

# MEDIADATEN 2020



Themenplan

LZ PRINT

LZ DIGITAL

LZ MAFO-SERVICES

LZ EVENTS

LZ JOBS

LZ	ET	AS*	Sortimente/Marktplatz	LänderReports	Schwerpunkte und Messethemen	Termine Messen und Ausstellungen
direkt 1 20	02.01.	05.12.	Tiefkühlprodukte   Convenience   Vegane & vegetarische Produkte   Süßwaren		Spezial: Süßer Stern – Die Gewinner Spezial: Internationale Food-Trends	
	1	03.01.	12.12.			
2	10.01.	30.12.			Schwerpunkt Internationale Grüne Woche AS: 15.11.	YBF mit Alnatura   Darmstadt 14.01. - 15.01.
3 LZ Copytest	17.01.	07.01.			Schwerpunkt Nonfood AS: 30.12.	Grüne Woche   Berlin 17.01. - 26.01.
4	24.01.	14.01.	Obst & Gemüse (inkl. Frische-Logistik   Vorfeld Fruit Logistica) AS: 07.01.			LZ Open   Berlin 22.01. - 23.01. Christmasworld, Floradecora   Frankfurt 24.01. - 28.01. Paperworld, Creativeworld   Frankfurt 25.01. - 28.01.
5	31.01.	21.01.	Süßwaren I (Vorfeld ISM)		Christmasworld   Paperworld   Creativeworld Messe-News	Spielwarenmesse   Nürnberg 29.01. - 02.02. ISM, Prosweets   Köln 02.02. - 05.02.
direkt 2 20	03.02.	10.01.	Süßwaren (inkl. ISM)   Obst & Gemüse   Bio-Produkte   Gesundheit & Fitness		Promotions 2020 inkl. SalesCup	

6	07.02.	28.01.	Bio & Regional (Vorfeld Biofach)	LR Mecklenburg- Vorpommern AS: 20.12.2019	Schwerpunkt Retail Technology & Ladenbau   EuroShop Vorschau AS: 17.01. ISM Messe-News Spielwarenmesse Messe- News	Fruit Logistica   Berlin 05.02. - 07.02. Ambiente   Frankfurt 07.02. - 11.02. fish international   Bremen 09.02. - 11.02.
	7	14.02.	04.02.	Milchprodukte & Käse		Fruit Logistica Messe- News Ambiente Messe-News
8	21.02.	11.02.	Frühstück	LR Irland AS: 10.01.	EuroShop Messe-News inkl. Top Supplier Retail Award Biofach Messe-News	Molkereikongress   München 18.02. - 19.02. EuroShop   Düsseldorf 16.02. - 20.02. Detrop Boutique Show   Thessaloniki 22.02. - 24.02.
9	28.02.	18.02.	Grillen		Schwerpunkt Logistik I   Logimat Vorschau AS: 07.02.	Eisenwarenmesse   Köln 01.03. - 04.03.
direkt 3 20		02.03.	07.02.	Frühstücksprodukte   Brot & Backwaren   Heißgetränke   Wasch-, Putz- & Reinigungsmittel, Wein & Sekt (ProWein)		Spezial: Fußball-EM 2020 Spezial: Erfolgreiche Startups
10	06.03.	25.02.	Wein & Spirituosen (inkl. Sekt, Schaumwein   Vorfeld ProWein)	LR Berlin-Brandenburg AS: 24.01.		Light & Building   Frankfurt 08.03. - 13.03. Beauty International   Düsseldorf 06.03. - 08.03.
11	13.03.	03.03.	Food to go (Convenience, Snacks, Out of Home)	LR USA AS: 31.01.		YBF mit Devey   München 10.03. - 11.03. Internorga   Hamburg 13.03. - 17.03. ProWein   Düsseldorf 15.03. - 17.03. Logimat   Stuttgart 10.03 - 12.03. IAW Internationale Aktionswaren Messe   Köln 10.03. - 12.03.
12	20.03.	10.03.	Erfrischungsgetränke		Internorga Messe-News ProWein Messe-News Logimat Messe-News	M.A.D.E.   Paris 17.03. - 18.03.

LZ Copytest  
Logistik

\* Platzierungsreservierungen verlieren 3 Wochen vor Anzeigenschluss ihre Verbindlichkeit.

## 6 - 7 | Themenplan

LZ	ET	AS*	Sortimente/Marktplatz	LänderReports	Schwerpunkte und Messethemen	Termine Messen und Ausstellungen
<b>13</b>	27.03.	17.03.	Tiefkühlkost & Eis I			Handelslogistik Kongress   Köln 24.03. - 25.03. Deutscher Handelsimmobilien-Gipfel   Düsseldorf 25.03. - 26.03.
<b>direkt 4 20</b>	01.04.	10.03.	Fleisch- & Wurstwaren   Feinkost & Saucen   Chips & Snacks   Alkoholfreie Getränke   Bier & Mischgetränke   Wein   Speiseeis		<b>Spezial:</b> Grillsaison inkl. Grillzubehör	
<b>14</b>	03.04.	24.03.	Fleisch & Wurst (inkl. Fleischalternativen)			
<b>15</b>	09.04.	31.03.	Bier			
<b>16</b>	17.04.	03.04.	Fisch & Meeresfrüchte (Vorfeld Seafood Expo)	LR Nordische Länder AS: 06.03.	<b>Schwerpunkt</b> Verpackung I   Interpack Vorschau AS: 27.03.	Vinality   Verona 19.04. - 22.04.
<b>17</b>	24.04.	14.04.		LR Niederlande AS: 13.03.	Zahlungsverkehr AS: 03.04. Seafood Expo Global Messe News	Hannover Messe   20.04. - 24.04. Seafood Expo Global   Brüssel 21.04. - 23.04. Alimentaria   Barcelona 20.04. - 23.04.
<b>18</b> Crossmedia Sonderthema	30.04.	21.04.		LR Schweiz AS: 20.03.	<b>Sonderthema</b> New Food   AS: 09.04.	
<b>direkt 5 20</b>	04.05.	07.04.	Wasch-, Putz- & Reinigungsmittel   Kosmetik & Körperpflege   Hygieneprodukte   Mundhygiene   Tiernahrung   Molkereiprodukte   Tabakwaren		<b>Spezial:</b> Drogeriewaren I	
<b>19</b>	08.05.	27.04.	Gesundheit & Fitness (inkl. „free from“, OTC-Produkte)	LR Bremen AS: 27.03.	<b>Schwerpunkt</b> Handelsmarken   PLMA Vorschau AS: 17.04.	Interpack   Düsseldorf 07.05. - 13.05. EHI Kartenkongress   Bonn 06.05. - 07.05.
<b>20</b>	15.05.	05.05.		LR Nordrhein-Westfalen AS: 03.04.	Interpack Messe-News	Cibus   Parma 11.05. -14.05.

<b>21</b>	22.05.	11.05.	Drogerie I (Kosmetik, Körperpflege, Mundhygiene u.a.)			
<b>22</b>	29.05.	18.05.			PLMA Messe-News	PLMA   Amsterdam 26.05. - 27.05. Photokina   Köln 27.05. - 30.05. THAIFEX - Anuga Asia   Bangkok 26.05. - 30.05.
<b>direkt 6</b>   20	02.06.	07.05.	Convenience   Vegetarische & vegane Produkte   Fleisch- & Wurstwaren   Tiefkühlprodukte		Supermarkt Stars – Die Finalisten 2020	
<b>23</b>	05.06.	25.05.	Pasta, Reis & Saucen			
<b>24</b>	12.06.	29.05.	Genuss & Spezialitäten (Feinkost)			
<b>25</b> LZ Copytest	19.06.	08.06.	Baby & Kind (Spezialnahrung, -pflege)	LR Niedersachsen AS: 30.04.		Supermarkt Stars   Frankfurt 16.06. - 17.06. LZ Nonfood Kongress   Berlin 18.06. - 19.06.
<b>26</b>	26.06.	16.06.			<b>Sonderthema</b> <b>Top-Marke 2020</b> AS: 29.05.	Tendence   Frankfurt 27.06. - 30.06.
<b>direkt 7</b>   20	01.07.	08.06.	Süße Brotaufstriche   Fisch   Feinkost   Laktosefreie & glutenfreie Produkte		Supermarkt Stars – Die Sieger 2020 <b>Spezial: Top-Marke 2020</b>	
<b>27</b>	03.07.	23.06.			Tendence Messe-News	
<b>28</b>	10.07.	30.06.	Brot & Backwaren I	LR Asien AS: 29.05.		
<b>29</b>	17.07.	07.07.	Tiernahrung & Zubehör			
<b>30</b>	24.07.	14.07.				
<b>31</b>	31.07.	21.07.	Waschen & Reinigen			
<b>direkt 8</b>   20	03.08.	10.07.	Bier & Mischgetränke   Brot & Backwaren   Tiernahrung   Tabakwaren   Babyprodukte   Oktoberfest		<b>Spezial: Karriere im LEH</b>	

\* Platzierungsreservierungen verlieren 3 Wochen vor Anzeigenschluss ihre Verbindlichkeit.

LZ	ET	AS*	Sortimente/Marktplatz	LänderReports	Schwerpunkte und Messethemen	Termine Messen und Ausstellungen
<b>32</b> Crossmedia Sonderthema	07.08.	28.07.			<b>Sonderthema Nachhaltigkeit</b> AS: 17.07.	
<b>33</b>	14.08.	04.08.			<b>Schwerpunkt Nonfood</b> AS: 21.07.	
<b>34</b>	21.08.	11.08.	Convenience & Snacks			
<b>35</b> LZ Copytest LR	28.08.	18.08.	Käse	LR Bayern AS: 17.07.		Gamescom   Köln 25.08. - 29.08.
<b>direkt 9 20</b>	01.09.	10.08.	Süßwaren   Käse   Wein, Sekt & Champagner   Spirituosen   Energy Drinks   Nachhaltigkeit   Pressesortiment		<b>Spezial: Weihnachtsgeschäft 2020</b>	
<b>36</b>	04.09.	25.08.				IFA   Berlin, September 2020 Spoga+Gafa   Köln, September 2020
<b>37</b> LZ Copytest LR	11.09.	01.09.	Tabakwaren & E-Zigaretten	LR Italien AS: 31.07.	IFA Messe-News Spoga+Gafa Messe-News	Dmexco   Köln, September 2020
<b>38</b> LZ Copytest Verpackung	18.09.	08.09.	Süßwaren II	LR Baden-Württemberg AS: 07.08.	<b>Schwerpunkt Verpackung II</b> AS: 28.08.	Inter-Tabac   Dortmund 18.09. - 20.09. <b>LZ Strategietag Food Innovation   September 2020</b> IAW Internationale Aktionswaren Messe   September 2020
<b>39</b>	25.09.	15.09.	Milchprodukte II			IAA Nutzfahrzeuge   Hannover 24.09. - 30.09. <b>Packaging 360°   Nürnberg</b> (voraussichtlich 23.09.)
<b>direkt 10 20</b>	01.10.	09.09.	Fleisch- & Wurstwaren   Geflügel   Molkereiprodukte   Tiefkühlprodukte   Heißgetränke		<b>Spezial: Nonfood</b>	

<b>40</b>	02.10.	22.09.	Spirituosen	LR Mitteldeutschland: Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen AS: 14.08.	Schwerpunkt Handels- immobilien   Expo Real Vorschau AS: 11.09.	ECR Tag   Frankfurt am Main 30.09. - 01.10.
<b>41</b>	09.10.	29.09.	Tiefkühlkost II	LR Belgien AS: 23.08.		Bar Convent   Berlin 05.10. - 07.10. Expo Real   München 05.10. - 07.10.
<b>42</b>	16.10.	06.10.	Kaffee & Tee	LR Frankreich AS: 06.09.	Schwerpunkt Logistik II   Supply Chain Management AS: 25.09.	SIAL   Paris 18.10. - 22.10. Buchmesse   Frankfurt am Main 14.10. - 18.10.
<b>43</b>	23.10.	13.10.			Buchmesse Messe-News	37. Dt. Logistik Kongress   Berlin 21.10. - 23.10.
<b>44</b> Crossmedia Sonderthema	30.10.	20.10.	Vegan & Vegetarisch		Sonderthema Power-Strategien der selbstständigen Kaufleute AS: 09.10.	
<b>direkt 11 20</b>	02.11.	09.10.	Kosmetik & Körperpflege   Hygieneprodukte   Mundhygiene   WPR   Käse (Bedientheke)   Fleisch & Wurstwaren (Bedientheke)   Bier   Sekt & Champagner   Salzige Snacks		Spezial: Drogeriewaren II Spezial: Bedientheke	
<b>45</b>	06.11.	27.10.		LR Österreich AS: 27.09.	Ausgabe zum Goldenen Zuckerhut	Goldener Zuckerhut   Berlin 05.11. - 06.11. EHI Technologie Tage   Köln 03.11. - 04.11.
<b>46</b>	13.11.	03.11.	Fleisch, Wurst & Geflügel II	LR Griechenland AS: 04.10.		BrauBeviale   Nürnberg 10.11. - 12.11.
<b>47</b>	20.11.	10.11.	Brot & Backwaren II	LR Spanien AS: 11.10.		Deutscher Fleisch Kongress 17.11. - 18.11.
<b>48</b>	27.11.	17.11.	Drogerie II (Kosmetik, Kör- perpflege, Hygienepapiere, Babynahrung und -produkte)		Schwerpunkt Digital Business AS: 06.11.	ALL4PACK   Paris 23.11. - 26.11.
<b>direkt 12 20</b>	01.12.	09.11.	Frühstücksprodukte   Brot & Backwaren   Kassenzone Impulsprodukte   Süßwaren   Tiernahrung		Spezial: Ladengestaltung (Gastro-Konzepte, Laden- bau, Beleuchtung)	
<b>49</b>	04.12.	24.11.			Schwerpunkt Messejahr 2021 AS: 03.11.	
<b>50</b>	11.12.	01.12.				
<b>51</b>	18.12.	08.12.				
<b>52/53</b>	29.12.	12.12.				

\* Platzierungsreservierungen verlieren 3 Wochen vor Anzeigenschluss ihre Verbindlichkeit.

## 38 | Allgemeine Geschäftsbedingungen

### 1. Anzeigenauftrag

1.1. „Anzeigenauftrag“ ist der Vertrag zwischen Verlag und Auftraggeber über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel (im Folgenden Anzeige) von Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten als Auftraggeber (im Folgenden AG) in einer Zeitschrift, einem ePaper oder einem eMagazin zum Zweck der Verbreitung.

1.2. „ePaper“ ist eine ausschließlich in elektronischer Form, ohne Trägermedium verbreitete Ausgabe einer Zeitung oder Zeitschrift, deren redaktioneller und werblicher Inhalt (ungeachtet etwaiger Zusatzfunktionen, die sich unmittelbar aus den technischen Nutzungsmöglichkeiten ergeben, z.B. Verlinkungen) weitgehend identisch ist mit der gleichnamigen Printausgabe und die im Hinblick auf die darin enthaltenen Anzeigen gemeinsam mit der Printausgabe vermarktet wird.

1.3. „eMagazine“ ist eine ausschließlich in elektronischer Form ohne Trägermedium verbreitete Publikation, deren redaktioneller und werblicher Inhalt in der Regel eigenständig ist (auch vom Inhalt einer etwaigen gleichnamigen Printausgabe einer Zeitschrift abweicht) und die im Hinblick auf die darin enthaltenen Anzeigen eigenständig (unabhängig von einer etwaigen gleichnamigen Printausgabe) vermarktet wird.

### 2. Anzeige und sonstige Werbemittel

2.1. Eine Anzeige kann aus einem oder mehreren Werbemitteln bestehen:

- aus einem Bild oder Text,
- aus Tonfolgen und Bewegtbildern,
- aus einer sensitiven Fläche, die bei Anklicken eine Online- und Mobile-Adresse des AGs oder eines Dritten liefert.

2.2. Anzeigen, die auf Grund ihrer Gestaltung nicht als solche erkennbar sind, werden durch den Verlag kenntlich gemacht.

2.3. Für die Veröffentlichung von Anzeigen kommen grundsätzlich die Formate in Frage, die in der jeweils gültigen Preisliste ausgewiesen sind. Sonderwerbformen sind nach Rücksprache und Prüfung durch den Verlag möglich.

### 3. Abschluss

3.1. Ein „Abschluss“ ist ein Vertrag über die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen unter Beachtung der dem Werbungtreibenden gemäß Preisliste zu gewährenden Rabatte, wobei die jeweiligen Veröffentlichungen auf Abruf des Auftraggebers erfolgen. Rabatte werden nicht gewährt für Unternehmen, deren Geschäftszweck unter anderem darin besteht, für verschiedene Werbungtreibende Anzeigenaufträge zu erteilen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen. 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 eines Jahres nach Vertragsschluss abgerufen und veröffentlicht wird.

3.2. Werden einzelne oder mehrere Abrufe eines Abschlusses 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 tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Der Auftraggeber hat, wenn nichts anderes vereinbart ist, rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb eines Jahres entsprechenden Nachlass.

3.3. Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung

beansprucht, ist der schriftliche Nachweis des Konzernstatus des Werbungtreibenden erforderlich. Konzernverbundene Unternehmen im Sinne dieser Bestimmung sind Unternehmen, zwischen denen eine kapitalmäßige Beteiligung von mindestens 50 Prozent besteht. Der Konzernstatus ist bei Kapitalgesellschaften durch Bestätigung eines Wirtschaftsprüfers oder durch Vorlage des letzten Geschäftsberichtes, bei Personengesellschaften durch Vorlage eines Handelsregisterauszuges nachzuweisen. Der Nachweis muss spätestens bis zum Abschluss des Insertionsjahres erbracht werden. Ein späterer Nachweis kann nicht rückwirkend anerkannt werden. Konzernrabatte bedürfen in jedem Fall der ausdrücklichen, schriftlichen Bestätigung durch den Verlag. Konzernrabatte werden nur für die Dauer der Konzernzugehörigkeit gewährt. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzuzeigen; mit der Beendigung der Konzernzugehörigkeit endet auch die Konzernrabattierung.

### 4. Anzeigen-Millimeter

Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.

### 5. Ablehnbefugnis

5.1. Der Verlag behält sich das Recht vor, die Anzeigen, die dem Auftraggeber übergeben werden, wenn diese nicht den vereinbarten Spezifikationen entsprechen, abzulehnen. Die Ablehnung erfolgt unverzüglich und ohne dass der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung hat. Die Ablehnung erfolgt nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeigen zu verweigern, wenn diese einer Abmahnung erfordern, der unter Beachtung des Inhalts des Schuldverhältnisses und der Gebote von Treu und Glauben in einem groben Missverhältnis zum Leistungsinteresse des Auftraggebers steht, oder diese für den Verlag nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich wäre.

5.2. Aufträge für sonstige Werbemittel in Zeitschriften sind für den Verlag erst nach Vorlage des Musters und dessen Billigung bindend.

5.3. Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbundwerbung), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annahmeerklärung des Verlages. Diese berechtigt den Verlag zur Erhebung eines Verbundaufschlages. Die Ablehnung einer Anzeige oder eines anderen Werbemittels wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

5.4. Der Verlag ist berechtigt, die Schaltung der Anzeige in elektronischen Ausgaben vorübergehend zu unterbrechen, falls ein hinreichender Verdacht auf rechtswidrige Inhalte der Website vorliegt, auf die der Hyperlink in der Anzeige verweist. Dies gilt insbesondere in den Fällen der Ermittlungen staatlicher Behörden oder einer Abmahnung eines vermeintlich Verletzten, es sei denn, diese ist offensichtlich unbegründet. Der AG wird über die Sperrung unterrichtet und hat die vermeintlich rechtswidrigen Inhalte unverzüglich zu entfernen oder deren Rechtmäßigkeit darzulegen und ggf. zu beweisen. Der Verlag kann dem AG anbieten, die Anzeige durch eine andere Anzeige und/oder durch einen Hyperlink auf eine andere Website zu ersetzen. Die insoweit entstehenden Mehrkosten können dem AG nach Nachweis durch den Verlag in Rechnung gestellt werden; die Entscheidung darüber obliegt dem Verlag. Die Sperrung ist aufzuheben, sobald der Verdacht entkräftet ist.

5.5. Der Verlag ist insbesondere berechtigt, eine bereits veröffentlichte Anzeige aus der elektronischen Ausgabe zurückzuziehen, wenn der AG nachträglich unabgesprochene Änderungen der Inhalte der Anzeige vornimmt oder die URL der Verlinkung ändert oder der Inhalt der Website, auf die verlinkt ist, wesentlich verändert ist. In diesem Fall steht dem AG keine kostenfreie Ersetzungsbefugnis

zu, wobei der Verlag seinen vereinbarten Vergütungsanspruch behält.

### 6. Druckunterlagen für Zeitschriften

6.1. Aufträge für Anzeigen mit besonderen Platzierungswünschen müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem AG 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.

6.2. Für die rechtzeitige Lieferung und die einwandfreie Beschaffenheit geeigneter Druckunterlagen oder sonstige Werbemittel in Zeitschriften ist allein der AG verantwortlich. Bei der Anlieferung von digitalen Druckunterlagen ist der AG verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder den technischen Vorgaben des Verlages entsprechende Vorlagen für Anzeigen rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern.

6.3. Kosten des Verlages für vom AG gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen. Vereinbart ist die für den belegten Zeitschriftenanteil nach Maßgabe der Angaben in der Preisliste sowie in der Auftragsbestätigung übliche Beschaffenheit der Anzeigen oder sonstigen Werbemittel. Bei Druckunterlagen, die dem Auftraggeber übergebenen Möglichkeiten, sind die Vorgaben des Verlages zur Erstellung und

6.4. Die Anzeigen sind so zu gestalten, dass sie den technischen Vorgaben des Verlages zur Erstellung und

6.5. Die Anzeigen sind so zu gestalten, dass sie den technischen Vorgaben des Verlages zur Erstellung und

6.6. Die Anzeigen sind so zu gestalten, dass sie den technischen Vorgaben des Verlages zur Erstellung und

6.7. Die Anzeigen sind so zu gestalten, dass sie den technischen Vorgaben des Verlages zur Erstellung und

6.8. Die Anzeigen sind so zu gestalten, dass sie den technischen Vorgaben des Verlages zur Erstellung und

6.9. Die Anzeigen sind so zu gestalten, dass sie den technischen Vorgaben des Verlages zur Erstellung und

6.10. Die Anzeigen sind so zu gestalten, dass sie den technischen Vorgaben des Verlages zur Erstellung und

6.11. Die Anzeigen sind so zu gestalten, dass sie den technischen Vorgaben des Verlages zur Erstellung und

6.12. Die Anzeigen sind so zu gestalten, dass sie den technischen Vorgaben des Verlages zur Erstellung und

6.13. Die Anzeigen sind so zu gestalten, dass sie den technischen Vorgaben des Verlages zur Erstellung und

6.14. Die Anzeigen sind so zu gestalten, dass sie den technischen Vorgaben des Verlages zur Erstellung und

6.15. Die Anzeigen sind so zu gestalten, dass sie den technischen Vorgaben des Verlages zur Erstellung und

6.16. Die Anzeigen sind so zu gestalten, dass sie den technischen Vorgaben des Verlages zur Erstellung und

6.17. Die Anzeigen sind so zu gestalten, dass sie den technischen Vorgaben des Verlages zur Erstellung und

6.18. Die Anzeigen sind so zu gestalten, dass sie den technischen Vorgaben des Verlages zur Erstellung und

6.19. Die Anzeigen sind so zu gestalten, dass sie den technischen Vorgaben des Verlages zur Erstellung und

Die allgemeinen Geschäftsbedingungen finden Sie unter: [www.lebensmittelzeitung.net/info/agb](http://www.lebensmittelzeitung.net/info/agb)



## IM AUSSENDIENST (INTERNATIONAL)

### Griechenland

Stavros Tsouroukidis  
Blast Export Marketing Consulting  
Postbox 20520  
55104 Kalamaria / Thessaloniki  
GRIECHENLAND  
Telefon +30 2310 450111  
Telefax +30 2310 457581  
st@blast-consult.eu

### Italien

Upper & So. Ge. Co. Srl  
Claudio Bettinelli  
Via Leopardi 4  
20026 Novate Milanese (MI)  
ITALIEN  
Telefon +39 348 27227 19  
info@sogecobm.it

### Schweiz

Thomas Riedmann  
KünzlerBachmann Verlag AG  
Zürcherstrasse 601  
9015 St. Gallen  
SCHWEIZ  
Telefon + 41 71 314 0428  
Telefax + 41 71 314 0445  
t.riedmann@kueba.ch

### Patrick Marth

KünzlerBachmann AG  
Zürcherstrasse 601  
9015 St. Gallen  
SCHWEIZ  
Telefon + 41 71 314 0494  
Telefax + 41 71 314 0445  
p.marth@kueba.ch

## IM VERLAG (INTERNATIONAL)

### MEDIENBERATUNG INTERNATIONAL

#### Sales Director International

Markus Disselhoff  
Telefon +49 69 7595 -2545  
Telefax +49 69 7595 -2520  
disselhoff@lebensmittelzeitung.net

#### Sales Manager International

Tossja Isabel Osswald  
Telefon +49 69 7595 - 2533  
Telefax +49 69 7595 - 2520  
osswald@lebensmittelzeitung.net

Mediainformationen 2020 im Internet:

[www.lebensmittelzeitung.net/mediadaten](http://www.lebensmittelzeitung.net/mediadaten)

[www.lebensmittelzeitung.net/english](http://www.lebensmittelzeitung.net/english)

## MEDIENBERATUNG

### Sales Director LZ Medien

Sven Lang  
Telefon +49 69 7595 - 1756  
Telefax +49 69 7595 - 1750  
lang@lebensmittelzeitung.net

### Sales Director Digital

Sven Wirth  
Telefon +49 69 7595 - 2537  
Telefax +49 69 7595 - 2520  
wirth@lebensmittelzeitung.net

### Senior Sales Manager Digital

Barbara Cannawurf  
Telefon +49 69 7595 - 2538  
Telefax +49 69 7595 - 2520  
cannawurf@lebensmittelzeitung.net

### Key Account Director IT/Logistik/Verpackung

Daniel Ochs  
Telefon +49 69 7595 - 1769  
Telefax +49 69 7595 - 2520  
ochs@lebensmittelzeitung.net

### Nielsen 1 Süd und Nielsen 2 Ost Nielsen 6 + 7

Aikaterini Gkaidatzi  
Telefon +49 69 7595 - 1765  
Telefax +49 69 7595 - 2520  
gkaidatzi@lebensmittelzeitung.net

### Nielsen 1 Nord und nördliches Niedersachsen, Nielsen 5 (Berlin)

Kim Krug  
Telefon +49 69 7595 - 1757  
Telefax +49 69 7595 - 2520  
krug@lebensmittelzeitung.net

### Nielsen 2 West

Ernst-Ludwig Schneider  
Telefon +49 69 7595 - 1754  
Telefax +49 69 7595 - 2520  
schneider@lebensmittelzeitung.net

### Nielsen 3a + 3b

Michael Forst  
Telefon +49 69 7595 - 1763  
Telefax +49 69 7595 - 2520  
forst@lebensmittelzeitung.net

### Nielsen 4

Katarina Schmidt-Ostovic  
Telefon +49 69 7595 - 2535  
Telefax +49 69 7595 - 2520  
schmidt-ostovic@  
lebensmittelzeitung.net

### Medienberatung Jobs & Karriere

Michael Haaß  
Telefon +49 69 7595 - 3096  
Telefax +49 69 7595 - 553099  
Mobil +49 175 62 84 630  
michael.haass@dfv.de

### Leitung Anzeigenservice

Rainer Tradt  
Telefon +49 69 7595 - 1744  
Telefax +49 69 7595 - 1740  
tradt@lebensmittelzeitung.net

### Director Subscription Business

Andreas Hoffmann  
Telefon +49 69 7595 - 1761  
Telefax +49 69 7595 - 2210  
hoffmann@lebensmittelzeitung.net

### Abonentenservice

Telefon +49 69 7595 - 2215  
Telefax +49 69 7595 - 2210  
abo@lebensmittelzeitung.net

### Marketing Director

Matthias Külter  
Telefon +49 69 7595 - 2621  
Telefax +49 69 7595 - 1950  
kuelter@lebensmittelzeitung.net

### Leitung Marktforschung

Hilke Waas  
Telefon +49 69 7595 - 1957  
Telefax +49 69 7595 - 1950  
waas@lebensmittelzeitung.net

### Lebensmittel Zeitung

Mainzer Landstraße 251  
60326 Frankfurt am Main  
Postadresse: 60264 Frankfurt a. M.  
Amtsgericht Frankfurt am Main HRB  
8501