

**Kitelife**

**PREISLISTE  
2022**

**BAUER ADVANCE**

NR 17 | GÜLTIG AB 01.01.2022



# INHALT

- 01 REDAKTIONELLES KONZEPT
- 02 VERLAGS- UND ALLGEMEINE ANGABEN
- 03 TECHNISCHE ANGABEN
- 04 FORMATE UND PREISE
- 05 ANZEIGENTERMINE
- 06 AD SPECIALS
- 07 AD SPECIALS TERMINE
- 08 ADVERTORIALS
- 09 ANSPRECHPARTNER



# REDAKTIONELLES KONZEPT

KITELIFE – NICHT EINFACH NUR EIN KITESURFMAGAZIN

## DIE POSITIONIERUNG

- » KITELIFE steht für eine ganzheitliche Vermarktung über Print, Web und Event, aber auch für Lifestyle, Trends und Emotionen sowie tatsächliche Marktdurchdringung!
- » KITELIFE bildet sechsmal im Jahr wie kein anderes Magazin den Facettenreichtum des Sports und den dazugehörigen Lifestyle ab. Die Texte sind inhaltlich fundiert und haben einen hohen Nutzwert für den Leser.
- » KITELIFE zeigt, dass Kitesurfen viel mehr ist als nur ein schönes Hobby, setzt Trends und ist ganz nah bei seinen Lesern.
- » KITELIFE ist hinsichtlich der Testqualität und -quantität weltweit einmalig.

## DIE ZIELGRUPPE

Kitelife-Leser sind zwischen 25 und 45 Jahre alt. Das Magazin richtet sich an eine sportliche Zielgruppe mit verschiedensten Interessen aus den Bereichen Sport, Lifestyle, Reise und Technik. Die durchschnittlichen Leser sind zu 73 Prozent männlich, gebildet und kaufkräftig. Der Umgang mit der Natur ist den Lesern extrem wichtig.

The logo for KITELIFE, featuring the word 'KITELIFE' in a stylized, italicized, blue font with a white outline.

# VERLAGS- UND ALLGEMEINE ANGABEN

## VERLAG

OCEAN.GLOBAL GmbH & Co. KG

## VERMARKTER

Bauer Advance KG

## ANSCHRIFT DER ANZEIGENABTEILUNG

Kitelife | Burchardstraße 11 | 20095 Hamburg

Tel.: +49 40 30 19 30 13 Head of Marketing | Automotive & DIY  
+49 40 30 19 31 02 Ad Management | Ad Specials

Fax: +49 40 30 19 31 24 Ad Management | Ad Specials

E-Mail: Head of Marketing  
Automotive & DIY  
martin.rabe@baueradvance.com  
Ad Management | Ad Specials  
anzeigen@baueradvance.com

**PZN** 583759

**ERSCHEINUNGSWEISE** 6 x jährlich

**ERSTVERKAUFSTAG** Mittwoch

## BANKVERBINDUNG

HypoVereinsbank München, IBAN: DE72 7002 0270 0665 8974 43, BIC: HYVEDEMMXXX

**UST.-ID-NR.** DE 118 90 81 49

## ZAHLUNGSBEDINGUNGEN

Die Rechnungsstellung erfolgt zum Erstverkaufstag. Zahlung innerhalb von 30 Tagen nach Rechnungsdatum ohne Abzug. Bei Zahlungseingang bis zum Erstverkaufstag 2 % Skonto, wenn keine älteren Rechnungen unbezahlt sind. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in Höhe der banküblichen Zinsen für Dispositionskredite berechnet.

## GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

Für die Abwicklung von Anzeigen-Aufträgen gelten im Übrigen die Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Anzeigen und andere Werbemittel in Zeitschriften – siehe separates Tarifblatt bzw. im Internet unter:

<https://baueradvance.com/de/agb.html>

Die Buchung einer Anzeige in der Printversion einer Zeitschrift beinhaltet, sofern vorhanden, automatisch auch deren digitale Versionen (Online-Magazin).

# TECHNISCHE ANGABEN

Die aktuellen und verbindlichen technischen Angaben (auch zum Download als PDF) finden Sie unter:  
**[www.duon-portal.de](http://www.duon-portal.de)**

## **ANLIEFERUNG DRUCKUNTERLAGEN**

Alle Druckunterlagen sind elektronisch über das Druckunterlagenportal [www.duon-portal.de](http://www.duon-portal.de) anzuliefern.



## **SUPPORT**

Support erhalten Sie unter:  
**[support@duonportal.de](mailto:support@duonportal.de)**

oder direkt unter:  
**Tel. +49 40 37 41 17 50**

## **ANZEIGENBUCHUNGEN ONLINE**

Anzeigenbuchungen können auch über das Online-Buchungssystem (OBS) übermittelt werden:  
[www.obs-portal.de](http://www.obs-portal.de)



# FORMATE UND PREISE

FORMATE AUF EINZELSEITEN			
Größe in Seitenteilen	Satzspiegel (mm) Breite x Höhe	mit Anschnitt <sup>1</sup> (mm) Breite x Höhe	Preise für alle Farben
1/1	199 x 252	230 x 297	4.400,-
3/4 hoch	159 x 252	172 x 297	3.900,-
3/4 quer	199 x 208	230 x 223	
2/3 hoch	140 x 252	153 x 297	3.600,-
2/3 quer	199 x 183	230 x 198	
1/2 hoch	102 x 252	115 x 297	2.400,-
1/2 quer	199 x 133	230 x 148	
1/3 hoch	64 x 252	77 x 297	1.700,-
1/3 quer	199 x 84	230 x 99	
Vorzugsplatzierungen <sup>2</sup>			
2. Umschlagseite			4.900,-
4. Umschlagseite			5.500,-
Vor/Neben Inhalt/Editorial			5.200,-
Anzeigen bis Seite 31			4.600,-
FORMATE AUF DOPPELSEITEN			
2/1	434 x 252	460 x 297	8.400,-
Vorzugsplatzierungen <sup>2</sup>			
Opening Spread (2. Umschlagseite + Seite 3)			9.900,-
Doppelseiten bis Seite 31			8.600,-

<sup>1</sup> Zu diesen Maßen ist Beschnittzugabe zuzurechnen: oben, unten und außen 5 mm.

Formate auf Doppelseiten oben, unten, innen und außen je 5 mm.

<sup>2</sup> Die Zuschläge werden rabattiert und verprovisioniert.

Preise in €  
zzgl. gesetzl. MwSt.

## WEITERE INFORMATIONEN

- » Weitere Formate auf Anfrage
- » Heffformat: 230 x 297 mm
- » Keine Platzierungszusagen bei seitenanteiligen Anzeigen möglich. Konkurrenz- und Themenausschluss kann leider nicht gewährt werden
- » Anzeigensplit, Sonderfarben, Duflack, Anzeigen-Sonderformate und ausschlagbare Seiten auf Anfrage

# ANZEIGENTERMINE 2022

## KITELIFE

Heft	Erstverkaufstag* Mittwoch	KW	Anzeigenschluss**	Druckunterlagenschluss
02	16.03.2022	11	16.02.2022	18.02.2022
03	11.05.2022	19	13.04.2022	15.04.2022
04	29.06.2022	26	01.06.2022	03.06.2022
05	17.08.2022	33	20.07.2022	22.07.2022
06	19.10.2022	42	21.09.2022	23.09.2022
01	14.12.2022	50	16.11.2022	18.11.2022

### WEITERE INFORMATIONEN

- » Letzter Rücktrittstermin: bis zum jeweiligen Anzeigenschluss
- » Ad Specials Termine: siehe unter **07**

### Sie haben das für Ihre Kommunikation perfekte Themenumfeld gefunden? – Bitte beachten Sie folgendes:

- » Finale Umfeldzusage erfolgt erst zum Anzeigenschluss der jeweiligen Ausgabe
- » Die Themen sind vorbehaltlich redaktioneller Änderungen
- » Innerhalb der Themenstrecke findet kein Konkurrenzausschluss statt
- » Bitte geben Sie Ihren Platzierungswunsch bei Buchung mit an

\* Zahlungstermin bei Inanspruchnahme des Skontos lt. Preisliste

\*\* Anzeigen-Schlussstermine für Vorzugsplatzierungen: 7 Kalendertage vor offiziellem Anzeigen-Schlussstermin

# AD SPECIALS

## BEILAGEN

	Speditionsauflage	Aboauflage
bis 20 g	103,-	124,-
bis 30 g	108,-	135,-
bis 40 g	113,-	147,-
bis 50 g	118,-	159,-

Preise in € per Tausend Exemplare  
zzgl. gesetzl. MwSt.

## WEITERE INFORMATIONEN

- » Beilagen mit höheren Gewichten und aufgeklebten Elementen auf Anfrage.
- » Mindestauflage: 10.000 Exemplare
- » Teilbelegung auf Anfrage
- » Siehe auch Hinweis Aboauflage/Teilaufgabe

Bei Unterschreitung der Mindestauflage fällt ein Mindermengen-Zuschlag an.

- » Dieser errechnet sich aus dem 1.000er Preis Spedition und der Auffüllmenge zum Erreichen der Mindestmenge.

## ZUSCHLÄGE

Aboauflage gesamt
10,-

Preise in € per Tausend Exemplare  
zzgl. gesetzl. MwSt.



# AD SPECIALS

## BEIKLEBER

	Speditionsaufgabe	Aboaufgabe
Postkarten*/Coupons	72,-	83,-
Booklet bis 20 g	78,-	94,-
Warenproben bis 20 g	105,-	131,-

\* Maße und Gewicht gem. Deutsche Post AG

Preise in € per Tausend Exemplare  
zzgl. gesetzl. MwSt.

### WEITERE INFORMATIONEN

- » Andere Beikleber/Flatsprays und höhere Gewichte auf Anfrage.
- » Mindestbelegungsmenge: Inland Druck gesamt
- » Es wird ein Platzierungszuschlag in Höhe von 15 % auf den 1. Beikleberplatz erhoben.

## BEIHEFTER

	Speditionsaufgabe	Aboaufgabe
bis 8 Seiten	120,-	150,-
ab 12 Seiten	130,-	176,-

Preise in € per Tausend Exemplare  
zzgl. gesetzl. MwSt.

### WEITERE INFORMATIONEN

- » Beihefter mit höherer Seitenanzahl und aufgeklebten Elementen auf Anfrage.
- » Mindestbelegungsmenge: Inland Druck gesamt
- » Es wird ein Platzierungszuschlag in Höhe von 15 % auf den 1. Beihefterplatz erhoben.

# AD SPECIALS

## **PREISANGABEN**

Die Preise für Ad Specials können sich erhöhen, falls durch sie z. B. die Verarbeitung erschwert wird. Verbund-Ad Specials sind nach besonderer Vereinbarung möglich. Gewichtsabhängige Postgebühren, die für die Belegung der Aboauflage anfallen, sind in diesen Preisen enthalten. Bei Warenproben und Gegenständen ab 2,4 mm Dicke fallen zusätzliche Portentgelte an.

## **AUFLAGEN**

Berechnungsgrundlage und Lieferbasis für Ad Specials ist die bei Auftragsbestätigung vorliegende Druckauflage.

## **SPEDITIONS AUFLAGE**

Die Speditionsauflage setzt sich titelabhängig aus den Druckauflagen für die Vertriebsparten Einzelverkauf, Lesezirkel, Bordexemplare und Sonstiges (ohne E-Paper) zusammen.

## **ABOAUFLAGE**

Die alleinige Belegung der Aboauflage gesamt ist unter der Beachtung der Mindestbelegungsmenge möglich. Hierfür wird ein Zuschlag erhoben. Bei Unterschreitung der Mindestbelegung gilt die Mindestbelegungsmenge als Berechnungsgrundlage.

## **TEILAUFLAGE**

Der Verlag behält sich bei Belegung von Teilaufgaben ein Schieberecht vor. Bei Unterschreitung der Mindestbelegung gilt die Mindestbelegungsmenge als Berechnungsgrundlage.

## **AUFLAGENABSTIMMUNG**

Geringfügige Abweichungen von den vereinbarten Streugebieten sind aus vertriebstechnischen Gründen möglich. Die zu belegenden Auflagen unterliegen Schwankungen, deshalb muss die tatsächlich benötigte Menge bei Auftragserteilung abgestimmt werden.

## **SPLIT**

Splits sind grundsätzlich gegen Zuschlag und unter Berücksichtigung der Mindestbelegungsmenge möglich. Splits können nur bei vorzeitiger Bekanntgabe, bis spätestens 4 Wochen vor dem Buchungsschluss, berücksichtigt werden.

Weitere Infos unter:

[www.baueradvance.com](http://www.baueradvance.com) • [www.bauer-extras.de](http://www.bauer-extras.de)

Oder auf Anfrage:

[adspecials@baueradvance.com](mailto:adspecials@baueradvance.com)

## **TECHNIK UND ANLIEFERUNG**

Anlieferadresse und Termin entnehmen Sie bitte der jeweiligen Auftragsbestätigung. Eine Wareneingangskontrolle findet in den Druckereien nicht statt. Jede Anlieferung ist rechtzeitig vor Lieferung per E-Mail zu avisieren.

Verbindliche technische Angaben, Informationen zu Terminen, Mustern, sowie zur Anlieferung abrufbar mit Downloadfunktion unter:

[www.adspecial-portal.de](http://www.adspecial-portal.de)



## **DRUCKSERVICE**

Auf Wunsch übernimmt der Verlag auch die Produktion des Ad Specials. Preis auf Anfrage.

Besuchen Sie unsere Homepage, um sich über unser weiteres Leistungsangebot zu informieren:

[www.baueradvance.com/de/solutions.html](http://www.baueradvance.com/de/solutions.html)

# AD SPECIALS TERMINE 2022

## KITELIFE

Heft	Erstverkaufstag* Mittwoch	KW	Schlusstermin Ad Specials	Anlieferung Ad Specials
02	16.03.2022	11	12.01.2022	18.02.2022
03	11.05.2022	19	09.03.2022	15.04.2022
04	29.06.2022	26	27.04.2022	03.06.2022
05	17.08.2022	33	15.06.2022	22.07.2022
06	19.10.2022	42	17.08.2022	23.09.2022
01	14.12.2022	50	12.10.2022	18.11.2022

### WEITERE INFORMATIONEN

- » Letzter Rücktrittstermin: bis zum jeweiligen Schlusstermin
- » Wir bitten um Ihr Verständnis, dass der Verlag für die Erfüllung von Reservierungen keine Garantie übernehmen kann. Schadensersatzansprüche können nicht geltend gemacht werden. Bei bestehender Reservierung hat der Reservierende 48 Stunden Entscheidungsvorrecht.

\* Zahlungstermin bei Inanspruchnahme des Skontos lt. Preisliste

# ADVERTORIALS

## ADVERTORIALS

Advertorials sind für einen Kunden individuell gestaltet Anzeigen im Look & Feel von Kitelife. Die Konzeption und Realisierung erfolgt in enger Abstimmung zwischen Verlag und Kunde bzw. Agentur.

Advertorials werden mit dem Wort ANZEIGE in 10 pt. Versalien gekennzeichnet.

Advertorials können auf Wunsch mit einem Online-Auftritt auf kitelife.de kombiniert und verlängert werden. Crossmediale Preise auf Anfrage.

## PREISE ADVERTORIAL

Format	Produktionskosten	Anzeigenpreise
2/1 Seite 4c	3.500,-	siehe unter Punkte <b>04</b> Formate/Preise
1/1 Seite 4c	2.000,-	

Preise in €  
zzgl. gesetzl. MwSt.

Der Anzeigenpreis wird gemäß gültiger Preisliste und im Rahmen bestehender Abschlüsse rabattiert.

## GESTALTUNGSKOSTEN

Die Gestaltungskosten werden nach Abschluss der Produktion (Konzept, Layout, Text, Bildankauf, Fotoproduktion, Technik) in Rechnung gestellt.

## TERMINE

Die Advertorial-Schlusstermine liegen 5 Wochen vor dem offiziellen Anzeigenschluss.

## ADVERTORIAL BEISPIELE

ADVERTORIAL 111

### CLEVER CREMEN

**DIE SONNE KANN HAUTSCHÄDEN VERURSACHEN, DIE IRREVERSIBEL SIND. DAHER IST ES WICHTIG, DIESE GAR NICHT ERST ENTSTEHEN ZU LASSEN. SO GEHTS.**

**B**ei ein Ausflug an den Strand, Relaxen auf der Terrasse, auf dem Weg im Büro oder beim Sport an Land und im Wasser: Die Sonne sucht uns ganzjährig nach drinnen und macht unsere gute Laune, Abklingung liegt der Hautschäden im Freien nach gewisse Risiken, vor denen es sich zu schützen gilt. Nege dazu, wenn der Himmel sich mal in Wolken hüllt. Nicht nur die Thema UV-Strahlung, sondern auch die möglichen Folgen des HEU-Ladens machen deutlich, dass Sonnenschutz zu einem ganzjährigen Thema geworden ist, das vernünftige Aufmerksamkeit verdient. Alles richtig und wichtig - aber bitte ohne mit Aufheben! Moderne Sonnenschutzmittel kombinieren sich und zum Lebensstil passen. Sie sollen schweiß-tauglich, keine Filme oder öligen Glanz auf der Haut hinterlassen und vor allem keine Mitläufer beim Auftragen hinterlassen.

In Trend liegen deshalb neue, ultradünne und hochwirksame Sonnenschutzprodukte für Gesicht und Körper, vor denen eine für sich einen Schutz genügt ist. Doch auch das Wir ist unumstößlich. Die Formel für effektive Sonnenschutzpflege lautet: „SPAK“ also Produkt, Menge und Anwendung. Nur vor die Drillinge aus richtigen Auswahl, zunehmender Menge und korrekter Anwendung berücksichtigt, ist beim Auftragen im Freien auf der sicheren Seite.

Für einen wirksamen Schutz der Haut empfiehlt es sich, auf jede Körperregion einen dicken Strich Sonnenschutz (Crema, Lotion oder Fluid) von der Spitze des Mittelfingers bis zur Handwurzel aufzutragen. Die benötigte Menge, um den ganzen Körper ausreichend zu versorgen, entspricht etwa der Größe eines Gullfisches. Sonnenschutz sollte mit 15 Spritzhaken für jede Körperregion angewendet werden. Klingt viel? Bringt viel!

**Keine Zeit bleibt für unumstößliche, hochwirksamen Sonnenschutzmaßnahmen - es tut sich! Ein neues Produkt.**

Dermatologen empfehlen zudem ein doppelt sicheres System: Am besten noch vor dem Auftragen gründlich und flächendeckend eincremen - und dabei die großen Körperpartien wie den Rücken, aber auch die Hände und Füße nicht vergessen! Dieses Vorgehen nach circa 30 Minuten wiederholen. So ist die Haut gut geschützt - und bleibt es auch, solange das gründliche Eincremen regelmäßig wiederholt wird.

ADVERTORIAL 88

### GIB NICHT AUF, WAS DU LIEBST

**SONDERN VERSUCHE, ES NACHHALTIG ZU GESTALTEN!**

**EINS SEIN MIT DEM WASSER UND DEM WIND, DIE KRAFT DER NATUR SPÜREN, SICH MIT IHR VERBINDEN UND DABEI DIE GESETZE DER SCHWERKRAFT VERGESSEN. DAS IST ES, WESHALB WIR JEDE FREIE MINUTE UNSEREM LIEBLINGSHOBBY WIDMEN UND IMMER WIEDER RAUSWOLLEN, UM DIESE FREIHEIT ZU GENIEßEN.**

Die Liebe zu sportlichen Hobbys liegt und dem Thema ist aber nicht die einzige Gemeinsamkeit zwischen Nico und Philipp. Auch beide sind sich des Wertes des Klimawandels natürlich bewusst. Mit ein nachhaltiges Überleben oder von Innovationen angebotenen Komfort haben beide ganz die Möglichkeit, auf nachhaltige Ideen aufmerksam, die ohne Barriere auskommen. Mit dem Partnerbrand von Nico und Philipp die Marktingstrategie „Keep Going Forward“ einen Ausdruck verliehen. Nur mit Leidenschaft kann der Lauf der Welt verändert und vorangebracht werden.

Nico: „Ich versuche im Alltag durch verschiedene Herausforderungen Müll und Ressourcen zu reduzieren. Für meine Winterzeit muss ich natürlich einige Sachen mitbringen. Um meine CO2-Bilanz zu senken ist mir wichtig zu helfen, insbesondere ich diese Flugzeuge, indem ich ein Produkt annehme, das Müll reduziert und somit die CO2-Bilanzung flücker.“

Philip: „Mein Partner ist sehr umweltbewusst und ich bin immer sehr aufmerksam. Ich habe 1993 wieder professionell Tischtennis gespielt. Wie ich heute zum Tischtennis von 1970, die ein drei charakteristisches Preis an einer Tischtennisplatte erheben und von Brett Fans schnell Teile gekauft wurde. Angehen zu einem Markt gibt es die „Ziele“ nach wie vor in unterschiedlichen Ausführungen. Natürlich mit modernem Tisch auf dem Stand der heutigen Zeit gehalten.“

# ANSPRECHPARTNER

## SALES REGIONS

### HAMBURG | BERLIN

#### **KATI BIESING**

Head of Sales  
Burchardstraße 11  
20077 Hamburg  
T +49 40 30 19 34 00  
hamburg@  
baueradvance.com

### DÜSSELDORF

#### **BENJAMIN SCHULZE**

Head of Sales  
Kaistraße 11  
40221 Düsseldorf  
T +49 211 31 06 08 0  
duesseldorf@  
baueradvance.com

### FRANKFURT

#### **SEBASTIAN HIMMER**

Head of Sales  
Lyoner Straße 44–48  
(Arabella-Center)  
60528 Frankfurt  
T +49 69 66 42 63 50  
frankfurt@  
baueradvance.com

### MÜNCHEN | STUTTGART

#### **REINHARD BAUM**

Head of Sales  
Osterwaldstraße 10  
80805 München  
T +49 89 67 86 72 70  
muenchen@  
baueradvance.com

### HEALTHCARE SALES

#### **SANDRA CÖLLN**

Head of Sales  
Burchardstraße 11  
20077 Hamburg  
T +49 40 30 19 30 27  
sandra.coelln@  
baueradvance.com

### DIGITAL SALES

#### **VANESSA PALTEN-ROSSI**

Head of Digital Sales  
T +49 40 30 19 31 59  
vanessa.palten-rossi@  
baueradvance.com

### FOOD SALES

#### **DANIEL WITZA**

Head of Food Sales  
Kaistraße 11  
40221 Düsseldorf  
T +49 211 31 06 08 14  
daniel.witza@  
baueradvance.com

## BRANCHEN

### HEALTHCARE

#### **MICHAEL LINKE**

Head of Marketing  
T +49 40 30 19 30 48  
michael.linke@  
baueradvance.com

### AUTOMOTIVE & DIY

#### **MARTIN RABE**

Head of Marketing  
T +49 40 30 19 30 13  
martin.rabe@  
baueradvance.com

### HOME & TRAVEL | FINANCE & SERVICES

#### **DANIELA HENNING**

Head of Marketing  
T +49 40 30 19 30 85  
daniela.henning@  
baueradvance.com

### BEAUTY & FASHION

#### **NATALIE SCHWARZ**

Head of Marketing  
T +49 40 30 19 30 86  
natalie.schwarz@  
baueradvance.com

### HOUSE OF FOOD

#### **THIES STEFFEN**

Head of New Business  
T +49 40 30 19 31 42  
thies.steffen@  
house-of-food.com

## ZENTRALBEREICHE

### INNOVATION

#### **HEIKE GORSKI**

Head of Marketing  
T +49 40 30 19 31 90  
heike.gorski@  
baueradvance.com

### EXECUTION

#### **HENRIKE HEICK**

Head of Marketing  
T +49 40 30 19 30 17  
henrike.heick@  
baueradvance.com

### AD MANAGEMENT | AD SPECIALS

#### **VIOLA SCHWARZ**

Head of Operations  
T +49 40 30 19 31 05  
viola.schwarz@  
baueradvance.com

### AD SPECIALS

#### **INES WETZEL**

Team Lead Ad Specials  
T +49 40 30 19 31 72  
ines.wetzel@  
baueradvance.com

### INTELLIGENCE & COMMUNICATIONS

#### **PHILIPP PETERSEN**

Head of Operations  
T +49 40 30 19 30 10  
philipp.petersen@  
baueradvance.com

## SALES REGIONS

### INTERNATIONAL

#### **SABRINA BONILLA VAZQUEZ**

Account Manager  
International Sales  
Osterwaldstraße 10  
80805 München  
T +49 89 67 87 78 87  
sabrina.bonillavazquez@  
baueradvance.com

### ÖSTERREICH

Renate Dolleisch GmbH

#### **ERIK GERTSCHER**

International Sales  
Bahnallee 26  
2120 Wolkersdorf  
T +43 2245 8 20 32 11  
M +43 664 166 72 34  
gertscher@dolleisch.at

### SCHWEIZ

Phoenix Media SA

#### **PHILIPPE GIRARDOT**

International Sales  
Avenue Henri-Dunant 2  
c/o Association Comptabilis  
1205 Genève  
T +41 76 524 70 34  
philippe@phoenix-media.ch

### OCEAN.GLOBAL GmbH & Co KG

#### **ELIANE LEHMANN**

Klausdorfer Weg 167  
24148 Kiel  
T +49 431 996 99 77  
eliane.lehmann.ext@  
baueradvance.com