

100°

FÜR KOMMUNIKATION, DIE BEWEGT.

DAS KUNDENMAGAZIN DER
EVANGELISCHES MEDIENHAUS GMBH



Mit Kraft und Mut für jeden Tag

Der AndachtsCast ist ein täglicher Podcast mit
erfrischenden Impulsen für die Seele

Wir lassen uns messen

Reichweite, Berühren und Relevanz sind Prüfkriterien
für das Medienhaus

Außenwerbung als Chance

Für Werbung draußen gibt es viele Möglichkeiten,
die ankommen



Editorial

Liebe Leser*innen,

es liegt in der Natur der Sache, dass wir als Medienhaus stets am Puls der Zeit sind und wir uns immer neu auf eine sich verändernde Welt einstellen. Als GmbH sind wir natürlich interessiert, Umsatz zu generieren. Doch ein guter Jahresabschluss ist nicht das Einzige, was uns treibt.

„Geht hin zu allen Völkern und ladet die Menschen ein, meine Jünger und Jüngerinnen zu werden“ (Matthäus 28,19, Basisbibel). Der Missionsauftrag Jesu ist uns ebenso wichtig. Deshalb arbeiten wir für Hörfunk, Online und Fernsehen an zielgruppenorientierten Verkündigungsformaten. So haben wir fast neun Jahre lang mit der AndachtsApp täglich tausende Menschen mit hoffnungsvollen Gedanken erreicht. Sie wurde nun durch den AndachtsCast abgelöst. Seit Juli ist dieses neue Angebot, das in Zusammenarbeit mit dem Evangelischen Gemeindeblatt für Württemberg entsteht, zu hören.



Natürlich müssen solche Angebote finanziert werden. Wir wollen aber unsere Form der Verkündigung den Menschen schenken. Solange das gelingt, bleiben wir dabei: der AndachtsCast kostet nichts! Und wer die Andachten weiterverbreitet, darf das auch. Wie einfach das geht, erfahren Sie auf Seite 7.

Viele spannende Einblicke in 100° wünscht Ihnen

Ihr Tobias Glawion
Chefredakteur und
Geschäftsführer

Kontakt

tobias.glawion@evmedienhaus.de



Impressum

Herausgeber:
Evangelisches Medienhaus GmbH, Augustenstraße 124, 70197 Stuttgart

Redaktion: Dietmar Hauber, Salome Kößner

Alle Fotos außer namentlich gekennzeichnete:
Photodesign Thomas Rathay (thomas-rathay.de)

Gestaltung und Herstellung: Evangelisches Medienhaus GmbH
evmedienhaus.de

ON AIR

GLAUBE, KULTUR UND REFLEXION – STIMMEN, DIE HERZEN BERÜHREN

Klangvolle Botschaften

*Im ersten Stock des Medienhauses leuchtet ein rotes Schild. „On Air“ strahlt einem entgegen, wenn man durch den Gang läuft. Im Tonstudio des Evangelischen Medienhauses entstehen Andachten, Beiträge, Sendungen und Interviews. Die kirchlichen Formate erreichen jeden Tag mehrere hunderttausend Hörer*innen in Baden-Württemberg.*

Die Beiträge werden vor allem bei den großen privaten Radiosendern wie Hitradio antenne 1, Radio 7 oder DIE NEUE 107.7 gesendet. Gemeinsam mit den ökumenischen Partnerredaktionen werden für jeden Tag christliche Impulse und Andachtsbeiträge produziert. Bei bigFM gib es ein ganz besonderes Format – den „Nighttalk“. Dort können Hörer*innen live am Sonntagabend anrufen und mit einer kirchlichen Seelsorgerin oder einem Seelsorger

über persönliche Probleme, Sorgen oder ein bestimmtes Thema sprechen.

Der Sonntagmorgen wird ebenfalls von der Radioredaktion des Evangelischen Medienhauses begleitet. In den sonntäglichen Kirchenformaten geht es um Gott und die Welt: aktuelle Glaubensfragen, soziale und gesellschaftliche Themen, christliche Feiertage und das kirchliche Leben in Württemberg.

Und egal ob Live-Sendung oder Vorproduktion: Vorbereitung ist wichtig. Denn sobald das rote „On Air“-Schild wieder leuchtet, muss alles sitzen! //



SO HÖREN DIE MENSCHEN RADIO

- Deutsche hören rund 4 Stunden Audio pro Tag (Mo-Fr)
- Etwa 500.000 hören täglich die kirchlichen Andachten bei den württembergischen Privatradios
- Rund 800.000 hören Sonntag früh die ökumenischen Kirchensendungen
- Die drei größten Privatradiosender in Baden-Württemberg:
Radio Regenbogen: 214.000 Hörer*innen pro Ø-Stunde (Mo-Fr)
Hitradio antenne 1: 148.000 Hörer*innen pro Ø-Stunde (Mo-Fr)
Radio 7: 140.000 Hörer*innen pro Ø-Stunde (Mo-Fr)

(Quelle: ma 2023 Audio II)



Ihr Kontakt



Matthias Huttner

Leiter Radioredaktion

matthias.huttner@evmedienhaus.de



SENDER UND SENDUNGSÜBERSICHT UNTER:
evmedienhaus.de/medien/sendungen/



All unsere laufenden und neuen Projekte und Produkte stellen wir mit den Stichworten Reichweite, Relevanz und Berühren auf den Prüfstand, ob diese zum Erfolg des Medienhauses beitragen.

Alexander Pfab

Leiter Online/Internet

Jens Schmitt

Leiter Multimediaredaktion

Wir berichten über spannende Menschen und Schicksale, die bewegen. Wir tauchen ein in gesellschaftliche, soziale und kirchliche Themen, die für die Lebenswelt unserer Zuschauer*innen relevant sind. Themen, die sie aus ihrem Alltag kennen und mit denen sie sich identifizieren können.



Wir möchten mit unseren Fortbildungsangeboten, den Blog-Artikeln bei medienkompass.de und individueller Beratung viele Haupt- und Ehrenamtliche unterstützen und ihnen damit einen kompetenten, sinnvollen und zielgerichteten Umgang mit Medien ermöglichen.

Susanne Zeltwanger-Canz

Leiterin Medien & Bildung



Dietmar Hauber

Leiter Marketing

Wir verhelfen unseren Kund*innen zu hoher Reichweite, indem wir für sie Produkte und Kampagnen entwickeln, die Menschen berühren. Durch unsere Konzepte bekommen Botschaften Relevanz. Darauf können sich unsere Kund*innen verlassen.



Unsere Themen, Geschichten, Interviews, Andachten, Sendungen sollen die Menschen emotional berühren. Wir wollen relevante Inhalte für den Alltag der Hörerinnen und Hörer liefern und so möglichst viele Ohren und Herzen erreichen.

Matthias Huttner

Leiter Radioredaktion

Michael Eberle

Leiter Einkauf & Verkauf

Mit ausgewählten Produkten – bestens geeignet für den Gottesdienst, die Begrüßung von Neuzugezogenen, Danksagung an Mitarbeiter*innen und Ehrenamtliche, Kinderkirche, Außenwerbung – unterstützen wir die Kirchengemeinden in ihrem Wirken.



REICHWEITE

UNSERE
BOTSCHAFTEN
UND MEDIEN
SOLLEN
MÖGLICHST
VIELE MENSCHEN
ERREICHEN.

BERÜHREN

MIT DEM,
WAS WIR AUSSENDEN,
WOLLEN WIR
MENSCHEN EMOTIONAL
UND KOGNITIV
ANSPRECHEN.

RELEVANZ

DAS, WAS WIR
AUF UNSEREN
KANÄLEN UND FÜR
UNSERE KUND*INNEN
VERBREITEN, MUSS
FÜR DIE MENSCHEN
BEDEUTUNG
HABEN.

REICHWEITE, BERÜHREN, RELEVANZ

„Daran lassen wir uns messen“

Die drei Stichworte Reichweite, Berühren und Relevanz sind wesentliche Prüfkriterien der medialen Arbeit des Evangelischen Medienhauses. „Damit messen wir und daran lassen wir uns messen“, erklärt Frank Zeithammer, Sprecher der Geschäftsführung.

In der Medien- und Öffentlichkeitsarbeit lasse sich Erfolg oft schwer kontrollieren, sagt Zeithammer. „Es braucht gute ‚Prüfsteine‘, mit denen wir die ganze Bandbreite unserer Arbeit im Medienhaus bewerten – und verbessern können.“ Für das Evangelische Medienhaus sind die im Kommunikationsverlauf vergleichbaren Größen „Reichweite, Berühren und Relevanz“ der Maßstab für die Interaktion.

„Wenn wir selbstkritisch auf unsere Arbeit schauen, fragen wir auch immer, was wir damit erreichen“, führt Chefredakteur und Geschäftsführer Tobias Glawion aus. „Haben so viele Menschen wie erwünscht eine

TV-Sendung angeschaut? Oder haben wir mit dem Radiobeitrag Hörer*innen nachhaltig berührt und zum Nachdenken animiert? Und hat die von uns gestaltete Kampagne tatsächlich eine Relevanz in der allgemeinen Wahrnehmung?“

Alle drei Kriterien lassen sich nicht immer in gleichem Maße anwenden. „Doch wir gehen alle Aufgaben so an, dass sich die gefundene Lösung anhand dieser drei Kriterien bestmöglich nachvollziehen und planen lässt“, erklärt Zeithammer. Nicht zuletzt geht es auch darum, eingesetzte Mittel und Ressourcen möglichst maß- und wirkungsvoll zu nutzen. //



ANDACHTSCAST

Kraft und Mut für jeden Tag

Der AndachtsCast ist ein kurzer geistlicher Impuls für jeden Tag zum Hören. Er basiert stets auf einer Bibelstelle, die dem Leseplan der Ökumenischen Arbeitsgemeinschaft Bibellesen entnommen ist.

Diese kurzen Andachten für Herz und Ohren wollen Kraft und Mut für jeden Tag schenken. Leser*innen des Evangelischen Gemeindeblatts kennen diese beliebten biblischen Auslegungen schon seit vielen Jahren aus dem Blatt. Seit Juli gibt es diese Andachten nun endlich als täglichen Podcast auch zum Hören. Produziert wird der AndachtsCast gemeinsam vom Evangelischen Gemeindeblatt und dem Evangelischen Medienhaus.

Der neue AndachtsCast löst die seit Oktober 2014 bekannte „AndachtsApp“ ab. „Es wurde Zeit für etwas Neues“, sagt Tobias Glawion, Medienhaus-Geschäftsführer und Chefredakteur des Gemeindeblatts. „Die AndachtsApp ist nach fast zehn Jahren Betrieb etwas in die Jahre gekommen“, erklärt Glawion, „wir mussten grundsätzlich ran.“ Maßgeblich für die Entwicklung des neuen AndachtsCasts waren die Wünsche der Nutzer*innen. „Wir haben mit Fokusgruppen zusammen intensiv gearbeitet und das Wunschformat der Kund*innen entworfen“, so Glawion.

Nun hoffen die Macher*innen im Medienhaus und vom Gemeindeblatt, dass sich die Zahl der Abonnent*innen vom AndachtsCast nach einem erfolgreichen Start weiter gut entwickelt. Glawion: „Wir wollen ja eine möglichst hohe Reichweite – also viele Menschen ansprechen.“

Wer den täglichen Impuls jeden Morgen hören will, folgt am besten dem AndachtsCast in einem Podcast-Player, beispielsweise in einer App wie Spotify oder Podcasts. Der AndachtsCast ist aber auch im Internet zu hören. //



AdobeStock.com © Jenny Sturm

AndachtstCast auf der eigenen Website

Der AndachtsCast kann auch auf der eigenen Website ausgespielt werden. Mit wenigen Handgriffen schaffen Sie den Besucher*innen Ihrer Website ein tägliches Erlebnis.

Zwei Varianten sind möglich:

- Am einfachsten ist es, ein Banner einzubetten und auf AndachtsCast.de zu verlinken.
- Der AndachtsCast kann auch in die Website eingebunden werden. Ein Plugin für Gemeindebaukästen macht dies möglich.

Auf AndachtsCast.de finden Sie eine Schritt-für-Schritt-Anleitung.



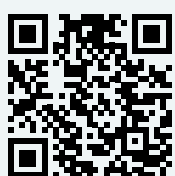
ANDACHTSCAST^{DE}

DER ANDACHTSCAST IST EIN
TÄGLICHER PODCAST MIT
ERFRISCHENDEN IMPULSEN
FÜR DIE SEELE. GLEICH-
ZEITIG IST ER DAS ERGEBNIS EINER
KREATIVEN ZUSAMMENARBEIT
ENGAGierter KOLLEG*INNEN AUS
DEM EVANGELISCHEN MEDIENHAUS
UND VOM EVANGELISCHEN
GEMEINDEBLATT.



Tobias Glawion

Geschäftsführer und Chefredakteur
tobias.glawion@evmedienhaus.de



ZUSAMMEN GENIESSEN:

Ein besonderer Adventskalender für die ganze Familie

ab dem
1. Dezember
neu

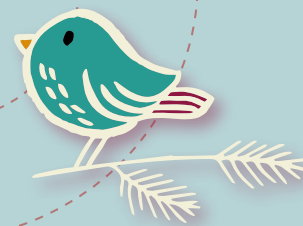
Weihnachtsrätsel, Basteltipps und Rezepte für Kinder sowie jede Menge Wissenswertes – vom 1. bis 24. Dezember bieten tägliche Video-Überraschungen wertvolle Inhalte rund um Advent und Weihnachten. Schon zum vierten Mal laden Videos auf dein-familienadventskalender.de zum Mitmachen und Entdecken ein.

1838 gilt als das Geburtsjahr des Adventskalenders. Johann Hinrich Wichern hatte im Hamburger Rauhen Haus genug von der Frage, wann endlich Weihnachten ist, und hatte die Idee zum ersten Adventskalender. Seither gibt es ihn in vielen verschiedenen Ausführungen. Vom klassischen Schokoladenkalender über Kalender mit Geschichten und Socken bis hin zu Gewürzen oder sogar Bier gibt es alles.

Auch das Team des Evangelischen Medienhauses hat sich dieses Jahr wieder Gedanken zu einem neuen Familien-Adventskalender gemacht. 24 Videotürchen verkürzen mit Geschichten, Rätseln, Bastel- und Rezeptideen die Vorweihnachtszeit. Schon im vergangenen Jahr haben Romy und Jonathan Kinder ab dem Grundschulalter und ihre Familien durch die Adventszeit begleitet. Über 70.000 Aufrufe auf Youtube, den sozialen Netzwerken und dein-familienadventskalender.de hat der Kalender letztes Jahr gesammelt. Auch durch die Ausstrahlung auf BibelTV haben viele die virtuellen Türchen geöffnet.



Für den diesjährigen Kalender plant und produziert das Team schon seit März. Im Frühjahr Videos mit Weihnachtsstimmung zu füllen oder bei 30 Grad im Weihnachtspullover über Schoko-Nikoläuse zu berichten, ist gar nicht so einfach. Szenen auf Weihnachtsmärkten oder im Schnee müssen schon ein Jahr im Voraus gedreht werden und können auch nicht so leicht wiederholt werden.



Die Türchen können online auf dein-familienadventskalender.de geöffnet werden. Außerdem ist der Familien-Adventskalender ein Rundumservicepaket für Gemeinden. Die Inhalte stehen den Gemeinden für ihre Social-Media-Kanäle, Webseiten und Gemeindebriefe zur Verfügung. Beate Dreinhöfer, als Projektmanagerin der Multimedia-redaktion für den Kalender verantwortlich, hat einen Tipp: „Wer den kostenlosen Adventskalender-Newsletter abonniert, verpasst kein Türchen.“ //

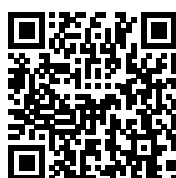


Ihr Kontakt



Beate Dreinhöfer

beate.dreinhoefer@evmedienhaus.de



// Laden Sie mit dem Minikalender die Kinder in der Jungschar, Kinderkirche, in der Reli-Klasse zum Familienadventskalender ein. //

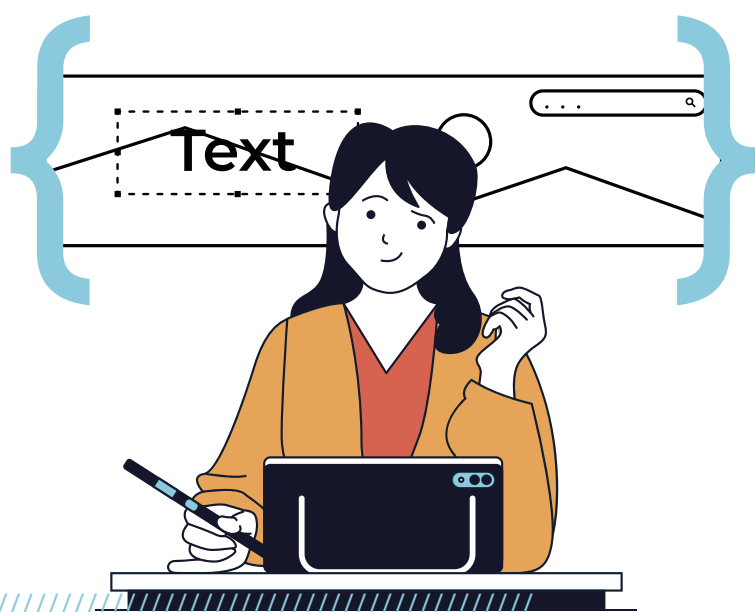
Jetzt kostenlos bestellen:

dein-familienadventskalender.de/bestellen

mit-
machen

Gemeindebrief

leicht gemacht



Den Gemeinden bei ihren Aufgaben unter die Arme zu greifen, ist dem Evangelischen Medienhaus ein großes Anliegen. Ein kommendes Angebot macht die Gemeindebriefarbeit einfacher.

Der Weg zum guten Gemeindebrief – übrigens immer noch das meistgelesene kirchliche Kommunikationsmittel – ist nicht immer einfach. Oft fehlen in den Gemeinden Autor*innen für spannende Artikel. Geeignete Fotos und Grafiken zu finden ist aufwändig und teuer. Man braucht jemanden, der das Blatt layoutet. „Für all das schaffen wir derzeit eine Plattform“, erklärt Birgit Herrmann, Projektmanagerin im Evangelischen Medienhaus.

„Gemeinden werden in einem neuen Portal ihren Gemeindebrief online erstellen können – einfach und digital.“ Dazu brauche niemand tiefere Designkenntnisse und keine teure Gestaltungssoftware. „Und trotzdem haben die Nutzer*innen am Ende ein Top-Produkt auf dem Tisch“, weiß Birgit Herrmann.

In dem Portal, das im kommenden Jahr an den Start geht und bisher unter dem Arbeitstitel „Agora“ läuft, finden die Gemeindebriefredaktionen unterschiedliche Vorlagen. Diese sogenannten Templates beinhalten verschiedene Seitenlayouts, um den eigenen Gemeindebrief individuell gestalten zu können.



Illustrationen: AdobeStock.com © alexdndz

Ihr Kontakt



Birgit Herrmann
Projektmanagerin
birgit.herrmann@evmedienhaus.de



„Die Artikel, Informationen und Bilder der Gemeinden können online eingefügt, korrigiert und druckfertig gemacht werden“, erklärt Herrmann.

„Und datenschutzkonforme Bilder und selbst fertige Artikel des Evangelischen Gemeindeblatts können eingebunden werden. Alles ganz einfach und nutzerfreundlich“, freut sich die Projektmanagerin. Am Ende kann für den Gemeindebrief per Knopfdruck der Druckauftrag erteilt werden. Das neue Portal ist momentan in einer ersten Testphase. „Gemeinden testen das System gründlich im Realbetrieb“, so Herrmann. „Wenn alles zuverlässig und gut funktioniert, gehen wir 2024 damit für alle an den Start.“

In Zukunft werden nicht nur Gemeindebriefe in dem System erstellt werden können. „Das Portal soll für die gesamte Öffentlichkeitsarbeit der Gemeinde ein nützliches Tool werden – vom Veranstaltungsplakat über Flyer und Kampagnen bis zur Kirchenwahl“, verspricht Herrmann. //



Außenwerbung

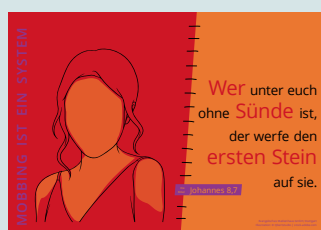
Ein wirkungsvoller Teil der Öffentlichkeitsarbeit

Werbung draußen – Außenwerbung oder Out-of-Home genannt – kommt bei Jung und Alt an. Deshalb sollte sie fester Bestandteil der Öffentlichkeitsarbeit sein. Möglichkeiten, draußen zu werben, gibt es viele.

Über 90 Prozent der Bevölkerung werden durch Werbung out of home (OOH) erreicht, weiß der Fachverband Außenwerbung in einer Studie von 2021. „Diese Breitenwirkung macht OOH ebenso attraktiv für die flächendeckende Kommunikation Werbung treibender Unternehmen wie für die Kommunikation von Vereinen und Institutionen mit gesellschaftlich relevanten Anliegen“, so der Verband.

Außenwerbung gibt es schon lange, Jahrtausende vielleicht. Wegweiser, Wirtshauschilder und Plakate sind typische Formen. Mitte des 19. Jahrhunderts erfand der Berliner Drucker Ernst Litfaß die nach ihm benannte runde Anschlagssäule für Plakate. Den Startschuss für eine systematische Werbeform gab er, weil ihn wild geklebte Plakate geärgert haben. Heute gibt es eine Vielzahl unterschiedlicher Möglichkeiten.

Allerdings wird Außenwerbung meist nur flüchtig wahrgenommen. Kommunikation auf der Freifläche geschieht im Vorbeigehen. Darauf sollte sich die Öffentlichkeitsarbeiter*in einstellen, rät Dietmar Hauber, Marketingleiter im Evangelischen Medienhaus.





// Für digitale Schaukasten
bietet das Medienhaus
eine Komplett-Lösung. //

gemeindeschaukasten-digital.de



„Ein Schaukasten gefüllt mit zehn kleinen Botschaften wirkt nicht. An so einem Zettelkasten bleibt niemand stehen.“ Out of home zu werben heißt, groß, emotional und berührend zu gestalten. „Eine Botschaft mit einem Hingucker“, so Hauber, „das wird wahrgenommen.“

„Der klassische Schaukasten hat immer noch nicht ausgedient, denn er ist ungemein einfach zu bespielen und unschlagbar günstig“, sagt Hauber. Im Medienhaus sind eine Vielzahl von unterschiedlichen Modellen zu beziehen. Moderner sind digitale Schaukästen. Das sind Monitore, die es in unterschiedlichen Größen und Formen gibt und die mit spezieller Software wirkungsvoll bespielt werden können. „Digitale Schaukästen sind in belebten Außenbereichen aufmerksamkeitsstarke Medien, die Menschen zeitgemäß ansprechen“, erklärt Hauber. //



// Verschiedene Schaukastenmodelle
in bester Qualität sind im Medienhausshop
zu beziehen. //

shop.evmedienhaus.de/aussenwerbung/schaukasten.html



Dekovit 28

Die Plakatserie für den wirksamen Schaukasten



// Mit den Plakaten der Serie Dekovit 28
wird Ihr Schaukasten zum Hingucker. //

shop.evmedienhaus.de/dekovit-28.html



Inside

EINBLICKE INS MEDIENHAUS

100



Nicht immer sind Zusammenhänge auf den ersten Blick zu erkennen. Zum Beispiel: Was hat das Evangelische Medienhaus mit der Evangelischen Gemeindepresse, dem Gemeindeblatt und dem Verlag zu tun? „Eine ganze Menge“, lacht Frank Zeithammer. Er ist Geschäftsführer beider Firmen. Seinen Schreibtisch muss er nicht wechseln. Beide Firmen haben ihren Sitz in der Augustenstraße 124. „Und die Zusammenarbeit beider Firmen ist uns sehr wichtig“, betont er. Seit vier Jahren sind beide GmbHs auch organisatorisch verknüpft. Die Gemeindepresse ist Tochter des Medienhauses. Und das Medienhaus wiederum ist hundertprozentige Tochter der württembergischen Landeskirche. Eine Entwicklung, die Zeithammer bereits seit 2016 aktiv initiiert – und im Jahre 2018 umgesetzt hat.



Die Redaktionen des Medienhauses und des Evangelischen Gemeindeblatts gehören allerdings nicht zusammen. „Aber sie arbeiten sehr eng zusammen“, ergänzt der andere Medienhaus-Geschäftsführer, Tobias Glawion. Er ist Chefredakteur des Gemeindeblatts und der Medienhausredaktionen. Alle Redaktionen bilden übrigens gemeinsam Volontär*innen aus. Und demnächst rücken die Redaktionen auch räumlich näher zusammen.



DAS EVANGELISCHE GEMEINDEBLATT FÜR WÜRTTEMBERG STÄRKT DIE KIRCHENGEMEINDEN

Nach dem Motto „**Erleben, woran wir glauben!**“ bringt das Gemeindeblatt württembergische Kirchengemeinden und deren Mitglieder näher zusammen und stärkt die christliche Zugehörigkeit. Mehr noch: Durch das Werben des Gemeindeblattes um neue Leser werden Christen aus dem ganzen Land zusätzlich für evangelische Themen, spirituelle Impulse und regionale Kirchen- nachrichten interessiert und dazu angeregt, am Diskurs teilzunehmen.

Das Evangelische Gemeindeblatt für Württemberg hat viel zu bieten:

- Nachrichten und Termine aus der Region
- Orientierung für Glauben und Leben
- Landestypisches und Geschichte
- Tipps für Kultur und Reise
- Aktuelles und Informatives aus der Kirche
- Bekannte Autoren wie Lucie Panzer oder Andreas Koch

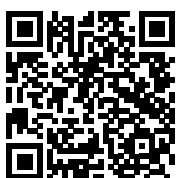
Evangelisches Gemeindeblatt für Württemberg



Das Evangelische Gemeindeblatt für Württemberg ist medienübergreifend präsent:

- **Gedruckt** wird es jede Woche und an rund 30.000 Leser ausgeliefert.
- **Digital** ist das Gemeindeblatt wöchentlich als E-Paper erhältlich: Mit Vorlesefunktion und in der App auch offline!
- Im **Internet** bietet das Gemeindeblatt unter evangelisches-gemeindeblatt.de zusätzliche Informationen und News.
- Im **Online-Shop** buchhandlung-eva.de findet man regionale Titel aus dem eigenen Haus und das umfassende Buchsortiment christlicher Verlage!

Das Evangelische Gemeindeblatt präsentiert sich gerne auch in Ihrer Kirchengemeinde! Sprechen Sie uns an.



evangelisches-gemeindeblatt.de

KONTAKT

vertrieb@evanggemeindeblatt.de
Telefon 0711 60100-22

MEDIEN AUF GANZER LINIE

Evangelisches Medienhaus GmbH
Augustenstraße 124
70197 Stuttgart



evmedienhaus.de