

Titelporträt

Wirtschaftszeitung der Handwerkskammern
in Niedersachsen und Magdeburg

Titel

Egal ob Hintergrundberichte, Fachinformationen oder konkrete Tipps für die Handwerker.

„Das Norddeutsche Handwerk bringt nutzwertorientierte Texte auf den Punkt“, so urteilte die Jury der Deutschen Fachpresse bei der Preisverleihung zur „Fachzeitschrift des Jahres 2006“.

Leser

... sind die Betriebsinhaber, mitarbeitende Partner, Geschäftsführer und angestellte Meister. 86 % unserer Leser treffen allein oder mit Kollegen Investitionsentscheidungen.*

* Quelle: Leserbefragung 8/2008



Cross-media:

NORDDEUTSCHES
HANDWERK und
handwerk.com
bieten die Zielgruppe
„Handwerk“ pur –
Print und Online!

Themen

In den Rubriken - **Betrieb** - **Regionales** - **Lebensart** werden die Themen an den Menschen und deren Ideen festgemacht; bieten somit einen Stoff, mit dem sich der Leser identifizieren kann.

Online

Das Info-Portal **www.handwerk.com** ist das führende branchenübergreifende Internetportal im Handwerksbereich. Über die Themen der Printausgabe hinaus gibt es hier weiterführende Informationen wie z.B. Tabellen mit Produktübersichten, Checklisten, Studien, Linklisten sowie Experteninterviews.

Leistung

Das Norddeutsche Handwerk bietet Ihnen...

- eine der höchsten Auflagen der Handwerkszeitungen in Deutschland: mehr als 95.000 Exemplare.
- 100prozentige Präsenz in Niedersachsen und im Kammerbezirk Magdeburg.
- eine gezielte Ansprache der Entscheider.
- 21 Ausgaben im Jahr. Das garantiert Aktualität und einen hohen Werbedruck.
- **Cross-media:** Das Norddeutsche Handwerk und www.handwerk.com bieten die Zielgruppe „handwerk“ pur – Print und Online

Ausgabe	Monat	Erscheinungstag	Anzeigen-/Druckvorlagenschluss	Themenschwerpunkte
1/2	Januar	21.01.10	07.01. / 08.01.10	
3	Februar	04.02.10	21.01. / 22.01.10	Betriebswirtschaftliche Software
4		18.02.10	04.02. / 05.02.10	Hallen-Gewerbekbau / Gewerbegebiete
5	März	04.03.10	18.02. / 19.02.10	Transportermarkt
6		18.03.10	04.03. / 05.03.10	IT & Kommunikation (CeBIT)
7	April	01.04.10	18.03. / 19.03.10	Zeitarbeit / Schöner Wohnen (Haus und Garten)
8		22.04.10	08.04. / 09.04.10	Berufsbekleidung / Kfz-Special (regional)
9	Mai	06.05.10	22.04. / 23.04.10	Entsorgung / Recycling
10		27.05.10	11.05. / 12.05.10	
11	Juni	10.06.10	27.05. / 28.05.10	
12		24.06.10	10.06. / 11.06.10	Erneuerbare Energien (Intersolar)
13	Juli	08.07.10	24.06. / 25.06.10	
14		29.07.10	15.07. / 16.07.10	
15/16	August	19.08.10	05.08. / 06.08.10	Zeitarbeit / Gewerbegebiete
17	September	09.09.10	26.08. / 27.08.10	Hallen- und Gewerbebau
18		23.09.10	09.09. / 10.09.10	Berufsbekleidung/Arbeitsschutz / Kfz-Special (regional)
19	Oktober	07.10.10	23.09. / 24.09.10	Fahrzeugsicherheit
20		28.10.10	14.10. / 15.10.10	
21	November	11.11.10	28.10. / 19.10.10	IT & Kommunikation
22		02.12.10	18.11. / 19.11.10	
23/24	Dezember	16.12.10	02.12. / 03.12.10	

Messen
12.01.–16.01.10 DEUBAU Essen
16.01.–19.01.10 Domotex, Hannover
19.01.–24.01.10 imm Köln
08.02.–11.02.10 ZOW Bad Salzufen
02.03.–06.03.10 CeBIT Hannover
03.03.–09.03.10 IHM München
24.03.–27.03.10 Holzhandwerk
19.04.–23.04.10 Hannover Messe
09.06.–11.06.10 Intersolar, München
23.09.–30.09.10 IAA-Nutzfahrzeuge
Januar 2011 Domotex Hannover

Themen und Termine

Über weitere Themen wird rechtzeitig informiert.



Anzeigen-Preisliste

Nr. 52 – gültig ab 1. Januar 2010

1 Auflage

Druckauflage 96 007 Exemplare
tatsächlich verbreitete Auflage:
im Jahresdurchschnitt (lt. AMF-Schema 2, Ziffer 17).. 95 267 Exemplare

2 Zeitungsformat

..... 350 mm breit, 510 mm hoch, Rheinisches Format
Satzspiegel 325 mm breit, 475 mm hoch
..... im Textteil = 6 Spalten à 50 mm
Spaltenzahl..... im Anzeigenteil = 7 Spalten à 43 mm

3 Druck- und Bindeverfahren

Rotations-Zeitungsoffsetdruck.

4 Termine

Erscheinungsweise 21 Ausgaben im Jahr
Erscheinungstermin, Anzeigen- und
Druckunterlagenschluss siehe Terminplan, Seite 3

5 Zahlungsbedingungen

8 Tage nach Rechnungsdatum 2% Skonto, sonst 30 Tage ohne Abzug.
Bankeinzugsverfahren ist möglich. USt-Ident.-Nr. DE 115 697 748

Bankverbindungen

Bankverbindung für Anzeigenrechnungen:

Sparkasse Hannover (BLZ 250 501 80), Konto-Nr. 1 019 900
IBAN-Nr.: DE41 2505 0180 0001 0199 00, BIC: SPKHDE3H

Bankverbindung für Vertriebsrechnungen:

Nord/LB, Hannover (BLZ 250 500 00), Konto-Nr. 101 418 200

6 Anzeigenformate und Preise

Allen Preisen ist der aktuelle Mehrwertsteuersatz hinzuzurechnen.

Format	s/w in €	2-farbig in €	3-farbig in €	4-farbig in €
mm-Grundpreis	4,05	5,29	6,59	7,89
1/1-Seite	11 217	14 754	18 457	22 158
2/3-Seite hoch, 4-spaltig	7 478	9 822	12 278	14 734
2/3-Seite quer, 6-spaltig	7 478	9 822	12 278	14 734
1/2-Seite hoch, 3-spaltig	5 609	7 376	9 228	11 079
1/2-Seite quer, 6-spaltig	5 609	7 376	9 228	11 079
DIN-A4-Verhältnis	4 935	6 441	8 021	9 601
1/3-Seite hoch, 2-spaltig	3 739	4 911	6 138	7 366
1/3-Seite quer, 6-spaltig	3 739	4 911	6 138	7 366
1/4-Seite hoch, 3-spaltig	2 804	3 670	4 576	5 484
1/4-Seite quer, 4-spaltig	2 804	3 670	4 576	5 484
1/4-Seite quer, 6-spaltig	2 804	3 670	4 576	5 484

Inselanzeige: im Textteil, mindestens an 3 Seiten textangrenzend (Spaltenbreite 50 mm)

Format	s/w in €	2-farbig in €	3-farbig in €	4-farbig in €
mm-Grundpreis	5,68	6,90	8,20	9,49

Anzeigen im Anzeigenteil: Spaltenbreite 43 mm/7 Spalten (Marktplatz)

Format	s/w in €	2-farbig in €	3-farbig in €	4-farbig in €
mm-Grundpreis	3,26	4,25	5,28	6,32
1 Spalte = 43 mm / 2 Spalten = 90 mm / 3 Spalten = 137 mm / 4 Spalten = 184 mm / 5 Spalten = 231 mm / 6 Spalten = 278 mm / 7 Spalten = 325 mm				

7 Vorzugsplatzierungen/Zuschläge**7.1 Titelpopf-Anzeige:**

Format 50 mm breit/40 mm hoch 4c-Preis1 355,00 €
 Rücktrittsrecht bis max. 3 Monate vor Erscheinungstermin. Bei Rücktritt werden 30 % des Preises berechnet.

7.2 Platzierung

Für alle bindenden Platzvorschriften 25 % Zuschlag, rabattfähig (außer Titelseiten-Anzeige)

7.3 Farbe

Preise für Sonderfarben, die nicht aus der Euroskala gedruckt werden, auf Anfrage.

8 Rubrikanzeigen/Marktplatz, 7-spaltiger Anzeigenteil,

Spaltenbreite 43 mm

Stellengesuche pro mm (1-spaltig)	€ 1,65
Andere Rubriken pro mm (1-spaltig) s/w	€ 2,88
2c	€ 3,42
3c	€ 3,96
4c	€ 4,49

Chiffregebühr € 12,00
 Anzeigentexte bitte maschinengeschrieben verfassen oder handgeschrieben in deutlich lesbarer Schrift (Druckbuchstaben). Für Fehler, die auf unleserliche Manuskripte zurückzuführen sind, wird keine Gewähr übernommen.

9 Sonderwerbformen Seite 7**10 Rabatte bei Abnahme innerhalb von 12 Monaten (Insertionsjahr)**

Malstaffel	Mengenstaffel
3 Anzeigen 5 %	1 500 mm-Zeilen 3 %
6 Anzeigen 10 %	3 000 mm-Zeilen 5 %
12 Anzeigen 15 %	5 000 mm-Zeilen 10 %
21 Anzeigen 20 %	10 000 mm-Zeilen 15 %
.....	20 000 mm-Zeilen 20 %

11 Beilagen

bis 20 g Beilagengewicht, pro 1000 Exemplare	€ 102,00
bis 30 g Beilagengewicht, pro 1000 Exemplare	€ 122,00
bis 40 g Beilagengewicht, pro 1000 Exemplare	€ 142,00
bis 50 g Beilagengewicht, pro 1000 Exemplare	€ 162,00
höhere Gewichte.....	auf Anfrage
Teilbeilagen (Mindestauflage 5.000 Exemplare)	20 % Aufschlag

Formatmindestens: 10,5 x 14,8 cm; höchstens: 23 x 33 cm

Anlieferung1 Woche vor Erscheinen frei Druckerei.

5 Muster vorab an den Verlag.

Versandanschrift...J.D. Küster Nachf. + Presse-Druck GmbH & Co. KG

Industriestraße 20, 33689 Bielefeld

Hinweis: „*Norddeutsches Handwerk;*

Beilagen für Ausgabe xx“

Belegung1. Gesamtausgabe; 2. Teilbeilagen;

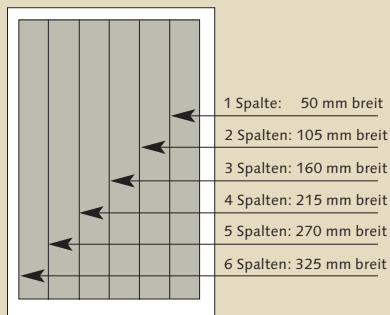
3. selektive Belegung auf Anfrage

- Beilagen sind nicht rabattfähig.
- Aktuelle Auflagen bitte beim Verlag erfragen.
- Eine Alleinbelegung sowie Konkurrenz-Ausschluss kann nicht zugesichert werden.
- Der Beilagenauftrag ist erst gültig, wenn der Verlag wenigstens 10 Tage vor Belegung Muster der Beilage prüfen konnte.
- Die Formulierung des Beilagenhinweises bleibt dem Verlag überlassen. Das Nichterscheinen dieses Hinweises berechtigt nicht zu Ersatzansprüchen.
- Beilagen, die den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen.
- Müssen die Beilagen zusätzlich gefalzt oder beschnitten werden, wird dies gesondert berechnet.

12 Online Werbung Seite 8+9**13 Regional Werbung Seite 10+11**

Formatbeispiele

Ergänzung zur Anzeigenpreisliste Nr. 52
gültig ab Januar 2010



Anzeigen im Textteil (6 Spalten)

s/w-Grundpreis pro mm Höhe
in einer Spalte4,05 €

Für Anzeigen im Bunddurchdruck plus 25 mm.

Format-
beispiele für
Anzeigen
im Textteil,
(6 Spalten),
Mindestgröße
1/4-Seite:



1/1-Seite = Satzspiegel
325 mm x 475 mm



2/3-Seite hoch (4-sp.)
215 mm x 475 mm



2/3-Seite quer (6-sp.)
325 mm x 315 mm



1/2-Seite quer (6-sp.)
325 mm x 235 mm



1/2-Seite hoch (3-sp.)
160 mm x 475 mm



DIN-A4-Verhältnis (4-sp.)
215 mm x 304 mm



1/3-Seite quer (6-sp.)
325 mm x 155 mm



1/3-Seite hoch (2-sp.)
105 mm x 475 mm



1/4-Seite quer (6-sp.)
325 mm x 115 mm



1/4-Seite (4-sp.)
215 mm x 175 mm



1/4-Seite (3-sp.)
160 mm x 235 mm

So heben Sie sich vom Wettbewerb ab

Die Handwerkspresse bietet Ihnen eine Vielzahl von Werbemöglichkeiten. Wir beraten Sie zielgruppenorientiert, um die ideale Form und Kombination aus verschiedenen Angeboten zu finden.



Sonderveröffentlichung

Sonderwerbepformen



Flying Page

Advertorial

Möglichkeiten und Preise auf Anfrage.

Media 2010

Online-Werbung

Web-Adresse (URL)..... <http://www.handwerk.com>

Kurzcharakteristik

handwerk.com ist das führende branchenübergreifende Internet-Portal im Handwerksbereich. Eine konsequente Zielgruppenfokussierung und ein klar strukturiertes, redaktionelles Konzept mit Ausrichtung auf die Leser im Handwerk machen diese Website zu einem nutzwertigen, zeitgemäßen Informationsmedium für die „Macher“ und „Manager“ im Handwerk.

Online gehört dazu

Setzen auch Sie neue Akzente in der Zielgruppen-Ansprache und profitieren Sie von den vielfältigen Online-Werbemöglichkeiten. handwerk.com bietet Ihnen:

- hohe Kontaktqualität und optimale Response-Werte durch ein erstklassiges redaktionelles Umfeld
- hohe Markenaufmerksamkeit durch positiven Image-Transfer
- direkten Zugang zur Zielgruppe, neue Möglichkeiten im Bereich CRM und Direkt Marketing
- schnellen, direkten Zugang zu Produkt- und Unternehmensinformationen
- kontaktstarke Online-Werbemöglichkeiten

Print-Online-Kombination

Mit der Kombination von Anzeigenschaltung und Online-Werbung werden Voraussetzungen für eine erfolgreiche, medienübergreifende Werbepresenz geschaffen: z.B. eine Bannerkampagne auf handwerk.com und einer Anzeigenserie im Norddeutschen Handwerk.

Werbewirksame Print-Online-Kombination:

Online-Bannerwerbung...

...mit Print-Anzeigenwerbung

Kündigung verpasst
Zwei Wochen an Kündigung, vier Jahre! Verpassen Sie nicht!

Der Sprinter 2009. Mit Euro 5 zu 1,5 l/100 km Kraftstoffersparnis.
Berechnen Sie den Sprinter 2009

Was immer Sie transportieren, Sicherheit ist schuld an Bord.

Mercedes-Benz

Werbeformen und Preise

Werbeform*	Format	TKP-Preis
Fullsize-Banner	468 x 60 Pixel; max. 20 KB	30,00 €
Superbanner	728 x 90 Pixel; max. 40 KB	40,00 €
SkyScraper	160 x 600 Pixel; max. 40 KB	55,00 €
Medium Rectangle	300 x 250 Pixel; max. 40 KB	55,00 €
Wallpaper	728 x 90 Pixel + 130 x 600	75,00 €
Ad word	4-5 Zeilen – rechts neben Text	250,00 € für 4 Wochen

* Weitere Werbeformen auf Anfrage

Sonderwerbeformen

- Newsletter** ca. 6.000 Abonnenten aus der Zielgruppe erhalten 2 x wöchentlich den Newsletter via E-Mail.
 Umfang 4 Meldungen (max. 500 Zeichen)
 Datenformat Textanzeige oder HTML-Format
 Preis 390,00 €
- Themensponsoring**
 Unterrubriken und Themenwelten können gesponsert werden. Hierzu wird der gesponserte Bereich mit dem Firmen-Logo gekennzeichnet. Außerdem erfolgt eine direkte Verlinkung zu Ihrer Website.
 Laufzeit 4 Wochen 450,00 €
- Showrooms**
 In einer Galerie haben Sie die Möglichkeit, Ihre Produkte mit Text und Fotos vorzustellen.
 Laufzeit 3 Monate 1 200,00 €
- Web-TV**
 Veröffentlichung von Produktfilmen (max. 3 Minuten)
 Laufzeit 6 Monate 2 500,00 €

Gerne produzieren wir Ihren individuellen Spot, Preis auf Anfrage

Rabatte	Nach Umsatz
	ab 1 000 € 5 %
	ab 3 000 € 10 %
	ab 5 000 € 15 %
	ab 7 000 € 20 %
	ab 9 000 € 25 %

Zugriffskontrolle Addition-Auswertungen

Datenanlieferung..... mindestens 1 Woche vor Schaltertermin per E-Mail an: wirtschaft@schluetersche.de mit Hinweis auf die Laufzeit. GIF- oder HTML-Format
Wichtig: Wir benötigen den Alt-Text sowie die URL auf die verlinkt werden soll!

Zahlungsbedingungen 8 Tage nach Rechnungsdatum 2 % Skonto, sonst 30 Tage ohne Abzug. Bankeinzugsverfahren ist möglich.
 UST-Ident-Nr. DE 115697748

Bankverbindung Sparkasse Hannover (BLZ 250 501 80),
 Konto-Nr. 1 019 900
 IBAN-Nr. DE41 2505 0180 0001 0199 00,
 BIC: SPKHDE2H

Ansprechpartnerin

Ilona Adomat 0511 8550-2449
 Fax 0511 8550-2402
 E-Mail adomat@schluetersche.de

Regionalausgaben	Auflage	1 Regionalausgabe			2 Regionalausgaben			3 Regionalausgaben			4 Regionalausgaben		
		mm	2C/3C	4C	mm	2C/3C	4C	mm	2C/3C	4C	mm	2C/3C	4C
Hannover:	14 397	1,64 €	2,01 €	2,12 €	1,23 €	1,50 €	1,59 €	1,10 €	1,35 €	1,42 €	1,03 €	1,26 €	1,33 €
Hildesheim:	8 289	1,23 €	1,51 €	1,59 €	0,83 €	1,01 €	1,07 €	0,69 €	0,85 €	0,89 €	0,62 €	0,77 €	0,81 €
Magdeburg:	15 951	1,53 €	1,87 €	1,99 €	1,12 €	1,38 €	1,45 €	1,00 €	1,20 €	1,27 €	0,92 €	1,12 €	1,18 €
Osnabrück-Emsland:	10 989	1,31 €	1,60 €	1,68 €	1,00 €	1,10 €	1,16 €	0,77 €	0,94 €	0,99 €	0,69 €	0,85 €	0,90 €
Oldenburg:	12 324	1,40 €	1,71 €	1,81 €	1,00 €	1,21 €	1,28 €	0,89 €	1,05 €	1,11 €	1,00 €	0,97 €	1,02 €
Ostfriesland:	5 131	1,06 €	1,30 €	1,38 €	0,66 €	0,81 €	0,85 €	0,53 €	0,64 €	0,68 €	0,47 €	0,56 €	0,59 €
Braunschweig:	8 020	1,22 €	1,48 €	1,57 €	0,82 €	1,00 €	1,05 €	0,69 €	0,83 €	0,88 €	0,62 €	0,75 €	0,79 €
Lüneburg-Stade:	20 165	1,78 €	2,18 €	2,30 €	1,38 €	1,68 €	1,79 €	1,25 €	1,52 €	1,60 €	1,17 €	1,44 €	1,52 €

Die Belegung mehrerer Regionalausgaben bringt deutliche Preisvorteile.



Rabatte bei Abnahme innerhalb von 12 Monaten (Insertionsjahr)

nach der Malstaffel

3 Anzeigen	5 %
6 Anzeigen	10 %
12 Anzeigen	15 %
21 Anzeigen	20 %

nach der Mengestaffel

1500 mm-Zeilen	3 %
3000 mm-Zeilen	5 %
5000 mm-Zeilen	10 %
10000 mm-Zeilen	15 %
20000 mm-Zeilen	20 %

Ihre Ansprechpartner für regionale Werbung:

Hannover

Ilona Adomat · Telefon 0511 8550-2449 · E-Mail: adomat@schluetersche.de

Oldenburg, Osnabrück-Emsland und Ostfriesland

Ralf Niemeyer, c/o Kommunikation & Wirtschaft GmbH
Postfach 200255 · 26040 Oldenburg · Telefon 0441 9353-140 · Fax 0441 9353-300
E-Mail: niemeyer@kuw.de

Magdeburg und Lüneburg-Stade

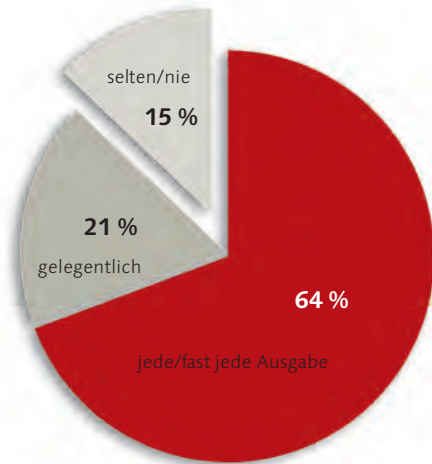
Mediaservice Wilfried Skowronek, Goethestr. 58, 39108 Magdeburg
Telefon 0391 2529562 · Fax 0391 2529563 · E-Mail: mediaservice@skowronek.info

Braunschweig und Hildesheim

Verlagsbüro Klaus Rakuttis, Feldstraße 3, 38704 Liebenburg
Telefon 05346 912300 · Telefax 05346 912301 · E-Mail: rakuttis-pr@t-online.de

Lesehäufigkeit

Wie oft (pro Jahr) wird die Zeitung gelesen?



Durchschnittliche Lesedauer: 31 Minuten.

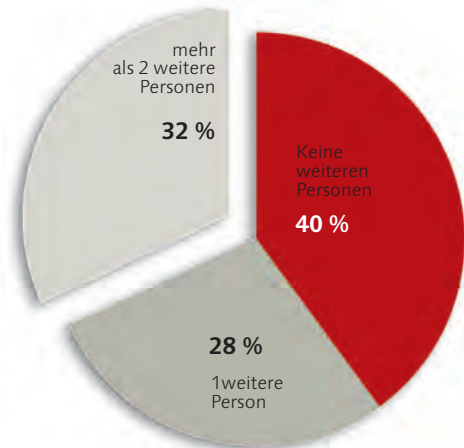


Nutzung

Wieviele Seiten werden pro Ausgabe aufgeschlagen?



Wie viele Personen lesen die Ausgabe noch?



d. h. hinter jedem Empfänger stehen 2,2 Nutzer pro Exemplar.

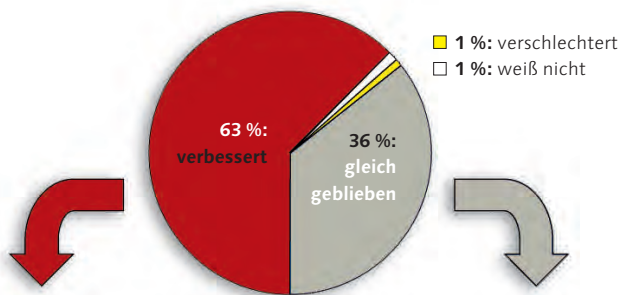


Relaunch Januar 2005

Der redaktionelle und grafische Relaunch überzeugte nicht nur die Juroren, die das Norddeutsche Handwerk zur Fachzeitschrift des Jahres 2006 wählten, sondern vor allem auch die Leser und Anzeigenkunden.

Frage:

Finden Sie das Norddeutsche Handwerk hat sich durch die Umgestaltung verbessert, ist es gleich geblieben oder hat es sich verschlechtert?



Für rund zwei Drittel hat sich das Norddeutsche Handwerk durch die Umgestaltung verbessert,

für rund ein Drittel ist es gleich geblieben.

Frage:

Sprechen wir über die Veränderungen beim Norddeutschen Handwerk seit Anfang 2005: Hat es sich hinsichtlich folgender Aspekte verbessert/ist gleich geblieben oder hat es sich verschlechtert?

Farbgestaltung

73 %
verbessert

23 %
gleich geblieben

Layout

71 %
verbessert

26 %
gleich geblieben

Übersichtlichkeit

68 %
verbessert

29 %
gleich geblieben

Lesefreundlichkeit

52 %
verbessert

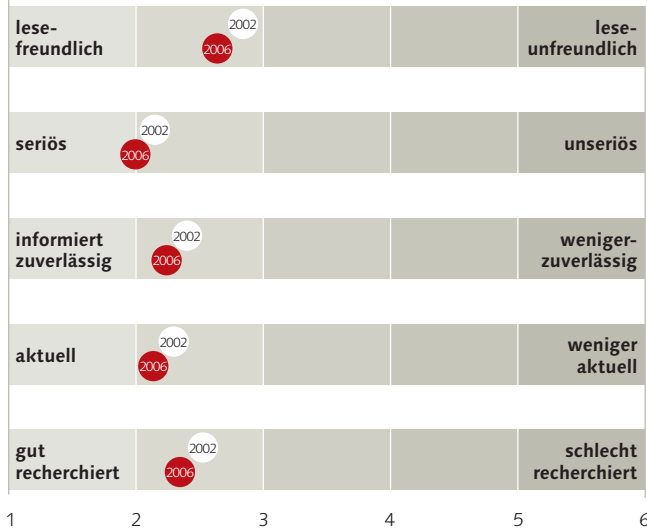
47 %
gleich geblieben

Als besonders verbessert wird Farbgestaltung, Layout und Übersichtlichkeit/Lesefreundlichkeit wahrgenommen. Themen/Informationsgehalt – die generell gut bewertet werden – haben die Qualität behalten bzw. noch weiter verbessert.

Detaillierte Bewertung des Norddeutschen Handwerks.
 Zu jeder Aussage ist eine Benotung von 1 „trifft voll und ganz zu“ bis 6 „trifft überhaupt nicht zu“.

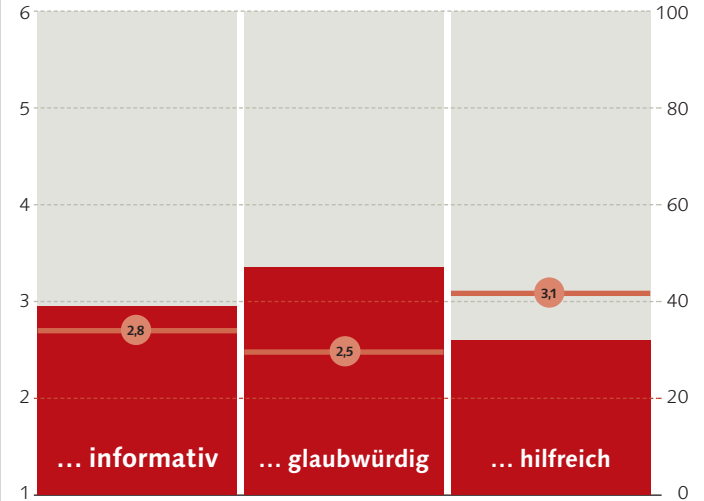
Das Norddeutsche Handwerk ist...

□ IFaK-Umfrage 2002
 ■ IFaK-Umfrage 2006



Die Bewertungen für das Norddeutsche Handwerk haben sich Richtung Note 2 verbessert.

Die Anzeigen im Norddeutschen Handwerk sind...



Die Anzeigen im Norddeutschen Handwerk können vor allem in Hinblick auf die Glaubwürdigkeit überzeugen. Jeder zweite Leser unter den Empfängern gibt hier die beiden besten Noten.

Leseranalyse

IFAK-Befragung, März 2006, Basis: 250 Leser



- 1 Erscheinungsweise** zweimal monatlich
(Januar, August und Dezember einmal)
- 2 Jahrgang** 115. Jahrgang 2010
- 3 web-Adresse (URL)** ... www.handwerk.com
www.schluetersche.de
- 4 Mitgliedschaften** –
- 5 Organ** Offizielles Organ der Handwerkskammern
Braunschweig-Lüneburg-Stade, Hannover,
Hildesheim-Süd-niedersachsen, Magdeburg,
Oldenburg, Osnabrück-Emsland, Ostfriesland
- 6 Herausgeber** Die oben genannten Handwerkskammern
- 7 Verlag** Schlütersche Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG
Hans-Böckler-Allee 7, 30173 Hannover
30130 Hannover
Postanschrift
Telefon 0511 8550-0
Telefax 0511 8550-2402
E-Mail wirtschaft@schluetersche.de
- 8 Redaktion** Irmke Frömling (verantwortlich),
Torsten Hamacher, Martina Jahn
Telefon 0511 8550-2456, -2415
Telefax 0511 8550-2403
E-Mail: nh.Redaktion@schluetersche.de
- 9 Anzeigen** Andreas Dirschauer (Anzeigenleitung)
Ilona Adomat
Telefon 0511 8550-2477,-2449
Telefax 0511 8550-2402
E-Mail: wirtschaft@schluetersche.de

- 10 Vertrieb** Petra Winter
Telefon 0511 8550-2422
Telefax 0511 8550-2405
E-Mail vertrieb@schluetersche.de
- 11 Bezugspreis** Inland 45,50 €, Ausland 68,– € zzgl. MwSt.

12 ISSN –

13 Umfangs-Analyse 2008 = 21 Ausgaben

Format der Zeitschrift	510 mm hoch, 350 mm breit
Gesamtumfang	262 Seiten = 100 %
Redaktioneller Teil	177 Seiten = 68 %
Anzeigenteil	85 Seiten = 32 %
davon	
Stellen- und Gelegenheitsanzeigen	3 Seiten = 1 %
Verlagseigene Anzeigen	11 Seiten = 4 %
Beilagen	22 Stück
davon Teilbeilagen	18 Stück

14 Inhalts-Analyse des redaktionellen Teils 2008 = 177 Seiten

Titelseite	21 Seiten = 11,9 %
Betrieb	45 Seiten = 25,4 %
Betrieb plus	18 Seiten = 10,2 %
Regionale Niedersachsen/Sachsen-Anhalt *	21 Seiten = 11,9 %
Kammerseiten	30 Seiten = 16,9 %
Lebensart	32 Seiten = 18,1 %
Sonderthemen	5 Seiten = 2,8 %
Sonderveröffentlichungen	5 Seiten = 2,8 %
	177 Seiten = 100 %

*= Wechsellseiten:
Handwerk in Niedersachsen
Handwerk in Sachsen-Anhalt



Auflagen- und Verbreitungsanalyse – AMF 2

15 Auflagenkontrolle IVW, Berlin

16 Auflagen-Analyse

Exemplare pro Ausgabe im Durchschnitt für die Zeit vom 1. Juli 2008 bis 30. Juni 2009

Druckauflage: 96 007

Tatsächlich verbreitete

Auflage (tvA): 95 267 davon Ausland: 0

Verkaufte Auflage: 93 492 davon Ausland: 0

– Abonnierte Exemplare: 91 243

– Einzelverkauf: 0

– Sonstiger Verkauf: 2 249

Freistücke: 1 775

Rest,- Archiv- und Belegexemplare: 740

17 Geographische Verbreitungs-Analyse

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Deutschland	100	95 267
Ausland	0	0
Tatsächlich verbreitete Auflage	100,0	95 267

Gliederung der Auflage nach Handwerkskammerbezirken

Handwerkskammern	Braunschweig	8,42 %	8 020 Ex.
	Hannover	15,11 %	14 397 Ex.
	Hildesheim-Süd-niedersachsen	8,70 %	8 289 Ex.
	Lüneburg-Stade	21,17 %	20 185 Ex.
	Magdeburg	16,74 %	15 951 Ex.
	Oldenburg	12,94 %	12 324 Ex.
	Osnabrück-Emsland	11,54 %	10 989 Ex.
	Ostfriesland	5,39 %	5 131 Ex.
	100,00 %	95 267 Ex.	

Empfänger-Struktur-Analyse AMF 3-E



18 Branchen/Wirtschaftszweige/ Fachrichtungen/Berufsgruppen

Die Darstellung der Empfängergruppen des NORDDEUTSCHEN HANDWERKS erfolgt abweichend von der AMF-üblichen „Systematik der Wirtschaftszweige“ nach dem Muster der gebräuchlichen organisationseigenen und amtlichen Handwerksstatistik.

18a Empfängergruppen laut Handwerksrollenstatistik und Betriebsstatistik

Nummer der Handwerksrollen- statistik	Handwerksgruppe/ Handwerkszweig	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
		%	Exemplare
Gruppe I	Bau- und Ausbauhandwerke	28,5	27 151
Gruppe II	Elektro- und Metallhandwerke	28,2	26 866
Gruppe III	Holzhandwerke	10,2	9 717
Gruppe IV	Bekleidungs-, Textil- und Lederhandwerke	6,4	6 097
Gruppe V	Nahrungsmittelhandwerke	4,4	4 192
Gruppe VI	Gesundheits- und Körperpflege-, chemische und Reinigungshandwerke	19,2	18 291
Gruppe VII	Glas-, Papier-, keramische und sonstige Handwerke	3,1	2 953
	Inland	100,0	95 267
	Ausland (nicht erhoben)		–
	Tatsächlich verbreitete Auflage		95 267



Kurzfassung der Erhebungsmethode

- zur Verbreitungsanalyse (AMF-Schema 2, Ziffer 18)
- zur Empfänger-Strukturanalyse (AMF-Schema 3-E)



1. Untersuchungsmethode

- Verbreitungsanalyse durch Dateiauswertung (AMF-Schema 2)
- Empfänger-Strukturanalyse durch Dateiauswertung (AMF-Schema 3)
- Total-Erhebung

2. Beschreibung der Empfängerschaft zum Zeitpunkt der Datenerhebung

2.1. Beschaffenheit der Datei

In der Empfängerdatei sind die Anschriften aller Empfänger erfasst. Aufgrund der vorhandenen postalischen Angaben kann die Datei nach Postleitzahlen, bzw. Inland- und Auslandsempfängern sortiert werden.

2.2. Gesamtzahl Empfänger in der Datei	93 507
2.3. Gesamtzahl wechselnde Empfänger	-
2.4. Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen	
- Verkaufte Auflage	93 336
davon: abonnierte Exemplare	91 000
Einzelverkauf	-
sonstiger Verkauf	2 336
- Freistücke	1 931
davon: ständige Freistücke	1 117
wechselnde Freistücke	-
Werbeexemplare	814
- Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	95 267
davon: Inland	95 267
Ausland	-

3. Beschreibung der Untersuchung

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil)

Grundgesamtheit (tvA)	95 267 = 100,00 %
davon in der Untersuchung	1 343 = 1,41 %
nicht erfasst:	
- Einzelverkauf	-
- Sonstige	529
- Werbeexemplare	814

Die Untersuchung repräsentiert von der

Grundgesamtheit (tvA)	93 924 = 98,59 %
-----------------------------	------------------

3.2 Tag der Dateiauswertung

3.3 Beschreibung der Datenbasis

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

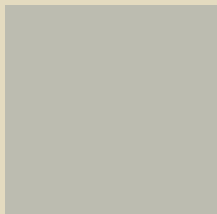
3.4 Zielperson der Untersuchung

3.5 Definition des Lesers

3.6 Zeitraum der Untersuchung

3.7 Durchführung der Untersuchung

Digitale Druckunterlagen



Um digitale Druckunterlagen einwandfrei weiterverarbeiten zu können, müssen folgende Bedingungen erfüllt sein:

Dateiformat

Druckfertige PDF- oder EPS-Dateien (mit eingebetteten Schriften und Bilddateien) aus QuarkXPress, InDesign, Illustrator, Photoshop oder Freehand.
Bitte ohne Schnittmarken, Paskreuze, etc. auf das Endformat abspeichern.

Bei Anlieferung offener Dateien (inkl. Schriften und hochauflösende Bilder) sowie Dateien aus Programmen wie WORD, EXCEL, PowerPoint, Pagemaker oder CorelDraw kann keine Gewährleistung für die Qualität der Anzeigen übernommen werden. Bei diesen Formaten werden je nach Aufwand die Selbstkosten in Rechnung gestellt.

Bilddaten

Auflösung von Farb- oder Graustufenbilder mind. 200 dpi (Profil iso.newspaper)
Strichzeichnungen mind. 1200 dpi

Farbmodus

CMYK, keine RGB- oder Sonderfarben

Druckverfahren

Rotations-Zeitungsoffsetdruck

Datenträgerformat

CD-ROM (Macintosh/Windows), DV-ROM (Macintosh)

Datentransfer

- E-Mail: anzeigendaten-ndh@schluetersche.de
- ISDN Mac/Leonardo Pro 0511/8550-6578
- ISDN PC Fritz!Data und FTP-Verbindung gern auf Anfrage

Datei-Information

Bitte nennen Sie bei der Datenanlieferung *Zeitschrift_Ausgabe_Inserent* und senden parallel die genauen Auftragsdaten sowie einen schrift- und standverbindlichen Ausdruck der Anzeige.

Bei Farbanzeigen ist zusätzlich ein Proof, der den Empfehlungen der FOGRA bzw. ECI für den Rotationszeitungsdruck entspricht, notwendig. Proofart und Papierklasse bitte erfragen.

Anzeigenauftrag

Die genannten Angaben ersetzen nicht den schriftlichen Anzeigenauftrag.
Senden Sie diesen bitte direkt an die Anzeigenabteilung.

Eingangs- und Verarbeitungskontrolle

Der Verlag übernimmt keine Haftung für Farbabweichungen und Textstellungen im Anzeigenmotiv, wenn Dateien nicht in der oben angegebenen Art und Weise abgespeichert und farbverbindliche Proofs nicht mitgeliefert wurden.

Technische Kosten

Für die Gestaltung/Herstellung von Anzeigen und Eingriffe bei nicht maßgerechten Vorlagen sowie die Aufbereitung aller Vorlagen, die nicht dem Druckverfahren entsprechen, werden die Selbstkosten in Rechnung gestellt.

Technische Fragen/Kontakt

E-Mail an anzeigendaten-ndh@schluetersche.de oder
Telefon 0511/8550-2522 • Telefax 0511/8550-2401

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften

Die nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen sind Vertragsbestandteil des zwischen Schlütersche Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG (Verlag genannt) und einem Werbtreibenden oder sonstigen Inserenten (Auftraggeber genannt) geschlossenen Vertrages über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder Beilagen sowie anderer Werbemittel (Werbemittel) in einer Druckschrift zum Zwecke der Verbreitung. Aufträge gelten erst dann als angenommen, wenn sie schriftlich durch den Verlag bestätigt worden sind. Ist der Auftraggeber eine Agentur, so bezieht sich der jeweilige Auftrag auf einen Kunden der Agentur und darf nicht gleichzeitig Werbung anderer Agenturen enthalten.

1. Ist kein Erscheinungstermin vereinbart, sind vereinbarte Werbemittel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen.
Ist im Rahmen eines Abschlusses über mehrere Anzeigen das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen bzw. anderer Werbemittel eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern diese innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.
2. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, 40 % des Insertionspreises als Stornogebühr dem Verlag zu erstatten. Dem Auftraggeber bleibt der Nachweis vorzubehalten, dass kein oder nur ein geringer Schaden entstanden sei. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
3. Anzeigen und Beilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen einer Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig vor dem Veröffentlichungszeitpunkt beim Verlag eingehen, dass man dem Auftraggeber gegebenenfalls noch vor dem Anzeigenschluss über eine nicht wunschgemäße Berücksichtigung benachrichtigen kann. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
4. Anzeigen, die auf Grund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
5. Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung der Anzeige erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber ist selbst für die Inhalte der bestellten Veröffentlichungen und für alle gemachten Angaben verantwortlich. Es ist ausschließlich Sache des Auftraggebers, wettbewerbsmarken-, urheber- oder namensrechtliche Fragen sowie Fragen bzgl. der Preisangabe bei Premium-Dienste-Rufnummern vor Erteilung des Auftrages von sich aus zu klären. Werden Mehrwert-Rufnummern in Werbeanzeigen veröffentlicht, verpflichtet sich der Auftraggeber die Pflichtangaben zu den Preisen gemäß TKG einzuhalten und zu veröffentlichen. Es dürfen keine Werbebanner mit rechts- oder sittenwidrigen Inhalten angetafelt werden, insbesondere keine Werbung veröffentlicht werden, die i. S. d. § 131 StGB zum Rassenhass aufstacheln, Gewalt verherrlichen oder verharmlosen, sexuell anstößig sind, i. S. d. § 184 StGB pornographisch sind, den Krieg verherrlichen oder verharmlosen, geeignet sind, Kinder oder Jugendliche sittlich schwer zu gefährden oder in ihrem Wohl zu beeinträchtigen oder auf Angebote mit solchem Inhalt hinzuweisen. Der Verlag übernimmt keine Gewähr für den Inhalt, insbesondere für den Wahrheitsgehalt der bestellten Werbung. Im Falle der Inanspruchnahme durch Dritte, die ihre Ansprüche im Zusammenhang mit den veröffentlichten Inhalten gegen den Verlag machen, haftet allein der Auftraggeber, der den Verlag und die Agentur von allen diesbezüglichen Ansprüchen Dritter freistellt.
6. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen des Vertrages – und Beilagenaufträge sowie Aufträge für Durchhelfer und Einkleber 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.
Anzeigen, Beilagen-, Durchhelfer- und Einkleberaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines entsprechenden Modells und dessen Billigung durch den Verlag bindend. Anzeigen, Beilagen, Durchhelfer und Einkleber, 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.
7. 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.
8. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige zum dem Verlag nächstmöglichen Zeitpunkt. Beides aber nicht in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde und soweit der Abdruck einer Ersatzanzeige dem Verlag zumutbar ist. Lässt der Verlag eine ihm dafür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages.

Wegen Verletzung vertraglicher und außervertraglicher Pflichten, insbesondere wegen Unmöglichkeit, Verzug, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlungen haftet der Verlag – auch für seine leitenden Angestellten und sonstigen Erfüllungsgehilfen – nur im Falle des Vorsatzes und der groben Fahrlässigkeit, und zwar der Höhe nach beschränkt auf den bei Vertragsabschluss voraussehbaren vertragstypischen Schaden. Diese Haftungsbegrenzung gilt nicht bei schuldhaftem Verstoß gegen wesentliche Vertragspflichten, soweit dadurch die Erreichung des Vertragszwecks gefährdet wird, für Schäden an Leben, Körper oder Gesundheit wegen einer von dem Verlag zu vertretenden Pflichtverletzung.

9. 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 Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.
10. Sind keine besonderen Größenvorschläge gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Preisberechnung zugrunde gelegt.
11. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung innerhalb von 14 Tagen nach Veröffentlichung der Anzeige bzw. eines anderen bestellten Werbemittels, übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen vom Empfang der Rechnung an laufendsten Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.
12. 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 offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
13. 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 beschaffen werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
14. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie für den Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführung hat der Auftraggeber zu tragen.
15. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preiserminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preiserminderung berechtigter Mangel, wenn sie
 - bei einer Auflage bis zu 50 000 Exemplaren 20 %,
 - bei einer Auflage bis zu 100 000 Exemplaren 15 %,
 - bei einer Auflage bis zu 500 000 Exemplaren 10 %,
 - bei einer Auflage über 500 000 Exemplaren 5 % beträgt.

Darüber hinaus sind bei den Abschlüssen Preiserminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag den Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.

16. Bei Chiffreanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Chiffreanzeigen werden nur auf dem normalen Postwege weitergeleitet. Die Eingänge auf Chiffreanzeigen 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 an Stelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A4 (Gewicht 500 g) überschreiten, sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Pakchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann demnach ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.

17. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.
18. Erfüllungsort und Gerichtsstand für alle Streitigkeiten aus dem geschlossenen Vertrag ist Hannover, wenn der Auftraggeber Kaufmann ist. Das gilt auch, wenn der Auftraggeber im Inland keinen allgemeinen Gerichtsstand hat oder sein Wohnsitz unbekannt oder im Ausland ist.
19. Sollten eine oder mehrere der vorstehenden Bestimmungen unwirksam sein oder werden, so wird hierdurch die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen nicht berührt. Anstelle der unwirksamen Bestimmungen treten die gesetzlichen Vorschriften, soweit nicht die Parteien eine Einigung herbeiführen, die den durch die unwirksame Bestimmung beabsichtigten Zweck erreicht.



Ihre Ansprechpartner für Werbung



Anzeigenleitung

Andreas Dirschauer
 Telefon 0511 8550-2477
 E-Mail:
 dirschauer@schluetersche.de



Anzeigenverkauf

Ilona Adomat
 Telefon 0511 8550-2449
 E-Mail:
 adomat@schluetersche.de

Verlag

Schlütersche Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG
 Hans-Böckler-Allee 7 · 30173 Hannover
 Postanschrift: 30130 Hannover
 Telefon 0511 8550-0 · Telefax 0511 8550-2402

schlütersche
 Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG