



+ **marketing-site.de** Facts

MediaFacts 2012

Reichweite | Involvement | Kundenbindung | Targeting | Leadgenerierung

Inhalt

Konzept	Seite 2	Beilagen, Beihefter, Beikleber, Druckunterlagen, Verarbeitung	Seite 9
Crossmedia	Seite 3	Sonderausgaben	Seite 10
Themen- und Terminplan	Seite 6	Sonderwerbformen / Redaktion / Verlag	Seite 11
Anzeigenformate, Preise, Nachlässe	Seite 8	marketing-site.de Facts	Seite 12
		Allgemeine Geschäftsbedingungen	Seite 18

Kombinieren Sie innerhalb unserer starken Medienmarken

**Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt
IVW 3/2010 - 2/2011**

Druckauflage: 27.498 Exemplare
verbreitete Auflage: 26.061 Exemplare
verkaufte Auflage: 23.809 Exemplare
Abo-Auflage: 23.587 Exemplare



**Auszug aus der Reichweiten-Analyse für Entscheider in Marketing und
Kommunikation für das Segment Marketing- und Kommunikationsfachpresse**

Stellung im Unternehmen			Wirtschaftszweig/Branche		
		Reichweite in der Zielgruppe in %			Reichweite in der Zielgruppe in %
absatzwirtschaft LpA 13.300			absatzwirtschaft LpA 13.300		
Marketingleitung	7.340	15,3	Investitionsgüter	1.250	12,1
Werbeleitung	2.260	19,6	Konsumgüter	1.020	8,5
Geschäftsführung	1.890	21,8	Gebrauchsgüter	2.000	17,6
Produktmanagement	170	4,3	Dienstleistung	5.740	20,9
Vertriebsleitung	200	5,4	Handel	1.680	15,8
Medialeitung	800	30,5	Werbeträger	1.340	11,3

Quelle: RATE 2010, Basis Entscheider im Bereich Marketing, Kommunikation und Werbung in werbungstreibenden Unternehmen
Sie möchten weitere Informationen zu RATE 2010? Dann rufen Sie uns an 0211/887-1484 oder schicken uns eine mail: fz.marketing@fachverlag.de

DAS MARKETING-MAGAZIN

absatzwirtschaft – Deutschlands auflagenstärkstes Monatsmagazin für Marketing

absatzwirtschaft Sonderausgaben

marken – Die Sonderausgabe anlässlich der Verleihung des Marken-Awards für exzellente Markenführung

Sonderausgabe zur dmexco 2012 –

Die Sonderausgabe anlässlich der Fachmesse für digitales Marketing.



SUPPLEMENTS / GUIDES

absatzwirtschaft brandaffairs – Das Supplement präsentiert Ihr Unternehmen und Ihre Markenwelt als eigenständige Beilage im Heft.

absatzwirtschaft agenturguides – nutzwertige Info-Guides zu verschiedenen Agenturbereichen, für die Entscheider in Marketing und Kommunikation. Direkt auf der Titelseite platziert!

absatzwirtschaft kompakt – ein hochwertiges und modernes DIN A5 Heft, welches sich ausschließlich mit einem Spezialthema* beschäftigt. Ein Button auf der Titelseite der absatzwirtschaft weist auf das Supplement im Heft!

*Themen nach Absprache



PHARMA MARKETING.DE

pharma marketing online – Das Online-Medium für User aus der Pharmazeutischen Industrie

pharma marketing e-journal – jeden Monat aktuelle News aus der Pharma-Branche

pharma marketing Newsletter – wöchentliche News aus der Branche



EVENT / KONGRESSE / NEWS

absatzwirtschaft Marken Award – absatzwirtschaft zeichnet Unternehmen für exzellente Leistungen in der Markenführung aus. Die Verleihung des **Marken Award** findet im Rahmen der **Night of the Brands** statt. Eine exklusive Abendveranstaltung bei der Sie über **1.000 geladene Gäste** in Person von hochkarätigen Fach- und Führungskräften aus markenführenden Unternehmen, Politik, Medien und Agenturen treffen werden.

**Solution Forum Marketing**

Das Solution Forum ist eine Mischung aus Inhouse-Messe, Kongress und Networking Area. Ergänzt durch redaktionelle Berichterstattung und Interviews, abgerundet durch gezielt platzierte Anzeigenschaltungen im e-paper und in der absatzwirtschaft. Auf dem Solution Forum treffen Sie als Dienstleister/Produktanbieter persönlich und vor Ort auf Ihre Zielgruppe: Führungs- und Fachkräfte aus dem Marketing- und Kommunikationsbereich.

Sie treten in den aktiven Dialog

- über Ihr Solution Forum - als Referent
- über Ihren Ausstellerstand - als Lösungsanbieter

Die nächsten Termine:

Solution Forum marketingIT am 26. Januar 2012, Düsseldorf
Solution Forum marketingIT am 29. März 2012, Frankfurt
Solution Forum marketing am 24. Mai 2012, Düsseldorf
Solution Forum marketing am 23. August 2012, Frankfurt
Solution Forum Healthcare, 6. September 2012, Düsseldorf

Handelsblatt News am Abend

Die Kompetenzen zweier starker Marken aus der Verlagsgruppe Handelsblatt können Sie ab sofort für Ihre Kunden-, Partner- und Mitarbeiterbindung nutzen.

Handelsblatt News am Abend – absatzwirtschaft-Edition

- In bewährter Handelsblatt- und absatzwirtschaft-Qualität geben Sie Ihren Kunden schon heute die Nachrichten von morgen an die Hand – und Sie definieren selbst den Empfängerkreis.
- Mit der Mischung aus tagesaktuellen Nachrichten und Branchenthemen sorgen Sie bei Ihren Kunden für hohe Relevanz – so treffen Ihre Partner schneller wichtige Entscheidungen und sind noch erfolgreicher.
- Dies assoziieren Ihre Kunden Tag für Tag mit Ihrer Marke: durch Ihr Logo, Ihre Produkt- oder Serviceanzeigen und – wenn Sie wollen – Ihre eigenen Advertorials.
- Und das für Sie auf denkbar bequeme Weise: einmal Logo und Anzeige übermitteln – fertig. Die Nachrichten schreiben wir für Sie. Jeden Tag.

Solution Forum

INNOVATION
STRATEGIE
AUSTAUSCH

unterstützt durch

- redaktionelle Berichterstattung
- individuelle Gespräche mit der Redaktion
- die Schaltung einer Anzeige in der absatzwirtschaft – Zeitschrift für Marketing
- die Schaltung einer Anzeige im e-paper zum Solution Forum



Der feine Unterschied: Handelsblatt News am Abend – absatzwirtschaft-Edition unterstützt Sie in Ihrer **Bindung zu Ihren Kunden**. So versenden Sie die digitale Zeitung per E-Mail an Ihnen vorliegende Empfängeradressen. Mit Ihrer Media-Kommunikation in den absatzwirtschaft-Ausgaben, im Webangebot und im Newsletter erreichen Sie komplettär die relevante Zielgruppe der Entscheider in Unternehmensleitung, Marketing, Vertrieb und Kommunikation.

DAS PORTAL DER BRANCHE

Hochkarätige Kommunikationskonzepte für höchste Ansprüche: marketing-site.de bündelt Know-how aus der gesamten Bandbreite des Marketings, damit Sie Ihre Zielgruppe medienübergreifend und zielgenau erreichen können. Wir nutzen dabei die Awareness unserer starken Marken optimal aus und sind dort platziert, wo es wichtig ist – bei den relevanten Entscheidern im Marketing. marketing-site.de vernetzt die Sites absatzwirtschaft.de, marketingIT, pharma marketing journal-Online, Markenmuseum, marken award und biznet.

Die Kernzielgruppen von marketing-site.de sind:

- Entscheider aus Marketing, Kommunikation und Produktmanagement in Unternehmen und Agenturen
- Verantwortliche für Vertrieb, Verkauf, Absatzsteuerung
- Entscheider über Software- und Online-basiertes Marketing
- Fach- und Führungskräfte aus Kommunikationsabteilungen in Pharma- und Healthcare-Unternehmen



absatzwirtschaft.de ist integraler Bestandteil von marketing-site.de

Gute Gründe für Ihren Mediaplan

Qualifizierte User: marketing-site.de spricht hochkarätige Nutzer im Segment der Marketing-Professionals im deutschsprachigen Raum an.

Premium-Umfelder: Mit einer eigenständigen Redaktion und Zugang zu einem weltweiten Netz an Korrespondenten bürgt marketing-site.de für exzellente Content-Qualität und schafft beste Voraussetzungen für Ihren Kampagnenerfolg.

Vielfältige Werbeformen: Für ausgefallene Kampagnen mit hochgesteckten Kommunikationszielen bietet marketing-site.de impactstarke Platzierungen.

Crossmediale Erweiterungsmöglichkeiten: Im Medienverbund eines renommierten Medienhauses leistet marketing-site.de mehr als eine reine Online-Plattform: Integrierte Lösungen in Print, Veranstaltungen, Web, E-Paper oder Kundenbindungsmaßnahmen schaffen für Sie den kommunikativen Wettbewerbsvorteil.

Flexibel für Ihre Ziele: Wir denken von der Aufgabe her und erarbeiten gerne mit Ihnen zusammen individuelle Media-Umsetzungen.

Detaillierte Media-Informationen zur marketing-site.de
finden Sie unter: www.fachverlag-online.de/media-marketing.html

Heft-Nr.	Erscheinungs-termin	Anzeigen-schluss	Druck-unterlagen-schluss	Themen-Schwerpunkte	Specials-Online	Service: Events/Messen (Termine/Orte ohne Gewähr)
01/02	27.01.12	11.01.12	13.01.12	<ul style="list-style-type: none"> • Männer + Frauen als Zielgruppe: Konsumverhalten, Lebensstile, Mediennutzung, Kaufkraft, Sport-Marketing 		<p>PSI, Düsseldorf, 11. bis 13. Januar 2012</p>
03	24.02.12	07.02.12	10.02.12	<ul style="list-style-type: none"> • Titelstory: Marketing-IT • Out-of-Home Marketing/Flughafenwerbung/ City-Marketing Trends, innovative Werbeformen, Planung, Medialeistung 		<p>CallCenterWorld, Berlin, 27. Februar bis 01. März 2012</p> <p>CeBIT, Hannover 06. bis 10. März 2012</p> <p>ITB, Berlin 07. bis 11. März 2012</p>
Sonderausgabe	13.03.12	15.02.12	24.02.12	<ul style="list-style-type: none"> • absatzwirtschaft marken – Sonderausgabe anlässlich der Verleihung des absatzwirtschaft-Marken-Awards 2012. <p>Auflage 30.000 Exemplare!</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Online-Sondernews-letter Marken-Award 	
04	30.03.12	14.03.12	16.03.12	<ul style="list-style-type: none"> • Media-Business: Planung, Einkauf und Optimierung von Medialeistung • Best Ager 		
05	27.04.12	11.04.12	13.04.12	<ul style="list-style-type: none"> • Special-Interest-Medien: Sport, Wellness, Gesundheit, Reisen, Auto, Luxus, Lifestyle, Hobby, Food • Drupa-Special: Neue Technologien in der Medienproduktion und Medienverarbeitung 		
06	25.05.12	08.05.12	11.05.12	<ul style="list-style-type: none"> • Dialogmarketing: Direct Mail, Kundenclubs • Call-Center • Special: Mailingtage • Fachmedien absatzwirtschaft Direktmarketing Agenturguide 		<p>drupa, Düsseldorf 03. bis 16. Mai 2012</p> <p>Mailingtage, Nürnberg, 20. bis 21. Juni 2012</p>
07	29.06.12	13.06.12	15.06.12	<ul style="list-style-type: none"> • Regionalmarketing: Lokale und regionale Medien, geografische Informationssysteme, Haushaltswerbung • Anzeigenblätter: Regionaler Kommunikationsmix, Anzeigenblätter als Alternative zur regionalen Tageszeitung • Gratiszeitungen • Corporate Publishing 		<p>Kongress der Deutschen Fachpresse 14./15. Juni 2012</p> <p>bcp-Award (best of corporate publishing) zweite Junihälfte 2012</p>

Heft-Nr.	Erscheinungs-termin	Anzeigen-schluss	Druck-unterlagen-schluss	Themen-Schwerpunkte	Specials-Online	Service: Events/Messen (Termine/Orte ohne Gewähr)
08	27.07.12	11.07.12	13.07.12	<ul style="list-style-type: none"> • Tageszeitungen und Sonntagszeitungen: Perspektiven eines klassischen Werbeträgers: Trends, Kombis, Ad Specials, E-Papers • LAE 2012 	<ul style="list-style-type: none"> • Online-Sonder-newsletter LAE 2012 	
09	31.08.12	15.08.12	17.08.12	<ul style="list-style-type: none"> • Medien 2013: Was Mediaplaner wissen müssen • Funkwerbung: Trends, Planung, Medialeistung • TV-Werbung • Kinder- und Jugendmarketing: Trends, Marken und Medien für die junge Generation • absatzwirtschaft Internet Agenturguide 	<ul style="list-style-type: none"> • Online-Sonder-newsletter RADIO DAY 	Radio Day
Sonderausgabe	12.09.2012	22.08.2012	29.08.2012	<ul style="list-style-type: none"> • absatzwirtschaft-Sonderausgabe dmexco 2012 Auflage 30.000 Exemplare! 	<ul style="list-style-type: none"> • Online-Sonder-newsletter dmexco 	dmexco - digital marketing exposition & conference, Köln, 12./13. September 2012
10	28.09.12	12.09.12	14.09.12	<ul style="list-style-type: none"> • Messen und Ausstellungen: Erfolgreiche Konzepte, Internationale Messen, Messe-Design 		
11	26.10.12	10.10.12	12.10.12	<ul style="list-style-type: none"> • Programm-Zeitschriften und TV-Supplements: Trends, Planung, Bedeutung für TV-Sender • Marktforschung + absatzwirtschaft kompakt Marktforschungs-Dienstleister 		Research & Results 2012, München, 24./25. Oktober 2012
12	30.11.12	14.11.12	16.11.12	<ul style="list-style-type: none"> • Software für Marketing + Vertrieb absatzwirtschaft PR-Agenturguide 		

GRUNDFORMATE IM REDAKTIONELLEN TEIL:

Größe in Seitenteilen	Satzspiegel Breite x Höhe	Anschnitt* Breite x Höhe	s/w und Farbe** €
1/1	180 x 256	210 x 297	6.690,00
2/3 hoch	118 x 256	132 x 297	5.390,00
1/2 hoch	88 x 256	103 x 297	4.660,00
1/2 hoch neben response	88 x 256	103 x 297	5.120,00
1/2 quer	180 x 126	210 x 146	4.660,00
1/2 quer unter response	180 x 126	210 x 146	5.120,00
1/2 2-spaltig	118 x 180	132 x 200	4.660,00
1/3 hoch	58 x 256	72 x 297	3.990,00
1/3 quer	180 x 82	210 x 101	3.990,00
1/3 quer unter response	180 x 82	210 x 101	4.410,00
1/3 neben Editorial	58 x 256	72 x 297	4.650,00
1/3 2-spaltig	118 x 126	132 x 146	3.990,00
1/4 quer	180 x 62	210 x 82	3.540,00
1/6 hoch	58 x 126	72 x 146	3.220,00
1/6 quer	118 x 62	132 x 82	3.220,00
1/8 quer	180 x 27		2.640,00
Inselanzeige	58 x 58		auf Anfrage

UMSCHLAGSEITEN:

	Satzspiegel Breite x Höhe	Anschnitt* Breite x Höhe	s/w und Farbe** €
2. Umschlagseite	180 x 256	210 x 297	7.290,00
3. Umschlagseite	180 x 256	210 x 297	6.980,00
4. Umschlagseite	180 x 256	210 x 297	7.590,00

FORMATE ÜBER BUND IM REDAKTIONELLEN TEIL:

Größe in Seitenteilen	Satzspiegel ¹ Breite x Höhe	Anschnitt* Breite x Höhe	s/w und Farbe** €
2/1	396 x 256	420 x 297	13.380,00
1 2/3 (1/1 + 2/3 hoch)	334 x 256	343 x 297	12.080,00
1 1/3 (1/1 + 1/3 hoch)	274 x 256	282 x 297	10.680,00
2 x 2/3 hoch	272 x 256	266 x 297	10.780,00
2 x 1/2 quer	396 x 126	420 x 146	9.320,00
2 x 1/2 (Tunnel)	272 x 180	266 x 200	9.320,00
2 x 1/3 quer	396 x 82	420 x 101	7.980,00

¹ inklusive 6 mm Bundbeschnittzugabe. Anzeigen über Bund bitte als zwei Einzelseiten liefern.

GRUNDFORMATE IM GESCHLOSSENEN, RÜCKWÄRTIGEN ANZEIGENTEIL:
STELLEN-, EMPFEHLUNGS- UND PRODUKTANZEIGEN:

Größe in Seitenteilen	Satzspiegel Breite x Höhe	s/w €	farbig** €
1/1	180 x 256	4.525,00	6.690,00
3/4 quer	180 x 192	3.400,00	5.000,00
1/2 hoch	88 x 256	2.225,00	3.290,00
1/2 quer	180 x 126	2.225,00	3.290,00
1/4 hoch	88 x 126	1.050,00	1.560,00
1/4 quer	180 x 62	1.050,00	1.560,00
1/8 quer	180 x 27	475,00	705,00

Spaltenbreiten im 4-spaltigen Anzeigenteil:

1-spaltig: = 42 mm, 2-spaltig = 88 mm, 3-spaltig = 134 mm, 4-spaltig = 180 mm

PSM-Teil und Empfehlungsanzeigen:	Gestaltete Anzeigen (42 mm Spaltenbreite) pro Ausgabe/je mm	s/w/€	farbig**/€
		4,40	6,50

Stellenanzeigen aus absatzwirtschaft erscheinen ohne Zusatzkosten in unserer Stellen-
datenbank auf <http://www.absatzwirtschaft.de> unter Jobs & Praktika, absatzwirtschaft
Stellenbörse. Bitte PDF mit 72 dpi an fz.marketing@fachverlag.de liefern.

Chiffregebühr: 11,00 €

ANZEIGENPREISE SONDERAUSGABEN:

Größe in Seitenteilen	Satzspiegel Breite x Höhe	Anschnitt* Breite x Höhe	s/w und Farbe** €
1/1	180 x 256	210 x 297	7.220,00
2/3 hoch	118 x 256	132 x 297	5.820,00
1/2 hoch	88 x 256	103 x 297	5.030,00
1/2 quer	180 x 126	210 x 146	5.030,00
1/2 2-spaltig	118 x 180	132 x 200	5.030,00
1/3 hoch	58 x 256	72 x 297	4.340,00
1/3 quer	180 x 82	210 x 101	4.340,00
1/3 neben Editorial	58 x 256	72 x 297	5.245,00
1/3 neben Inhalt	58 x 256	72 x 297	5.245,00
1/4 quer	180 x 62	210 x 82	3.575,00
1/6 hoch	58 x 126	72 x 146	3.400,00
1/6 quer	118 x 62	132 x 82	3.400,00

UMSCHLAGSEITEN SONDERAUSGABEN:

	Satzspiegel Breite x Höhe	Anschnitt* Breite x Höhe	s/w und Farbe** €
2. Umschlagseite	180 x 256	210 x 297	7.610,00
3. Umschlagseite	180 x 256	210 x 297	7.255,00
4. Umschlagseite	180 x 256	210 x 297	7.845,00

Garantiert verbreitete Auflage: 30.000 Exemplare

RABATTE NACH MENGEN- UND MALSTAFFEL:

Mengenstaffel		Malstaffel	
ab 3 Seiten	5%	ab 12 Seiten	15%
ab 6 Seiten	10%	ab 24 Seiten	20%
		3 mal	3%
		6 mal	5%
		12 mal	10%

Sonderrabatt:

Frühjahrs-Special: bei der Belegung der Ausgaben 3/12, Sonderausgabe marken und 4/12, gewähren wir je Ausgabe einen zusätzlichen Rabatt von 10%.

Herbst-Special: bei der Belegung der Ausgaben 9/12, Sonderausgabe zur dmexco 2012, Heft 10/12, gewähren wir je Ausgabe einen zusätzlichen Rabatt von 10%.

Streckenrabatt:

Die absatzwirtschaft gewährt für Anzeigenstrecken über den Anschlussrabatt hinaus zusätzlich einen Streckenrabatt. Die Anzeigenstrecken können voll in die vorhandenen Grundabschlüsse einbezogen werden.

ab 3 aufeinanderfolgenden Anzeigenseiten in einer Ausgabe	4%
ab 5 aufeinanderfolgenden Anzeigenseiten in einer Ausgabe	6%
ab 7 aufeinanderfolgenden Anzeigenseiten in einer Ausgabe	8%
ab 9 aufeinanderfolgenden Anzeigenseiten in einer Ausgabe	10%

Bankverbindung:

Commerzbank AG, Konto 212 665 500, BLZ 300 800 00
Swift Code: DRESDEFF300
IBAN: DE07 3008 0000 0212 6655 00
Ust-IdNr.: DE 814828360

Zahlungsbedingungen:

Bei Vorkasse und Bankeinzug 2% Skonto. Innerhalb von 8 Kalendertagen nach Erscheinungstermin 1% Skonto. Innerhalb von 15 Kalendertagen nach Erscheinungstermin netto Kasse. Alle Preise zuzüglich MwSt.

Geschäftsbedingungen:

Für die Abwicklung von Aufträgen, Sonderinsertionen und Fremdbeilagen gelten die Geschäftsbedingungen des Verlages.

Die gesetzliche Mehrwertsteuer wird auf die Nettopreise aufgeschlagen.

* Anschnitt: Format zzgl. Beschnittzugabe, links, rechts, oben und unten je 3 mm.

** Sonderfarben, die sich nicht aus der Euro-Skala (HKS 3 = gelb, HKS 25 = rot und HKS 47 = blau) erzielen lassen, auf Anfrage!

Beilagen, Beihefter, Beikleber

BEILAGEN	sind der Zeitschrift lose beigefügte Drucksachen.	
Beilagenpreise: (je Tausend)	bis 25 g je weitere 5 g zuzüglich Portomehrkosten	€ 255,00 € 20,00
Belegungs- möglichkeiten:	Gesamtauflage, PLZ-Gebiete Mindestauflage 1.800 Exemplare	
Beilagenformate:	Mindestformat: 105 mm breit x 148 mm hoch Höchstformat: 200 mm breit x 290 mm hoch	
Technische Bedingungen:	Beilagen werden maschinell in das Heft eingefügt und müssen deshalb besondere Voraussetzungen erfüllen. Bei mehrseitigen Beilagen liegt die geschlossene Seite stets parallel zum Rücken der Zeitschrift. Leporellogefaltete Beilagen oder Beilagen mit angeklammerter Postkarte können nur manuell verarbeitet werden. Wenn Beilagen eine angeklebte Postkarte enthalten, muss diese mit einer Streifenleimung parallel zum geschlossenen Bund der Beilage angeklebt sein, damit sie sich bei der maschinellen Verarbeitung nicht lösen kann. Beilagen eines Inserenten mit unterschiedlicher Ausstattung in der gleichen Ausgabe sind nur nach besonderer Vereinbarung möglich.	
Muster:	vorab 3 Exemplare an die Anzeigenabteilung.	

BEIHEFTER	sind fest in die Zeitschrift eingehaftete Drucksachen/Prospekte. Sie müssen verarbeitungsfertig vom Auftraggeber zur Verfügung gestellt werden.	
Beihefterpreise:	2 Seiten € 4.340,00 4 Seiten € 7.430,00 6 Seiten € 9.250,00 8 Seiten € 10.355,00	10 Seiten € 11.445,00 12 Seiten € 12.550,00 14 Seiten € 13.650,00 16 Seiten € 14.750,00
Belegungs- möglichkeiten:	Gesamtauflage	
Beihefterformate:	210 mm breit x 297 mm hoch (zzgl. 3 mm Beschnittzugabe links, rechts und unten; am Kopf 6 mm)	
Rabatt:	Beihefter werden nach der Mengenstaffel rabattiert.	
Mindestpapiergewicht:	Für den 2-seitigen Beihefter 90 g, mehrseitige Beihefter 80 g.	
Muster:	vorab 3 Exemplare an die Anzeigenabteilung.	

BEIKLEBER	werden auf Trägeranzeigen (mindestens 1/2 Seite) so aufgeklebt, dass sie mühelos abgelöst und verwendet werden können.	
------------------	--	--

Beikleber sind:

- Postkarten oder andere rechteckige, ungefaltete Drucksachen, leere Briefumschläge (Lasche geschlossen),
- gefüllte Briefumschläge (Lasche geschlossen), gefaltete Drucksachen,
- Warenproben auf Anfrage mit Muster.

Andere Ausführungen sind nur nach besonderer Vereinbarung möglich.

Beikleberpreise: (je Tausend)	Postkarten oder andere rechteckige, ungefaltete Drucksachen, leere Briefumschläge (Lasche geschlossen)	€ 33,00
	Briefumschläge mit Inhalt, gefaltete Drucksachen, CD-ROM	€ 44,00
	Andere auf Anfrage, zuzüglich Portomehrkosten	
Beikleberformate:	Mindestformat: 60 mm breit x 75 mm hoch Höchstformat: 180 mm breit x 250 mm hoch Andere Formate auf Anfrage, mit Muster.	
Belegungs- möglichkeiten:	Basisanzeige in der Gesamtauflage.	
Platzierung:	Die Platzierung der Anzeige sowie der Stand des Beiklebers auf der Anzeige bedarf der Abstimmung mit der Anzeigenabteilung. Die Platzierung des Beiklebers ist innerhalb eines Rahmens von 30–35 mm vom Bund sowie mindestens 20 mm von den Beschnittsrändern entfernt realisierbar. Klebetoleranzen $\pm 5-10$ mm in jede Richtung und Parallelitätsabweichungen von ± 5 Grad sollten bei der Anzeigengestaltung berücksichtigt werden.	
Technische Hinweise:	Papiergewicht für Postkarten 150 g/m ² .	
Muster:	vorab 3 Exemplare an die Anzeigenabteilung.	

Auftrags- und Rücktrittstermin: 4 Wochen vor Erscheinungstag.

Versandanschrift für Beilagen, Beihefter und Beikleber: Frei Haus an Vogel Druck und Medienservice GmbH & Co. KG
Leibnizstraße 5, 97204 Höchberg
mit Hinweis „für absatzwirtschaft, Nr. ...“

Anlieferung: 14 Tage vor dem Erscheinungstermin.

Druckunterlagen, Verarbeitung

Format:	210 mm breit x 297 mm hoch (DIN A 4)	
Satzspiegel:	180 mm breit x 256 mm hoch	
Druckanschnitt:	216 mm breit x 303 mm hoch	
Druckverfahren:	Offset	
Verarbeitung:	Klebebindung	
Grundschrift:	Nexus Serifpro	
Druckunterlagen:	CD-ROM/ISDN-Übermittlung: Composite-PDF mit Passmarken Anleitung zur PDF-Erstellung, Druckertreiber und Joboptions finden Sie unter www.vogel-druck.de , Services, PDF Workflow Anzeigen über Bund als zwei Einzelseiten liefern. Spezielle Programme auf Anfrage. Datenanlieferung per FTP auf Anfrage.	
Raster:	bis 60er	
Andruck:	auf mattgestrichenem Bilderdruck. Auf Wunsch senden wir Ihnen Auflagenpapier zu.	
ISDN:	Über Leonardo Pro: 09 31/40 60-191 oder 09 31/40 60-033 Über PC (Fritz Card): 09 31/40 60-192	
	Bei der Übermittlung von Dateien bitte Objektname und Heft-Nummer angeben. Ansprechpartner: Harald Singer Telefon 09 31/46 00-2520 Telefax 09 31/46 00-2710 e-mail: harald_singer@vogel-druck.de	
	Ein Original-Andruck des Motives muss parallel an die Druckerei gehen, da sonst keine Farbgarantie übernommen werden kann. Außerdem wird das Motiv der Anzeige per Fax an den Verlag erbeten: Ansprechpartner: Sandra Breuer Telefon 02 11/887-14 82 Telefax 02 11/887-15 00 e-mail: fz.marketing@fachverlag.de	

Anzeigenschluss, Druckunterlagen- und Rücktrittstermine:

Nach dem jeweils gültigen Terminkalender. Die Rücktrittstermine sind jeweils identisch mit den Anzeigenschlussterminen. Durch äußerst knapp kalkulierte Anzeigen- und Druckunterlagenschlusstermine kann eine verspätete Druckunterlagen-Anlieferung das Druckergebnis beeinträchtigen. Eventuelle Reklamationen sind in solchen Fällen ausgeschlossen.

Farbanzeigen, zusammengefasste Formate:

Werden bei Formaten mit Bunddurchdruck die Zusatzfarben nicht auf beiden Heftseiten genutzt, so erfolgt die Berechnung für jede Heftseite getrennt zu den für die Teilformate geltenden Tarifpreisen. Sonderfarben oder Farbtöne, die durch den Zusammendruck von Farben der verwendeten Skala nicht erreicht werden können, bedürfen besonderer Vereinbarung. Einzelheiten auf Anfrage.

Die Zusammenfassung verschiedener Anzeigenformate zu größeren rechteckigen Formaten ist nach besonderer Vereinbarung möglich.

Anschnitt, Satzspiegelüberschreitung oder der Druck über Bund werden nicht berechnet.

2 Sonderausgaben im Jahr

absatzwirtschaft marken – Sonderausgabe

Erfolgsbeispiele von Marketing-Leadern, Fachbeiträge von ausgezeichneten Gastautoren und Interviews – das sind die Ingredienzien des Sonderheftes „marken“ der absatzwirtschaft, das mittlerweile zum **12. Mal** erscheint. Es sichert den Lesern der absatzwirtschaft einen Informationsvorsprung bei den Trends und Tools in der Markenführung. Nicht zuletzt werden in absatzwirtschaft marken die Gewinner des **Marken Award 2012** vorgestellt. Mit diesem Preis zeichnen die absatzwirtschaft – Zeitschrift für Marketing – und der Deutsche Marketing-Verband (DMV) Unternehmen für exzellente Leistungen in der Markenführung aus (www.marken-award.de). Insbesondere die Verbindung von absatzwirtschaft marken mit der Preisverleihung sichert der Sonderausgabe einen hohen Aufmerksamkeitswert.

Das Redaktionsprogramm wird im Dezember 2011 vorliegen.

ERSCHEINUNGSTERMIN/ANZEIGENSCHLUSS: 13.03.2012/15.02.2012



absatzwirtschaft Sonderausgabe zur dmexco 2012 – Fachmesse für digitales Marketing

Pünktlich zur wichtigsten Marketing-Messe dmexco 2012 veröffentlicht die absatzwirtschaft eine Sonderausgabe, die randvoll ist mit Trends, Neuigkeiten, Best Practices und Kommentaren aus dem digitalen Marketing. Ob Online- oder Mobile Marketing, CRM oder Kundenbindung, ob crossmedial oder social – dieses Heft bringt die Marketingentscheider auf den neusten Stand. Fachautoren und spezialisierte Journalisten bereiten die Themen nutzerfreundlich und serviceorientiert auf. Studien und Marktforschungsergebnisse tragen dazu bei, die wichtigen und zukunftsweisenden Entwicklungen von den kurzfristigen hypes zu unterscheiden.

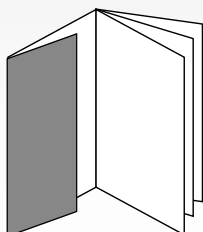
ERSCHEINUNGSTERMIN/ANZEIGENSCHLUSS: 12.09.2012/22.08.2012



Sonderwerbformen

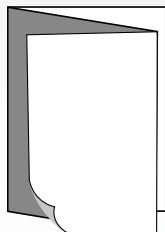
Gate-Folder nach innen geklappter Umschlag

21.860 EUR
zzgl. techn. Sonderkosten 4.150 EUR



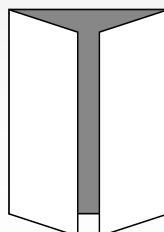
Gate-Folder nach außen geklappter Umschlag

14.570 EUR
zzgl. techn. Sonderkosten 5.140 EUR



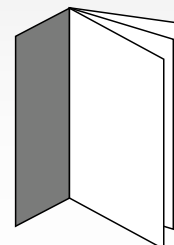
French Cover

14.570 EUR
zzgl. techn. Sonderkosten 5.140 EUR



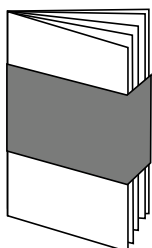
Umschlag mit Titeltasche links

4.660 EUR
zzgl. techn. Sonderkosten 4.040 EUR



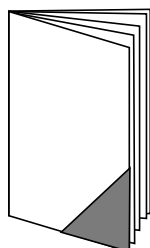
Heft mit Banderole

Beilagengeb. 255,- EUR pro %
zzgl. techn. Sonderkosten 4.150 EUR



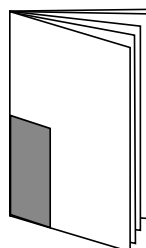
Titel mit Griffecke

auf Anfrage



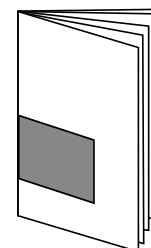
Titel mit Booklet

Beilagengeb. 255,- EUR pro %
zzgl. techn. Sonderkosten 2.740 EUR



Anzeige mit Postkarte

Beilagengeb. 255,- EUR pro %
zzgl. techn. Sonderkosten 1.020,- EUR



Preise und Formate auf Anfrage. Weitere Ad Specials finden Sie in unserer Broschüre Sonderwerbformen. Bitte anfordern unter 02 11/887-14 84, fz.marketing@fachverlag.de.

Redaktion/Verlag

1 Kurzcharakteristik:

Die gesamte Praxis des modernen Marketing wird in Fallstudien, Reportagen und Reports dargestellt, Entwicklungen und Trends aufgezeigt und zukunftsichere Marketing-Instrumente präzise und verständlich erläutert. Dabei werden insbesondere die wirklichen Fachprobleme der Werbung und Kommunikation diskutiert und die Lösung genannt.

2 Mitgliedschaften:

-

3 Organ:

Fachbereich Technischer Vertrieb
der VDI-Gesellschaft
„Entwicklung Konstruktion Vertrieb“ (VDI-EKV)

4 Herausgeber:

Deutscher Marketing-Verband e.V.,
Düsseldorf

5 Redaktion:

Chefredakteur: Christoph Berdi
Christian Thunig
(stellvertretender Chefredakteur)

Fachredakteure: Thorsten Garber
Peter Hanser
Martina Monsees
Sandra Fösken

Medienredakteurin: Sandra Fösken

6 Anzeigen:

Anzeigenleiterin: Regina Hamdorf
Disposition: Sandra Breuer

**Gesamtleitung
Media Marketing:** Sandro Cristofoli

7 Gründungsjahr:

1958

Jahrgang/Jahr:

55. Jahrgang 2012

Erscheinungsweise:

monatlich, am letzten Freitag des Monats

8 Verlag:

Fachverlag der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH

9 Postanschrift: Hausanschrift:

Postfach 10 11 02, 40002 Düsseldorf
Grafenberger Allee 293, 40237 Düsseldorf

10 Telefon: Telefax:

02 11/887-14 84/-14 82
02 11/887-15 00

11 Internet: e-mail:

www.absatzwirtschaft.de
fz.marketing@fachverlag.de

12 Termin- und Themenplan:

siehe Anlage

13 Bezugspreis:

Jahresabonnement
Inland € 111,00 (inkl. MwSt. und Versandkosten)
Ausland € 102,00 (ohne MwSt. zzgl. € 16,00 Versandkosten)

Einzelverkaufspreis
€ 9,25 (inkl. MwSt. zzgl. Versandkosten)

ISSN-Nr.

0001-3374

Newsletter

Wirksame und glaubwürdige Form der dialogorientierten Online-Kommunikation

Auf marketing-site.de stehen Ihnen drei spezifische Newsletter mit unterschiedlichen Redaktionsschwerpunkten zur Wahl:

tägliche Erscheinungsweise

- absatzwirtschaft (Communication, CRM, Strategie, Community, Online, Mafo)

jeweils mittwochs

- marketingIT
- pharmamarketing

Für spezielle Branchen-Highlights (z.B. RADIO DAY, dmexco etc.) erscheint jeweils ein Sondernewsletter mit monoredaktioneller Ausrichtung.

Exklusiv: Themen-Newsletter

Auf Basis Ihrer thematischen Vorgabe konzipieren die Profis der Redaktion für Sie einen exklusiven Newsletter. Hierfür definieren Sie das Thema und stehen für unsere Redaktion beratend zur Seite. Sämtliche Werbepplätze im Newsletter belegen ausschließlich Sie.

Leistungen: Erstellung eines kompletten Newsletters zu einem von Ihnen vorgegebenem Thema durch unsere Redaktion. Der Versand erfolgt an die regulären Newsletter-Abonnenten. Kostenfreie Platzierung von Werbemitteln wie Skyscraper oder Content Ads.

Preis: 2.700 EUR pro Ausgabe zzgl. MwSt. / Vorlaufzeit: 2 Wochen



Blogs

Neue digitale Interaktionsmöglichkeiten bringen neue konvergente Kommunikationsformen mit sich. Blogs stehen in medialer Hinsicht für eine hohe Kontaktqualität und hohes Involvement und Engagement bei den Usern und wir platzieren Sie mittendrin.

marketing-site.de bietet Ihnen mit derzeit drei inhaltlich fokussierten Blogs professionelle Medien mit großem fachlichem Nutzwert für den B2B-Bereich. Neu: Werden Sie Content-Partner mit Ihrem eigenen Blog auf marketingsite.de. Fragen Sie uns nach Details.

Schwerdt-Blog

Mit „Briefen aus Amerika“ berichtet unsere Korrespondentin Yvette Schwerdt, Expertin für multi-nationales Marketing, direkt aus New York über das Marketing-Business im Big Apple und in ganz Amerika.

MarketingLab

Christoph Berdi, Chefredakteur von absatzwirtschaft, greift hier selbst zur Tastatur und analysiert und kommentiert Brandaktuelles sowie Themen, die die Branche bewegen.

Trend-Blog

Am Ball bleiben und der Zeit voraus sein. Unser Trend-Blog verrät wie und lässt Sie mit Best Practice Beispielen bereits heute an der spannenden Welt des zukünftigen Marketings teilhaben.

Power on: Marketing-Starter-Paket

Fullservice-Paket für einen unkomplizierten Werbestart

marketing-site.de ist das digitale Tor zum modernen Marketing-Wissen. Mit dem Marketing-Starter-Paket fällt Ihnen der Einstieg in die Online-Werbung auf marketing-site.de noch leichter. Wir unterstützen Sie als Neukunden, Ihre Online-Erfahrungen zu vertiefen: Mit einem Fullservice-Paket zu einem äußerst attraktiven Preis.

Ihre Vorteile:

- aufeinander abgestimmte Laufzeiten der einzelnen Werbeelemente
- thematisch affine Platzierung
- individuelle Gestaltung Ihres Auftritts in biznet

Whitepaper

Qualifizierte Lead-Generierung

Platzieren Sie Ihre Whitepaper auf marketing-site.de und gewinnen Sie hochwertige Kontakte aus dem Bereich Marketing und Vertrieb. Whitepaper sind wirkungsvoll, um komplexe Produktinformationen zu vermitteln, z.B. Marktstudien, Best Practice Cases, Anwender- und Erfahrungsberichte, Trendanalysen oder Marktforschungsergebnisse und sie generieren dabei als Zusatznutzen qualifizierte Leads, die Ihnen zur weiteren Verwendung überlassen werden. Whitepaper sind auf den Marken-Untersites direkt über einen eigenen Menüpunkt in der Hauptnavigation zugänglich.

Ihre Vorteile:

Sie erhalten qualitativ exzellente Daten und können diese über den Cost per Lead exakt abrechnen. Die Aussteuerung Ihrer Whitepaper-Kampagne ist über den Zeitraum oder ein vorgegebenes Budget filigran möglich.

Quiz

Langfristige Beschäftigung mit Ihrer Marke

Fesseln Sie unsere User... mit Ihrem eigenen Quiz. Nichts ist spannender, als das eigene Wissen zu testen.

Verknüpfen Sie daher Knowhow-Transfer mit einem spielerischen Ansatz und generieren Sie hohe Aufmerksamkeitswerte und eine langfristige Beschäftigung des Users mit Ihrer Marke und Ihren Kompetenzen.

Durch die Einbindung in das reguläre Quiztool auf marketing-site.de profitieren Sie von einer starken redaktionellen Nähe.

Geringer Aufwand für Sie: Sie liefern je Frage 1 richtige Antwort (möglichst mit weiterer Detail-Beschreibung) und 2 falsche Lösungen.

Starten Sie Ihre Werbemaßnahmen auf marketing-site.de und in den Newslettern mit dem Marketing-Starter-Paket:

- 1 Textanzeige im Newsletter
- Content Ad mit 20.000 Pls auf marketing-site.de in der Rotation
- 1 Jahr Basis-Mitgliedschaft bei biznet, dem Online-Marketing-Netzwerk für Ihr Unternehmen
- Das „Marketing-Starter-Paket“ mit allen Vorteilen erhalten Sie zum Komplettpreis* von nur 1.800 EUR zzgl. MwSt.

*Gilt nur für Neukunden. Das Marketing-Starter-Paket ist nicht rabattfähig. AE-Provision wird gewährt.

Es gelten Staffelpreise**:

bis 20 Leads = 70 EUR / Lead

bis 50 Leads = 60 EUR / Lead

ab 51 Leads = 50 EUR / Lead

Über den Cost per Lead sind folgende Paketbestandteile abgedeckt: 3 Whitepaper, 3 Monate Hosting, monatliches Reporting und redaktionelle Ankündigung im Newsletter.

Whitepaper-Specials

Whitepaper-Starter-Paket – 20 Leads

1 Textanzeige in com³ (Erw. Mo.-Fr., 57.500 Aussendungen)

1 Button auf marketing-site.de (Laufzeit 1 Woche, 20.000 AI)

Gesamtpreis: 2.300 Euro

Whitepaper-Advanced-Paket – 50 Leads

2 Textanzeigen in com³ (Erw. Mo.-Fr., 57.500 Aussendungen)

1 Fullsize-Banner auf marketing-site.de (Laufzeit 1 Woche, 20.000 AI)

Gesamtpreis: 4.900 Euro

**nicht rabattfähig. AE-Provision wird gewährt. Alle Preise zzgl. der gesetzlichen MwSt.

Leistung: 8-10 Fragen im Quiztool. Unterstützende Maßnahmen: 2 Wochen Co-Branded Promotion-Button auf marketing-site.de, 5 Newsletter-Anzeigen sowie Teaser-Newsletter an die über 11.000 com“-Abonnenten, welche auf Ihr Quiz hinweisen.

Unser Tipp: Ergänzen Sie Ihr Quiz um ein eigenes Gewinnspiel: Nach der letzten Frage können Sie auf Ihre eigene Landingpage verweisen, wo die Quizteilnehmer Kommunikations-daten abgeben und an Ihrem Gewinnspiel teilnehmen können. So erzeugen Sie hochwertige Leads für Ihre Marketingaktionen.

Laufzeit: 2 Wochen / Preis: 2.500 EUR zzgl. MwSt.*

Anschlussverlängerung möglich.

*nicht rabattfähig. AE-Provision wird gewährt. Alle Preise zzgl. der gesetzlichen MwSt.

Content Integration

Im Mittelpunkt stehen Sie – und das, was Sie zu sagen haben

Es gibt Themen, die lassen sich nicht in einem Satz sagen. Für integrierte Kommunikationsziele stehen Ihnen zwei impactstarke Optionen offen:

Microsites

Über komplexe Webseiten, die in das Layout von marketing-site.de eingebunden sind, transportieren Sie individuell und ausführlich Ihre Botschaften und Markenwerte. Durch die optische Anlehnung an marketing-site.de profitiert Ihre Microsite von einer Aufmerksamkeit, die vergleichbar mit der unserer redaktionellen Berichterstattung ist. Umfangreiche Promotion-Bestandteile weisen auf Ihre Microsite hin. Microsites werden vom Verlag als „Anzeige“ gekennzeichnet.

Preis: 4.700 EUR/Monat zzgl. MwSt.

Sponsoring

Image- und Brand- Awareness

Mit dem Sponsoring eines Competence Centers präsentieren Sie sich mit Ihrer Firmen- oder Produktmarke genau in dem Bereich, in dem Sie Ihre Kernkompetenz besitzen.

Die durchgängige Platzierung von Sponsoring-Elementen im gesamten Competence Center bringt Marketers dazu, Ihre Firma dauerhaft mit einem speziellen Themenbereich in Verbindung setzen.

Dabei ist die Einbindung höchst exklusiv: Pro Competence Center ist nur ein Sponsoring-Partner möglich.

Erfolgreich Geschäftskontakte anbahnen

biznet: Online-Business-Netzwerk für Marketing und Vertrieb

Sie beschäftigen sich für Ihr Unternehmen professionell mit Marketing und Vertrieb? Dann ist biznet, das Online-Netzwerk von absatzwirtschaft, Deutschlands führender Marketingzeitschrift und marketing-site.de genau richtig.

Ihre Profile, Gastbeiträge und Anzeigen erscheinen gleichzeitig auf marketing-site.de sowie auf ausgewählten Portalen der Verlagsgruppe Handelsblatt und ihrer Partner

- www.marketing-it.de
- www.mittelstandswissen.de

und können von Ihnen jederzeit selbst angelegt und geändert werden.

Competence Center Partner

Ihre eigene redaktionelle Rubrik: Eröffnen Sie Ihr eigenes Competence Center auf marketing-site.de. In Zusammenarbeit mit der Redaktion wird Ihr Thema als fester redaktioneller Bestandteil in das Portal und die Menü-Navigation integriert. Sie liefern Ihre fachkundigen Beiträge über Microsites, unsere Redaktion ergänzt News und Artikel im Rahmen der regulären Berichterstattung. Umfangreiche Promotion-Bestandteile, teilweise co-branded, weisen auf Ihre neue Rubrik hin.

Laufzeit: 3 Monate

Preis: 11.450 EUR zzgl. MwSt.

Anschlussverlängerung möglich

Detaillierte Informationen zum Leistungsspektrum von Content Integration geben wir Ihnen gerne in einem persönlichen Gespräch.

Ihre Sponsoring-Vorteile:

- zielgruppengenaue Transport Ihrer Kompetenz
- Steigerung Ihres Bekanntheitsgrades bei Nichtkunden
- positive Branding- und Imageeffekte durch Markentransfer

Leistungen: Auf jeder Page des Competence Centers: Presenter-Fläche am Kopf, Fullsize-Banner am Fuß des Content-Bereichs, Button in der Kontext-Spalte + Fullsize-Banner im Newsletter + Textlink auf der Homepage als Site-Partner.

Preise (zzgl. MwSt.): 4.860 EUR / 6 Monate; 8.440 EUR / 12 Monate

Werden Sie für nur 99 € pro Jahr (zzgl. MwSt.) Mitglied bei biznet. Nutzen Sie diese Vorteile:

- Expertenprofil mit Visitenkarte, Bild, Text, Geschäftskontakten und Gästebuch
- Ihr Firmenprofil mit Logo, Kontaktdaten, Links, Werbetext und fester URL präsentieren
- Geschäftskontakte anbahnen und Netzwerke pflegen
- Gastbeiträge unbegrenzt veröffentlichen und bloggen
- 12 Angebotsanzeigen auf dem Marktplatz veröffentlichen
- Wissensdatenbank, Premium- Artikel und alle E-Books nutzen

biznet ist eine Marke von absatzwirtschaft und der tippund.info GmbH

Preise 2012

Werbeformen auf marketing-site.de werden wochenweise platziert. Die genannten Preise verstehen sich als Festpreis pro Woche zzgl. der gesetzlichen MwSt.

Homepage, Rotationen (RoS)

Werbeform (Größe Pixel hoch x breit)	Rotation marketing-site.de (20.000 Pls/KW)	Home absatzwirtschaft (10.000 Pls/KW)	Rubrik Karriere (1.000 Pls/KW)
Button (175 x 100)	360 EUR	250 EUR	20 EUR
Halfsize-Banner (234 x 60)	800 EUR	450 EUR	40 EUR
Fullsize-Banner (468 x 60)	1.400 EUR	750 EUR	70 EUR
Super-Banner (728 x 90)	2.000 EUR	1.050 EUR	100 EUR
(Wide-) Skyscraper (120/160 x 600)	1.900 EUR	1.000 EUR	95 EUR
Sticky Skyscraper (120/160x600)	2.280 EUR	1.200 EUR	115 EUR
Half Page Ad (300 x 600)	2.300 EUR	1.300 EUR	125 EUR
Medium Rectangle (300 x 250) / Text-Ad	1.800 EUR	1.050 EUR	90 EUR
Premium Rectangle (400 x 400)	2.100 EUR	1.200 EUR	110 EUR
Panorama Banner (820 x 250)	2.500 EUR	1.300 EUR	130 EUR
Flash-Layer (400 x 400)*	2.300 EUR	1.200 EUR	120 EUR
Banderole (770 x 250)*	2.300 EUR	1.200 EUR	120 EUR
Interstitial (spezifisch, z.B. 800 x 600)*	-	2.800 EUR	280 EUR
Wallpaper (Größe bitte anfragen)	3.500 EUR	1.860 EUR	180 EUR
Page-Peel-Ad (Größe bitte anfragen)	1.600 EUR	900 EUR	85 EUR
Expandable Banner	Auf Useraktion hin erweiterbare Banner: Aufpreis zur Grundwerbeform von 20%		
Tandem Ad	Belegung mehrer Motive gleichzeitig (z.B. Layer-Ad + Skyscraper): Nachlass von 20%		
Logo Cursor	Nur in Verbindung mit einer weiteren Werbeform (nicht verfügbar für Flash-Layer): Aufpreis von 10%		

Rubriken: Competence Center

Werbeform (Größe Pixel hoch x breit)	CRM & Vertrieb (1.500 Pls)	Marktforschung (600 Pls)	Communication (2.000 Pls)	Online-Marketing (2.000 Pls/KW)	Marketing-Strategie (1.800 Pls)
Button (175 x 100)	28 EUR	18 EUR	52 EUR	52 EUR	56 EUR
Halfsize-Banner (234 x 60)	60 EUR	24 EUR	80 EUR	80 EUR	72 EUR
Fullsize-Banner (468 x 60)	105 EUR	42 EUR	140 EUR	140 EUR	126 EUR
Super-Banner (728 x 90)	150 EUR	60 EUR	200 EUR	200 EUR	180 EUR
(Wide-) Skyscraper (120/160 x 600)	142 EUR	58 EUR	190 EUR	190 EUR	170 EUR
Sticky Skyscraper (120/160 x 600)	170 EUR	70 EUR	230 EUR	230 EUR	200 EUR
Half Page Ad (300 x 600)	180 EUR	75 EUR	250 EUR	250 EUR	205 EUR
Medium Rectangle (300 x 250) / Text-Ad	135 EUR	55 EUR	180 EUR	180 EUR	165 EUR
Premium Rectangle (400 x 400)	160 EUR	62 EUR	210 EUR	210 EUR	190 EUR
Panorama Banner (820 x 250)	190 EUR	80 EUR	270 EUR	270 EUR	240 EUR
Flash-Layer (400 x 400)*	180 EUR	72 EUR	240 EUR	240 EUR	216 EUR
Banderole (770 x 250)*	180 EUR	72 EUR	240 EUR	240 EUR	216 EUR
Wallpaper (Größe bitte anfragen)	265 EUR	105 EUR	350 EUR	350 EUR	315 EUR
Page-Peel-Ad (Größe bitte anfragen)	130 EUR	50 EUR	170 EUR	170 EUR	155 EUR
Expandable Banner	Auf Useraktion hin erweiterbare Banner: Aufpreis zur Grundwerbeform von 20%				
Tandem Ad	Belegung mehrer Motive gleichzeitig (z.B. Layer-Ad + Skyscraper): Nachlass von 20%				
Logo Cursor	Nur in Verbindung mit einer weiteren Werbeform (nicht verfügbar für Flash-Layer): Aufpreis von 10%				

*Zur Vermeidung von User-Dissonanzen wird eine Limitierung der Werbemittelauslieferung über ein Frequency Capping empfohlen – fordern Sie hierzu bitte ein spezifisches Angebot bei uns an.

Preise 2012



Rubrik: Blogs

Werbeformen auf marketing-site.de werden wochenweise platziert. Die genannten Preise verstehen sich als Festpreis pro Woche zzgl. der gesetzlichen MwSt.

Werbeform (Größe Pixel hoch x breit)	Blogs: Schwerdt / Lab / Trend
Button (175 x 100)	20 EUR
Halfsize-Banner (234 x 60)	40 EUR
Fullsize-Banner (468 x 60)	-
Super-Banner (728 x 90)	-
(Wide-) Skyscraper (120/160 x 600)	-
Half Page Ad (300 x 600)	125 EUR
Medium Rectangle (300 x 250) / Text-Ad	90 EUR
Premium Rectangle (400 x 400)	-
Panorama Banner (820 x 250)	-
Flash-Layer (400 x 400)*	120 EUR
Banderole (770 x 250)*	120 EUR
Wallpaper (Größe bitte anfragen)	-
Page-Peel-Ad (Größe bitte anfragen)	-
Expandable Banner	Auf Useraktion hin erweiterbare Banner: Aufpreis zur Grundwerbeform von 20%
Tandem Ad	Belegung mehrerer Motive gleichzeitig (z.B. Layer-Ad + Skyscraper): Nachlass von 20%
Logo Cursor	Nur in Verbindung mit einer weiteren Werbeform (nicht verfügbar für Flash-Layer): Aufpreis von 10%

*Zur Vermeidung von User-Dissonanzen wird eine Limitierung der Werbemittelauslieferung über ein Frequency Capping empfohlen - fordern Sie hierzu bitte ein spezifisches Angebot bei uns an.

Newsletter

Werbeform (Größe Pixel hoch x breit)	absatzwirtschaft.de	Sondernewsletter
Erscheinungsweise	Werktäglich 14:00 Uhr Belegung: Mo - Fr Mindestbelegung: 1 Woche	Sondernewsletter zu den Branchen-Highlights 2012: marken award (KW11), dmexco (KW 37), RADIO DAY, Research & Results (KW 43)
Aussendungen pro Woche	ca. 57.000 Aussendungen	ca. 11.400 Aussendungen /Termin
Halfsize-Banner (234 x 60)	800 EUR	450 EUR
Fullsize-Banner (468 x 60)	1.580 EUR	800 EUR
Textanzeige (10 Zeilen + Link + Logo)	1.180 EUR	630 EUR
(Wide-) Skyscraper (120/160 x 600)	2.040 EUR	1.130 EUR
Medium Rectangle (300 x 250)	1.920 EUR	1.130 EUR
Premium Rectangle (400 x 400)	2.260 EUR	1.300 EUR
Top-Ad (728 x 90)	1.920 EUR	1.130 EUR
Wallpaper (Größe bitte anfragen)	3.240 EUR	1.300 EUR

**Unsere AGBs Media Marketing Online finden Sie unter:
www.fachverlag-online.de/agb**

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag zwischen Verlag und Auftraggeber über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel (nachfolgend insgesamt als „Anzeigen“ bezeichnet) eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten (nachfolgend insgesamt als „Werbungtreibende“ bezeichnet) in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung. Jeder Auftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich.
2. 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. 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 der 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.
4. Der Verlag behält sich das Recht vor, für Anzeigen in Spezial-Beilagen oder Kollektiven Sonderpreise festzusetzen.
5. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
6. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen.
7. Aufträge für Anzeigen, die nur in bestimmten Heftnummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber 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.
8. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
9. Der Verlag behält sich ohne Anerkennung einer Prüfungspflicht vor, Anzeigen – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – abzulehnen, insbesondere wenn
 - deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder
 - deren Veröffentlichung für den Verlag u. a. wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder
 - diese Anzeigen Werbung Dritter oder für Dritte enthalten.
- Aufträge für andere Werbemittel sind für den Verlag erst nach Vorlage des Musters und dessen Billigung bindend. Soweit der Verlag von seinem Ablehnungsrecht bezüglich von Werbemitteln, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbundwerbung), keinen Gebrauch macht, bedürfen diese in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annahmeerklärung des Verlages. Diese berechtigt den Verlag zur Erhebung eines Verbundaufschlages. Die Ablehnung einer Anzeige wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
10. Für die rechtzeitige Lieferung und die einwandfreie Beschaffenheit geeigneter Druckunterlagen oder anderer Werbemittel ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Kosten des Verlages für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen. Vereinbart ist die für die belegte Druckschrift nach Maßgabe der Angaben in der Preisliste sowie in der Auftragsbestätigung übliche Beschaffenheit der Anzeigen im Rahmen der durch die Druckunterlagen und der von der Druckerei eingesetzten Technik gegebenen Möglichkeiten. Die Übersendung von mehr als 2 Farbvorlagen, die nicht termingerechte Lieferung der Druckunterlagen und der Wunsch nacheinander von der Vorlage abweichenden Druckwiedergabe können Auswirkungen auf Platzierung und Druckqualität verursachen und schließen spätere Reklamationen aus. Der Verlag muss sich die Berechnung entstandener Mehrkosten vorbehalten.
11. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung der Druckunterlagen endet drei Monate nach der erstmaligen Veröffentlichung der Anzeige.
12. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckstöcke, Matern und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
13. Entspricht die Veröffentlichung der Anzeige nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit bzw. Leistung, so hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige des anderen Werbemittels, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Der Verlag hat das Recht, eine Ersatzanzeige zu verweigern, wenn diese einen Aufwand erfordert, der unter Beachtung des Inhalts des Schuldverhältnisses und der Gebote von Treu und Glauben in einem groben Missverhältnis zu dem Leistungsinteresse des Auftraggebers steht, oder diese für den Verlag nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich wäre. Lässt der Verlag eine ihm für die Ersatzanzeige gesetzte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige ist die Rückgängigmachung des Auftrages ausgeschlossen. Reklamationen bei nicht offensichtlichen Mängeln müssen binnen eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn geltend gemacht werden. Der Verlag haftet für sämtliche Schäden, gleich ob aus vertraglicher Pflichtverletzung oder aus unerlaubter Handlung nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen: Bei grober Fahrlässigkeit beschränkt sich die Haftung im kaufmännischen Verkehr auf den Ersatz des typischen vorhersehbaren Schadens; diese Beschränkung gilt nicht, soweit der Schaden durch gesetzliche Vertreter oder leitende Angestellte des Verlages verursacht wurde. Bei einfacher Fahrlässigkeit haftet der Verlag nur, wenn eine wesentliche Vertragspflicht verletzt wurde. In solchen Fällen ist die Haftung auf den typischen vorhersehbaren Schaden beschränkt. Bei Ansprüchen nach dem Produkthaftungsgesetz sowie bei einer Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit haftet der Verlag nach den gesetzlichen Vorschriften. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Veröffentlichung geltend gemacht werden. Alle gegen den Verlag gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf vorsätzlichem Verhalten beruhen.
14. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm bis zum Anzeigenschluss oder innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.
15. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall schriftlich eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.
16. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in Höhe von 8% über dem Basiszinssatz im kaufmännischen Verkehr bzw. 5% über dem Basiszinssatz im nichtkaufmännischen Verkehr sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, vor Beginn einer neuen Geschäftsverbindung und auch während der Laufzeit eines Abschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages zum Anzeigenschlusstermin und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
17. Bei Anzeigen aus dem Ausland erfolgt die Rechnungsstellung ohne Mehrwertsteuerberechnung unter der Voraussetzung, dass die Steuerbefreiung besteht und anerkannt wird. Der Verlag behält sich die Nachberechnung der Mehrwertsteuer in der gesetzlich geschuldeten Höhe für den Fall vor, dass die Finanzverwaltung die Steuerpflicht der Anzeige bejaht.
18. Der Verlag liefert auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
19. Aus einer Auflagenminderung kann nach Maßgabe des Satzes 2 bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisermäßigung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die zugesicherte Auflage unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisermäßigung berechtigender Mangel, wenn und soweit sie bei einer zugesicherten Auflage bis zu 50 000 Exemplaren mindestens 20 v. H., bei einer zugesicherten Auflage bis zu 100 000 Exemplaren mindestens 15 v. H., bei einer zugesicherten Auflage bis zu 500 000 Exemplaren mindestens 10 v. H. beträgt.
- Eine Auflagenminderung aus Gründen der Ziffer 26 dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen bleibt unberücksichtigt. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisermäßigungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.
20. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.
21. Anzeigenaufträge durch eine Agentur werden in deren Namen und auf deren Rechnung angenommen. Die Werbungsmittele und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Geboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Vertrag gewährte Mittlervergütung in Höhe von 15% bezogen auf das jeweils vermittelte Kundennetto (Bruttotarifpreis abzüglich kundenorientierte Rabatte) darf an den Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.
22. Eine Änderung der Anzeigenpreisliste gilt ab Inkrafttreten auch für laufende Aufträge. Dies gilt gegenüber Nicht-Kaufleuten nicht bei Aufträgen, die innerhalb von vier Monaten nach Vertragsabschluss abgewickelt werden sollen.
23. Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung beansprucht, ist der schriftliche Nachweis einer Kapitalbeteiligung von mehr als 50% erforderlich. Konzernrabatte bedürfen in jedem Fall der ausdrücklichen schriftlichen Bestätigung durch den Verlag.
24. Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung der Anzeige erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen sowie der zugelieferten Werbemittel. Er stellt den Verlag im Rahmen des Anzeigenauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen oder aufgrund presserechtlicher Vorschriften entstehen können. Bei Veröffentlichung von Gegendarstellungen bestimmen sich die zu ersetzenden Kosten nach Maßgabe des Anzeigentarifs. Ferner wird der Verlag von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Verlag nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen.
25. Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Print- und Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentliche Zugänglichmachung, Entnahme aus der Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrages notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen.
26. Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, illegalem Arbeitskampf, rechtswidriger Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen – sowohl im Betrieb des Verlages als auch in fremden Betrieben, deren sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient – hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn die Druckschrift mit 80% der im Durchschnitt der letzte vier Quartale verkauften oder auf andere Weise zugesicherten Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die zugesicherte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht. Auflagenminderungen aus Gründen des vorstehenden Satz 1 bleiben im Rahmen von Ziffer 19 dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen unberücksichtigt.
27. Advertorials sind fremdproduzierte Teile, die sich in Form und Aufmachung deutlich von den redaktionellen Teilen der Druckschrift (in Typo, graphischen Elementen, Farbigkeit, Spaltigkeit) unterscheiden müssen. Sie enthalten Text und Werbung Dritter. Sie sind grundsätzlich mit einem eigenen Impressum zu versehen. Das Advertorial kann durch den Verlag mit dem Wort „Anzeige“ ohne Rücksprache gekennzeichnet werden. Der Verlag behält sich die Veröffentlichung nach Vorlage eines verbindlichen Muster vor sowie das Recht, bei besonderen Publikationen Sonderpreise festzusetzen. Dem Verlag ist das Advertorial mindestens 10 Werkzeuge vor Druckunterlagenschluss zur Prüfung und Billigung vorzulegen.

Ihre Ansprechpartner

Verlag

**Fachverlag der Verlagsgruppe
Handelsblatt GmbH**
Grafenberger Allee 293
40237 Düsseldorf
Postfach 101102
40002 Düsseldorf

Gesamtleitung Media Marketing

Sandro Cristofoli
Tel. (02 11) 8 87-14 80
Fax (02 11) 8 87-15 00
E-Mail: fz.marketing@fachverlag.de

Anzeigenleitung

Regina Hamdorf
Tel. (02 11) 8 87-14 84
Fax (02 11) 8 87-15 00
E-Mail: fz.marketing@fachverlag.de

Crossmedia Sales

Martina Kosch
Tel. (02 11) 8 87-14 72
Fax (02 11) 8 87-15 00
E-Mail: fz.marketing@fachverlag.de

Christine von Grootte
Tel. (02 11) 8 87-14 86
Fax (02 11) 8 87-15 00
E-Mail: fz.marketing@fachverlag.de

Disposition

Sandra Breuer
Tel. (02 11) 8 87-1482
Fax (02 11) 8 87-15 00
E-Mail: fz.marketing@fachverlag.de

Im Ausland

Schweiz
Edirep AG
Vittorio Tottoli
Alte Landstraße 55
Postfach 458
CH-8802 Kilchberg/ZH
Tel. (+41) 43 31 10-830
Fax (+41) 43 31 10-831

Großbritannien/Irland
Stephen Robinson
Crane Media Partners Ltd.
20-28 Dalling Road
Hammersmith
London
W6 0JB
UK
Fon (+44) 20 8237 8601
Fax (+44) 20 8748 6580
E-Mail: steve@cranemedia.co.uk

