.de



Vertriebsmarketing

Birgit Jessen
Fon ++49/40/609 009-62
Fax ++49/40/609 009-66
E-Mail: jessen@new-business.de

Herausgeber: Peter Strahlendorf, Verleger
New Business Verlag GmbH & Co. KG
Nebendahlstraße 16, 22041 Hamburg
(Postfach 70 12 45, 22012 Hamburg)

Fon +49/40/609 009-0
Fax +49/40/609 009-15
www.healthcaremarketing.eu
info@new-business.de

Bankverbindung Hamburger Sparkasse
(BLZ 200 505 50), Kto.-Nr. 1217 131 323
Commerzbank (BLZ 200 400 00),
Kto.-Nr. 4822 821

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften

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 Zeitschrift 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 Berechnung der Abgabemengen 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 Modells 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 unvollständigem Abdruck der Anzeige 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 ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Schadenersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen; Schadenersatzansprüche 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 Abdruckhöhe 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 Zahlungen 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 offen stehender 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 und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder 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 Preiserminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt die mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahre 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 Preiserminderung 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 Preiserminderungsansprüche 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. Dem Verlag kann einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A4 (Gewicht 50 g) überschreiten, sowie Waren, Bücher, Katalogzusendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann jedoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.
19. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Bewahrt der Verlag die Werbemittel auf, ohne dazu verpflichtet zu sein, so geschieht dies maximal für drei Monate.
20. Rabattgrüchchriften und Rabattnachbelastungen erfolgen grundsätzlich erst zum Ende des Insertionsjahres.
21. Platzierungsbestätigungen gelten nur unter Vorbehalt und können aus technischen Gründen geändert werden. In solchen Fällen kann der Verlag nicht haftbar gemacht werden.
22. Erfüllungsort und Gerichtsstand für beide Teile ist Hamburg.



Das Magazin für Kommunikation und Medien
www.new-business.de



Das Magazin für Markenführung
www.markenartikel-magazin.de



Das Entscheider-Magazin für Pharma-Marketing
www.healthcaremarketing.eu



Das Magazin für Corporate Communications
www.cp-monitor.de



new business Edition
www.jahrbuch-sponsoring.de
www.healthcaremarketing.eu



GWA HealthCare Award



Das Magazin für Kommunikation im öffentlichen Sektor
www.publicmarketing.eu



Zeitschrift für Werbung, Kommunikation und Markenführung
www.transferzeitschrift.net



Zeitschrift für Medienmanagement und Kommunikationsökonomie
www.medienwirtschaftonline.de



Fachmagazin für SAT, Kabel, Antenne und Multimedia
www.sat-report.de



Business-Magazin für Kabel, Satellit, Breitband und digitales Fernsehen
www.cablevision-europe.de



Connecting Creative Professionals
www.redbox.de