

Ratgeber Firmennachrufe



Was es bei Firmennachrufen zu bedenken gilt

Wissen Sie, wie viele Menschen jährlich im berufsfähigen Alter sterben? Es sind annähernd 130.000. Der Tod eines Mitarbeiters ist also ein durchaus wahrscheinliches Szenario im betrieblichen Alltag und gleichzeitig eine Ausnahmesituation.

Sind Sie Führungskraft oder Personalmanager, ist diese Situation für Sie vor allem eine Kommunikationsaufgabe, die Sie von Fall zu Fall vor ganz individuelle Herausforderungen stellt. Da ist es sinnvoll, einen Plan und eine Vorbereitung für die Dinge zu haben, die vorsorglich geklärt werden können. Dazu gehört neben der Kondolenz oder einem Trauerbrief auch die Nachrufanzeige.

Mit den Informationen und Beispielen in den nachfolgenden kurzen Kapiteln möchten wir Sie bei der Gestaltung und Veröffentlichung von Nachrufanzeigen unterstützen sowie Anregung zu eigenen Überlegungen geben.

Auf unserem Portal »www.lebenswege.faz.net finden Sie neben allen Traueranzeigen und Firmennachrufen, die in den letzten Jahren bei uns erschienen sind, auch unser Musterbuch mit ausgewählten Vorlagen.

Quelle: IWW II/2023 (Mo–Sa), AWA 2023, LAE 2023



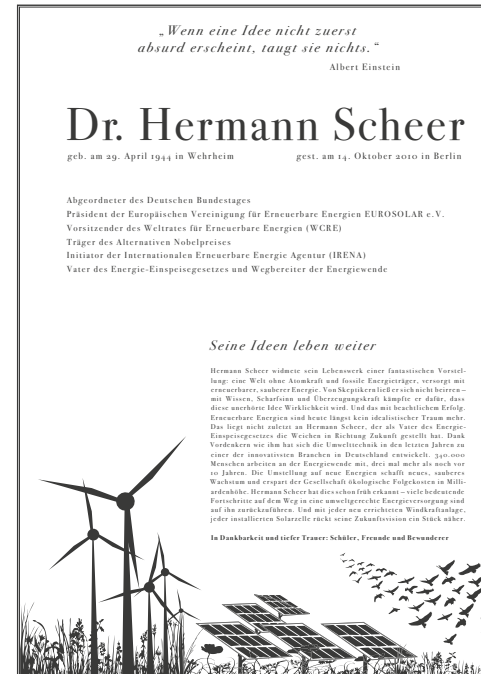
KEY FACTS

Erscheinungsweise:	Mo–Sa
Copypreis:	3,70 Euro (Mo–Fr) 3,90 Euro (Sa)
Verkaufte Auflage:	186.206 Exemplare
Reichweite:	841.000 Leser
Reichweite Entscheider:	260.000 Leser

Der gesellschaftliche Rahmen

Die Traueranzeige unterliegt sowohl in der grafischen als auch in der textlichen Ausgestaltung relativ festen Konventionen: Name des Verstorbenen zentral und groß in der Anzeige, schwarzer Rahmen, keine Farbe, bestimmte Sinnsprüche und Trauersymbole. Der Verfasser einer Traueranzeige hat damit einen hilfreichen Rahmen bei den Entscheidungen zu grafischen Motiven, üblichen Formulierungen und nicht zuletzt bei der Auswahl einer Anzeigengröße. Mehr dazu erfahren Sie auf den folgenden Seiten.

Konventionen sind aber kein Dogma, sondern können auch eine gute Kontrastfolie zur bewussten Überschreitung sein. Im besten Fall ist eine individuelle Gestaltung oder ein besonderer Text dazu geeignet, eine prägnante und anschauliche Vorstellung von der Person zu geben, die mit der Anzeige gewürdigt wird. Gelungene Beispiele sind die nebenstehenden Anzeigen für Dr. Hermann Scheer und Vicco von Bülow (Loriot).



Wann, wo und in welcher Größe?

Ein Firmennachruf sollte sich in Größe und Platzierung möglichst an der privaten Traueranzeige der Angehörigen orientieren.

Gemeinsame Veröffentlichung mit der Familienanzeige

Sind Sie rechtzeitig darüber informiert, dass die Familie eine Anzeige in der Zeitung veröffentlichen möchte, ist es ideal, den geplanten Firmennachruf am gleichen Tag erscheinen zu lassen. Stimmen Sie sich entweder mit der Familie oder aber auch mit der Anzeigenabteilung direkt zu Erscheinungstag und Platzierung ab.

Mitunter haben Sie erst recht spät vom Todesfall erfahren. Dann ist eine spätere Veröffentlichung eines Nachrufes kein Fauxpas. Auf keinen Fall sollte der Firmennachruf aber vor der Familienanzeige erscheinen.

Nicht auffälliger als die Familienanzeige

Die übliche Regel für die Platzierung ist, dass der Firmennachruf nicht größer als die Familienanzeige erscheint und in Leserichtung an zweiter Stelle platziert wird, wie die nebenstehenden Abbildungen zeigen.

Ist die Anzeigengröße nicht durch die Familienanzeige vorgegeben, sind Sie frei in der Wahl des Formates. Es ist aber in jedem Fall sinnvoll zu recherchieren, wie groß die letzte Traueranzeige war, die Ihr Unternehmen veröffentlichte.

Platzierung in passenden Ressorts und Medien

In der Regel stehen Traueranzeigen in der F.A.Z. in den Ressorts Politik und Feuilleton. Vorbehaltlich der Verfügbarkeit sind aber auch Sonderplatzierungen in anderen Ressorts möglich, zum Beispiel in Wirtschaft oder Finanzen.

Falls Sie die gleiche Anzeige in Spezialmedien Ihrer Branche oder weiteren Zeitungen erscheinen lassen möchten, übernehmen wir gerne die Koordination und Buchung sowie die Anpassung und Verteilung der Druckunterlagen.



Integration eines Firmenlogos

Bis vor wenigen Jahren war es noch absolut unüblich, das Logo eines Unternehmens in eine Traueranzeige zu setzen. Inzwischen werden die meisten Anzeigen mit Logo veröffentlicht. Von der Leserschaft der Anzeigen wird das toleriert und nicht als störend empfunden. Schließlich füllt die berufliche Tätigkeit einen erheblichen Teil unserer Lebenszeit aus.

Dennoch gilt es hier, mit Fingerspitzengefühl vorzugehen, um den Abstand zu profanen Werbeanzeigen zu wahren. Als Orientierung:

- Wenn Sie über ein Schriftlogo verfügen, dann ist dieses immer die bessere Wahl.
- Andere Logos sollten möglichst unter dem Text stehen und keinesfalls eine dominante Größe haben, d.h. das Logo sollte nicht höher sein als die Schriftgröße, die für den Namen des Verstorbenen verwendet wird.
- Steht das Logo doch im oberen Teil der Anzeige, ist besonders darauf zu achten, dass es nicht die gesamte Anzeige dominiert.

Anzeigen mit Bild

Im angelsächsischen Raum wird in Unternehmensnachrufen oft ein Bild des Verstorbenen veröffentlicht. In Deutschland ist das eher selten zu sehen, auch wenn sich im Bereich der privaten Anzeigen ein Wandel andeutet.

Wenn Sie sich für ein Bild entscheiden, dann sollten Sie sich darüber bewusst sein, dass ein Bild immer einen starken Eindruck beim Betrachter hinterlässt. Es kann uns im besten Fall den Verstorbenen vor Augen führen, legt ihn damit aber auch auf diese Erscheinung fest und grenzt andere Bilder aus.

Ein paar einfache Regeln für die Auswahl:

- Verwenden Sie keine Schnappschüsse, keine Jahrzehnte alten Bilder aus der Personalakte und keine Bilder mit dunklen Hintergründen.
- Es sollte sich in jedem Fall um ein professionell gefertigtes Bild handeln, das für den Druck geeignet ist.

Textaufbau

Eine Traueranzeige soll die Lebensleistung eines Menschen würdigen und im Namen der Mitarbeiter und Kollegen Abschied nehmen. Üblicherweise gliedert sich der Text in drei Teile, wie das nebenstehende Muster zeigt.

Generell ist bei den Formulierungen zu bedenken:

- Weniger ist mehr: Geben Sie gut gewählten Worten den Raum zu wirken.
- Superlative sollten Sie sparsam und angemessen einsetzen.
- Ein persönlicher Ton ist gut, wenn er authentisch bleibt.
- Lassen Sie mindestens zwei Personen Korrektur lesen. Dabei geht es neben der richtigen Schreibweise auch um die Verständlichkeit und Eindeutigkeit von Formulierungen.

Wir trauern um

Hans-Gottfried Mustersen

* 25. Februar 1928 † 2. Februar 2011

Ehrevorsitzender des Aufsichtsrates der Muster AG
Ehemaliger Vorsitzender des Aufsichtsrates der Muster AG
Ehemaliger Vorsitzender des Vorstandes der Muster AG

Träger des Verdienstkreuzes 1. Klasse

Hans-Gottfried Mustersen hat das Unternehmen zu einem führenden Anbieter von Material-, Motor- und Spielwaren entwickelt und fühlte sich dabei in besonderem Maße seiner Heimatstadt Musterstadt verbunden.

Sein unternehmerisches Wirken verbunden mit Verantwortung für seine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bleiben für uns ein lebendiges Vorbild.

In tiefer Verehrung

Der Aufsichtsrat und der Vorstand
DEUTSCHE FIRMA AG

1. Name und ggf. Lebensdaten

Achten Sie auf

- » richtige Schreibweise des Namens
- » korrekte Lebensdaten

Verwenden Sie das Symbol des Kreuzes vor dem Sterbedatum nur, wenn Sie sich sicher sind, dass der Verstorbene einer christlichen Konfession angehörte.

Der Name wird größer gesetzt als der andere Text, sollte aber im Verhältnis zur Anzeigengröße passen.

2. Textblock

Mögliche Inhalte

- » Position im Unternehmen
- » Auszeichnungen
- » Bedeutung für das Unternehmen
- » herausragende Verdienste und Erfolge
- » besondere persönliche Eigenschaften
- » Beileidsbekundung an die Angehörigen

3. Abschlussformel

Nicht das Unternehmen trauert, sondern die Mitarbeiter, die Geschäftsführung, der Aufsichtsrat usw.

Eine Möglichkeit ist auch, dass der Vorsitzende eines entsprechenden Gremiums im Namen von [...] spricht.

Bei Unternehmen oder Institutionen mit wenigen Mitarbeitern können auch alle namentlich aufgeführt werden. Es ist durchaus möglich, 20 bis 50 Namen bei entsprechend guter Gestaltung in einer Anzeige unterzubringen.

Kosten

Der Anzeigenpreis

In der jeweils aktuellen Preisliste finden Sie eine Angabe zum Millimeterpreis. Der Anzeigenpreis wird wie folgt ermittelt:

Die Zeitungsseite ist in Spalten für Text und Anzeigen aufgeteilt. In der Frankfurter Allgemeinen Zeitung besteht die Seite aus 8 Anzeigenspalten und ist 510 mm (Satzspiegel Traueranzeigen) hoch.

Bei einem Millimeterpreis von 17,20 Euro¹ sieht die Berechnung einer Viertelseite wie folgt aus:

$$4 \text{ (Spalten)} \times 255 \text{ mm} \times 17,20 \text{ Euro / mm} = 17.544,00 \text{ Euro zzgl. ges. USt.}^1$$

Weitere Informationen zu den Preisen sowie zu Sonderplatzierungen in ausgewählten Ressorts finden Sie in der aktuellen **»Preisliste Firmennachrufe«**.

Wenn Sie sich nicht sicher sind, welches Format für die Textmenge Ihrer Anzeige angemessen ist, machen wir Ihnen gerne ein entsprechendes Angebot mit einem Gestaltungsmuster.

Mit dem Portal „Lebenswege“ können Traueranzeige und Nachruf über den Tag des Erscheinens hinaus gesucht und gelesen werden. So verlängern sich Sichtbarkeit und Wirkung Ihrer Anzeige. **»lebenswege.faz.net**



¹ gemäß **»Preisliste Firmennachrufe Nr. 83** vom 1. Januar 2023

„Wenn eine Idee nicht zuerst absurd erscheint, taugt sie nichts.“
 Albert Einstein

Dr. Hermann Scheer

geb. am 29. April 1944 in Wehrheim gest. am 14. Oktober 2010 in Berlin

Abgeordneter des Deutschen Bundestages
 Präsident der Europäischen Vereinigung für Erneuerbare Energien EUROSOLAR e.V.
 Vorsitzender des Weltrates für Erneuerbare Energien (WCRE)
 Träger des Alternativen Nobelpreises
 Initiator der Internationalen Erneuerbare Energie Agentur (IRENA)
 Vater des Energie-Einspeisegesetzes und Wegbereiter der Energiewende

Seine Ideen leben weiter

Hermann Scheer widmete sein Lebenswerk einer fantastischen Vorstellung: eine Welt ohne Atomkraft und fossile Energieträger, versorgt mit erneuerbarer, sauberer Energie. Von Skeptikern lieber sich nicht betreten – mit Wissen, Scharfsinn und Überzeugungskraft kämpfte er dafür, dass diese unerhörte Idee Wirklichkeit wird. Und das mit beachtlichem Erfolg. Erneuerbare Energien sind heute längst kein idealistischer Traum mehr. Das liegt nicht zuletzt an Hermann Scheer, der als Vater des Energie-Einspeisegesetzes die Weichen in Richtung Zukunft gestellt hat. Dank Vordenkern wie ihm hat sich die Umwelttechnik in den letzten Jahren zu einer der innovativsten Branchen in Deutschland entwickelt. 340.000 Menschen arbeiten an der Energiewende mit, drei mal mehr als noch vor 10 Jahren. Die Umstellung auf neue Energien schafft neues, sauberes Wachstum und erparnt der Gesellschaft ökologische Folgekosten in Milliardenhöhe. Hermann Scheer hat dies schon früh erkannt – viele bedeutende Fortschritte auf dem Weg in eine umweltgerechte Energieversorgung sind auf ihn zurückzuführen. Und mit jeder neu errichteten Windkraftanlage, jeder installierten Solarzelle rückt seine Zukunftsvision ein Stück näher.

In Dankbarkeit und tiefer Trauer: Schüler, Freunde und Bewunderer



Abb. 01
 Diese Anzeige besticht durch ihre Gestaltung, die alle Elemente harmonisch und die Aussage unterstützend zusammenführt.

Lieber Gott, viel Spaß!



Der Art Directors Club Deutschland trauert um sein Ehrenmitglied Vicco von Bülow.

Abb. 02
 Mit dieser Anzeige für Vicco von Bülow (Loriot) zeigt der Art Directors Club Deutschland, dass auch in vier Worten alles treffend gesagt werden kann.

Anzeigenbeispiele



Wir nehmen Abschied von unserem langjährigen Partner, Gründer der Ebertz & Partner Unternehmensgruppe, Initiator von mehr als hundert geschlossenen Immobilienfonds und „Erbauer“ der Dorint Hotelkette

DR. HERBERT EBERTZ

Er ist am 6. Februar 2013 im Alter von 72 Jahren in Köln verstorben.

Seine Leistung als Unternehmer und Firmengründer haben wir stets mit großem Respekt betrachtet. Er war ein Innovator, ein Kämpfer, ein Streiter für das, was er als recht und richtig ansah, kompromisslos auch in seiner Großzügigkeit.

Herbert Ebertz konnte Menschen für sich und seine Ideen gewinnen. Er konnte seine Lebensfreude und seine Erfolge teilen.

Wir trauern um einen visionären Unternehmer: Dr. Herbert Ebertz, Unternehmer aus Leidenschaft.

Dirk Iserlohe
Dr. Karl Bartel
Guido Riepe, Olaf Mertens, Uwe Mikrikow
Thorsten Bauschmann, Joachim Buhr
und die Mitarbeiter der Dorint, SenVital und Ebertz & Partner Unternehmensgruppe, Köln

Abb. 03

Anzeige mit Porträtbild



*Es gibt Reisende, die müssen immer reisen.
Auch der Sterne Flug kennt nirgendwo Station.
(André Heller)*

FRITZ ROTH

∞

1.8.1949 – 13.12.2012

„Trauer ist Liebe“ – so lautet eine der zentralen Erkenntnisse, nach denen Fritz seine Arbeit und sein Leben ausrichtete: Der Begriff der Trauer bezeichnet die Fortsetzung der Liebe nach dem Tod.

Heute trauern wir um Fritz Roth. Fritz war ein geselliger Mensch und hat es geliebt, mit Menschen zusammen zu sein. Wenn Sie ein besonderes Erlebnis mit ihm hatten, würden wir uns freuen, wenn Sie uns diese Erinnerung zukommen ließen. Haben Sie ein Foto, das sie gemeinsam mit Fritz zeigt, wäre es schön, wollten Sie auch dieses mit uns teilen.

*In Liebe
Inge Roth, geb. Clemens
David Roth und Andrea Flothen mit Lilly und Liam
Hanna Thiele-Roth und Daniel Thiele
und alle Verwandten*

51465 Bergisch Gladbach, Kärtener Straße 10

Die Trauerfeier findet am Samstag, dem 29.12.2012, um 13.00 Uhr im Altenberger Dom, am Eugen-Heinen-Platz 2 in 51519 Odenthal, statt. Die Urnenbeisetzung erfolgt zu einem späteren Zeitpunkt in den Gärten der Bestattung.

Anstelle von Blumen und Kränzen bitten wir um Spenden für ein Projekt, das Fritz sehr wichtig war – Die LebensLernOrte der SinnStiftung.

Sinn-Stiftung, Verwendungszweck: Fritz Roth, GLS Bank (BLZ 430 609 67), Konto 82 08 00 1510

Abb. 04

Ein gutes, professionell gestaltetes Bild vermittelt dem Betrachter intuitiv etwas über die dargestellte Person, wie hier in der Anzeige für Fritz Roth.

Anzeigenbeispiele



Abb. 05

Anzeige der Constantin Film für Bernd Eichinger. Bei solch prominenten Motiven kann das Bild auch den Namen ersetzen.



Abb. 06

Die Anzeige der Marek Lieberberg Konzertagentur setzt mit der inversen Gestaltung das Bild besonders in Szene.

Anzeigenbeispiele

„Ohne Abweichung von der Norm ist Fortschritt nicht möglich.“
Frank Zappa

Dieter Burmester

Artist for the Ear
09.02.1946 – 15.08.2015

Er hinterläßt eine große Lücke.
Wir empfinden tiefe Trauer, aber gleichzeitig große Dankbarkeit für sein Wirken.

Seine Belegschaft

Die Beisetzung findet in aller Stille im Kreise der Familie statt.
Zu einem Gedenkkonzert wird zu gegebener Zeit gesondert eingeladen.


Anstelle eventuell zugedachter Blumen würden wir uns über eine Zuwendung für das langjährig von Dieter Burmester unterstützte Projekt „Vamos Adelante“ freuen:
Burmester Audiosysteme IBAN: DE94 1009 0000 8201 2490 16 Kennwort „Vamos Adelante“



Kondolenzadresse: Burmester Audiosysteme GmbH · Wilhelm-Kabus-Strasse 47 · 10829 Berlin

Abb. 07

Anzeige mit Schriftlogo



In tiefer Trauer nimmt der ORF Abschied von

Gerd Bacher

(1925 – 2015)

Generalintendant a.D. des Österreichischen Rundfunks

Gerd Bacher hat den öffentlich-rechtlichen Rundfunk in Österreich begründet. In zwei Jahrzehnten hat er als ORF-Generalintendant den Grundstein für den ORF als starkes, unabhängiges und erfolgreiches Medienunternehmen mit herausragender internationaler Reputation gelegt. Der legendäre Journalist und visionäre Medienmanager Gerd Bacher hat den ORF geprägt wie kein anderer. Dafür schulden wir ihm großen Dank und Respekt. Unsere tiefe Anteilnahme gilt seiner Familie.

Das Requiem zum Gedenken an Gerd Bacher findet am Dienstag, dem 14. Juli 2015, um 11.00 Uhr im Wiener Stephansdom statt.

Nach der feierlichen Einsegnung um 15.00 Uhr in der Dr.-Karl-Lueger-Gedächtniskirche wird Gerd Bacher in einem Ehrengrab der Stadt Wien beigesetzt. (Zentralfriedhof Wien, Eingang 2. Tor, Simmeringer Hauptstraße 234-240, 1110 Wien)

**Die ORF-Geschäftsführung
Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des ORF
Der ORF-Stiftungsrat
Der ORF-Publikumsrat**

Anstelle von Kranz- und Blumenspenden bittet die Familie um eine Zuwendung an die von Gerd Bacher ins Leben gerufene Aktion „Licht ins Dunkel“, IBAN: AT94 1200 0323 1422 2200, BIC: BKAUATWW, Verwendungszweck: „Gerd Bacher – Soforthilfe für Salzburger Familien mit Kindern in Not“.

Abb. 08

Hier ist das Logo auch im oberen Bereich der Anzeige gut platziert.

Anzeigenbeispiele

+

Wir trauern um unseren Seniorchef

Albert Cramer
* 22.05.1943 † 20.11.2012

Bis zuletzt stellte er seine ganze Kraft und sein fachliches Können dem Unternehmen zur Verfügung.

Mit Albert Cramer verlieren wir einen bewundernswerten Menschen, der mit seinem Pioniergeist unser Familienunternehmen entscheidend mit geprägt und gestaltet hat.
Bei seinen Mitarbeitern hinterlässt er eine große Lücke. Seine Fürsorge und sein einzigartiges Engagement für seine Belegschaft und deren Angehörigen bleiben uns immer in Erinnerung.

Geschäftsführung, Betriebsrat
und Belegschaft
der WARSTEINER BRAUEREI
und der Tochtergesellschaften
der Haus Cramer Gruppe

Im Andenken an die starke Persönlichkeit des Verstorbenen
wollen wir sein Lebenswerk fortführen.


DAS EINZIG WAHRE  WARSTEINER

Abb. 09

Wenn es gilt, ein Lebenswerk zu würdigen, dann kann die Dominanz einer Marke durchaus passend sein.

Die Generali in Deutschland
trauert um

Prof. Dr. Peter Koch

der am 13. August 2015 im Alter
von 80 Jahren verstorben ist.

Prof. Dr. Peter Koch begann seine Laufbahn in der Generali Gruppe 1969 als Prokurist und Abteilungsdirektor der damaligen Aachener und Münchener Versicherung AG. Danach war er Vorstandsmitglied der Central Krankenversicherung AG und zuletzt Vorstandsvorsitzender der Aachener Rückversicherungs-Gesellschaft AG, die 1997 auf die AMB Holding AG verschmolzen wurde. In seiner langjährigen Tätigkeit für den Generali-Konzern hat Herr Prof. Dr. Koch wesentlich zum Erfolg der deutschen Gruppe beigetragen. Sein Tod ist ein Verlust für die Versicherungsbranche, um die er sich insbesondere auch durch seine publizistische Tätigkeit und seinen Einsatz in der Aus- und Weiterbildung verdient gemacht hat.

Wir trauern um eine herausragende Persönlichkeit, die wir in dankbarer Erinnerung behalten werden. Seinen Angehörigen sprechen wir von ganzem Herzen unser tief empfundenes Beileid aus.

Generali Deutschland Holding AG
Vorstand

Abb. 10

Diese Anzeige der Generali Deutschland Holding AG zeigt sehr schön, dass eine klassische Gestaltung auch in kleineren Formaten stilvoll wirkt.

Anzeigenbeispiele



Union Investment trauert um

Wolfgang Reuter

* 29. April 1927 † 23. September 2015

Bereits kurz nach der Unternehmensgründung im Jahr 1956 trat Wolfgang Reuter in die Geschäftsführung von Union Investment ein und legte als Mann der ersten Stunde den Grundstein für die Erfolgsgeschichte der Fondsgesellschaft. Als Sprecher der Geschäftsführung führte er Union Investment bis zu seinem Wechsel in den Ruhestand im Jahr 1984 mit strategischer Weitsicht und Beständigkeit zu Wachstum und Ansehen.

Als Mitinitiator des Bundesverbandes Investment und Asset Management e.V. (BVI), dessen Sprecher er 1979 für eine Amtsperiode bis 1982 wurde, setzte sich Wolfgang Reuter auch auf branchenübergreifender Ebene mit großem Erfolg für die Förderung der Investmentidee in Deutschland ein.

Wir haben Wolfgang Reuter als eine herausragende Persönlichkeit kennen gelernt, die sich stets weit über das Geschäftliche hinaus persönlich eingebracht hat. Für seine zuverlässige Partnerschaft und engagierte Unterstützung sind wir ihm sehr dankbar.

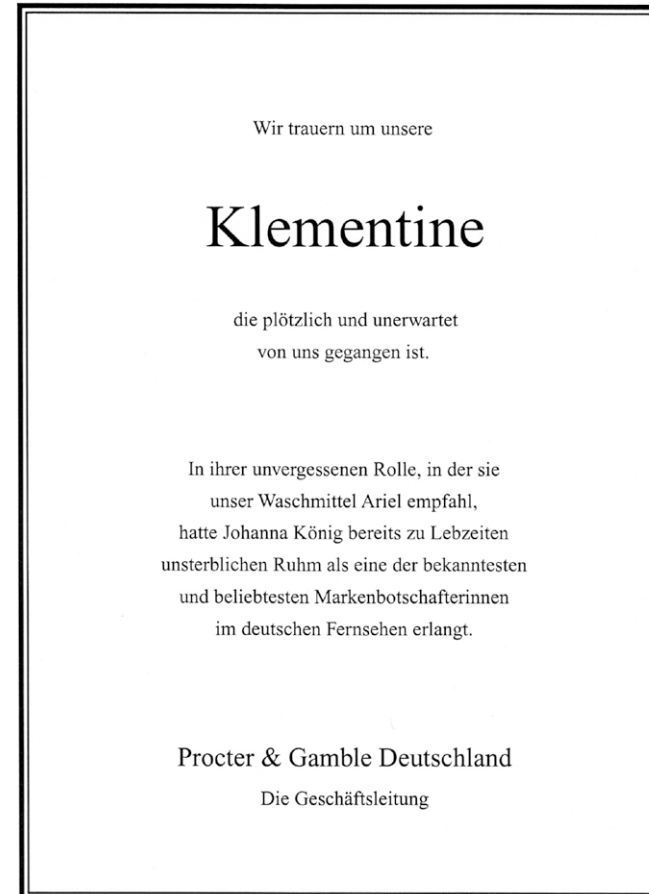
Wir werden Wolfgang Reuter stets ein ehrendes Andenken bewahren.

UNION ASSET MANAGEMENT HOLDING AG

Aufsichtsrat Vorstand

Abb. 11

Schon einfache grafische Gestaltungselemente können einer Anzeige etwas Besonderes geben.



Wir trauern um unsere

Klementine

die plötzlich und unerwartet
von uns gegangen ist.

In ihrer unvergessenen Rolle, in der sie unser Waschmittel Ariel empfahl, hatte Johanna König bereits zu Lebzeiten unsterblichen Ruhm als eine der bekanntesten und beliebtesten Markenbotschafterinnen im deutschen Fernsehen erlangt.

Procter & Gamble Deutschland
Die Geschäftsleitung

Abb. 12

Die Anzeige ist konventionell gestaltet – geht inhaltlich aber einen überraschenden Weg, indem sie den bekannten Rollennamen in den Mittelpunkt stellt.

Wir beraten Sie gerne.

Thomas Klatte
Leiter Firmennachrufe und Familienanzeigen
Telefon: +49 30 213 089 214
E-Mail: t.klatte@republic.de

Anzeigenannahme

Telefon: +49 69 75 91-22 79

Anzeigenbuchung und Druckunterlagen

E-Mail: traueranzeigen@faz.de

Verlag

Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH
Postanschrift 60267 Frankfurt am Main
Hausanschrift Pariser Straße 1
60486 Frankfurt am Main

Erscheinungsweise

F.A.Z. montags bis samstags, außer feiertags

Erscheinungsort

Frankfurt am Main

Werbevermarktung

REPUBLIC Marketing & Media Solutions GmbH
Mittelstraße 2-4, 10117 Berlin

Geschäftsführung

Ingo Müller, Jürgen Maukner

Handelsregister

HRB 225441 B, Amtsgericht Charlottenburg

USt.-IDNr.

DE 338 853 389

Steuer-Nr.

30/490/50859

Internet

» www.republic.de

Geschäftsbedingungen

» www.republic.de/agb

Bankverbindungen

Deutsche Bank
IBAN DE96 5007 0010 0037 8398 00
BIC DEUTDEFFXXX

Commerzbank
IBAN DE39 5004 0000 0590 4917 00
BIC COBADEFFXXX

Hinweis zur Preisdarstellung

Alle Preise in dieser Preisliste sind in Euro (€) ausgewiesen und verstehen sich zuzüglich der jeweils gültigen gesetzlichen Umsatzsteuer.

Zahlungsbedingungen

Die Rechnungstellung erfolgt in Euro (€). Zahlbar sofort nach Rechnungserhalt ohne Abzug. Bei Zahlungsverzug behält sich der Verlag das Recht vor, neue Aufträge zur Veröffentlichung von Anzeigen oder Beilagen nur gegen Vorauszahlung auszuführen.

Mittlervergütung

Die Mittlervergütung beträgt 15% und wird nur eingetragenen Werbemittlern gewährt.