

buchreport

media



50
JAHRE

Mediadaten 2020

ERSCHEINUNGSTERMINE 2020

Januar	Februar	März	April	Mai	Juni	Juli	August	September	Oktober	November	Dezember
1 Mi	1 Sa	1 So	1 Mi	1 Fr	1 Mo	1 Mi	1 Sa	1 Di	1 Do Nr.40	1 So	1 Di
2 Do	2 So	2 Mo	2 Do Nr.14	2 Sa Nr.5	2 Di	2 Do	2 So	2 Mi	2 Fr	2 Mo	2 Mi
3 Fr	3 Mo	3 Di	3 Fr	3 So	3 Mi	3 Fr	3 Mo	3 Do Nr.36	3 Sa	3 Di	3 Do Nr.49
4 Sa	4 Di	4 Mi	4 Sa	4 Mo	4 Do	4 Sa	4 Di	4 Fr	4 So	4 Mi	4 Fr
5 So	5 Mi	5 Do Nr.10	5 So	5 Di	5 Fr Nr.23	5 So	5 Mi	5 Sa	5 Mo	5 Do Nr.45	5 Sa
6 Mo	6 Do Nr.6	6 Fr	6 Mo	6 Mi	6 Sa	6 Mo	6 Do Nr.32	6 So	6 Di	6 Fr	6 So
7 Di	7 Fr	7 Sa	7 Di	7 Do Nr.19	7 So	7 Di	7 Fr	7 Mo	7 Mi	7 Sa	7 Mo
8 Mi	8 Sa	8 So	8 Mi	8 Fr	8 Mo	8 Mi	8 Sa	8 Di	8 Do Nr.41	8 So	8 Di
9 Do Nr.2	9 So	9 Mo	9 Do Nr.15	9 Sa	9 Di	9 Do	9 So	9 Mi	9 Fr	9 Mo	9 Mi
10 Fr	10 Mo	10 Di	10 Fr	10 So	10 Mi	10 Fr	10 Mo	10 Do Nr.37	10 Sa	10 Di	10 Do Nr.50
11 Sa	11 Di	11 Mi	11 Sa	11 Mo	11 Do	11 Sa	11 Di	11 Fr	11 So	11 Mi	11 Fr
12 So	12 Mi	12 Do Nr.11	12 So	12 Di	12 Fr	12 So	12 Mi	12 Sa	12 Mo	12 Do Nr.46	12 Sa
13 Mo	13 Do	13 Fr	13 Mo	13 Mi	13 Sa	13 Mo	13 Do Nr.33	13 So	13 Di	13 Fr	13 So
14 Di	14 Sa	14 Sa	14 Di	14 Do Nr.20	14 So	14 Di	14 Fr	14 Mo	14 Mi Nr.42	14 Sa	14 Mo
15 Mi	15 Sa	15 So	15 Mi	15 Fr	15 Mo	15 Mi	15 Sa	15 Di	15 Do	15 So	15 Di
16 Do Nr.3	16 So	16 Mo	16 Do	16 Sa	16 Di	16 Do	16 So	16 Mi	16 Fr	16 Mo	16 Mi
17 Fr	17 Mo	17 Di	17 Fr	17 So	17 Mi	17 Fr	17 Mo	17 Do Nr.38	17 Sa	17 Di	17 Do Nr.51
18 Sa	18 Di	18 Mi	18 Sa	18 Mo	18 Do	18 Sa	18 Di	18 Fr	18 So	18 Mi	18 Fr
19 So	19 Mi	19 Do	19 So	19 Di	19 Fr	19 So	19 Mi	19 Sa	19 Mo	19 Do Nr.47	19 Sa
20 Mo	20 Do	20 Fr	20 Mo	20 Mi	20 Sa	20 Mo	20 Do Nr.34	20 So	20 Di	20 Fr	20 So
21 Di	21 Fr	21 Sa	21 Di	21 Do	21 So	21 Di	21 Fr	21 Mo	21 Mi	21 Sa	21 Mo
22 Mi	22 Sa	22 So	22 Mi	22 Fr	22 Mo	22 Mi	22 Sa	22 Di	22 Do Nr.43	22 So	22 Di
23 Do Nr.4	23 So	23 Mo	23 Do	23 Sa	23 Di	23 Do	23 So	23 Mi	23 Fr	23 Mo	23 Mi Nr.52
24 Fr	24 Mo	24 Di	24 Fr	24 So	24 Mi	24 Fr	24 Mo	24 Do Nr.39	24 Sa	24 Di	24 Do
25 Sa	25 Di	25 Mi	25 Sa	25 Mo	25 Do	25 Sa	25 Di	25 Fr	25 So	25 Mi	25 Fr
26 So	26 Mi	26 Do	26 So	26 Di	26 Fr	26 So	26 Mi	26 Sa Nr.10	26 Mo	26 Do Nr.48	26 Sa
27 Mo	27 Do	27 Fr	27 Mo	27 Mi	27 Sa Nr.7/8	27 Mo	27 Do	27 So	27 Di	27 Fr	27 So
28 Di	28 Fr	28 Sa Nr.4	28 Di	28 Do	28 So	28 Di	28 Fr	28 Mo	28 Mi	28 Sa Nr.12	28 Mo
29 Mi	29 Sa Nr.3	29 So	29 Mi	29 Fr	29 Mo	29 Mi	29 Sa Nr.9	29 Di	29 Do	29 So	29 Di Nr.1
30 Do Nr.5	30 Mo	30 Di	30 Do	30 Sa Nr.6	30 Di	30 Do	30 So	30 Mi	30 Fr	30 Mo	30 Mi
31 Fr Nr.2	31 Do	31 Di	31 Mo	31 So	31 Fr	31 Fr	31 Mo	31 Mi	31 Sa Nr.11	31 Do	31 Do

Feiern Sie mit uns 50 Jahre buchreport

Die Harenberg Kommunikation Verlags- und Medien GmbH & Co. KG mit Sitz in Dortmund wurde 1970 von Bodo Harenberg gegründet und gehört seit 2007 zur SPIEGEL-Gruppe, Hamburg.

Fachinformation mit Anspruch: sorgfältig ausgewählt und punktgenau aufbereitet, inhaltlich zugespitzt und strukturiert. Nachrichten, Zahlen, Analysen, Hintergrund, Meinung, Überblick – das ist **buchreport**.

- **online:** buchreport.de, pubiz.de, Newsletter
- **express:** Wochendurchblick, Personalia, SPIEGEL-Bestsellerlisten, U-Trend
- **magazin:** Analysen, Meinung, Hintergrund, Interviews
- **spezial:** Schwerpunkte zu sämtlichen Warengruppen und Buchgenres
- **kompakt:** pubiz.Dienstleister, Verlagskompass, 100 größte Verlage

buchreport sorgt somit für Aufmerksamkeit und Ihr perfektes Anzeigenumfeld.



Kombinieren Sie Print und Online

Verlängern Sie Ihre 1/1 Print-Anzeige um eine Woche Online-Schaltung auf buchreport.de für **190 €**



Inhalt

Jubiläumsangebote ▶ Seite 4

Feiern Sie mit uns 50 Jahre buchreport

buchreport.express ▶ Seite 6

der redaktionelle Wochendurchblick mit den ausführlichen SPIEGEL-Bestsellerlisten

buchreport.magazin ▶ Seite 10

bringt monatlich Hintergründe, Analysen, Rankings sowie Themenschwerpunkte

buchreport.spezial ▶ Seite 14

die Sonderbeilage zum buchreport.magazin und bietet einen 360°-Blick auf eine Warengruppe

buchreport.stellenmarkt ▶ Seite 16

Unser Multichannel-Angebot für Ihre Job-Ausschreibungen

buchreport.newsletter ▶ Seite 18

täglicher buchreport-Newsletter, buchreport.promotion sowie SPIEGEL-Bestseller-Newsletter

buchreport.de ▶ Seite 20

der meinungsbildende Online-Auftritt mit stetig steigenden Zugriffszahlen

Feiern Sie mit uns

Sichern Sie sich ab sofort 50%

Für Schaltungen im:

JANUAR

Banderole

anstatt 1.695 € nur **847,50 €**

(Infos zur Banderole S.9)

FEBRUAR

1/1 S. Anzeige + online Schaltung

anstatt 1.485 € nur **742,50 €**

MÄRZ

Medium rectangle im buchreport.newsletter

(eine Woche)

anstatt 495 € nur **247,50 €**

APRIL

1/1 S. Anzeige + online Ausspielung

Anstatt 1.485 € nur **742,50 €**

MAI

Billboard AD auf buchreport.de (eine Woche)

anstatt 695 € nur **347,50 €**

JUNI

Banderole

anstatt 1.695 € nur **847,50 €**

(Infos zur Banderole S.9)



50 Jahre buchreport

Rabatt auf ausgewählte Werbeformate

JULI

Titelfeld

anstatt 1.995 € nur **997,50 €**

AUGUST

2/1 S. Anzeige

anstatt 2.295 € nur **1.147,50 €**

SEPTEMBER

Beileger im Überformat

anstatt 1.895 € nur **947,50 €**

(Infos zum Beileger S.9)

OKTOBER

Umschlagseite 4

anstatt 1.595 € nur **797,50 €**

NOVEMBER

1/1 S. Anzeige + online Ausspielung

anstatt 1.485 € nur **742,50 €**

DEZEMBER

1/3 S. Anzeige

anstatt 695 € nur **347,50 €**



Besondere Formate für besondere Bücher

buchreport.express



Banderole

450 x 100 mm (B x H)
3 mm Beschnittzugabe

1495,- € (bei Anlieferung)

1695,- € (inkl. Druck)

Banderole gestanzt

1495,- € (bei Anlieferung)

1895,- € (inkl. Druck)

**Titelfeld +
1 Seite Leseprobe
im Innenteil**
2595,- €



Beileger im Überformat, gestanzt

max. 205 x 312 mm (B x H)
3 mm Beschnittzugabe
beidseitig bedruckbar

1495,- € (bei Anlieferung)

1895,- € (bei Druck¹ und Stanzung)

¹ 250 g Bilderdruck

Das monatliche Panorama der Buchbranche

buchreport.magazin



buchreport wird von Entscheidern der Buchbranche im Abonnement bezogen und von mehr als 10.000 Personen gelesen.

Inhalt:

- Strategien von Handel und Verlagen
- Best-Practice-Beispiele aus dem Handel
- Analysen zur Branchenentwicklung
- Internationale Fallstudien
- Hintergrunddarstellungen & Porträts
- Rankings der Branchenunternehmen
- buchreport-Filialatlas
- Praxisratgeber
- Buchmarketing
- Zusätzliche Sonderthemen

Kernaussagen der Leserbefragung

- Über 70% der Befragten sehen sich die Anzeigen im buchreport.magazin bewusst und gern an.
- buchreport.magazin wird im Schnitt über 30 Minuten gelesen.
- Besonders intensiv werden **handelsbezogene Berichte** genutzt.

Quelle: Marktforschung und Beratung Caroline Stegemann (Hamburg)

Ausgabe	ET	Anzeigen-/DU-Schluss	Sonderthema
Februar	31.01.2020	23.01.2020	Sachbuch, Frühjahr
März	29.02.2020	20.02.2020	City 21: Zukunft des Handels
April	28.03.2020	19.03.2020	Lernen / Wissenschaft / Sprachen
Mai	02.05.2020	24.04.2020	Genre-Lit. (Spannung, Fantasy, Romance)
Juni	30.05.2020	21.05.2020	Influencer
Juli/August	27.06.2020	18.06.2020	Kunst- & Bildbände
September	29.08.2020	20.08.2020	Sachbuch Herbst
Oktober	26.09.2020	17.09.2020	50 Jahre buchreport
November	31.10.2020	22.10.2020	Film
Dezember	28.11.2020	19.11.2020	Fachbuch
Januar	29.12.2020	18.12.2020	

Platzierung	Maße (Anschnitt)	Preise (€)
Titelseite	210 x 225 mm	3995,-
Titelseite + Leseprobe	210 x 297 mm	4995,-
Doppelseite nach dem Inhaltsverzeichnis	420 x 297 mm	2495,-
U2 / U4	210 x 297 mm	1595,-
U3	210 x 297 mm	1395,-
1/1 Seite	210 x 297 mm	1295,-
Verlängern Sie Ihre 1/1 Print-Anzeige um eine Woche Online-Schaltung auf buchreport.de für		190,-
Doppelseite	420 x 297 mm	2295,-
1/2 Seite quer	210 x 143 mm	895,-
1/3 Seite hoch	73 x 297 mm	695,-
1/3 Seite quer	210 x 102 mm	695,-
1/3 hoch (Editorial/Inhalt)	73 x 297 mm	895,-
Promofeld im Sonderthema (Cover, 480 Zeichen Text und Bibliografie)		395,-

Beilagen

IdealfORMAT 200 x 290 mm;
Format max. 210 x 297 mm

	Preis
1 Blatt	1195,-
2 Blätter	1495,-
weitere Blätter	je 295,-
Kosten f. Handling u. Logistik	295,-

Einhefter

Format max. 210 x 297 mm ⁽¹⁾

	Preis
1 Blatt	1195,-
2 Blätter	1495,-
weitere Blätter	je 295,-
Kosten f. Handling u. Logistik	295,-

Sichern Sie sich feste Rubriken für Ihre Kampagne!

buchreport.magazin

Rubrik „Chronologisch“

Format	Preis (€)
115 x 80 mm	
3 Schaltungen	à 395,-
6 Schaltungen	à 345,-

6
buchreport.magazin April 2019
buchreport.magazin April 2019
Chronologisch 7



Im Rückspiegel: März 2019

1. März: Hält der positive Trend?
Das deutsche Buchschicksalmoment hat sich bewährt. Das zeigen die Zahlen für den buchreport-Umsatzen auf Basis des Media Control-Händlerrates. Nach dem kräftigen 5%+Plus im Januar schließt auch der Februar mit einem Umsatzanstieg ab. Der monatliche Handel hat im Vergleich zum Vorjahr 3,8% mehr in der Kasse. Kalendereffekte sind nicht erkennbar, auch nicht durch die von einem Jahr frühere Karneval-/Fasnachtssaison.

3. März: Was sagt das Kartellamt?
Gut drei Jahrelang Wettbewerbs zwischen dem geplanten Marken-Langenscheidt und Focus im Endtitel. Das ist zumindest der Fall, den die Focus-Mutter Klart dem Bundeskartellamt zur Genehmigung vorgelegt hat, nämlich den „zusätzlichen Erwerb wesentlicher Vermögenswerte“ der Langenscheidt-Verlagstätigkeit. Die Langenscheidt-Unternehmenskette soll sich auflösen, es geht um die Übernahme der gebotenen Programme der Fremdsprachen-Wörterbücher der Börsenführer und auch die digitalen Fachsprachlexika für Sprachen.

12. März: Was bringt die Zukunft?
Die London Book Fair ist als anstimmendste Branchenfeier im Frühjahr ein Pflichttermin. Lizenzen werden wir immer realitätsreicher – sind gefragt und wir liefern erhellende sprachwissenschaftliche Erkenntnisse und informative Sachbücher –, doch das Buchgeschäft stellt eindeutig im Schatten der Buch Diskussionen. Die wachsende Unsicherheit über den bevorstehenden Ausstieg der Briten aus der Europäischen Union ist während der Blomberg der New Falen, der sich durch fünf bis sechs Gespräche.

Rubrik „Inhalt“

4 Inhalt
buchreport.magazin April 2019
buchreport.magazin April 2019



115 x 80 mm

26

56

Magazin	Hobby & Freizeit	Rubriken
<p>8 Allen Grund zum Optimismus Sie hat 11 Jahre in einem Online-Buchhandelsunternehmen. Mit Investments hat sie den globalen Player Amazon Kindle House erreicht. Im Interview erzählt sie die Story einer digitalen Bucherin.</p> <p>26 Gläserne Einkäuferlebnisse Der HDI hat die Auszeichnung „Store of the Year“ verliehen. Die Gewinner zeigen, wie sich andere Branchen ihre Kunden präsentieren. Ein Blick über die Zaun in die globalen Verkaufsmärkte.</p> <p>36 Die 100 größten Buchverlage Sie sind die größten Buchverlage der Welt. Wie sieht es mit den Buchverlagen aus? Die Daten zeigen, aber auch die Publikumsstruktur, wie sich verändert hat. Wie hat sich die Branche in den letzten Jahren entwickelt?</p> <p>36 Die großen Buchhandlungen Buchhandel, digitale und lokale. Welche Chancen und Risiken erwarten Sie? Die Daten zeigen, aber auch die Publikumsstruktur, wie sich verändert hat. Wie hat sich die Branche in den letzten Jahren entwickelt?</p>	<p>54 Lesestoff für das Abenteuer ums Eck Mikroentwerfer und der eigene Haushalt sind ein Trend. Auch Bücher können die Abenteuerlust von großen und kleinen Entdeckern.</p> <p>58 Mit Habel und Säge entspannen In vielen Verlagsprogrammen ist das Thema schon lange ein fester Bestandteil. Eine große Kogeneration, in vielen Verlagsprogrammen ist das Thema schon lange ein fester Bestandteil.</p> <p>62 Spiele und Bücher für Escape-Rätsel Escape-Räume sind und werden immer ein großer Trend sein. Die Daten zeigen, aber auch die Publikumsstruktur, wie sich verändert hat. Wie hat sich die Branche in den letzten Jahren entwickelt?</p> <p>66 Workshops Kreative Workshops zu verschiedenen Themen finden die Kunden. Von Kreativität und dem eigenen Handwerk bis hin zu persönlichen Erfahrungen. Die Themen müssen sich nicht ausschließlich um Buchhandlung handeln.</p> <p>Themenblock</p> <p>69 Sprung für die Menschheit Das 3. Jubiläum der Menschheit ist kein Zufall für Neuerscheinungen. Das Spielraum nicht von Bildern bis zu Sach- und Kinderbüchern.</p>	<p>72 buchreport auf der Leipziger Buchmesse</p> <p>74 Auszeichnungen</p> <p>76 Rückblick</p> <p>77 Termine</p> <p>77 Register</p> <p>78 Impressum</p> <p>78 Blick in die Kanäle: buchreport Channel</p>

Format 73 x 297 mm	Preis (€)
3 Schaltungen	à 795,-
6 Schaltungen	à 745,-

Format 73 x 297 mm	Preis (€)
3 Schaltungen	à 795,-
6 Schaltungen	à 745,-

73 x 297 mm
26 März: Fließt bald wieder Geld?

Ende einer langen Harper der EU-Parlament stimmt nach lautstarkem Protest der Gegner der neuen EU-Lieferantenrichtlinie zu und mit der Reform auch die Möglichkeit durch, dass Verlage wieder an den Ausschreibungen von Verwertungsgesellschaften beteiligt werden können. Die Buchbranche hat in der Vergangenheit bereits ihre Zustimmung für eine entsprechende nationale Regelung signalisiert. Dies hat vor einer Zeit, die Richtlinie in nationales Recht umzuwandeln.

26. März: Fließt bald wieder Geld?
Ende einer langen Harper der EU-Parlament stimmt nach lautstarkem Protest der Gegner der neuen EU-Lieferantenrichtlinie zu und mit der Reform auch die Möglichkeit durch, dass Verlage wieder an den Ausschreibungen von Verwertungsgesellschaften beteiligt werden können. Die Buchbranche hat in der Vergangenheit bereits ihre Zustimmung für eine entsprechende nationale Regelung signalisiert. Dies hat vor einer Zeit, die Richtlinie in nationales Recht umzuwandeln.

Rubrik „Editorial“, Seite 3

ick: Juli|August

Der Metadaten-Appell

Buchvertrieber, die angesichts eines verfallenden ISBN-Wertens und leider vieler Buchtitel vorerst nicht mehr zu veröffentlichen, haben nicht einmal die halbe Mangelkarte in der Transformation des Lesens angesprochen.

„Das Buch – egal, in welchem Format – muss sich zum Kampf um Aufmerksamkeit, gegen alle anderen Werbemittel, in der mehr und bessere Medienlandschaft als Verlage sie haben bereitstellen. Texten, Content-Strategien, Bildern, hat vor Branchenvertretern in New York die große Herausforderung umsetzen. buchreport präsentiert seine Ausführungen in deutscher Zusammenfassung. Über zentralen Termin hinaus verlagern, dass die Metadaten in Deutschland, nur halb so schlimm wie in Nordamerika“ ist, aber eine Marktdominanz, die die digitalen Herausforderungen und auch ihre Pflichtaktionen – ab S. 8.

Sachbuch: Warengruppe im Aufwind
Das Sachbuch hat einen starken Lauf. Die Umsätze haben im 1. Halbjahr massiv zugenommen, auf einen historischen Höhepunkt. Basis und nicht allein von Bestsellern getragen. Die Dynamik war im Frühjahr auf gefüllte Bücher, die im statistischen Handel aber immer noch im Schatten der Bestseller stehen. Wie entwickelt sich das Sachbuch? Mit welchen Herausforderungen kämpfen die Protagonisten? Im Schwerpunkt dieser Ausgabe von buchreport.magazin wird ein Segment ausführlicher, mit dem Verlage Contenting in eine hochmoderne Welt stellen. Und die Buchhändler, die sich engagieren, mit Umsatzwachstum belohnt.

Spezial: Hörbuch
Warum das Hörbuch sich zum Highlight der Buchbranche entwickelt, verrät uns das buchreport-Magazin. Die TBR Spielmann vorantreibt Spezial zu hören. Das Aufblühen liegt vor allem an der Popularität des digitalen Lesens, der in Deutschland mit dem Streamer-Marketing wie Spotify und Netflix konfiguriert. Angebot haben. Content-Marketing für Audible vorzuziehen. In der TBR Spielmann vorantreibt Spezial zu hören. Das Aufblühen liegt vor allem an der Popularität des digitalen Lesens, der in Deutschland mit dem Streamer-Marketing wie Spotify und Netflix konfiguriert. Angebot haben. Content-Marketing für Audible vorzuziehen. In der TBR Spielmann vorantreibt Spezial zu hören. Das Aufblühen liegt vor allem an der Popularität des digitalen Lesens, der in Deutschland mit dem Streamer-Marketing wie Spotify und Netflix konfiguriert. Angebot haben. Content-Marketing für Audible vorzuziehen.

Debüt des Monats

buchreport.magazin

In buchreport.magazin haben Sie ab sofort die Möglichkeit, das „Debüt des Monats“ – exklusiv je Ausgabe – zu belegen und Ihrem Spitzen-Debüt auf einer Doppelseite einen aufmerksamkeitsstarken Auftritt zu verschaffen.

Zusätzlich wird Ihr Debüt auf buchreport.de eingebunden.



10 Debüt des Monats

Portrait

ca. 540 Zeichen

Anzeige



Claire Lombardo

ist 1989 geboren in Oak Park, Illinois, war Sozialarbeiterin und Agentin für ein Unternehmen, es als Musikinstrumente herstellt und verkauft. Sie hat in zahlreichen Zeitschriften veröffentlicht und wurde für ihre Storys mehrfach ausgezeichnet. Sie lebt in Iowa City und unterrichtet Kreatives Schreiben an der dortigen Universität. „Der große Spaß, den wir je hatten“ ist ihr erster Roman.

Welcher Gedanke stand am Anfang Ihres Romans?
Ich wollte eine Familie in ihrer Größe und von verschiedenen Blickwinkeln aus beobachten und untersuchen, wie diese sich über mehrere Jahrzehnte entwickelt. Für mich steht die Psychologie der Figuren im Mittelpunkt. Menschen haben mich immer schon fasziniert – ich glaube, dass jeder eine interessante Geschichte hat, auch wenn es nach außen hin vielleicht erst einmal nicht unbedingt so scheint.

Wie viel von Ihnen steckt in der Geschichte?
Tatsächlich nicht voll ich stamme zwar aus einer großen Familie und bin in Chicago aufgewachsen, aber davon abgesehen gibt es in meinem Leben keine Parallelen zur Handlung meines Romans. Die Geschichte, dass ich mich gut mit den Dynamiken zwischen Schwestern auskenne, aber für die Sororenschwester habe ich ganz eigene Erfahrungen.

Für welche Leser ist dies Ihrer Meinung nach das richtige Buch?
Ich hoffe, dass mein Buch vielen Lesern gefällt – es gibt eine große

Anzahl von Figuren, die sich alle an unterschiedlichen Stationen in ihrem Leben befinden. Ich glaube, dass es in dem Roman etwas für jeden gibt. Unter den zeitgenössischen Schriftstellerinnen, bewundere ich Jeffrey Eugenides, Ann Patchett, Maria Semple und Lorrie Moore, ich bin sicher, dass dies mein eigenes Werk beeinflusst hat.

Hatten Sie beim Schreiben jemanden vor Augen, dem Sie diese Geschichte erzählen?
Nein, aber ich habe mich sehr verbunden gefühlt mit den Figuren, sodass ich bis zu einem gewissen Grad nicht nur Autorin, sondern auch Leserin war.

Wie sollte eine Buchhändlerin Ihren Roman einem Kunden vorstellen?
Ich habe mitbekommen, dass das Buch oft als figurereiche Familiensaga im Stil von Celeste Ng, Jonathan Franzen oder Anne Tyler besprochen wird. Mir hat besonders gut gefallen, dass gesagt wird, das Buch zu lesen gebe einem das Gefühl, selbst ein Mitglied der Sororenschwester-Familie zu sein, dass es eine Möglichkeit sei, sich in die Welt der Figuren fallen zu lassen und unter ihnen zu leben.

Wer ist Ihr literarisches Vorbild? Oder: Welches Buch/welcher Autor/in hat Sie beeinflusst?
Es gibt so viele Autoren, deren Werk ich bewundere, aber wenn ich nur einen Namen nennen dürfte, dann würde ich mich für Alice Munro entscheiden. Nimmals habe ich eine ihrer Geschichten mit einem anderen Gefühl als Ehrfurcht aus der Hand gelegt. Jede ihrer Kurzgeschichten ist eine raffiniert erdachte und komplexe kleine Welt, sowohl lesbar als auch obenüberlebend laut.

Warum wird dieses Debüt ins Programm genommen? Wie sind es nicht geworden von Lieb und zu lesen, die haben. Von Eltern, die glücklich sind. Das war mein Gefühl, als ich anfangte. Claire Lombardos Roman zu lesen. Wie mir ein solcher, positiver literarischer Roman über Liebe und Elternschaft gefühl hat, auch oder vielleicht gerade, als Mann und Vater. Die Literaturgeschichte kennt viele Romane über scheinend die Eltern und Kinder, die darunter leiden. Recher ist sie jetzt, mit diesem umwerfenden, tiefgründigen, hoffnung spendenden Roman. Zeitgeber

Leseprobe

ca. 4.600 Zeichen

buchreport.de

Leseprobe

Violet ging Wendy möglichst aus dem Weg. Eine Zeit lang waren sie unzertrennlich gewesen, aber mittlerweile hatten sie nur noch zu konkreten Anlässen Kontakt. Als ihre Schwester sie vor Kurzem zum Lunch einlad, ging sie deshalb automatisch davon aus, dass es entweder um einen Gefallen ging oder um eine neue entdeckte Lebensweise, über die Wendy mit ihr sprechen wollte, und zwar ausführlich und ohne Rücksicht darauf, wie viel manche Leute um die Ohren hatten. Wer konnte schon unter der Woche einfach so unbe-kommt tagtäglich im West Loop essen gehen?

Es war ein trendiges Restaurant in ungünstiger Lage, obwohl es ein Mittwoch und schon zwei Uhr nachmittags war, fand Violet keinen Parkplatz und überließ den Autoschlüssel kurzerhand einem Angestellten. Sie musste Wagt um halb vier vom Kindergarten abholen. Das war ihre Ausrede, die sie ihrer Schwester sanft unter die Nase reiben würde, um das Treffen kurz zu halten. Da gibt es auch noch zwei Kinder, für die ich verantwortlich bin, die müssen zum Kindergarten und wieder zurück. Natürlich war das engstirnig natürlich flüchtige Wendy sich immer in irgendein Drama und in Alkohol, und zwar schon mit tags, weil ich alles Mögliche fühle, weil sie das College nicht abgeschlossen hatte, wegen Miles und weil sie ihrer Schwester, auch was Unglück anging, immer einen Schritt voraus sein musste.

Wendy spürte, dass Kopfschmerzen im Anflug waren, und kniff sich in den Nasenrücken. Vielleicht würde sie ein Glas Wein trinken. Wendy hatte sicher bereits eine Flasche bestellt, und man konnte ihr sagen, was man wollte – beim Wein hatte sie ein Händchen. Wendy Gallerias drücken ihr hinten in die Fersen. Wendy wollte nicht, sie sich immer so elegant wie möglich präsentieren, und obwohl sie sich sonst damit begnügte, ihre Kinder in teurer Sportkleidung durch die Gegend zu kutschieren, hatte sie sich heute für eine schicke Seidenbluse mit Schmetterlingsmuster entschieden, das eine enge Jeans, die vor

Es ihr Gebort noch besser gepasst hatte. Sie überlegte, ob sie ihrer Schwester zum letzten Mal gesehen hatte, es musste am zweiten Thanksgiving gewesen sein, diesem jählichen und entsetzlich verschobenen Familientreffen im Elternhaus, das letzter vier Monate zurücklag, eigentlich ein Unläng, denn sie und Wendy wollten gerade mal zwanzig Auto-

minuten voneinander entfernt. Außerdem hatten sie fast ein Jahrzehnt lang ein Zimmer geteilt, ja, in der finsternen Phase ihres Lebens hatte Wendy sogar bei Wendy und Miles gewohnt – und waren sie beide, kaum ein Jahr auseinander, nicht fast schon Zwillinge?

„Kann ich Ihnen weiterhelfen, Madam?“, fragte ein Angestellter, der die Gäste in Empfang nahm.

„Ich habe gerade kurz die Orientierung verloren“, sagte sie lächelnd.

„Wenn Sie Rettung brauchen, wünschen Sie mir, und ich kann rein und behaupte, jemand hätte Ihren Wagen gestohlen.“ Flinnete er? Vielleicht war der Mann noch ihrer Rettung.

„Ich werd's mit merken.“ Sie angelte eine weitere Zehn-Dollar-Note aus ihrer Brieftasche und hielt sie ihm auffordernd hin. Mitarbeiterin gebote sie also auch zu den Leuten, die alles mit einer Geldübergabe besiegeln. Er nahm den Schein, ohne mit der Wimper zu zucken.

„Wünschen Sie mir Glück“, hauchte sie, worauf er ihr zuwinkte – zwinkert ihr? –, und sie stellte sich vor, wie er, während sie ins Restaurant ging, ihren Hintern beglückte. Höfentlich fiel sein Urteil nicht allzu hart aus. Eine Bedienung begleitete Violet nach hinten auf die Veranda, und sie dachte, sie hätte sich einen Pullover mitgebracht, aber dann kam ihr dieser Gedanke sofort furchbar mittecker vor. Wendy stak in der hintersten Ecke, wahrscheinlich, damit sie raschen konnte, ohne andere Gäste zu stören, auch wenn gar keine anderen Gäste hier draußen waren, denn in Chicago hatte der Frühling angefangen, und es waren gerade mal sechzehn Grad.

Außer Wendy war da noch jemand, der halb mit dem Rücken zu ihr saß. Vermutlich ein junger Mann, es erl, Wendy befand sich gerade in einer dieser Selbstfindungsphasen und hatte sich mit einer jungenhaften Yogalehrerin aus ihrem Klatsch-Kurs zusammengesetzt. Der Anblick versetzte ihr einen Stich. Klar, es genügte Wendy nicht, nur sie allein zum Lunch einzuladen, ein Essen in vertrauter Zweisamkeit: Das hier sollte beweisen, wie kreativ Wendy mit ihrem Leben umging, wech ein Kontrast zu ihrer eigenen stehlangweiligen Luxussituation, in der sie festsaß, während Wendy mit ihrer jungen gelesenen Yogapersonien Stellungens ausprobierte. Das hätte sie sich denken können.

Claire Lombardo
Der große Spaß, den wir je hatten
720 Seiten, 25,00 €
978-3-423-198-01-1
€1,20 | 2019
dtv



Bringen Sie Ihrer Autorin/ Ihren Autor anhand einer Handvoll vorgegebener Fragen dem Buchhandel näher:

Was hat den Anstoß für diesen Roman gegeben?

Für welche/n Leser/in ist dies das richtige Buch?

Wie sollte eine Buchhändlerin Ihren Roman einem Kunden vorstellen?

ca. 2.550 Zeichen

Erläutern Sie in knappen Sätzen, warum Sie den Titel in Ihr Programm genommen haben.

ca. 385 Zeichen

2.495 €

zzgl. MwSt.

Das themenzentrierte Heft im buchreport.magazin buchreport.spezial



buchreport wird von Entscheidern der Buchbranche im Abonnement bezogen und von mehr als 10.000 Personen gelesen.

- Warengruppenbezogener Überblick
- Zielgruppenspezifische Darstellung
- Lang anhaltende Präsenz der Anzeigen
- Nutzung als Einkaufshilfe für den Buchhandel
- liegt buchreport.magazin bei



Kernaussagen der Leserbefragung

- Ein Drittel der Befragten bestellt Titel aufgrund der Werbeanzeigen.
- Die Werbung im buchreport.spezial wird als sinnvolle Informationsquelle wahrgenommen.
- buchreport.spezial mit seinem ausgeprägt zielgruppenspezifischen Konzept wird von der Mehrheit der Befragten mit gut bis sehr gut eingestuft.
- buchreport.spezial wird durchschnittlich an über fünf Kollegen weitergegeben.

Quelle: Marktforschung und Beratung Caroline Stegemann (Hamburg)

Ausgabe	ET	Anzeigen-/ DU-Schluss	Thema
Februar	31.01.2020	23.01.2020	Ratgeber (Natur, Garten, Hobby)
März	29.02.2020	19.02.2020	Religion & Theologie
März	29.02.2020	19.02.2020	Comic & Manga
April	28.03.2020	18.03.2020	Reise & Touristik
Mai	02.05.2020	23.04.2020	RWS (Recht, Wirtschaft, Steuern)
Juni	30.05.2020	20.05.2020	Kalender
Juli/August	27.06.2020	17.06.2020	Hörbuch
September	29.08.2020	13.08.2020	Ratgeber (Essen, Leben, Gesundheit)
September	29.08.2020	19.08.2020	Geschenke (Weihnachten, Geschenk., Nonbook)
Oktober	26.09.2020	16.09.2020	Kinder & Jugend
November	31.10.2020	21.10.2020	RWS (Recht, Wirtschaft, Steuern)
Dezember	28.11.2020	18.11.2020	Management & Produktion
Januar	29.12.2020	22.12.2020	Jahresbestseller 2020

Platzierung	Maße (Anschnitt)	Preise (€)
Titelseite	195 x 220 mm	3995,-
Doppelseite nach dem Inhaltsverzeichnis	390 x 276 mm	2495,-
U2 / U4	195 x 276 mm	1595,-
U3	195 x 276 mm	1395,-
1/1 Seite	195 x 276 mm	1295,-
Verlängern Sie Ihre 1/1 Print-Anzeige um eine Woche Online-Schaltung auf buchreport.de für		190,-
Doppelseite	390 x 276 mm	2295,-
1/2 Seite quer	195 x 133 mm	895,-
1/3 Seite hoch	68 x 276 mm	695,-
1/3 Seite quer	195 x 95 mm	695,-
1/3 hoch (Editorial)	68 x 276 mm	895,-
Annotation + Verlagsinformationen (ab 2 Annotationen möglich)		à 215,-

Beilagen

Idealformat 185 x 266 mm;
Format max. 195 x 276 mm

Preise

1 Blatt	1195,-
2 Blätter	1495,-
weitere Blätter	je 295,-
Kosten f. Handling u. Logistik	295,-

Einhefter

Format bis 195 x 276 mm

Preise

1 Blatt	1195,-
2 Blätter	1495,-
weitere Blätter	je 295,-
Kosten f. Handling u. Logistik	295,-

Unser Multichannel-Angebot für Ihre Job-Ausschreibungen

buchreport.stellenmarkt



buchreport

- 1/3 Anzeigenseite in buchreport.express
- Anzeige im buchreport.newsletter
eine Woche Laufzeit/7.000 Empfänger
- Hervorhebung des Top Jobs im Stellenmarkt auf buchreport.de



orbanism.com

- Hervorhebung der Top-Jobs auf **orbanism.com** für zwei Wochen
- Verlinkung auf Xing, Facebook und Twitter von orbanism.de (6.500 Abonnenten)
- Blog + Social Media von „Was mit Büchern“ zu aktuellen Jobangeboten (50.000 Abonnenten)



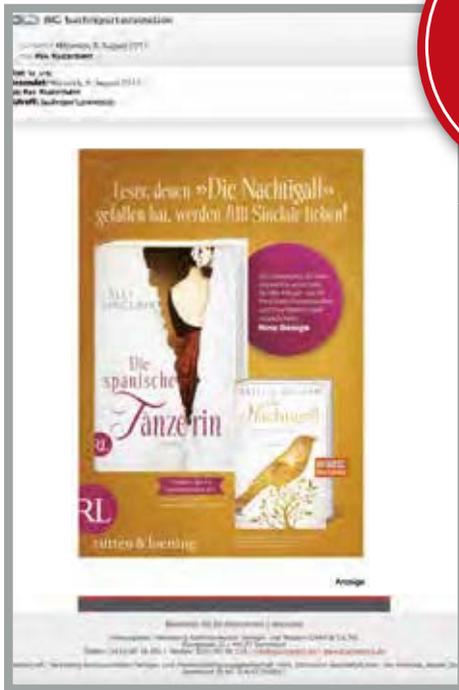
In Kooperation mit **ORBANISM JOBS**

Weitere **Print-Angebote**

Format	Maße (Anschnitt)	Preise (€)
1/1 Seite	210 x 297 mm	1295,-
1/2 Seite quer	210 x 143 mm	895,-

Konkurrenzlos im Fokus buchreport.promotion

Einmaliger
Versand
695 €



buchreport.promotion

wird im Newsletter-Format – **einzig mit Ihrer Werbeschaltung** – an Ihrem Wunschtermin an 7.000 Abonnenten des buchreport.newsletters verschickt.

Starttermin:
auf Wunsch

Mögliche Grafikformate:

JPEG-Datei mit zusätzlicher eingepflegter Verlinkung

HTML-Datei mit eingepflegter Verlinkung

Format: 600 Pixel Breite

Kombinieren Sie Ihre 1/1 Anzeige aus **buchreport.express** mit dem Versand Ihrer Anzeige mit Wunsch-Verlinkung über **buchreport.promotion** an 7.000 Abonnenten.



1/1 Seite
Printanzeige +
buchreport.promotion
1.795 €

Gezielt an die Entscheider buchreport.newsletter



Mit einem Auftritt im **buchreport.newsletter** erreichen Sie gezielt und effektiv mehr als 7.000 Entscheider aus der Buchbranche. Der Newsletter wird montags bis freitags gegen 13 Uhr verschickt.

Werbeform	Maximale Größe (Pixel)	Preise/ Woche (€)
Billboard	600 x 90	795,-
Medium rectangle	375 x 250	495,-
Einzelbuchwerbung		395,-

Starttermin:
auf Wunsch

Grafikformate:
GIF (nicht animiert),
JPEG, PNG (max. 60 KB)

Einzelbuchwerbung:

- Cover (170 x 270 px)
- Kurztext (max. 250 Zeichen)
- bibliografische Daten
- Ihre Wunsch-Verlinkung

Datenversand an:
wiemhoefer@buchreport.de

Anlieferungsschluss:
mind. 3 Werktage vor Schaltbeginn

Präsentieren Sie sich unter den Besten!

SPIEGEL-Bestseller-Newsletter



SPIEGEL-Bestseller-Newsletter

informiert donnerstagvormittags über Neu-Einsteiger der aktuellen SPIEGEL-Bestseller.

Nutzen Sie diesen Service, um Ihre Titel bei mehr als 12.500 Abonnenten des Newsletters vorzustellen.

Werbeform	Maximale Größe (Pixel)	Preise/ Woche (€)
Medium rectangle	375 x 250	495,-
Einzelbuchwerbung		395,-

Starttermin:
donnerstags

Grafikformate:
GIF (nicht animiert),
JPEG, PNG (max. 60 KB)

Datenversand an:
wiemhoefer@buchreport.de

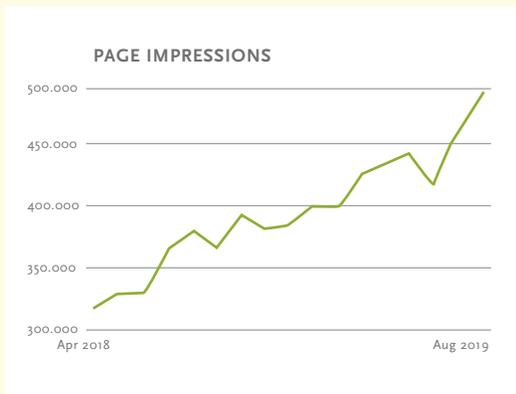
Anlieferungsschluss:
mind. 3 Werktage vor Schaltbeginn

Das meinungsbildende Portal mit stetig steigenden Zugriffszahlen buchreport.de

150.000 unique visitors, 500.000 page impressions pro Monat*

buchreport.de erfreut sich Monat für Monat stetig steigender Zugriffszahlen.

Der meinungsbildende Online-Auftritt mit Nachrichten, Meinungsbeiträgen sowie dem großen SPIEGEL-Bestsellerarchiv mit Suchfunktion ist unsere kleine große Erfolgsstory.



Profitieren Sie von unserer Performance und verlängern Sie Ihre 1/1 Print-Anzeige um eine Woche Online-Schaltung auf buchreport.de für **190 €**

Dateiformate: PNG, GIF | Dateigröße: max. 100 KB

Die mit Abstand am häufigsten besuchte Unterseite auf buchreport.de ist die der SPIEGEL-Bestseller. Hier werden immer mittwochs um 15 Uhr die jeweils neuen SPIEGEL-Bestseller veröffentlicht. Platzieren Sie Ihre Spitzentitel **exklusiv** und seien sich größtmöglicher Aufmerksamkeit gewiss.



Einzelbuchwerbung auf buchreport.de/Bestseller

395 €
pro
Woche

Benötigt werden lediglich:

- Cover (170 x 270 px)
- Kurztext (max. 250 Zeichen)
- bibliografische Daten
- Ihre Wunsch-Verlinkung

Starttermin: mittwochs
Laufzeit 1 Woche

Weitere Anzeigenformate



Format	Maximale Größe (Pixel)	Preise/Woche (€)
Medium rectangle	300 x 250	295,-
Wide Skyscraper	200 x 600	295,-
Superbanner	728 x 90	395,-
Billboard Ad	770 – 970 x 250	695,-
Wallpaper	728 x 90 / 120 x 600	595,-
Halfpage Ad	300 x 600	595,-
Sitebar Ad		695,-

Grafikformate:

GIF, JPEG, PNG (max. 60 KB)

Datenversand an:

wiemhoefer@buchreport.de

Anlieferungsschluss:

mindestens 3 Werktage vor Schaltbeginn

Gegebenenfalls mit anderer Werbeschaltung in Rotation

Digitale Druckvorlagen für Anzeigen und Cover-Abbildungen

Ansprechpartner Print

Tanja Nüse-Balzer, Tel. 0231/9056-150,
nuese@buchreport.de

Datenübermittlung

E-Mail: druckdaten@buchreport.de

(nicht mehr als 14 MB)

FTP-Transfer nach Rücksprache

Ansprechpartner online

Christian Wiemhöfer, Tel. 0231/9056-190,
wiemhoefer@buchreport.de

Druckinformation

Offset-Bogendruck, 70er-Raster

Ordnername

Verlag_Ausgabe

PDF-Einstellungen

- Gerne Adobe PDF/X-3:2002
- CMYK-Farbraum
- DIN A4 mit Beschnittzeichen
- Formate zuzüglich 3 mm Beschnitt an allen Kanten.
- Anzeige muss zentriert im Dokument stehen.
- Mehrseitige Anzeige (auch doppelseitige Anzeigen) in Einzelseiten A4 anlegen.
- Einbetten von Bildern und Schriften (oder alternativ Schriften in Pfade wandeln) (Distiller-Einstellungen: 300 dpi, Grafiken komprimieren: „Qualität: hoch“); Farben nicht vorseparieren.
- Für die Produktion ist ein Sicherheitsabstand von mind. 3 mm zu allen Kanten einzuhalten. Bei 1/1 und 1/2 Anzeigen sind mind. 10 mm zur rechten und linken Kante einzuhalten.

Farben

CMYK nach der EURO-Skala (HKS / Pantone möglich), maximaler Farbauftrag: 280%

Bildauflösung

mindestens 300 dpi / Strichzeichnungen 600 dpi

Cover-Anlieferung

Format: JPEG (CMYK / 300 dpi / ca. 5 cm hoch)

Beilagen

Formate

Idealformat: 200 x 290 mm
(buchreport.express und magazin)
Idealformat: 185 x 266 mm
(buchreport.spezial)

Anlieferung und Farbproofs

Einwandfrei verpackte und maschinell verarbeitungsfähige Beilagen/Einhefter bitte eine Woche vor Erscheinungstermin liefern an:

Lensing Druck GmbH & Co. KG
Feldbachacker 16
44149 Dortmund

Muster

Bei Auftragserteilung 5 Musterexemplare an:
buchreport – Anzeigenmarketing
Königswall 21, 44137 Dortmund

Verlagsangaben

Amtsgericht Dortmund HR A 10 626,
Komplementär-Gesellschaft:

Harenberg Kommunikation Verlags- und
Medienbeteiligungsgesellschaft mbH, Dortmund

Geschäftsführer: Jan Kerbusk, Manuel Wessinghage
Amtsgericht Dortmund; HR B 73 51,
Gerichtsstand Dortmund, St.Nr. 314/5770/0017

Zusätzliche Geschäftsbedingungen für die digitale Übermittlung von Druckunterlagen:

- A. Unerwünschte Druckresultate, die sich auf eine Abweichung des Kunden von den Empfehlungen des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von Druckunterlagen zurückführen lassen (siehe „Digitale Druckvorlagen“), führen zu keinem Preisminderungsanspruch.
- B. Der Kunde hat vor einer digitalen Übermittlung von Druckunterlagen dafür Sorge zu tragen, dass die übermittelten Dateien frei von Computerviren sind. Entdeckt der Verlag auf einer ihm übermittelten Datei Viren, wird die Datei gelöscht, ohne dass der Kunde hieraus Ansprüche geltend machen kann. Etwaige Schadenersatzansprüche durch vom Kunden übermittelte infizierte Dateien bleiben vorbehalten.
- C. Digital übermittelte Druckvorlagen für Farbanzeigen können nur mit einem auf Papier gelieferten Farb-Proof zuverlässig verarbeitet werden. Ohne Farb-Proof sind Farbabweichungen unvermeidbar, die keinen Preisminderungsanspruch auslösen können.

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen, Beilagen, Einhefter oder Online-Werbeformen eines werbungstreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift oder innerhalb eines Internetauftritts zum Zwecke der Verbreitung.
2. Aufträge für Anzeigen, Einhefter und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Ausgaben, Wochen oder an bestimmten Plätzen 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 durchzuführen ist. Platzierungswünsche werden nach Möglichkeit erfüllt, sind aber keine Verpflichtung.
3. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ kenntlich gemacht. Couponanzeigen auf Umschlagseiten sind nicht möglich.
4. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagen- bzw. Einhefteraufträge 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. Beilagen- und Einhefteraufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage bzw. des Einhefters und deren Billigung bindend. Die Ablehnung eines Auftrags wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
5. Für die rechtzeitige Lieferung einwandfreier Druckunterlagen, Daten oder der Beilagen und Einhefter ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen oder Daten fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für den Titel übliche Druck- oder Darstellungsqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen oder Daten gegebenen Möglichkeiten.
6. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Gleiches gilt bei Online-Werbung. Schadenersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen. Bei telefonisch sowie per E-Mail aufgegebenen Anzeigen, Termin- und Ausgabenänderungen, Textkorrekturen und Abbestellungen sowie digital übertragenen Druckunterlagen/ Vorlagen übernimmt der Verlag für Übermittlungsfehler keine Haftung.
7. Hat ein Auftraggeber einen Auftrag erteilt und zieht diesen nach Auftragsbestätigung durch den Verlag zurück, so ist der Verlag berechtigt, dem Auftraggeber 50% der Auftragssumme, unbeschadet sonstiger Schadenersatzansprüche, in Rechnung zu stellen.
8. Die Rechnung wird sofort, spätestens aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Sie ist innerhalb der auf der Rechnung genannten Frist ohne Abzug zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Frist vereinbart wurde.
9. Bei Zahlungsverzug werden Zinsen berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung eines laufenden Auftrags bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen.
10. Kosten für die Anfertigung reprofähiger Vorlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
11. Korrekturabzüge werden grundsätzlich nicht versendet.
12. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Frist zur Aufbewahrung endet einen Monat nach Ablauf des Auftrags.
13. Vertragsdaten werden in einer Datenverarbeitungsanlage gespeichert, aufgrund der gesetzlichen Aufbewahrungsfristen auch über den Zeitpunkt der Vertragserfüllung hinaus.
14. Der Verlag behält sich vor, die Veröffentlichung von Anzeigen abzulehnen.
15. Erfüllungsort ist Dortmund. Gerichtsstand bei Vollkaufleuten ist Dortmund.

Anzeigenmarketing



Christoph Ostermann
(verantwortlich)
Telefon 0231/9056-172
ostermann@buchreport.de



Janine Mandrela
Telefon 0231/9056-121
mandrela@buchreport.de



Christian Wiemhöfer
Telefon 0231/9056-190
wiemhoefer@buchreport.de



Christoph Bleker
Telefon 0231/9056-122
bleker@buchreport.de



Klaus Pähler
Telefon 0231/9056-210
paehler@buchreport.de



Petra Rohlmann
Telefon 0231/9056-134
Telefax 0231/9056-488
rohlmann@buchreport.de

Ansprechpartner Herstellung

Sabine Mächler
Telefon 0231/9056-137
muechler@buchreport.de

Tanja Nüse-Balzer
Telefon 0231/9056-150
nuese@buchreport.de

Verlag

**Harenberg Kommunikation
Verlags- und Medien GmbH & Co. KG**
Königswall 21
44137 Dortmund
Telefax 0231/9056-488
www.buchreport.de

Bankverbindung
Deutsche Bank
Konto 180 55 22
BLZ 440 700 50
IBAN DE84 4407 0050 0180 5522 00
BIC DEUTDEDE440
USt-IdNr. DE124915328

Commerzbank
Konto 203 333 000
BLZ 440 400 37