

Das Magazin für
Markenführung

Media-Informationen 2008



Titelporträt und Zielgruppe

Der **MARKENARTIKEL**, das Magazin für Markenführung, erscheint monatlich mit einer Auflage von 3.500 Exemplaren. Das Fachmagazin, das im Auftrag des Markenverbandes e.V., Berlin, publiziert wird, geht an die Entscheidungsträger in den werbungstreibenden Unternehmen, an Werbe- und Media-Agenturen sowie Meinungsbildner in Politik und Gesellschaft. Mit den Kernrubriken „Markenführung“, „Handel“ und „Recht“ sowie den speziell auf die Marke zugeschnittenen Titelthemen bietet der **MARKENARTIKEL** einen ebenso attraktiven wie direkten Kommunikationsweg auf die Schreibtische der Entscheider für Media-, Marketing- oder Mafo-Investitionen.

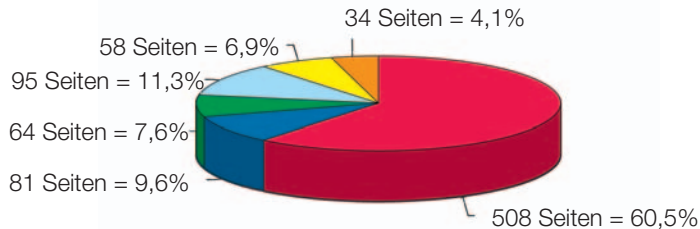


Umfangs-Analyse:

2006	11 Ausgaben
Zeitschriftenformat:	DIN A4
Gesamtumfang:	984 Seiten
Beilagen:	7
Redaktioneller Teil:	840 Seiten = 85,4 %
Anzeigenteil:	144 Seiten = 14,6 %

Inhalts-Analyse Redaktion:

2006 840 Seiten



■ Markenführung
■ Service

■ Handel
■ Sonstiges

■ Recht
■ News

Auflagenanalyse:

Druckauflage	3.500	Exemplare
Verbreitete Auflage (lt. markenartikel 8/07)	3.398	Exemplare

Empfängerstruktur:

Markenartikel-Unternehmen	1.721	50,6%
Meinungsbilder aus Politik und Verbänden ¹	431	12,7%
Werbe- und Mediaagenturen	378	11,1%
Universitäten ²	274	8,1%
Marktforschung/ Unternehmensberatung	193	5,7%
Medien	148	4,4%
Rechtsanwaltskanzleien	112	3,3%
Handel	92	2,7%
Sonstige	49	1,4%
Gesamt	3.398	100%

¹ Entscheidungsträger aus Bundes- und Länderregierungen, aus Fraktionen und Parteien sowie Institutionen und Wirtschaftsverbänden, die mit Marken zu tun haben.

² Universitäten und Lehrstühle mit hoher Kompetenz auf dem Sektor Marketing, Handel und Marktforschung.

Ausgabe	Erscheinungs- termin	Themen	Anzeigen- schluss	Druck- unterlagen
1-2/08	28.01.08	Mediaplanung So profitieren Marken von Leistungswerten der Medien Sponsoring Marken und Events	07.01.08	15.01.08
3/08	25.02.08	best brands 2008 Das deutsche Markenranking Verpackungen und Marke Vielfalt und Kreativität im Packungsdesign Zielgruppe Frauen Markenbewusstsein, Konsumverhalten und Mediennutzung	31.01.08	07.02.08
4/08	31.03.08	70 Jahre markenartikel Von der „Zeitschrift zur Förderung der Qualitätsware“ zum „Magazin für Markenführung“	06.03.08	12.03.08
5/08	28.04.08	Recht und Marke Juristische Dimensionen bei der Markenführung Zielgruppe Männer Markenbewusstsein, Konsumverhalten und Mediennutzung	03.04.08	10.04.08
6/08	26.05.08	Corporate Social Responsibility Marken und Nachhaltigkeit Zielgruppe Entscheider Macher und Manager im Fokus der Marke TV und Marke Wie nutzen Marken TV sowie Programmzeitschriften und Supplements	30.04.08	07.05.08

7/08	30.06.08	Dialog-Marketing One-to-One Kommunikation für Marken Special-Interest-Medien Marken und Community-Marketing Best-Ager Die Markenaffinität der Babyboomer	05.06.08	12.06.08
8/08	28.07.08	Marken und geistiges Eigentum Der Kampf gegen Produktpiraten Marktforschung Der Endverbraucher im Visier der Marke Luxus und Lifestyle Premium-Marken für das gewisse Etwas	03.07.08	10.07.08
9/08	25.08.08	Jahrestagung des Markenverbandes	30.07.08	06.08.08
10/08	29.09.08	13. OWM-Fachtagung Online-Marketing Digital zum Endverbraucher	04.09.08	11.09.08
11/08	27.10.08	Messen Pflicht und/oder Kür beim Kontakt zum Kunden Zielgruppe Kids Trendsetter und ihr Entscheidungspotenzial bei Anschaffungen	01.10.08	08.10.08
12/08	24.11.08	Verpackung und Design Kommunikationswirkung am PoS Ethno-Marketing Marken im Kulturen-Mix	30.10.08	06.11.08
1-2/09	26.01.09	Mediaplanung	07.01.09	14.01.09

Verlag: New Business Verlag GmbH & Co. KG

Hausanschrift: Nebendahlstraße 16, 22041 Hamburg

Postanschrift: Postfach 70 12 45, 22012 Hamburg

Fon: 040/60 90 09-0

Fax: 040/60 90 09-15

Internet: www.new-business.de

E-Mail: info@new-business.de

ISDN: 040/60 90 09-47 (Leonardo)

Verleger: Peter Strahlendorf

Kfm. Geschäftsführung: Antje-Betina Weidlich-Strahlendorf

Herausgeber: Markenverband e.V.

Hausanschrift: Unter den Linden 42, 10117 Berlin

Erscheinungsweise: monatlich

(11 Ausgaben, Doppelnummer Januar/Februar)

Jahrgang: 70. Jahrgang/2008

ISSN: 0342-4006

Bezugspreis:

Jahresabo: 98,- EUR monatlich (inkl. Porto, zzgl. UmSt.)

Zahlungsbedingungen:

nach Erscheinen netto, 2 % Skonto wird nur bei Vorkasse gewährt, wenn ältere Rechnungen nicht überfällig sind. Die jeweils gültige Umsatzsteuer wird gesondert berechnet.

Bankverbindung:

Hamburger Sparkasse (BLZ 200 505 50), Kto.-Nr. 1217 131 323

Commerzbank (BLZ 200 400 00), Kto.-Nr. 4822 821

Auflage:

Druckauflage:

3.500 Exemplare

Verbreitete Auflage:

3.398 Exemplare (lt. markenartikel 8/07)

Zeitschriftenformat:

DIN A4, 210 mm breit x 297 mm hoch

Satzspiegel:

175 mm breit x 275 mm hoch

Druck- und Bindeverfahren:

Bogenoffset, Farbanzeigen nach Europa-Skala

Lumbeck-Heftung

Druckunterlagen:

Hochauflösende PDF-Datei (abgespeichert für Druckvorstufe)

oder geschlossene EPS-Datei mit eingebundenen Schriften

auf einem Datenträger oder per ISDN

(bitte jeweils mit farbverbindlichem Proof).

Ihre Ansprechpartner im Verlag:

Anzeigenleitung:

Jens Jansen
Fon 040/60 90 09-52
Fax 040/60 90 09-55
E-Mail: jansen@new-business.de

Vertriebsleitung:

Angelika Schmidt
Fon 040/60 90 09-65
Fax 040/60 90 09-66
E-Mail: abo@new-business.de

Anzeigenverkauf:

Manuela Busche
Fon 040/60 90 09-51
Fax 040/60 90 09-55
E-Mail: busche@new-business.de

Chefredakteur:

Peter Strahlendorf
Fon 040/60 90 09-0
Fax 040/60 90 09-15
E-Mail: strahlendorf@new-business.de

Anzeigendisposition:

Silke Reyher-Timmann
Fon 040/60 90 09-54
Fax 040/60 90 09-55
E-Mail: reyher-timmann@new-business.de

Anzeigen-Preisliste Nr. 33, gültig ab 1. Januar 2008

Anzeigenpreise:

Format	Anzeigenpreis 4c
1/1 Seite	€ 3.900,-
1/2 Seite	€ 2.690,-
U2/U4	€ 4.670,-
2/1 Doppelseite	€ 6.250,-

Ihre Ansprechpartner für Anzeigen:

Jens Jansen, Anzeigenleitung
Fon 040/60 90 09-52, Fax -55
E-Mail: jansen@new-business.de

Manuela Busche, Anzeigenverkauf
Fon 040/60 90 09-51, Fax -55
E-Mail: busche@new-business.de

Silke Reyher-Timmann, Anzeigendisposition
Fon 040/60 90 09-54, Fax -55
E-Mail: reyher-timmann@new-business.de

Sonderwerbformen: auf Anfrage

Kombinationen: –

Zuschläge: Platzierungsvorschrift = 10% Aufschlag

Einhefter/Einkleber: auf Anfrage

Rabatte:

Nachlässe werden nach der jeweils günstigsten Staffel gegeben.

Bei Abnahme innerhalb eines Jahres:

Malstaffel:

3 Anzeigen = 3% 6 x 5% 9 x 10% 12 x 15%

Mengenstaffel:

3 Seiten = 5% 6 = 10% 9 = 15% 12 = 20%

Beilagen/Produktpräsentationen: auf Anfrage

Aufgeklebte Werbemittel: auf Anfrage

Lieferanschrift für Beilagen und Werbemittel:

Lehmann Offsetdruck GmbH, Kösliner Weg 20, 22850 Norderstedt,
Fon: 040/30 85 80 00 – Liefervermerk markenartikel Nr. ...

Anzeigenformate:

Format* (Breite x Höhe in mm)	Satzspiegel	Anschnitt**
1/1 Seite	175 x 275	210 x 297
1/2 Seite	165 x 128 / 90 x 275	210 x 143 / 107 x 297
Umschlagseiten U2/U4	–	210 x 297
Doppelseite	–	420 x 297

* Sonderformate auf Anfrage.

** Beschnittzugabe: 3-5 mm je Außenkante

Satzspiegel



1/1 Seite
175 mm x 275 mm

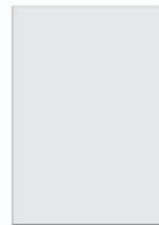


1/2 Seite quer
165 mm x 128 mm

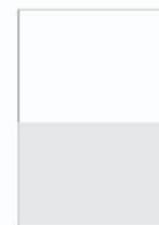


1/2 Seite hoch
90 mm x 275 mm

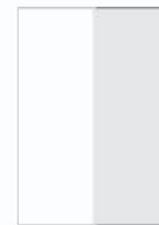
Anschnitt



1/1 Seite
210 mm x 297 mm



1/2 Seite quer
210 mm x 143 mm



1/2 Seite hoch
107 mm x 297 mm

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften

Ziffer 1 „Anzeigenauftrag“ im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.

Ziffer 2 Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. 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 der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.

Ziffer 3 Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.

Ziffer 4 Wird ein Auftrag 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. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.

Ziffer 5 Bei der Berechnung der Abgabemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.

Ziffer 6 Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, 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.

Ziffer 7 Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

Ziffer 8 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 Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist.

Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und derer Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

Ziffer 9 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 für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.

Ziffer 10 Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Schadenersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen; Schadenersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfül-

lungsgehilfen; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts beschränkt. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

Ziffer 11 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 innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

Ziffer 12 Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

Ziffer 13 Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlungen werden nach der Preisliste gewährt.

Ziffer 14 Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen 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, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

Ziffer 15 Der Verlag liefert mit der Rechnung 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.

Ziffer 16 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.

Ziffer 17 Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder wenn eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigter Mangel, wenn sie bei einer Auflage bis zu 50 000 Exemplaren 20 v.H., bei einer Auflage bis zu 100 000 Exemplaren 15 v.H., bei einer Auflage bis zu 500 000 Exemplaren 10 v.H., bei einer Auflage über 500 000 Exemplaren 5 v.H.

beträgt. 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.

Ziffer 18 Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Dem Verlag kann einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A4 (Gewicht 50 g) überschreiten, sowie Waren, Bücher-, Katalogzusendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann jedoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.

Ziffer 19 Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.

Ziffer 20 Erfüllungsort und Gerichtsstand für beide Teile ist Hamburg.

Verlagsprogramm



Der Informationsdienst für Werbung, Marketing, Medien und Sponsoring



Die Specials zu verschiedenen Kommunikationsthemen

new business Reports



Triffpunkt Radio
Marken verschaffen sich Gehör



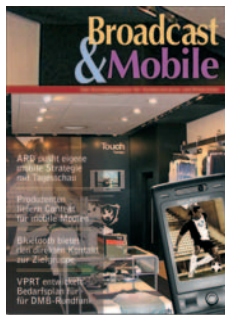
Das Entscheider-Magazin für Pharma-Marketing



Das Magazin für Markenführung



Das Business-Magazin für Kabel, Satellit, Breitband und digitales Fernsehen



Das Business-Magazin für Kommunikation und Produktion



Zeitschrift für Medienmanagement und Kommunikationsökonomie



Werbeforschung und Praxis: Zeitschrift für Werbung, Kommunikation und Markenführung



Jahrbücher Sponsoring und Healthcare Marketing

new business Edition

