

# Creditreform

Das Unternehmermagazin aus der Verlagsgruppe Handelsblatt

2012

## Media-Informationen

Kernzielgruppe:  
Unternehmer und  
Führungskräfte im Mittelstand

Schwerpunktt Themen 2012:

- Finanzierung im Mittelstand
- Green IT
- Mobilität mit Nachhaltigkeit
- Personal im Mittelstand
- Moderne Arbeitswelt
- Energie, Ökologie, Nachhaltigkeit

Weitere Themen finden Sie im Themen- und  
Terminplan 2012!

■ Mitglied der LAE  
Alle Strukturdaten unter  
[www.creditreform-magazin.de/  
media](http://www.creditreform-magazin.de/media)





Fachverlag der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH · Grafenberger Allee 293, D-40237 Düsseldorf · Postfach 101102, D-40002 Düsseldorf · Telefon 0211/887-1488/-1495/-1498 · Fax 0211/887-15 00 · E-Mail: fz.mittelstand@fachverlag.de

#### Grundformate im redaktionellen Teil:

Größe in Seitenteilen	Satzspiegel Breite x Höhe	Anschnitt* Breite x Höhe	sw und farbig ** Euro
1/1	180 x 250	210 x 280	12.500,00
2/3 hoch	118 x 250	133 x 280	9.600,00
1/2 quer	180 x 121	210 x 136	8.200,00
1/2 hoch	89 x 250	104 x 280	8.200,00
1/3 hoch	60 x 250	75 x 280	6.700,00
1/3 quer	180 x 81	210 x 96	6.700,00
1/4 quer	180 x 60	210 x 75	5.880,00
1/6 hoch	60 x 121	75 x 136	4.880,00

weitere Formate auf Anfrage

#### Platzzuschlag für textanschließende und feste Platzierungen:

260,00 EUR (Mindestformat 1/4 Seite)

#### Rubrik Dienstleistungs- und Produktanzeigen (ermäßigt):

Formate	Breite x Höhe	sw und farbig ** Euro
1/8 Seite hoch	89 x 60	1.390,00

#### Formate über Bund im redaktionellen Teil:

Größe in Seitenteilen	Satzspiegel Breite x Höhe	Anschnitt* Breite x Höhe	sw und farbig ** Euro
2/1	396 x 250	420 x 280	25.000,00
1 2/3 (1/1 + 2/3 hoch)	334 x 250	346 x 280	22.100,00
1 1/3 (1/1 + 1/3 hoch)	272 x 250	287 x 280	19.200,00
2 x 2/3 hoch	272 x 250	272 x 280	19.200,00
2 x 1/2 quer	396 x 121	420 x 136	16.400,00
2 x 1/2 (Tunnel)	254 x 180	—	16.660,00
2 x 1/3 quer	396 x 81	420 x 96	13.400,00

#### Sonderplatzierungen:

Größe in Seitenteilen	Satzspiegel Breite x Höhe	Anschnitt* Breite x Höhe	sw und farbig ** Euro
2. Umschlagseite	180 x 250	210 x 280	12.800,00
4. Umschlagseite	180 x 250	210 x 280	12.800,00
1/3 neben Editorial	60 x 250	75 x 280	7.100,00
Eckfeldanzeige im Inhaltsverzeichnis		100 x 130	7.250,00

1/8 Seite quer	180 x 28	1.390,00
----------------	----------	----------

1/16 Seite	89 x 28	670,00
------------	---------	--------

weitere Formate auf Anfrage

**Chiffregebühr:** 13,00 Euro

Inselanzeigen in NET@PROFIT (54 x 60 mm)

6.050,00

**Rabatte nach Mengen- und Malstaffel:**

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

**Bankverbindung:**

Commerzbank AG, Konto 212665500, BLZ 30080000  
Swift DRESDEFF300  
IBAN DE36 3008 0000 0211 665500

**Zahlungsbedingungen:**

Bei Vorkasse und Bankeinzug 2% Skonto. Innerhalb von acht Kalendertagen nach Erscheinungstermin 1% Skonto. Innerhalb von 15 Kalendertagen nach Erscheinungstermin netto Kasse. Alle Preise zuzüglich MwSt.  
Ust-IdNr. DE 814828360  
St. Nr. 103/5765/0293

---

**Creditreform in der LAE**

Creditreform wird im Rahmen der LAE – Leseranalyse Entscheidungsträger in Wirtschaft und Verwaltung – erhoben. In der führenden B2B-Markt-Media-Untersuchung werden neben soziodemografischen Daten der Befragten, ihre Entscheidungskompetenzen, ihre Stellung im Unternehmen auch Anschaffungsplanungen und Verhaltensweisen in Bezug auf Reisen, Internetnutzung etc. ermittelt.

Die aktuellen Erhebungswerte der LAE können Sie bei uns erhalten. Rufen Sie uns an: 0211/887-1495 /-1499.

Weitere Informationen zur LAE sind für Sie 24h online abrufbar unter: [www.creditreform-magazin.de/media](http://www.creditreform-magazin.de/media)

---

Die gesetzliche Mehrwertsteuer wird auf die Nettopreise aufgeschlagen.

\* Achtung: Die angeschnittenen Formate jeweils **zuzüglich Beschnittzugabe**, je 3 mm links, rechts, oben und unten.

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

Anzeigenformate,  
Preise, Nachlässe

Beilagen, Beihefter,  
Beikleber, Druckunterlagen,  
Verarbeitung

Themen- und  
Terminplan

Titelportrait  
Berufsgruppen  
Exklusivleser

flashlight  
Advertorials  
Sonderwerbeformen

Creditreform Online  
Redaktion/Verlag  
Umfangs-Analyse

Auflagen- und  
Verbreitungs-Analyse  
AGBs



Fachverlag der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH · Grafenberger Allee 293, D-40237 Düsseldorf · Postfach 1011 02, D-40002 Düsseldorf · Telefon 0211/887-1488/-1495/-1498 · Fax 0211/887-15 00 · E-Mail: fz.mittelstand@fachverlag.de

#### Beilagen, Beihefter, Beikleber

	<b>Beilagen</b> sind der Zeitschrift lose beigefügte Drucksachen.	<b>Beihefter</b> sind fest in die Zeitschrift eingehaftete Drucksachen/Prospekte.	<b>Beikleber</b> werden auf Trägeranzeigen (min. 1/2 S.) so aufgeklebt, dass sie mühelos abgelöst und verwendet werden können.
Preise (zzgl. MwSt.)	bis 25 g EUR 160,00 pro Tsd. je weitere 5 g EUR 20,00 zuzüglich Posthandlingskosten	4 Seiten EUR 15.550,00 8 Seiten EUR 22.750,00 16 Seiten EUR 30.250,00 (weitere Preise auf Anfrage)	a) Postkarten oder andere rechteckige, ungefaltete Drucksachen, leere Briefumschläge (Lasche geschlossen) EUR 66,00 pro Tsd. b) gefüllte Briefumschläge (Lasche geschlossen), gefaltete Drucksachen, CD-ROM EUR 86,00 pro Tsd. c) Warenprobe und andere (auf Anfrage mit Muster)
Rabatte	keine	4 BH-Seiten = 2 S. nach Mengenstaffel	Trägeranzeige nach der Mengenstaffel
Formate	Mindestformat: 60 mm breit x 75 mm hoch Höchstformat: 200 mm breit x 270 mm hoch Abweichende Formate auf Anfrage	210 mm breit x 280 mm hoch Beschnittzugabe: 5 mm am Kopf, Fuß und außen. <b>Zusätzlich</b> 11 mm Greiffalz vorn und 21 mm Nachfalz hinten.	Mindestformat: 60 mm breit x 75 mm hoch Höchstformat: 160 mm breit x 220 mm hoch Andere Formate auf Anfrage mit Muster.
Gewicht	Bitte anfragen!	Bitte anfragen!	Papiergewicht für Postkarten 150g/m <sup>2</sup> Höchstgewicht für gefüllte Umschläge 20 g
Belegungsmöglichkeit	Gesamtauflage, PLZ-Gebiete auf Anfrage Mindestauflage 10.000 Exemplare	Gesamtauflage	Basisanzeige in der Gesamtauflage
Platzierung		Heftmitte (weitere Platzierungsmöglichkeiten auf Anfrage)	auf Anfrage
Auftrags- und Rücktrittstermin	4 Wochen vor Erscheinungstermin		
Muster	vorab 3 Exemplare an Anzeigenabteilung erbeten		
Anlieferung	14 Tage vor Erscheinungstermin		
Versandanschrift	Frei Haus an: Gotha Druck GmbH, Gutenbergstraße 3, DE 99869 Wechmar, z. Hd. Frau Ernst, mit dem Hinweis „für Objekt Creditreform, Heft-Nr.“ Anlieferzeiten: Mo.-Fr. 7-18 Uhr. Eine Wareneingangskontrolle (Qualität und Menge) findet nicht statt.		
Sonstige Hinweise	<p><b>Beilagen:</b> 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 (gegen Aufpreis). 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.</p> <p><b>Beihefter:</b> müssen verarbeitungsfertig zur Verfügung gestellt werden.</p> <p><b>Beikleber:</b> Die Platzierung der Anzeige sowie der Stand des Beiklebers auf der Anzeige bedarf der Abstimmung mit der Anzeigenabteilung. Die Platzierung des Beiklebers ist innerhalb des Rahmens von 30 bis 35 mm vom Bund sowie mindestens 20 mm von den Beschnittändern entfernt realisierbar. Klebetoleranzen ± 5-10 mm in jede Richtung und Parallelitätsabweichungen von ± 5 Grad sollten bei der Anzeigengestaltung berücksichtigt werden.</p>		

## Druckunterlagen, Verarbeitung

<b>Format:</b>	210 mm breit x 280 mm hoch
<b>Satzspiegel:</b>	180 mm breit x 250 mm hoch
<b>Druckanschnitt:</b>	216 mm breit x 286 mm hoch
<b>Druckverfahren:</b>	Rollenoffset
<b>Verarbeitung:</b>	Rückendrahtheftung
<b>Druckunterlagen:</b>	Digital auf CD-ROM + Proof in den gängigen Dateiformaten für MAC. Vierfarbvorlagen müssen farbverbindlich sein. Tonwertzunahmen bei Farbanzeigen nach den „Technischen Richtlinien“ des BVD-FOGRA-Standards, isocoated V2 (39L).
<b>Druckerei:</b>	Gotha Druck und Verpackung GmbH & Co. KG Gutenbergstraße 3, 99869 Wechmar
<b>Versandanschrift:</b>	Fachverlag der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH Anzeigenabteilung Creditreform z.Hd. Inga Wildraut Grafenberger Allee 293, 40237 Düsseldorf

### 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.

**Druckunterlagen-  
versand per E-Mail:** Ansprechpartner: Inga Wildraut  
E-Mail [fz.mittelstand@fachverlag.de](mailto:fz.mittelstand@fachverlag.de)  
Telefon 0211/887-1498, Telefax 0211/887-1500

**Druckunterlagen-  
versand per ftp:** Details erfragen Sie bitte unter  
Tel.: 0211/887-1498

**Dateien:** PDF/X3-druckoptimiert  
InDesign (bitte Schriften mitliefern)  
Illustrator (bitte Schriften mitliefern)  
Photoshop (bitte Schriften mitliefern)  
QuarkXPress (bitte Schriften mitliefern)  
Spezielle Programme auf Anfrage.

**Druckerei** Ansprechpartner: Petra Ernst  
Telefon 036256/280-180  
Telefax 036256/280-800  
E-Mail [repro@gothadruck.de](mailto:repro@gothadruck.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 oder per PDF-Datei an den Verlag erbeten:

### 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 verspätete Druckunterlagen-Anlieferung das Druckergebnis beeinträchtigen. Eventuelle Reklamationen sind in solchen Fällen ausgeschlossen.



Fachverlag der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH · Grafenberger Allee 293, D-40237 Düsseldorf · Postfach 101102, D-40002 Düsseldorf · Telefon 0211/887-1488/-1495/-1498 · Fax 0211/887-15 00 · E-Mail: fz.mittelstand@fachverlag.de

Heft-Nr.	Erscheinungs-termin	Anzeigen-schluss	Druck-unterlagen-schluss	Zusätzliche Schwerpunktthemen/Änderungen vorbehalten Zu jedem Schwerpunktthema gibt es einen weiteren detaillierten Themenplan. <b>Bitte anfordern!</b>	Events/Messen (Termine/Orte ohne Gewähr) <b>Weitere redakt. Umfeldler</b>	Durchgängige Rubriken und Themen
01	05.01.12	14.12.11	16.12.11	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Finanzierung im Mittelstand</b> 12. Creditreform Bankenumfrage</li> <li>• <b>Messen 2012</b> Ein Überblick</li> </ul>		<b>Markt</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Flashlight</li> <li>• Märkte + Branchen</li> </ul>
02	03.02.12	13.01.12	18.01.12	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Green IT</b> Trends der CeBIT 2012, Bürogeräte (Drucker, Rechner, Laptop, Kopierer), Netzwerklösungen, Datenverwaltung/ Dokumentenmanagement, Mobilfunk, UMTS, Unternehmenssoftware, SaaS/ Cloud Computing</li> </ul>	<b>Solution Forum Mittelstand, Nachhaltigkeit –</b> 9. Februar 2012 in Düsseldorf	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marketing</li> <li>• Markt + Meinung</li> <li>• Innovationen</li> <li>• Strategie +</li> </ul>
03	02.03.12	09.02.12	15.02.12	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Mobilität mit Nachhaltigkeit</b> Pkw, Kombis, Transporter, alternative Antriebskonzepte, Tankkarten</li> </ul>	<b>CeBIT, Hannover,</b> 06. bis 10. März 2012	<b>Geld</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Money Maker</li> </ul>
04	05.04.12	14.03.12	16.03.12	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Moderne Arbeitswelt</b> Mobiles Arbeiten, Vernetzung, Mobilfunk, VoIP, Drucker, Büroausstattung E-Procurement</li> </ul>	<b>Hannover Messe,</b> Hannover, 23. bis 27. April 2012	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Finanzierung</li> <li>• Recht + Steuern</li> <li>• Strategie + Lösung</li> </ul>
05	03.05.12	11.04.12	13.04.12	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Finanzierung im Mittelstand</b> Banken, Fördermodelle, Mezzanine, Private Equity, Risikomanagement, Unternehmensnachfolge</li> </ul>	<b>Solution Forum Mittelstand Finanzen und Finanzierung</b> 10. Mai 2012 in Düsseldorf	<b>Net@Profit</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• net news</li> <li>• Internet</li> </ul>

<b>06</b>	05.06.12	11.05.12	14.05.12	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Private und betriebliche Vorsorge</b> bAV, Vermögensbildung</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Business-to-Business</li> <li>• Neue Medien</li> </ul>
<b>07</b>	03.07.12	12.06.12	15.06.12	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Geschäftsreisen/Messen</b> Flugreisen, Bahn, CO<sub>2</sub>-Kompensation, Fuhrpark, Mietwagen, Hotels, Tagungshotels, Airport-Lounges, Messen im Überblick</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Social Media</li> </ul>
<b>08</b>	03.08.12	13.07.12	16.07.12	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Personal im Mittelstand</b> Gesundheitsmanagement, Weiterbildung, Seminare, Coaching, Personalentwicklung, Personalrecruiting, Employer Branding, Stellenbörsen</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• asset news</li> <li>• Kapitalanlage</li> <li>• Aktien- und Investmentfonds</li> <li>• Börsentrends</li> </ul>
<b>09</b>	03.09.12	13.08.12	16.08.12	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Fuhrpark, Transport, Logistik</b> Nutzfahrzeuge – neue Trends zur IAA. Nutzfahrzeuge, Transporter, Kleinlaster – Kurier-, Express-, Paketdienste, Container, Speditionen</li> </ul>	<b>IAA Nutzfahrzeuge,</b> Hannover 20. - 27. September 2012 <b>Solution Forum Mittelstand</b> <b>Finanzen und Finanzierung</b> 27. September 2012 in Frankfurt am Main	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Seven Eleven</b></li> <li>• Edel und Stark</li> <li>• Fit for Life</li> </ul>
<b>10</b>	05.10.12	13.09.12	17.09.12	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>E-Logistik</b> E-Commerce, Online-Shops, Transport und Versand, Paketdienstleister</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Service</b></li> <li>• Kurzinformationen zu neuen Produkten und Dienstleistungen</li> </ul>
<b>11</b>	02.11.12	11.10.12	15.10.12	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Steuerstrategien</b> Lösungen und Konzepte auf Basis der aktuellen Änderungen in der Besteuerung</li> <li>• <b>Finanzierung im Mittelstand</b> Banken, Fördermodelle, Mezzanine, Private Equity, Risikomanagement, Unternehmensnachfolge</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Neue Bücher</li> <li>• Wichtige Internet-Adressen</li> <li>• Dokumentenservice über Fax-Abwurf</li> </ul>
<b>12</b>	03.12.12	12.11.12	15.11.12	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Energie, Ökologie, Nachhaltigkeit</b> Grüne Geldanlagen, Green-IT, Klimaschonende Antriebstechnologie</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>CR-INTERN</b></li> </ul>
<b>1</b>	04.01.13	10.12.12	13.12.12	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Finanzierung im Mittelstand</b> 13. Creditreform-Bankenumfrage</li> <li>• <b>Messen 2013</b> Ein Überblick</li> </ul>		

# Creditreform

Das Unternehmermagazin aus der Verlagsgruppe Handelsblatt

## Media- Informationen 2012

### Titelportrait

Fachverlag der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH · Grafenberger Allee 293, D-40237 Düsseldorf · Postfach 101102, D-40002 Düsseldorf · Telefon 0211/887-1488/-1495/-1498 · Fax 0211/887-15 00 · E-Mail: fz.mittelstand@fachverlag.de

#### Creditreform-Magazin

Das Unternehmermagazin für Entscheider im Mittelstand

Creditreform ist das Wirtschaftsmagazin für Unternehmerpersönlichkeiten.



Diesem hohen Anspruch wird das Unternehmermagazin aus der Verlagsgruppe Handelsblatt durch seine qualitativ hochwertige und seriöse Berichterstattung gerecht. Creditreform liefert mehr als grundlegendes Know-how aus den Bereichen Finanzen, Steuern, Recht, IT & Kommunikation, Fuhrpark oder E-Business. Immer am Puls der Zeit, fokussiert auf die wesentlichen Interessen des Mittelstandes.

Die Kompetenz dieses Informationsangebotes wird von Führungskräften hoch geschätzt und rege genutzt – sowohl für das operative Geschäft als auch für die strategische Weiterentwicklung ihrer Unternehmen.

Creditreform-Leser sind Unternehmer, Geschäftsführer und Führungskräfte, sowohl technisch als auch kaufmännisch, in mittelständischen Unternehmen. Sie repräsentieren ein hohes Investitionspotenzial und stellen eine relevante Zielgruppe für Ihre Business-to-Business-Kommunikation dar.

Die LAE 2011 – Leseranalyse „Entscheidungsträger in Wirtschaft und Verwaltung“ hat erneut diese Zielgruppenqualität bestätigt\*:

- Mit 188.000 Lesern besitzt Creditreform eine hohe Reichweite bei Entscheidern im Mittelstand und liegt damit vor Impulse und Markt und Mittelstand
- Creditreform ist der wirtschaftlichste Titel unter allen monatlichen LAE-Magazinen und monatlichen Kombis (1/1 Seite, 4c, netto 2012)
- Mit einem Leserstrukturanteil von 85% weist Creditreform besondere Stärke bei Leitenden Angestellten und Selbstständigen auf

Creditreform erscheint in Herausgeberpartnerschaft mit dem Verband der Vereine Creditreform in Neuss.

Durch die Anbindung an diese traditionell dem Unternehmer verpflichtete Organisation verfügt Creditreform-Magazin exklusiv über seriöse Marktanalysen zu konjunkturellen Entwicklungen und wirtschaftspolitischen Perspektiven aus erster Hand.

\* Quelle: LAE 2011

# Creditreform

Das Unternehmermagazin aus der Verlagsgruppe Handelsblatt

## Media- Informationen 2012

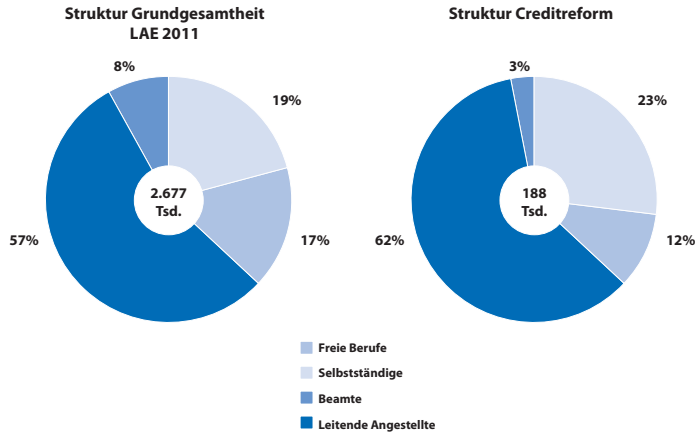
### Berufsgruppen Exklusivleser

Fachverlag der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH · Grafenberger Allee 293, D-40237 Düsseldorf · Postfach 101102, D-40002 Düsseldorf · Telefon 0211/887-1488/-1495/-1498 · Fax 0211/887-15 00 · E-Mail: fz.mittelstand@fachverlag.de

#### Stärke bei Angestellten und Selbstständigen

Eine besondere Stärke zeigt Creditreform im Vergleich zur LAE-Grundgesamtheit in den Berufsgruppen der Selbstständigen sowie der Leitenden Angestellten: Mit 85% sind diese beiden Berufsgruppen überproportional vertreten.

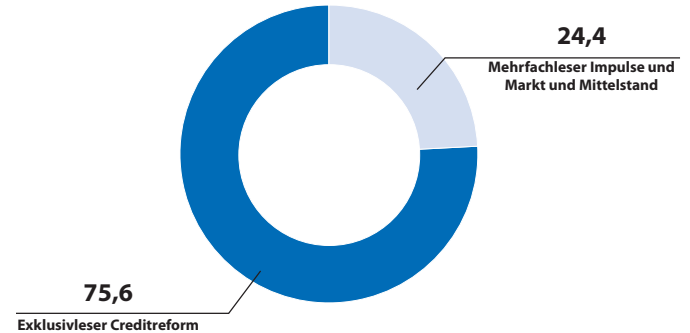
Quelle: LAE 2011



#### Ausgesprochen exklusiv – Exklusivleser

Zur sicheren Ansprache mittelständischer Unternehmer ist Creditreform ein unverzichtbares Medium: 75,6% der Creditreform-Leser sind als Exklusivleser selbst bei gleichzeitiger Belegung von Impulse und Markt und Mittelstand nicht zu erreichen.

Quelle: LAE 2011



Anzeigenformate,  
Preise, Nachlässe

Beilagen, Beihefter,  
Beikleber, Druckunterlagen,  
Verarbeitung

Themen- und  
Terminplan

Titelportrait  
Berufsgruppen  
Exklusivleser

flashlight  
Advertorials  
Sonderwerbformen

Creditreform Online  
Redaktion/Verlag  
Umfangs-Analyse

Auflagen- und  
Verbreitungs-Analyse  
AGBs

# Creditreform

Das Unternehmermagazin aus der Verlagsgruppe Handelsblatt

## Media- Informationen 2012

Anzeigenpreisliste Nr. 47  
Gültig ab 1. Januar 2012  
Monatlich verkaufte Auflage  
118.365 Exemplare  
(Ø 3/2010–2/2011, IVW)



Fachverlag der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH · Grafenberger Allee 293, D-40237 Düsseldorf · Postfach 1011 02, D-40002 Düsseldorf · Telefon 0211/887-1488/-1495/-1498 · Fax 0211/887-15 00 · E-Mail: fz.mittelstand@fachverlag.de

### flashlight – ein hochwertiges Werbeformat



Wenn Sie umfangreiche Informationen in einem erstklassigen Layout in der Anmutung von Creditreform an Unternehmer und Führungskräfte im Mittelstand kommunizieren möchten, bieten wir Ihnen mit flashlight ein anspruchsvolles Werbeformat.

Unser Fullservice-Paket garantiert Ihnen eine optimale Umsetzung und eine Verbreitung von 130.000 Exemplaren über das Trägermedium Creditreform an hochkarätige Entscheider im Mittelstand.

**Creditreform flashlight eignet sich hervorragend zum Transport umfassender Informationen über Ihr Produkt oder Unternehmen und unterstützt Sie in Ihrer brandingstarken und emotionalen Marken-Kommunikation.**

Unser leistungsstarkes Angebot für Sie beinhaltet:

- redaktionelle und grafische Umsetzung nach Ihren Vorgaben
  - Druck von 130.000 Exemplaren
  - Verbreitung als Supplement in einer von Ihnen ausgewählten Creditreform-Ausgabe an unsere exklusive Zielgruppe
  - Platzierung von mindestens 4 Anzeigenseiten innerhalb des Supplements
  - zusätzliche Exemplare für Sie als Marketingtool kostengünstig möglich
  - Preisbeispiel: flashlight mit 12 Seiten: 31.950,00 EUR als Festpreis inkl. Full-Service, Fortdrucke pro Tsd. 120,00 EUR
- Verbindliche Preise erst im Rahmen von individuellen Angeboten möglich!

Weitere Informationen auf: [www.creditreform-magazin.de/media](http://www.creditreform-magazin.de/media)

### Advertorials

Unter Advertorials sind als redaktionell gestaltete Anzeigen zu verstehen, die sich in ihrer Gestaltung am optischen Erscheinungsbild von Creditreform orientieren. Dadurch profitieren Advertorials von einer Aufmerksamkeit, die vergleichbar mit der redaktionellen Berichterstattung im Heft ist.

Im Vergleich zu klassischen Anzeigenmotiven, die sich vor allem durch ihre Bildsprache auszeichnen, ermöglicht das meist umfangreichere Textvolumen von Advertorials eine umfassende Darstellung mit einer hohen Informationstiefe.

### Technische Spezifikationen

Das Mindestformat beträgt 1/1 Seite. Unter Berücksichtigung unserer AGBs gestalten Sie Ihr Advertorial **unterschiedlich** zu den folgenden Parametern:  
Font im Fließtext: Scala Regular (mit Serifen): 9,5 Pt. auf 10,8 Pt.  
Font im Infokasten: Scala Sans (Serifenlos): 9 Pt. auf 10,5 Pt.  
Kennzeichnen Sie bitte Ihr Advertorial mit einem Impressum sowie deutlich mit „ANZEIGE“. Seitenformate entnehmen Sie diesen Mediadaten (Seiten 2+3).

### Anzeigenpreise

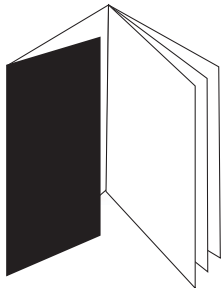
Die Medialeistung von Advertorials besteht vorrangig in der Nutzung der hohen Aufmerksamkeit im Lesefluss des Rezipienten. Daher berechnen wir für Advertorials einen Zuschlag von 5% auf den Anzeigenpreis des jeweiligen Formates laut der derzeit gültigen Preisliste. Der Verlag behält sich vor, Advertorials nach Prüfung abzulehnen. Es gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 47 vom 01.01.2012 mit den Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen.

### Termine

Bitte berücksichtigen Sie die in den Mediadaten genannten Anzeigenschluss- und Druckunterlagenschluss-Termine und besprechen Ihre Platzierungswünsche frühzeitig mit uns.



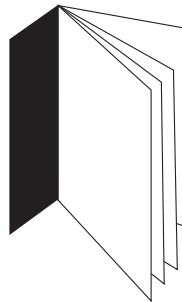
#### Gate-Folder



Umschlag mit  
eingeklappter Vorderseite

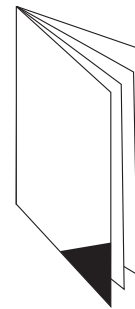
#### Umschlag mit Schürze

(in Verbindung mit U4)

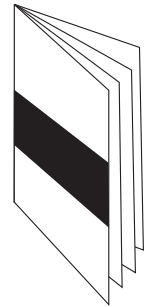


#### Griffecke

mit folgender 1/1 Seite,  
Beilage oder Beihefter



#### Heft mit Banderole



#### French Cover im Altarfalz



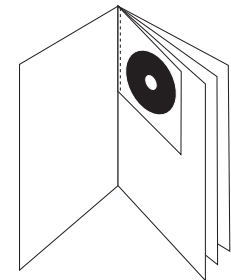
#### Innovative Möglichkeiten kreativer Kommunikation – Sonderwerbformen

Sonderwerbformen erfreuen sich immer größerer Beliebtheit. Neben besseren Erinnerungsleistungen der Werbebotschaft und höheren Responsewerten bieten Sonderwerbformen den Vorteil der hohen Auffälligkeit, mit der Sie sich als Werbetreibender deutlicher als mit klassischen Anzeigen von der Konkurrenz absetzen können.

Die dargestellten Ad Specials stellen eine Auswahl der möglichen Werbeformen dar. Gerne senden wir Ihnen eine umfangreiche Präsentation zu. Auch ein individuelles Angebot erstellen wir gerne auf Anfrage.

Wir freuen uns auf Ihre Wünsche und Anregungen: Tel. 0211/887-1488/-1495

#### mitgebundene CD



# Creditreform

Das Unternehmermagazin aus der Verlagsgruppe Handelsblatt

Online

Bitte fordern Sie  
unsere detaillierte  
Online-Preisliste an!

Fachverlag der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH · Grafenberger Allee 293, D-40237 Düsseldorf · Postfach 101102, D-40002 Düsseldorf · Telefon 0211/887-1488/-1495/-1498 · Fax 0211/887-1500 · E-Mail: fz.mittelstand@fachverlag.de



## Bauen Sie Ihre Reichweite online aus

Mit unserem wissens- und nutzwertorientierten Fachportal rund um **mittelstandsmanager.de** und **creditreform-magazin.de** informieren wir über Wirtschaftsthemen, liefern aktuelle Nachrichten und laden über Blogs und Expertenkolonnen zur Interaktion ein.

In Zusammenarbeit mit unserem Herausgeberpartner „Verband der Vereine Creditreform“ bieten wir auf dem Log-Out-Bereich von **creditreform.de** ferner einen exklusiven Zugang zu den Top-Entscheidern im Mittelstand.

Von 2.500 bis zu 22.500 page impressions – differenzierte Lösungen für Ihr Media Budget:

**Halfsize-Banner:** 95 €, **Fullsize-Banner:** 140 €, **Super-Banner:** 220 €, **Flash-Layer:** 295 €, **Wallpaper:** 445 €

Festpreise pro KW für garantierte 2.500 PI pro Woche

**Medium Rectangle:** 1.280 / 2.270 €, **Skyscraper** 1.265 / 2.245 € Festpreise pro KW für garantierte 12.500 / 22.500 PI pro Woche

# Creditreform

Das Unternehmermagazin aus der Verlagsgruppe Handelsblatt

## Media- Informationen 2012

Anzeigenpreisliste Nr. 47  
Gültig ab 1. Januar 2012  
Monatlich verkaufte Auflage  
118.365 Exemplare  
(Ø 3/2010–2/2011, IVW)



Redaktion/Verlag  
Umfangs-Analyse

Fachverlag der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH · Grafenberger Allee 293, D-40237 Düsseldorf · Postfach 101102, D-40002 Düsseldorf · Telefon 0211/887-1488/-1495/-1498 · Fax 0211/887-15 00 · E-Mail: fz.mittelstand@fachverlag.de

### Kurzcharakteristik:

Unternehmer-Magazin aus der Verlagsgruppe Handelsblatt, das von den Mitgliedern der Vereine Creditreform bezogen wird. Monatlich berichtet Creditreform über Wirtschafts-, Rechts-, Steuer- und Finanzfragen, dazu Informationen und Planungshilfen für den Unternehmer im Mittelstand.

- Organ:** Offizielle Mitgliedszeitschrift der Unternehmensgruppe Creditreform
- Herausgeber:** Verband der Vereine Creditreform e.V.  
Hellersbergstraße 12, 41460 Neuss,  
Postfach 1015 53, 41415 Neuss
- Redaktion:** Ingo Schenk (Chefredakteur),  
Marie-José Kann-Hüting (Chefin vom Dienst),  
Michael Bretz,  
Sandra Fösken, Armin Hingst, Frank Hartmann,  
Manuela Frey-Broich, Bernhardt Lindgens,  
Michael Vetter, Gerd Zimmermann
- Anzeigen:** Anne Forst  
(Anzeigenleitung), Telefon 0211/887-1495  
Nadja Bragoner  
(Crossmediasales), Telefon 0211/887-1488  
Tanja Singer  
(Crossmediasales), Telefon 0211/887-1597  
Inga Wildraut  
(Media-Disposition), Telefon 0211/887-1498
- Gesamtleitung**
- Media Marketing:** Sandro Cristofoli, Telefon 0211/887-1480

**Jahrgang/Jahr:** 127. Jahrgang 2012

**Erscheinungsweise:** am 5. des Monats

**Verlag:** Fachverlag der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH  
Postanschrift: Postfach 101102, 40002 Düsseldorf  
Grafenberger Allee 293, 40237 Düsseldorf

**Telefon:** 0211/887-1495/-14 99/-1498/-1488/-1597

**Telefax:** 0211/887-1500

**E-Mail:** fz.mittelstand@fachverlag.de

**Erscheinungs-/  
Redaktionsplan:** siehe Anlage

**Bezugspreis:** Jahresabonnement EUR 50,00  
Einzelverkaufspreis EUR 4,80

**Umfangs-Analyse 2010:** = 12 Ausgaben

**Format der Zeitschrift:** Europaformat

**Gesamtumfang:** 728 Seiten = 100,00%

**Redaktionsteil:** 539 Seiten = 74,03%

**Anzeigenteil:** 189 Seiten = 25,96%

**davon:**

Verlagseigene Anzeigen:	67 Seiten = 35,45%	} vom Anzeigenumfang
Beihefter/Durchhefter:	12 Seiten = 6,35%	
Beilagen:	17 Stück	

#### Auflagenkontrolle:



#### Auflagen-Analyse:

Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt  
(1. Juli 2010 bis 30. Juni 2011)

#### Druckauflage:

132.225

#### Tatsächlich verbreitete

#### Auflage (TvA):

131.054

#### Verkaufte Auflage:

118.365

#### Abonnierte Exemplare:

118.363

#### davon Mitgliederstücke:

118.256

#### Sonstiger Verkauf:

0

#### Einzelverkauf:

2

#### Freistücke:

12.689

#### Rest-, Archiv- und Belegexemplare:

1.171

#### Geografische Verbreitungs-Analyse

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Bundesrepublik Deutschland	99,59	130.536
Ausland	0,39	518
Tatsächlich verbreitete Auflage	100,00	131.054

#### Verbreitung nach Nielsen-Gebieten:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Nielsen-Gebiet 1	16,75	21.865
Nielsen-Gebiet 2	27,22	35.532
Nielsen-Gebiet 3 a	15,49	20.220
Nielsen-Gebiet 3 b	11,42	14.907
Nielsen-Gebiet 4	11,77	15.364
Nielsen-Gebiet 5, 6, 7	17,35	22.648
Gesamt/Inland	100,00	130.536

# Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen

- „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.
- 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 Auftragsaufträge 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 Vertragsabschluss abgerufen und veröffentlicht wird.
- Werden einzelne oder mehrere Abrufe eines Abschlusses um 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 ersetzen. Der Auftraggeber hat, wenn nichts anderes vereinbart ist, rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb eines Jahres entsprechenden Nachlass.
- Der Verlag behält sich das Recht vor, für Anzeigen in Spezial-Beilagen oder Kollektiven Sonderpreise festzusetzen.
- Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
- Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angehen.
- 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.
- Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
- Der Verlag behält sich ohne Anerkennung einer Prüfungspflicht vor, Anzeigen – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – abzuheften, insbesondere wenn
  - deren Inhalt gegen das Gesetz 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.
- Für die rechtzeitige Lieferung und die einwandfreie Beschaffenheit geeigneter Druckerunterlagen oder anderer Werbemittel ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Kosten des Verlages für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckerlagen 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 Druckerunterlagen und der von der Druckerei eingesetzten Technik gegebenen Möglichkeiten. Die Übersendung von mehr als 2 Farbvorlagen, die nicht geringere als die Lieferung der Druckerunterlagen und der Wunsch nach einer von der Verlag abweichenden Druckverfärbung können Auswirkungen auf Platzierung und Druckqualität verursachen und schließen spätere Reklamationen aus. Der Verlag muss sich die Berechnung entstandener Mehrkosten vorbehalten.
- Druckerunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurück gesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung der Druckerunterlagen endet drei Monate nach der erstmaligen Veröffentlichung der Anzeige.
- 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.
- 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 wird. 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 Auftrags ausgeschlossen. Reklamationen bei nicht offensichtlichen Mängeln müssen binnen eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn geltend gemacht werden. Der Verlag haftet für sämtliche Schäden, gleich 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.
- Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag behält sich alle Fehlerkorrekturen, die ihm bis zum Anzeigenschluss oder innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzugs gesetzten Frist mitgeteilt werden.

- 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.
- Bei Zahlungsvorgang 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 Zahlungsvorgang 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 Zahlungziel von der Vorauszahlung des Betrages zum Anzeigenschlussstermin und von dem Ausgleich offestehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
- Bei Anzeigen aus dem Ausland erfolgt die Rechnungsstellung ohne Mehr- oder Steuerberechnung unter der Voraussetzung, dass die Steuerberechnung besteht und anerkannt wird. Der Verlag behält sich die Nachrechnung der Mehrwertsteuer in der gesetzlich geschuldeten Höhe für den Fall vor, dass die Finanzverwaltung die Steuerpflicht der Anzeige bejaht.
- 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.
- Aus einer Auflagenminderung kann nach Maßgabe des Satzes 2 bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preiserminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die zugesagte Auflage unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein auf Preiserminderung 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 Preiserminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Verlag zurücktreten konnte.
- Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, Juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlichen 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 verlagert, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.
- Anzeigenaufträge durch eine Agentur werden in deren Namen und auf deren Rechnung angenommen. Die Werbungsmitler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die Agentur gewährt Mittelvergütung in Höhe von 15% bezogen auf das jeweils vermittelte Kundenkonto (Bruttotariffpreis abzüglich kundenorientierte Rabatte) darf an den Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.
- 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.
- Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung beansprucht, ist der schriftliche Nachweis einer Kapitalbeteiligung von mehr als 50% erforderlich. Konzernrabatte befinden in jedem Fall der ausdrücklichen schriftlichen Bestätigung durch den Verlag.
- 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 Texte und Bildunterlagen sowie der zugeliferten Werbemittel. Er stellt den Verlag im Rahmen des Auftragsauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen oder aufgrund presserechtlicher Vorschriften entstehen können. Bei Veröffentlichung von Gegenstandstellungen bestimmen sich die zu ersetzenden Kosten nach Maßgabe des Anzeigenartf. Ferner wird der Verlag von den Kosten zur notwendigen Rechtsverfolgung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Verlag nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverfolgung gegenüber Dritten zu unterstützen.
- Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Print/Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlicher urheberrechtlicher Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentliches Zugänglichmachung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrages notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen offenkundig unbegrenzt übertragen.
- 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 für tatsächlich ausgelieferten Auflage steht. Auflagenminderungen aus Gründen des vorstehenden Satz 1 bleiben im Rahmen von Ziffer 19 dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen unberücksichtigt.
- Advertorials sind fremdproduzierte Texte, 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 die Veröffentlichung nach Vorlage eines verbindlichen Muster vor sowie das Recht, bei besonderen Publikationen Sonderpreise festzusetzen. Dem Verlag ist das Advertorial mindestens 10 Werktage vor Druckeruntergangschluss zur Prüfung und Billigung vorzulegen.

Anzeigenformate, Preise, Nachlässe	Beilagen, Beihefter, Beikleiber, Druckerunterlagen, Verarbeitung	Themen- und Terminplan	Titelportrait Berufsgruppen Exklusivler	flashlight Advertorials Sonderwerberformen	Redireform/Online Creditreform/Verlag Umfangs-Analyse	Auflagen- und Verbreitungs-Analyse AGBs
------------------------------------	--	------------------------	---	--	---	---

# 2012

## Ihre Ansprechpartner:

### Anzeigenleitung: Anne Forst

Telefon 0211/887-1495 • Fax 0211/887-1500

E-Mail [a.forst@fachverlag.de](mailto:a.forst@fachverlag.de)

### Crossmediasales: Nadja Bragoner

Telefon 0211/887-1488 • Fax 0211/887-1500

E-Mail [n.bragoner@fachverlag.de](mailto:n.bragoner@fachverlag.de)

### Crossmediasales: Tanja Singer

Telefon 0211/887-1597 • Fax 0211/887-1500

E-Mail [t.singer@fachverlag.de](mailto:t.singer@fachverlag.de)

### Media-Disposition: Inga Wildraut

Telefon 0211/887-1498 • Fax 0211/887-1500

E-Mail [i.wildraut@fachverlag.de](mailto:i.wildraut@fachverlag.de)

### Gesamtleitung Media Marketing: Sandro Cristofoli

Telefon 0211/887-1480 • Fax 0211/887-1500

E-Mail [s.cristofoli@fachverlag.de](mailto:s.cristofoli@fachverlag.de)



**FACHVERLAG**  
Verlagsgruppe Handelsblatt

Fachverlag der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH  
Grafenberger Allee 293 • 40237 Düsseldorf  
Postfach 10 11 02 • 40002 Düsseldorf