

+++ Pitch-Marketing +++ Branding +++ Lead-Generierung +++



Anzeigen +++ Newsletter +++ Permission-Marketing +++ Sponsoring +++ Webinar

Mediadaten 2015



Wir wollen Ihnen immer noch keine Anzeigen verkaufen

Sie verkaufen Ihren Kunden ja auch keine Produkte und Werkstunden - sondern Lösungen. Wir machen das ganz genauso. Denn wir wissen: Sie brauchen keine Anzeigenfläche, kein Stückchen Newsletter, keine Quadratcentimeter Browserfläche. Sondern Lösungen für Ihre aktuellen Kommunikationsaufgaben.

Und diese Lösung möchten wir gemeinsam mit Ihnen finden. Am liebsten im persönlichen Gespräch. Für drei nebenstehende Aufgabenbereiche eignet sich iBusiness vor allem.

Und wenn Sie eine Aufgabe haben, für die Sie in diesen Mediadaten keine Lösung finden? Dann entwickeln wir gemeinsam mit Ihnen eine.

Ich freue mich auf das Gespräch mit Ihnen!

Ihr

● **Branding**

Sie wollen die Awareness Ihrer Marke in der deutschsprachigen Interaktivbranche vergrößern, wollen sich für Ihr Recruitment als interessanter Arbeitgeber positionieren oder möchten Ihre Kompetenz in speziellen Themenfeldern kommunizieren? Dazu eignen sich beispielsweise Online- und EMail-Medien, sowie das Event-, Themen- und Tag-Sponsoring.

● **Lead-Generierung**

Die Aufgabe heißt Neukundengenerierung? Füllen Sie Ihren Sales-Funnel mit hochkarätigen B2B-Leads. Beispielsweise mit Webinaren, Whitepaper- und Permission-Marketing-Kampagnen. Abgerechnet über den Vertriebsmarketing-Topf. Wahlweise pauschal, per TKP oder performance-basiert.

● **Pitch-Marketing**

Sie haben ein erklärungsbedürftiges Produkt oder eine Dienstleistung und haben die Aufgabe, es in den Kopf des Entscheiders zu bringen: Exakt in dem Moment, wenn eine Pitch-Entscheidung ansteht? Die iBusiness Dossiers und die iBusiness Poster sind genau dafür konzipiert. Sie erreichen dank Micro-Targeting genau den richtigen Entscheider in den Ziel-Unternehmen - und das genau zum richtigen Zeitpunkt.

Inhalt

Der Verlag: 2
Zielgruppen..... 4
Die technischen Daten..... 28
Die AGB 29
Das Team..... 30

Die Produkte:



iBusiness Dossiers sind monothematische Themenhefte für den E-Commerce, die sich dort an hoch spezielle Zielgruppen richten 10
Geeignet für:

- Pitch-Marketing Branding Lead-Generierung



iBusiness Poster visualisieren Märkte mittels Rankings und Infografiken. Sie hängen an den Bürowänden der Entscheider 13
Geeignet für:

- Pitch-Marketing Branding Lead-Generierung



Whitepaper-Kampagnen auf iBusiness zeigen Ihre Kompetenz und generieren Leads für den Vertrieb 19
Geeignet für:

- Pitch-Marketing Branding Lead-Generierung



Webinare auf iBusiness demonstrieren intensiv Ihre Kompetenz und generieren Leads für Ihren Vertrieb 20
Geeignet für:

- Pitch-Marketing Branding Lead-Generierung



Permission-Marketingkampagnen sprechen spezielle Zielgruppen direkt an - für Vertrieb und Veranstaltungsmarketing 22
Geeignet für:

- Pitch-Marketing Branding Lead-Generierung



Onlinewerbung und Newsletter-Werbung transportieren Ihre Marke kontinuierlich in die iBusiness-Zielgruppe 23
Geeignet für:

- Pitch-Marketing Branding Lead-Generierung



Dienstleistungsmarketing. Die PremiumPlus-Mitgliedschaft ist die Basis Ihres ganzheitlichen Marketingauftritts auf iBusiness.de 26
Geeignet für:

- Pitch-Marketing Branding Lead-Generierung

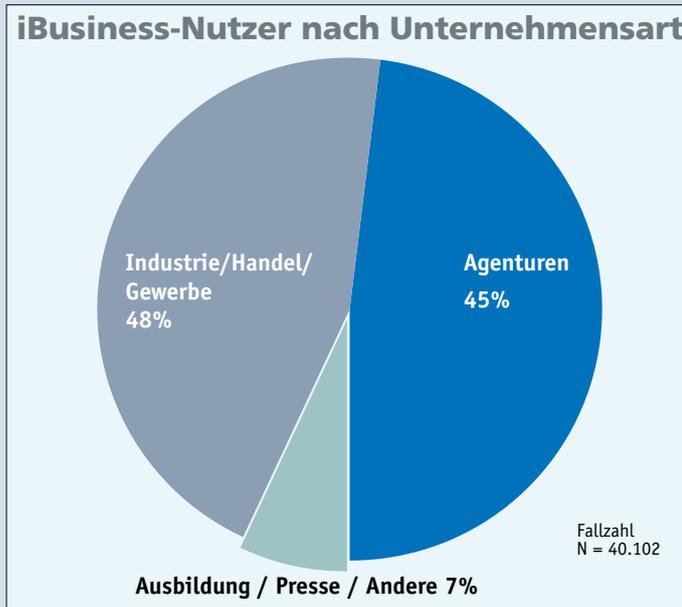


iBusiness Executive Summary. Mit der gedruckten Executive Summary transportieren Sie exklusive Kampagnen an unsere Premium-Mitglieder 27
Geeignet für:

- Pitch-Marketing Branding Lead-Generierung



Leser- und Nutzeranalyse: Zielgruppen



Auf iBusiness begegnen sich Agenturen und Industrie/Handel/Gewerbe auf Augenhöhe

Seit über zwei Jahrzehnten analysiert iBusiness die Trends rund um das Geschäft mit interaktiven Medien. Kein anderes Medium hat sich so früh auf dieses Thema spezialisiert. Deshalb ist iBusiness der Trendscout für die Interaktivbranche und informiert die strategischen Entscheider der Branche crossmedial im Web, mobil und gedruckt mit ausführlich recherchierten Zukunftsanalysen inklusive verschiedenen Szenarien und konkreten Handlungsempfehlungen.

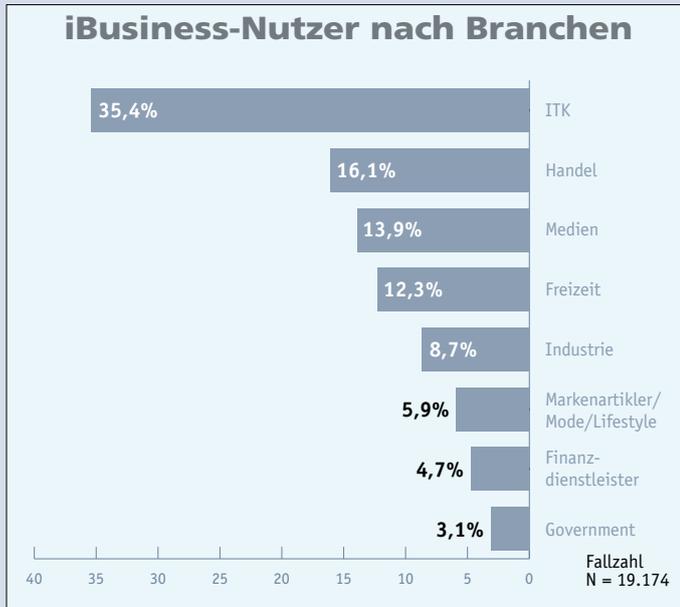
Die strategische Ausrichtung führt dazu, dass knapp 40.000 aktive und registrierte strategische Entscheider iBusiness nutzen:

- Unternehmen aus den Bereichen Industrie, Mittelstand, Handel und Markenartikler
- Interaktivdienstleister und Agenturen

Für beide Gruppen bildet iBusiness eine Entscheidungshilfe zur Absicherung ihrer Investitionen.

Damit ist iBusiness auch Bindeglied zwischen Auftraggebern und Auftragnehmern digitaler Projekte, da wir von beiden Parteien als Knowhow-Träger geschätzt werden.

Leser- und Nutzeranalyse: Branchen



Ein überdurchschnittlich hoher Anteil von iBusiness-Nutzern aus Industrie, Handel und Gewerbe arbeitet in Branchen mit einer hohen Online-Affinität

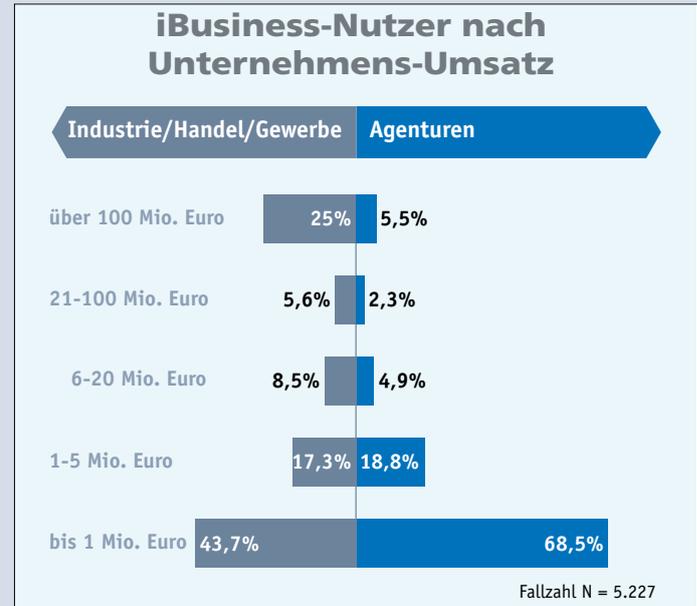
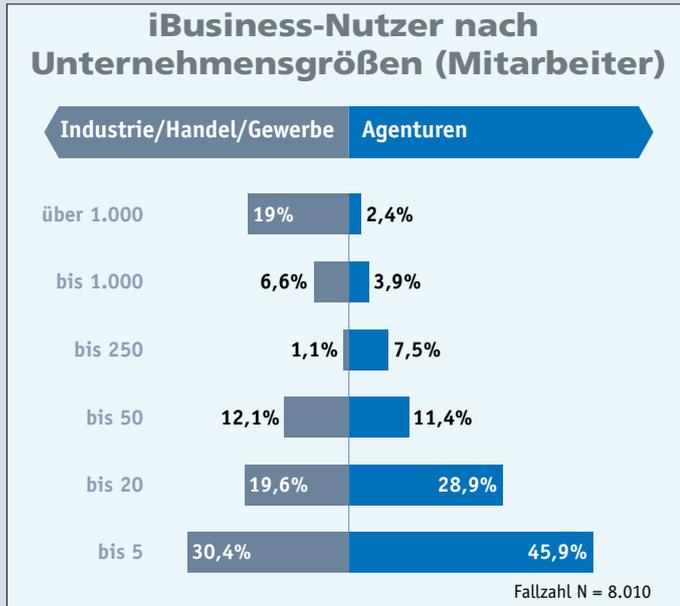
Unternehmen der Telekommunikationsindustrie, der IT, der Elektroindustrie sowie der Unterhaltungselektronik bilden mit mehr als einem Drittel das Schwergewicht der industriellen iBusiness-Nutzerschaft.

Ebenfalls stark vertreten ist der Handel. Er bildet bei iBusiness mit 16,1 Prozent (6.144 Unternehmen) von knapp 40.000 registrierten Lesern eine starke Gruppe. Das starke Engagement von iBusiness im Themenfeld E-Commerce ist der Grund für diese überdurchschnittliche Repräsentation.

Online-, Zeitungs-, Zeitschriften- und Buchverlage, sowie TV-, Film- und Videoanbieter sowie Unternehmen aus dem Druckgewerbe bilden die drittstärkste Gruppe bei den iBusiness-Nutzern aus Kundenunternehmen.

Gastronomie, Sport, Touristik und Reisen, Bildung, Kunst und Kultur sowie Museen sind in der Rubrik Freizeit zusammengefasst. Bei den Markenartiklern sind es überwiegend Unternehmen aus Bekleidung, Pharma/Kosmetik, Nahrungs-/Genussmittel sowie Schmuck, die iBusiness nutzen.

Leser- und Nutzeranalyse: Unternehmensgröße



Während bei den Agenturen die überwiegende Zahl der iBusiness-Nutzer aus KMUs stammt (entsprechend der normalen Größenverteilung in der digitalen Wirtschaft) wird auf Industrieseite iBusiness gerade im Bereich der Großunternehmen häufig genutzt. So arbeitet jeder fünfte iBusiness-Nutzer aus Industrie/Handel/Gewerbe in einem Unternehmen mit über 1.000 Mitarbeitern, jeder vierte in einem Unternehmen mit mehr als 100 Mio. Euro Jahresumsatz.

Leser- und Nutzeranalyse: Position im Unternehmen



Die Hälfte der industriellen iBusiness-Nutzer und zwei Drittel auf Agenturseite sind Geschäftsführer, Vorstände und Aufsichtsräte

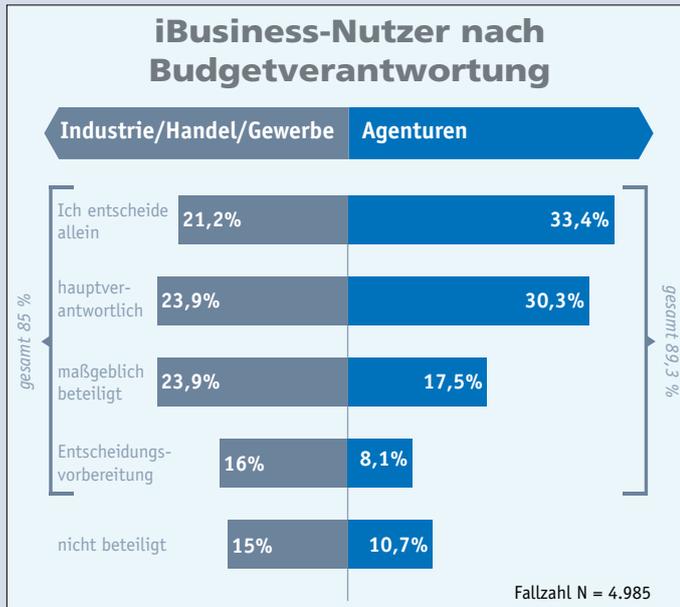
iBusiness ist aufgrund seiner inhaltlichen Ausrichtung auf Zukunftsforschung in interaktiven und konvergenten Märkten ausschließlich für Nutzer interessant, die sich für strategische Informationen interessieren.

Das spiegelt sich sehr deutlich in der Zusammensetzung der iBusiness-Nutzer wider:

- Bei den Nutzern aus Industrie, Handel und Gewerbe sind die Hälfte (50%) aus der ersten Führungsebene: Vorstände, Aufsichtsräte und Geschäftsführer.
- Noch höher ist der Führungsebenen-Anteil bei den Agenturen. Hier stammen zwei Drittel (66%) der iBusiness-Nutzer aus der ersten Führungsebene des Unternehmens.

Weil das Internet in vielen Unternehmen ein wichtiges Marketinginstrument ist, ist rund ein Viertel der iBusiness-Nutzer verantwortlich für Marketing und PR in ihren Unternehmen.

Leser- und Nutzeranalyse: Budgetverantwortung



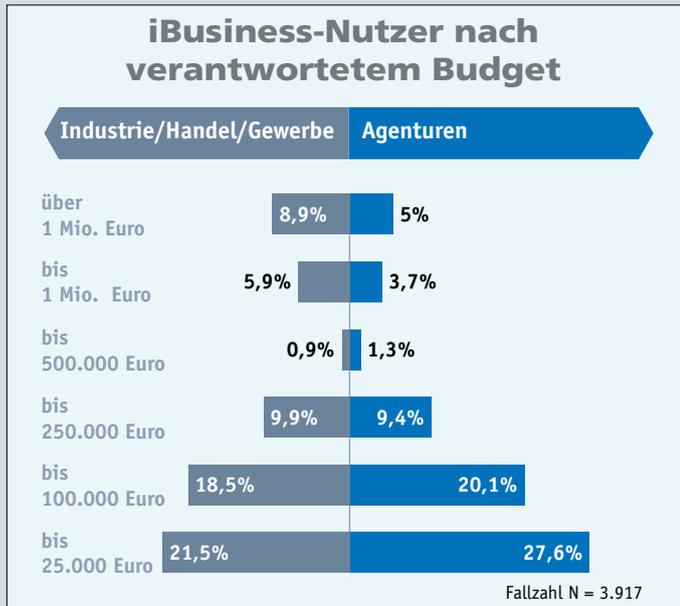
iBusiness-Nutzer tragen zu 85 Prozent auf Unternehmens- und zu 90 Prozent auf Agenturseite Budgetverantwortung

Da die Mehrheit der iBusiness-Nutzer Geschäftsführer, Aufsichtsräte und Vorstände in ihren Unternehmen sind, ist es logisch, dass es auch genau diese iBusiness-Nutzer sind, die Budgetentscheidungen im Unternehmen treffen.

Doch auch diejenigen iBusiness-Nutzer, die keine Geschäftsführer sind, bestimmen die Einkaufsentscheidungen in ihren Unternehmen maßgeblich. So sind auf Unternehmensseite 85 Prozent der iBusiness-Nutzer an der Budgetentscheidung beteiligt (69 Prozent sogar maßgeblich, hauptverantwortlich oder allein).

Auf Agenturseite ist der Anteil sogar noch deutlicher ausgeprägt. Hier sind knapp 90 Prozent in Einkaufsentscheidungen involviert, davon 81,9 Prozent maßgeblich, hauptverantwortlich oder allein.

Leser- und Nutzeranalyse: Verantwortete Budgethöhe



Knapp jeder zehnte Entscheider auf Kundenseite verantwortet ein jährliches Budget von über einer Million Euro

Knapp jeder zehnte iBusiness-Nutzer aus der Industrie mit Budgetverantwortung entscheidet über Etats oberhalb der Millionengrenze. Bei den Agenturen ist es immerhin noch jeder zwanzigste.

Traditionell liegen Interaktivprojekte im unteren bis oberen fünfstelligen Bereich. Deswegen liegt natürlicherweise der Großteil der Budgetverantwortungen der iBusiness-Nutzer auf beiden Seiten des Schreibtischs auch in dieser Region.

Deutlich ist allerdings auch, dass die Interaktiv-Entscheider, die iBusiness lesen, auch die Budgets großer Projekte verwalten: Knapp jeder fünfte Agentur-Entscheider und mehr als jeder vierte Entscheider auf Unternehmensseite entscheidet über Jahresbudgets von mehr als 100.000 Euro.

Doch auch sehr große Budgets erreichen Sie über iBusiness: Jeder elfte iBusiness-Nutzer auf Unternehmensseite hat sogar eine Budgethoheit von einer Million Euro im Jahr und mehr.

Hochgerechnet entscheiden die iBusiness-Nutzer insgesamt über Investitionen von rund zehn Milliarden Euro - pro Jahr.

iBusiness Dossier - Die ECommerce-Themenhefte

In der Reihe „iBusiness Dossier“ erscheinen die ECommerce-Themenspecials der iBusiness-Redaktion. Sie behandeln jeweils ein Schwerpunktthema. Empfänger sind Entscheider im Onlinehandel, darunter die Top 1.000 des deutschen E-Commerce sowie umsetzende Agenturen. Für jede Ausgabe stellt der Verlag einen für das jeweilige Thema individuell selektierten Freiverteiler an nach Funktion und Position bekannte Empfänger zusammen. Weitere Exemplare werden gezielt auf den wichtigsten ECommerce-Veranstaltungen abgegeben.

Zusätzlich zur Anzeigenschaltung bietet iBusiness Ihnen auf Wunsch eine Kombination aus Anzeige und Leadgenerierung mit dem PDF des Dossiers. Jeder Download des ECommerce-Dossiers erzeugt so einen qualifizierten Lead für Sie.

Druckauflage:	5.500 Ex.	Top 1.000 Onlineshops:	1.000 Ex.
Verbreitung:		Weitere Onlineshops:	2.000 Ex.
Premium-Mitglieder:	1.500 Ex.	Fachveranstaltungen:	1.000 Ex.

Eigener Sonderteil als Heft-im-Heft:

Wenn Sie ein erklärungsbedürftiges Thema rund um Ihre Kernkompetenzen Ihren potenziellen Kunden umfassend nahebringen wollen, können Sie einen Sonderteil zu einem Thema Ihrer Wahl als Sponsor unterstützen. Ihr Sonderteil (Mindestumfang: 8 Seiten) erscheint als eigenständiges Heft im Heft. So erreichen Sie die hochkarätige Zielgruppe der Dossier-Leser und können es als Sonderdruck oder PDF zusätzlich als Werbemittel bei Messen, Roadshows und Kundenbesuchen verwenden.

Sie erhalten eine Titelseite mit Ihrem Thema und Ihrem Sponsoring, Ihre Logo-Platzierung auf jeder Seite im Page Curl sowie eine 1/1 4c-Seite als Abschlussseite.

Sie erhalten 1.000 Sonderteil-Drucke zur freien Verteilung und können weitere Exemplare zum Fortdruckpreis ordern.

Eigenes Firmen-Dossier:

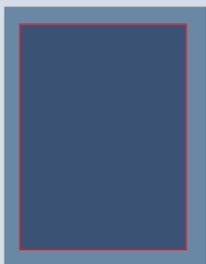
Bei größerem Kommunikationsbedarf kann dieser Sonderteil auch umfangreicher als eigenes Dossier produziert werden.



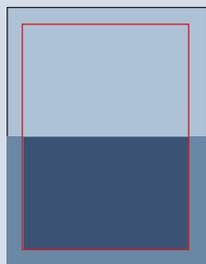
iBusiness Dossier: Erscheinungstermine

Publikation	Buchung bis	Druckdaten bis	Erscheint am
Dossier 1 „Prozessoptimierung für Onlineshops“ Retourenquoten senken, interne Abläufe effizienter machen. Marketingbudgets optimieren, Lagerkosten und Lieferzeiten minimieren. SEA-Gebotsstrategien entwickeln und umsetzen, kundenbezogene Payment-Mixe erstellen. Antwortzeiten bei Kundenanfragen senken, Service verbessern, Shop-Performance beschleunigen.	11.02.2015	18.02.2015	03.03.2015
Dossier 2 „Daten-Commerce“ Datengetriebene ECommerce-Lösungen, Big-Data-Strategien, CRM, ERP, SAP. Wie man Datenberge in den Griff bekommt, relevante und irrelevante Daten trennt. Echtzeitanalyse, Datenstrategien festlegen und umsetzen. Datenanalyse für kleine Shops umsetzen, die besten und kosteneffizientesten Tools und Anbieter.	19.05.2015	26.05.2015	09.06.2015
Dossier 3 „Kundengewinnung und Kundenbindung im E-Commerce“ Wo man neue Kunden findet und konvertiert. Umsatzwachstum über Kundenbindung: Couponing-Strategien und Newsletter-Kampagnen mit Mehrwert. Service und Beratung auf der Webseite, Usability-Optimierung. Selfservicelösungen und Echtzeit-Kundenhilfe via Chat und Hotline. Markenaufbau, Customer Journey, CRO, UX. Relevante Marketing-Kanäle identifizieren und optimal bespielen. Kundenbindung via Social Media.	26.08.2015	02.09.2015	15.09.2015
Dossier 4 „Automatisierung“ Felder und Strategien für Automatisierung identifizieren und umsetzen. Automatisierung nutzen, um Personalkapazitäten freizusetzen. Marketingsuites auswählen und integrieren. Automatische Marketingstrategien: Real Time Bidding, SEA. Personalisierte Newsletter und automatisiertes Pricing. Kundenkommunikation. Die Grenzen der Automation: Wo der Mensch unersetzlich ist. Noch.	21.10.2015	28.10.2015	10.11.2015

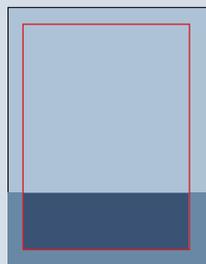
iBusiness Dossier: Formate und Preise



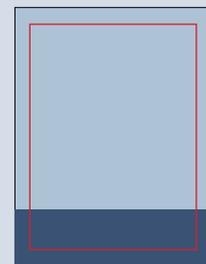
1/1 Seite
S: 177 x 240 mm
A: 215 x 277 mm



1/2 Seite
S: 177 x 118 mm
A: 215 x 136 mm



1/4 Seite
S: 177 x 57 mm
A: 215 x 75 mm



Titelsponsor
A: 215 x 60 mm

Titelsponsor (Anschnitt BxH: 215 x 60 mm + 3 mm Beschnitt auf jeder Seite, nur Dossier)	2.760 €
Umschlag (Satzspiegel BxH: 177 x 240 mm, Anschnitt BxH: 215 x 277 mm + 3 mm Beschnitt auf jeder Seite)	2.160 €
1/1 Seite (Satzspiegel BxH: 177 x 240 mm, Anschnitt BxH: 215 x 277 mm + 3 mm Beschnitt auf jeder Seite)	1.800 €
1/2 Seite (Satzspiegel BxH: 177 x 118 mm, Anschnitt BxH: 215 x 136 mm + 3 mm Beschnitt auf jeder Seite)	1.190 €
1/4 Seite (Satzspiegel BxH: 177 x 57 mm, Anschnitt BxH: 215 x 75 mm + 3 mm Beschnitt auf jeder Seite)	720 €
iBusiness Dienstleisterempfehlung (Logo 40 x 20 mm, Text max. 350 Anschläge, Adresse)	350 €
Leads vom PDF-Download (je Lead)	50 €
Sonderteil Sponsoring im Dossier (Mindestumfang: 8 Seiten)/ eigenes Dossier (Mindestumfang: 32 Seiten). Je Druckseite:	950 €

iBusiness Poster-Reihe: E-Commerce



Onlineshops D, A, CH und Europa

Die Poster listen jeweils die 100 größten Onlineshops in Deutschland, der Schweiz und Österreich sowie in Gesamteuropa nach Umsatz.

Erscheint: 15.09.2015
Druckauflage je: 6.000 Ex.

Verbreitung:
Premium-Mitglieder, je: 1.500 Ex.
Lokale Onlineshops je: 3.000 Ex.
Verteil-Exemplare je: 1.500 Ex.
PDF-Downloads je: ca. 3.000 Ex.



iBusiness Poster: Die Agentur-Rankings



Internetagentur-Ranking

Das Ranking der größten deutschen Internetagenturen nach Honorarumsatz entsteht in Zusammenarbeit mit dem BVDW, Horizont und W&V zum 15. Mal. Die Top 200 des Rankings erscheinen bei iBusiness auf dem einzigen und offiziellen Poster zum Ranking. Es ist seit über einem Jahrzehnt für viele Auftraggeber eine wesentliche Basisinformation für Pitch-Einladungen. Denn entscheidend ist nicht, wie groß eine Agentur ist, sondern ob der Auftraggeber mit seinem Projekt und Budget zur Agentur passt.

Erscheint: 21.04.2015
Druckauflage: 6.000 Ex.
Verbreitung:
Premium-Mitglieder: 1.500 Ex.
Werbetreibende: 3.000 Ex.
Fachveranstalter: 1.500 Ex.



Performance-Marketing-Ranking

Im Vorfeld der dmexco erscheint das Ranking der deutschen Performance-Marketing-Agenturen. Gerankt wird nach den Billings des Jahres 2014, also dem Gesamtbetrag der für Kunden betreuten Budgets inklusive Kreation, Dienstleistung und Media. Bereits seit 15 Jahren erhebt iBusiness die Daten zum Internetagentur-Ranking - der Maßstab der Branche. Mit dem Ranking „Performance Marketing“ setzen wir nun auch im Bereich der Onlinewerbung einen vergleichbaren Maßstab: Transparenz für die Branche und für viele Auftraggeber eine wesentliche Basisinformation für Pitch-Einladungen.

Erscheint: 25.08.2015
Druckauflage: 5.000 Ex.
Verbreitung:
Premium-Mitglieder: 1.500 Ex.
Werbetreibende: 3.000 Ex.
Verteil-Exemplare: 500 Ex.

Verteil-Exemplare werden auf Messen und Kongressen an interessiertes Fachpublikum abgegeben. Alle Poster stehen auch zum Online-Abwurf (PDF mit verlinkten Anzeigen) bereit. Detaillierte Angaben zu den iBusiness-Postern erhalten Sie auf www.ibusiness.de/mediadaten oder bei Ihrem Mediaberater.



iBusiness Poster: Die Agentur-Rankings



Die SEO Top 100

Die wichtigsten deutschsprachigen SEO-Dienstleister.

Wer sind die wichtigsten deutschen SEO-Agenturen? Gemeinsam mit seinen Partnern BVDW, Sistrix und Suchmaschinenricks veröffentlicht iBusiness viermal im Jahr online eine Übersicht der wichtigsten deutschsprachigen SEO-Dienstleister.

Einmal im Jahr erscheint zusätzlich das iBusiness-Poster SEM/SEO.

Die Auswahl der Agenturen erfolgt auf Basis des Branchen-Sichtbarkeits-Index der Unternehmen. Diesen Index ermittelt iBusiness gemeinsam anhand der Position der Unternehmen zu SEO-relevanten Keywords in Google. Zusätzlich fließen die Sichtbarkeit auf Branchenveranstaltungen sowie Gütesiegel der Unternehmen in den Index ein. Die 100 Unternehmen mit der höchsten Sichtbarkeit werden in die aktuelle Top-100-Liste der SEO-Anbieter aufgenommen.

Erscheint: 03.03.2015
Druckauflage: 6.000 Ex.
Verbreitung:
Premium-Mitglieder: 1.500 Ex.
Werbetreibende: 3.000 Ex.
Fachveranstalter: 1.500 Ex.



Zusätzlich: Agentur-Rankings Online

Die auf den iBusiness-Postern erscheinenden Agenturrankings und -listings werden online auf iBusiness.de verlängert. Die Crossmedialität sorgt für zusätzliche Reichweite: Beim Internetagentur-Ranking (IAR) beispielsweise hatte das

Onlineranking auf iBusiness.de/iar bzw. www.internetagentur-ranking.de 110.000 direkte Online-Abrufe. Die Seite iBusiness.de/seo, auf der das SEO-Listing abrufbar ist, hat mehrere tausend Abrufe im Monat.

Der Basiseintrag mit Umsatzangaben etc. (ohne Adresse und Link) ist dabei in den Onlinerankings stets kostenlos.

Erweitern können Sie Ihre Darstellung in den iBusiness-Rankings und Listings mit folgenden Elementen:

- **Logo für die Dauer der Laufzeit des Rankings*:** 390 Euro
- **Verlinkung auf die eigene Homepage:** Über Premium-Plus-Mitgliedschaft (690 Euro/Jahr, gilt für alle Rankings)
- **Verlinkung auf das iBusiness-Dienstleisterprofil mit vollständiger Kontaktanschrift:** Über Premium-Plus-Mitgliedschaft (690 Euro/Jahr, gilt für alle Rankings)

*IAR und Performance-Marketing: 1 Jahr; SEO-Listing: 3 Monate

Verteil-Exemplare werden auf Messen und Kongressen an interessiertes Fachpublikum abgegeben. Alle Poster stehen auch zum Online-Abwurf (PDF mit verlinkten Anzeigen) bereit. Detaillierte Angaben zu den iBusiness-Postern erhalten Sie auf www.ibusiness.de/mediadaten oder bei Ihrem Mediaberater.



iBusiness Poster: weitere Themen



Messeplaner dmexco 2015

Zur dmexco 2015 präsentiert iBusiness wichtige Anbieter mit Logo und Kurzbeschreibung in der „Onlinemarketing-Tour 2015“ als Besuchsplaner.

Erscheint: 25.08.2015
Druckauflage: 10.000 Ex.

Verbreitung:
Premium-Mitglieder: 1.500 Ex.
Onlineshops: 2.500 Ex.
Werbetreibende: 3.000 Ex.
Verteilung vor der Messe: 3.000 Ex.



ELearning-Anbieter

Das Ranking der größten deutschen Anbieter für E-Learning nach Umsatz in Zusammenarbeit mit dem MMB Institut.

Erscheint: 20.10.2015
Druckauflage: 3.500 Ex.

Verbreitung:
Premium-Mitgl.: 1.500 Ex.
Personalentsch.: 500 Ex.
Teilnehmer: 500 Ex.
Learntec: 1.000 Ex.



Jahresplaner 2016

Der Jahresplaner mit extragroßem Kalendarium, wichtigen Branchenevents und Terminen der wichtigsten Awards. (Format großer DIN-A1)

Erscheint: 10.11.2015
Druckauflage: 5.000 Ex.

Verbreitung:
Premium-Mitglieder: 1.500 Ex.
Werbetreibende: 1.500 Ex.
Dienstleister: 1.500 Ex.
Verteil-Exemplare: 500 Ex.



Wagniskapital

Das Poster visualisiert die Beteiligungen der wichtigsten Kapitalgeber für Start-ups in Deutschland nach Branchensegmenten. (Format großer DIN-A1)

(Format großer DIN-A1)

Erscheint: 08.12.2015
Druckauflage: 4.500 Ex.

Verbreitung:
Premium-Mitglieder: 1.500 Ex.
Start-ups und VCs: 2.500 Ex.
Fachveranstaltungen: 500 Ex.

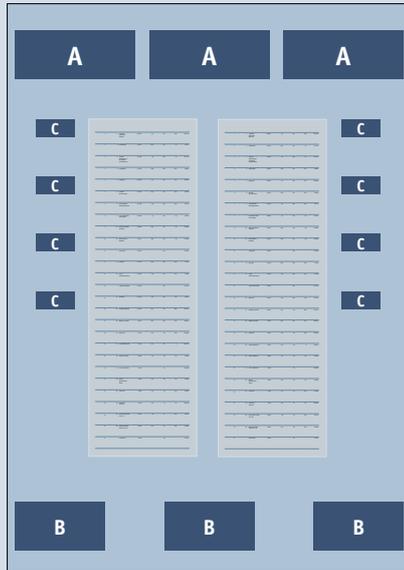
Verteil-Exemplare werden auf Messen und Kongressen an interessiertes Fachpublikum abgegeben. Alle Poster stehen auch zum Online-Abwurf (PDF mit verlinkten Anzeigen) bereit. Detaillierte Angaben zu den iBusiness-Postern erhalten Sie auf www.ibusiness.de/mediadaten oder bei Ihrem Mediaberater.

iBusiness Poster: Erscheinungstermine

Publikation	Buchung bis	Druckdaten bis	Erscheint am
Poster „SEO/SEA in Deutschland 2015“	11.02.2015	18.02.2015	03.03.2015
Poster „Internetagentur-Ranking 2015“	31.03.2015	08.04.2015	21.04.2015
Messeplaner dmexco 2015	29.07.2015	05.08.2015	25.08.2015
Poster „Performance-Marketing-Ranking 2015“	05.08.2015	12.08.2015	25.08.2015
je ein Poster „Die größten Onlineshops 2015“ - <ul style="list-style-type: none"> • Onlineshops Deutschland 2015, • Onlineshops Österreich 2015, • Onlineshops Schweiz 2015, • European Online Shops 2015 	12.08.2015	19.08.2015	15.09.2015
Poster „Die größten ELearning-Anbieter 2015“	30.09.2015	07.10.2015	20.10.2015
Poster-Kalender „iBusiness Jahresplaner 2016“	21.10.2015	28.10.2015	10.11.2015
Poster „Wagniskapital 2015“	19.11.2015	25.11.2015	08.12.2015

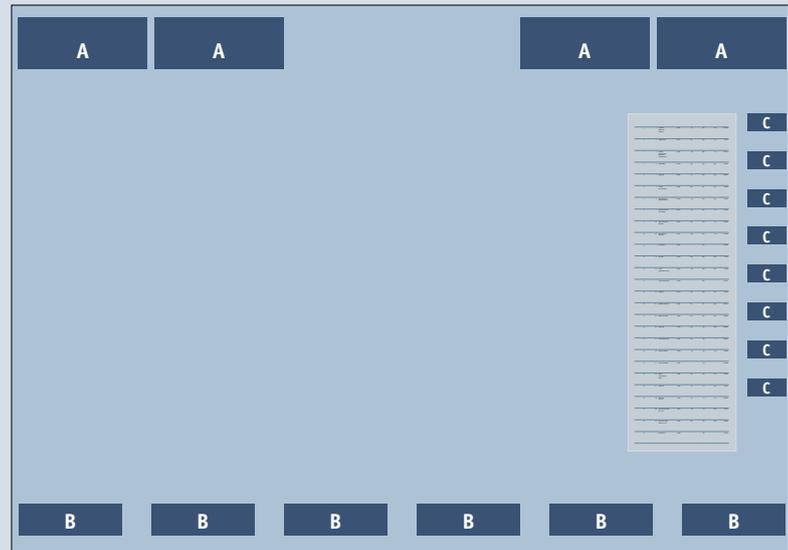
Der Postversand der Poster erfolgt jeweils als Beilage der zeitgleich erscheinenden Ausgabe von „iBusiness Executive Summary“ oder „iBusiness Dossier“. In diesen Ausgaben sind daher keine weiteren Beilagen möglich.

iBusiness Poster: Formate und Preise



Poster (Format DIN A1)

A (Kopf, BxH: 180 x 75 mm)	2.250 €
B (Fuß, BxH: 135 x 75 mm)	1.250 €
C (bei Listung, BxH: 60 x 30 mm)	750 €



Jahresplaner und Poster Wagniskapital (Format BxH 1.220 x 690 mm)

A (Kopf, BxH: 200 x 80 mm)	2.250 €
B (Fuß, BxH: 130 x 40 mm)	1.250 €
C (neben Veranstaltungskalender, BxH: 60 x 30 mm)	750 €

Für einzelne Poster sind die Platzierungen C zu Sonderkonditionen erhältlich. Details auf www.ibusiness.de/mediadaten oder bei Ihrem Mediaberater.

Whitepaper

Ein Whitepaper ist ein (PDF-)Dokument, das ohne Marketingsprech ein hochspezifisches Thema behandelt, um das Interesse potenzieller Kunden zu wecken. Beispielhafte Themen sind Checklisten, So-gehts-Beiträge, Fallstudien oder Marktanalysen.

Whitepaper-All-inclusive-Paket

- Redaktionelles Verfassen Ihres individuellen Whitepapers durch einen kompetenten Fachredakteur.
- Setup der Lead-Kampagne.
- Promotion des Whitepapers per E-Mail, Onlinemarketing, Social Media.
- Qualifikation der Leads gemäß Vereinbarung.
- 25 Leads (Adresse, Ansprechpartner, Stellung im Unternehmen, E-Mail, Telefon).

(Weitere Leads liefern wir auf Wunsch nach Preisvereinbarung.)

iBusiness bietet für Whitepaper-Kampagnen ein Komplettpaket mit Abrechnung auf Lead-Basis an. Der Auftraggeber stellt ein entsprechend wertiges Whitepaper zur Verfügung - alles weitere erledigt iBusiness. Sie haben kein Whitepaper? Dann schreibt ein erfahrener Fachredakteur das Whitepaper für Sie. Alle Leads übermitteln wir umgehend zur sofortigen Weiterverfolgung.

Ihre Vorteile:

- Sie vermitteln potenziellen Kunden glaubhaft Fachwissen.
- Sie erhalten die Kontaktdaten der Abrufer und können diese als Leads nachverfolgen.
- Verifizierte Adressen: Alle Kontakte sind durch Double-Opt-in verifiziert.
- Relevante Kontakte: Nur wirkliche Interessenten sind bereit, ihre Adresse an den Herausgeber freizugeben.
- Kalkulierte Kosten: Vereinbaren Sie mit uns eine Maximalzahl von Leads.



Webinare

Ein Webinar ist ein Seminar, das live über das Internet gehalten wird. Es ist interaktiv und erlaubt direkte Kommunikation zwischen Ihnen und Ihrem Publikum. Die Aufzeichnung steht zusätzlich als Webcast zur Verfügung.

Marketingleistungen im Paket:

- Social-Media-Kampagne auf Facebook, Google Plus, LinkedIn, Twitter und Xing.
- Standalone-Versand.
- Onlinemarketing auf iBusiness.de durch Einbindung einer Onlinepromotion.
- Sämtliche Leads des Webinars inklusive weiterführende Leadgenerierung mit dem Webcast.
- Ihr Webinar bleibt als Aufzeichnung abrufbar. Dadurch erhalten Sie zusätzliche Sichtbarkeit auch nach der Durchführung des Webinars.

iBusiness-Webinare hatten in der Vergangenheit stets mindestens 100 qualifizierte Teilnehmer. Sie vermitteln potenziellen Kunden glaubhaft Fachwissen und erhalten eine hohe qualifizierte Reichweite. Sie erhalten die Kontaktdaten der Anmeldungen und können diese als Leads nachverfolgen.

Technikleistungen im Paket:

- Inhaltliche Beratung.
- Technische Durchführung.
- Generalprobe inklusive inhaltlichem Feintuning, Sound- und Technikcheck.
- Einweisung Ihrer Referenten.
- Moderation durch die iBusiness-Redaktion.
- Video- und Audioaufzeichnung und Bereitstellung als Webcast.
- Teilnehmer-Reporting.



Whitepaper / Webinare: Formate und Preise

Whitepaper-Marketing

Je Lead, pro Lead	95 €
Bei Buchung von >180 Leads/Jahr (entspricht 30 Leads/Monat auf sechs Monate)	85 €
Bei Buchung von >300 Leads/Jahr (entspricht 25 Leads/Monat auf 12 Monate)	75 €
Whitepaper-All-Inclusive-Paket (redaktionelles Verfassen; Setup der Lead-Kampagne; Promotion-Kampagne per E-Mail, Onlinemarketing, Social Media; Lead-Qualifikation gemäß Vereinbarung; 25 Leads - Adresse, Ansprechpartner, Stellung im Unternehmen, E-Mail, Telefon)	3.980 €

Bei vereinbarter Qualifikationsdefinition (erfordert ggf. Aufpreis) werden Leads, die die Voraussetzungen nachweislich nicht erfüllen, rückvergütet. Whitepaper sollen nach redaktioneller Prüfung als PDF-Dokumente zur Verfügung gestellt werden. Abrechnung der Leads erfolgt monatlich nach Lieferung.

Webinare

Webinar-Paket ‚Inklusive‘ (Promotion, Moderation, Probelauf, Durchführung, Aufzeichnung, Lead Engine)	7.900 €
Alternativ: Webinar-Paket ‚Pay per Lead‘ - pro Anmeldung	80 €

Bei vereinbarter Qualifikationsdefinition (erfordert ggf. Aufpreis) werden Leads, die die Voraussetzungen nachweislich nicht erfüllen, rückvergütet.

Standalone / Permission-Marketing

iBusiness bringt Ihre Firmeninformation zu den richtigen Empfängern: Bis zu ca. 40.000 registrierte Nutzer erhalten exklusiv Ihre Mitteilung per E-Mail. Für höchste Responsequalität beschicken wir die Verteiler im Mittel höchstens alle 14 Tage: Sichern Sie sich also frühzeitig Ihren Versandtermin!

Mit dem iBusiness Standalone-Versand haben Sie Zugriff auf einen hochspezifischen, nach Bedarf selektierbaren Verteiler für Ihr Direktmarketing:

- Alle Empfänger haben dem Erhalt von Werbenachrichten unserer Kunden ausdrücklich zugestimmt.
- Adressmaterial: Tagesaktuell gepflegte Datenbestände über die Zustellung unserer Newsletter garantieren Zustellquoten von über 99,9 Prozent.
- Hochwertige Ansprechpartner bei Markenartiklern, Industrie, Mittelstand, Onlinehandel, Internetagenturen, Verlagen, digitaler Wirtschaft.
- 100 Prozent Opt-in, seit 2007 durchgehend Double-Opt-in.
- Sowohl regionale als auch vertikale Selektion (Firmengröße, Branchen).
- Ansprechpartner nach Geschlecht, Abteilung, Funktion, Postadresse und Interessenbereichen selektierbar.

Gerne stellen wir gemeinsam mit Ihnen handverlesene und auf Ihre Marketingerfordernisse optimierte Mailverteiler zusammen: Mit knapp 40.000 registrierten EMail-Empfängern inklusive vollständiger, persönlicher Registrierung verfügt iBusiness über einen der größten voll personalisierbaren Opt-in-Verteiler der Branche.



Onlinewerbung und Content-Marketing

Banner-Advertising

Auf iBusiness schalten wir auf den Bannerplätzen ausschließlich Ihre wertigen Kampagnen. Ist keine Kampagne gebucht, bleibt der Werbeplatz leer oder wird, je nach Position, mit redaktionellen Inhalten belegt. Damit erhalten wir die Aufmerksamkeit unserer Leser für die Werbung und vermeiden Gewöhnungseffekte.

Reichweite: Besuche: 60.000
Seitenaufrufe: 75.000
Page Impressions: 167.000
(Durchschnitt 1.Hj 2014, pro Monat)

Microsite: Marken-, Tag- und Themensponsoring

Als Marken-, Tag- und Themensponsor auf einer eigenen Microsite auf iBusiness.de demonstriert Ihr Unternehmen seinen besonderen Bezug zu einer spezifischen Disziplin in der interaktiven Medienwelt und kann darüber hinaus durch eigenen Content direkt auf iBusiness seine Kompetenz demonstrieren. Über Marken-, Tag- und Themensponsoring erreicht Ihre Marke bis zu 50.000 Kontakte/Monat über Website und Newsletter. Gesponsert werden kann die eigene Marke, ein Themenbereich (zum Beispiel „E-Commerce“), ein spezifisches Stichwort/Tag (zum Beispiel: „Crossborder-Logistik“) oder ein ganzes Stichwortfeld/Tagcloud (zum Beispiel: „Logistik, Lieferung, Same Day Delivery, Next Day Delivery, Paket, Fulfillment...“) im Rahmen einer eigenen Microsite.



Newsletter-Anzeigen

iBusiness Daily

Der Newsletter ‚iBusiness Daily‘ erreicht täglich mehr als 15.000 Empfänger. Abonnenten aus Agenturen sowie insbesondere aus den Marketing- und ECommerce-Abteilungen der Wirtschaft bilden zwei etwa gleich starke Empfänger-Zielgruppen.

Das Umfeld eignet sich insbesondere zur Kommunikation von:

- Services für Website- und Shop-Betreiber (z.B. Payment, Bonität, Webanalytics, Logistik, Versand)
- Media-Informationen (z.B. Reichweiten, Aktionen, Sonderwerbeformen)
- Veranstaltungen (z.B. Messen, Fachkongresse, Hausmessen, Webinare)
- Investitionsgüter (z.B. Systeme für ERP, ECM, WCM, PIM, Server)
- Agenturleistungen (z.B. Konversionsoptimierung, SEM, SEO, Gestaltung)

Mit Ihrer Anzeige inserieren Sie in einem der ältesten Newsletter des deutschen Internets: 1995 erschien die erste Ausgabe. Noch heute sind Abonnenten aus dieser Zeit als Leser mit dabei.

Erscheinungsweise: täglich Mo.-Fr.
Reichweite: > 15.000 Empfänger
Vorlauf: 3 Werktage
Messbare Open Rate: > 30 %
Schaltintervall: Kalenderwoche

Sondernewsletter

Zu den wichtigsten Branchenveranstaltungen versendet iBusiness Sondernewsletter mit entsprechendem Themenschwerpunkt. Geplant sind Sondernewsletter zur Learntec (Karlsruhe) sowie zur dmexco (Köln).

Erscheinungsweise: unregelmäßig
Reichweite: bis 40.000 Empfänger
Vorlauf: 3 Werktage
Messbare Open Rate: > 25 %



Permission-Marketing / Banner / Newsletter: Formate und Preise

Permission-Marketing

Basis-TKP Gesamtverteiler inkl. Personalisierung	250 €
Basis-TKP Entscheideradressen inkl. Personalisierung	350 €

Mindestauftragswert: 950 €, inklusive Auswertung der Click/Open Rates soweit technisch möglich. Beispiele unserer Versandaktionen sind online abrufbar unter www.ibusiness.de/firmeninformation. Selektionszuschlag auf TKP pro Kriterium 20 Euro, Setup-Pauschale pro Motiv und Aussendung 150 Euro.

Marken-, Tag- und Themensponsoring

Grundpreis Themensponsoring (pro Monat)	590 €
Aufpreis Content-Marketing (pro Monat)	200 €

Mindestlaufzeit: 3 Monate, Rabatte: ab 6 Monaten 5%, ab 9 Monaten 7,5%, ab 12 Monaten 10%.

Banner

	TKP Website-Rotation	TKP Rubrikbuchung
Bigsize (BxH 728x90 Pixel)	50 €	60 €
ContentAd (BxH 300x250 Pixel)	60 €	70 €
Skyscraper (BxH 120x600 - 200x800 Pixel)	40 €	50 €

Mindestauftragswert: 500 €, inklusive Auswertung. Die Targeting-Optionen des Google Adserver stehen zur Verfügung (z.B. Frequency Capping).

Newsletter

	pro Woche	pro Monat
Premium-Platzierung (1. Anzeige im Newsletter) max. BxH 600x120 Pixel	700 €	2.400 €
Standard-Platzierung (ab 2. Anzeige im Newsletter) max. BxH 600x90 Pixel	500 €	1.750 €

Mindestauftragswert: 950 €, inklusive Auswertung der Klick/Open Rates soweit technisch möglich.

iBusiness PremiumPlus

PremiumPlus ist der Einstieg in die Marketingwelt bei iBusiness. PremiumPlus bedeutet, Zugang zu allen Informationen und Ihre Marketingpräsenz auf iBusiness.de. Die Mitgliedschaft kostet jährlich 690 EUR und beinhaltet folgende Leistungen:

Dienstleistereintrag

Als PremiumPlus-Mitglied können Sie Ihren Dienstleister-Eintrag mit Ihrem Logo und einem Unternehmensvideo anlegen oder ergänzen. Ihr Dienstleister-Dossier wird prominent in allen Suchen gelistet, ist vollständig öffentlich abrufbar und wird zusätzlich überall auf iBusiness verlinkt.

Dienstleister der Woche

In einer Kalenderwoche ihrer Wahl wird Ihr Unternehmen als ‚Dienstleister der Woche‘ auf Homepage und Newsletter prominent platziert.

Logo auf der Startseite von iBusiness.de

Ihr Logo rotiert auf der iBusiness-Startseite und vielen Unterseiten mit Link zu Ihrem Dienstleister-Eintrag.

Whitepaper und Firmeninformation

Stellen Sie Whitepaper zur Verfügung. iBusiness promotet diese auf iBusiness.de und im Newsletter.

Pressefach und Versand

Stellen Sie beliebig viele Presseinformationen auf iBusiness. Zusätzlich enthalten: ein Freiversand an unseren Fachpresseverteiler auf www.press1.de.

Stellenmarkt

Der iBusiness-Stellenmarkt ist der größte Stellenmarkt für Agenturen und Dienstleister der digitalen Wirtschaft in Deutschland. iBusiness-Premium-Mitglieder können Stellenangebote kostenlos eintragen und der iBusiness-Jobcrawler sammelt automatisch Jobanzeigen auf Ihrer Website ein.



iBusiness Executive Summary

Kurzcharakteristik

Der alle 14 Tage erscheinende Trendletter „iBusiness Executive Summary“ bildet zusammen mit dem Wissensportal iBusiness.de das crossmediale Kernobjekt von iBusiness. „iBusiness Executive Summary“ richtet sich als kostenpflichtiger Premium-Dienst mit Trendanalysen und Zukunftsprognosen ausschließlich an strategische Unternehmens-Entscheider. Der gedruckte Trendletter „iBusiness Executive Summary“ dient dabei als „Flugzeug-Heft“: Hochkonzentrierter Lesestoff für Entscheider, die nur selten und gezielt lesen.

Leserzielgruppe

Die Leser sind die iBusiness Premium-Mitglieder: ein noch exklusiverer Teil der iBusiness-Nutzerschaft. Und ein noch aktiverer: Denn der Trendletter ist ausschließlich kostenpflichtig im Rahmen der iBusiness-Premium-Mitgliedschaft (390 Euro/Jahr) erhältlich, was die Awareness des Objekts zusätzlich steigert.

Verbreitung

Premium-Mitglieder von iBusiness erhalten die „iBusiness Executive Summary“ alle 14 Tage im Rahmen ihrer Mitgliedschaft per Post.

Aufgrund des Premium-Charakters stehen in der „iBusiness Executive Summary“ nur wenige Werbeplätze für ausgewählte Kampagnen auf Anfrage zur Verfügung.



Erscheinungsweise: 14-tägig
Umfang: 16-32 Seiten
Druckauflage: ca. 4.000 Ex.
Verbreitung:
Premium-Mitglieder: 1.500 Ex.
Werbestücke: ca. 2.500 Ex.
Exklusiv-Sponsoring nach Vereinbarung möglich



Technische Daten (Weitere Informationen finden Sie unter www.ibusiness.de/mediadaten)

Druckdaten Formate und Übertragung:	Online-Banner Formate und Übertragung:
<p>Bitte verwenden Sie bei der Herstellung Ihrer Druckvorlage die nachfolgenden technischen Daten. Überfüllungsinformationen der Originalprogramme werden nicht berücksichtigt, bereits separierte Daten können nicht verwendet werden. Bei Composite PDF-Dateien wird das Trapping in unserem Workflow nach Bedarf errechnet. Sollen Elemente gezielt überdrucken, muss das gesondert gekennzeichnet werden (Ausdruck mit deutlichem Vermerk).</p> <p>Format: PDF/X3 ISO 15930-6 Auflösung Farbbilder: mind. 300 DPI Auflösung Graustufen-Bilder: mind. 200 DPI Auflösung S/W-Grafiken: mind. 1.200 DPI Farbskala: CMYK nach Euroskala Fogra-Standard Empfohlenes Farbprofil: ISO Coated v2 (ECI) Anschnitt-Zugabe mind. 3 mm</p> <ul style="list-style-type: none">• Bilddaten müssen eingebettet sein• Schriften müssen eingebettet sein• OPI-Kommentare sind verboten• Transferkurven sind verboten• TrimBox muss definiert sein• BleedBox muss definiert sein und enthält den Beschnitt• Kommentare und Formularfelder sind verboten• Verschlüsselung ist verboten• PDF Version 1.3 (Kompatibilität zu Acrobat 4)• Transparenzen sind verboten	<p>Für Ihre Bannerwerbung liefern Sie bitte eine Vorlage in exakt der angegebenen Pixelgröße.</p> <p>Bigsize-Banner: 728x90 Pixel Fullsize-Banner: 468x60 Pixel Skyscraper: Breite 120-200 Pixel, Höhe 600-800 Pixel Content Ad: 300x250px, 300x200px Logos/Buttons: Angabe in der Auftragsbestätigung Sonderwerbeformen: Bitte beachten Sie die Angaben in der Auftragsbestätigung bzw. in der ggf. überreichten gesonderten Dokumentation Newsletter: Angabe in der Auftragsbestätigung, nur GIF/Animated GIF oder JPG</p> <p>Banner liefern Sie bitte in folgenden Formaten: Dateityp: SWF, Flash 9 kompatibel; ClickTag-Unterstützung Maximale Dateigröße: 60kB Framerate: 18 fps empfohlen, maximal 25 fps. Weitere Optionen: wmode=opaque, Audio Default=off Alternativdatei: GIF/Animated GIF bis 60 kB Zieladresse: URL für jedes Werbemittel Kompatibilitätsinformation: Flash-Version, Browser, Betriebssystem Alternativ: Javascript-Redirect mit Informationen zu Caching-Vermeidung, Positionierung, Redirect-Klicktracking</p> <p>Technische Daten Standalone/Permission-Marketing: HTML-Code im Format HTML 4.01 Transitional sowie Betreffzeile. Bildelemente hinterlegen Sie bitte auf Ihrem eigenen Server, sofern nichts anderes vereinbart wurde. Keine Zählpixel oder Javascript möglich. Seitenbreite 600-800 Pixel, Seitenhöhe unbegrenzt, PDF als Attachment möglich. Umfang HTML-Code inkl. Attachment max. 100 KByte.</p>
<p>Die technischen Formatvorgaben sind Bestandteil der Allgemeinen Geschäftsbedingungen. Bei Anlieferung in anderen Formaten ist jegliche Haftung für das Ergebnis ausgeschlossen.</p> <p>Für die Übermittlung Ihrer Daten an den Verlag stehen Ihnen folgende Übertragungswege zur Verfügung:</p> <ul style="list-style-type: none">• E-Mail: anzeigen@hightext.de, Umfang bis ca. 20 MByte• FTP: ftp.hightext.de, Username: kunde, Kennwort: hightext• Datenträger: DVD-R/RW und CD-R/RW	

Allgemeine Geschäftsbedingungen

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder Werbemittel eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift oder einer elektronischen Publikation zum Zweck der Verbreitung.
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.
3. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.
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 höhere Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
5. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen einer 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. Für elektronische Verbreitungsaufträge, die zu einem bestimmten Termin gebucht sind, gilt ein Anzeigenschluss von 14 Tagen vor dem gebuchten Termin.
6. 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. Beilagen- und Beihetferaufträge sowie elektronische Kampagnen sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters und dessen Billigung bindend. Werbemittel, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Publikation erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
7. Für rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen, Beilagen und elektronischer Werbemittel ist der Auftraggeber verantwortlich. Eine Anzeige ist auch dann zur Zahlung fällig, wenn der Auftraggeber die Vorlage nicht rechtzeitig anliefern und die Anzeige nicht bis zum Buchungsschluss storniert. 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 gegebenen Möglichkeiten. Druckunterlagen müssen digital übertragen werden, es gelten die Vorgaben für Datenformate und Übertragung von Druckdaten/Onlinewerbe-Vorlagen als Vertragsbestandteil.
8. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeigen bzw. fehlerhafter Ausführung elektronischer Werbeformen 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 das Ersatzmotiv erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber das Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind - auch bei telefonischer Auftragserteilung - ausgeschlossen. Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die entsprechende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Diese Haftungseinschränkungen gelten nicht für den Vorsitz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens zugehöriger Eigenschaften bleibt unberührt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von einfachen Erfüllungsgehilfen; 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 innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.
9. Schaltet der Auftraggeber einen kostenpflichtigen Eintrag bei einem kostenfreien redaktionellen Text (beispielsweise ein Logo bei einem Firmeneintrag), so hat der Auftraggeber nur dann Anspruch auf Zahlungsminderung oder Ersatz, wenn der kostenpflichtig geordnete Teil ganz oder teilweise unleserlich, unrichtig oder unvollständig ausgeführt wurde. Bei fehlerhaftem redaktionellen Text besteht kein Anspruch auf Zahlungsminderung oder Ersatz der Anzeige.
10. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch und gegen Entgelt geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zugesandten Probeabzüge. Eventuell notwendige oder angeforderte Nacharbeiten an Druckvorlagen sowie Motivwechsel werden nach Aufwand in Rechnung gestellt.
11. Platzierungsvorschriften sind nur nach schriftlicher Bestätigung des Verlages gültig. Platzierungswünsche bei Beilagen sind ausgeschlossen.
12. Sind keine besonderen Großenschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
13. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages 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 dem Ausgleich offener Rechnungen abhängig zu machen.
14. Kosten für die Anfertigung bestellter Layouts und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen trägt der Auftraggeber.
15. Aus einer Auflagenminderung kann bei 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 tatsächlich verbreitete Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Auflagenminderung berechtigt nur dann zur Preisminderung, wenn sie einer Auflage von bis zu 50.000 Exemplaren mehr als 50 v. H. und darüber 25 v. H. beträgt.
16. Der Verlag leistet keine Gewähr bei Verlust einzelner Beilagen auf dem Vertriebsweg oder bei fehlerhafter Darstellung elektronischer Werbeformen bei einzelnen Nutzern/Empfängern.
17. Bei Chiffreanzeigen wendet der Verlag für Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Zuschriften auf Chiffreanzeigen werden auf dem normalen Postweg oder per E-Mail weitergeleitet. Der Verlag behält sich im Interesse und zum Schutz des Auftraggebers das Recht vor, die eingehenden Angebote zur Ausschaltung von Missbrauch des Zifferndienstes zu Prüfzwecken zu öffnen. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.
18. Abstellungen von Anzeigen- und Beilagenaufträgen müssen bis zum Anzeigenschluss erfolgen. Stornierungen von Anzeigenaufträgen für spezifische Ausgaben, Sonderpublikationen oder Platzierungen sind nur möglich, sofern dies ausdrücklich vereinbart wurde. Der Verlag kann die entstandenen Satz- bzw. Produktionskosten in Rechnung stellen. Ist kein Anzeigenschluss definiert, gilt eine Frist von 14 Tagen bis zum vereinbarten Veröffentlichungstermin als letzter Stornotermin.
19. Höhere Gewalt, Betriebsstörungen, Streik usw. entbinden den Verlag von den eingegangenen Verpflichtungen.
20. Der Auftraggeber stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter aus Verstößen der Anzeigen gegen gesetzliche Vorschriften, insbesondere des Wettbewerbs- und Urheberrechts, frei.
21. Der Verlag akzeptiert ausschließlich elektronische Druckunterlagen und Vorlagen für andere Werbeformen. Eine Pflicht zur Aufbewahrung besteht nicht. Im Auftrag des Kunden hergestellte Motive werden dem Kunden digital zur Verfügung gestellt.
22. Für Fehler jeder Art aus telefonischen Übermittlungen haftet der Verlag nur bei Vorsitz oder grober Fahrlässigkeit.
23. Jeglicher Nachlass entfällt bei Konkurs, Insolvenz und Zwangsvergleich.
24. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages.

Führungsteam und Verlag



Joachim Graf

ist Herausgeber, Publisher, Dozent, Lehrbeauftragter, Keynote-Speaker, Zukunftsforscher und Future Evangelist für Kommunikations- und Medienkonvergenz.



Daniel Treplin

ist zusammen mit Joachim Graf Gründer des HighText Verlags, Cheftwickler von iBusiness.de sowie Geschäftsführer und kaufmännischer Leiter des Unternehmens.

Herausgeber: Joachim Graf
Geschäftsführer: Daniel Treplin
Chefredaktion: Joachim Graf
Anzeigen:
Benjamin Karg (-72)
Nikos Fucicis (-73)
Andrea Lemmen (-74)
Klaus Rügemer (-76)

Verlag: HighText Verlag Graf & Treplin OHG
Anschrift: Wilhelm-Riehl-Str. 13, 80687 München
Telefon: +49(0)89/57 83 87 -0
Telefax: +49(0)89/57 83 87 -99
E-Mail: info@ibusiness.de
Internet: <http://www.ibusiness.de>
Mobil: <http://m.ibusiness.de>

Beratung und Kontakt



Benjamin Karg
Advertising Sales Manager

Mail: bk@ibusiness.de
Tel: (089) 578387-72
Fax: (089) 578387-99



Nikos Fucicis
Advertising Sales Manager

Mail: nf@ibusiness.de
Tel: (089) 578387-73
Fax: (089) 578387-99



Andrea Nüßlein
Advertising Sales Manager

Mail: al@ibusiness.de
Tel: (089) 578387-74
Fax: (089) 578387-99



Klaus Rügemer
Advertising Sales Manager

Mail: kr@ibusiness.de
Tel: (089) 578387-76
Fax: (089) 578387-99

iBusiness-Nutzer sind unter anderem:

1&1 Internet AG
 3M Deutschland
 3Pagen
 ABB AG
 Acxiom Deutschland GmbH
 ADAC e.V.
 Adam Opel AG
 adidas Group
 Adler Modemarkt AG
 Adobe Systems
 Aesculap AG
 Alfred Kärcher
 Allegra
 Allianz Deutschland AG
 Alte Leipziger
 Amazon.de GmbH
 appetito AG
 APTEAN Triton GmbH
 Arcor AG & Co. KG
 Arvato Bertelsmann
 AUDI AG
 Auto Business Verlag
 AutoScout24
 Autovision GmbH
 AVAG Holding SE
 Avnet Technology
 AWG
 AXA Colonia Konzern AG
 Axel Springer AG
 AZ Direct GmbH
 B.Braun Melsungen AG
 BAHAG AG
 Basler Versicherungen
 Bauer Vertriebs KG
 Bauhaus
 baumarkt direkt
 Bavaria Film GmbH
 Bayer AG
 Bayerischer Rundfunk
 Bazaarvoice GmbH
 bbw Nürnberg
 BCD Travel Germany GmbH
 Bechtle IT-Systemhaus
 Beiersdorf AG
 BERA GmbH
 Bertelsmann AG
 bet-at-home.com
 BHW Holding AG
 Bitburger Braugruppe
 Bizerba GmbH & Co. KG
 BKW FMB Energie AG
 BLANCO GmbH + Co KG
 BMW AG
 Boehringer Ingelheim
 bofrost
 bon prix
 Bosch
 BP Europa SE
 Breuninger GmbH
 ADAC e.V.
 BSH
 BT (Germany)
 BTC AG
 Burda Direkt
 buw holding GmbH
 Cablecom GmbH
 Capgemini Deutschland
 cbs interactive
 cebac mediaconcert
 cecil gmbh
 cewecolor ag
 Charles Vögele Trading AG
 ClickandBuy Marketing AG
 Commerz Finanz GmbH
 Commerzbank AG
 Commission Junction
 COMPAREX AG
 Computacenter
 Conrad Electronic SE
 CONTINENTAL Reifen
 COS Memory AG
 Cosmos Direkt
 CSC
 CTS Eventim AG
 D. Swarovski KG
 DD+V Mediengruppe
 debis Systemhaus
 Decathlon Sportartikel
 DEDON
 Deere & Company
 dekaBank
 DEKRA Akademie GmbH
 Delticom AG
 DESY
 DeTeMedien GmbH
 Deutsche Bahn AG
 Deutsche Bank AG
 Deutsche Card Services
 Deutsche Post AG
 Deutsche Postbank AG
 Deutsche Telekom AG
 DHL
 DialogTicket.com
 Diehl
 digicast
 Distrelec
 DKV
 Douglas
 DP AG
 Drägerwerk AG
 dtms AG
 eBay
 EF Sprachreisen
 e-force
 eismann Tiefkühl
 Electrolux Hausgeräte
 Electronic Partner GmbH
 EMP Merchandising HGmbH
 Emporium Hamburg
 EMS
 EnBW Energie
 EOS
 E-Plus Mobilfunk
 Euler Hermes Credit
 Euro RSCG ABC
 EWE Aktiengesellschaft
 Fahrzeug-Werke LUEG AG
 Faurecia automotive
 Festo AG & Co. KG
 Flughafen Düsseldorf
 Ford
 Fraport AG
 Fraunhofer-Gesellschaft
 freenet AG
 Fressnapf GmbH
 Fritz EGGER GmbH & Co. OG
 Fuhrländer AG
 Fujitsu Technology
 G+J EMS GmbH
 GALERIA Kaufhof GmbH
 GELSENWASSER AG
 General Solar Systems
 GENERALI Versicherungen
 GFT Technologies AG
 GIZ
 GN Netcom
 Google Deutschland GmbH
 Gothaer
 Griesson - de Beukelaer GmbH&Co.
 Groupon
 Gruner + Jahr AG & Co KG
 H&M International Group
 H.C. Starck GmbH
 Hamburger Sparkasse AG
 Hamburg-Mannheimer
 Hannoverische
 Hansgrohe AG
 Hassia Mineralquellen GmbH
 Hauffe-Lexware Services GmbH
 Hauni Maschinenbau AG
 Haw Hamburg
 HDI-Gerling

Heidelberger Druck
 Helaba
 Henkel KGaA
 Hereaus Holding GmbH
 Hermes Logistik
 Hessischer Rundfunk
 Hewlett Packard
 HGK Hotel- und Gastro
 Hilti AG
 Hochtiel
 Hoffmann Group
 Holtzbrinck Verlag
 Homebusiness Online
 Horstmann Group
 Hosers & Schweitzer oHG
 Hotelplan AG
 HSE24
 Hubert Burda Media
 HVB
 hypis GmbH
 HypoVereinsbank AG
 IBM Deutschland GmbH

Kauffald Stiftung & Co. KG
 KG EOS Holding GmbH & Co
 KHG Trade
 Klarna GmbH
 Klüber Lubrication
 Koch, Neff & Volckmar
 KOMSA AG
 KPMG
 KSB AG
 Kyte Europe
 Lastminute.com
 Leifheit
 Logica Plc
 Lonza Cologne GmbH
 LOTTO Hessen
 Ludwig Görztz GmbH
 Mainova AG
 MAN Truck & Bus AG
 Mannesmann Arcor
 marcus evans Germany Ltd
 Materna GmbH
 Marketing Service West
 GmbH

Münchener Rück
 Naspa
 Nestle
 NETRADA Europe GmbH
 NETRADA Management GmbH
 NETZSCH Gruppe
 nionex GmbH
 Nokia GmbH
 NORDB/LB
 Norddeutsche Affinerie
 Norddeutsche Landesbank
 Norddeutscher Rundfunk
 NRW.BANK
 Nürnberger Versicherung
 o2 (Germany)
 OBI E-Commerce
 OC&C Strategy Consultants
 Oettinger Davidoff Group
 Olaf Kühn
 Omnicorp
 omniture
 OMV AG
 OSRAM GmbH
 Österreichische Volksbanken-AG
 OTTO GmbH & Co KG
 PA Consulting Group
 Panasonic
 Parfümerie Douglas
 Pixelboxx GmbH
 Playboy Deutschland
 Plus Online GmbH
 Polo Ralph Lauren
 Postbank AG
 PostFinance
 Presse-Vertriebs-Gesellschaft
 KG
 Price Waterhouse Cooper
 Promarkt.de GmbH
 ProSiebenSat.1 Media AG
 Provinzial Rheinland
 PVA/Sozialversicherung
 QSC AG
 Quest Software
 Quip24
 QVC Germany Group
 R+v-Allgemeine Versicherungs
 AG
 Ratiopharm GmbH
 RBB
 ReachLocal GmbH
 real-
 Recommend GmbH
 REHAU
 REWE
 Robert Bosch GmbH
 Robert Half Technology

Roche Diagnostics
 Ruhr-Universität Bochum
 RUNNERS POINT
 RWE AG
 s.Oliver
 SAG
 Sal. Oppenheim jr.&Cie.
 Samsung Electronics
 Santander Bank AG
 Sapient GmbH
 SAS Deutschland
 SBB Infrastruktur
 Schäfer Shop GmbH
 Schering AG
 Schwab Versand GmbH
 Schwäbisch Hall
 Schwäbischer Verlag
 Scout24 Holding
 Searchteq
 SEARCHTEQ GmbH
 SENHENNER electronic
 SevenOne Intermedia
 Shell Markets (Middle East)
 SICK AG
 Siemens AG
 Siemens Business Services
 SIGNAL IDUNA Gruppe
 silhouette
 Sixt
 skilnet
 SMAS-Media
 Somfy
 Sonepar Deutschland
 Sonopress GmbH
 Sony DADC AG
 Sony Deutschland GmbH
 Sparkasse KölnBonn
 Sparkassenversicherung
 STA Travel
 STABLO International
 Stadtwerke München GmbH
 Staples Deutschland
 Star Publishing GmbH
 Sto AG
 Stuttgartar Versicherung
 Styria IT Solutions
 SV Versicherung AG
 Sybase GmbH
 Tchibo GmbH
 TeamBank AG
 Telefonica o2 Germany
 Telekom Austria AG
 Telekom Deutschland
 Telekurs Card Solutions
 Thalia Holding GmbH
 Thüga AG

ThyssenKrupp Access
 ThyssenKrupp Bilstein
 TK-Beratung Beceer
 TMD
 T-Mobile Deutschland
 T-Nova
 topac MultimediaPrint
 Tremco Ilbruck
 TSI MMS GmbH
 TSS
 T-Systems CDS GmbH
 TÜV Süd
 T-Venture
 Tyco Electronics AMP
 U. I. Lapp GmbH
 UN.Media TV- und Film
 Unilever
 Unister GmbH
 Unite internet Media
 Unity Media GmbH
 UPC
 Valora Media Schweiz AG
 ValueClick Deutschland
 vente-privee.com
 Verbe-Publicis France
 Vereinsbank AG
 Verlag Heinrich Vogel
 Verlags Madsack GmbH
 Versandhaus Walz GmbH
 VHV Versicherungen
 VNR Verlag
 Vodafone D2 GmbH
 Vogel Druck und Medien
 Volksfuersorge
 Volkswagen AG
 Volkswagen Bank
 VTG AG
 Wacker Chemie GmbH
 WAGO Kontakttechnik
 Wall AG
 Weltbild Verlag
 Westfalia Werkzeug
 Wieland-Werke AG
 Wilken
 WIL0 SE
 Win2day
 Wincor Nixdorf
 Wipro Technologies GmbH
 wisean.de
 WITT WEIDEN
 WMF AG
 WRS Verlag
 Würth Elektronik
 Zanox AG
 Zeitungsgruppe Thüringen
 Zollner Elektronik AG



iBusiness
 Zukunftsforschung für interaktives Business

Kommunizieren Sie mit den iBusiness-Nutzern. Es lohnt sich.

IBM e-business Innovation Center
 IBM Global Services
 IBM Learning Services
 IBM Österreich
 ICI Paints Deco GmbH
 Gothaer
 IKB Private Equity GmbH
 IMP
 Infineon Technologies AG
 infoscroe Consumer Data
 Intel Corp.
 Intel GmbH
 Interdiscount
 Iqbiz GmbH
 ITEV
 Janus Electronic GmbH
 JCL E-Commerce
 Jobup AG
 Jungheinrich AG
 Kapsch AG
 Karstadt Warenhaus GmbH
 Kauffhof Warenhaus AG

Materna GmbH
 Mazda Motor Corporation
 McFit GmbH
 MediaInnovations
 Media-Saturn
 MEDION AG
 Merck KGaA
 Messe Frankfurt
 Metro AG
 Microsoft Deutschland
 MicroTouch Systems GmbH
 Mindshare
 Mission Leben GmbH
 Mitsubishi Electric Europe
 M-net Telekommunikations
 Mohn Media
 Monster Worldwide
 Motor Presse Stuttgart
 MTU Friedrichshafen GmbH
 MTV Networks
 Multimedia Software