



Bild
am Sonntag

alfons

DAS GROSSE FOODMAGAZIN
IN BILD AM SONNTAG

JOURNALISTISCHE FOOD-KOMPETENZ

Violet Kiani lebt fürs Kochen und Foodtrends aus aller Welt. Sie hat **zwei Kochbücher** herausgebracht, den Foodblog „Miss Violets Kitchen“ gegründet und einen mittlerweile berühmten **Supperclub** ins Leben gerufen, der bereits von Hamburg bis Zürich, im Hotel Adlon Kempinski und bei Feinkost Käfer stattgefunden hat.

Violet Kiani ist Autorin und Blattmacherin, unter anderem war sie in den **Entwicklungsredaktionen von Vanity Fair und Closer** an der Markteinführung neuer Titel beteiligt.

Wäis Kiani ist eine bekannte **Kolumnistin und Stilkritikerin**. Sie schrieb Texte zu Mode, Kultur und Gesellschaft in verschiedenen Publikationen in Deutschland und der Schweiz und erfand und etablierte den **ersten Modeblog der Schweiz** mit ihren berühmten „Stilfragen“.

Die **Bestsellerautorin** („Stirb Susi“, „Hinter dem Mond“, „Die Susi Krise“) ist zudem seit Jahren eine begeisterte Köchin und liebt Food Shopping und Scouting in fremden Ländern.

LOVE is the
best ingredient.



„Wenn ich nicht hier bin, bin ich in der Küche.“

-VIOLET KIANI-



„Ich liebte schon als Kind deutsche Einbauküchen, für mich genauso aufregend wie ein schöner Sportwagen.“

-WÄIS KIANI-



ENDLICH IST ES DA!

alfons - DAS NEUE FOODMAGAZIN IN BILD AM SONNTAG

Unsere Leser lieben gutes Essen!

Das **alfons**-Magazin ist das einzige Foodmagazin, das Feinschmecker glücklich macht und dabei auf eine ausgewogene und umweltbewusste Ernährung achtet.

Opulente Bilderstrecken, kulinarische Inspirationen, tiefgehendes Wissen über Gewürze und ganzheitliche Ernährung nehmen unsere Leser mit auf eine einzigartige Reise in die Welt von Alfons Schuhbeck.

Das **alfons**-Magazin lädt ein, gemeinsam zu kochen, gemeinsam zu schlemmen und das Leben in vollen Zügen zu genießen – am 27. September in BILD am SONNTAG!

”

Für sich und andere Menschen zu kochen, ist für mich eines der schönsten und aufregendsten Dinge, die ich mir vorstellen kann. Denn Kochen und Essen sind wie die Liebe – eine Frage der Begeisterung.

Alfons Schuhbeck

“



ALFONS SCHUHBECK - VISIONÄR SEINER KUNST

EIN PIONIER AM PULS DER ZEIT

Genuss und Gesundheit zu verbinden, die Lust auf Essen und nicht den Verzicht zu propagieren – dafür steht Alfons Schuhbeck.

Der beliebteste Koch Deutschlands bringt jetzt sein erstes Magazin heraus! In **alfons** lässt der Spitzengastronom die Leser von BILD am SONNTAG an seinem Verständnis von einem erfüllten und glücklichen Leben teilhaben.

Gesunder Genuss, saisonale Produkte, heimische Lieferanten, eine hohe Qualität der Lebensmittel, Nachhaltigkeit in der gastronomischen Arbeit und das Vermeiden von Müll und Food Waste sind dabei die Eckpfeiler seiner Arbeit.

Mit Genuss und Freude bringt uns **alfons** in eine gesündere und bessere Zukunft.



| media **impact**—

SO SIEHT ES AUS EIN BLICK INS HEFT

Florenz tisch auf

Die feinste Fenchelsalami, die schmackhaftesten Brathühner und süße Köstlichkeiten, die im Grunde nur so schmelzen: eine Reise nach Florenz ist eine Reise ins Schlaraffenland



Make aus romanischen Gräbern eines Landheis, der in Florenz Achter, besuche, liden wir tagelange einfach die engen Gassen, den Brücken und den bombastischen Brunnen. Es zählte keine, John Terni und John Gallo? (Reise) waren, liden er ragen in den hundertjährigen Pastasorten, die ich den habe, in Wien gedrehten Fleisch rache T-Bone-Steak von Hubschle-Bianca Fiorentina mit dem Knoblauch n mit leuchtigen Rosmarinzwigen, die so weg machen konnte, und dazu irgend ein und noch ein Dessert, was zu sein, was verschiedene Mahlungsmenge war. Viele neue Gerichte lernen ich kennen, wie die köstlichen Suppen und Eintöpfe aus der Armenküche. Pans e Pesto-dien ist eine Tomaten-Brot-Suppe, also beliebige Zutaten, die eine ganz Suppe sättigen. Oder Kibolita, eine toskanische Bodenplatte mit Wurst, angepöckeltem Schinkenknochen und Brot, ein Rostbraten, was, damit alle satt werden, frischer als noch mit einem Brot aufgetrocknet und alle zusammen aufgewärmt wurde. Heute wird Kibolita natürlich frisch von jedem Koch anders, aber immer gefällig, rohbrüht und nach jedem essen. Und alles, was wir essen, war so an ich ihn fragen, wie es kommt, das ist der Stück, egal, was wir gerade waren. Der Tip: Tomate kochen, ich kenne sie so richtig im Grunde. Man kann in schliche essen, es ist überall gut, was die mich mit ungelächeltem Nerd er-Geschichte, wo überall das Essen super wird, kenne und man gut behaltet. Das meine ich, was ich am meisten mag. Und keine langfristigen Reiseverträge von, keine Agentur, wir schrieben Erfahrungen, und endlich im Moment des Hangen Optionen zu haben, in die man so wie



REISE

Die Florentiner Spezialität, das Steak Fiorentina, ist ein auf Holzspitze gebrültes Porterhouse- oder T-Bone-Steak aus Jungochsen der Rinderrasse Chianina



REISE

Wohmen sind...
Adressen
Wohmen sind...
Adressen

SCHLAUER SHELLEN

Schubbecks Frühstücksquark Mit Power in den Tag

Der Quark, der wirklich alles hat, was ein gesunder Körper braucht

Das ist ein Sprichwort: „Frühstück wie ein Kaiser“ hat auch heute noch seine Gültigkeit. Aber was ist überhaupt ein gutes Frühstück? Ausdrücklich soll es gut schmecken, aber auch lange satt halten und genug Energie für den Tag liefern. Nichts gegen ein herzhaftes Frühstück mit Speck, Toast mit Butter und Marmelade oder einer typische Platte mit Aufschnitt und vielen Kleinzutaten – am meisten Tagen aber braucht und möchte man nicht Power – für den Körper und für den Geist. Vielleicht machen Sie Sport, vielleicht müssen Sie beruflich gerade alles geben oder es sollte eine Prüfung an. In jedem Fall ist dieser Frühstücksquark ein wahrer Universalkönig über Gesundheit und Leistungsfähigkeit.

Durch die Kombination aus Magerquark, der viel Eiweiß liefert, und Lettöl, das reich an Omega-3-Fettsäuren ist, hätte man lange Zeit, die synergistische Kombination aus Gewürzen unterstützt Verdauung und Hirnfunktion, das Milchserum Power und Kraft. Aber, das Rezept wäre nicht von Alfons Schubbeck, wenn es nicht noch viele weitere positive Effekte auf den Organismus hätte. Letztlich ist es vor allem die Fruchtgehaltigkeit des Quarks, die den besten Effekt hat. Denn, wie jeder weiß, ist Quark ein Lebensmittel, das den Verdauungstrakt, bei kleinen Mengen, gut vertragen wird. Und, wenn man ihn mit Obst und Beeren kombiniert, wird er noch viel mehr wertvoll. Denn, wie jeder weiß, ist Quark ein Lebensmittel, das den Verdauungstrakt, bei kleinen Mengen, gut vertragen wird. Und, wenn man ihn mit Obst und Beeren kombiniert, wird er noch viel mehr wertvoll.



Alle Produkte erhältlich auf schubbeck.de

alfons & die Welt

DER BESTE KÜCHEN-TALK UND DIE NEUESTEN TAFEL-TRENDS

Münchens feinste Adresse hat jetzt einen neuen Namen, am meisten Schubecks Sternelokal mit dem Michelin Stern heißt jetzt ALFONS (vorher Fine Dining bei Schubeck) genau wie



Was macht Slow-Juicing so gesund?

Frischer Saft hilft unserem Körper, viele Arten von Lebensmitteln „anzuzerkennen“ und Nährstoffe besser aufzunehmen, ohne das Verdauungssystem zu stark zu beanspruchen. Slow Juicing ist eine besonders wirksame Methode, um uns mit diesem wichtigen Nährstoffen zu versorgen. Das langsamere und schonende, kalte Pressen sich sicher, dass die maximale Menge an Vitaminen, Enzymen und Mineralien im Saft erhalten bleibt. Slow Juicer extrahieren zudem den größten Ertrag von gesundem Saft aus Obst und Gemüse – bis zu 10% mehr, als herkömmliche Ernter. Es werden also viel weniger Früchte und Gemüse benötigt, um die gleiche Menge an gesundem Saft zu erhalten. Dies hilft permanent, mit dem neuen gesunden Lebensstil Geld zu sparen und hochwertigeren Saft zu trinken. Der Haum wird in der 3. Generation noch weiter entwickelt und bringt dank des Treibergeltesystems die beste Saftqualität bei maximaler Ausbeute. Eine kleine Investition, die sich im Leben lang lohnt und zwar für groß und klein.



Slow Juicer HZ, ca. 599 €

Die richtigen Fette

Das ist ein Sprichwort: „Frühstück wie ein Kaiser“ hat auch heute noch seine Gültigkeit. Aber was ist überhaupt ein gutes Frühstück? Ausdrücklich soll es gut schmecken, aber auch lange satt halten und genug Energie für den Tag liefern. Nichts gegen ein herzhaftes Frühstück mit Speck, Toast mit Butter und Marmelade oder einer typische Platte mit Aufschnitt und vielen Kleinzutaten – am meisten Tagen aber braucht und möchte man nicht Power – für den Körper und für den Geist. Vielleicht machen Sie Sport, vielleicht müssen Sie beruflich gerade alles geben oder es sollte eine Prüfung an. In jedem Fall ist dieser Frühstücksquark ein wahrer Universalkönig über Gesundheit und Leistungsfähigkeit.

Ingwertropfen, verschiedene Geschmacksrichtungen, 9,90 €



Die hochkonzentrierten Tropfen

Das ist ein Sprichwort: „Frühstück wie ein Kaiser“ hat auch heute noch seine Gültigkeit. Aber was ist überhaupt ein gutes Frühstück? Ausdrücklich soll es gut schmecken, aber auch lange satt halten und genug Energie für den Tag liefern. Nichts gegen ein herzhaftes Frühstück mit Speck, Toast mit Butter und Marmelade oder einer typische Platte mit Aufschnitt und vielen Kleinzutaten – am meisten Tagen aber braucht und möchte man nicht Power – für den Körper und für den Geist. Vielleicht machen Sie Sport, vielleicht müssen Sie beruflich gerade alles geben oder es sollte eine Prüfung an. In jedem Fall ist dieser Frühstücksquark ein wahrer Universalkönig über Gesundheit und Leistungsfähigkeit.

Das muntermachende Müsli

Das ist ein Sprichwort: „Frühstück wie ein Kaiser“ hat auch heute noch seine Gültigkeit. Aber was ist überhaupt ein gutes Frühstück? Ausdrücklich soll es gut schmecken, aber auch lange satt halten und genug Energie für den Tag liefern. Nichts gegen ein herzhaftes Frühstück mit Speck, Toast mit Butter und Marmelade oder einer typische Platte mit Aufschnitt und vielen Kleinzutaten – am meisten Tagen aber braucht und möchte man nicht Power – für den Körper und für den Geist. Vielleicht machen Sie Sport, vielleicht müssen Sie beruflich gerade alles geben oder es sollte eine Prüfung an. In jedem Fall ist dieser Frühstücksquark ein wahrer Universalkönig über Gesundheit und Leistungsfähigkeit.

Das Barometer

RAUF
Den Tag mit Flocken und Frühstück starten.
RESTE VERWERTEN
Erst Kälberbraten leer, dann neues Foodshopping.
KICHERERBSEN
Sollt Hühnerbraten die Hülsenfrucht einen Hippo.
KOHL
In vielen Variationen wie Schwarzkohl, Spitzkohl, Federkohl und Stangekohl.
REGIONALE SCHNAPPE
Wie zum Beispiel von der Badener Hight-Dezilliere Bergmann 1772.
RUTER
Buntes Burger Fast Food-Ketten können gegen Brateneis und Quodlilofisch nicht mithalten.
WOKKA RIED BÜLL
Trinken selbst jung Parfümiers nicht mehr.
MARGARINE
Langum hat es auch der letzte gemerkt, dass es nicht gemerkt ist die Butter, sondern reine Chemie.
CAKE POPS
Liefer gleich Kuchen.
HAAS GOERND
Das vermeintlich erste chinesisches Gewürz, das in Deutschland bekannt wurde, ist verschwunden.

WAS IST SCHLIMMER?

Obwohl die Welt in Plastik verpackt, ist eine Microplastik mit Magen voller Plastikmüll zu den Strände gespült werden, wird gefürchtet immer mehr. Das ist ein absoluter No-Go, denn es ist unumkehrbar das die Umwelt in die Gefahr bringt, wie die Plastik, die durch ihre Schmelze, die Verpackung bricht. Zudem sieht ja Bio auch für eine Lebenshaltung, die Natur, Umwelt und auch den Mensch schonen soll. Das Plastik ist ein absoluter No-Go, denn es ist unumkehrbar das die Umwelt in die Gefahr bringt, wie die Plastik, die durch ihre Schmelze, die Verpackung bricht. Zudem sieht ja Bio auch für eine Lebenshaltung, die Natur, Umwelt und auch den Mensch schonen soll.

DAS ERWARTET SIE IM SEPTEMBER



Health Food: Kurkuma – das gelbe Gold. Die heilende Kraft des Super Gewürz aus Südostasien



Entdecken: Immer die Weinstraße entlang - Eine kulinarische Reise durch die deutsche Toskana



Meatfree Monday: Vier fleischlose Rezepte, die selbst den größten Fleischfan überzeugen



Reise: Die schönsten Wanderrouten Deutschlands für Einsteiger und Profis, Berghütten mit Gourmet-Food, Hotels, coole Wanderlooks, Accessoires und Ausrüstung.



Gadgets, die das Kochen leichter machen: der endgültige Küchenmaschinentest: Welche Maschine passt zu mir?

Weitere Themen wie

- Superstar: deutscher Apfel
- Reiseziel Wien
- Küchen-Accessoires

WIR SIND DER RICHTIGE PARTNER, DENN

UNSERE LESER SIND ECHTE FOOD-LOVER



62%

der Leser von BILD am SONNTAG und 64% der User von BILD.de würden sich selbst als Genießer bezeichnen.



Für 66%

der Leser von BILD am SONNTAG und 67% der User von BILD.de spielt gutes Essen und Trinken eine große Rolle in ihrem Leben.



58%

der Leser von BILD am SONNTAG und 61% der User von BILD.de achten bewusst auf eine gesunde und ausgewogene Ernährung.



46%

der Leser von BILD am SONNTAG und 51% der User von BILD.de kochen sehr gern und häufiger seit der Corona-Krise.

POSITIVE WAHRNEHMUNG VON MAGAZINEN

94% ... der Leser würden Magazine wieder lesen

91% ... der Leser sind Magazine mit Schwerpunktthemen gegenüber aufgeschlossen

49 Min. ... ist die durchschnittliche Lesedauer von Magazinen in BILD am SONNTAG



NUTZEN SIE UNSER DIGITALES PORTFOLIO

KONTEXTUELLES TARGETING

Wir verlängern Ihre Kampagne in unser reichweitenstarkes digitales Portfolio! Die Werbemittel Sitebar und Mobile Medium Rectangle zusammen mit unserem kontextuellen Targeting sind die optimale Kombination von großflächigen Werbemitteln und dem richtigen Nutzungskontext unserer User.

Beim kontextuellen Targeting sprechen wir in Echtzeit die User an, die gerade Content-passende Keywords rund um das Thema "Food" konsumieren.



Verringerung von Streuverlusten durch optimale thematische Ausspielung der Werbemittel



Durch den Echtzeit-Abgleich des Kontextes wird der User immer zum richtigen Zeitpunkt angesprochen

350.000 AI's
2 Wochen
Laufzeit

Sitebar und Mobile
Medium Rectangle



FAKTEN UND TIMINGS

Das **alfons**-Magazin erscheint in der Gesamtauflage von BILD am SONNTAG.

BILD am SONNTAG

Verkaufte Auflage: 679.239 Exemplare
Reichweite: 6,84 Mio.

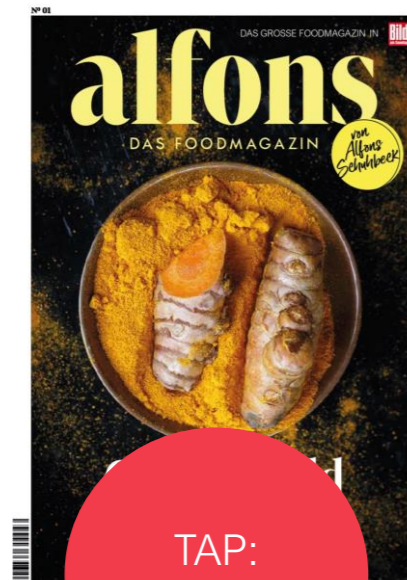
Erscheinungstermin: 27.09.2020
Anzeigenschluss: 29.07.2020
Druckunterlagenchluss: 01.09.2020

Umfang: 40 + 4 Seiten



SPITZENWERTE FÜR alfons

Erscheinungsweise: 2x Jährlich
Verkaufte Auflage: 679.239
Reichweite: 6,84 Mio. Leser
Preis 1/1 Seite: 60.000€
liegt der Gesamtauflage von BILD am SONNTAG bei



TAP:
88,33€

Erscheinungsweise: Vierteljährlich
Verkaufte Auflage: 125.000
Reichweite: 1,3 Mio. Leser
Preis 1/1 Seite: 15.100€



TAP:
120,80€

Erscheinungsweise: 9x Jährlich
Verkaufte Auflage: 54.231
Reichweite: 0,14 Mio. Leser
Preis 1/1 Seite: 10.900€



TAP:
200,99€

Erscheinungsweise: Monatlich
Verkaufte Auflage: 70.451
Reichweite: 0,75 Mio. Leser
Preis 1/1 Seite: 21.700€



TAP:
308,02€

Erscheinungsweise: 10x Jährlich
Verkaufte Auflage: 81.962
Reichweite: 0,70 Mio. Leser
Preis 1/1 Seite: 17.800€



TAP:
217,17€

Erscheinungsweise: 6x Jährlich
Verkaufte Auflage: 80.893
Reichweite: 1,3 Mio. Leser
Preis 1/1 Seite: 14.900€



TAP:
184,19€

Erscheinungsweise: Monatlich
Verkaufte Auflage: 111.352
Reichweite: 1,5 Mio. Leser
Preis 1/1 Seite: 26.100€



TAP:
234,39€

Erscheinungsweise: Monatlich
Verkaufte Auflage: 85.796
Reichweite: 0,83 Mio. Leser
Preis 1/1 Seite: 14.200€



TAP:
165,51€

PREISE UND FORMATE

Sprechen Sie uns auch auf die Brandstory-Pakete an.



Umschlagseiten

210mm x 280mm

Bruttopreis:
66.000 €



1/1 Seite

210mm x 280mm

Bruttopreis:
60.000 €



1/2 Seite

210mm x 138mm

Bruttopreis:
40.000 €



1/3 Seite

Hoch: 71mm x 280mm
Quer: 210mm x 94mm

Bruttopreis:
28.000 €



Kontextuelles Targeting

350.000 AIs
Sitebar & Mobile Medium Rectangle

Bruttopreis:
22.750 €

TECHNISCHE DATEN

Heftformat:	210 mm Breite, 280 mm Höhe, Bund geheftet	Schriftgröße:	Positiv, 1-farbig: mind. 6 pt Negativ und mehrfarbig: mind. 8 pt, halbfett (bold)
Druckverfahren:	Tiefdruck	Linienstärke:	Positiv, 1-farbig: mind. 0,2 mm Negativ und mehrfarbig: mind. 0,3 mm
Digitale Druckvorlagen:	nicht separierte Bilddaten mit 300 dpi, PDF/X-1a, PDF/X-3, PDF/X-4	Passertoleranz:	0,3 mm
Digitale Datenübermittlung:	alfons-anzeigen@axelspringer.de	Beschnittzugabe:	bei Anzeigen im Anschnitt an allen Seiten 5 mm, in denen keine motivwichtigen Elemente enthalten sein dürfen
Farbaufbereitung:	Umschlag: PSR LWC PLUS V2 PT Inhalt: PSR SC STD V2	Beschnittsicherheit:	Gestaltungselemente sollten einen Abstand von mind. 5 mm zur Formatbegrenzung des Heftes haben
Digitalproof:	für einen farbverbindlichen Druck ist ein farbangepasstes und sachlich richtiges Digitalproof in FOGRA-Medienkeil CMYK V3.0 erforderlich (ISO 12647-3:2005). Standproof im Maßstab 1:1	Tiefes Schwarz:	100 % Schwarz + 40 % Cyan

Kontakt für Rückfragen: Valerie Lindner E-Mail: valerie.lindner@axelspringer.com

VORSCHAU FÜR DEN 29.11.2020

DAS ERWARTET SIE IM NOVEMBER



Für immer und ewig: Diese Töpfe und Pfannen bleiben Ihnen ein Leben lang.



Weihnachtszeit-Menüs für den ganzen Dezember, spektakulär und doch ohne Stress.



Drink Psychogramm: Wer trinkt was in der Weihnachtszeit?



Festlich backen: Glam-Weihnachts-Torten, süß dekorierte Cupcake-Trends.



Reise: Warum jetzt alle Bad Gastein lieben?

Weitere Themen wie

- Geschenke für Foodies
- Rüben-Royal
- Reiseziel Prag
- Der ultimative Einkaufszettel für Weihnachten
- Style & Beauty

IHRE ANSPRECHPARTNER

NATIONAL & INTERNATIONAL SALES

 **Senior Director Crossmedia**
Media Impact GmbH & Co.KG
Stephan Madel
Theresienhöhe 26
80339 München
Tel.: +49 (0) 171 761 41 43
stephan.madel@axelspringer.com

 **Director Luxury & Lifestyle**
Media Impact GmbH & Co.KG
Kathleen Schwiezke
Theresienhöhe 26
80339 München
Tel.: +49 (0) 151 440 478 34
kathleen.schwiezke@axelspringer.com

 **Director Automotive & Mobility**
Media Impact GmbH & Co.KG
Christoph Schulze
Neuer Zollhof 1
40221 Düsseldorf
Tel.: +49 (0) 151 161 570 04
christoph.schulze@axelspringer.com

 **Director Retail**
Media Impact GmbH & Co.KG
Birgit Santoro
Zimmerstraße 50
10888 Berlin
Tel.: +49 (0) 151 528 500 43
birgit.santoro@axelspringer.com

 **Director Consumer Goods**
Media Impact GmbH & Co.KG
Knut G. Müller
Theresienhöhe 26
80339 München
Tel.: +49 (0) 151 161 570 08
knut.mueller@axelspringer.com

 **Senior Manager Brand Partnerships
Sports Betting**
Media Impact GmbH & Co.KG
Lena Sachse
Zimmerstraße 50
10888 Berlin
Tel.: +49 (0) 151 440 476 75
lena.sachse@axelspringer.com

 **Director Finance, Tourism & Services**
Media Impact GmbH & Co.KG
Marcus Brendel
Neuer Zollhof 1
40221 Düsseldorf
Tel.: +49 (0) 160 987 724 94
marcus.brendel@axelspringer.com

 **Director Telecommunications & Electronics**
Media Impact GmbH & Co.KG
Ingo Kölbl
Gerbermühlstraße 9
60594 Frankfurt/Main
Tel.: +49 (0) 151 161 570 05
ingo.koelbl@axelspringer.com

 **Head of Healthcare**
Media Impact GmbH & Co.KG
Elmar Tentesch
Münchener Straße 101/09
85737 Ismaning
Tel.: +49 (0) 172 775 91 27
elmar.tentesch@axelspringer.com

 **Head of International Sales**
Media Impact GmbH & Co.KG
Fellin Wolter
Zimmerstraße 50
10888 Berlin
Tel.: +49 (0) 151 440 470 64
fellin.wolter@axelspringer.com

DIGITAL SALES

 **Senior Director Digital Sales**
Media Impact GmbH & Co.KG
Benedikt Färber
Zimmerstraße 50
10888 Berlin
Tel.: +49 (0) 151 64 17 30 34
benedikt.farber@mediainpact.com

 **Director Digital Sales West**
Media Impact GmbH & Co.KG
Sven Heintges
Neuer Zollhof 1
40221 Düsseldorf
Tel.: +49 (0) 151 58451106
sven.heintges@mediainpact.com

 **Director Digital Sales Mitte/Südwest**
Media Impact GmbH & Co.KG
Philipp Matschoss
Gerbermühlstraße 9
60594 Frankfurt/Main
Tel.: +49 (0) 151 44619898
philipp.matschoss@mediainpact.com

 **Unit Manager Digital Sales Südwest**
Media Impact GmbH & Co.KG
Daniel Seiler
Zeppelinstraße 116
73730 Esslingen
Tel.: +49 (0) 151 16157006
daniel.seiler@mediainpact.com

 **Director Digital Sales Süd**
Media Impact GmbH & Co.KG
Daniel Maubach
Theresienhöhe 26
80339 München
Tel.: +49 (0) 151 12446577
daniel.maubach@mediainpact.com

 **Director Digital Sales Nord/Ost**
Media Impact GmbH & Co.KG
Alexander Wieghard
Zimmerstraße 50
10888 Berlin
Tel.: +49 (0) 160 90455837
alexander.wieghard@mediainpact.com

 **Stellv. Director Digital Sales Nord**
Media Impact GmbH & Co.KG
Jörn Brauner
Axel-Springer-Platz 1
20350 Hamburg
Tel.: +49 (0) 151 44047716
joern.brauner@mediainpact.com

 **Head of Digital Sales Retail**
Media Impact GmbH & Co.KG
Emily Mierendorff
Zimmerstraße 50
10888 Berlin
Tel.: +49 (0) 151 44047127
emily.mierendorff@mediainpact.com

BRAND MANAGEMENT

 **Director Brand BILD am SONNTAG**
Media Impact GmbH & Co.KG
Felix Becker
Zimmerstraße 50
10888 Berlin
Tel.: +49 (0) 151 730 265 61
felix.becker@mediainpact.com

 **Director Brand BILD.de**
Media Impact GmbH & Co.KG
Clemens Veltheim
Zimmerstraße 50
10888 Berlin
Tel.: +49 (0) 170 3753165
clemens.veltheim@mediainpact.com