

BANKEN PARTNER

ZEITSCHRIFT FÜR STRATEGIE UND MANAGEMENT

Media-Informationen 2011

Gültig ab 1. 11. 2010

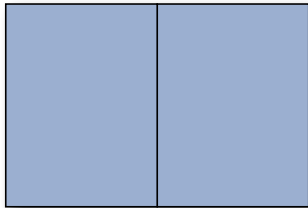


Alle Anzeigenformate im Überblick

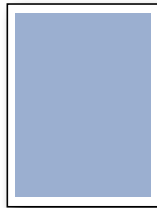
Weitere Formate auf Anfrage

Bitte beachten Sie, dass die 2. und 4. Umschlagseite links angeschnitten werden muss.

Wir versuchen, Ihre Anzeige so vorteilhaft wie möglich zu platzieren.



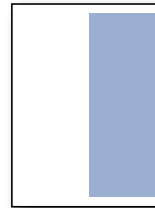
2/1 Seite angeschnitten 420 x 280 mm +
Beschnitt (oder Satzspiegel 400 x 251 mm)



1/1 Seite 185 x 251 mm



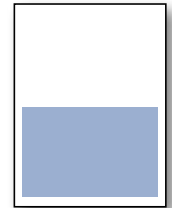
1/1 Seite angeschnitten
210 x 280 mm + Beschnitt



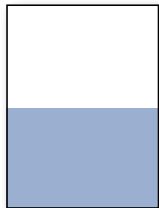
1/2 Seite hoch 98 x 251 mm



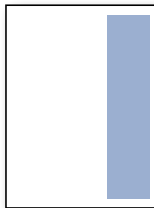
1/2 Seite hoch angeschnitten
111 x 280 mm + Beschnitt



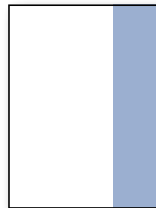
1/2 Seite quer 185 x 123 mm



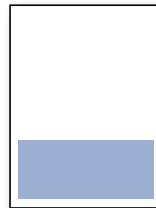
1/2 Seite quer angeschnitten
210 x 138 mm + Beschnitt



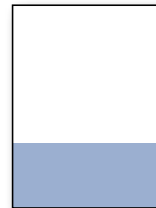
1/3 Seite hoch 54 x 251 mm



1/3 Seite hoch angeschnitten
79 x 280 mm + Beschnitt



1/3 Seite quer 185 x 80 mm



1/3 Seite quer angeschnitten
210 x 95 mm + Beschnitt

Sonderformate finden Sie auf der U3.



Titelporträt	2
Auflagen- und Verbreitungsanalyse	4
Termin- und Themenplan	5
Anzeigenpreisliste	7
Sonderwerbformen	10
Online-Werbung	11
Technische Angaben	12
Allgemeine Geschäftsbedingungen	13



1. Kurzcharakteristik

Banken+Partner wird von den wichtigsten Zielgruppen der Finanzdienstleistungsbranche – Vorständen, Geschäftsführern und Bereichsleitern – nicht nur gelesen und für gut befunden, sondern auch weiterempfohlen. 96 Prozent der Leser sagen: „Die Zeitschrift ist gut lesbar und interessant geschrieben.“ Unabhängige Experten und renommierte Journalisten berichten über aktuelle Entwicklungen, zeigen die wichtigsten Trends der Branche auf und stellen erfolgreiche Beispiele aus der Praxis vor. Dadurch liefern sie Informationen, Nutzwert und Orientierung für Führungskräfte in Banken, Sparkassen und bei deren Partnern.

Banken+Partner beschäftigt sich auch mit der Frage, welche externen Unternehmen die Kreditinstitute bei den vielfältigen Anforderungen als Lösungspartner unterstützen können. Schwerpunkte sind die strategischen Herausforderungen, denen das Top-Management der Finanzbranche begegnet, sowie die Zusammenarbeit mit externen Dienstleistern und Produktanbietern.

2. Erscheinungsweise zweimonatlich + Sonderausgaben

3. Jahrgang 8. Jahrgang 2011

4. Web-Adresse (URL) www.bankenundpartner.de

5. Mitgliedschaften –

6. Organ –

7. Beirat (Stand November 2010)

Uwe Callsen, Process Innovation

Ute Freitag, Avira

Dr. Marcus Geschwandtner, Rechtsanwalt

Dr. Björn Hackenberg, Inficon AG

Christian van Laak, ABIT AG

Robert List, Geschäftsführer BVT

Professor Dr. Rolf Tilmes, European Business School

Mathias Walter, Trivadis

8. Verlag

CO.IN. MEDIEN Verlagsgesellschaft mbH

Otto-von-Guericke-Ring 3a, D-65205 Wiesbaden

Telefon: +49 6122 7054-50

Telefax: +49 6122 7054-70

Internet: www.coin-online.de

9. Redaktion

Margaretha Hamm (v.i.S.d.P.),

hamm@bankenundpartner.de,

Tel.: +49 6122 7054-51, Fax: +49 6122 7054-70

Otto-von-Guericke-Ring 3a, D-65205 Wiesbaden

Ständige Autoren:

Ulrike Germann (Asset Management)

Silke Siems (Kredit, Risikocontrolling, Compliance)

Heide Skudelný (IT)



10. Anzeigen

Leitung: Uwe Wagschal,
wagschal@bankenundpartner.de
Tel.: +49 6122 7054-55, Fax: 7054-70

Thema HR und Personal:
cks-marketing, Claudia Kampmann-Schröder
Glockenzehnten 7, 69124 Heidelberg
Tel: +49 6221 4370-12; Fax: -49 6221 4371-09
cks-marketing@t-online.de

Meike Sündermann (Assistenz),
suendermann@bankenundpartner.de
Tel.: +49 6122 7054-50, Fax: +49 6122 7054-70

11. Vertrieb (Leserservice)

Vertriebsunion Meynen GmbH & Co. KG, Eltville
bankenundpartner@vertriebsunion.de
Tel.: +49 6123 9238-219

12. Bezugspreis

Jahresabonnement Inland:	75,00,- € (inkl. MwSt.)
Jahresabonnement Ausland:	90,00,- € (ohne MwSt.)
Einzelverkaufspreis:	8,50,- € (inkl. MwSt.)

13. ISSN

1612-7757

14. Umfangs-Analyse

Format der Zeitschrift:	210 mm breit x 280 mm hoch
Gesamtumfang:	436 Seiten = 100,0 %
Redaktioneller Teil:	306,5 Seiten = 70,3 %
Anzeigenteil:	129,5 Seiten = 29,7 %

15. Inhalts-Analyse Redaktion

2009 = 9 Ausgaben	
Nachrichten:	48,5 Seiten = 15,8 %
Strategie:	55 Seiten = 17,9 %
Vertrieb:	53 Seiten = 17,3 %
Asset Management:	33 Seiten = 10,8 %
Kreditgeschäft:	21 Seiten = 6,9 %
IT/Orga:	36 Seiten = 11,7 %
Personal:	18 Seiten = 5,9 %
Rubriken/Sonstiges:	42 Seiten = 13,7 %
2009 = 306,5 Seiten	

16. Auflagenkontrolle



17. Auflagenanalyse

Exemplare pro Ausgabe im Durchschnitt für die Zeit vom 01. Juli 2009 bis zum 30. Juni 2010

Druckauflage:	11.320 Exemplare
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):	10.874 Exemplare
Rest-, Archiv- und Belegexemplare:	446 Exemplare

18. Geografische Verbreitungsanalyse

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Deutschland	84,8	9.222
Österreich, Schweiz	15,2	1.652
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100	10.874

19. Branchen / Wirtschaftszweige / Fachrichtungen / Berufsgruppen (verlagseigene Erhebung, Anteil in %)

Geschäfts-/Privatbanken	13
Sparkassen	18
Genossenschaftsbanken	53
Sonstige (Fondsgesellschaften, Bausparkassen u.a.)	16

20. Größe der Wirtschaftseinheit / Beschäftigte (verlagseigene Erhebung, Anteil in %)

1 bis 49 Beschäftigte	27
50 bis 99 Beschäftigte	13
100 bis 499 Beschäftigte	32
500 bis 999 Beschäftigte	10
1000 und mehr Beschäftigte	16
Keine Angaben	2

21. Tätigkeitsmerkmal / Stellung im Unternehmen (verlagseigene Erhebung, Anteil in %)

Vorstand/Geschäftsführer	60
Geschäftsbereichsleiter	12
Abteilungsleiter/Teamleiter/Führungskraft allg.	27
Keine Angaben	1

22. Bildung / Ausbildung: Berufliche Ausbildung (verlagseigene Erhebung, Anteil in %)

Bankkaufmann	9
Sparkassenlehrinstitut	8
Bankakademie	30
Fachhochschule	20
Universität/Gesamthochschule	27
Sonstiges	6

23. Alter**(verlagseigene Erhebung, Anteil in %)**

Bis 29 Jahre	2
30 bis 39 Jahre	11
40 bis 49 Jahre	39
50 bis 59 Jahre	37
60 Jahre und älter	8
Keine Angaben	3

Die Daten der Ziffern 19-23 beziehen sich auf eine Leser-Struktur-Analyse nach AMF Standard 3-L.



Banken+Partner 2011
Reguläre Ausgaben

Ausgabe / Messetermine	Anzeigenschluss (AS) Druckunterlagenchluss (DS) Erscheinungstermin (ET)	Themen
1-11 ◆ CeBIT, Hannover (1.-5.3.2011)	AS: 31.01.2011 DS: 04.02.2011 ET: 21.02.2011	Schwerpunktthema: Business Intelligence/Gesamtbanksteuerung Sonderthema: Alternative Investment
2-11 ◆ Finance Forum Germany, Wiesbaden (6.-7.6.2011)	AS: 08.04.2011 DS: 15.04.2011 ET: 02.05.2011	Schwerpunktthema: Filiale/Vertriebswegemix/Multikanal-Banking Sonderthema: Core Banking
3-11	AS: 10.06.2011 DS: 17.06.2011 ET: 04.07.2011	Schwerpunktthema: Change Management Sonderthema: Beteiligungsmodelle
4-11 ◆ DMS EXPO, Köln (20.-22.9.2011)	AS: 05.08.2011 DS: 12.08.2011 ET: 29.08.2011	Schwerpunktthema: CRM/Kundenbindung/Beratung Sonderthema: Firmenkundengeschäft
5-11 ◆ DKM, Dortmund (25.-27.10.2011);	AS: 07.10.2011 DS: 14.10.2011 ET: 31.10.2011	Schwerpunktthema: Outsourcing/Prozessoptimierung Sonderthema: Personal
6-11	AS: 25.11.2011 DS: 02.12.2011 ET: 19.12.2011	Ausblick 2012 Sonderthema: Depot A

Für Ihre Themenplanung

Banken+Partner veröffentlicht in allen Ausgaben neben den Berichten zu den Sonder- und Schwerpunktthemen Beiträge aus den Bereichen

- ◆ Strategie
- ◆ Vertrieb
- ◆ Asset-Management
- ◆ Kredit
- ◆ Personal
- ◆ IT/Orga

Die Redaktion freut sich über Themenideen.
 Gerne schaffen wir für Ihre Präsentation das passende Umfeld.



Banken+Partner 2011
Sonderausgaben

Ausgabe	Anzeigenschluss (AS)	Druckunterlagenchluss (DS)	Erscheinungstermin (ET)
Sonderausgabe I/11	AS: 04.03.2011	DS: 11.03.2011	ET: 28.03.2011
			Investment
Sonderausgabe II/11	AS: 29.04.2011	DS: 06.05.2011	ET: 23.05.2011
			Vorsorge
Jahrbuch Banken+Partner	AS: 05.08.2011	DS: 12.08.2011	ET: 29.08.2011
Sonderausgabe III/11	AS: 02.09.2011	DS: 09.09.2011	ET: 26.09.2011
			Investment
Sonderausgabe IV/11	AS: 04.11.2011	DS: 11.11.2011	ET: 28.11.2011
			Derivate

Für Ihre Themenplanung

Die Sonderausgaben von Banken+Partner nehmen alle Aspekte eines speziellen Themas auf und geben dem Leser einen umfassenden Überblick.

Damit ermöglicht es die Redaktion den Anbietern von Produkten, Lösungen und Dienstleistungen aus dem jeweiligen Themenbereich, sich in einem speziellen Umfeld zu präsentieren.

Haben Sie Interesse, eine Sonderausgabe von Banken+Partner vollständig zu buchen? Unser Anzeigenmarketing berät Sie gerne.



1. Auflage

Druckauflage: 11.320 Exemplare
Tatsächlich verbreitete Auflage
im Jahresdurchschnitt (01.07.2008 - 30.06.2009)
(lt. AMF-Schema 2, Ziffer 17): 10.874 Exemplare

2. Zeitschriftenformat

210 x 280 mm beschnitten
213 x 286 mm unbeschnitten
3 mm Beschnitt je Anschnittkante

Satzspiegel

173 mm breit x 241 mm hoch
3 Spalten je 54 mm

3. Druck- und Bindeverfahren, Druckunterlagen

siehe technische Angaben, Seite 19

4. Termine

Erscheinungsweise: zweimonatlich + Sonderausgaben
Erscheinungstermin/Anzeigenschluss: siehe Seite 5 und 6

5. Verlag

CO.IN. MEDIEN Verlagsgesellschaft mbH
Otto-von-Guericke-Ring 3a, D-65205 Wiesbaden

Telefon: +49 6122 7054-50

Fax: +49 6122 7054-70

Internet: www.coin-online.de

Vertrieb (Leserservice)

Vertriebsunion Meynen GmbH & Co. KG, Eltville
bankenundpartner@vertriebsunion.de
Tel.: +49 6123 9238-219

Leitung Anzeigenmarketing

Uwe Wagschal, wagschal@bankenundpartner.de
Tel.: +49 6122 7054-55, Fax: +49 6122 7054-70

Internet

www.bankenundpartner.de

6. Zahlungsbedingungen

Zahlung innerhalb 10 Tagen: 2% Skonto.
Innerhalb 20 Tagen nach Rechnungserhalt netto.
Bei Bankeinzug 3% Nachlass auf den Rechnungsbetrag.
Steuernummer: 040 230 61120

Bankverbindung

Volksbank Tübingen, Kto.-Nr. 78 228 000 (BLZ 641 901 10)



7. Anzeigenformate und Preise

Allen Preisen ist der jeweils gültige gesetzliche Mehrwertsteuersatz hinzuzurechnen.
Farben gemäß Euroskala, Aufpreise für Sonderfarben auf Anfrage.

Alle Preise in Euro.

Format	Breite x Höhe in mm	Grundpreis s/w	2-farbig	4-farbig
2/1	400 x 251	5.300,-	6.400,-	8.500,-
2/1 angeschnitten	420 x 280	5.800,-	7.000,-	9.400,-
1/1	185 x 251	3.100,-	3.600,-	5.000,-
1/1 angeschnitten	210 x 280	3.400,-	4.000,-	5.500,-
1/2 hoch	98 x 251	1.600,-	2.200,-	3.500,-
1/2 quer	185 x 123			
1/2 hoch angeschnitten	111 x 280	1.750,-	2.400,-	3.800,-
1/2 quer angeschnitten	210 x 138			
1/3 hoch	54 x 251	1.000,-	1.600,-	2.700,-
1/3 quer	185 x 80			
1/3 hoch angeschnitten	79 x 280	1.100,-	1.800,-	3.000,-
1/3 quer angeschnitten	210 x 95			
1/4 Seite	98 x 123	750,-	1.200,-	2.400,-
Vorzugsplatzierungen				
4. Umschlagseite	210 x 280	4.400,-	5.000,-	6.100,-
2. Umschlagseite	210 x 280	4.100,-	4.700,-	5.800,-
3. Umschlagseite	210 x 280	3.500,-	4.100,-	5.200,-
Inhaltsverzeichnis	1/3 Seite	2.000,-	2.500,-	3.100,-

8. Sonderwerbformen

Siehe Seite 15

9. Rabatte (bei Abnahme innerhalb eines Insertionsjahres)

	Malstaffel
2 Anzeigen	5 %
3 Anzeigen	10 %
4 Anzeigen	15 %
5 Anzeigen	20 %
6 Anzeigen	25 %

Bei Belegung aufeinander folgender Ausgaben erhalten Sie auf die gleiche inhaltliche Werbeform einen Kombinationsrabatt von 30 %.

Alle Zuschläge – Farbe, Platzierung, Anschnitt – werden rabattiert.

Sonderpreise unterliegen nicht der Rabattierung.

10. Kombinationen

Auflagen- und Reichweitenerweiterung möglich mit der Zeitschrift „**Banking & Finance**“ (Verbreitung: Benelux)

Auflage Belgien/Luxemburg: 7.500 Exemplare

Auflage Niederlande: 6.500 Exemplare

Mit der Fachmagazinkombi kann eine maximale Auflage von 26.000 Exemplaren erreicht werden.

Preise: auf Anfrage



11. Einhefter

4-seitig	4.400,- €
6-seitig	5.800,- €
8-seitig	7.000,- €

Die Preise gelten für Papiergewichte bis 170 g/m².

Anlieferung unbeschnitten, Beschnittzugabe auf Anfrage.

Die Rabattierung erfolgt nach der Mengenstaffel.

(1 Blatt = 1/1 Seite). Weitere Umfänge und Einhefter mit zusätzlicher Antwortkarte auf Anfrage.

12. Beilagen

Lose eingelegt, Höchstformat 205 mm breit, 275 mm hoch.

Preise: bis 25 g pro Tsd. 190,- €

bis 30 g pro Tsd. 195,- €

zzgl. der jeweils gültigen Postgebühren.

Zahl der Beilagen und Preis für schwere Beilagen auf Anfrage.

Beilagenpreise sind nicht rabattfähig.

Bei Streuvolumina innerhalb eines Jahres gelten folgende Rabatte:

ab 30 000 Beilagen: 3 % Rabatt

ab 50 000 Beilagen: 5 % Rabatt

ab 60 000 Beilagen: 10 % Rabatt

13. Aufgeklebte Werbemittel (Postkarten u. ä.)

Preis pro Tsd. 70,- € zzgl. der jeweils gültigen Postgebühren.

Zahl der Postkarten, sowie größere und schwerere Formate auf Anfrage (gilt auch für Warenproben). Aufkleber werden maschinell verarbeitet, deshalb sind Toleranzen bis 10 mm bei der Positionierung auf der Anzeige möglich.

Keine Rabattierung.

Mindestgröße der Trägeranzeige: 1/2 Seite (quer)

14. Lieferanschrift für Positionen 13 bis 15

Auf Anfrage

(E-Mail: wagschal@bankenundpartner.de)

1. Advertorial

Advertorials sind Präsentationen und Fachbeiträge von Unternehmen. Die Darstellung erfolgt im Zeitschriften-Layout. Grafikleistungen werden von Banken+Partner erbracht, inklusive drei Korrekturgängen. Das Advertorial enthält ein bis drei Abbildungen/Tabellen sowie die Kontaktadresse des Unternehmens.

Im Preis enthalten sind 50 Belegexemplare.

Die Rabattierung erfolgt nach der Malstaffel.

Umfang	Textlänge (inkl. Leerzeichen) ca.	Preis in € Anlieferung des Texts durch den Kunden	Preis in E Erstellen des Texts durch die Redaktion
2/1 Seiten	7.000	6.000,-	6.500,-
1/1 Seite	3.800	4.000,-	4.300,-

2. PDF-Datei eines gedruckten Artikels**Internetfähig**

Beinhaltet die Nutzung der PDF-Datei zum Einstellen auf der Homepage.

Preis: 250,- €

Nutzungsrechte

Hiermit werden die Nutzungsrechte an dem Artikel erworben, dazu gehören die Einstellung der PDF-Datei im Internet, Druck des Artikels für Werbezwecke oder in Ihrer Mitarbeiter- oder Kundenzeitschrift.

Preis: 1.600,- €

3. Kolumne

Die Kolumne bezeichnet einen kurzen, fachlichen Meinungsbeitrag. Darstellung im Zeitschriften-Layout. Die Kolumne enthält maximal eine Abbildung sowie die Kontaktadresse des Unternehmens. Im Preis enthalten sind 25 Belegexemplare.

Umfang	Textlänge (inkl. Leerzeichen) ca.	Preis in € Anlieferung des Texts durch den Kunden	Preis in E Erstellen des Texts durch die Redaktion
1/3 Seite hoch	1.260	1.800,-	2.200,-
1/2 Seite hoch	1.600	2.400,-	3.000,-
2/3 Seite hoch	2.100	3.400,-	3.800,-

4. Sonderdruck

Wenn im Magazin „Banken+Partner“ über Ihr Unternehmen berichtet wird, bieten wir Ihnen die Möglichkeit eines Sonderdrucks.

Nutzen Sie Ihre Advertorials oder für Sie relevante Artikel für Ihr Marketing. Wir erstellen für Sie Sonderdrucke auf Wunsch mit zusätzlichen Unternehmensinformationen und individueller Gestaltung.

Preis: auf Anfrage.

1. Web-Adresse (URL) www.bankenundpartner.de

2. Kurzcharakteristik

bankenundpartner.de ist eine Online-Plattform für die Finanzwirtschaft. Sie begleitet die Veränderungsprozesse bei Banken und Sparkassen und bietet Banken, Sparkassen sowie den Partnern der Kreditwirtschaft ein aktuelles Forum.

3. Datenanlieferung

Bis zehn Tage vor Schaltbeginn an wagschal@bankenundpartner.de
Mögliche Formate: JPG, GIF, HTML, Flash, Java

4. Werbeformen und Preise für Banner

Alle Preise verstehen sich zzgl. der jeweils gültigen gesetzlichen Mehrwertsteuer.

Full-Size	468 x 60 Pixel	Homepage/Rubriken	250,- €/Monat
Half-Size	234 x 60 Pixel	Homepage/Rubriken	180,- €/Monat
Third-Size	156 x 60 Pixel	Homepage/Rubriken	100,- €/Monat
Skyscraper	120 x 600 Pixel	Homepage/Rubriken	250,- €/Monat

5. Advertorial Online

Präsentieren Sie sich Ihrer Zielgruppe mit Fachbeiträgen im Internet. Unsere Leistungen: Satz des Textes im Layout von Banken+Partner, einstellen des Artikels als PDF unter www.bankenundpartner.de. Hinweis auf den Artikel mit Hyperlink im wöchentlichen E-Mail-Newsletter von Banken+Partner. Das Advertorial online enthält ein Autorenfoto, einen Kasten mit Kontaktdaten und eine bis drei Grafiken oder Tabellen.

Umfang	Textlänge (inkl. Leerzeichen) ca.	Preis in € Anlieferung des Texts durch den Kunden	Preis in € Erstellen des Texts durch die Redaktion
2/1 Seiten	9.000	1.800,-	2.500,-
1/1 Seiten	3.800	1.000,-	1.500,-

Die Rabattierung erfolgt nach der Mengenstaffel.

6. E-Paper Bankenjahrbuch 10/11

gültig bis zum 30.09.2011

Das Advertorial für 500,- € zzgl. MwSt. im E-Paper auf unserer Homepage.

7. E-Newsletter

Der E-Newsletter von Banken+Partner erscheint wöchentlich, jeweils donnerstags.

Textanzeige im Newsletter: 700 Zeichen (inkl. Leerzeichen) und Link zur Inserentenhomepage.

Preis: 150,- €

Vorzugsplatzierungen

Erstrangig: 380,- €

Zweitrangig: 320,- €

1. Druck- und Bindeverfahren

Papier:	Innenteil: 115g/m ² Bilderdruck weiß matt Umschlag: 170g/m ² Bilderdruck weiß matt
Druckverfahren:	Bogen-Offset-Druck, digitale Daten, 60er Raster (150 lpi), 4C Euroskala
Verarbeitung:	Rückendrahtheftung

Haftungsausschluss:

Für Farbabweichungen, die auf Grund verschiedener Papiere (Proof/Andruck gegenüber dem Auflagenpapier) entstanden sind, kann der Verlag keine Garantie übernehmen, ebenso für Abweichungen, die sich innerhalb der Toleranz vom Andruck zum industriellen Fortdruck bewegen bzw. durch das Druckverfahren begründet sind.

2. Druckunterlagen

Druckunterlagen erbitten wir in digitaler Form mit Kontroll-PDF-Datei und Proof. Bitte haben Sie Verständnis dafür, dass der Druck von Banken+Partner einer Norm, die für alle Seiten gilt, unterliegen muss. Es sind deshalb beim Auflagendruck Abweichungen gegenüber Proofs, die wir nicht erstellt haben, möglich. Eine verbindliche Farbwiedergabe kann nur im Rahmen gewisser Toleranzen gewährleistet werden.

Reklamationen von Abweichungen auf Grund nicht korrekter Daten/Unterlagen können vom Verlag nicht anerkannt werden.

3. Technische Voraussetzungen für die Lieferung von Daten:

Banken+Partner wird auf PC-Rechnern produziert.

Datenübertragung:

per E-Mail an:

brixius@bankenundpartner.de oder
suendermann@bankenundpartner.de

Bei größeren Datenmengen Druckunterlagen-Anlieferung bitte per Datenträger.

Proof: Zur Kontrolle bitte einen Proof/Print der Anzeige mitschicken.

Datenformate: Vorzugsweise PDF (druckoptimiert). Ferner TIFF-Dateien, (druckfähige) JPG-Dateien oder geschlossene EPS-Formate mit eingebetteten Schriften und Bildern.

Bilddaten: Formate: TIFF oder EPS. Bilder immer im Farbmodus CMYK oder s/w abspeichern. Auf ausreichende Auflösung (300 dpi) achten.

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.
2. Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines halben 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. der 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 höherer Gewalt im Risikobereich des Verlags beruht.
5. Die Abrechnung der Anzeigen erfolgt ausschließlich nach Seiten und Seitenteilen. Die Abrechnung von zusätzlichen Verlagsangaben im Redaktionsteil erfolgt nach tatsächlich beanspruchten Zeilen. Auslaufende Zeilen, Zwischenüberschriften und Durchschüsse ab 4 Punkten werden als volle Petitzelle berechnet. Aus rationalen Gründen ist hier nur die Rechnungsstellung für ein Kalenderjahr möglich.
6. Für die Platzierung der Anzeigen in einer bestimmten Ausgabe oder an Plätzen der Druckschrift wird keine Gewähr geleistet. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der 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. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
7. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die auf Grund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag deutlich kenntlich gemacht. Dies gilt entsprechend für zusätzliche Verlagsangaben im Redaktionsteil.
8. 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, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitschrift erwecken, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrags wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
9. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentexts und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Wird keine einwandfreie Druckvorlage vom Auftraggeber geliefert, druckt der Verlag die Anzeige in der Qualität ab, die die vorgelegte Druckvorgabe erlaubt. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Die tonwertrichtige Wiedergabe bei Farbanzeigen setzt genaue Farbangaben vom Auftraggeber voraus. Bei mehrfarbigen Anzeigen hat der Auftraggeber außerdem Andrucke mitzuliefern.
10. Die Stornierung des Anzeigenauftrags bis fünf Werktage vor Anzeigenschlusstermin ist für den Auftraggeber kostenfrei. Storniert der Auftraggeber nach diesem

Termin, stellt der Verlag eine Rechnung in Höhe von 50% des Auftragswertes. Eine Stornierung nach Druckunterlagenschluss ist ausgeschlossen. Im Falle höherer Gewalt und sonstiger unvorhersehbarer, außergewöhnlicher und unverschuldeter Umstände – z.B. Krieg, Betriebsstörungen, Materialbeschaffungsschwierigkeiten, Streiks, Aussperrungen, Mangel an Transportmitteln, behördlicher Eingriffe, Energieversorgungsschwierigkeiten usw. –, auch wenn sie bei den Vorlieferanten eintreten, vereinbaren die Vertragspartner einen den Umständen angemessenen neuen Liefer- und Leistungstermin.

11. 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. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrags. Die Haftung für Schadenersatz aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung bei leichter Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters oder seines Erfüllungsgehilfen ist ausgeschlossen, sofern es sich nicht um die Verletzung einer wesentlichen Vertragspflicht (Kardinalpflicht) oder das Fehlen einer zugesicherten Eigenschaft handelt. Schadenersatzansprüche aus

Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind außer bei Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters oder seines Erfüllungsgehilfen beschränkt auf den Ersatz des vorhersehbaren Schadens. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr gegenüber Unternehmen, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtlichen Sondervermögen haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für die grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden beschränkt. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

12. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzugs gesetzten Frist mitgeteilt werden.
13. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zu Grunde gelegt.
14. Der Auftraggeber ist vorleistungspflichtig. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung spätestens zehn Tage nach Erscheinen der ersten Anzeige erstellt. Der Verlag ist berechtigt, trotz anders

lautender Bestimmung des Auftraggebers, Zahlungen zunächst auf dessen ältere Schulden anzurechnen. Sind bereits Kosten und Zinsen angefallen, so ist der Verlag berechtigt, die Zahlung zunächst auf die Kosten, dann auf die Zinsen und zuletzt auf die Hauptleistung anzurechnen. Die Rechnung ist sofort bei Erhalt fällig.

15. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Müssen Forderungen vom Verlag eingeklagt werden, entfällt jeder Nachlass.
16. Dem Auftraggeber steht das Recht zur Aufrechnung, zur Minderung oder zur Zurückbehaltung ausschließlich dann zu, wenn Gegenforderungen vom Auftragnehmer ausdrücklich anerkannt bzw. vom Gericht rechtskräftig festgelegt sind. Diese Einschränkung gilt für die beiden zuletzt genannten Rechte nur dann, wenn es sich bei dem Auftraggeber um einen Unternehmer, eine juristische Person des öffentlichen Rechts oder um öffentlich-rechtliches Sondervermögen handelt.
17. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Auftrags werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlags über

die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

- 18.** Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
- 19.** Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss für 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 verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigter Mangel, wenn sie – bei einer Auflage bis zu 50.000 Exemplaren 20 % – bei einer Auflage bis zu 100.000 Exemplaren 15 % – bei einer Auflage bis zu 500.000 Exemplaren 10 % – bei einer Auflage über 500.000 Exemplaren 5 % beträgt. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.
- 20.** Bei Chiffreanzeigen wendet der Verlag für die Verwah-

rung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Chiffreanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Chiffreanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein.

- 21.** Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrags.
- 22.** Erfüllungsort ist der Sitz des Verlags. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlichrechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, zum Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.
- 23.** Die Lieferungen, Leistungen und Angebote des Verlags erfolgen ausschließlich auf Grund dieser Geschäftsbedingungen. Die allgemeinen Geschäftsbedingungen

finden, soweit es sich um Unternehmer, juristische Personen des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliche Sondervermögen handelt, auch für die künftigen Geschäftsbeziehungen Anwendung, auch wenn sie nicht nochmals ausdrücklich vereinbart werden sollten. Gegenbestätigungen des Auftraggebers unter Hinweis auf seine Geschäfts- bzw. Einkaufsbedingungen wird hiermit widersprochen.

Datenschutz:

Falls Sie keine weiteren Informationen von CO.IN. MEDIEN erhalten wollen informieren Sie bitte:

CO.IN. MEDIEN Verlagsgesellschaft mbH
Verlag für Unternehmenskommunikation
Otto-von-Guericke-Ring 3a
65205 Wiesbaden

Tel.: 06122 / 70 54-50

Fax: 06122 / 70 54-70

E-Mail: info@coin-online.de

Internet: www.coin-online.de

Zusätzliche Geschäftsbedingungen für die digitale Übermittlung von Druckunterlagen für Anzeigen

- a. Digitale Druckvorlagen sind solche, welche per Datenträger (z.B. CD-ROMs, USB-Sticks usw.) oder per Fernübertragung, direkt oder indirekt an den Verlag papierlos übermittelt werden.
- b. Unerwünschte Druckresultate (z.B. fehlende Schriften, falsche Rasterweite), die sich auf eine Abweichung des Kunden von den Empfehlungen des Verlags zur Erstellung von Druckunterlagen zurückführen lassen, führen zu keinem Preisminderungsanspruch.
- c. Für die Übertragung von digital übermittelten Druckvorlagen dürfen nur geschlossene Dateien verwendet werden, also solche Dateien, bei denen der Verlag inhaltlich keine Möglichkeit der Veränderung hat. Offene Dateien, z. B. Dateien, welche unter QuarkXPress, InDesign usw. gespeichert wurden, kann der Verlag ablehnen. Der Verlag kann bei offenen Dateien für die inhaltliche Richtigkeit nicht in Anspruch genommen werden.
- d. Bei Übermittlung von mehreren zusammengehörenden Dateien hat der Kunde dafür Sorge zu tragen, dass diese Dateien innerhalb eines gemeinsamen Verzeichnisses (Ordner) gesendet bzw. gespeichert werden.
- e. 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. In jedem Fall ist ein Ausdruck per Fax an den Verlag zu senden, um die sachliche Richtigkeit überprüfen zu können. Ein Korrekturfax muss vom Kunden ausdrücklich angefordert werden.
- f. Werden digital übermittelte Druckvorlagen per Datenträger an den Verlag gesandt, werden diese nur auf besonderen Wunsch, und gegen eine pauschale Versandgebühr von 10,- €, an den Kunden zurückgeschickt.
- g. Der Kunde hat vor einer digitalen Übermittlung von Druckvorlagen dafür Sorge zu tragen, dass die übermittelten Dateien frei von evtl. Computerviren sind. Entdeckt der Verlag auf einer ihm übermittelten Datei Computerviren, wird diese Datei sofort gelöscht, ohne dass der Kunde hieraus Ansprüche geltend machen kann. Der Verlag behält sich zudem vor, den Kunden auf Schadenersatz in Anspruch zu nehmen, wenn durch solche durch den Kunden infiltrierten Computerviren dem Verlag Schäden entstanden sind.

Sonderformate im Überblick

Weitere Formate auf Anfrage

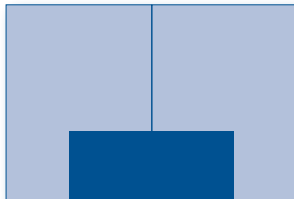
AD Specials – der individuelle Auftritt:

Sonderwerbformen sind möglich, die Preise und Formate erhalten Sie auf Anfrage.



Umhefter

Er umschließt zur Hälfte die Titel- und Rückseite.



Tunnelanzeige

Anzeige über Bund

U2 mit Klappe

2 x 1/1 Seite Anzeige, Klappe nach innen eingeschlagen



Booklet

auf der Titelseite

Banderole:

Eine Banderole um das Heft bietet eine exklusive Werbemöglichkeit – sie kann vom Empfänger des Hefts nicht übersehen werden. Banken+Partner übernimmt Druck und Verarbeitung der Banderole.

Mögliche Formate:

1. Höhe bis 70 mm
Preis: (4/0 farbig) Preis auf Anfrage
2. Höhe bis 100 mm
Preis: (4/0 farbig) Preis auf Anfrage

Der Preis schließt den Druck der Banderole mit ein. Die Papierqualität entspricht der des Heftumschlags. Die Anlieferung der Grafikdaten wird vorausgesetzt.

Extraleistungen wie Gestaltung der Banderole oder besondere Papiersorten: Preise auf Anfrage.





Banken+Partner

ZEITSCHRIFT FÜR STRATEGIE UND MANAGEMENT

Ihre Ansprechpartner:

Anzeigenleitung:

Uwe Wagschal

Tel.: +49 61 22 7054-55, Fax: +49 61 22 7054-70

E-Mail: wagschal@bankenundpartner.de

Leserservice:

Vertriebsunion Meynen

Tel.: +49 61 23 9338-219

E-Mail: bankenundpartner@vertriebsunion.de