



MEDIADATEN 2026

FUS – ZEITSCHRIFT FÜR FAMILIENUNTERNEHREN UND STRATEGIE

WWW.FUS-MAGAZIN.DE



16. JAHRGANG

Titelportrait & Zielgruppe Leser	3
Herausgeberbeirat Cross-Link Unternehmeredition	4
Erscheinungstermine & Themen Abonnement	5
Anzeigenpreise	6
Technische Daten & Anzeigenformate	7
Ansprechpartner, Plattformen, LinkedIn	8

The image shows the front cover of the FUS magazine. The title 'FUS' is prominently displayed in large, bold, black letters. To the right of the title, the subtitle 'ZEITSCHRIFT FÜR FAMILIENUNTERNEHMEN UND STRATEGIE' is written in a smaller, blue font. Below the title, a teal banner contains the words 'RECHT - MANAGEMENT - FAMILIE - STIFTUNG - VERMÖGEN'. The right side of the cover features a stylized globe with blue latitude and longitude lines. At the top right, the text '15. JAHRGANG | 4/2025 | 35,20 EUR' and 'WWW.FUS-MAGAZIN.DE' is visible. The central part of the cover lists several article titles under sections like 'AUFSÄTZE' and 'PRAXISREPORT'.

15. JAHRGANG | 4/2025 | 35,20 EUR
WWW.FUS-MAGAZIN.DE

FUS ZEITSCHRIFT FÜR
FAMILIENUNTERNEHMEN
UND STRATEGIE

RECHT - MANAGEMENT - FAMILIE - STIFTUNG - VERMÖGEN

AUFSÄTZE

Dr. Maurice Gatzweiler
Dr. Johannes Müller
Friedrich Lührs
Nachhaltigkeit zwischen Pflicht und Praxis

Magdalena Wendt, Philipp Wichelhaus,
Prof. Dr. Heiko Kleve, Prof. Dr. Tom A. Rüsén,
Prof. Dr. Christina Hunger-Schoppe
Resilienz und Vulnerabilität
in Unternehmerfamilien

Prof. Dr. Birgit Felden
Christopher Peyerl
Familienunternehmen in der Krise

PRAXISREPORT

Ephraim Wilhelm Kaup
Testamentsvollstreckung:
Die neuen Vergütungsempfehlungen

STICHWORT
KONFLIKTPSYCHOLOGIE

Franziska v. Kummer

FuS – Zeitschrift für Familienunternehmen und Strategie

In Familienunternehmen ergeben sich häufig spezielle Fragestellungen, die an Unternehmer und Gesellschafter wie auch deren Berater hohe fachliche Anforderungen stellen. Neuerdings kann auch die wissenschaftliche Forschung in vielen Fällen konkrete Antworten liefern. Dieser vergleichsweise junge Themenkomplex gewinnt an vielen deutschsprachigen Hochschulen – wie etwa Witten/Herdecke, der Zeppelin Universität Friedrichshafen oder auch der WHU in Vallendar – zunehmend an Bedeutung.

Hier setzt die FuS an und schließt eine Lücke im Bereich der Fachpublikationen rund um das Thema Familienunternehmen. Das zweimonatlich erscheinende Magazin hat einerseits den Anspruch auf wissenschaftliches Niveau, andererseits ist es für Unternehmer und Berater verständlich geschrieben. Es bietet vernetzte Fachinformationen aus den Bereichen Recht, Familie, Management, Stiftung und Vermögen und setzt damit an der Schnittstelle zwischen juristischen, steuerlichen, ökonomischen und psychologischen Fragestellungen an. Ein hochkarätiger Herausgeberbeirat aus Forschung und Praxis stellt sicher, dass dieser Anspruch mit jeder Ausgabe erfüllt wird.

Aktuelle Aufsätze bieten einen Überblick zum aktuellen Stand der Forschung, Praxisreports vermitteln einen anschaulichen Blick in das

operative Geschäft. Das inhaltliche Angebot wird ergänzt durch eine kompakte Übersicht der aktuellen Rechtsprechung und die dazugehörige Online-Datenbank zur vertiefenden Recherche. Auf dieser Basis wird es sowohl für Berater als auch für Unternehmer oder Gesellschafter möglich, für das eigene Unternehmen oder das aktuelle Mandat schnell und kompetent Lösungen zu entwickeln.

Zielgruppe/Leser

Neben dem Unternehmer- oder Gesellschafterkreis, dem die FuS als wertvoller Begleiter in strategischen und rechtlichen Fragen zur Seite stehen soll, adressiert das Magazin alle Personen, die sich auf fachlicher Ebene mit dem Thema Familienunternehmen beschäftigen. Dazu gehören zunächst Universitäten, Lehrende und Studierende, aber auch angestellte Führungskräfte in Familienunternehmen (Vorstände, Geschäftsführer, Aufsichtsräte, Beiräte), Unternehmensberater, Rechtsanwälte und Bankenvertreter sowie Partner und Mitarbeiter von Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungssozietäten. Auch Finanzinvestoren und Family Offices gehören zur Leserschaft. Aufgrund der wissenschaftlichen Fundierung und des universitären Hintergrunds der Beiräte und Autoren ist die Fachzeitschrift auch in vielen Hochschulen und Forschungseinrichtungen verfügbar.

Herausgeberbeirat

Der aktuelle wissenschaftliche Beirat der FuS umfasst folgende Personen:

Prof. Rainer Kirchdörfer
Rechtsanwalt (Gesamtleitung)
Prof. Dr. Rainer Lorz, LL.M.
Rechtsanwalt (Wissenschaftliche Leitung)
Prof. Matthias Alber
Hochschule für öffentliche Verwaltung
und Finanzen, Ludwigsburg
Prof. Dr. Wolfgang Blättchen
Unternehmensberater
Prof. Dr. Sven Cravotta
Duale Hochschule Gera-Eisenach
Dr. Thomas Frohmayer
Rechtsanwalt
Dr. Olaf Gerber, LL.M.
Rechtsanwalt und Notar
Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Brun-Hagen Hennerkes
Gründer und langjähriger Vorstand
der Stiftung Familienunternehmen
Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Péter Horváth (†)
Universität Stuttgart/International
Performance Research Institute
Prof. Dr. Nadine Kammerlander
WHU – Otto Beisheim School of Management,
Institut für Familienunternehmen

Prof. Dr. Rainer Kögel
Rechtsanwalt
Prof. Dr. Hermut Kormann
Zeppelin Universität, Friedrichshafen
Prof. Dr. Knut Werner Lange
Universität Bayreuth,
Forschungsstelle für Familienunternehmen
Dr. Bertram Layer
Wirtschaftsprüfer, Steuerberater
Prof. Dr. Reinhard Prügl
Zeppelin Universität, Friedrichshafen,
Friedrichshafener Institut für
Familienunternehmen (FIF)
Prof. Dr. Tom Rüsen
Universität Witten/Herdecke,
Wittener Institut für Familienunternehmen (WIFU)
Prof. Dr. Arist von Schlippe
Universität Witten/Herdecke,
Wittener Institut für Familienunternehmen (WIFU)
Prof. Dr. Christoph Schreiber
Universität Witten/Herdecke,
Wittener Institut für Familienunternehmen (WIFU)
Prof. Dr. Andreas Wiedemann
Rechtsanwalt

Die Unternehmeredition

Seit Januar 2016 erscheint die FuS im Fachmedienhaus GoingPublic Media AG, München. Hier hat auch die Mittelstands-Plattform Unternehmeredition ihre Heimat. Unter dem Motto „Finanzierung. Nachfolge. Vermögen“ widmen sich Magazin, Webseite, Newsletter und die eigenen (Netzwerk-)Events den Kernthemen von eigen tümergeführten Unternehmen und ihren Familien. Während sich die FuS auch der Familienunternehmerforschung widmet, stehen bei der Unternehmeredition cross-medial Wissensbeiträge und Fallstudien im Vordergrund. Weitere Informationen unter www.unternehmeredition.de.



Ausgabe	ET	DU	AS
01/2026	13.02.2026	30.01.2026	28.01.2026
02/2026	16.04.2026	02.04.2026	31.03.2026
03/2026	12.06.2026	29.05.2026	27.05.2026
04/2026	13.08.2026	29.07.2026	27.07.2026
05/2026	16.10.2026	05.10.2026	01.10.2026
06/2026	11.12.2026	27.11.2026	25.11.2026

ET = Erscheinungstermin, **AS** = Anzeigenschluss, **DU** = Druckunterlagenschluss

Abonnement

Das Jahresabonnement „Print + Digital“ der FuS zum Preis von 195 EUR/Jahr schließt sechs Ausgaben des Magazins ein. Die Zeitschrift erscheint zweimonatlich. Ausgabe 1 enthält jeweils das Jahressinhaltsverzeichnis für das zurückliegende Jahr.

Alternativ bieten wir ein reines Digital-Abonnement zum Preis von 156 EUR/Jahr an. Beide Modelle erlauben den Zugriff auf PDF und multimediales E-Magazin sowie auf das PDF-Archiv (ab 2022 auch als E-Magazin). Das Archiv umfasst alle Beiträge der FuS seit Gründung der Fachpublikation im Jahr 2011. Für Unentschlossene bieten wir außerdem die letzten beiden Ausgaben kostenlos als Probeexemplare an.

Themenspektrum

- Aktuelles aus der Forschung für Familienunternehmen
- Family Governance
- Beirat und Aufsichtsrat
- Unternehmensnachfolge und Generationswechsel
- Fremdmanager in Familienunternehmen
- Ausgewählte Unternehmer-Interviews
- Bewertungs- und Haftungsfragen
- Gesellschaftsrecht und Bilanzierung
- Unternehmensfinanzierung
- Fusionen und Übernahmen
- Private Equity/Family Equity
- Familienunternehmen und Börse
- Ländervergleiche
- Family Office und Vermögen
- Stiftungsgründung und -management
- Psychologie in Familienunternehmen
- Steuerliche und rechtliche Fragen
- u.v.m.

Preisliste vom 1. Januar 2016

Anzeigen-formate	Anschnitt (B x H) in mm 3mm Beschnitt	Satzspiegel (B x H) in mm	Preise s/w oder Euroska
2/1 Seite	420 x 297	386 x 250	2.600,- EUR
1/1 Seite	210 x 297	174 x 250	1.450,- EUR
2/3 Seite hoch	140 x 297	114 x 250	1.250,- EUR
2/3 Seite quer	210 x 198	174 x 175	1.250,- EUR
1/2 Seite hoch	105 x 297	82 x 250	950,- EUR
1/2 Seite quer	210 x 148	174 x 125	950,- EUR
1/3 Seite hoch	70 x 297	55 x 250	800,- EUR
1/3 Seite quer	210 x 99	174 x 176	800,- EUR
U2	210 x 297	Auf Anfrage	1.750,- EUR
U3	210 x 297	Auf Anfrage	1.650,- EUR
U4	210 x 297	Auf Anfrage	1.900,- EUR
Inselanzeige	-	82 x variabel Mindestformat 82 x 50 mm	4,- EUR/mm
Beilagen (Mindestauflage 500 Exemplare) – je Tausend (bis 25 Gramm) 500,- EUR (weitere Gewichte auf Anfrage)			

Agentur-Vergütung: 15%. Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen MwSt.

Weitere Sonderwerbeformen (z.B. Sonderbeilagen, Tip-on-Cards, Beihefter, Beikleber) auf Anfrage.

Malstaffel

ab 2 Anzeigen	3%
ab 4 Anzeigen	5%
ab 6 Anzeigen	8%
ab 8 Anzeigen	10%
ab 10 Anzeigen	12%
ab 12 Anzeigen	15%

Mengenstaffel

ab 2 Seiten	5%
ab 4 Seiten	10%
ab 6 Seiten	13%
ab 8 Seiten	15%
ab 10 Seiten	17%
ab 12 Seiten	20%

Anmerkungen

Während die Malstaffel unabhängig vom Format der gebuchten Anzeigen zum Einsatz kommen kann, bezieht sich die Mengenstaffel auf den kumulierten Buchungs-umfang (Maßgröße: 1/1 Seite). Grundsätzlich findet immer die für den Kunden günstigere Staffel Anwendung.

Sonderdruck

Ein Sonderdruck umfasst die Titelseite des Magazins mit dem Vermerk „Sonderdruck“ sowie den/die gewünschten Artikel. Preisstaffel auf Anfrage.

Veröffentlichungsrechte

Online-Veröffentlichungsrechte – zeitlich und räumlich unbegrenzt – inklusive Artikelbereitstellung als PDF, auf Wunsch mit Titelseite (als „digitaler Sonderdruck“): 450,- EUR. Aufbereitung eines Artikels als E-Magazin mit individuellen multimedialen Inhalten (Links, Fotogalerien, Videos) inkl. aller Online-Veröffentlichungsrechte: je nach Komplexität ab 750,- EUR.

Druck und Bindeverfahren: Bogenoffset, Klammerheftung

Druckunterlagen: druckdaten@goingpublic.de

Dateiformate: X3 PDF oder neuer

Beschnittzugabe: 3 mm an allen Seiten

Technischer Ansprechpartner:

Robert Berger, Tel.: 089-2000 339-15,

berger@goingpublic.de

Farbanzeigen: Euroskala

Sonderfarben oder Farbtöne, die durch den Zusammendruck von Farben der ausschließlich verwendeten Euroskala nicht erreicht werden können, bedürfen besonderer Vereinbarung. Einzelheiten auf Anfrage. Geringe Tonwertabweichungen sind im Toleranzbereich des Offset-Druckverfahrens begründet.

Anzeigenformate (Auswahl):



2/1 Seite, AS



1/1 Seite, AS



1/2 Seite hoch



1/2 Seite quer, AS



1/3 Seite hoch, AS



1/3 Seite quer, AS



Inselanzeige



Sonderwerbeform
„Cover-Booklet“



Sonderwerbeform
„Banderole“

Die Platzierung von Kleinanzeigen und Sonderformaten erfolgt bestmöglich.

Sonderformate auf Anfrage.

AS = Anschnitt

Gesamtleitung:



Markus Rieger,
Vorstand GoingPublic Media AG,
Tel.: 089-2000 339-0, Mobil: 0177-306 7012,
rieiger@goingpublic.de

Redaktion:

Markus Rieger (siehe Gesamtleitung)



Eva Rathgeber,
Redakteurin
Tel.: 089-2000 339-31,
rathgeber@goingpublic.de



Dr. Hermann Schöllhorn, LL.M.Eur.
Hennerkes, Kirchdörfer & Lorz Rechtsanwälte, Steuerberater
Jahnstraße 43, 70597 Stuttgart
Tel.: 0711-725 79-0, schoellhorn@hennerkes.de

Kundenbetreuung:



Christine Hoeflmayr,
Tel.: 089-2000 339-30,
hoeflmayr@goingpublic.de

Abo-Service:

Yesenia Schäfer, Tel.: 089-2000 339-0, abo@fus-magazin.de

Plattformen der GoingPublic Media AG:

Kapitalmarkt



www.goingpublic.de

Mittelstand



www.unternehmeredition.de

Life Sciences



www.plattform-lifesciences.de

hv magazin

www.hv-magazin.de



www.fus-magazin.de

LinkedIn: in

Kapitalmarkt:

www.linkedin.com/company/goingpublic-media-ag

Mittelstand:

www.linkedin.com/company/unternehmeredition

Life Sciences:

www.linkedin.com/company/plattform-life-sciences

Verlag:

GoingPublic Media AG,
Hofmannstraße 7a, 81379 München
Tel.: 089-2000 339-0,
info@goingpublic.de, www.goingpublic.ag

Geschäfts-/Zahlungsbedingungen:

Für die Abwicklung von Aufträgen gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der GoingPublic Media AG. Zahlung innerhalb von 14 Tagen ab Rechnungsdatum netto.