

Media-Informationen

DER BETRIEB

2012

Kernzielgruppe:

DER BETRIEB erreicht wöchentlich rund **64.000 Führungs- und Fachkräfte** in den steuer- und rechtsberatenden sowie wirtschaftsprüfenden Berufen. Sie sind in den Rechts-, Steuerberatungs- und Wirtschaftsprüfungspraxen sowie -gesellschaften und in den Fachabteilungen der Industrie-, Handels- und Dienstleistungsunternehmen tätig.

DER BETRIEB-Leser sind daher auch **wichtige Multiplikatoren** bei einschlägigen Investitionsentscheidungen in den Unternehmen.



Planen Sie crossmedial!
 Fachzeitschrift • Online-Fachportal • Newsletter • Veranstaltungen • Sonderpublikationen
 Alles aus einer Hand, für Sie und Ihre Kunden!



Grundformate im redaktionellen Teil:

Größe in Seitenteilen (Spaltenbreite 63 mm)	Satzspiegel Breite x Höhe	Anschnitt* Breite x Höhe	s/w €	farbig** €
1/1	189 x 263	220 x 303	3.380,00	4.970,00
2/3 quer	189 x 180	220 x 203	2.490,00	4.080,00
2/3 hoch	125 x 263	142 x 303	2.490,00	4.080,00
1/2 hoch	92 x 263	110 x 303	1.880,00	3.470,00
1/2 quer	189 x 125	220 x 143	1.880,00	3.470,00
1/3 hoch	60 x 263	75 x 303	1.280,00	2.870,00
1/3 quer	189 x 90	220 x 108	1.280,00	2.870,00
1/4 quer unter Inhalt	189 x 63	220 x 81	1.880,00	3.470,00
1/4 hoch	92 x 128	108 x 147	970,00	2.560,00
1/4 quer	189 x 63	220 x 81	970,00	2.560,00
1/6 hoch	63 x 135	—	1.105,00	2.695,00
1/8	63 x 92	—	515,00	2.105,00
1/16	63 x 44	—	280,00	1.870,00

Formate über Bund im redaktionellen Teil:

Größe in Seitenteilen	Satzspiegel Breite x Höhe	Anschnitt* Breite x Höhe	s/w €	farbig** €
2/1	406 x 263	440 x 303	6.760,00	9.940,00
1 2/3 (1/1 + 2/3 hoch)	348 x 263	365 x 303	5.870,00	9.050,00
1 1/3 (1/1 + 1/3 hoch)	286 x 263	303 x 303	4.660,00	7.840,00
2 x 2/3 hoch	290 x 263	290 x 303	4.980,00	8.160,00
2 x 1/2 quer	406 x 135	440 x 150	3.760,00	6.940,00
2 x 1/3 quer	406 x 90	440 x 108	2.560,00	5.740,00
(Tunnel)	276 x 150	—	3.760,00	6.940,00

Umschlagseiten: zzgl. 405,00 Euro Platzierungszuschlag

Sonderwerbformen:

Art	Größe	Satzspiegel	Anschnitt*	s/w (€)	farbig (€)
Griffecke auf der Titelseite	65mm Höhe x 65mm Breite Ausgehend von der rechten unteren Ecke				1.945,00
Advertorial	1/1 Seite	189 x 263	220 x 303	3.380,00	4.970,00
doppelter Heftumschlag	Titelseite + 4. Umschlagseite zzgl. techn. Sonderkosten				11.825,00

Rubrikanzeigen/Ermäßigte Grundpreise: Stellen-, Empfehlungs- und Produktanzeigen

Rubriken (Spaltenbreite 44 mm)	s/w € (Millimeterpreis)	4c €
Stellenangebote	3,40	4,70
Stellengesuche	2,20	3,50
Unterricht/Seminare	2,70	4,00
Private Verkäufe	2,25	3,55
Praxisverkauf	2,70	4,00
Kooperationen	2,70	4,00
Geschäftsempfehlungen, Immobilien	3,55	4,85

Stellenangebote aus DER BETRIEB erscheinen **ohne Zusatzkosten** in unserer Online-Stellendatenbank auf www.der-betrieb.de/stellenmarkt, im Online-Newsletter von DER BETRIEB und in den Suchmaschinen „Jobturbo“ und „Jobrobot“.

Spaltenbreiten im 4-spaltigen Anzeigenteil:

1-spaltig = 44 mm 3-spaltig = 141 mm
2-spaltig = 92 mm 4-spaltig = 189 mm

Chiffregebühr: 12,80 €

Rabatte nach Mengen- und Malstaffel:

Mengenstaffel	Seite	Malstaffel	
ab 1 Seite	3%	3 mal	3%
ab 3 Seiten	5%	6 mal	5%
ab 6 Seiten	10%	12 mal	10%
ab 12 Seiten	15%	24 mal	15%
ab 18 Seiten	20%	50 mal	20%

Ermäßigte Grundpreise sind nicht rabattfähig!

Die gesetzliche Mehrwertsteuer wird auf die Nettopreise aufgeschlagen.

* Anschnitt: Format **zzgl. Beschnittzugabe**, bei 1/1 Seite 3 mm am Kopf, je 3 mm links, rechts und unten.

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

DER BETRIEB spezial: IT-Guide

Zweimal im Jahr informiert DER BETRIEB über die wichtigsten Anwendungen, Programme, IT-Dienstleistungen und elektronischen Medien für das Finanz- und Rechnungswesen sowie Controlling. Die ergänzenden, redaktionellen Beiträge greifen aktuelle Entwicklungen auf. Inklusive Online-Präsenz kostet dieses crossmediale Angebot nur 395,00 Euro.

DER BETRIEB Nr.	Erscheinungstermine	Anzeigenschlusstermin
13	30.03.2012	13.03.2012
37	14.09.2012	28.08.2012

DER BETRIEB spezial: Seminare, Tagungen & Kongresse

Pro Quartal veröffentlicht DER BETRIEB alle relevanten Veranstaltungen für Steuerberater, Wirtschaftsprüfer und Fachanwälte. Der Preis für das Crossmedia-Paket beträgt pro Schaltung 355,00 Euro. Darin enthalten ist eine Veröffentlichung im DER BETRIEB spezial-Heft „Seminare, Tagungen & Kongresse“ sowie die Online-Präsenz auf www.der-betrieb.de/veranstaltungen.

Anzeigen für Veranstaltungen vom...	erscheinen in Heft-Nr.	Erscheinungstermine	Anzeigenschluss
2. Quartal 2012 (01.04.-30.06.)	08	24.02.2012	07.02.2012
3. Quartal 2012 (01.07.-30.09.)	21	25.05.2012	08.05.2012
4. Quartal 2012 (01.10.-31.12.)	34	24.08.2012	07.08.2012
1. Quartal 2013 (01.01.-31.03.)	47	23.11.2012	06.11.2012

DER BETRIEB spezial: Buchkalender

In einer separaten Beilage und auf www.der-betrieb.de/fachliteratur veröffentlicht DER BETRIEB viermal im Jahr Ihre Bestseller, Neuerscheinungen und Standardwerke. Dieses crossmediale Angebot kostet pro Buch nur 325,00 €.

DER BETRIEB Nr.	Erscheinungstermine	Anzeigenschluss
04	27.01.2012	10.01.2012
14	05.04.2012	20.03.2012
26/27	06.07.2012	19.06.2012
39	28.09.2012	11.09.2012



Beilagen, Beihefter, Beikleber

Beilagen sind der Zeitschrift lose beigefügte Drucksachen.

Beilagenpreise: bis 25 g € 135,00
(je Tausend) je weitere 5 g € 18,50
zuzüglich Postgebühren

**Belegungs-
möglichkeiten:** Gesamtauflage, PLZ-Gebiete auf Anfrage
Mindestauflage: 1.500 Exemplare

Beilagenformate: Mindestformat: 60 mm breit x 75 mm hoch
Höchstformat: 210 mm breit x 297 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. Leporellagefaltete 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.

Anlieferung: 10 Tage vor Erscheinen.

Muster: Vorab 3 Exemplare an die Anzeigenabteilung erbeten.

Beihefter sind fest in die Zeitschrift eingehaftete Drucksachen/Prospekte. Sie müssen verarbeitungsfertig vom Auftraggeber zur Verfügung gestellt werden.

Beihefterpreise: 4 Seiten € 6.550,00
8 Seiten € 9.825,00

**Belegungs-
möglichkeiten:** Gesamtauflage

Druckunterlagen, Verarbeitung

Format: 220 mm breit x 303 mm hoch

Satzspiegel: 189 mm breit x 263 mm hoch

Druckanschnitt: 226 mm breit x 309 mm hoch

Druckverfahren: Umschlag: Bogenoffset
Innenteil: Rollenoffset

Raster: bis 54er Raster

Verarbeitung: Rückendrahtheftung

Papier: Umschlag: 150 g/m² Chromomat Club
holzfrei doppelt matt gestrichen
Innenteil: 60 g/m² Function Web Recycling

Grundschrift: Officina

Druckunterlagen: Andruck auf mattgestrichenem Bilderdruck.
Auf Wunsch senden wir Ihnen Auflagenpapier zu.

Vierfarbvorlagen müssen farbverbindlich sein und sollten aus nicht mehr als zwei Teilen bestehen.

**Druckunterlagen
Anlieferung:** druckbare pdf-Dateien oder eps-Dateien

Beihefterformate: Höhe 303 mm (zzgl. je 3 mm Anschnitt oben und unten),
Breite linke Seite 220 mm (zzgl. 3 mm Anschnitt links),
Breite rechte Seite 220 mm (zzgl. 3 mm Anschnitt
und 10 mm Nachfalz rechts).
Rabatt: Beihefter werden nach der Mengenstaffel rabattiert.
Mindestpapiergewicht: Für den 4-seitigen Beihefter 115 g, mehrseitige Beihefter 90 g.
Muster: Senden Sie bitte vorab 3 Muster an die Anzeigenabteilung.

Beikleber werden auf Trägeranzeigen (mindestens 1/1 Seite) so aufgeklebt, dass sie mühelos abgelöst und verwendet werden können. Beikleber sind:
a) Postkarten oder andere rechteckige, ungefaltete Drucksachen, leere Briefumschläge (Lasche geschlossen),
b) gefüllte Briefumschläge (Lasche geschlossen), gefaltete Drucksachen,
c) Warenproben auf Anfrage mit Muster.
Andere Ausführungen sind nur nach besonderer Vereinbarung möglich.

Beikleberpreise: Postkarten oder andere rechteckige, ungefaltete Drucksachen, leere Briefumschläge (Lasche geschlossen) € 55,00
Briefumschläge mit Inhalt, gefaltete Drucksachen, CD-ROM € 75,00
Andere auf Anfrage, zuzüglich Postgebühren

Beikleberformate: Mindestformat: 60 mm breit x 75 mm hoch
Höchstformat: 180 mm breit x 210 mm hoch
Andere Formate auf Anfrage, mit Muster.

**Belegungs-
möglichkeiten:
Platzierung:** Basisanzeige in der Gesamtauflage.
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 8 mm vom Bund sowie mindestens 12 mm von den Beschnittsträndern entfernt realisierbar. Klebetoleranzen ± 5 bis 10 mm in jede Richtung und Parallelitätsabweichungen von ± 5 Grad sollten bei der Anzeigengestaltung berücksichtigt werden.

Technische Hinweise: Papiergewicht für Postkarten 170 g/m². Höchstgewicht für gefüllte Umschläge 20 g.

Muster: Vorab 3 Exemplare an die Anzeigenabteilung erbeten.

**Auftrags- und
Rücktrittstermin:** 4 Wochen vor Erscheinungstag.

**Versandanschrift für
Beilagen, Beihefter
und Beikleber:** Frei Haus an:
L.N. Schaffrath, Marktweg 42–50, 47608 Geldern
mit dem wichtigen Hinweis „für Objekt ..., Heft-Nr.“.
Anlieferungszeiten: Mo bis Do 6 bis 15 Uhr und Fr 6 bis 12 Uhr
• Beilagen z. Hd. Herrn Schmetter
• Beihefter und Beikleber z. Hd. Herrn Niederholz

ISDN: Über Leonard Pro: 02831/396-313 oder -331,
mit Hinweis für DER BETRIEB Heft-Nr.

Vor der Übermittlung von Dateien bitte die Sendung mit Angabe des Dateinamens per Fax ankündigen, Objektname und Heft-Nr. angeben.

Ansprechpartner: Karl-Heinz Bültjes
Telefon 02831/396-146
Telefax 02831/396-305
buelties@schaffrath.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 E-Mail an den Verlag erbeten:

Ansprechpartner: Simone Herrmanns
Telefon 0211/887-1511
Telefax 0211/887-1500
s.herrmanns@fachverlag.de

Erscheinungstermin: wöchentlich freitags

**Anzeigenschluss/
Druckunterlagen:** Donnerstag der Vorwoche

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 Anzeigenaufträgen, Sonderinsertionen und Fremdbeitragen gelten die Geschäftsbedingungen des Verlages.

Fachverlag der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH · Grafenberger Allee 293, D-40237 Düsseldorf · Postfach 10 11 02, D-40002 Düsseldorf · Telefon 02 11/887-15 25 · Fax 02 11/887-15 00 · E-Mail: fz.rws@fachverlag.de

Wöchentliche Themen in DER BETRIEB:

Betriebswirtschaft: Rechnungslegung (HGB, IFRS, US-GAAP, Abschlussprüfung, betriebswirtschaftliche Steuerlehre, Controlling, Unternehmensführung)

Steuerrecht: Bilanzsteuerrecht, Gewinnermittlung, Einkommensteuer, Lohnsteuer, Körperschaftsteuer, Gewerbesteuer, Umsatzsteuer, Erbschaftsteuer, Investitionszulage, Grunderwerbsteuer, Außensteuerrecht, Abgabenordnung, Finanzgerichtsordnung

Wirtschaftsrecht: Umwandlungsrecht, Aktienrecht, GmbH-Recht, Personengesellschaftsrecht, Kapitalmarktrecht, Bankrecht, Kreditsicherungsrecht, Insolvenzrecht, Wettbewerbsrecht

Arbeitsrecht: Arbeitsvertragsrecht, Kündigungsschutzrecht, Betriebliche Altersversorgung, Betriebsverfassungsgesetz, Tarifvertragsrecht, Betriebsübergang, Outsourcing, Teilzeit, Urlaubsrecht

Heft-Nr.	Erscheinungstermin	Anzeigenschluss	Druckunterlagenschluss	Themen DER BETRIEB spezial
1	06.01.2012	29.12.2011	02.01.2012	
2	13.01.2012	05.01.2012	09.01.2012	
3	20.01.2012	12.01.2012	16.01.2012	
4	27.01.2012	19.01.2012	23.01.2012	Buchkalender I* (Sonderbeilage + Web-Präsenz) www.der-betrieb.de/fachliteratur
5	03.02.2012	26.01.2012	30.01.2012	
6	10.02.2012	02.02.2012	06.02.2012	DBspezial: IT – Software und IT für Steuerberater, Wirtschaftsprüfer und deren Mandanten
7	17.02.2012	09.02.2012	13.02.2012	DBspezial: Facility-Management – Bewirtschaftung von Immobilien und Liegenschaften unter kaufmännischen, technischen und infrastrukturellen Aspekten
8	24.02.2012	16.02.2012	17.02.2012	Seminare, Tagungen, Kongresse* (Sonderbeilage und Web-Präsenz) 2. Quartal 2012, www.der-betrieb.de/veranstaltungen
9	02.03.2012	23.02.2012	27.02.2012	
10	09.03.2012	01.03.2012	05.03.2012	
11	16.03.2012	08.03.2012	12.03.2012	
12	23.03.2012	15.03.2012	19.03.2012	DBspezial: Unternehmensnachfolge – Steuerliche Auswirkungen beim Verkauf von Firmenanteilen, Erbschaft, Schenkung oder Stiftung
13	30.03.2012	22.03.2012	26.03.2012	IT-Guide* (Sonderbeilage + Web-Präsenz) www.der-betrieb.de/IT Bewertungspraktiker – Beilage zur praxisorientierte Wertermittlung von Unternehmen und deren Vermögensteilen.
14	05.04.2012	29.03.2012	02.04.2012	Buchkalender II* (Sonderbeilage + Web-Präsenz) www.der-betrieb.de/fachliteratur
15	13.04.2012	05.04.2012	05.04.2012	
16	20.04.2012	12.04.2012	16.04.2012	
17	27.04.2012	19.04.2012	23.04.2012	DBspezial: Compliance – Einhaltung von gesetzlichen Bestimmungen, regulatorischen und ethischen Standards.
18	04.05.2012	26.04.2012	30.04.2012	
19	11.05.2012	03.05.2012	07.05.2012	

20	18.05.2012	10.05.2012	14.05.2012	DBspezial: Mittelstandsfinanzierung – Finanzierungsalternativen abseits des klassischen Bankkredits insbesondere für Start-Ups, Small- and Mid-Caps
21	25.05.2012	16.05.2012	21.05.2012	Seminare, Tagungen, Kongresse (Sonderbeilage und Web-Präsenz) 3. Quartal 2012, www.der-betrieb.de/veranstaltungen
22	01.06.2012	24.05.2012	25.05.2012	
23	08.06.2012	31.05.2012	04.06.2012	
24	15.06.2012	06.06.2012	11.06.2012	DBspezial: Öffentliche Fördermittel – Aktuelle Übersicht von förderungsfähigen Projekten und Investitionen
25	22.06.2012	14.06.2012	18.06.2012	Bewertungspraktiker – Beilage zur praxisorientierte Wertermittlung von Unternehmen und deren Vermögensteilen
26/27	06.07.2012	28.06.2012	02.07.2012	Buchkalender III* (Sonderbeilage + Web-Präsenz) www.der-betrieb.de/fachliteratur
28	13.07.2012	05.07.2012	09.07.2012	
29	20.07.2012	12.07.2012	16.07.2012	
30	27.07.2012	19.07.2012	23.07.2012	
31	03.08.2012	26.07.2012	30.07.2012	
32	10.08.2012	02.08.2012	06.08.2012	
33	17.08.2012	09.08.2012	13.08.2012	
34	24.08.2012	16.08.2012	20.08.2012	Seminare, Tagungen, Kongresse* (Sonderbeilage und Web-Präsenz) 4. Quartal 2012, www.der-betrieb.de/veranstaltungen
35	31.08.2012	23.08.2012	27.08.2012	
36	07.09.2012	30.08.2012	03.09.2012	
37	14.09.2012	06.09.2012	10.09.2012	IT-Guide* (Sonderbeilage + Web-Präsenz) www.der-betrieb.de/IT
38	21.09.2012	13.09.2012	17.09.2012	DBspezial: HR-Management – Karriere, Personalmanagement und -führung in Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberaterkanzleien
39	28.09.2012	20.09.2012	24.09.2012	Buchkalender IV* (Sonderbeilage + Web-Präsenz) www.der-betrieb.de/fachliteratur Bewertungspraktiker – Beilage zur praxisorientierten Wertermittlung von Unternehmen und deren Vermögensteilen
40	05.10.2012	27.09.2012	01.10.2012	DBspezial: Office Equipment – Effektive Arbeitswelten und moderne Büroausstattung
41	12.10.2012	04.10.2012	08.10.2012	
42	19.10.2012	11.10.2012	15.10.2012	DBspezial: Unternehmensnachfolge – Steuerliche Auswirkungen beim Verkauf von Firmenanteilen, Erbschaft, Schenkung oder Stiftung
43	26.10.2012	18.10.2012	22.10.2012	
44	02.11.2012	25.10.2012	29.10.2012	
45	09.11.2012	31.10.2012	05.11.2012	
46	16.11.2012	08.11.2012	12.11.2012	DBspezial: Mittelstandsfinanzierung – Finanzierungsalternativen abseits des klassischen Bankkredits insbesondere für Start-Ups, Small- and Mid-Caps
47	23.11.2012	15.11.2012	19.11.2012	Seminare, Tagungen, Kongresse* (Sonderbeilage und Web-Auftritt) 1. Quartal 2013, www.der-betrieb.de/veranstaltungen
48	30.11.2012	22.11.2012	26.11.2012	
49	07.12.2012	29.11.2012	03.12.2012	
50	14.12.2012	06.12.2012	10.12.2012	
51	21.12.2012	13.12.2012	17.12.2012	Bewertungspraktiker – Beilage zur praxisorientierten Wertermittlung von Unternehmen und deren Vermögensteilen

* bitte beachten Sie die abweichenden Anzeigenschlusstermine auf Seite 3

Anzeigenformate, Preise, Nachlässe	Beilagen, Beihemer, Beikleber, Druckunterlagen, Verarbeitung	Themen- und Terminplan	DER BETRIEB online	Sonderpublikationen, Redaktion/Verlag Umfangs-, Inhalts-Analyse	Aufgaben- und Verbreitungs-Analyse Kurzfassung der Erhebungsmethode	Leser-Struktur-Analyse	Kurzfassung der Erhebungsmethode, Jahresumsätze, Mandantenzahl	Allgemeine Geschäftsbedingungen
------------------------------------	--	------------------------	--------------------	---	---	------------------------	--	---------------------------------

DER BETRIEB online/DER BETRIEB Newsletter

Durchschnittlich verzeichnet **www.der-betrieb.de** rund 320.000 Page Impressions pro Monat und über 70.000 Visits. Die Verweildauer jedes Besuchers liegt im Durchschnitt bei 4:42 Minuten mit einem konstanten Seitenabruf von 4,4 Seiten pro Besuch.

Klassische Formate wie Halfsize-, Fullsize- und Bigsize-Banner, Medium/Premium Rectangle, Skyscraper, Wallpaper, Microsite und Textanzeigen werden durch crossmediale Produkte im Stellen-, Buch- und Veranstaltungsbereich ergänzt.



Der wöchentliche **Newsletter** von DER BETRIEB erreicht rund 6.000 Abonnenten. Der Leser wird bereits donnerstags informiert, welche Themen freitags aktuell im Heft erscheinen werden. Ein großer Serviceteil mit Hinweisen zu aktuellen Stellenangeboten und Veranstaltungen rundet das Angebot ab.



Berücksichtigen Sie bei Ihrer Kampagnenplanung die Vorteile des crossmedialen Ansatzes:

- Setzen Sie auf Print und profitieren Sie vom seriösen Umfeld von DER BETRIEB.
- Nutzen Sie die Interaktivität des Online-Mediums und erreichen Sie schnell und flexibel Ihre Zielgruppen.
- Erhöhen Sie den Werbedruck und die Reichweite Ihrer Kampagne durch Newsletter-Werbung.

Rufen Sie mich an: Bernd Erbes, Tel.: 02 11/887-15 25, gerne plane ich mit Ihnen Ihren maßgeschneiderten Auftritt.

Formate & Preise

Für Online-Werbung stehen Ihnen auf www.der-betrieb.de die klassischen Möglichkeiten der Online-Kommunikation zur Verfügung. Die Funktionsweise der einzelnen Werbeformen können Sie auf unserer Website www.ad-on-line.de in der Rubrik „Werbeformen“ live erleben. Die Formatgrößen der einzelnen Werbeformen sind in Pixel angegeben.

	Premium Homepage Auslieferung 20.000 Pl's	Steuerrecht Auslieferung 1.400 Pl's	Betriebs- wirtschaft Auslieferung 1.000 Pl's	Arbeitsrecht Auslieferung 800 Pl's	Wirtschafts- recht Auslieferung 400 Pl's
Halfsize-Banner (234 x 60)	760 €	57 €	40 €	32 €	24 €
Fullsize-Banner (468 x 60)	1.180 €	95 €	70 €	55 €	42 €
Layer-Ad/Flash-Layer/Shaped Pop-Up (ca. 300 x 300)	2.060 €	165 €	120 €	95 €	72 €
Super-Banner (728 x 90)	1.900 €	143 €	100 €	80 €	60 €
Skyscraper (150 x 600)	1.620 €	131 €	95 €	75 €	57 €
Pop-Under (max. 400 x 300)	1.520 €	121 €	85 €	70 €	51 €
Rectangle (max. 300 x 250)	1.770 €	140 €	100 €	80 €	40 €
Wallpaper	3.160 €	274 €	195 €	155 €	117 €
Page Peel, Banderole, Microsite	möglich, Preise auf Anfrage				
Whitepaper	ab 50 € per Lead, Details auf Anfrage				
Die genannten Preise verstehen sich als Festpreise pro Kalenderwoche in Euro zzgl. der gültigen MwSt. abzgl. Rabatte. Gerne nennen wir Ihnen die jeweils aktuellen Abrufzahlen. Rufen Sie uns kurz an oder senden eine E-Mail. Wir freuen uns auf den Dialog mit Ihnen!					



DER BETRIEB Veranstaltungen bietet Seminare für Führungskräfte privater und öffentlicher Unternehmen ebenso wie Seminare für das Top Management an. Die Seminare decken ein breites Spektrum betriebswirtschaftlicher Themen ab: Finanzen/Rechnungswesen, Internationale Rechnungslegung, Controlling, Finanzierung, Unternehmensbewertung, Steuern/Recht sowie Management/Strategie.

Wir bieten Ihnen attraktive neue Angebotsformen und die crossmediale Verknüpfung von Zeitschrift, Online-Angeboten und Präsenzveranstaltungen an. Produktlösungen aus einer Hand.

DER BETRIEB Sonderpublikation

Mit TAXaffairs sind Sie Ihr eigener Herausgeber und Chefredakteur!

Mit der Sonderbeilage TAXaffairs können Sie Ihre Kommunikationsziele einer ausgewählten Leserschaft vorstellen. Als Supplement konzipiert, berücksichtigt TAXaffairs inhaltlich alle Themen, Vorgaben und Wünsche, die Sie als Kunde an ein hochwertiges Magazin stellen. Die Kombination aus Ihren Inhalten und einem anspruchsvollen Layout machen TAXaffairs zu einem besonderen Kommunikationsprodukt.

Ich berate Sie gerne:

Bernd Erbes • Crossmediasales • Tel. (02 11) 887-1525 • Fax (02 11) 887-1500 • E-Mail: fz.rws@fachverlag.de

Konzept TAXaffairs

Das von Ihnen inhaltlich gestaltete TAXaffairs liegt der Fachzeitschrift DER BETRIEB bei. Mit TAXaffairs erreichen Sie die Leser auf der inhaltlichen und durch Implementierung von Anzeigen auch auf der werblichen Seite. Dadurch können Sie verschiedene Marketing- und Kommunikationsziele verfolgen, wie z.B.:

- Vorstellung des Unternehmens
- Beschreibung einer Dienstleistung
- Bewerbung eines neuen Produktes
- Gewinnung neuer Kunden

Die geschickte Kombination von redaktionellen Inhalten und Anzeigen ermöglicht einen hohen Informationstransfer in Richtung Leser und Geschäftspartner.

TAXaffairs Fortdrucke und **TAXaffairs goes online** können optional hinzugebucht werden.

Die Preise für die Sonderpublikation TAXaffairs richten sich nach dem jeweiligen Umfang. Rufen Sie uns einfach an und teilen Sie uns Ihre Wünsche mit.



1 Kurzcharakteristik:

Betriebswirtschaft, Steuerrecht, Wirtschaftsrecht, Arbeitsrecht, – in diesen Bereichen ist das entscheidende Wissen laufend im Umbruch. Mit seiner Berichterstattung aus vier in sich abgeschlossenen Fachgebieten garantiert DER BETRIEB seinen Lesern einen umfassenden Überblick. Erfahrene Redakteure wählen Woche für Woche aus, was wichtig ist. Renommiertere Autoren aus Wissenschaft, Rechtsprechung, Verwaltung und Praxis kommentieren Gesetze, Urteile und aktuelle Entwicklungen und geben Sicherheit für die richtigen Entscheidungen. Bei Führungskräften in Unternehmen, bei Beratern, aber auch bei Verbänden, in Kammern und Behörden zählt DER BETRIEB daher seit langem zur wöchentlichen „Pflichtlektüre“.

2 Organ: –

3 Herausgeber: –

4 Redaktion: Geschäftsführender Redakteur: Oliver Holzinger

5 Anzeigen: Anzeigenleitung: Ralf Pötzsch
Crossmediasales: Bernd Erbes, Simone Färber
Referent Mediasolutions: Jochen Kolb
Disposition: Simone Herrmanns
Gesamtleitung Media Marketing: Sandro Cristofoli

6 Jahrgang/Jahr: 65. Jahrgang 2012
Erscheinungsweise: wöchentlich, freitags

7 Verlag: Fachverlag der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH
8 Postanschrift: Postfach 105465, 40045 Düsseldorf
9 Telefon: 02 11/887-15 25
10 Fax: 02 11/887-15 00
11 E-Mail: fz.rws@fachverlag.de
Internet: www.der-betrieb.de

12 Erscheinungs-/
Redaktionsplan: siehe Themen- und Terminplan

13 Bezugspreis: Jahresabonnement Inland
€ 396,00 (inkl. MwSt. zzgl. Versandkosten)

Einzelverkaufspreis
€ 11,00 (inkl. MwSt. zzgl. Versandkosten)

14 Umfangs-Analyse 2010: Nicht erhoben

15 Inhalts-Analyse
des Redaktionsteils: Nicht erhoben

16 Auflagenkontrolle:



17 Auflagen-Analyse: Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt (1. Juli 2010 bis 30. Juni 2011)

Druckauflage: 21.134

**Tatsächlich
verbreitete
Auflage (tvA):** 20.785

Verkaufte Auflage: 19.427

Abonnierte Exemplare: 14.958 davon Mitgliederstücke: 0
Sonstiger Verkauf: 4.468
Einzelverkauf: 1

Freistücke: 1.358

18 Geografische Verbreitungs-Analyse

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächl. verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	98,65	20.504
Ausland	1,35	281
Tatsächlich verbreitete Auflage	100,00	20.785
Nielsen-Gebiet 1	14,01	2.912
Nielsen-Gebiet 2	32,06	6.664
Nielsen-Gebiet 3a	13,79	2.867
Nielsen-Gebiet 3b	12,91	2.683
Nielsen-Gebiet 4	13,89	2.887
Nielsen-Gebiet 5	4,44	923
Nielsen-Gebiet 6	3,29	683
Nielsen-Gebiet 7	4,26	885
Inland	98,65	20.504

Kurzfassung der Erhebungsmethode

Verbreitungs-Analyse durch Dateiauswertung

Total-Erhebung

1. Beschaffenheit der Datei:

In der Empfängerdatei sind die Anschriften aller Empfänger auf EDV erfasst. Die Datei ist nach Inlands- und Auslands-Empfängern gegliedert. Die Anschriften der Inlands-Empfänger sind ortsalphabetisch, die der Auslands-Empfänger nach Ländern sortiert.

2. Untersuchungsform:

Verbreitungs-Analyse durch Dateiauswertung – Total-Erhebung.

3. Tag der Auflistung für die Total-Erhebung:

30. Juni 2011

4. Struktur der Empfängerschaft bei Erhebungsbeginn:

a) Gesamtzahl der Empfänger in der Datei:	20.785
b) Struktur einer Ausgabe nach Vertriebsformen:	
– Empfänger in der Datei verkaufte Auflage	19.427
– Empfänger in der Datei ständige Freistücke	1.358
	<hr/>
	20.785

Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)

davon Inland 20.504
davon Ausland 281

5. Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA)	20.785	=	100,00%
Davon nicht erfasst:			
– Einzelverkauf	0	=	0,00%
– Sonstiger Verkauf	4.468	=	21,50%
– Werbeexemplare	0	=	0,00%
<hr/>			
Die Untersuchung repräsentiert	Empfänger 16.317	=	78,50%
	<hr/>		
	von der Grundgesamtheit (tvA)		

6. Beschreibung der Erhebung:

Die Auswertung basiert auf der Gesamtdatei. Die ermittelten Anteile für die Verbreitung in der Bundesrepublik Deutschland und im Ausland wurden auf die tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt gemäß AMF-Ziffer 17 projiziert.

7. Zielperson der Untersuchung:

Entfällt.

8. Definition des Lesers:

Entfällt.

9. Schwankungsbreite:

Entfällt.

10. Durchführung der Untersuchung:

Verlag.

11. Zeitraum der Untersuchung:

Juni 2011.

Diese Untersuchung entspricht in Anlage, Durchführung und Berichterstattung dem ZAW-Rahmenschema für Werbeträger-Analysen in der aktuellen Fassung.

19 Branchen/Wirtschaftszweige/Fachrichtungen/Berufsgruppen

Nummer der Grundsystematik	Empfängergruppen Bezeichnung laut „Systematik der Wirtschaftszweige“ des Statistischen Bundesamtes	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
		%	Exemplare
01–31 40–42	Industrie, Handel, Dienstleistungsunternehmen (ohne Rechts- und Steuerberatung, Wirtschaftsprüfung)	26,0	5.278
74.12	Rechts- und Steuerberatung/Wirtschaftsprüfung	60,0	12.179
	Andere	14,0	2.842
	Tatsächlich verbreitete Auflage	100,0	20.299

20 Größe der Wirtschaftseinheit

	Anteil an tatsächl. verbreiteter Auflage %	Exemplare
bis 9 Mitarbeiter	27,4	5.562
10 bis 49 Mitarbeiter	25,0	5.075
50 bis 199 Mitarbeiter	12,3	2.497
200 bis 999 Mitarbeiter	14,0	2.842
1.000 Mitarbeiter und mehr	16,3	3.309
keine Angabe	5,0	1.014
Tatsächlich verbreitete Auflage	100,0	20.299

22 Alter

	Anteil an tatsächl. verbreiteter Auflage %	Exemplare
bis 29 Jahre	4,0	812
30 bis 39 Jahre	21,0	4.263
40 bis 49 Jahre	26,0	5.278
50 bis 59 Jahre	31,0	6.293
ab 60 Jahre	17,0	3.451
keine Angabe	1,0	202
Tatsächlich verbreitete Auflage	100,0	20.299

21 Schulbildung/Berufliche Vorbildung

	Anteil an tatsächl. verbreiteter Auflage %	Exemplare
Universität/Hochschule	79,0	16.036
Fachschule	14,0	2.842
Sonstige	7,0	1.421
Tatsächlich verbreitete Auflage	100,0	20.299

23 Gemeindegrößenklassen

Merkmale wurden nicht erhoben, da der Nutzungswert dieser Fachzeitschrift beim Leser hiervon nicht davon abhängig ist.

Stellung im Unternehmen/Teilgruppe Angestellte

	Anteil an tatsächl. verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Geschäftsführer, Vorstand	14,0	2.842
Prokurist, Abteilungsleiter, ltd. Angestellter	55,0	11.164
Fachkraft, Sacharbeiter	25,0	5.075
Sonstige	6,0	1.218
	100,0	20.299

Mediennutzung DER BETRIEB

Durchschnittliche Lesedauer	44,6 Minuten
Durchschnittliche Seitenkontaktchance	43,0%
LpE	3,1

Brutto-Jahreseinkommen aus beruflicher Tätigkeit

	%
bis 75.000 Euro	25,0
75.000 bis unter 100.000 Euro	10,0
100.000 bis unter 150.000 Euro	18,0
über 150.000 Euro	14,0
keine Angaben	33,0
Durchschnittliches Einkommen	94,3 Tsd. Euro

Geschlecht der befragten Person

männlich	77,0%
weiblich	23,0%

Beruflicher Status

Angestellter	59,0%
Freiberuflich	24,0%
Selbstständig	17,0%
Basis: 252 Netto-Interviews = 100 %	

Kurzfassung der Erhebungsmethode

Leser-Struktur-Analyse durch mündliche (telefonische) Erhebung

Stichproben-Erhebung

1. Beschaffenheit der Datei:

In der Empfängerdatei sind die Anschriften aller Empfänger aufgeführt. Aufgrund der postalischen Angaben kann die Datei nach Postleitzahlen sortiert werden.

2. Untersuchungsmethode:

Leser-Struktur-Analyse durch telefonische Erhebung – Stichproben-Erhebung.

3. Tag der Stichproben-Ziehung:

25. Juli 2011

4. Struktur der Empfängerschaft DER BETRIEB:

a) Gesamtzahl der Empfänger in der Datei:	18.467
b) Struktur der Empfängerschaft einer aktuellen durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:	
– Verkaufte Auflage	18.952
davon: Abo	14.405
davon: sonstiger Verkauf	4.547
– Ständige Freistücke/Werbeexemplare	1.347
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	20.299

5. Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA)	20.299 = 100,00%
Davon in der Untersuchung nicht erfasst:	1.827 = 9,00%
– Werbeexemplare	1.347
– Buchhandel	168
– Studentenabonnements	234
– Rechnungsanschrift Ausland	83
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA)	<u>18.472 = 91,00%</u>

6. Beschreibung der Stichprobe:

Einfache Random-Auswahl per Schrittziffer aus der Datei der Empfänger (400 Adr.).

Stichprobenneutrale Ausfälle:

Ausgangs-Stichprobe:	400 Fälle = 100,00%
Abonnet besteht nicht mehr	11 Fälle = 2,75%
Adresse/Telefonnummer falsch, nicht ermittelbar	34 Fälle = 8,50%

Ausfälle gesamt: 45 Fälle = 11,25%

Brutto-Stichprobe: 355 Fälle = 100,00%

Ausfälle:

Zielperson nicht erreicht	29 Fälle = 8,20%
Zielperson bricht Befragung ab	7 Fälle = 2,00%
Beantwortung der Befragung verweigert	67 Fälle = 18,90%

Ausfälle gesamt: 103 Fälle = 29,00%

Netto (auswertbare Fälle): 252 Fälle = 71,00%

7. Zielperson der Untersuchung:

In der Grundgesamtheit wird die Fachzeitschrift an persönliche und an betriebliche Anschriften geliefert. Befragt wurde der hauptsächliche Leser von DER BETRIEB im Unternehmen/der Dienststelle.

8. Definition des Lesers:

Hauptsächlicher Leser von DER BETRIEB.

9. Schwankungsbreite:

Die Ergebnisse einer auf Random-Auswahl basierenden Untersuchung unterliegen statistischen Schwankungsbreiten.

Die maximale gemäß ZAW anzugebende Schwankungsbreite beim Mittelwert von 50% (höchster theoretischer Wert) bei einer 90%igen Sicherheit und bei 250 ausgewerteten Nettofällen beträgt $\pm 5,2\%$.

10. Durchführung der Untersuchung:

Media Markt Analysen GmbH & Co.KG, Frankfurt.

11. Befragungszeitraum:

Die Durchführung der telefonischen Befragung erfolgte in der Zeit August/September 2011.

Diese Untersuchung entspricht in Anlage, Durchführung und Berichterstattung dem ZAW-Rahmenschema für Werbeträger-Analysen, 8. Auflage, Jg. 1994.

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 Aufträge 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 kennlich 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 nach einer 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, Matrern 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 Auftrages 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 Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die zugesicherte Auflage unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung 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 Preisminderungsansprüche 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 Werbemittel und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages

zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlervergütung in Höhe von 15% bezogen auf das jeweils vermittelte Kundennetto (Bruttotarifpreis abzüglich kundenorientierter 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 Auftragsauftrags 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 einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags 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, grafischen 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 Werktage 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.rws@fachverlag.de

Anzeigenleitung

Ralf Pötzsch

Tel. (02 11) 8 87-14 90
Fax (02 11) 8 87-15 00
E-Mail: fz.rws@fachverlag.de

Crossmediasales

Bernd Erbes

Tel. (02 11) 8 87-15 25
Fax (02 11) 8 87-15 00
E-Mail: fz.rws@fachverlag.de

Simone Färber

Tel. (02 11) 8 87-15 96
Fax (02 11) 8 87-15 00
E-Mail: fz.rws@fachverlag.de

Eva Marx

Tel. (02 11) 8 87-14 81
Fax (02 11) 8 87-15 00
E-Mail: fz.rws@fachverlag.de

Günter Lambertz

Tel. (02 11) 8 87-14 99
Fax (02 11) 8 87-15 00
E-Mail: fz.rws@fachverlag.de

Disposition

Simone Herrmanns

Tel. (02 11) 8 87-15 11
Fax (02 11) 8 87-15 00
E-Mail: fz.rws@fachverlag.de

Im Ausland

Schweiz

Edirep AG
Vittorio Tottoli
Alte Landstraße 55
Postfach 458
CH-8802 Kilchberg/ZH
Tel. (+41) 43 31 10-8 30
Fax (+41) 43 31 10-8 31

Großbritannien/Irland

Stephen Robinson
Crane Media Partners Ltd.
20-28 Dalling Road
Hammersmith
London
W6 0JB
UK
Tel. (+44) 20 82 37 86 01
Fax (+44) 20 87 48 65 80
E-Mail: steve@cranemedia.co.uk