



Mediadata 2010



PROFILE

POSITIONING ▶ For already 58 years, **unternehmermagazin** focuses on the political, professional and private needs of family firms in the upper bracket of the German Mittelstand. This includes owners, partners, owner-managers and board members of medium and large-sized businesses – many of whom are German, European and global market leaders. The magazine's long-standing USP is concentration on truly independent decisionmakers.

MARKET POSITION ▶ From 1953 to 2001, **unternehmermagazin** was the official national voice of the »Arbeitsgemeinschaft Selbständiger Unternehmer« (ASU) and »Bundesverband Junger Unternehmer« (BJU). Since 2002, the magazine has operated as an independent publication under the umbrella of Bonn-based Unternehmer Medien GmbH whose shareholders are all heads of medium-sized family-run enterprises themselves. Today, the magazine is coverage leader in its segment.

BUSINESS-TO-BUSINESS ▶ **unternehmermagazin's** personally addressed readers hold equity capital and sole decisionmaking authority, assume overall management responsibility and decide personally on major business investments. The magazine reaches entrepreneurs with workforces numbering well beyond fifty. Annual sales of these largely internationally operating companies range from € 2 million to more than € 2 billion.

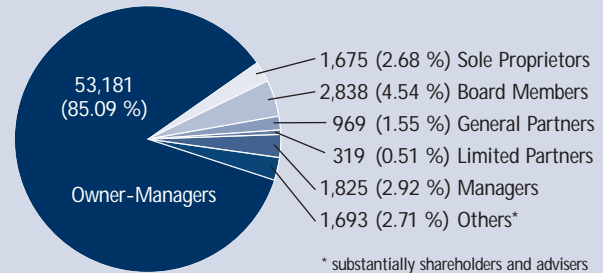
BUSINESS-TO-CONSUMER ▶ The amount of privately owned capital held by **unternehmermagazin's** readers is extraordinary. Average net income is far higher than other groups of the population. Owner-managers and board members are well-situated, prosperous or wealthy, well-versed in investments and show an interest in exclusive consumer goods. What's more, they often have their private property managed by »Family Offices«.

COMMUNICATION ▶ The top professional status enjoyed by **unternehmermagazin's** readers is no less extraordinary. Their general entrepreneurial skills, high levels of education and social standing guarantee ideal advertising impact in the B-to-B and B-to-C sectors. High-class products and services produce optimal awareness, high response and excellent facilitator effects, not least with regard to distinct subsidiaries and shareholdings.

EDITORIAL PHILOSOPHY ▶ **unternehmermagazin** has always been flying the flag for the market economy and competitive base. Its economy-focussed front-page topics are opinion formers. Special features spotlight core business responsibilities. Respected entrepreneurs, prominent university lecturers, foremost politicians and top industry association representatives as well as leading specialist book writers appear in bylined articles.

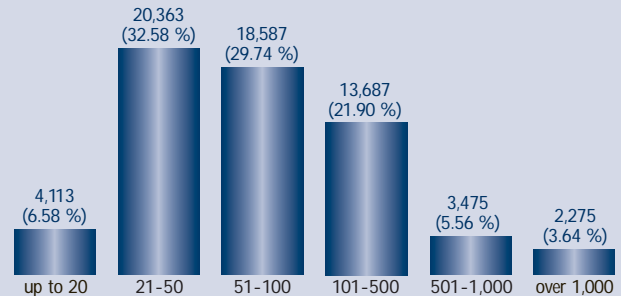
Readership Analysis: Status within company

(Data Basis: Regular subscribers, n = 36,210 of 62,500 recipients)



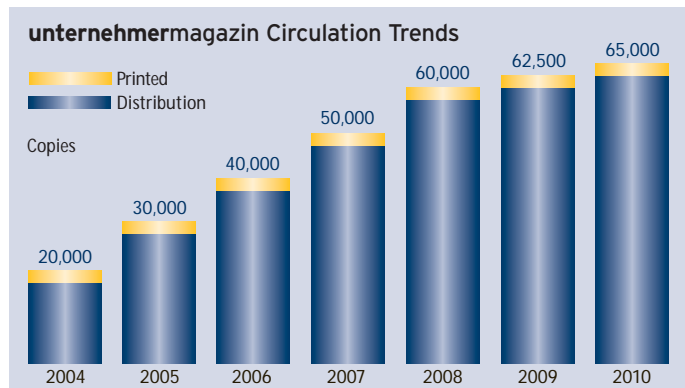
Readership Analysis: Company employees

(Data Basis: Regular subscribers, n = 36,210 of 62,500 recipients)





	Print run	Actual circulation
2010	65,000 copies	64,550 copies
III. quarter 2009	62,500 copies	62,048 copies
III. quarter 2008	60,000 copies	59,553 copies
Cost per thousand		
2008 = € 166.24	2009 = € 159.55	2010 = € 153.37



Publisher **Unternehmer Medien GmbH**
Schlossallee 10 • 53179 Bonn, Germany

tel: +49 (0)228/95459-0 fax: +49 (0)228/95459-80
 email: verlag@unternehmermagazin.de
 Internet: www.unternehmermagazin.de

Management **Dr. Reinhard Nenzel** tel.: +49 (0)228/95459-10

Chief Editor **Dr. Reinhard Nenzel** tel.: +49 (0)228/95459-10

Editorial staff **Frank Schmidt M.A.** (Managing Editor) tel.: +49 (0)228/95459-91

Christina Rothstein M.A. tel.: +49 (0)228/95459-82

Dipl.-Journ. Miriam Beiseler tel.: +49 (0)228/95459-85

Carsten Becher M.A. tel.: +49 (0)228/95459-90

Patrick Kruschinski M.A. tel.: +49 (0)228/95459-93

Kirsten Sterz M.A. tel.: +49 (0)228/95459-95

Ad-Space Marketing **Tobias Jansen M.A.** tel.: +49 (0)228/95459-84

Graphics **Dipl.-Gr.-Des. Heidrun Bahmann** tel.: +49 (0)228/95459-86

Published since 1953 (58th year)












Price Annual subscription : Germany € 75
 Europe € 85 • Overseas € 125
 (Price incl. VAT and postage) • Single issue € 9.50

Bank details Postbank Köln 7327-507 • BLZ 370 100 50 • IBAN DE75 3701 0050 0007 3275 07 • SWIFT-BIC PBNKDEFF • Spar-
 kasse KölnBonn 43500164 • BLZ 370 501 98 • IBAN DE43 3705 0198 0043 5001 64 • SWIFT-BIC COLSDE33 •
 HSBC Trinkaus 10901006 • BLZ 300 308 80 • IBAN DE26 3003 0880 0010 9010 06 • SWIFT-BIC TUBDDEDD



ADVERTISING PRICE LIST NO. 40

Valid from 1st January 2009 • Prices net ex VAT

Size in page fractions	Width & height		Black & white	Two colours	Three colours	Four colours
	Type area	Cut				
 1/1	178 x 252	210 x 280	€ 9,150	€ 9,400	€ 9,650	€ 9,900
  2/3 Vertical 2/3 Horizontal	117 x 252 178 x 168	133 x 280 210 x 184	€ 6,750	€ 7,200	€ 7,250	€ 7,500
  1/2 Vertical 1/2 Horizontal	86,5 x 252 178 x 123	103 x 280 210 x 139	€ 5,150	€ 5,400	€ 5,650	€ 5,900
  1/3 Vertical 1/3 Horizontal	56 x 252 178 x 81	72 x 280 210 x 97	€ 4,000	€ 4,250	€ 4,500	€ 4,750
  1/4 1/6	86,5 x 123 56 x 123		€ 2,900 € 1,750	€ 3,150 € 2,000	€ 3,400 € 2,250	€ 3,650 € 2,500
 Island ad 1/1 panorama	56 x 50 388 x 123	420 x 139	€ 900 € 9,150	€ 950 € 9,400	€ 1,000 € 9,650	€ 1,050 € 9,900
 2/1	388 x 252	420 x 280	€ 16,400	€ 16,900	€ 17,400	€ 17,900

Cut plus 3mm trim on the edges – gutter bleed: gutter width 32 mm (other formats upon request)

Format 210 mm wide x 280 mm high (magazine format)

Type area 178 mm wide x 252 mm high • 3 columns each 56 mm

Print cut 210 mm wide x 280 mm high
(plus 3 mm trim on all four edges)

Colours Euroscale, other colours on request. Marginal shade differences due to tolerances of offset process.

Circulation 65,000 copies nationwide

Printing process Rotary offset

Print-ready files Digital (open QuarkXPress-file or exposable pdf). Profile: ISO Web Coated. Proofs must be colour binding.

Forwarding address for print-ready files **Publisher: Unternehmer Medien GmbH**, Schlossallee 10, D - 53179 Bonn, Germany • Contact person: Dipl.-Grafik-Des. Heidrun Bahmann, tel: +49 (0)228/95459-86, fax: -80, email: bahmann@unternehmermagazin.de

Binding Stapled

Frequency Monthly (eight actual issues) • Combined issues for January/February (1/2), May/June (5/6), July/August (7/8) and November/December (11/12)

Discounts	Repeat ad rebate	Quantity rebate
	3 ads 3 %	3 pages 3 %
	5 ads 5 %	5 pages 5 %
	8 ads 10 %	8 pages 10 %

Job advertisements Applies for ads placed in one calendar year. Colours also subject to discount. No surcharge for print cut and gutter bleed.

Inserts Special price: € 7.50 per mm.
€ 150 per thousand up to 25 g • € 175 per thousand up to 50 g (both ex VAT). Other weights on request.

Format Maximum 205 mm (width) x 275 mm (height)

Stapled inserts € 175 per thousand up to 50 g (ex VAT), four-sided, on client's own paper. Bound into centre of magazine. Other solutions (incl. printing) on request.

Format Maximum 210 mm (width) x 280 mm (height), plus 3 mm trim at the edges. Delivered folded, uncut.

Adhesive inserts € 75 per thousand (ex VAT).
Formats, weights and placements on request.

Forwarding address for inserts, stapled inserts and adhesive inserts **Printing Office: L. N. Schaffrath GmbH & Co. KG**, Marktweg 42-50 • D - 47608 Geldern • Contact person: Birgit Schmetter • tel: +49 (0)2831/396152 • fax: +49 (0)2831/396280 • email: b.schmetter@schaffrath.de



TOPICS & IMPORTANT DATES (subject to change | Reservations: 2 weeks before DOP • Print data: 1 week before DOP)

Issue	Front-Page Topics	Specials	Extras	Published
1/2 • 2009	»Mittelstand« Financing Tools Products Partners	Commercial Real Estate Objects Management Optimization	Leasing Factoring Collection Standards Effects Options	Feb 26, 2010
3 • 2009	Economic Promotion Politics Concepts Budgets	Energy for Industrial Consumers Resources Purchase Efficiency	Development Banks Providers Programs Volumes	Mar 26, 2010
4 • 2009	Germany Plc Jobs Education Innovation	Corporate Financing Banks Stock Market Investors	Corporate Pension Plan Choices Benefit Innovations	Apr 30, 2010
5/6 • 2009	»Mittelstand« within Europe Infrastructure Trade Logistics	Vehicle Fleets & Company Cars Brands Models Management	Foreign Banks Addresses Focus Services	Jun 25, 2010
7/8 • 2009	Global Market Leaders from Germany Industries Niches Prospects	Mergers & Acquisitions Valuing Trading Financing	Private Equity Advantages Costs Consequences	Aug 27, 2010
9 • 2009	Internationalization Markets Margins Competition	Insurances Risks Policies Premiums	Global Mobility in »Mittelstand« Tools Tariffs Travel Management	Sep 24, 2010
10 • 2009	Climate Change and Climate Protection Tasks Measures Industries	Modern Working Environments Office IT (Mobile) Communication	Alternative Investments Topics Returns Tendencies	Oct 22, 2010
11/12 • 2009	Succession Donating Inheriting Selling	Private Banking Wealth Management & Family Offices	Annual Statements and Balances Schedule Audit Arrangement	Nov 19, 2010

rubric

Reports from German Mittelstand

Enterpriser & Enterprises

Remarkable economic events as well as the present business state of leading german family companies are subjects of this traditional rubric. Most recently, there were, among others, reports on the following branch leaders ▶ Sennheiser electronic GmbH & Co. KG, Wedemark ▶ Alfred Ritter GmbH & Co. KG, Waldenbuch ▶ Ohropax GmbH, Wehrheim ▶ Mast-Jägermeister AG, Wolfenbüttel ▶ Voith AG, Heidenheim ▶ Knipex-Werk C. Gustav Putsch KG, Wuppertal ▶ Otto Boge GmbH & Co. KG, Bielefeld ▶ Mennekes Elektrotechnik GmbH & Co. KG, Kirchhundem ▶ Rampf Holding GmbH & Co. KG, Grafenberg ▶ Vorwerk & Co. KG, Wuppertal ▶ Ravensburger AG, Ravensburg ▶ geobra Brandstätter GmbH & Co. KG, Zirndorf ▶ Pöschl Tabak GmbH & Co. KG, Geisenhausen ▶ Westfalen AG, Münster ▶ Jörger Armaturen- und Accessoire-Fabrik GmbH, Mannheim ▶ Leysieffer GmbH & Co. KG, Osnabrück.

rubric

Strategy and Operative Business

Managing a Family-Owned Business

»Bestände sind böse« (»Inventories Are Evil«) ▶ This compendium for entrepreneurs deals with production as a strategic weapon. Core topic is the optimal workflow which helps to get rid of postponements, delivery delays, missing parts, machine failures, and other mischief. Author Dr. Thomas Hartmann shares his experience and his success as managing director of a world market company. We print excerpts from this book which was first published in 2007 and soon became the new bestseller of Unternehmer Medien GmbH.

rubric

Key Account and Premium Customers

Horsepower

Classic vehicles for entrepreneurs and executives, sports cars, and luxury automobiles for corporate and private use. New series and models are presented.

rubric

Accretion and Returns

Capital Investment & Assets



PRIVATE BANKS



STOCK MARKET
EVENTS



CERTIFICATES



CLOSED-END FUNDS



REAL ESTATE

The owners of medium and large-size family companies who are being addressed with **unternehmermagazin** possess diversified grown private fortunes with large real estate properties at home and abroad. This absolute premium selection of the German readers market gives access to highly solvent (multi) millionaires who are broadly invested with »old money« in all asset classes and have a natural interest in tax sparing arrangements as well as in the sustainable accretion of their material resources.

Due to the growing need for orientation with today's increasing variety of the international investment spectrum, **unternehmermagazin** provides up to 12 pages for »Capital Investment & Assets« in every issue. Main topics are markets and market mechanisms, investment strategies, investment forms, supplier profiles, products and product structures. The new rubrics are ▶ Portraits of Private Banks ▶ Portraits of Issuing Houses ▶ Closed Funds in Theory and Practice (Ship Shares, Real Estate, Private Equity, Renewable Energies, Infrastructure) ▶ Column »Börsenchinesisch« ▶ Certificates & Co. ▶ Asset Management (Real Estate) ▶ Real Estate Financing ▶ Luxury Real Estate ▶ Art as Capital Investment

This highly attractive topic array offers professional decision support to experienced investing entrepreneurs in order to assess relevant proposals in terms of integrity, (implicit) risks and yield chances. This way, market participants get the optimal chance for using image and product ads address to directly and without intermediaries potential end-customers who preferably buy big tranches.



ADVERTISERS 2002 – 2009 (SELECTION)

A Air Berlin ▶ Air France ▶ ALHO ▶ Alско ▶ Alphabet Fuhrpark ▶ Alpha Business Solutions ▶ Apax ▶ Apetito ▶ Aral ▶ Arcor ▶ Assmann ▶ Atradius ▶ Audi ▶ A.T.U. ▶ Avantum ▶ Avis ▶ AXA

B Baufritz ▶ Bauwens ▶ Joh. Berenberg Gossler ▶ C. H. Beck ▶ Beisheim Center ▶ Berentzen ▶ Bertelsmann Services ▶ BIG Bremen ▶ Binz & Partner ▶ Birkel ▶ BLB Equity ▶ BMW Sicherheitsfahrzeuge ▶ Budget ▶ Bundesagentur für Außenwirtschaft (bfai/gtai) ▶ Bundesanstalt für Arbeit ▶ BMF ▶ BMWi ▶ b.u.w.

C Cadillac ▶ CapVis ▶ CargoLine ▶ Car Professional ▶ Carlson Wagonlit ▶ Charterway ▶ Cirrus Airlines ▶ Cisco ▶ Commerzbank ▶ Condor Versicherungen ▶ Conpair ▶ Continental ▶ Continuum ▶ CorporateWorld ▶ Corpus ▶ Crefo Factoring

D Dachser ▶ DaimlerChrysler ▶ DATEV ▶ DB Training ▶ Delbrück Bethmann Maffei ▶ Dell ▶ Deloitte & Touche ▶ DeltaLloyd ▶ Deutsche Bank ▶ Deutsche Factoring-Bank ▶ Deutsche Projektbau ▶ DGFP ▶ DHL ▶ Dolezych ▶ Dresden Bank ▶ DZ Equity Partner

E E.ON ▶ EOS-Holding ▶ EOS KSI ▶ Epson ▶ EQUA-Stiftung ▶ Erich Schmidt Verlag ▶ Ernst & Young ▶ Eurédit S.A. ▶ Euroforum ▶ Europe Unlimited

F Festool ▶ Ford ▶ Ford-Bank ▶ Fortis-Bank ▶ FRABA ▶ Fuchs Petrolub ▶ Fujitsu Siemens

G Garpa GmbH ▶ Gas-Union ▶ GE Capital ▶ Gerling ▶ Germania Express ▶ Glasbau Hahn ▶ GMAC Bank ▶ Goldbeck

H Hachez ▶ Handelsblatt ▶ Hannover-Finanz ▶ Hannoversche Leben ▶ Harting ▶ Hauck & Aufhäuser ▶ Haufe ▶ HDI ▶ Dr. Dr. Heissmann ▶ Heller Bank ▶ Hermle Uhren ▶ Hewlett Packard ▶ Hilton ▶ Honert & Partner ▶ Hong Kong Trade Development Council ▶ Hoppenstedt ▶ Hotel.de ▶ HRS Hotel Reservation Service ▶ HSBC Guyerzeller Bank ▶ HSBC Trinkaus & Burkhardt ▶ HSH Nordbank ▶ HSH Private Equity ▶ HSM ▶ HypoVereinsbank

I IBM ▶ IKB Dt. Industriebank ▶ IKB Beteiligungsges. ▶ Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft ▶ Innovaphone ▶ Intelligent Venture ▶ Interfinanz ▶ InterGest S.A. ▶ Investitionsbank Berlin

J Jaguar ▶ J. D. Schwimmbadbau

K Kaldewei ▶ Kanton Zug ▶ KGAL ▶ Kleusberg ▶ kmuNEXT ▶ Krombacher ▶ Krüger & Uhen

L L-Bank ▶ Lammsbräu ▶ Lampe Bank ▶ Land-Rover ▶ LEG Thüringen ▶ Lexus ▶ Lexware ▶ LfA Bayern ▶ LGT-Bank ▶ Liqui Moly ▶ Location Switzerland ▶ Lodenfrey ▶ Lorinser ▶ Lufthansa ▶ Luther RAe

M Maritim Hotels ▶ Maske ▶ Masera-ti ▶ Masterlease ▶ Mazda ▶ Mennekes ▶ Bankhaus Metzler ▶ Melitta ▶ Merck, Finck & Co. ▶ Messe Essen ▶ Microsoft ▶ Miele ▶ Mitsubishi ▶ Monster ▶ MPC

N Netjets ▶ Netherlands Foreign Investment Agency (NFIA) ▶ Innovatives Niedersachsen ▶ Nissan ▶ NRW-Bank

O Oppenhoff & Rädler ▶ Oppenheim & Cie. ▶ OMV ▶ Opodo ▶ Optima Pensionskasse

P Pictet ▶ C. R. Poensgen-Stiftung ▶ Deutsche Post ▶ Postbank ▶ PwC ▶ PSM Vermögensverwaltung

R Radisson Blu (SAS) Hotels & Resorts ▶ Raiffeisenbank Jungholz ▶ Raiffeisen-

bank Vaduz ▶ Regnauer Fertigbau ▶ Regus ▶ Rheingas ▶ Rheinland-Pfalz ▶ Rodenstock ▶ Roland Rechtsschutz ▶ RWE

S Sachsen ▶ Sachsen-Anhalt ▶ Kanton Schaffhausen ▶ Siegener Verzkerein ▶ Siemens Financial Services ▶ Skoda ▶ Smart ▶ Sony ▶ Sparkassen ▶ Springer-Verlag ▶ Stoll ▶ Stuttgarter Versicherung ▶ Süd-Factoring ▶ Swiss International Air Lines

T T-COM ▶ T-Systems ▶ Telefonica ▶ Think London ▶ THÜGA ▶ Thüringen ▶ TLG ▶ T-Mobile ▶ TÜV Süd ▶ Tutima

U UPS ▶ URA Rating Agentur

V Variotrail ▶ Voith Turbo ▶ Volksbanken/Raiffeisenbanken ▶ Vontobel ▶ VW ▶ VW Bank ▶ VW Leasing ▶ VW Solutions

W Walbusch ▶ Watt AG ▶ Weber-Bank ▶ WEKA Media ▶ WestLB ▶ Westfalen AG ▶ WGZ ▶ Dr. Wieselhuber & Partner ▶ Wiley-VCH ▶ Wilkhahn ▶ Wifö Lauenburg ▶ Witron ▶ Wölbern ▶ WRS ▶ WSH Gesellschaft für Vermögensstrukturberatung und Family Office mbH

Z ZfM Zentrum für Management und Personalberatung ▶ ZMM

GENERAL BUSINESS TERMS & CONDITIONS

- 1. Anzeigenauftrag im Sinne der Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbetreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckzeitschrift und/oder in einem elektronischen Medium zum Zweck der Verbreitung. Der Verlag ist berechtigt, Anzeigen hinsichtlich Inhalt, Text und Abbildungen in einer Datenbank zu speichern und Kunden mittels elektronischer Medien zugänglich zu machen. Soweit es sich um urheberrechtlich geschützte schöpferische Leistungen handeln sollte, gelten die Nutzungsrechte daran als dem Verlag räumlich und zeitlich unbegrenzt eingeräumt.
- 2. Anzeigen sind zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Vertrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeigen abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.
- 3. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannten Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.
- 4. Der Werbetreibende hat rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb Jahresfrist entsprechenden Nachlass. Dieser Anspruch besteht allerdings nur dann, wenn zu Beginn der Frist ein Auftrag abgeschlossen wurde, der aufgrund der Preisliste zu einem Nachlass von vornherein berechtigt. Der Anspruch auf Nachlass erlischt, wenn er nicht innerhalb eines Monats nach Ablauf der Jahresfrist geltend gemacht wird.
- 5. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, dem Verlag den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass rückzuvergüten. Die Rückvergütung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlegers beruht.
- 6. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Textmillimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigenmillimeter umgerechnet.
- 7. Für die Aufnahme von Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen nur in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, übernimmt der Verlag nur dann Gewähr, wenn die Gültigkeit des Auftrags ausdrücklich davon abhängig gemacht wurde. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies ausdrücklicher Vereinbarung bedarf.
- 8. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag kenntlich gemacht.
- 9. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge - auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses - und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlags abzulehnen. Dasselbe gilt, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Vertretern aufgegeben worden sind. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Modells der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch ihr Format oder ihre Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrags wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
- 10. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die drucktechnisch einwandfreie Reproduktion der Anzeige.
- 11. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichen, unrichtigem oder unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine Ersatzanzeige, jedoch nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Eine weitergehende Haftung für den Verlag ist ausgeschlossen. Dies gilt nicht für Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit des Verlegers und seiner Erfüllungshelfen. Eine Haftung des Verlags für Schäden wegen Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag nicht für grobe Fahrlässigkeit bei Erfüllungshelfen.

Fehlende oder fehlerhaft gedruckte Kontrollangaben ergeben keinen Anspruch für den Auftraggeber, sofern nichts Abweichendes vereinbart ist. Reklamationen müssen innerhalb von 8 Tagen nach Eingang von Rechnung und Belegen geltend gemacht werden. Eine Haftung ist jedenfalls auf den vorhersehbaren Schaden begrenzt und durch das für die Anzeige oder Beilage zu entrichtende Entgelt beschränkt. Bei telefonisch aufgegebenen Anzeigen, Termin- und Aufgabenänderungen, Textkorrekturen und Abstellungen, übernimmt der Verlag keine Haftung für Übermittlungsfehler. Bei fehlerhaften Wiederholungsanzeigen sind Ansprüche ausgeschlossen, wenn der Werbetreibende die Möglichkeit hatte, vor Drucklegung der Folgeanzeige auf Fehler hinzuweisen. Der Vergütungsanspruch des Verlags bleibt unberührt.

Der Verlag haftet nicht für Schadensersatz bzw. Regressansprüche, die sich aus Inhalt oder Form einer Anzeige, insbesondere aus wettbewerbsrechtlichen Vorschriften ergeben. Eine allenfallsige Haftung des Verlags ist auf den vorhersehbaren Schaden beschränkt, der durch das für die Anzeige oder Beilage zu entrichtende Entgelt begrenzt ist. Dasselbe gilt für den Fall, dass Anzeigen oder Beilagen, die auf bestimmte Termine hinweisen, zu spät erscheinen.

■ 12. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Sendet der Auftraggeber den ihm rechtzeitig übermittelten Probeabzug nicht fristgerecht zurück, so gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt.

■ 13. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die tatsächliche Abdruckhöhe in der Preisberechnung zugrunde gelegt.

■ 14. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung mit Beleg spätestens am 5. Tag des auf die Veröffentlichung der Anzeige folgenden Monats erteilt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht eine kürzere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

■ 15. Ändern sich die Anzeigenpreise, treten die neuen Bedingungen sofort in Kraft, es sei denn, Auftraggeber und Verlag haben etwas anderes vereinbart.

■ 16. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen

in Höhe von 5 v. h. über dem jeweils gültigen Diskontsatz der Bundesbank 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.

■ 17. Bei Konkurs wird der Gesamtbetrag für noch abzunehmende Anzeigen auch im Fall des § 17 Abs. 1 KO sofort fällig. Jedenfalls entfällt auch jeder bewilligte Nachlass bei Konkurs, Zwangsvergleich oder im Fall einer Klage.

■ 18. Sofern Art und Umfang des Anzeigenauftrags es rechtfertigen, liefert der Verlag mit der Rechnung zwei vollständige Belegnummern. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Aufnahmebescheinigung des Verlags.

■ 19. Kosten für erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen und für Lieferung bestellter Lithos und Zeichnungen hat der Auftraggeber zu bezahlen.

■ 20. Ein Auflagenrückgang ist nur dann von Einfluss auf das Vertragsverhältnis, wenn eine Auflagenhöhe zugesichert ist und diese um mehr als 20 v. H. sinkt. Darüber hinaus sind etwaige Preiserminderungs- und Schadenersatzansprüche ausgeschlossen, wenn der Verleger dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.

■ 21. Bei Chiffre-Anzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Er übernimmt darüber hinaus keine Haftung. Einschreibensendungen auf Chiffre-Anzeigen werden auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Der Verlag behält sich zum Schutz des Auftraggebers vor, eingehende Angebote zur Ausschaltung von Missbrauch des Chiffre-Dienstes zu Prüfzwecken zu öffnen. Zur Weiterleitung geschäftlicher Anpreisungen und Vermittlungsangebote ist der Verlag nicht verpflichtet.

■ 22. Druckunterlagen werden nur auf Wunsch an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrags, sofern nicht ausdrücklich anderes vereinbart worden ist.

■ 23. Erfüllungsort ist Bonn. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand Bonn.



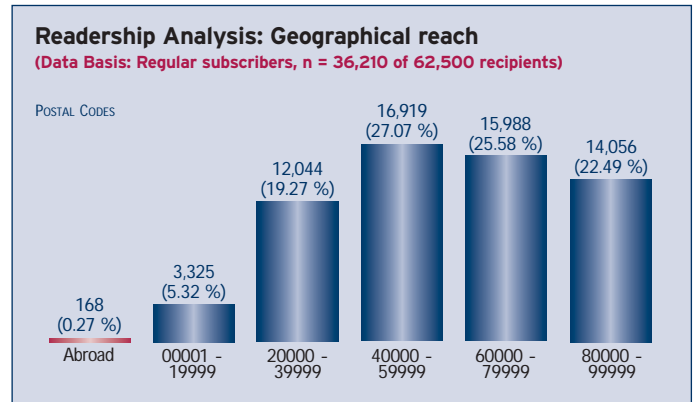
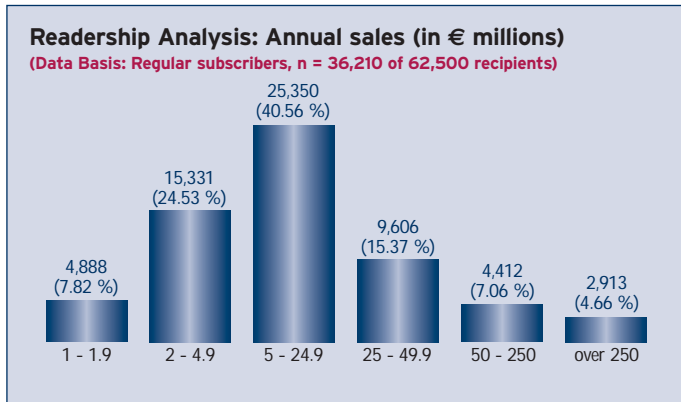
READERSHIP ANALYSIS

► **Annual sales**

unternehmermagazin is at home in all sectors of medium-sized business. Almost one quarter of our readers are each responsible for annual sales exceeding € 25 million, and in many cases the figures are far higher. With growing company groups in Germany and abroad, a not insignificant number of readers exceed the billion barrier. These include machine and systems engineering, and the automotive sector. Internationally successful businesses have high economic clout.

► **Geographical reach**

For the most part, **unternehmermagazin** covers the historical regional distribution of the German Mittelstand. Its largest readership regions are Lower Saxony, North Rhine-Westphalia, Hesse, Baden-Württemberg and Bavaria. Foreign circulation takes in Switzerland and Austria. At 89.38 per cent, readership is strongly male although more liberal succession arrangements have resulted in a slight increase in the number of women readers.

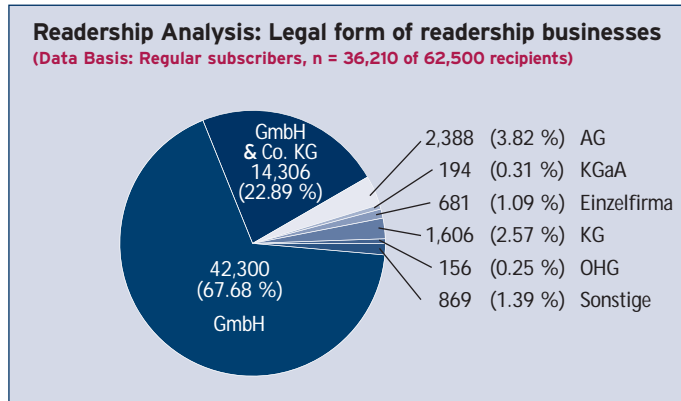


READERSHIP ANALYSIS

Our readers are academically educated in great measure. More than two-thirds are high school alumni, far more than half of them have a university degree, roughly 6% have a PhD. Three-quarters of the readers are at least 40 years old. The average subscription length is more than 8 years.

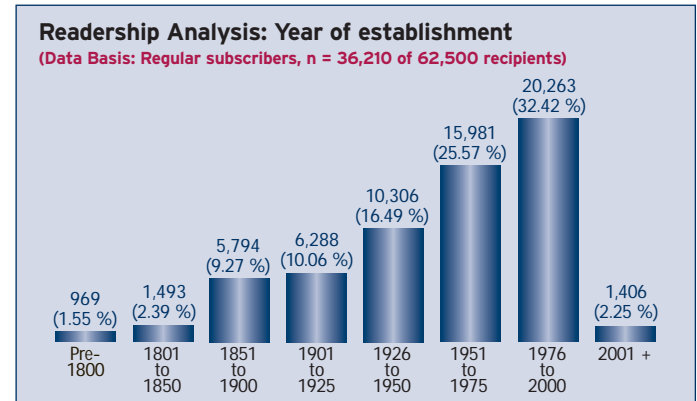
► Legal form of readership businesses

The businesses reached by **unternehmermagazin** represent a solid structure that forms the backbone of the German Mittelstand. In line with the exceptionally high number of owner-managers, readership businesses largely take two legal forms: GmbH or GmbH & Co. KG. At almost four per cent of the readership, Aktiengesellschaften (public limited companies) – barring the smaller ones – mirror the trend towards contemporary, internationally operating (quoted) family-owned businesses.



► Year of enterprises establishment

unternehmermagazin specialises in targeting businesses that are steeped in tradition. Around 23 per cent of readers are the third, fourth or even fifth generation heads of German Mittelstand businesses that were founded over 100 years ago and so enjoy the sectoral status that usually comes with age. They also possess the greatest innovating power and the highest levels of creditworthiness. Their long-standing market experience is reflected in vast product and service expertise and global exports.





Past eleven years' issues all online

[SUBSCRIPTIONS](#)

[LATEST NEWS](#)

[ISSUES](#)

[AUTHORS](#)

[HISTORY](#)

[SECTIONS](#)

[PARTNERS](#)

[READERSHIP](#)

[MEDIA DATA](#)

[PUBLISHER](#)

[SERVICES](#)

[BOOKS](#)

www.undernehmermagazin.de