

WirtschaftsJournal

Das mitteldeutsche Wirtschaftsmagazin

www.wirtschaftsjournal.de

- **THEMA** | Seiten 19 – 38
Automobilbauer im Fokus
- **UNTERNEHMEN** | Seiten 39 – 52
Lösungen im Maschinenbau
- **GESUNDHEIT** | Seiten 55 – 65
Fit im Arbeitsprozess

Titelthema | Seiten 6 – 18

„Mit Innovationen neue Märkte gewinnen“
Michael Müller, Marketingleiter des Unternehmens KOMon AG

- WirtschaftsJournal – Das Magazin
- WirtschaftsJournal online
- WirtschaftsJournalTV

Mediadaten

Ansprechpartner

VWJ Verlag WirtschaftsJournal GmbH
Otto-Schmerbach-Straße 19
09117 Chemnitz
Telefon: 0371 33492-0
Telefax: 0371 33492-20
www.wirtschaftsjournal.de
kontakt@wirtschaftsjournal.de

■ **Geschäftsführer:**
Jörg Sattler (V.i.S.d.P.)
Telefon: 0371 33492-10
joerg.sattler@wirtschaftsjournal.de

■ **Sekretariat/Buchhaltung/Versand:**
Kathrin Schiffmann
Telefon: 0371 33492-0
Telefax: 0371 33492-20
kontakt@wirtschaftsjournal.de

■ **Redaktion:**

Chefredakteurin
Claudia Hillmann
Telefon: 0341 3916105
Mobil: 0170 3844770
hillmann@wirtschaftsjournal.de

Leiter Sonderpublikationen
Wolfgang Baltzer
Telefon: 0371 33492-13
baltzer@wirtschaftsjournal.de

Redakteurin Region Dresden
Simone Pflug
Telefon: 035205 71843
Telefax: 035205 71844
Mobil: 0172 9465305
pflug@wirtschaftsjournal.de

Redakteurin Region Chemnitz
Stefanie Rudolph
Telefon: 0371 33492-23
Mobil: 0176 20336557
rudolph@wirtschaftsjournal.de

■ **Projektmanager:**

Monika Fröhlich
Telefon: 0371 33492-17
Mobil: 0157 74980482
froehlich@wirtschaftsjournal.de

Stefan Hohmeister
Telefon: 0371 33492-18
Mobil: 0172 3402950
hohmeister@wirtschaftsjournal.de

Lothar Mätzold
Telefon: 034362 44187
Telefax: 034362 44189
Mobil: 0178 2462069
maetzold@wirtschaftsjournal.de

Marcus Nürnberger
Telefon: 0371 33492-16
Mobil: 0174 9965725
nuernberger@wirtschaftsjournal.de

Joachim Porstein
Telefon: 0371 33492-15
Mobil: 0178 4351133
porstein@wirtschaftsjournal.de

Jörg Winkler
Telefon: 0371 33492-11
Mobil: 0176 50183772
winkler@wirtschaftsjournal.de

Kurzdarstellung

Das WirtschaftsJournal

Die monatlichen Ausgaben des gedruckten WirtschaftsJournals wecken seit 20 Jahren ein hohes Interesse und sind das stabile Fundament des Verlages. Die Auflagenhöhe beläuft sich auf 12.500 Exemplare. Im Durchschnitt wird jedes Heft von 2,5 Lesern wahrgenommen. Diese sind Unternehmer, stehen an vorderster Front als verantwortliche Manager oder tragen Verantwortung in Politik und Verwaltung.

Das WirtschaftsJournal Online

Mehr als 30.000 Besucher nehmen monatlich die vielfältigen Informationsangebote des Online-Journals wahr. Die Leser kommen überwiegend aus Mitteldeutschland, aber auch aus ganz Deutschland und der Welt. Die nutzwertorientierten Rubriken etablieren sich als Nachschlagewerk für sämtliche Belange mittelständischer Unternehmer.

Das WirtschaftsJournal TV

Das Fernsehen bringt Informationen emotional und informativ an unsere Zuschauer. Wir ermöglichen Unternehmen mit unserem TV-Angebot effizient und zeitgemäß in die Herzen ihrer Kunden und Multiplikatoren zu gelangen.

Die WirtschaftsJournal Akademie

Wissen bestimmt maßgeblich, wie erfolgreich Unternehmen in ihrem Markt agieren. Wir wollen das Wissen, das wir aus der Tätigkeit im Verlag wie aus der Zusammenarbeit mit unseren zahlreichen Partnern erschließen, weitergeben. So stärken wir die mitteldeutschen Unternehmen nachhaltig.



Ihre Mediaplanung

Unser Qualitätsversprechen:

Wir bieten Ihnen Service und fachliches Know-how. Unsere Journalisten und Projektmanager helfen Ihnen bei der Erreichung Ihrer Kommunikations- und Marketingziele durch qualifizierte Beratung und persönliche Betreuung.

Wir wollen Ihr Vertrauen verdienen

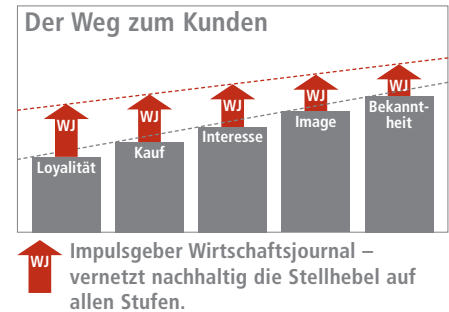
Das WirtschaftsJournal kennt keinen Billigjournalismus. Ihre Botschaften sollen bei Ihren Kunden ankommen. Deshalb geben Sie auch Ihre zu veröffentlichenden Inhalte selbst bei uns frei. Dabei werden wir Sie fachlich umfassend beraten. Denn wir kennen unsere Leser und wissen, was sie lesen wollen. Deshalb bearbeiten wir die abwechslungsreichen Themen mit Herz und Verstand.

Wir bieten hohe Effizienz bei attraktiven Kontaktpreisen

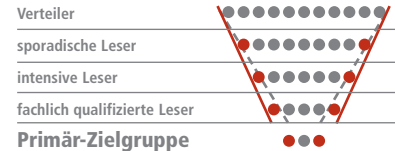
Das Leserverhalten hat sich stark verändert. Daher setzen wir auf ein Konzept, das selektives Lesen unterstützt und bezieht Internet, Fernsehen und persönliche Kontakte in die Publikationsarbeit mit ein. So erhalten Sie ein wirksames Multi-Channel-Paket zu einem sehr attraktiven Preis.

Fazit:

Ihre Vertriebskanäle sind begrenzt erreichbar. Durch unsere enge Zusammenarbeit mit den Unternehmern und Entscheidern Mitteldeutschlands erreichen wir Ihre Zielgruppen treffsicher auf breiterer Front.



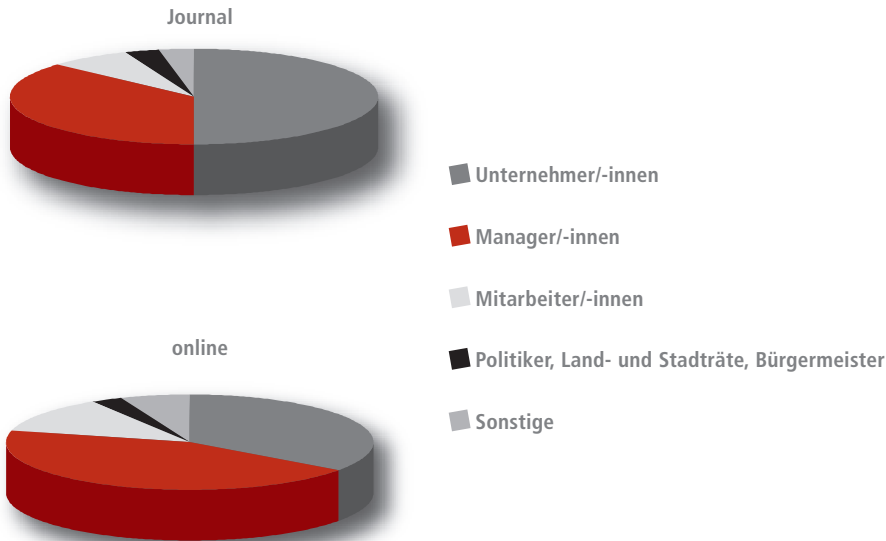
Der SALES-FUNNEL:



● Impulsgeber WirtschaftsJournal – direkte Zielgruppenansprache erhöht die Anzahl der Befürworter Ihrer Ziele.

Leserstruktur I

Leserstruktur nach Funktion im Unternehmen



Leserreichweite pro Monat:

Journal: 12.500*

online: 30.000**

* Die Reichweite kann nach Schwerpunktthemen und Kundenwünschen variieren

** Gezählt werden Besucher, die mehrere Seiten mehrere Minuten lang lesen

Verbreitung:

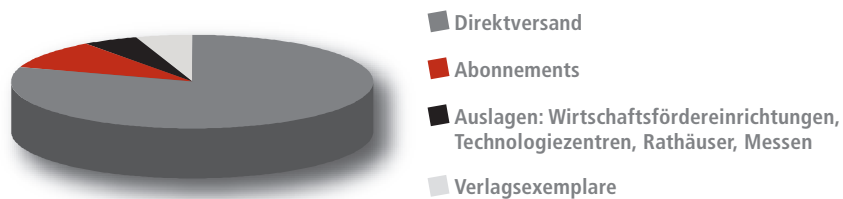
Mitteldeutschland

Erscheinungsweise:

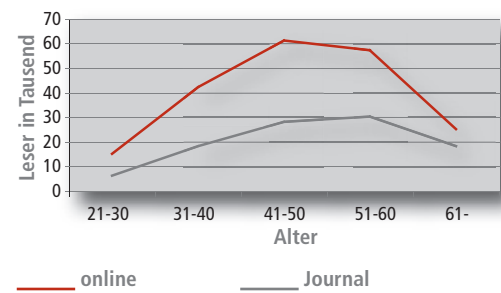
monatlich, zusätzliche Sonderpublikationen zu ausgewählten Themen aus Wirtschaft und Politik

Leserstruktur II

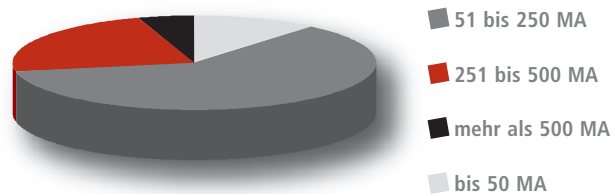
Versandstruktur



Leserstruktur nach Alter



Leserstruktur nach Unternehmensgröße



Ständige Rubriken

Unternehmen

Nachrichten, Firmenmeldungen und Hintergrundberichte, schwerpunktmäßig aus den Branchen Automobil, Bau, Chemie, Energie, IT, Logistik, Maschinenbau, Textilindustrie und Umwelttechnik

Politik

Wirtschaftspolitische Informationen vorwiegend aus Mitteldeutschland

Menschen

Personalien, Porträts von Akteuren in der regionalen Wirtschaft, Begleitung der Sachsen Asse

Standpunkte

Editorial, Kommentare, Interviews

Geld & Kapital

Wirtschaftsförderung, Finanzierung, Versicherung, Steuern

Markt

Informationen zu Export- Beschaffungs- und Kooperationsmöglichkeiten

Management

Marketing & Vertrieb, Personal & Bildung, Unternehmensführung

Treffpunkt

Messen, Veranstaltungen

Gesundheitswirtschaft

Pharmawesen, Medizintechnik, Einrichtungen, Ernährung, Betriebliche Gesundheitsförderung

Mitteldeutschland innovativ

Forschung, Hochschulen, Innovation

KulTour Mitteldeutschland

Veranstaltungen, Reisen, Lesecke



Möglichkeiten zur inhaltlichen Gestaltung von Advertorials

Es muss nicht immer das Firmenporträt oder Interview sein. Zur Gestaltung Ihrer Advertorials empfiehlt die Redaktion auch folgende journalistische Genres:

Reportage

„Reportage heißt: Informationen lebendig werden zu lassen“ (ABC des Journalismus). Im Mittelpunkt dabei stehen anschauliche Schilderungen von Ereignissen oder Erlebnissen, an denen der Autor seine Leser unmittelbar teilhaben lässt. Die Reportage will unterhalten, ist aber auch tatsachen- und faktenbetont und auf die Vermittlung von Hintergrundinformationen bedacht.

Porträt

Das Porträt möchte eine Person oder Gruppe unverwechselbar und in möglichst vielen Facetten darstellen. Dabei können sowohl Firmenchefs als auch Mitarbeiter im Vordergrund stehen. Beim Porträt erfolgt eine Ver-

knüpfung aus biographischen Fakten und aktuellen Begebenheiten der vorgestellten Person. Am Ende entsteht so ein Beitrag, der durch eine Kombination unterschiedlicher Faktoren wie Erscheinungsbild und Kompetenz geprägt ist.

Feature

Im Vergleich zur Reportage ist das Feature noch bildhafter gestaltet. Hier wird ein Bestimmter Aspekt ins Zentrum gerückt und davon ausgehend auf allgemeine Sachverhalte geschlossen. Das Feature besticht durch Anschaulichkeit, Bildhaftigkeit, Originalität des Zugangs und vor allem Informationsvermittlung. Dabei erfolgt ein ständiger Wechsel zwischen Schilderung und Schlussfolgerung, Anschauung und Abstraktion.

Um die bestmögliche Qualität der Texte zu garantieren, sollte sowohl ein Firmenumrundgang mit dem Journalist als auch ein Termin mit dem Fotografen eingeplant werden. Auch ein Vorabgespräch zur Klärung der inhaltlichen Schwerpunkte ist für diese Darstellungsformen ratsam.

Beispiele:

In Sekundenschnelle werden aus dem schönen runden Apfel kleine verzehrfertige Stücke, wenn Gerd Kalbitz den Apfelschneider ansetzt. „Greifen Sie zu, schließlich sollen Sie doch gesund bleiben“, fordert der Vorstandsvorsitzende der Obstland Dürreweitzschen AG seine Gäste auf. Gesagt. Getan. – Und die Äpfel schmecken hervorragend!

./.

Zwischen zwei Vorgärten verläuft eine gepflasterte Einfahrt, die auf das Grundstück der Metallgießerei Chemnitz GmbH führt. Abgesehen von dem Firmenschild an der Straße ist nur der rege Lieferantenverkehr Indiz für die Existenz des Unternehmens. Kein Lärm, keine gießereitypischen Gerüche oder Schmutz sind um das Gebäude herum wahrnehmbar.

Experten-Tipps

Spezialisten verschiedener Fachgebiete treten regelmäßig als Ratgeber mitteldeutscher Geschäftsleute auf und werden Ihnen in anschaulicher Form Informationen und Tipps geben, die im unternehmerischen Alltag, auf Dienstreisen oder in der Freizeit Nutzen bringen. Dazu gehört die Vermittlung von aktuellem und auf mitteldeutsche Unternehmer zugeschnittenem Expertenwissen zu folgenden Themen:

- IT
- Telekommunikation
- Umweltfreundlichkeit/Energieeinsparung („das grüne Unternehmen“)
- Gesundheit
- Recht
- Steuern
- Versicherung
- Finanzen
- Marketing
- Vertrieb
- Interkulturelle Kommunikation („Unternehmer-Knigge“)
- Bildung/Personalmanagement
- Forschung
- Lebensart
- Tourismus, Freizeit und Kultur

Thema ■

Skalierbare IT-Lösungen

Serviceorientierte Architekturen (SOA) statt Inselösungen für den Mittelstand

EXPERTENTIPP

Was ist SOA?

SOA steht für Service-Oriented Architecture (serviceorientierte Architektur) und bezeichnet mehr als nur ein Managementkonzept. Durch Flexibilität im System-Strukturplan und Prozessanpassung wird die Betriebsanpassung an den Unternehmen ermöglicht.

Um diesen stetigen Wandel auch in der angeschauten Form gerecht zu werden, bedarf es klarer starren Standards. Während große Unternehmen und Konzerne bereits seit vielen Jahren auf Individualisierungen setzen, um zum Beispiel das Orientations Know-how von Mitarbeitern zu schützen, und sich damit erhebliche Wettbewerbsvorteile schaffen, ist bei kleinen und mittelständigen Unternehmen dieser Vorgehensweise noch mit Vorsicht behutsam.

Ein verteiltes Szenario als Beispiel: ein Unternehmen entscheidet sich für eine neue Softwarelösung. Die Softwarekosten werden geteilt und auch die kunden-spezifischen Programmierungen häufig über den Pool geteilt. Dies ermöglicht es, die Kosten zu senken und die Flexibilität zu erhöhen. So wird es möglich, die Software mit anderen Firmen, Schwach mit einer Investition von nicht unbedeutenden, mehreren tausend Euro, zu teilen.

Auf diese Weise kann die Softwarebranche beschleunigt. Der Fokus hat sich in Richtung der Erarbeitung von Lösungen, die die Dynamik der Unternehmensentwicklung berücksichtigen, verschoben. Korrespondenz, Standards und Werkzeuge sowie ein hohes Maß an Integration liegt in einer skalierbaren IT-Lösung. Skalierbare werden zunehmend die IT-Lösungen für verschiedene Abteilungen, die eine effiziente Kommunikation zwischen verschiedenen Abteilungen ermöglichen. Dies ist ein spezielles ein Unternehmen zu schaffen, damit ein Informationsaustausch ohne Medienbrüche stattfinden kann.

Für die Lösung solcher Probleme wird mit Serviceorientierten Architekturen (SOA) ein skalierbares Lösungsmittel angeboten, das die Unternehmen integrieren Applikationen in andere Dienste aufweist werden und diese als eigenständige, wieder verwendbare Komponenten auf Grund standardisierter und integrierbarer Schnittstellen unabhängig von verschiedenen Technologien oder Programmiersprachen über eine gemeinsame Plattform zur Verfügung stellen. Jeder Dienst überträgt einen neuen Geschäftsprozess des Unternehmens, der durch Kombination von Komponenten Geschäftsprozesse darstellt.

Das Problem ist, dass die meisten Unternehmen nicht wissen, wie sie diese Anforderungen an die zu schaffende IT-Infrastruktur und die Softwarelösungen einer kleinen und mittleren Unternehmen gerecht zu machen. Die Einführung von skalierbaren IT-Systemen ist eine komplexe Aufgabe, die eine erhebliche Investition und darüber hinaus, um die Probleme des Unternehmens zu lösen und anzukommen, ist für den Mittelstand eine erhebliche Investition in die Zukunft.

Dabei sollten Anforderungen an die zu schaffende IT-Infrastruktur und die Softwarelösungen einer kleinen und mittleren Unternehmen gerecht zu machen. Die Einführung von skalierbaren IT-Systemen ist eine komplexe Aufgabe, die eine erhebliche Investition und darüber hinaus, um die Probleme des Unternehmens zu lösen und anzukommen, ist für den Mittelstand eine erhebliche Investition in die Zukunft.

Die Vorteile einer gut strukturierten und unternehmensübergreifenden IT-Infrastruktur sind:

- Skalierbarkeit: Die IT-Infrastruktur kann leicht erweitert werden, um den wachsenden Anforderungen gerecht zu werden.
- Flexibilität: Die IT-Infrastruktur kann leicht an neue Geschäftsprozesse angepasst werden.
- Sicherheit: Die IT-Infrastruktur kann leicht an neue Sicherheitsanforderungen angepasst werden.
- Kosten: Die IT-Infrastruktur kann leicht an neue Kostenanforderungen angepasst werden.

Best Practice Story

Prozessoptimierung durch Einführung einer skalierbaren IT-Infrastruktur für die Einführung des Themas (Geschäftsführer der Barmungspraxis, Elektronik Großhandel) ist ein Beispiel für die erfolgreiche Einführung einer skalierbaren IT-Infrastruktur. Die ursprüngliche IT-Infrastruktur war eine veraltete, nicht skalierbare IT-Infrastruktur, die die Anforderungen des Unternehmens nicht mehr erfüllen konnte. Die Einführung einer skalierbaren IT-Infrastruktur hat die IT-Infrastruktur des Unternehmens modernisiert und die Anforderungen des Unternehmens erfüllt. Die Software wurde außerdem für die einfache Integration des Unternehmens, in dem über 2000 Mitarbeiter in der Barmungspraxis und in der Elektronik Großhandel erfolgreich in den neuen Geschäftsprozess integriert wurden.



Hans-Peter, Inhaber der Barmungspraxis und Elektronik Großhandel



VISUAL WORLD

Ansprechpartner: Dr. 240
09113 Chemnitz
0371 3341 415
Telefon: 0371 3341 416
info@visual-world.de
www.visual-world.de

Visual World ist Mitglied im Branchenverband B2B100



wib3

wirtschaftsjournal.de/09091301

WirtschaftsJournal | 13

Themen- und Terminplan

Monat	Themen	Red.-schluss	Ersch.-termin
Januar 2012	AUTOWELT Ostdeutschland 2012 Gießerei/Schweißen Sichere Unternehmen Bildung	16.12.2011	03. KW 2012
Februar 2012	Maschinenbau Personaldienstleister Optik/Optoelektronik	25.01.2012	07. KW 2012
März 2012	Energie/Umwelttechnik Bauwirtschaft Gebäudemanagement	29.02.2012	11. KW 2012
April 2012	Informationstechnologie (IT) Tagungshotels Ankündigung SIT	28.03.2012	16. KW 2012
Mai 2012	Automobil Kunststoffe/Chemie Personaldienstleister	25.04.2012	20. KW 2012
Juni 2012	SIT	23.05.2012	24. KW 2012
Juli 2012	Sonderpublikation „Wir in Sachsen“ (3. Auflage)	27.06.2012	29. KW 2012
August 2012	Logistik Verpackung/Druckindustrie Medien/Kreativwirtschaft	25.07.2012	33. KW 2012
September 2012	Elektronik/Mikrosystemtechnik Industrielle Instandhaltung	29.08.2012	38. KW 2012
Oktober 2012	Automatisierung/Produktionstechnik Oberflächentechnik	26.09.2012	42. KW 2012
November 2012	Informationstechnologie (IT)	24.10.2012	46. KW 2012
Dezember 2012	Highlights 2012 Ausblick 2013 Messevorschau 2013 Energiewirtschaft	20.11.2012	50. KW 2012

Branchentreffpunkte im Fokus des Wirtschafts Journals

WJ-Ausgabe	Ausgewählte Messen/Termin, Veranstaltungen, Ort
Januar 2012	17.01.-19.01. EUROGUSS – Internationale Fachmesse für Druckguss: Technik, Prozesse, Produkte, Nürnberg 20.01-22.01. KarriereStart 2012, Dresden
Februar 2012	07.02.-09.02. E-world energy & water – Internationale Fachmesse und Kongress, Essen 21.02.-25.02. bautec – Internationale Fachmesse für Bauen und Gebäudetechnik mit SolarEnergy, Berlin 28.02.-29.02. 5.ACOD-Kongress, Leipzig 28.02.-03.03. METAV – Die Internationale Messe für Fertigungstechnik und Automatisierung, Düsseldorf
März 2012	06.03.-10.03. CeBIT – Heart of the digital world, Hannover 13.03.-15.03. LogiMAT – Internationale Fachmesse für Distribution, Material- und Informationsfluss, Stuttgart 15.03.-18.08. Leipziger Buchmesse, Leipzig 19.03.-21.03. Laser Optics Berlin – Internationale Fachmesse und Kongress, Berlin
April 2012	17.04.-19.04. Energieeffizienz 2012, Erfurt 23.04.-27.04. HANNOVER MESSE, Hannover 24.04.-26.04. conhIT – Connecting Healthcare IT, Berlin
Mai 2012	03.05.-16.05. drupa – print media messe – world market print media, publishing & converting, Düsseldorf 07.05.-11.05. IFAT ENTSORGA – Weltleitmesse für Wasser-, Abwasser-, Abfall- und Rohstoffwirtschaft, München 08.05.-09.05. Rapid.Tech – Fachmesse und Anwendertagung für Rapid-Technologie, Erfurt 08.05.-10.05. mtex – Internationale Fachmesse & Symposium für Textilien und Composites im Fahrzeugbau mit LiMA – Fachmesse & Symposium für Leichtbaulösungen im Maschinen- u. Anlagenbau, Chemnitz 22.05.-25.05. AUTOMATICA – Internationale Fachmesse für Automation und Mechatronik, München 23.05.-26.05. LinuxTag – Internationaler Treffpunkt der Open Source Branche, Berlin Mai 2012 IT Profits – Fachmesse und Businesslounge für IT, Internet und Kommunikation, Berlin Mai 2012 BalticFuture – Kongressmesse für Offshore Windenergie und maritime Wirtschaft in der Ostseeregion, Rostock
Juni 2012	02.06.-10.06. AMI – Auto Mobil International mit AMITEC – Fachmesse für Fahrzeugteile, Werkstatt und Service – und AMICOM – Branchenmesse für mobile Unterhaltung, Kommunikation und Navigation, Leipzig 12.06.-14.06. LASYS – Internationale Fachmesse für Laser-Materialbearbeitung, Stuttgart 13.06.-15.06. Intersolar Europe – Die weltweit größte Fachmesse der Solarwirtschaft, München 18.06.- 22.06.ACHEMA – World Exhibition Congress – Chemical Engineering – Environmental Protection, Frankfurt/Main 27.06.-29.06. SIT – Sächsische Industrie- u. Technologiemesse, Chemnitz
August/Sept. 2012	31.08.-05.09. IFA – Consumer Electronics Unlimited, Berlin
September 2012	11.09.-16.09. Automechanika – Internationale Leitmesse der Automobilwirtschaft, Frankfurt/Main 12.09. - 14.09. PostPrint, Leipzig 20.09.-27.09. IAA Nutzfahrzeuge – Fahrzeuge, Ausrüstungen und Systeme des Güter- und Personentransportes, Hannover 25.09.-27.09. FachPack, Nürnberg
Oktober 2011	08.10.-11.10. MOTEK – Die internationale Fachmesse für Montage-, Handhabungstechnik und Automation, Stuttgart 09.10.-11.10. ALUMINIUM – Weltmesse & Kongress, Düsseldorf 09.10.-11.10. Semicon Europa, Dresden 10.10.-14.10. Frankfurter Buchmesse, Frankfurt/Main 16.10.-18.10. MAINTAIN – Internationale Fachmesse für industrielle Instandhaltung, München 16.10.-20.10. Fakuma – Die internationale Fachmesse für Kunststoffverarbeitung, Friedrichshafen 22.10.-24.10. new mobility, Leipzig 23.10.-25.10.2012 eCarTec/MATERIALICA/sMove 360° – Int. Leitmesse für Elektromobilität/Int. Fachmesse für Werkstoffanwendungen, Oberflächen u. Product Engineering/Int. Fachmesse für Smart Car Communications, München
November 2011	06.11.-07.11. MODERNER STAAT – Fachmesse und Kongress, Berlin 13.11.-16.11. electronica – components/systems/applications, München 14.11 - 17.11. Medica, Düsseldorf 27.11.-29.11. SPS/IPC/DRIVES – Elektrische Automatisierung – Systeme und Komponenten – Fachmesse und Kongress, Nürnberg

Preisliste

Motivanzeigen	Formate (br. x h)	Preise in EUR
1/1 Seite – Umschlagseiten 2 oder 3	210 x 297 mm*	3.090,00
1/1 Seite – Rückseite	210 x 297 mm*	3.490,00
1/1 Seite – Innenseite	210 x 297 mm*	2.490,00
1/2 Seite Querformat	188 x 108 mm	1.290,00
1/2 Seite Querformat im Anschnitt	210 x 123 mm*	1.290,00
1/3 Seite Querformat	188 x 65 mm	850,00
1/3 Seite Hochformat	68 x 210 mm	850,00
1/4 Seite Querformat	188 x 40 mm	650,00
1/4 Seite Hochformat	68 x 102 mm	650,00
Banner über 1 Seite im Anschnitt	210 x 20 mm*	350,00
Banner über Doppelseite	420 x 20 mm*	500,00

Advertorials	Zeichen inkl. Leerz.	Formate	Preise in EUR
1/1 Seite – Satzspiegel	ca. 3.000 bis 4.950**	188 x 210 mm	2.490,00
1/2 Seite – Satzspiegel	ca. 1.500 bis 2.150**	188 x 102 mm	1.290,00

Alle Preise verstehen sich zuzüglich AE-Provision und der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

Abweichende Anzeigenformate auf Anfrage.

* zzgl. 3 mm Beschnitt

** Die maximale Zeichenanzahl (inkl. Leerzeichen) bezieht sich auf einen Text ohne Bild oder Grafik. Je nach Größe des Bildes/Grafik verringert sich die Zeichenanzahl entsprechend. Firmenlogo, Anschrift und Autorenbild werden auf der Info-spalte platziert und nicht mitgezählt.

Beilagen

Das WirtschaftsJournal bietet sich Ihnen auch als Werbeträger für Ihre Marketingaktionen an. Das können beispielsweise Flyer, Prospekte oder selbst Kampagnen mit Duftelementen sein. So erreichen Ihre Botschaften gezielt die Entscheidungsträger in Wirtschaft, Verwaltung und Politik. Zusätzlich kann die Wirkung Ihrer Infor-

mationen erhöht werden, wenn diese inhaltlich den Schwerpunktthemen der jeweiligen Ausgabe zugeordnet werden können. Unsere Redaktion berät Sie dazu gern. Ebenso kann das Team des WirtschaftsJournals komplett die inhaltliche und gestalterische Umsetzung Ihrer Aktionen übernehmen. Fordern Sie ein Angebot an!

Tarife für Beilagen pro 1000 Exemplare

Gewicht	Preise in EUR
bis 25 g	390,00
bis 30 g	460,00
bis 40 g	520,00
bis 50 g	640,00



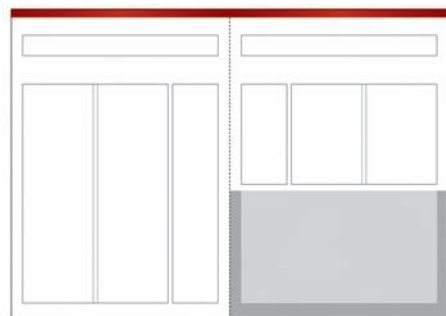
Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

Höheres Gewicht auf Anfrage.

Maximales Beilagenformat:
200 x 290 mm

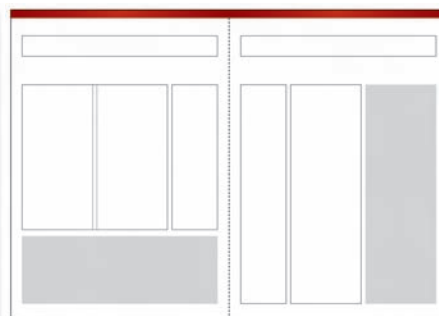
Für weitere Auskünfte zu technischen Details und Konditionen wenden Sie sich bitte an:
kontakt@wirtschaftsjournal.de
Telefon: 0371 33492-0

Formatplan & Rabattstaffel



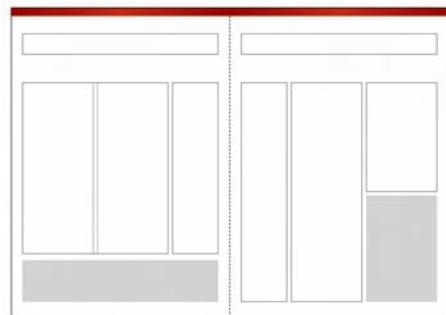
Layoutansicht

1/2 Seite Querformat



1/3 Seite Querformat

1/3 Seite Hochformat



1/4 Seite Querformat

1/4 Seite Hochformat

Bannerschaltung

Rabatte

Malstaffel

ab 3 Schaltungen	5 %
ab 6 Schaltungen	10 %
ab 9 Schaltungen	15 %
ab 12 Schaltungen	20 %

Mengenstaffel

ab 2 Seiten	10 %
ab 4 Seiten	15 %
ab 6 Seiten	20 %
ab 12 Seiten	35 %

Technische Daten

Heftformat:

210 x 297 mm (DIN A4)

Druck:

Bogenoffset, 72er Raster,
CMYK, ISO-Coated

Sonderfarben:

Der Verlag behält sich vor, aufgrund technischer Erfordernisse Schmuckfarben in den CMYK-Modus zu konvertieren. Wir übernehmen keine Haftung für Farbabweichungen. Sonderfarben auf Wunsch mit Aufpreis auf Anfrage möglich.

Beschnittzugaben:

Bei Anzeigen mit Anschnitt links, rechts, oben oder unten je 3 mm.

Datei-Formate:

Folgende Dateiformate können angeliefert wer-

den: druckoptimierte pdf, Quark XPress bis 6.5, Illustrator bis CS, InDesign bis CS, FreeHand bis MX, Corel Draw bis 11, Endungen: eps, tif, jpg. Alle Schriften, Bilder und Grafiken sollten im Farbraum CMYK angelegt sein sowie eine Auflösung, bei einem Größenverhältnis von 1:1, von mindestens 300 dpi (ideal 355 dpi) besitzen. Bei der Anlieferung von offenen Dateien sind alle Schriften, Bilder/Grafiken beizulegen, bei pdf-Dateien ist darauf zu achten, dass die Schriften inkludiert werden.

Datenübertragung:

Die Übermittlung der Daten kann über unseren FTP-Server (empfiehlt sich bei größeren Dateien – rufen Sie uns an, Sie erhalten von uns einen separaten Zugang) bzw. per e-mail oder Post (CD/DVD) erfolgen. Eine Farbgenauigkeit können wir nur gewährleisten, wenn Sie uns einen zertifizierten Proof nach Fogra-Richtlinien liefern.

Beilagen

Auf Wunsch erstellen wir auch Einleger und Sonderpublikationen.

Sprechen Sie uns an, unsere Verlags-
repräsentanten beraten Sie gern.

Technischer Support

Andreas Lorenz
Telefon: 0371 3349214
satz@wirtschaftsjournal.de

Preisliste online

Werbeplatz	Beschreibung	Laufzeit	Max. Anz.	Technische Anforderungen	Preis in €	Paket-Preis in €
Banner auf Titelseite oben rechts	Exponierte Werbeform, erscheint auf allen Seiten	1 Monat	1	Bildbreite 265 px + ca. 90 Zeichen oder Bildbreite 85 px + ca. 270 Zeichen	650,00	120,00
Logo in Kopfleiste	Exponierte Darstellung des Logos auf allen Seiten, inkl. Unternehmensdarstellung	1 Monat	20	Logo 40 px hoch	350,00	180,00
Banner auf Titelseite unten	Exponierte Werbeform, erscheint auf allen Seiten	1 Monat	2	Bildbreite 265 px + ca. 90 Zeichen oder Bildbreite 85 px + ca. 270 Zeichen	550,00	100,00
Banner auf beliebiger Seite	Erscheint auf 1 bis 3 Seiten	1 Monat	3	Bildbreite 265 px + ca. 90 Zeichen oder Bildbreite 85 px + ca. 270 Zeichen	350,00	90,00
Kundenbereich	Eine oder mehrere Webseiten innerhalb unseres Portals mit einer breiten Möglichkeit Ihrer Präsentation. Suchfunktion in der rechten Spalte	dauerhaft	unbegrenzt	Informationen per Text, Bilder, Videos, Downloads oder Präsentationen	450,00	320,00

Platzierung online



Content-Slider

Logo in Kopfleiste, sie werden in einer Slide-Show angezeigt.
Ein Klick auf das Logo und schon erhalten Sie weitere Informationen im Kundenbereich des Unternehmens.



Banner-Werbung

Auf der Startseite oben oder unten oder auf einer beliebigen Seite.

Kundenbereich

Hier haben Sie die Möglichkeit Ihre Präsentation ausführlich zu platzieren. Eine präzise Suchfunktion leitet den Kunden direkt auf Ihre Präsentation.

TV-Produktionen

Das WirtschaftsJournal TV

Das Fernsehen bringt Informationen emotional und informativ an unsere Zuschauer. Wir ermöglichen Unternehmen mit unserem TV-Angebot effizient und zeitgemäß in die Herzen ihrer Kunden und Multiplikatoren zu gelangen.

- Erreicht alle primären Zielgruppen
 - Moderne und sehr wirksame Form der Berichterstattung
 - 30.000 potenzielle Zuschauer
 - Optional Ausstrahlung im Sachsen-TV und weiteren Lokalsendern
 - Wir unterstützen Sie gern bei der Herstellung Ihres eigenen Videos
- Upload von Videos möglich
 - Suchfunktion für Videos
 - Archivfunktion



Allgemeine Geschäftsbedingungen

1. „Anzeigenauftrag“ und/oder im Web im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbetreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zwecke der Verbreitung und/oder im Web.
2. Anzeigenaufträge sind, falls nicht ausdrücklich schriftlich oder anders vereinbart, innerhalb eines Zeitraumes von zwölf Monaten abzuwickeln.
3. Die in der Anzeigenpreisliste bezeichneten Nachlässe werden nur innerhalb eines Zeitraumes von zwölf Monaten gewährt. Die Frist beginnt mit dem Erscheinen der ersten Anzeige.
4. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Vertrag zurück zu vergüten. Das Recht auf Vertragserfüllung behält sich der Verlag ausdrücklich vor. Nach Ablauf der in Abs. 2 und 3 genannten Frist wird die Rabattierung für noch nicht geschaltete Anzeigen aus dem Anzeigenauftrag neu verhandelt. Eine Rückvergütung gem. Satz 1 entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höhere Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht oder wenn der Auftraggeber im Falle von Preiserhöhungen, statt ein ihm vorbehaltenes oder später eingeräumtes Rücktrittsrecht auszuüben, den Vertrag zu den neuen Preisen bis zur Erreichung des ursprünglich vereinbarten Auftragswertes fortsetzt.
5. Aufträge für Anzeigen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Angaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollten, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. In diesen Fällen ist ein Platzierungszuschlag zu vereinbaren.
6. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen 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. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
7. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreie Druckunterlagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.
8. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Der Verlag haftet ausdrücklich nicht für das Nichterscheinen einer Anzeige, in jedem Fall ist die Haftung des Verlages dem Umfang noch beschränkt auf den vorausehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgeltes. Weitergehende Haftung für den Verlag ist ausgeschlossen. Reklamationen müssen innerhalb von 14 Tagen nach Erscheinungsdatum geltend gemacht werden.
9. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichem Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Sendet der Auftraggeber den ihm rechtzeitig übermittelten Probeabzug nicht fristgemäß zurück, so gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt.
10. Anzeigen, bei denen der Höchstbetrag für 12maliges Erscheinen eingeräumt wird, gelten als auf unbestimmte Zeit mit einer Kündigungsfrist von einem Monat zum Ablauf des ersten Erscheinungsjahres abgeschlossen.
11. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in Höhe von l.v.H. je Monat sowie Bearbeitungskosten von 5 Euro je Zahlungserinnerung zuzüglich eventuell anfallender Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Verzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorlage 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 offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen. Bei Konkursen und Zwangsvergleichen entfällt jeglicher Nachlass.
12. Jeder Werbetreibende erhält einen Anzeigenbeleg mit Zustellung der Rechnung.
13. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckstücke, Matern und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderung ursprünglich vereinbarten Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.