



Schlagzeilen

Interview des Tages

„Wir haben sehr viele Pläne“

Aktuell

Eurosport wechselt die Spur

Medien

ASTRA & DPC: EUTELSAT contra Kartellamt-Entscheid

Medien

GWP vermarktet ARTE

Broadcast

Strategie-Forum „Zukunft Fernsehen“

Broadcast

PREMIERE will exklusiven Fußball

CE & Technik

Siemens will DECT-Telefonsparte verkaufen

Personen

Steffen Simon wird neuer Sportchef des WDR

► „Wir haben sehr viele Pläne“

Digitalmagazin: Sehr geehrter Herr Apell, Kinowelt.TV hat jüngst die letzte Lücke geschlossen und wird nun flächendeckend im deutschen Kabelnetz verbreitet. Wie viele Abonnenten sehen das Programm von Kinowelt.TV?

Apell: Im Moment können uns etwa 600.000 Zuschauer in 250.000 Haushalten empfangen. Die Zuwachsraten liegen allerdings bei etwa zehn Prozent im Monat, und diese Zahlen werden zum Jahresende schon wieder überholt sein.

Digitalmagazin: Ist mittelfristig auch die Ausstrahlung via Satellit eine Option für Ihren Sender?

Apell: Wir haben viele Pläne für die Zukunft. Zum Beispiel ist eine Ausstrahlung von HDTV-Content im Moment ein sehr heißes Thema für uns. Für die Ausstrahlung via Satellit gibt es allerdings noch keine konkreten Pläne.

Digitalmagazin: Mit dem neuen Kanal „DAS VIERTE“ haben Sie Konkurrenz bekommen, die ebenfalls Hollywood-Klassiker ausstrahlt und zudem unverschlüsselt empfangen werden kann. Wie reagieren Sie auf die neue Konkurrenz?

Apell: Wir haben mittlerweile unseren Platz im Markt gefunden und auf dem sind wir konkurrenzlos: Unser Programm konzentriert sich zunehmend auf europäisches Programmkinos und große Regisseure, also Unterhaltung mit viel Niveau für Cineasten. Wir zeigen bewusst keine Hollywood-Ware von der Stange - da sind uns die Storys zu platt. Wir glauben - und das beweisen auch die Verkäufe im DVD-Bereich der Kinowelt - dass die Zuschauer in Deutschland wieder Interesse an gut gemachtem, hochwertigem Kino haben. So hatten wir im Herbst einen Riesenerfolg bei unseren Zuschauern mit unserer Bergman-Reihe und einer Rohmer-Reihe. So etwas finden sie im „VIERTEN“ bestimmt nicht, dafür unterscheidet sich deren Ausrichtung zu sehr von unserer. Meines Wissens sind wir in dieser Sparte einzigartig - und mit dem Kinowelt-Verleih im Rücken kann uns da auch niemand so schnell das Wasser reichen.

Digitalmagazin: Im Netz der KDG wird Kinowelt.TV in Nagravision verschlüsselt ausgestrahlt, beim KabelKiosk kommt Conax zum Zuge. Wäre es aus Ihrer Sicht nicht einfacher, wenn Digitalreceiver mit mehreren Crypt-Syste-

Interview des Tages



Achim Apell,
Geschäftsführer
bei Kinowelt.TV

men embedded produziert würden? Dies würde Ihren Abonnenten den Zugang zu Ihrem Programm bei einem Wechsel des Netzbetreibers wesentlich vereinfachen.

Apell: Digitalreceiver mit zumindest zwei Crypt-Systemen werden jetzt kommen, das vereinfacht die von Ihnen beschriebene Situation. Das wird dazu führen, dass mehr Zuschauer unser Programm empfangen können - was könnte man sich als TV-Betreiber mehr wünschen?

Digitalmagazin: Sehr geehrter Herr Apell, vielen Dank für das Gespräch.

www.kinowelt.tv



► Eurosport wechselt die Spur

Nach dem Ausstieg aus dem Digitalbouquet ZDFvision sendet Eurosport ab dem 15. November 2005 auf einer neuen Frequenz. Der Sender ist ab diesem Datum über ASTRA 1H, Transponder 91, Frequenz

12.226 GHz, Polarisation horizontal, Symbolrate 27.5 Msym/s, FEC 3/4, zu empfangen.

Das ZDF wird die Spartenkanäle Eurosport und EuroNews zum Jahreswechsel aus seinem via Kabel und Sa-

tellit verbreiteten Digitalpaket entfernen und will mit den frei werdenden Kapazitäten die Bildqualität verbessern.

☞ www.eurosport.de

Aktuell

► ASTRA & DPC: EUTELSAT contra Kartellamt-Entscheid

Ende Dezember 2004 gestattete das Bundeskartellamt die Übernahme des PREMIERE Digital Playout Center (DPC), jetzt ASTRA Platform Service (APS), durch SES ASTRA. Satelliten-Betreiber EUTELSAT legte Beschwerde gegen die Entscheidung der Behörde ein.

Rund ein Jahr später soll nun die gerichtliche Auseinandersetzung star-

ten: Voraussichtlich am 7. Dezember 2005 wird die Verhandlung vor dem Oberlandesgericht Düsseldorf beginnen. Das Digitalmagazin INFOSAT berichtet darüber in seiner neuen Ausgabe Nr. 213, die am 18. November erscheinen wird.

In der kommenden Woche wird EUTELSAT die Öffentlichkeit über die Sachlage informieren und dar-

legen, welche Konsequenzen aus dem Kartellamt-Entscheid aus Sicht des Satelliten-Betreibers zu befürchten sind. Dabei ist unter anderem von Monopolisierungstendenzen die Rede, gefordert wird seitens EUTELSAT hingegen ein offener Standard (INFOSAT Nr. 213, Dezember 2005, „Pay-TV Puzzle“).

☞ www.eutelsat.com

Medien

► Mediatage Nord 2005: Kann Kopieren Sünde sein?

Im Fokus der Mediatage Nord, die vom 21. bis 25. November 2005 in Kiel stattfinden, steht in diesem Jahr das Schwerpunktthema „Rechte an digitalen Inhalten“. Die fünfte Auflage der Mediatage Nord bietet mit rund fünfzig Veranstaltungen Gelegenheit, sich umfassend über die vielfältigen Aktivitäten in den Branchen IT, Multimedia, Telekommunikation und audiovisuelle Medien in Schleswig-Hol-

stein zu informieren. Neben dem Schwerpunktthema Veranstaltungen zu den Themen „Business“, „Bildung“, „Medieninhalte“ und „Mediennutzung“ im Programm. Mit der Reihe „Medien zum Anfassen“ wenden sich die Mediatage Nord 2005 mit Informationen vor allem an die Verbraucher.

Die fünften Mediatage Nord sind wieder Schaufenster nach innen und außen, Treffpunkt und Teil des Media-

netzwerkes in Schleswig-Holstein. **Die Industrie- und Handelskammer zu Kiel, die Unabhängige Landesanstalt für Rundfunk und neue Medien (ULR) und die Wirtschaftsförderung und Technologietransfer Schleswig-Holstein GmbH (WTSH) koordinieren und organisieren die Mediatage Nord 2005.**

☞ www.mediatage-nord.de

► GWP vermarktet ARTE

Die GWP media-marketing übernimmt zum 1. Januar 2006 die TV-Vermarktung von ARTE. Damit ist GWP exklusiv für den Sponsoring-Verkauf des Senders in Deutschland und dem deutschen Sprachraum verantwortlich. „ARTE zielt mit seinem hochwertigen Programm auf ein anspruchsvolles Publikum. Damit ergänzen wir unser Portfolio bestens“, erklärt Harald Wahls, Ge-

schäftsführer der GWP. „Wir schätzen uns glücklich, eine Marke wie ARTE vermarkten zu dürfen“.

ARTE ist werbefrei, ermöglicht jedoch **eine Sponsoring-Buchung in der üblichen Form mit 10-Sekunden-Billboards vor und nach den Sendungen.** „Für Unternehmen, die ihre Marken in einem hochwertigen, werbefreien Umfeld positionieren wollen, oder die für ihre eigenen kultu-

rellen Aktivitäten eine aufmerksame Zielgruppe suchen, bietet ARTE die ideale Plattform“, so Paulus G. Wunsch, Leiter Marketing und Sponsoring von ARTE. „Dieses Vermarktungspotential wollen wir mit der GWP optimal ausschöpfen.“

☞ www.vhb.de
☞ www.arte-tv.com



► EU-Kommissarin Reding erlaubt mehr TV-Werbung in der EU

Medien

Wenn ein Entwurf der EU-Kommissarin Viviane Reding umgesetzt wird, ist zukünftig mit noch mehr Werbung in Europas Fernsehhaushalten zu rechnen. Die EU-Kommissarin will europäischen Privatsendern flexiblere Werbemöglichkeiten bieten, heißt es in Medienberichten. Reding erklärte der Zeitschrift w&v, dass die neue Fernsehrichtlinie **kein Blockwerbegebot** mehr vorsehe. Dies bedeutet, dass

TV-Anbieter Filme auch durch einzelne Spots unterbrechen können und das häufiger als zuvor. Die maximale Dauer von zwölf Minuten je Stunde soll erhalten bleiben.

Auch das umstrittene Product-Placement im Fernsehen soll laut Medienberichten liberalisiert werden: Wenn im Vorspann ein Hinweis auf das Product-Placement gezeigt wird, reicht das künftig aus. Nur in Dokumentationen, Nachrichten-

sendungen und Kindersendungen bleibt Product-Placement weiterhin untersagt. **Der Entwurf wird erstmals auch audiovisuelle Angebote, wie z.B. Video-on-Demand-Services, thematisieren.** Für deren Regulierung werden jedoch anders als im Fernsehbereich nur Grundprinzipien wie Jugendschutz oder der Schutz vor rassistischen Medieninhalten aufgestellt.

► Positive Zahlen von PREMIERE

PREMIERE präsentiert sich in guter Form. **Im dritten Quartal 2005 konnten Umsatz, Abonnentenzahl und Gewinn gesteigert werden.** Bis Ende September 2005 stieg die Zahl der Kunden von 3,25 Millionen auf 3,4 Millionen. **PREMIERE soll im laufenden Geschäftsjahr erstmals**

in der Firmengeschichte unter dem Strich schwarze Zahlen schreiben. Die Umsatzerlöse sollen im Geschäftsjahr 2005 auf 1,1 Milliarden steigen (im Vorjahr waren es 985 Millionen).

PREMIERE erklärte seine zweieinhalb Jahre währende Restrukturierungsphase für beendet. Das Unternehmen reduzierte das Personal von 2.600 auf knapp über 1.200 Beschäftigte. Mehrere PREMIERE-Firmenanteile wurden ausgelagert.

► EUROFORUM-Konferenz: Strategie-Forum „Zukunft Fernsehen“

Broadcast

Am 6. und 7. Dezember 2005 findet das Strategie-Forum „Zukunft Fernsehen“ in Köln statt. Interessenten erfahren hier, **welche Geschäftsmodelle, Formate und Technologien trotz der Breitbandkrise in der Medienbranche eine Zukunft haben.** Themenschwerpunkte der Veranstaltung sind: Erträge mit neuen Geschäften, alternative Erlösmodelle für Sender sowie die veränderte Rolle der Produzenten.

Kürzlich hatten die Marktforscher von

Mercer Management Consulting herausgefunden, dass mehr als 25 Prozent bundesdeutscher Haushalte Zugang zum digitalen Fernsehen haben. Vorreiter der Digitalisierung sei vor allem der Satellit, während die Digitalisierung der Breitbandnetze stagniert, heißt es in der Studie. **Damit laufe Deutschland Gefahr, die Chancen der Breitbandinnovation zu verpassen, denn der Ausbau des Breitbandmarktes gilt als wesentlicher Treiber für innovative Geschäfts-**

modelle und neue Einnahmequellen in der Fernsehindustrie. Alternative Geschäftsmodelle im TV diskutieren unter anderen Dr. Marcus Englert (Direktor Diversifikation ProSiebenSat.1, Geschäftsführer SevenOne Intermedia), Dr. Constantin Lange (Geschäftsführer RTL interactive), Marcus Wolter (Hauptgeschäftsführer 9Live Fernsehen) und Wolfgang Elsäßer, Geschäftsführer ASTRA Deutschland).

www.euroforum.de

► Kinowelt.TV jetzt auch in Hessen

Nach dem sich vor kurzem der nordrhein-westfälische Kabelnetzbetreiber ish mit dem hessischen Netzbetreiber iesy zusammen getan haben, **geht Kinowelt TV jetzt auch in Hessen auf Sendung.** Eingespeist wird über das Technikzentrum von ish. Damit

wird Kinowelt.TV jetzt 18 Monate nach seiner Gründung zum ersten Mal lückenlos bei allen Pay-TV-Angeboten der Kabelnetzbetreiber in der Bundesrepublik gezeigt.

Durch den Vertrag mit Kabelnetzbetreiber Kabel Baden-Württemberg er-

weiterte Kinowelt.TV bereits zuvor in diesem Jahr sein Sendegebiet. **Außer in Deutschland ist Kinowelt.TV über Cablecom und Swisscable auch in der Schweiz zu empfangen.**

www.kinowelt.tv

► PREMIERE will exklusiven Fußball

Der Abo-TV-Sender PREMIERE beteiligt sich derzeit am Bieter-Verfahren für die Fernsehübertragungsrechte der Fußball-Bundesliga. **PREMIERE möchte durchsetzen, dass die frei empfangbare Fußballberichterstattung samstags und sonntags erst spät abends nach 22.00 Uhr beginnt.** Gegenwehr seitens der Konkurrenz von ARD (Sportschau) und DSF (Bundesliga: Der Sonntag) sowie auch der Fußballfans ist sozusagen automatisch vorprogrammiert. Indes gibt sich PREMIERE-Chef Georg Kofler ironisch. Kürzlich sagte er: „Ich habe die Menschenrechtscharta der UNO studiert

und fand nichts darüber, dass Fußball um 18.00 Uhr zu sehen sein muss.“

Kofler will der Deutschen Fußball-Liga (DFL) deutlich mehr für die Bezahlfernsehrechte bezahlen, wenn damit wesentlich mehr Exklusivität für die PREMIERE Abonnenten heraus kommt. So soll ein „Spieltag“ künftig von Freitag bis Sonntag dauern. Kofler wünscht sich „ein Match of the day“ am Samstag Abend. In jedem Falle sollen Spiele deutlich später als bislang im Freifernsehen gezeigt werden.

Die Rechteausschreibung für die kommende Saison läuft seit Anfang November. Insgesamt sind

Broadcast

es 35 Interessenten für 233 Einzelpakete bis zum Jahr 2009. Enthalten darin sind auch viele Auslandsrechte. Im Mittelpunkt der Verhandlungen stehen allerdings klar die nationalen Fernsehrechte. Hierfür sollen sich dem Vernehmen nach ein gutes halbes Dutzend Medienfirmen interessieren. Dies sollen neben PREMIERE ARD/ZDF, RTL, DSF, ProSiebenSat.1 und Kabel Deutschland sein. Sie müssen jeweils ihr Lizenzangebot bis zum 1. Dezember 2005 abgeben. Die Liga will noch vor Weihnachten entscheiden.

► ASTRA rät zu Digital-Receiver mit Common Interface

Angesichts der steigenden Nachfrage nach digitalem Fernsehen und neuen Diensten hat der Satellitenbetreiber SES ASTRA kürzlich Hersteller und Handel auf ihre wichtige Rolle beim Verkauf digitaler Empfangsgeräte hingewiesen.

Wolfgang Elsäßer, Geschäftsführer von ASTRA Deutschland: „Die Nachfrage nach innovativer Technik und

neuen Services wie hochauflösendem Fernsehen (HDTV), interaktiven Diensten, Entertainment-on-Demand sowie neuen Spartenkanälen stellt Hersteller und Handel vor neue Herausforderungen. **Richtige Beratung beim Kauf neuer Receiver ist entscheidend, damit die Konsumenten die Vielfalt neuer Angebote in Zukunft ausschöpfen können. Der Verkauf digitaler Receiver mit**

Common-Interface-Schnittstelle ist dafür die Grundlage. Ausgerüstet mit einem entsprechenden Modul und einer Smart Card können es diese Geräte den Konsumenten ermöglichen, auch in Zukunft auf möglichst viele der neuen verfügbaren Inhalte und Dienste zuzugreifen.“

 www.astra.de

► Siemens will DECT-Telefonsparte verkaufen

Offensichtlich kommen auf Elektrokonzern Siemens weitere gravierende Veränderungen zu. **Bei Siemens wird darüber nachgedacht, nach dem Rückzug aus der Handy-Sparte nun auch das bereits ausgegliederte Geschäft mit den DECT-Schnurlostelefonen (Gigaset) abzugeben.** Damit würde Siemens fast die letzte Sparte für Konsumentenprodukte aufgeben. Die Konzernleitung von Siemens **sucht**

jetzt einen Abnehmer für das DECT-Geschäftsfeld mit einem Umsatzvolumen von etwa einer Milliarde Euro und etwa 3.700 Mitarbeitern. Die meisten davon arbeiten im westfälischen Werk in Bocholt. Keine Änderungen soll es geben bei Joint-Ventures wie Fujitsu-Siemens (Computer) und Bosch-Siemens (Hausgeräte). **Erst jüngst ist Siemens in das Geschäft mit Digitalreceivern eingestiegen.** Diese wur-

den entwickelt und werden gebaut bei Kooperationspartnern, zum Teil kommen solche Produkte auch aus China. **Branchenkenner fragen sich jetzt, ob Siemens nicht bald auch wieder aus diesem Geschäftszweig aussteigen wird.**

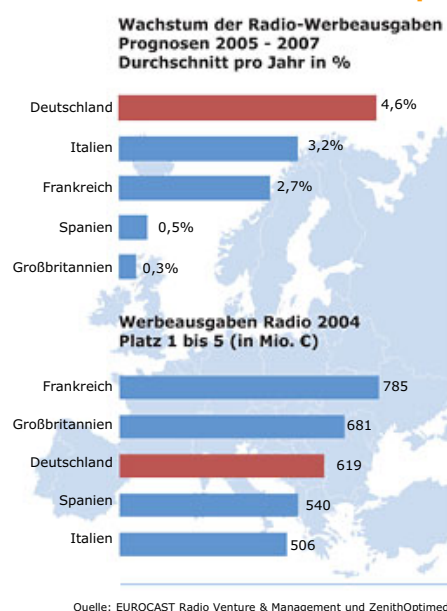
CE & Technik

► Studie: Wird Deutschland wieder zweitgrößter Radiomarkt in Europa?

Radio

Neusten Kalkulationen von EUROCAST Radio Venture & Management zufolge könnte Deutschland in Kürze erneut zum zweitgrößten Radiomarkt in Europa werden. Derzeit liegt Deutschland auf Platz drei, laut den EUROCAST-Berechnungen wird der deutsche Radiomarkt in den nächsten Jahren jedoch ein deutlich stärkeres Wachstum aufweisen können als die beiden führenden Radiomärkte Frankreich und Großbritannien. **EUROCAST erwartet für dieses und die kommenden Jahre ein starkes Wachstum. So sollen z.B. die Werbeaufwendungen für Radio in Deutschland im Jahr 2007 um 17,5 Prozent über denen von 2004 liegen.** Die Prognosen fallen für den Vergleichszeitraum in Frankreich

Radio-Werbemarkt in Europa



mit 13,5 Prozent und Großbritannien mit 6,1 Prozent deutlich geringer aus. **Experten erwarten, dass Deutschland mit 682 Millionen € Radio-Werbeausgaben (netto) bereits Ende 2005 wieder zweitgrößter Werbemarkt in Europa sein wird.** Das durchschnittliche Wachstum der Radio-Werbeausgaben soll laut EUROCAST in Deutschland bis 2007 bei real 4,6 Prozent pro Jahr liegen. In Frankreich wird mit einem durchschnittlichen jährlichen Wachstum von real 2,7 Prozent gerechnet und in Großbritannien soll der Radio-Werbemarkt im gleichen Zeitraum real nur um 0,3 Prozent pro Jahr wachsen.

www.eurocast.de

► Steffen Simon wird neuer Sportchef des WDR

Personen

Steffen Simon (40) übernimmt zum 1. Oktober 2006 die Leitung der Programmgruppe Sport Fernsehen im WDR. Außerdem wird der bisherige Leiter der Redaktion Bundesliga-Sportschau im Kölner Sender stellvertretender Chefredakteur des Programmbereichs Politik und Zeitgeschehen für den Aufgabenbereich Sport. **Diesem Vorschlag von Intendant Fritz Pleitgen hat der**

Verwaltungsrat in seiner Sitzung am 11. November 2005 zugestimmt.

Nach einer Tätigkeit bei Sat.1 für die dortigen Bundesliga-Sendungen wurde Simon 2000 Leiter der Sportredaktion Fernsehen des ORB (heute RBB). Er moderierte diverse Sportsendungen und prägte die Box- und Biathlon-Sendungen in der ARD. Seit 2002 kommentiert er im Wechsel mit

Reinhold Beckmann die Fußball-Länderspiele der deutschen Nationalmannschaft. 2003 übernahm Simon die Leitung der Sportschau-Bundesliga-Redaktion beim WDR. Steffen Simon tritt die Nachfolge des langjährigen WDR-Sportchefs Heribert Faßbender an, der aus Altersgründen im Herbst 2006 ausscheidet.

www.wdr.de

► Dr. Herbert Kloiber ist im Aufsichtsrat der Sun New Media Inc.

Die Sun New Media Inc. (SNMI) hat Dr. Herbert Kloiber in den Aufsichtsrat berufen. SNMI ist Chinas führendes Unternehmen auf dem Gebiet der interaktiven Marketing-Dienstleistungen und bietet großen Konsumgüterherstellern ein System von Kommunikationswegen, die neueste interaktive Marketing-Plattformen nutzen. **SNMI ist ein Tochterunternehmen der Sun Me-**

dia Investment Holdings Ltd., der größten privaten Mediengruppe Chinas.

Dr. Herbert Kloiber ist geschäftsführender Gesellschafter der Tele München Gruppe. Er begann seine Karriere 1970 bei Beta/Taurus. 1974 wurde er Geschäftsführer der Produktionsfirma Unitel und produzierte vorrangig Opern und Konzertfilme. Im Jahr 1977 erwarb er die Tele München

und entwickelte die Produktionsfirma zu einem integrierten Medienkonzern, der sämtliche audio-visuellen Auswertungsstufen unter einem Dach vereint. Dr. Kloiber ist Mitglied des Aufsichtsrats des FFF Bayern, Vorsitzender des Aufsichtsrates der CineMedia AG, der CinemaxX AG und des österreichischen Senders ATV+.

www.sunnewmedia.net

► Eurobird-ASTRA 28,5° Ost: Neuer Shoppingkanal vor Sendestart

DX-News

Ein weiterer Teleshoppingkanal aus Großbritannien steht kurz vor dem Sendestart. „Treasure TV“ geht am 21. November 2005 offiziell im SkyDigital-Paket auf Sendung. Auf Satellit Eurobird 1, 28,5° Ost, Frequenz 11.343 H (SR 22000, FEC 2/3) werden bereits Testsendungen unter der

Kennung 53270 ausgestrahlt. **Treasure TV wurde am 11. August von der britischen Medienbehörde Ofcom lizenziert. Der neue Kanal will Antiquitäten, antike Gegenstände sowie seltene Sammlerstücke, etwa Porzellan aus einem 200 Jahre alten Schiffswrack, Münzen,**

Briefmarken, Comics etc. zum Verkauf anbieten. Treasure TV sendet täglich von 9.00 Uhr bis Mitternacht. Das Programm wird unverschlüsselt gesendet.

www.satfinder.info

► Jugendkanal „Gulli“ startet am 18. November 2005 auf ASTRA 19,2° Ost

Am 18.11.2005 startet der Jugendkanal „Gulli“ auf Satellit ASTRA 19,2° Ost im digitalen Pay-TV-Paket des Anbieters Canal Sa-

tellite France. Das Programm ist in Mediaguard verschlüsselt und auf der Frequenz 12.640 V (SR 22000, FEC 5/6) zu empfangen.

www.satfinder.info



Erfolgsrituale für Business-Hexen – Silke Foth

Anzeige

Erfolgsrituale für Business-Hexen – Silke Foth

Netzwerkbindung ist unter Männern Ritual. Man(n) denkt nicht darüber nach, man(n) tut es einfach und hat Erfolg damit. Aber Frauen haben nichts davon, wenn sie männliche Erfolgsrituale kopieren. Sie müssen ihre eigenen Business-Rituale und –Netzwerke schaffen. Silke Foth weist Wege, wie Frau Frauennetzwerke initiiert, pflegt und ausbaut und mit welchen magischen Ritualen Business-Hexen sich beruflich das herbeizaubern, was sie verdienen und was sie sich wünschen.

Silke Foth studierte Pädagogik, Psychologie und Soziologie an der Universität München. Als Beraterin, Coach und Gesprächstherapeutin gewann sie reichhaltige Einblicke in die Rituale der Arbeitswelt. Sie machte es sich zur Aufgabe, weibliche Führungskräfte und Unternehmerinnen bei ihrem Erfolg zu begleiten.

Copyright für dieses Hörbuch: Technisat digital GmbH, Julius-Saxler-Str. 3, 54550 Daun.

Silke Foth, Erfolgsrituale für Business-Hexen: Copyright © 2004 Orell Füssli Verlag AG, Zürich
Alle Rechte vorbehalten, Artikel-Nr. 725-1023

Bestellung online unter: www.hoerbuchnetz.de

Impressum

Digitalmagazin.info bietet Führungskräften und Entscheidern in der Medienbranche, Fachhändlern und Verbrauchern einen tagesaktuellen Überblick über die wichtigsten Fakten und Ereignisse. Der Branchendienst erscheint von Montag bis Freitag in Form eines PDF-Dokuments und wird per E-Mail versendet. Nachdruck und Reproduktion sind nur mit ausdrücklicher Genehmigung gestattet. Der Inhalt ist nur für den persönlichen Gebrauch bestimmt. Preise: Jahresabonnement 300,- Euro zzgl. MwSt, Schnupper-Abo 120,- Euro zzgl. MwSt. für vier Monate. Herausgeber ist die Redaktion INFOSAT, ViSdP Peter Doeppes.

Kontakt: Digitalmagazin.info, INFOSAT EURO-MEDIA S.A., Mediacyber Betzdorf, 11, rue Pierre Werner, L-6832 Betzdorf.
Tel: 003 52 / 71 07 07 - 600, Fax 003 52 / 71 07 07 - 659
E-Mail Redaktion: redaktion@digitalmagazin.info,
E-Mail-Aboverwaltung: abo@digitalmagazin.info,
Internet: www.digitalmagazin.info

Wir freuen uns auf Ihre Tipps und Hinweise!