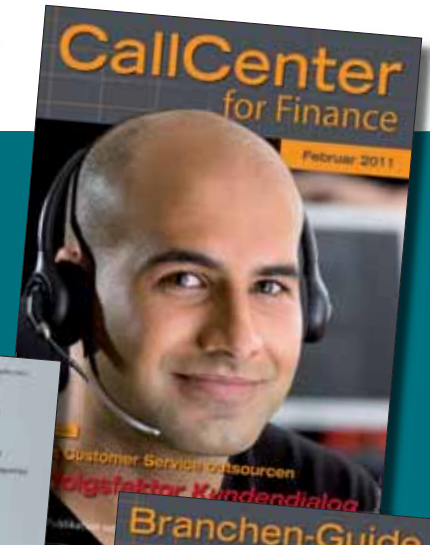


**Best  
Practice  
for Banking!**



- 1 Auflage:**  
Druckauflage: 6.000 Exemplare  
Tatsächlich verbreitete Auflage  
im Jahresdurchschnitt (lt. Schema 2, Ziffer 17) 5.557 Exemplare
- 2 Zeitschriftenformat:** DIN A4  
210 x 297 mm beschnitten  
216 x 307 mm unbeschnitten  
jeweils 3 mm Seitenbeschnitt  
jeweils 5 mm Kopf- und Fußbeschnitt  
(siehe auch Informationsblatt „Formate“)
- Satzspiegel:** 185 mm breit, 255 mm hoch  
4 Spalten je 43 mm  
3 Spalten je 58,5 mm  
(Seitenaufbau siehe Informationsblatt „Formate“)
- 3 Druck- und Bindeverfahren, Druckunterlagen:**  
Bogenoffset, Papier Innenteil: 100 g/m<sup>2</sup>, Bilderdruck, Umschlag: 200 g/m<sup>2</sup>, Bilderdruck, Klebebindung, Euro-Skala nach DIN ISO 12647-2, Farbreihenfolge Schwarz/Blau/Rot/Gelb. Bitte senden Sie uns Ihre Druckunterlagen in digitaler Form (siehe Informationsblatt „Digitale Druckunterlagen“ im Bereich Media-Service unter [www.geldinstitute.de](http://www.geldinstitute.de)).
- 4 Termine:**  
Erscheinungsweise: 6-mal jährlich  
Erscheinungstermine: siehe Termin- und Themenplan  
Anzeigenschluss: siehe Termin- und Themenplan  
Druckunterlagen: siehe Termin- und Themenplan
- 5 Verlag:** Holzmann Medien GmbH & Co. KG  
Hausanschrift: Gewerbestraße 2, D-86825 Bad Wörishofen  
Postfach 13 42 und 13 43, D-86816 Bad Wörishofen  
Internet: [www.holzmann-medien.de](http://www.holzmann-medien.de) · [www.geldinstitute.de](http://www.geldinstitute.de)  
Anzeigenleitung: Claudia Baur-Kaltenmaier,  
E-Mail: [claudia.baur@holzmann-medien.de](mailto:claudia.baur@holzmann-medien.de)
- Anzeigenverkauf/  
-verwaltung: E-Mail: [anzgivb@holzmann-medien.de](mailto:anzgivb@holzmann-medien.de)
- 6 Zahlungsbedingungen:** nach Erscheinen, innerhalb von 14 Tagen ab Rechnungsdatum ohne Abzug; bei Vorauszahlung 2 % Skonto.  
UST-Ident-Nr. DE 129 204 092
- Bankverbindungen:**  
Sparkasse Memmingen, Kto. 101 709, BLZ 731 500 00  
IBAN: DE50 7315 0000 0000 1017 09, BIC: BYLADEM1MLM  
Postbank München, Kto. 17 930-807, BLZ 700 100 80  
IBAN: DE07 7001 0080 0017 9308 07, BIC: PBNKDEFF  
für Zahlungen aus Österreich: BAWAG P.S.K., Kto. 1 337 198, BLZ 60 000  
IBAN: AT27 6000 0000 0133 7198, BIC: OPSKATWW  
für Zahlungen aus der Schweiz: PostFinance, Kto. 80-54 743-1  
IBAN: CH55 0900 0000 8005 4743 1, BIC: POFICHBEXX
- 7 Anzeigenformate und Preise:** geldinstitute Allen Preisen ist der jeweils gültige gesetzliche Mehrwertsteuersatz hinzuzurechnen.

Format	Breite × Höhe	s/w	2-farbig	3-farbig	4-farbig	je Sonderfarbe
1/1 Seite	185 × 255 mm		3.825,- €	4.215,- €	4.605,- €	4.995,- € 772,- €
2/3 Seite	122 × 255 mm oder 185 × 170 mm		2.540,- €	2.930,- €	3.320,- €	3.710,- € 772,- €
Junior-Page	137 × 190 mm		2.295,- €	2.685,- €	3.075,- €	3.465,- € 772,- €
1/2 Seite	90 × 255 mm oder 185 × 127 mm		1.915,- €	2.305,- €	2.695,- €	3.085,- € 772,- €
1/3 Seite	58 × 255 mm oder 185 × 85 mm		1.275,- €	1.665,- €	2.055,- €	2.445,- € 772,- €
1/4 Seite	90 × 127 mm oder 185 × 63 mm		955,- €	1.345,- €	1.735,- €	2.125,- € 772,- €
1/8 Seite	90 × 63 mm oder 185 × 31 mm		485,- €	875,- €	1.265,- €	1.655,- € 772,- €

<b>Titelseite</b>	Format auf Anfrage: Titel + Story				7.800,- €
<b>2. Umschlagseite</b>	185 × 255 mm	<b>4.080,- €</b>	4.470,- €	4.860,- €	5.250,- €
<b>3. Umschlagseite</b>	185 × 255 mm	<b>4.080,- €</b>	4.470,- €	4.860,- €	5.250,- €
<b>4. Umschlagseite</b>	185 × 255 mm	<b>4.460,- €</b>	4.850,- €	5.240,- €	5.630,- €
<b>Millimeterpreis</b>	1-spaltig	<b>3,70 €</b>			
<b>Advertorials:</b>	auf Anfrage				

## 8 Zuschläge:

- 8.1 Farbe  
 Je Normalfarbe (Eurosкала) 390,- €. Sonderfarben, die nicht aus der Eurosкала erzielt werden können, 25 % Zuschlag vom Grundpreis, mindestens aber **772,- €** je Farbe.
- 8.2 Platzierung  
 Bindende Platzierungsvorschriften (ab 1/2 Seite): jeweils 10 % vom Grundpreis

## 9 Software-Börse:

- Millimeterpreis 3,80 €  
 zzgl. pro Druckfarbe 26,00 €  
 Mindestlaufzeit für die Insertion beträgt 6 Ausgaben

## 10 Sonderwerbeformen:

- Fort-/Sonderdrucke auf Anfrage

## 11 Rabatte: bei Abnahme innerhalb eines Insertionsjahres (Beginn mit dem Erscheinen der ersten Anzeige)

Malstaffel	Mengenstaffel	
2-maliges Erscheinen 3 %	2 Seiten	5 %
4-maliges Erscheinen 5 %	4 Seiten	10 %
6-maliges Erscheinen 10 %	6 Seiten	15 %

Farbzuschläge, Einhefter und Beilagen werden rabattiert.  
 Postkarten werden nicht rabattiert.

## 12 Kombinationen:

- Finanz-Kombi **gi** und **vb** 15 % Preisvorteil.

## 13 Einhefter:

- 2-seitig (1 Blatt) 4.050,- €  
 4-seitig (2 Blatt), gefalzt 5.200,- €  
 6-seitig (3 Blatt), gefalzt 6.735,- €  
 Weitere Umfänge und Einhefter mit zusätzlicher Antwortkarte auf Anfrage.  
 Anlieferungstermin zum jeweiligen Druckunterlagenschluss.  
 Druckauflage: 6.000 Exemplare (Gesamtauflage).

## 14 Beilagen:

- lose eingelegt, maximale Größe 195 mm x 270 mm  
 Gewicht der Beilage  
 bis 25 g pro 1000 Stück 350,- €  
 je weitere 5 g pro 1000 Stück 35,- €  
 zzgl. gültiger Postgebühren je nach Auflage  
 Druckauflage: 6.000 Exemplare (Inlandsauflage), Teilbeilage auf Anfrage

## 15 Aufgeklebte Werbemittel:

- Beilagenpreis entsprechend Ziffer 14, zuzüglich Kosten für die technische Verarbeitung (Klebekosten)  
 Postkarten pro 1000 Stück 99,- €  
 zzgl. gültiger Postgebühren oder Versandkosten je nach Auflage

## 16 Lieferanschrift für Positionen 13 bis 15:

- Holzmann Druck, **geldinstitute** Nr. ....  
 Gewerbestraße 2, 86825 Bad Wörishofen

## Druckunterlagen in digitaler Form:

<u>Dateien:</u>	Dateiauflösung: 300 dpi
<u>Dateiformat:</u>	Hochauflösende, druckfähige PDF-Datei (PDF-1.3-Standard!), Andruck oder Proof (farbverbindlich)
<u>Medien:</u>	Benutzer und Passwort für den FTP Zugang bitte telefonisch erfragen. Datenträger: CD-ROM, DVD

Achtung bei Farbanzeigen: Ohne Lieferung eines Proofs kann keine verbindliche Farbwiedergabe gewährleistet werden. Bei unvollständigen oder fehlerhaften Daten/Druckunterlagen kann eine Reklamation nicht anerkannt werden.

Auftragserteilung mit Anzeigenkopie im Voraus an Holzmann Medien, Anzeigenabteilung Fiko, Gewerbestraße 2, 86825 Bad Wörishofen, Fax 082 47/3 54-4128

Weitere Hinweise: Druckunterlagen/Medien werden nicht länger als 1 Jahr nach letzter Einschaltung vom Verlag aufbewahrt.

**Ausführliche Informationen zu Druckunterlagen in digitaler Form erhalten Sie im Internet unter [www.geldinstitute.de](http://www.geldinstitute.de) im Bereich Media-Service.**

**Bei weiteren Fragen oder Übertragungsproblemen rufen Sie bitte an unter 082 47/3 54-1 28 oder -1 10**

Das Fachmagazin *geldinstitute* vermittelt dem Management in Geldinstituten objektive und umfassende Informationen aus den Bereichen eBanking, IT-Lösungen und Banktechnik. Die Empfänger sind Vorstände und Führungskräfte aus IT und Organisation in den Kreditinstituten.

Heft	ET = Erscheinungstermin AS = Anzeigenschluss DU = Druckunterlagen	Themen	Messen/Ausstellungen
<b>1</b> Februar Messeausgabe CeBIT  CallCenter for Finance Special 1/12	ET: 20.02.2012 AS: 06.02.2012 DU: 08.02.2012	<b>Topthema: Videoconferencing</b> Bankensoftware 2012 Cloud for Banks Zahlungsverkehr DMS-Lösungen Kreditbearbeitungssoftware Die sichere Bank	CallCenter World Berlin, 27.2.–1.3.2012  CeBIT Hannover, 6.–10.3.2012 WINCOR WORLD 2012 im Kreis Gütersloh, 20.–22.3.2012  <a href="#">Heftauslage auf der CallCenter World und CeBIT!</a>
<b>2</b> April	ET: 13.04.2012 AS: 22.03.2012 DU: 26.03.2012	<b>Topthema: CRM</b> Wertpapierberatung Firmenkundengeschäft Kernbankenslösungen Social Media Anlageberatung SB-Technik	COM – Fiducia Hausmesse, Nürnberg, 23.–26.4.2012  Finance Forum Germany, Wiesbaden, 12.–13.6.2012
<b>3</b> Juni	ET: 21.06.2012 AS: 31.05.2012 DU: 05.06.2012	<b>Topthema: BPM</b> Web 3.0 Mobile Banking Compliance Portfoliomanagement Cashlogistik Risikomanagement	SicherheitsExpo München, 4.–5.7.2012  Best Process Award, Frankfurt am Main, Preisverleihung im Juni
Branchen- Guide Banken/ Versicherungen	ET: 16.07.2012 AS: 07.06.2012 DU: 07.06.2012	Das Nachschlagewerk für Banken und Versicherungen: Ein perfekter Rahmen für Ihr Unternehmensporträt – Print und Online!	<a href="#">Heftauslage auf allen relevanten Messen!</a>

**4**  
September

Messeausgabe  
DMS EXPO,  
CRM-expo und  
it-sa

CallCenter  
for Finance  
Special 2/12

ET: 17.09.2012  
AS: 29.08.2012  
DU: 03.09.2012

**Topthema: DMS**

Vertrieboptimierung  
Rating/Scoring  
IT-Sicherheit  
Business Intelligence  
Geldbearbeiten  
Bankeinrichtung  
Postbearbeiten

Security,  
Essen, 25.–28.9.2012  
it-sa  
Nürnberg, 16.–18.10.2012  
CRM-expo  
Nürnberg, Oktober 2012  
DMS EXPO und IT&Business,  
Stuttgart, 23.–25.10.2012  
ORGATEC,  
Köln, 23.–27.10.2012

[Heftauslage auf der DMS EXPO,  
CRM-expo und it-sa!](#)

**5**  
November

FI-Forum  
Special 2012

ET: 06.11.2012  
AS: 17.10.2012  
DU: 22.10.2012

**Topthema: Filialgestaltung**

Betrugserkennung  
Geldwäsche  
Internationaler Zahlungsverkehr  
Core Banking  
Kreditsoftware  
Baufinanzierungsberatung

FI-Forum – Hausmesse der  
Finanz Informatik  
Frankfurt am Main, 13.–15.11.2012  
EURO FINANCE WEEK  
Frankfurt am Main, 19.–23.11.2012

[Heftauslage auf dem FI-Forum  
und der EURO FINANCE WEEK](#)

Branchen-  
Guide  
CallCenter  
for Finance

ET: 14.12.2012  
AS: 09.11.2012  
DU: 09.11.2012

Das CallCenter-Nachschlagewerk für die Finanzbranche: Ein perfekter Rahmen für Ihr Unternehmensporträt – Print und Online!

[Heftauslage auf allen CallCenter-Messen!](#)

**6**  
Dezember

ET: 11.12.2012  
AS: 20.11.2012  
DU: 23.11.2012

**Topthema: Business Intelligence**

Dokumentenmanagement  
Cashmanagement  
Recyclingsysteme  
Recruiting  
Forderungsmanagement  
Anlageberatung

# Unsere regelmäßigen Sonderpublikationen von **gi + vb**



## Das Special für die Finanzwirtschaft!

**CallCenter for Finance** erscheint 2 x jährlich als Sonderpublikation unserer Fachmagazine **geldinstitute** und **versicherungsbetriebe** mit einer Auflage von jeweils 10.000 Exemplaren. Zielgruppe sind Vorstände, IT- und Orgaleiter sowie Verantwortliche im CallCenter-Bereich in Banken und Versicherungen. Zusätzlich werden die Besucher aller großen Branchenmessen durch Auslage auf dem Fachpressestand erreicht. **CallCenter for Finance** ist offizieller Medienpartner des Call Center Verband Deutschland e.V.!



<b>Ausgabe:</b>	<b>1/Februar</b>	<b>2/September</b>
<b>Anzeigenschluss:</b>	06.02.2012	29.08.2012
<b>Druckunterlagen:</b>	08.02.2012	03.09.2012
<b>Erscheinungstermin:</b>	20.02.2012	17.09.2012

<b>Preisliste:</b>	<b>Anzeige</b>	<b>Advertorial</b>
1/1-Seite	2.500,00 €	2.000,00 €
1/2-Seite	1.750,00 €	1.400,00 €
1/3-Seite	1.250,00 €	1.100,00 €
1/4-Seite	990,00 €	750,00 €
2./4.-Umschlagseite	2.800,00 €	
Einhefter und Beilagen auf Anfrage		



Der **Branchen-Guide CallCenter for Finance** ist der perfekte Rahmen für Ihr Unternehmensporträt – ein Nachschlagewerk, das in ausführlicher redaktioneller Form Hersteller, Anbieter und Dienstleister vorstellt. Nutzen auch Sie die Möglichkeit, Ihr Unternehmen durch ein Firmenporträt auf bis zu vier Seiten der Branche zu präsentieren!

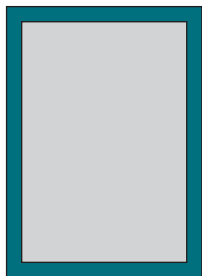
<b>Auflage:</b>	11.000 Exemplare
<b>Zielgruppe:</b>	Vorstände, IT- und Orgaleiter sowie Verantwortliche im CallCenter-Bereich in Banken und Versicherungen
<b>Vertrieb:</b>	9.000 Empfänger von <b>geldinstitute</b> und <b>versicherungsbetriebe</b> . Weitere Exemplare legen wir auf allen wichtigen Branchenmessen aus.

<b>Anzeigenschluss:</b>	09.11.2012
<b>Druckunterlagenschluss:</b>	09.11.2012
<b>Erscheinungstermin:</b>	14.12.2012

<b>Preisliste:</b>	
1 Seite Unternehmensporträt	1.700,00 €
1 Seite Unternehmensporträt + Anzeige	3.400,00 €
2 Seiten Unternehmensporträt	3.400,00 €
3 Seiten Unternehmensporträt + Anzeige	5.100,00 €
4 Seiten Unternehmensporträt	5.100,00 €
Online-Eintrag	250,00 €

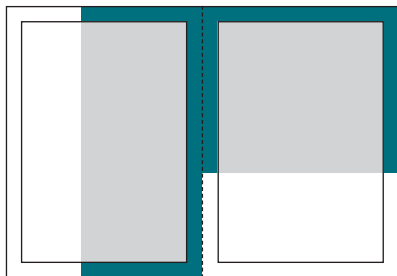
Weitere Informationen sowie Ansichtsexemplare erhalten Sie unter Telefon 08247/354-128.

Beschnittzugaben: Kopf 5 mm, Außenkanten je 3 mm, Bund 3 mm



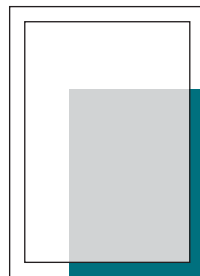
**1/1 Seite**  
185 mm B  
255 mm H

**Anschnitt**  
210 mm B  
297 mm H



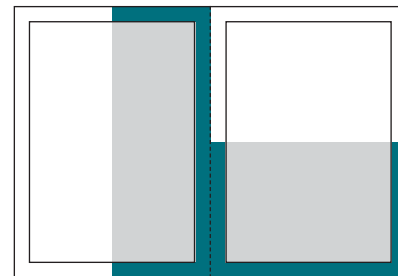
**2/3 S. H**  
122 mm B  
255 mm H

**Anschnitt**  
130 mm B  
297 mm H



**Junior-Page**  
137 mm B  
190 mm H

**Anschnitt**  
150 mm B  
205 mm H

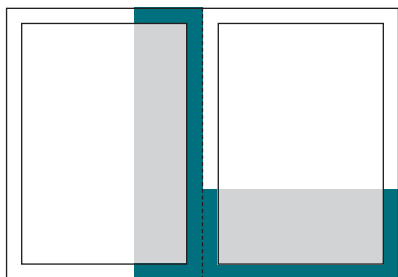


**1/2 S. H**  
90 mm B  
255 mm H

**Anschnitt**  
100 mm B  
297 mm H

**1/2 S. Q**  
185 mm B  
127 mm H

**Anschnitt**  
210 mm B  
150 mm H

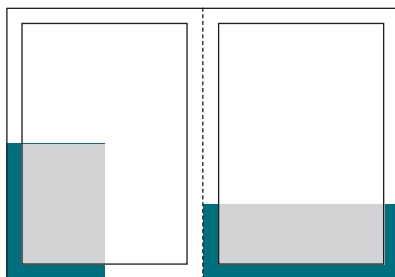


**1/3 S. H**  
58 mm B  
255 mm H

**Anschnitt**  
71 mm B  
297 mm H

**1/3 S. Q**  
185 mm B  
85 mm H

**Anschnitt**  
210 mm B  
104 mm H

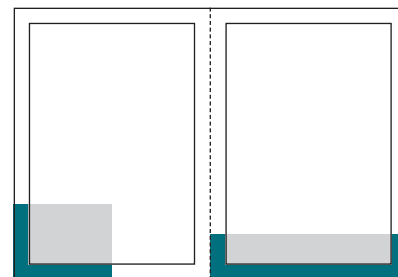


**1/4 S. H**  
90 mm B  
127 mm H

**Anschnitt**  
100 mm B  
147 mm H

**1/4 S. Q**  
185 mm B  
63 mm H

**Anschnitt**  
210 mm B  
84 mm H



**1/8 S. H**  
90 mm B  
63 mm H

**Anschnitt**  
100 mm B  
84 mm H

**1/8 S. Q**  
185 mm B  
31 mm H

**Anschnitt**  
210 mm B  
49 mm H

**1 Kurzcharakteristik:**

**geldinstitute**, das Fachmagazin für IT, Organisation und Kommunikation, gilt als Pflichtlektüre bei Führungskräften in Banken, Privatbanken, Spezialbanken, Sparkassen, Girozentralen, Volksbanken, Kreditinstituten auf Genossenschaftsbasis und Bausparkassen, Postsparkassen und Postscheckkämtern. Redaktion, Fachbeirat und ein Stab von Experten auf allen Teilgebieten sorgen dafür, dass jede Information mit einem zusätzlichen Nutzen ausgestattet ist. Beispielsweise werden Berichte in Wort und Bild über Bank-IT, Banktechnik und Organisation, Systeme und Mittel für die moderne Planung, Einrichtung und Organisation von Geldinstituten durch Vergleiche, Kostenuntersuchungen und Hinweise auf Anwendungsmöglichkeiten erweitert und damit nutzbringend für den fachkundigen Leser aufbereitet.

Unabhängige Experten aus dem In- und Ausland regen mit Reportagen, Fallbeispielen, Analysen und Meinungen Diskussionen an. **geldinstitute** greift die Probleme der IT-Entscheider in den Geldinstituten auf, bietet Lösungen an und dient als Brücke vom Hersteller zum Anwender.

**2 Erscheinungsweise:**

6-mal jährlich

**3 Jahrgang:**

43. Jahrgang 2012

**4 Web-Adresse:**

www.geldinstitute.de

**5 Mitgliedschaften:**

–

**6 Organ:**

–

**7 Herausgeber:**

Alexander Holzmann, Bad Wörishofen

**8 Verlag:**

Holzmann Medien GmbH & Co. KG  
Postanschrift: Postfach 13 42 und 13 43, 86816 Bad Wörishofen  
Hausanschrift: Gewerbestraße 2, 86825 Bad Wörishofen  
Telefon: (08247) 354-01  
Telefax: (08247) 354-160  
Internet: www.geldinstitute.de  
www.holzmann-medien.de  
E-Mail: anzgibv@holzmann-medien.de

**9 Redaktion:**

Dipl.-Kfm. Erwin Ströbele (verantwortlich)  
Telefon: (08247) 354-107  
erwin.stroebele@holzmann-medien.de

**10 Anzeigen:**

Claudia Baur-Kaltenmaier (verantwortlich)  
Telefon: (08247) 354-110  
E-Mail: claudia.baur@holzmann-medien.de  
Anzeigenverkauf/-verwaltung  
Telefon: (08247) 354-128  
E-Mail: anzgibv@holzmann-medien.de  
Anja Ehrgartner (Handelsvertretung)  
Telefon: (08193) 9905433  
E-Mail: anzeigen-gi@holzmann-medien.de

**11 Vertrieb:**

Corinna Zippan (verantwortlich)  
Telefon: (08247) 354-295  
E-Mail: corinna.zippan@holzmann-medien.de

**12 Bezugspreis:**

Jahresabonnement	Inland	116,20 € (inkl. MwSt. u. Versand)
	Ausland	123,40 € (inkl. MwSt. u. Versand)
Einzelverkaufspreis		21,00 € (inkl. MwSt. zzgl. Versand)

**13 ISSN:**

0932-4585

**14 Umfangs-Analyse:**

2010 = 6 Ausgaben

**Format der Zeitschrift:**

DIN A4

**Gesamtumfang:**

456 Seiten = 100,0 %

**Redaktioneller Teil:**

399 Seiten = 88,0 %

**Anzeigenteil:**

57 Seiten = 12,0 %

davon: Beihefter/Einhefter/Durchhefter: –

**Beilagen:**

9 Stück

davon Teilbeilagen

3 Stück

**15 Inhalts-Analyse Redaktion:**

Fachbereiche Bank-IT	223 Seiten = 55,9 %
Fachbereiche Planen/Bauen/Einrichten	10 Seiten = 2,6 %
Fachbereiche Sicherheitstechnik	42 Seiten = 10,5 %
Trends der Bank-IT	72 Seiten = 18,0 %
Marketing/Vertrieb	16 Seiten = 4,0 %
Veranstaltungen/Leitartikel/Management	
Büro/Bücher	30 Seiten = 7,5 %
Sonstiges	6 Seiten = 1,5 %

Gesamtumfang – Redaktion

399 Seiten = 100,0 %

**16 Auflagen-Kontrolle:****17 Auflagen-Analyse:**

Exemplare pro Ausgabe im Durchschnitt für die Zeit vom  
1. Juli 2010 bis 30. Juni 2011 davon Ausland

<b>Druckauflage:</b>	6.000	
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):</b>	5.557	187
<b>Verkaufte Auflage:</b>	1.106	135
– Abonnierte Exemplare:	1.054	133
	davon	447 Mitgliederstücke 29 0 Mehrfachstücke
– Sonstiger Verkauf:	52	2
– Einzelverkauf:	0	
<b>Freistücke:</b>	4.451	davon 52 519 ausgelegt 4 Auslegestellen
<b>Rest-, Archiv- und Belegexemplare</b>	443	

**Verbreitung nach Nielsen-Gebieten/Bundesländern**

	%	Exemplare
<b>Nielsen-Gebiet I</b>	12,04	669
<b>Nielsen-Gebiet II</b>	18,37	1.021
<b>Nielsen-Gebiet IIIa</b>	21,40	1.189
<b>Nielsen-Gebiet IIIb</b>	10,06	559
<b>Nielsen-Gebiet IV</b>	16,27	904
<b>Nielsen-Gebiet V</b>	2,95	164
<b>Nielsen-Gebiet VI</b>	2,75	153
<b>Nielsen-Gebiet VII</b>	2,97	165
<b>Ausland</b>	3,37	187
<b>Sonstige*</b>	9,82	546
<b>Tatsächlich verbreitete Inlands-Auflage</b>	100,00	5.557

\*) Sonstige = nicht analysierte Auflage (insbesondere: Messe-, Veranstaltungstücke, Buchhandel, Einzelverkauf etc.)

## Kurzfassung der Erhebungsmethode (Schema 2)

### 1. Beschaffenheit der Datei:

In der Empfängerdatei sind die Anschriften aller Empfänger erfasst. Aufgrund der vorhandenen postalischen Angaben kann die Datei nach Postleitzahlen bzw. Inlands- und Auslandsempfängern sortiert werden.

### 2. Untersuchungsmethode:

Verbreitungs-Analyse durch Dateiauswertung – Total-Erhebung

### 3. Tag der Datei-Auswertung: 06.10.2011

### 4. Struktur der Empfängerschaft:

a) Gesamtzahl der Empfänger in der Datei:	19.606		
b) Empfängerstruktur nach Vertriebsformen:			
– verkaufte Auflage	1.106		
– ständige Freistücke	662		
– wechselnde Freistücke	3.490		
– Einzelverkauf	0		
– Werbeexemplare	299		
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	5.557		
– davon Inland	5.370		
– davon Ausland	187		
5. Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):			
Grundgesamtheit (tvA)	5.557	100,0 %	
Davon in der Untersuchung nicht erfasst	536	9,6 %	
– Einzelverkauf	0		
– Werbeexemplare	299		
– über Buchhandel geliefert	237		
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA)	5.021	90,4 %	

### 6. Beschreibung der Erhebung:

Die Auswertung basiert auf einer Analyse der Gesamtdatei. Die ermittelten Anteile für die Verbreitung im Inland und im Ausland wurde auf die tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt gemäß AMF-Ziffer 17 projiziert.

### 7. Zielperson der Untersuchung: entfällt

### 8. Definition des Lesers: entfällt

### 9. Schwankungsbreite: entfällt

### 10. Durchführung der Untersuchung: Verlag

### 11. Zeitraum der Untersuchung: Juli 2011

## Kurzfassung der Erhebungsmethode (Schema 3-E)

### 1. Beschaffenheit der Datei:

Die Anschriften der Empfänger sind mit Beschreibungsmerkmalen (Branchenkennziffer) und Nutzungsdaten (Abonnement, ständiges Freistück, Wechselsversand) gespeichert.

### 2. Untersuchungsmethode:

Empfänger-Struktur-Analyse durch Dateiauswertung – Totalerhebung.

### 3. Tag der Datei-Auswertung: 06.10.2011

### 4. Struktur der Empfängerschaft:

a) Gesamtzahl der Empfänger in der Datei:	19.606		
b) Empfängerstruktur nach Vertriebsformen:			
– verkaufte Auflage	1.106		
– ständige Freistücke	662		
– wechselnde Freistücke	3.490		
– Einzelverkauf	0		
– Werbeexemplare	299		
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	5.557		
– davon Inland	5.370		
– davon Ausland	187		
c) Gesamtzahl der wechselnden Empfänger (Wechsel nach jeder Ausgabe)	14.743		
5. Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):			
Grundgesamtheit (tvA)	5.557	100,0 %	
Davon in der Untersuchung nicht erfasst	536	9,6 %	
– Einzelverkauf	0		
– Werbeexemplare	299		
über Buchhandel geliefert	237		
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA)	5.021	90,4 %	

### 6. Beschreibung der Erhebung:

Die Auswertung basiert auf einer Analyse der Gesamtdatei. Die jeweils ermittelten Anteile wurden auf die tatsächlich verbreitete Auflage gemäß AMF-Ziffer 17 umgerechnet, wobei die wechselnden Empfänger nach ihrer durchschnittlichen Gewichtung berücksichtigt wurden. Qualifizierung der Adressen durch den Verlag; Adress- und Fernsprechkbücher; Mitteilungen der Empfänger; Messekataloge  
Ausschöpfung für das Branchenmerkmal 18.269 93,2 %  
Keine Angaben in der Datei 1.337 6,8 %  
19.606 100,0 %

### 7. Zielperson der Untersuchung: entfällt

Angaben entfallen, weil in der Untersuchung keine personenbezogenen Merkmale erhoben worden sind und überdies die Fachzeitschrift nahezu völlig an institutionelle Empfänger-Adressen geliefert wird.

### 8. Definition des Lesers: entfällt

### 9. Schwankungsbreite: entfällt

### 10. Durchführung der Untersuchung: Verlag

### 11. Zeitraum der Untersuchung: Juli 2011

**19 Branchen/Wirtschaftszweige/Unternehmenstypen**

Branche	%	Expl.
Produzierendes Gewerbe	2,02	112
Handel	1,31	73
<b>Kredit- und Versicherungsgewerbe</b>		
Kreditgewerbe allgemein	8,51	473
Zentralbanken	0,56	31
Kreditinstitute	6,69	372
Kreditbanken	7,76	431
Sparkassen	22,04	1.225
Genossenschaftliche Zentralbanken	0,47	26
Kreditgenossenschaften	20,50	1.139
Realkreditinstitute	0,49	27
Kreditinstitute mit Sonderaufgaben	0,94	52
Bausparkassen	1,04	58
Datenverarbeitung und Datenbanken	1,49	83
Rechts- und Wirtschaftsberatung	2,14	119
Sonstige Dienstleistungsgewerbe	1,57	87
Erziehung und Unterricht	8,01	445
Messen	9,86	548
Weitere qualifizierte Branchen und Anteil > 0,5 %	1,91	106
Sonstige	2,69	150
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage</b>	<b>100,00</b>	<b>5.557</b>

**20 Größe der Wirtschaftseinheit**
**21.1 Tätigkeitsmerkmal: Aufgabenbereich**
**21.2 Tätigkeitsmerkmal: Position im Betrieb**
**22.1 Bildung/Ausbildung: Schulabschluss**
**22.2 Bildung/Ausbildung: Berufliche Ausbildung**
**23 Alter**

Zu diesem Merkmal stehen für die Dateianalyse keine Daten zur Verfügung.

Die Merkmale wurden nicht erhoben, weil die Beurteilung dieses Fachmagazins als Werbeträger hiervon nicht abhängig ist.

**Die Untersuchung entspricht in der Anlage, Durchführung und Berichterstattung dem ZAW-Rahmenschema für Werbeträger-Analysen in der aktuellen Fassung.**

# Der **starke** Doppelpack für Ihre Werbebotschaft!



Erreichen Sie  
die IT-Entscheider  
der gesamten  
Finanzwelt!

Profitieren Sie von **15 % Preisvorteil** bei einer  
Kombinationsbuchung unserer beiden Fachmagazine.

Mehr Informationen erhalten  
Sie bei Ihren Ansprechpartnern:

Claudia Baur-Kaltenmaier,  
Tel. 08247/354-110

Tel. 08247/354-128



- 1 Web-Adresse (URL):** <http://www.geldinstitute.de>  
<http://www.versicherungsbetriebe.de>
- 2 Kurzcharakteristik:** [www.geldinstitute.de](http://www.geldinstitute.de) und [www.versicherungsbetriebe.de](http://www.versicherungsbetriebe.de) haben es sich zur Aufgabe gemacht, die aktuellsten Informationen zu den Geschehnissen in der Welt der Bank-T und Banktechnik sowie der Versicherungs-IT bereitzustellen. Dazu gibt es in beiden Portalen außer tagesaktuellen Meldungen auch Bildergalerien und Videoclips. Ein Archiv mit Suchfunktion liefert Artikel zu nahezu allen aktuellen Themen der BankIT und Bankorganisation bzw. der Versicherungs-IT. Und selbstverständlich findet man alles was im aktuellen Printmedium geboten wird. Ein elektronischer Marktplatz ist in Vorbereitung. Befragungen der Webnutzer zu aktuellen Fragen runden das Angebot ab.
- 3 Zielgruppe:** Meinungsführer, Entscheider und Fachkräfte aus der Bank- und Versicherungs-IT.
- 4 Verlag:** Holzmann Medien GmbH & Co. KG  
Postfach 13 42 und 13 43, D-86816 Bad Wörishofen  
Gewerbestraße 2, D-86825 Bad Wörishofen  
Telefon: 0 82 47/3 54-01, Fax: 0 82 47/3 54-1 60  
Internet: <http://www.holzmann-medien.de>  
E-Mail: [anzgjbv@holzmann-medien.de](mailto:anzgjbv@holzmann-medien.de)
- 5 Ansprechpartner:** Claudia Baur-Kaltenmaier (verantwortlich)  
Telefon: 0 82 47/3 54-1 10, Fax: 0 82 47/3 54-41 10  
E-Mail: [claudia.baur@holzmann-medien.de](mailto:claudia.baur@holzmann-medien.de)  
Anzeigenverkauf/-verwaltung  
Telefon: 0 82 47/3 54-1 28, Fax: 0 82 47/3 54-41 28  
E-Mail: [anzgjbv@holzmann-medien.de](mailto:anzgjbv@holzmann-medien.de)
- 6 Zugriffskontrolle:** -
- 7 Zugriffe:** auf Anfrage
- 8 Datenanlieferung:** mindestens 3 Werktage vor Schallbeginn per E-Mail an [stefanie.minst@holzmann-medien.de](mailto:stefanie.minst@holzmann-medien.de) oder per ISDN (Mac) 0 82 47/3 54-3 69  
Bild im GIF- oder JPG-Format, maximale Dateigröße 20 KB  
Textmenge ca. 500 Zeichen (maximal)  
Die Ziel-URL muss mit der Variablen „clickTag“ versehen werden.
- 9 Externer AdServer-Einsatz:**
- 10 Werbeformen und Preise:** siehe Folgeseiten
- 11 Rabatte:** keine Rabatte
- 12 Zahlungsbedingungen:** nach Erscheinen, innerhalb von 14 Tagen ab Rechnungsdatum ohne Abzug; bei Vorauszahlung 2 % Skonto.  
USTIdent-Nr. DE 129 204 092
- Bankverbindungen:** Sparkasse Memmingen, Kto. 101 709, BLZ 731 500 00  
IBAN: DE50 7315 0000 0000 1017 09, BIC: BYLADEM1MLM  
Postbank München, Kto. 17 930-807, BLZ 700 100 80  
IBAN: DE07 7001 0080 0017 9308 07, BIC: PBNKDEFF  
für Zahlungen aus Österreich:  
BAWAG P.S.K., Kto. 1 337 198, BLZ 60 000  
IBAN: AT27 6000 0000 0133 7198, BIC: OPSKATWW  
für Zahlungen aus der Schweiz:  
PostFinance, Kto. 80-54 743-1  
IBAN: CH55 0900 0000 8005 4743 1, BIC: POFICHBEXX

## Der gi/vb-Newsletter

**Gezielt werben:** Senden Sie Ihre Werbebotschaft direkt ins E-Mail-Postfach der Newsletter-Abonnenten! Die aktuelle Empfängerzahl teilen wir Ihnen gerne mit.

Aktuelle Nachrichten und Termine für Banken und Versicherungen. Berichtet wird über Studien, Märkte, Unternehmen, Technik und IT.



### Newsletter-Termine 2012

#### (Erscheinungsweise monatlich)

23.01.2012	16.07.2012
01.03.2012	13.08.2012
16.03.2012	17.09.2012
16.04.2012	15.10.2012
14.05.2012	12.11.2012
11.06.2012	03.12.2012

### Mögliche Werbeformen:

#### Fullsize-Banner

(468 x 60 Pixel, nicht animiert) 300,00 €

**Textanzeige** 200,00 €

**Bild-Text-Anzeige** 300,00 €

**Headline:** max. 80 Zeichen inkl. Leerzeichen + Link-Adresse

**Text:** 600 – max. 800 Zeichen inkl. Leerzeichen + Link-Adresse

**Bild:** 100 Pixel breit, max. 70 Pixel hoch, Bildauflösung 72 dpi

## Individual-Newsletter

**Exklusiv werben:** Sie möchten für eine Veranstaltung einladen oder Ihr neues Produkt bewerben? Wir erstellen Ihnen einen individuellen Newsletter mit aktuellen Branchenthemen zu einem von Ihnen gewünschten Termin, indem Sie exklusiv Ihre Werbebotschaft transportieren können.

Preis: 1.000,00 €

### Bild-Text-Anzeige:

**Headline:** max. 80 Zeichen inkl. Leerzeichen + Link-Adresse

**Text:** max. 2.000 Zeichen inkl. Leerzeichen + Link-Adresse

**Bild:** 100 Pixel breit, max. 70 Pixel hoch, Bildauflösung 72 dpi

Der Newsletter gliedert sich wie folgt:

1. Logos geldinstitute und versicherungsbetriebe
2. Inhaltsverzeichnis
3. Anzeige des Kunden (Textanzeige bis max. 2.000 Zeichen inkl. Leerzeichen, zusätzlich Foto oder Logo im jpg-Format, Überschrift und Link)
4. Fünf redaktionelle Meldungen
5. Impressum

Weitere Informationen erhalten Sie unter Tel. 08247/354-128

Werbeform	Platzierung	Format (Breite x Höhe)	Preis gi für 4 Wochen
<b>Banderole Ad</b>	auf Anfrage	770x250	440,- €
<b>Button</b>	Homepage/alle Rubriken	156x100	180,- €
<b>Content Ad</b>	Homepage/alle Rubriken	300x250	380,- €
<b>FlashLayer</b>	auf Anfrage	400x400 bis 600x600	440,- €
<b>Footer Ad</b>	Homepage/alle Rubriken	770x250	440,- €
<b>Fullsize Banner</b>	Homepage/alle Rubriken	468x60	300,- €
<b>Halfsize Banner</b>	Homepage/Alle Rubriken	234x60	230,- €
<b>Online-Advertorial</b>	Homepage/Alle Rubriken	auf Anfrage	760,- €
<b>PagePeel</b>	auf Anfrage	130x130	380,- €
<b>PopUp</b>	Homepage/alle Rubriken	200x300	340,- €
<b>Shaped PopUp</b>	Homepage/alle Rubriken	400x300	340,- €
<b>Skyscraper</b>	Homepage/alle Rubriken	120x600 bis 160x600	380,- €
<b>Super Banner</b>	Homepage/alle Rubriken	728x90	440,- €
<b>Tandem Ad</b>	Homepage/alle Rubriken	auf Anfrage	680,- €
<b>Triple Ad</b>	Homepage/Alle Rubriken	auf Anfrage	1.060,- €
<b>Video Ad</b>	Homepage	auf Anfrage	440,- €
<b>Wallpaper</b>	Homepage/Alle Rubriken	728x90/120x600 bis 728x90/160x600	760,- €

Allen Preisen ist der jeweils gültige gesetzliche Mehrwertsteuersatz hinzuzurechnen.

**Sonderwerbformen:**  
(Online-Einkaufsführer)

• **Preis für den Standard-Eintrag**

Adresse, Telefon und Fax, E-Mail  
(Link/Homepage) bis zu 3 Produkte/Services  
werden veröffentlicht.

**pro Jahr 150,- €**

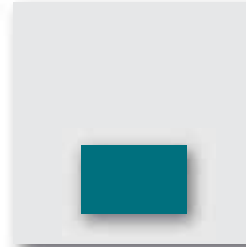
• **Preis für den Premium-Eintrag**

Adresse, Telefon und Fax, E-Mail-Adresse (verlinkt),  
Logo (verlinkt), Beschreibung aller Produkte  
und Services.

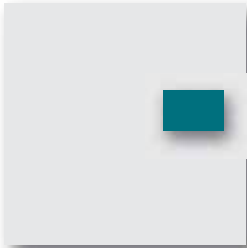
**pro Jahr 200,- €**

**Banderole Ad (770 x 250 Pixel)**

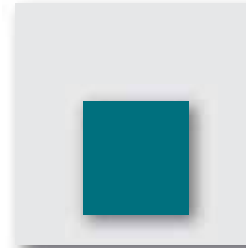
Das Werbemittel liegt im direkt sichtbaren Bereich und legt sich wie ein Streifen quer über die Website. Das Banderole Ad ist effektiv und äußerst aufmerksamkeitsstark.

**Content Ad/Medium Rectangle (300 x 250 Pixel)**

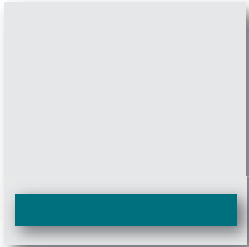
Prominente Platzierung im redaktionellen Umfeld der Website. Durch die zentrale Platzierung ist dieses Werbemittel permanent sichtbar und rückt in das Blickfeld des Users.

**Button (Format 156 x 100 Pixel)**

Die Platzierung erfolgt auf der rechten Menüleiste neben dem Inhalt. Der Button kann statisch, animiert oder interaktiv gestaltet werden und führt mit einem Link zur Website des Werbetreibenden.

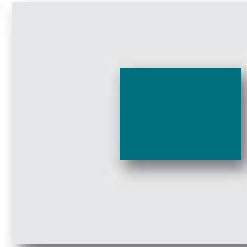
**FlashLayer (400 x 400 Pixel)**

Ein FlashLayer ist ein auf DHTML basierendes animiertes Werbeformat. Dieses ist großflächig und hat einen unbegrenzten Spielraum bei der Gestaltung. Die Einblendung erfolgt bei Aufruf der Website direkt über dem Content.



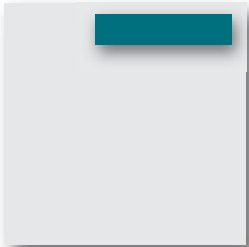
#### **Footer Ad (770 x 250 Pixel)**

Platzierung an der unteren Kante der Website. Durch die Alleinstellung am Ende einer Seite genießt das Format die komplette Aufmerksamkeit des Users und Markenbotschaften werden optimal transportiert.



#### **Online-Adertorial (Format individuell)**

Platzierung je nach Bedarf, kann auch z.B. über einen Button geöffnet werden.



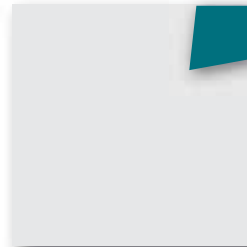
#### **Fullsize Banner (468 x 60 Pixel)**

Die etablierte Werbeform im Internet mit flexiblen Einsatzmöglichkeiten.



#### **Halfsize Banner (234 x 60 Pixel)**

Die kleinere Variante der bewährten Standard-Werbeform



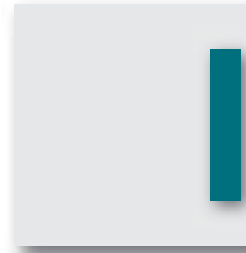
#### **PagePeel (130 x 130 Pixel)**

Die Werbeform erscheint in der rechten oberen Ecke einer Internetseite, flattert leicht aber auffällig, im Deutschen auch als „Eselsohr“ bezeichnet. Fährt der User mit der Maus über diese kleine Fläche, wird eine wesentlich größere Grafik aufgeklappt.



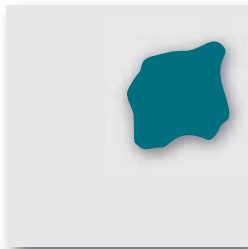
**PopUp (200 x 300 Pixel)**  
**PopUnder (400 x 300 Pixel)**

Die Werbebotschaft erscheint plötzlich in einem separaten Fenster über bzw. unter dem Content. Erst beim Schließen des Fensters ist das PopUp/PopUnder nicht mehr sichtbar. Durch die attraktive Positionierung steht die Werbemessage im Mittelpunkt und erweckt hohe Aufmerksamkeit beim User.



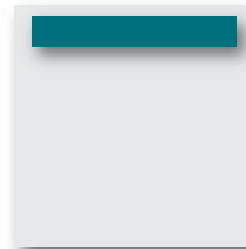
**Skyscraper (120 x 600 Pixel)**  
**Wide Skyscraper (160 x 600 Pixel)**  
**Expandable Skyscraper (max. 420 x 600 Pixel)**

Der Skyscraper wird am rechten Bildschirmrand neben dem Content platziert. Diese Werbeform zeichnet sich durch großen kreativen Gestaltungsspielraum und die sehr gute Wahrnehmung durch den User aus.



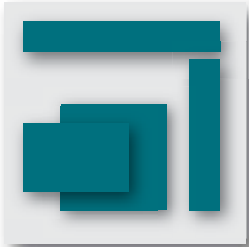
**Shaped Pop-Up (400 x 300 Pixel)**

Die Platzierung erfolgt über dem Content. Ein Teil des Sujets verlässt mittels Layer seinen Platz und zieht damit die Aufmerksamkeit des Users auf sich.



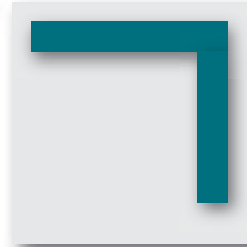
**Super Banner (728 x 90 Pixel)**  
**Expandable Super Banner**  
**(max. 728 x 250 Pixel)**

Aufmerksamkeitsstarkes Werbeformat mit vollflächiger Präsenz in der Bannerleiste. Einsatz im sofort sichtbaren Bereich mit großem kreativen Gestaltungsspielraum.



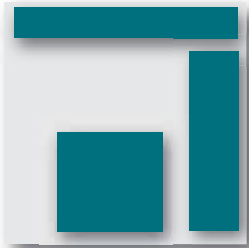
### **Tandem Ad**

Die Auslieferung von zwei gemeinsam agierenden klassischen Werbemitteln dient einer äußerst starken Wahrnehmung. Kombinationen von einem FlashLayer, Super Banner, Skyscraper oder Content Ad/Medium Rectangle.



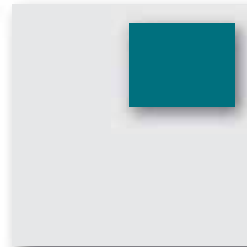
### **Wallpaper**

Kombination aus Super Banner und Skyscraper. Wallpaper färben meist den oberen und rechten Seitenrand der Website ein. Ein aufmerksamkeitsstarkes Werbemittel, welches den Wiedererkennungswert stark erhöht.



### **Triple Ad**

Das Triple Ad ist eine gleichzeitig ausgelieferte Kombination aus drei oder mehr unterschiedlichen Werbeformen, die in Abhängigkeit stehen. Die Werbeformen können dabei auch miteinander agieren.



### **Video Ad**

Das innovative Werbemittel!  
Nach Aufruf des Videos wird ein interaktiver Werbespot eingespielt ohne heruntergeladen werden zu müssen. Einblendung als Grafik, Animation oder Video vor (Preroll), hinter (Postroll) oder im Hauptfilm (Overlay). Jede Platzierung kann mit einem Link zur Website des Werbetreibenden ausgestattet werden.

### **Format/Position**

Preroll/Postroll: Bilder (gif-, jpg-, png), Animationen (swf), Videos (flv)

Overlay: Die Animation wird während des Films am unteren Bildschirmrand eingeblendet (swf).

# Branchen-Guide

## Banken/Versicherungen

### Das Nachschlagewerk mit Langzeitwirkung!

**Der Branchen-Guide Banken/Versicherungen** – ein Nachschlagewerk, das 1x jährlich in einer Print- und Onlineversion erscheint, an die gesamte Finanzwirtschaft vertrieben und den Fachbesuchern von wichtigen Branchenmessen kostenfrei zur Verfügung gestellt wird. In ausführlicher redaktioneller Form werden Hersteller, Anbieter und Dienstleister vorgestellt. Nutzen auch Sie die Möglichkeit, Ihr Unternehmen durch ein Firmenporträt auf bis zu vier Seiten der Branche zu präsentieren!

**Auflage:** 14.000 Exemplare  
**Annahmeschluss:** 07.06.2012  
**Erscheinungstermin:** 16.07.2012



Musterseite: 1 Seite Unternehmensporträt + 1 Seite Anzeige/Bild



### Preisliste:

1 Seite Unternehmensporträt	1.700,00 €
1 Seite Unternehmensporträt + 1 Seite Anzeige/Bild	3.400,00 €
2 Seiten Unternehmensporträt	3.400,00 €
3 Seiten Unternehmensporträt + 1 Seite Anzeige/Bild	5.100,00 €
4 Seiten Unternehmensporträt	5.100,00 €
Online-Eintrag:	250,00 €
2., 3., 4. Umschlagseite auf Anfrage	

Fordern Sie Ihren detaillierten Infolyer und ein Ansichtsexemplar unter 08247/354-128 an.

## Ihre Ansprechpartner im Verlag:



Anzeigenleitung:  
**Claudia Baur-Kaltenmaier**  
Tel. +49 8247 354-110  
claudia.baur  
@holzmann-medien.de



Redaktionsassistentz:  
**Inge Holzmann**  
Tel. +49 8247 354-106  
inge.holzmann  
@holzmann-medien.de



Chefredaktion:  
**Erwin Ströbele**  
Tel. +49 8247 354-107  
erwin.stroebele  
@holzmann-medien.de

## Handelsvertretung für geldinstitute:

Anja Ehgartner | Dipl.-Kommunikationswirt  
Am Berg 4 | 86949 Windach | Telefon +49 8193 9905433 | Telefax +49 8193 9905452 | Mobil +49 172 102630  
anzeigen-gi@holzmann-medien.de

Für die Schaltung von Anzeigen und sonstigen Werbemitteln in den Print- und Onlinemedien der Holzmann Medien GmbH & Co. KG („Holzmann“), Gewerbestraße 2, 86825 Bad Wörishofen, gelten ausschließlich die nachstehenden allgemeinen Geschäftsbedingungen („AGB“).

**1.** „Auftrag“ im Sinne dieser AGB ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel (gemeinsam „Anzeigen“) von Werbungstreibenden oder sonstigen Inserenten („Auftraggeber“) in einer Druckschrift („Druckschrift“) und/oder in Onlinemedien zum Zweck der Verbreitung. Ein Werbemittel in Onlinemedien kann beispielsweise aus einem oder mehreren der folgenden Elemente bestehen:

– aus einem Bild und/oder Text, aus Tonfolgen und/oder Bewegtbildern (z.B. Banner, Skyscraper, Pop-up);  
– aus einer bestimmten Fläche, die als Anknüpfen die Verbindung mit einer vom Auftraggeber genannten Onlineadresse zu weiteren Daten herstellt, die im Bereich des Auftraggebers und/oder Dritten liegen (z.B. Link).

**2.** Aufträge können persönlich, telefonisch, schriftlich, per E-Mail, Telefax oder per Internet aufgegeben werden. Holzmann haftet nicht für Übermittlungsfehler. Vorbehaltlich entgegenstehender individueller Vereinbarungen kommt der Vertrag erst nach schriftlicher Bestätigung durch Holzmann zustande. Auftragsbestätigungen über EDV (z.B. per E-Mail) sind auch ohne Unterschrift rechtsverbindlich. Nach Anzeigenschluss bzw. bei Onlinemedien fünf Werktage vor Aufschaltung sind Stornierungen, Änderungen von Größen, Formaten und Wechsel von Farben nicht mehr möglich.

**3.** „Abschluss“ ist ein Auftrag, bei dem Rabatte gemäß der jeweiligen Preisliste gewährt werden und bei dem die einzelnen Veröffentlichungen der Anzeigen auf Abruf des Auftraggebers erfolgen. Die in der Preisliste vorgesehenen Rabatte werden nicht gewährt für Auftraggeber, deren Geschäftszweck unter anderem darin besteht, für verschiedene Werbungtreibende Anzeigenaufträge zu erteilen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen. 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 eines Jahres nach Vertragsabschluss abgerufen und veröffentlicht wird.

**4.** Werden einzelne oder mehrere Abrufe eines Abschlusses aus Umständen nicht erfüllt, die Holzmann nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass Holzmann zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich von Holzmann beruht. Der Auftraggeber hat, sofern nichts anderes vereinbart ist, rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Holzmann innerhalb eines Jahres entsprechenden Nachlass. Der Abruf weiterer Anzeigen über die im Auftrag genannte Menge hinaus steht unter dem Vorbehalt vorhandener Kapazität.

**5.** Bei der Errechnung der Abnahmemengen von gedruckten Anzeigen werden Text-Millimeterzeilen ggf. dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.

**6.** Aufträge für Anzeigen, die nur in bestimmten Heftnummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig bei Holzmann 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. Platzierungszusagen und der Ausschluss von Konkurrenzanzeigen sind nur wirksam, wenn Holzmann dies schriftlich bestätigt.

**7.** Textteilanzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche von Holzmann mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

**8.** Holzmann behält sich vor, Anzeigen – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – abzulehnen oder zu sperren, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen, insbesondere gegen Bestimmungen des Strafgesetzbuches oder des Jugendschutzrechts, verstößt oder vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder deren Veröffentlichung für Holzmann wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder wenn Anzeigen Werbung Dritter oder für Dritte enthalten oder deren Inhalt gegen die Interessen der herausgebenden Verbände und Organisationen verstößt.

Insbesondere kann Holzmann eine bereits veröffentlichte Anzeige zurückziehen und/oder sperren, wenn der Auftraggeber nachträgliche Änderungen der Inhalte der Anzeige selbst vornimmt oder die Daten nachträglich verändert werden, auf die durch einen Link verwiesen wird und hierdurch die Voraussetzungen des Absatzes 1 erfüllt werden. Beilagenaufträge sind für Holzmann erst nach Vorlage eines Modells und dessen Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbundwerbung), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annahmeerklärung von Holzmann. Diese berechtigt Holzmann zur Erhebung eines Verbundaufschlages. Die Ablehnung einer Anzeige oder eines anderen Werbemittels wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

**9.** Für die rechtzeitige Lieferung und die einwandfreie Beschaffenheit geeigneter Druckunterlagen oder anderer Werbemittel ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Bei der Anlieferung von digitalen Druckunterlagen oder Daten für Onlinewerbemittel ist der Auftraggeber ver-

pflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder den technischen Vorgaben von Holzmann entsprechende Vorlagen für Anzeigen anzuliefern. Die Vorlagen für digitale Druckunterlagen müssen Holzmann bis zum jeweiligen Anzeigenschluss, die Vorlagen für Onlinewerbemittel spätestens fünf Werktage vor Schaltungsbeginn vorliegen. Kosten von Holzmann für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretenden Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen. Vereinbart ist die für den belegten Titel nach Maßgabe der Angaben in der Preisliste sowie in der Auftragsbestätigung übliche Beschaffenheit der Anzeigen im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Dies gilt nur für den Fall, dass der Auftraggeber die Vorgaben von Holzmann zur Erstellung und Übermittlung von Druckunterlagen einhält. Der Auftraggeber hat vor einer digitalen Übertragung von Daten dafür Sorge zu tragen, dass diese frei von Computerviren sind. Entdeckt Holzmann auf einer ihm übermittelten Datei Computerviren, wird diese Datei gelöscht, ohne dass der Auftraggeber hieraus Ansprüche geltend machen könnte. Holzmann behält sich vor, den Auftraggeber auf Schadensersatz in Anspruch zu nehmen, wenn durch solche, durch den Auftraggeber infizierte Computerviren Holzmann Schäden entstanden sind. Sind etwaige Mängel bei den Werbungsunterlagen nicht offenkundig, so hat der Auftraggeber bei ungenügender Veröffentlichung keine Ansprüche. Das Gleiche gilt bei Fehlern in wiederholten Werbungsunterlagen, wenn der Auftraggeber nicht rechtzeitig vor Veröffentlichung der nächstfolgenden Werbungsabteilung auf den Fehler hinweist.

**10.** Druckunterlagen/Medien werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgegeben. Druckunterlagen/Medien werden nicht länger als ein Jahr nach letzter Einschaltung von Holzmann aufbewahrt.

**11.** Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder unvollständigem Abdruck der Anzeige oder bei ungenügender Wiedergabequalität des Werbemittels Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung des anderen Werbemittels, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige oder des anderen Werbemittels beeinträchtigt wurde. Holzmann hat das Recht, eine Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung zu verweigern, wenn diese einen Aufwand erfordert, der unter Beachtung des Inhalts des Schuldverhältnisses und der Gebote von Treu und Glauben in einem groben Missverhältnis zu dem Leistungsinteresse des Auftraggebers steht oder diese für Holzmann nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich wäre. Lässt Holzmann eine ihm für die Ersatzanzeige oder die Veröffentlichung des anderen Werbemittels gesetzte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige/Ersatzveröffentlichung erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrags. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels ist die Rückgängigmachung des Auftrags ausgeschlossen. Reklamationen müssen innerhalb von vier Wochen nach Eingang der Rechnung geltend gemacht werden. Bei nicht offensichtlichen Mängeln müssen Reklamationen binnen eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn geltend gemacht werden. Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telephoner Auftragserteilung – ausgeschlossen. Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Lieferung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung von Holzmann für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet Holzmann darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts beschränkt. Die Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz bleibt unberührt. Alle gegen Holzmann gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf vorsätzlichem Verhalten beruhen.

**12.** Probebezüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probebezüge. Holzmann berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm bis zum Anzeigenschluss oder innerhalb der bei der Übersendung des Probebezuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

**13.** Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

**14.** Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen Frist zu bezahlen, sofern nicht im Einzelfall schriftlich eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

**15.** Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden bankübliche Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Holzmann kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist Holzmann berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungziel von der Vorauszahlung des Betrages zum Anzeigenschlusstermin und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

**16.** Holzmann liefert auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenauschnitt, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung von Holzmann über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

**17.** Aus einer Auflagenminderung kann – vorbehaltlich der Regelung der Ziffer 18 dieser AGB – nach Maßgabe des Satzes 2 bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten

Anzeige beginnenden Insertionsjahres die Garantieauflage unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigender Mangel, wenn und soweit sie

- bei einer Garantieauflage bis zu 50.000 Exemplaren mindestens 20 v.H.,
- bei einer Garantieauflage bis zu 100.000 Exemplaren mindestens 15 v.H.,
- bei einer Garantieauflage bis zu 500.000 Exemplaren mindestens 10 v.H.,
- bei einer Garantieauflage über 500.000 Exemplaren mindestens 5 v.H. beträgt.

Eine Auflagenminderung aus Gründen der Ziffer 24 bleibt unberücksichtigt. Als Garantieauflage gilt die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder, wenn eine Auflage nicht genannt ist, die durchschnittlich verkaufte Auflage des vorausgehenden Kalenderjahres. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preiserminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn Holzmann dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten kann.

**18.** Abweichend von Ziffer 17 dieser AGB berechtigt eine Auflagenminderung von Titeln, die heftbezogene Auflagenangaben veröffentlichen, nur dann zu einer Preisminderung, wenn und soweit sie bei einer Auflage (Garantieauflage) von bis zu 500.000 Exemplaren 10 v.H. und bei einer Auflage (Garantieauflage) von über 500.000 Exemplaren 5 v.H. überschreitet. Eine Auflagenminderung aus Gründen der Ziffer 24 bleibt unberücksichtigt. Die der Garantie zugrunde liegende Auflage ist die gesamte verkaufte Auflage im Sinne der Definition der IVW. Sie errechnet sich für das Insertionsjahr aus dem Auflagendurchschnitt der vier Quartale vor dem Insertionsjahr, soweit nicht von Holzmann eine absolute Auflagenzahl als Garantie in der jeweiligen Preisliste angegeben wurde. Voraussetzung für einen Anspruch auf Preisminderung ist ein rabattfähiger Abschluss auf Basis der Mengengruppe und für mindestens drei Ausgaben. Grundlage für die Berechnung der Preiserminderung ist der Auftrag pro Unternehmen, soweit nicht bei Auftragserteilung eine Abrechnung nach Marken, die bei Auftragserteilung zu definieren sind, vereinbart wurde. Die mögliche Auflagenminderung errechnet sich als Saldo der Auflagenüber- und Auflagenunterschreitungen der belegten Ausgaben innerhalb des Insertionsjahres. Die Rückvergütung erfolgt am Kampagnenende auf Basis des Kundennettos unter Berücksichtigung der bereits gewährten Agentenvergütung als Naturalgutschrift oder, wenn dies nicht mehr möglich ist, als Entgelt. Ein Anspruch auf Rückvergütung besteht nur, wenn die Rückvergütungssumme mindestens 2.500,00 Euro beträgt.

**19.** Bei Zifferanzeigen wendet Holzmann für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Zifferanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Zifferanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet Holzmann zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Holzmann kann einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A4 (Gewicht 500 g) überschreiten, sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann jedoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.

**20.** Die Werbungsmittele und Werbeagenturen („Agenturen“) sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste von Holzmann zu halten. Mittelvergütung wird nur an nachgewiesene Agenturen vergütet. Holzmann behält sich die Rückforderung geleisteter Mittelvergütung an nicht nachgewiesene Agenturen vor. Die gewährte Mittelvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden. Aufträge durch Agenturen werden in deren Namen und auf deren Rechnung erteilt. Soweit Agenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag im Zweifel mit der Agentur zustande. Soll ein Werbungtreibender Auftraggeber werden, muss dies gesondert unter namentlicher Nennung des Werbungtreibenden vereinbart werden. Holzmann ist berechtigt, von der Agentur einen Mandatsnachweis zu verlangen.

**21.** Preisänderungen für erteilte Anzeigenaufträge sind gegenüber Unternehmern wirksam, wenn sie von Holzmann mindestens einen Monat vor Veröffentlichung der Anzeige angekündigt werden. Im Falle einer Preisänderung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Erhalt der Mitteilung über die Preisänderung ausgeübt werden. Für Anzeigen auf Sonderseiten, in Sonderbeilagen und Kollektiven kann Holzmann von der Preisliste abweichende Preise festsetzen.

**22.** Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabatierung beantrachtet, ist der schriftliche Nachweis des Konzernstatus des Werbungtreibenden erforderlich. Konzernverbundene Unternehmen im Sinne dieser Bestimmung sind Unternehmen, zwischen denen eine kapitalmäßige Beteiligung von mindestens 50 Prozent besteht. Der Konzernstatus ist bei Kapitalgesellschaften durch Bestätigung eines Wirtschaftsprüfers oder durch Vorlage des letzten Geschäftsberichtes, bei Personengesellschaften durch Vorlage eines Handelsregisterauszuges nachzuweisen. Der Nachweis muss spätestens bis zum Abschluss des Insertionsjahres erbracht werden. Ein späterer Nachweis kann nicht rückwirkend anerkannt werden. Konzernrabatte bedürfen in jedem Fall der ausdrücklichen, schriftlichen Bestätigung durch Holzmann. Konzernrabatte werden nur für die Dauer der Konzernzugehörigkeit gewährt. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzuzeigen; mit der Beendigung der Konzernzugehörigkeit endet auch die Konzernrabatierung.

**23.** Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung der Anzeige erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit und die Übermittlung der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen sowie der zugelieferten Werbemittel. Er stellt Holzmann im Rahmen des Auftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen

der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner wird Holzmann von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, Holzmann nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen. Der Auftraggeber räumt Holzmann die für die zweckgemäße Nutzung der Anzeigen in den jeweiligen Print- und Onlinemedien erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte ein, insbesondere die jeweils erforderlichen Rechte zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Bearbeitung, zu öffentlichem Zugänglichmachen, Einstellen in einer Datenbank, Entnahme aus einer Datenbank und Bereitstellen zum Abruf, und zwar zeitlich, räumlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang.

**24.** Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, illegalem Arbeitskampf, rechtswidriger Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen – sowohl im Betrieb von Holzmann als auch in fremden Betrieben, deren sich Holzmann zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient – hat Holzmann Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Printanzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit 80 Prozent der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften oder auf andere Weise zugesicherten Auflage von Holzmann ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Auslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte verkaufte oder zugesicherte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht. Ist die Durchführung eines Auftrags in Onlinemedien aus Gründen, die Holzmann nicht zu vertreten hat, nicht oder nur teilweise zu bewerkstelligen, so wird diese nach Möglichkeit nachgeholt. Solche Gründe sind insbesondere bei Rechnerausfall, höherer Gewalt, Streik, aufgrund gesetzlicher Bestimmungen, Störungen aus dem Verantwortungsbereich von Dritten (z.B. anderen Anbietern), Netzbetreibern oder Leistungsanbietern oder aus vergleichbaren Gründen gegeben. Bei Nachholung in angemessener und zumutbarer Zeit nach Beseitigung der Störung bleibt der Vergütungsanspruch des Anbieters bestehen.

**25.** Jeder Auftrag wird unter Berücksichtigung der geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen abgewickelt. Holzmann ist berechtigt, Bruttowerbesätze und vergleichbar relevante Daten des Auftraggebers auf Produktebene zur Veröffentlichung an Unternehmen weiterzuleiten, die sich mit der Erhebung und Auswertung solcher Informationen beschäftigen. Diese Daten werden dort aggregiert und in anonymisierter Form in den Markt kommuniziert.

**26.** Digital übermittelte Druckvorlagen für Farbanzeigen können nur mit einem auf Papier gelieferten Farproof mit Medienkeil zuverlässig verarbeitet werden. Ohne Farproof können Farbabweichungen entstehen. Diese begründen keinen Preiserminderungsanspruch.

**27.** Unwünschte Druckresultate, die sich auf eine Abweichung des Auftraggebers von den technischen Angaben zur Erstellung und Übermittlung von Druckunterlagen zurückführen lassen, begründen keinen Preiserminderungsanspruch.

**28.** Für Aufträge, die in den Onlinemedien veröffentlicht werden, gewährleistet Holzmann eine dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe des Werbemittels. Dem Auftraggeber ist jedoch bekannt, dass es im elektronischen Bereich nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, ein von Fehlern vollkommen freies Programm zu erstellen. Die Gewährleistung gilt nicht für unwesentliche Fehler. Ein Fehler in der Darstellung liegt nicht vor, wenn er hervorgerufen wird durch Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungsschicht- und/oder Hardware, Störung der Kommunikationsnetze anderer Betreiber, Rechnerausfall bei Dritten (z. B. anderen Providern), unvollständige und/oder nicht aktualisierte Angebote auf sog. Proxys, Ausfall des Ad-Servers, der nicht länger als 24 Stunden (fortlaufend) innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der vertraglich vereinbarten Schaltung andauert. Bei einem Ausfall des Ad-Servers über einen erheblichen Zeitraum (mehr als zehn Prozent) im Rahmen einer zeitgebundenen Festbuchung entfällt die Zahlungspflicht des Auftraggebers für den Zeitraum des Ausfalls. Bei Crossmediabuchungen entfällt die Zahlungspflicht in anteiliger Höhe zum überschreitenden Betrag einer reinen Printanzeige. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen.

**29.** Holzmann hält die Zahl der Zugriffe auf Onlinewerbemittel innerhalb von zehn Werktagen nach Ausführung des Auftrags für den Auftraggeber zum Abruf bereit.

**30.** Bei Neuaufnahme einer Geschäftsverbindung und Aufträgen aus dem Ausland behält sich Holzmann vor, Vorauszahlung zum Anzeigenschlussstermin zu verlangen. Bei Aufträgen aus dem Ausland erfolgt die Rechnungsstellung ohne Mehrwertsteuerberechnung unter der Voraussetzung, dass Steuerbefreiung besteht und vom Auftraggeber schriftlich nachgewiesen wird. Holzmann behält sich die Berechnung der Mehrwertsteuer in der gesetzlich geschuldeten Höhe für den Fall vor, dass die Finanzverwaltung die Steuerpflicht bejaht. Holzmann behält sich das Recht vor, fehlerhafte Auftragsrechnungen innerhalb von sechs Monaten nach Rechnungsstellung zu korrigieren.

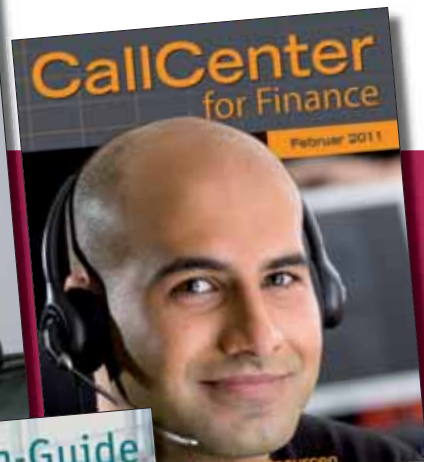
**31.** Erfüllungsort der Sitz von Holzmann Medien. Es gilt deutsches Recht. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz von Holzmann Medien. Soweit Ansprüche von Holzmann nicht im Mohrverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nichtkaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nichtkaufleuten, im 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 von Holzmann Medien vereinbart.



**VERSICHERUNGSBETRIEBE**  
IT und Kommunikation in der Assekuranz

**MEDIA-INFORMATIONEN 2012**  
GÜLTIG AB 1.1.2012

**Best  
Practice  
für Versicherungen!**



[www.versicherungsbetriebe.de](http://www.versicherungsbetriebe.de)



- 1 Auflage:**  
Druckauflage: 3.250 Exemplare\*  
\* Rückblick von Q3/10–Q2/11, seit 1.1.2011 beträgt die Druckauflage 3.500 Exemplare  
Tatsächlich verbreitete Auflage  
im Jahresdurchschnitt (Ziffer 17) 2.971 Exemplare

- 2 Zeitschriftenformat:** DIN A4  
210 x 297 mm beschnitten  
216 x 307 mm unbeschnitten  
jeweils 3 mm Seitenbeschnitt  
jeweils 5 mm Kopf- und Fußbeschnitt  
(siehe auch Informationsblatt „Formate“)

- Satzspiegel:** 185 mm breit, 255 mm hoch  
4 Spalten je 43 mm  
3 Spalten je 58,5 mm  
(Seitenaufbau siehe Informationsblatt „Formate“)

- 3 Druck- und Bindeverfahren, Druckunterlagen:**  
Bogenoffset, Papier Innenteil: 100 g/m<sup>2</sup>, Bilderdruck, Umschlag: 200 g/m<sup>2</sup>, Bilderdruck, Klebebindung, Euro-Skala nach DIN ISO 12647-2, Farbreihenfolge Schwarz/Blau/Rot/Gelb. Bitte senden Sie uns Ihre Druckunterlagen in digitaler Form (siehe Informationsblatt „Digitale Druckunterlagen“ im Bereich Media-Service unter [www.versicherungsbetriebe.de](http://www.versicherungsbetriebe.de)).

- 7 Anzeigenformate und Preise versicherungsbetriebe:** Allen Preisen ist der jeweils gültige gesetzliche Mehrwertsteuersatz hinzuzurechnen.

- 4 Termine:**  
Erscheinungsweise: 4-mal jährlich  
Erscheinungstermine: siehe Termin- und Themenplan  
Anzeigenschluss: siehe Termin- und Themenplan  
Druckunterlagen: siehe Termin- und Themenplan
- 5 Verlag:** Holzmann Medien GmbH & Co. KG  
Hausanschrift: Gewerbestraße 2, D-86825 Bad Wörishofen  
Postfach 13 42 und 13 43, D-86816 Bad Wörishofen  
Internet: [www.holzmann-medien.de](http://www.holzmann-medien.de) · [www.versicherungsbetriebe.de](http://www.versicherungsbetriebe.de)  
Anzeigenleitung: Claudia Baur-Kaltenmaier,  
E-Mail: [claudia.baur@holzmann-medien.de](mailto:claudia.baur@holzmann-medien.de)
- Anzeigenverkauf/  
-verwaltung: E-Mail: [anzgivb@holzmann-medien.de](mailto:anzgivb@holzmann-medien.de)
- 6 Zahlungsbedingungen:** nach Erscheinen, innerhalb von 14 Tagen ab Rechnungsdatum ohne Abzug; bei Vorauszahlung 2 % Skonto.  
UST-Ident-Nr. DE 129 204 092

**Bankverbindungen:**  
Sparkasse Memmingen, Kto. 101 709, BLZ 731 500 00  
IBAN: DE50 7315 0000 0000 1017 09, BIC: BYLADEM1MLM  
Postbank München, Kto. 17 930-807, BLZ 700 100 80  
IBAN: DE07 7001 0080 0017 9308 07, BIC: PBNKDEFF  
für Zahlungen aus Österreich: BAWAG P.S.K., Kto. 1 337 198, BLZ 60 000  
IBAN: AT27 6000 0000 0133 7198, BIC: OPSKATWW  
für Zahlungen aus der Schweiz: PostFinance, Kto. 80-54 743-1  
IBAN: CH55 0900 0000 8005 4743 1, BIC: POFICHBEXX

Format	Breite × Höhe	s/w	2-farbig	3-farbig	4-farbig	je Sonderfarbe
1/1 Seite	185 × 255 mm	2.780,- €	3.170,- €	3.560,- €	3.950,- €	772,- €
2/3 Seite	122 × 255 mm oder 185 × 170 mm	1.850,- €	2.240,- €	2.630,- €	3.020,- €	772,- €
Junior-Page	137 × 190 mm	1.670,- €	2.060,- €	2.450,- €	2.840,- €	772,- €
1/2 Seite	90 × 255 mm oder 185 × 127 mm	1.390,- €	1.780,- €	2.170,- €	2.560,- €	772,- €
1/3 Seite	58 × 255 mm oder 185 × 85 mm	930,- €	1.320,- €	1.710,- €	2.100,- €	772,- €
1/4 Seite	90 × 127 mm oder 185 × 63 mm	700,- €	1.090,- €	1.480,- €	1.870,- €	772,- €
1/8 Seite	90 × 63 mm oder 185 × 31 mm	350,- €	740,- €	1.130,- €	1.520,- €	772,- €

**Titelseite** Format auf Anfrage: Titel + Story 6.500,- €

**2. Umschlagseite** 185 × 255 **2.970,- €** 3.360,- € 3.750,- € 4.140,- €

**3. Umschlagseite** 185 × 255 **2.970,- €** 3.360,- € 3.750,- € 4.140,- €

**4. Umschlagseite** 185 × 255 **3.230,- €** 3.620,- € 4.010,- € 4.400,- €

**Millimeterpreis** 1-spaltig **2,70 €**

**Advertorials:** auf Anfrage

## 8 Zuschläge:

### 8.1 Farbe

Je Normalfarbe (Eurosкала) 390,- €

Sonderfarben, die nicht aus der Eurosкала erzielt werden können, 25 % Zuschlag vom Grundpreis, mindestens aber **772,- €** je Farbe.

### 8.2 Platzierung

Bindende Platzierungsvorschriften (ab 1/2 Seite): jeweils 10 % vom Grundpreis

## 9 Software-Börse:

Millimeterpreis 2,95 €

zzgl. pro Druckfarbe 26,00 €

Mindestlaufzeit für die Insertion beträgt 4 Ausgaben

## 10 Sonderwerbeformen:

Fort-/Sonderdrucke auf Anfrage

## 11 Rabatte:

bei Abnahme innerhalb eines Insertionsjahres (Beginn mit dem Erscheinen der ersten Anzeige)

### Malstaffel

2-maliges Erscheinen 3 %

4-maliges Erscheinen 5 %

Farbzuschläge, Einhefter und Beilagen werden rabattiert.

Postkarten werden nicht rabattiert.

### Mengenstaffel

2 Seiten 5 %

4 Seiten 10 %

## 12 Kombinationen:

Finanz-Kombi **gi** und **vb** 15 % Preisvorteil.

## 13 Einhefter:

2-seitig (1 Blatt) 2.640,- €

4-seitig (2 Blatt), gefalzt 3.440,- €

6-seitig (3 Blatt), gefalzt 5.500,- €

Weitere Umfänge und Einhefter mit zusätzlicher Antwortkarte auf Anfrage.

Anlieferungstermin zum jeweiligen Druckunterlagenschluss.

Druckauflage: 3.500 Exemplare (Gesamtauflage).

## 14 Beilagen:

lose eingelegt, maximale Größe 195 mm x 270 mm

Gewicht der Beilage

bis 25 g pro 1000 Stück 357,- €

je weitere 5 g pro 1000 Stück 35,- €

zzgl. gültiger Postgebühren je nach Auflage

Druckauflage: 3.500 Exemplare (Inlandsauflage).

## 15 Aufgeklebte Werbemittel:

Beilagenpreis entsprechend Ziffer 14, zuzüglich Kosten für die technische Verarbeitung (Klebekosten)

Postkarten pro 1000 Stück 101,- €

zzgl. gültiger Postgebühren oder Versandkosten je nach Auflage

## 16 Lieferanschrift für Positionen 13 bis 15:

Holzmann Druck, **versicherungsbetriebe** Nr. ...,

Gewerbestraße 2, 86825 Bad Wörishofen

## Druckunterlagen in digitaler Form:

### Dateien:

Dateiauflösung: 300 dpi

### Dateiformat:

Hochauflösende, druckfähige PDF-Datei (PDF-1.3-Standard!),

Andruck oder Proof (farbverbindlich)

Benutzer und Passwort für den FTP-Zugang bitte telefonisch erfragen.

### Medien:

Datenträger: CD-ROM, DVD

Achtung bei Farbanzeigen: Ohne Lieferung eines Proofs kann keine verbindliche Farbwiedergabe gewährleistet werden. Bei unvollständigen oder fehlerhaften Daten/Druckunterlagen kann eine Reklamation nicht anerkannt werden.

Auftragserteilung mit Anzeigenkopie im Voraus an Holzmann Medien, Anzeigenabteilung Fiko, Gewerbestraße 2, 86825 Bad Wörishofen, Fax 08247/354-128.

Weitere Hinweise: Druckunterlagen/Medien werden nicht länger als 1 Jahr nach letzter Einschaltung vom Verlag aufbewahrt.

**Ausführliche Informationen zu Druckunterlagen in digitaler Form erhalten Sie im Internet unter [www.versicherungsbetriebe.de](http://www.versicherungsbetriebe.de) im Bereich Media-Service.**

**Bei weiteren Fragen oder Übertragungsproblemen rufen Sie bitte an unter 08247/354-128 oder -110**

Das Fachmagazin *versicherungsbetriebe* greift die Probleme der Assekuranz seit fast vier Jahrzehnten auf und bietet Führungskräften aus IT und Organisation kompetente Informationen für die täglichen Anforderungen.

Heft	ET = Erscheinungstermin AS = Anzeigenschluss DU = Druckunterlagen	Themen	Messen/Ausstellungen
<b>1</b> Februar  Messeausgabe CeBIT Messekongress „Schaden- und Leistungs- management“	ET: 21.02.2012 AS: 07.02.2012 DU: 09.02.2012	<b>Topthema: Maklersoftware</b> Vertrieboptimierung DMS-Lösungen Sicherheitstechnik Cloud Computing Software für Krankenkassen Zahlungsverkehr/SEPA	CallCenterWorld Berlin, 27.2.–1.3.2012 CeBIT Hannover, 6.–10.3.2012 5. Messekongress „Schaden- und Leistungsmanagement“ Leipzig, 21.–22.3.2012  Heftauslage auf der CeBIT und dem Messekongress „Schaden- und Leistungs- management“!
<b>2</b> Mai	ET: 24.05.2012 AS: 02.05.2012 DU: 07.05.2012	<b>Topthema: BPM</b> Social Media Prozessoptimierung Außendienstlösungen Beratungssoftware IT-Sicherheit Schadensmanagement CRM	Finance Forum Germany Wiesbaden, 12.–13.6.2012 SicherheitsExpo München, 4.–5.7.2012 Best Process Award Frankfurt am Main, Preisverleihung im Juni
Branchen- Guide Banken/ Versicherungen	ET: 16.07.2012 AS: 07.06.2012 DU: 07.06.2012	Das Nachschlagewerk für Banken und Versicherungen: Ein perfekter Rahmen für Ihr Unternehmensporträt – Print und Online!	Heftauslage auf allen relevanten Messen!

**3****September**

Messeausgabe  
DMS EXPO,  
CRM-expo,  
DKM

ET: 18.09.2012  
AS: 28.08.2012  
DU: 30.08.2012

**Topthema: DMS**

Maklersoftware  
Cybercrime  
Outsourcing  
Baufinanzierung  
IT-Strukturen  
Risikomanagement

Security  
Essen, 25.–28.9.2012  
IT-Optionen für Versicherungen,  
Köln, Oktober 2012  
CRM-expo  
Nürnberg, Oktober 2012  
DKM  
Dortmund, 23.–25.10.2012  
DMS EXPO und IT&Business  
Stuttgart, 23.–25.10.2012  
ORGATEC  
Köln, 23.–27.10.2012

Heftauslage auf der DMS EXPO,  
CRM-expo und DKM!

**4****November**

Messeausgabe  
EURO FINANCE  
WEEK  
Messekongress  
„IT für Ver-  
sicherungs-  
unternehmen“

ET: 14.11.2012  
AS: 24.10.2012  
DU: 26.10.2012

**Topthema: Videokonferenz**

Bürogestaltung  
Soziale Netzwerke  
Standardsoftware  
Cloudstrukturen  
Betrugserkennung  
Zahlungsverkehr

EURO FINANCE WEEK  
Frankfurt am Main, 19.–23.11.2012  
Messekongress „IT für Versicherungs-  
unternehmen“  
Leipzig, 27.–28.11.2012

Heftauslage auf der EURO FINANCE  
WEEK und dem Messekongress  
„IT für Versicherungsunternehmen“!

Branchen-  
Guide CallCen-  
ter for Finance

ET: 14.12.2012  
AS: 09.11.2012  
DU: 09.11.2012

Das CallCenter-Nachschlagewerk für die Finanzbranche:  
Ein perfekter Rahmen für Ihr Unternehmensporträt – Print und Online!

Heftauslage auf allen CallCenter-Messen!

# Der starke Doppelpack für Ihre Werbebotschaft!



Erreichen Sie  
die IT-Entscheider  
der gesamten  
Finanzwelt!

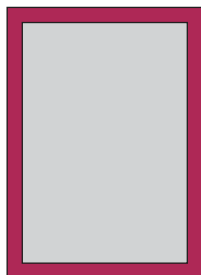
Profitieren Sie von **15 % Preisvorteil** bei einer  
Kombinationsbuchung unserer beiden Fachmagazine.

Mehr Informationen erhalten  
Sie bei Ihren Ansprechpartnern:

Claudia Baur-Kaltenmaier,  
Tel. 08247/354-110

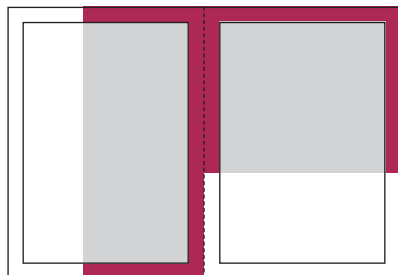
Tel. 08247/354-128

Beschnittzugaben: Kopf 5 mm, Außenkanten je 3 mm, Bund 3 mm



**1/1 Seite**  
185 mm B  
255 mm H

**Anschnitt**  
210 mm B  
297 mm H

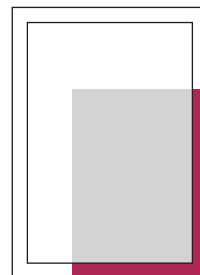


**2/3 S. H**  
122 mm B  
255 mm H

**Anschnitt**  
130 mm B  
297 mm H

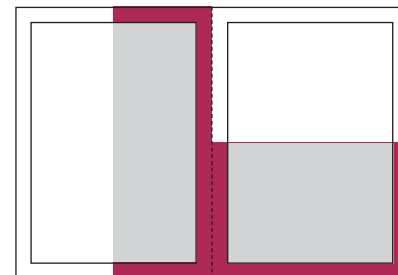
**2/3 S. Q**  
185 mm B  
170 mm H

**Anschnitt**  
210 mm B  
178 mm H



**Junior-Page**  
137 mm B  
190 mm H

**Anschnitt**  
150 mm B  
205 mm H

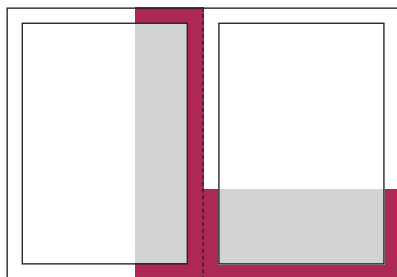


**1/2 S. H**  
90 mm B  
255 mm H

**Anschnitt**  
100 mm B  
297 mm H

**1/2 S. Q**  
185 mm B  
127 mm H

**Anschnitt**  
210 mm B  
150 mm H

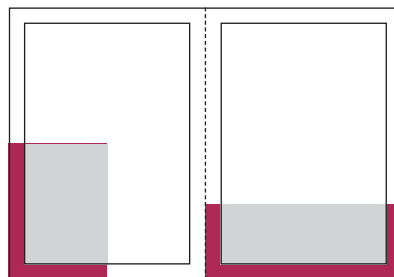


**1/3 S. H**  
58 mm B  
255 mm H

**Anschnitt**  
71 mm B  
297 mm H

**1/3 S. Q**  
185 mm B  
85 mm H

**Anschnitt**  
210 mm B  
104 mm H

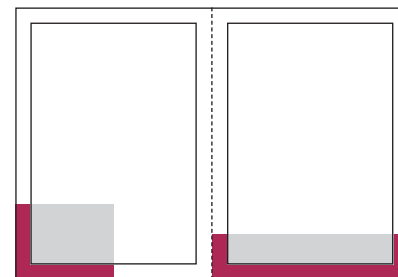


**1/4 S. H**  
90 mm B  
127 mm H

**Anschnitt**  
100 mm B  
147 mm H

**1/4 S. Q**  
185 mm B  
63 mm H

**Anschnitt**  
210 mm B  
84 mm H



**1/8 S. H**  
90 mm B  
63 mm H

**Anschnitt**  
100 mm B  
84 mm H

**1/8 S. Q**  
185 mm B  
31 mm H

**Anschnitt**  
210 mm B  
49 mm H

**1 Kurzcharakteristik:**

Das Fachmagazin **versicherungsbetriebe** greift die Probleme der Assekuranz seit mehr als vier Jahrzehnten auf und bietet IT-Entscheidern und Führungskräften kompetent aufbereitete Informationen zu den Themenschwerpunkten Informationstechnik, Management, Kommunikation und Organisation. Die eigenen Recherchen der Redaktion werden ergänzt durch die Mitarbeit namhafter Experten, Führungskräfte und Praktiker aus der Branche. **versicherungsbetriebe** ist offizielles Mitteilungsorgan des Vereins Deutscher Versicherungs-Fachwirte e.V. (VDVF).

Seit 2011 sind wir Partner der VEMA (Versicherungs-Makler-Genossenschaft e.G.) und alle Mitglieder der Maklerorganisation erhalten die **versicherungsbetriebe**. Künftig werden unsere Leser auf jeweils zwei Seiten im Heft das Neueste von der VEMA erfahren.

- 2 Erscheinungsweise:** 4-mal jährlich
- 3 Jahrgang:** 42. Jahrgang 2012
- 4 Web-Adresse:** [www.versicherungsbetriebe.de](http://www.versicherungsbetriebe.de)
- 5 Mitgliedschaften:** –
- 6 Organ:** Offizielles Mitteilungsorgan des Vereins Deutscher Versicherungs-Fachwirte e.V. (VDVF).
- 7 Herausgeber:** Alexander Holzmann, Bad Wörishofen
- 8 Verlag:** Holzmann Medien GmbH & Co. KG  
Postanschrift: Postfach 13 42 und 13 43, 86816 Bad Wörishofen  
Hausanschrift: Gewerbesraße 2, 86825 Bad Wörishofen  
Telefon: (08247) 354-01  
Telefax: (08247) 354-160  
Internet: [www.versicherungsbetriebe.de](http://www.versicherungsbetriebe.de)  
[www.holzmann-medien.de](http://www.holzmann-medien.de)  
E-Mail: [anzgjbv@holzmann-medien.de](mailto:anzgjbv@holzmann-medien.de)
- 9 Redaktion:** Dipl.-Kfm. Erwin Ströbele (verantwortlich)  
Telefon: (08247) 354-107  
[erwin.stroebele@holzmann-medien.de](mailto:erwin.stroebele@holzmann-medien.de)
- 10 Anzeigen:** Claudia Baur-Kaltenmaier (verantwortlich)  
Telefon: (08247) 354-110  
Anzeigenverkauf/-verwaltung  
Telefon: (08247) 354-128  
E-Mail: [anzgjbv@holzmann-medien.de](mailto:anzgjbv@holzmann-medien.de)

**11 Vertrieb:** Corinna Zippan (verantwortlich)  
Telefon: (08247) 354-295  
E-Mail: [corinna.zippan@holzmann-medien.de](mailto:corinna.zippan@holzmann-medien.de)

**12 Bezugspreis:**

Jahresabonnement	Inland	79,00 € (inkl. MwSt. u. Versand)
	Ausland	83,80 € (inkl. MwSt. u. Versand)
Einzelverkaufspreis		20,00 € (inkl. MwSt. zzgl. Versand)

**13 ISSN:** 0932-477

**14 Umfangs-Analyse:** 2010 = 4 Ausgaben  
**Format der Zeitschrift:** DIN A4  
**Gesamtumfang:** 304 Seiten = 100,0 %  
**Redaktioneller Teil:** 262 Seiten = 86,0 %  
**Anzeigenteil:** 42 Seiten = 14,0 %

davon: Beihefter/Einhefter/Durchhefter: –

**Beilagen:** 5 Stück  
davon Teilbeilagen 2 Stück

**15 Inhalts-Analyse Redaktion:** 2010 = 262 Seiten

Trend-/Fachberichte	46 Seiten = 17,6 %
Anwendungsberichte Versicherungs-IT	104 Seiten = 39,7 %
Office-/Objektberichte	36 Seiten = 13,7 %
Messe-/Veranstaltungsberichte	12 Seiten = 4,6 %
Leitartikel/Szene-Meldungen/Sonstiges	22 Seiten = 8,4 %
VDVF-Teil „Der Versicherungsfachwirt“	42 Seiten = 16,0 %

Gesamtumfang – Redaktion 262 Seiten = 100,0 %



**16 Auflagen-Kontrolle:**

**17 Auflagen-Analyse:**

Exemplare pro Ausgabe im Durchschnitt für die Zeit vom  
1. Juli 2010 bis 30. Juni 2011 davon Ausland

<b>Druckauflage:</b>	3.250*		
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):</b>	2.971		55
<b>Verkaufte Auflage:</b>	1.331		42
– Abonnierte Exemplare:	1.209		39
		davon 843 Mitgliederstücke 4 Mehrfachstücke	2
– Sonstiger Verkauf:	122		3
– Einzelverkauf:	0		
<b>Freistücke:</b>	1.640	davon	13
		188 ausgelegt	0
		1 Auslegestellen	0
<b>Rest-, Archiv- und Belegexemplare</b>	<b>279</b>		

\* Seit 1.1.2011 beträgt die Druckauflage 3.500 Exemplare

**18 Geografische Verbreitungs-Analyse:**

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächl. verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
<b>Inland</b>	98,15	2.916
<b>Ausland</b>	1,85	55
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)</b>	100,00	2.971

**Verbreitung nach Nielsen-Gebieten/  
Bundesländern**

	%	Exemplare
<b>Nielsen-Gebiet I</b>		
Schleswig-Holstein	2,63	77
Hamburg	5,12	149
Niedersachsen	8,19	239
Bremen	0,91	26
<b>Nielsen-Gebiet II</b>		
Nordrhein-Westfalen	27,93	816
<b>Nielsen-Gebiet IIIa</b>		
Hessen	8,56	250
Rheinland-Pfalz	4,11	120
Saarland	1,14	33
<b>Nielsen-Gebiet IIIb</b>		
Baden-Württemberg	12,63	368
<b>Nielsen-Gebiet IV</b>		
Bayern	21,03	613
<b>Nielsen-Gebiet V</b>		
Berlin	2,72	79
<b>Nielsen-Gebiet VI</b>		
Brandenburg	0,72	21
Mecklenburg-Vorpommern	0,59	17
Sachsen-Anhalt	0,62	18
<b>Nielsen-Gebiet VII</b>		
Sachsen	2,58	75
Thüringen	0,52	15
<b>Tatsächlich verbreitete Inlands-Auflage</b>	<b>100,00</b>	<b>2.916</b>

**19 Branchen/Wirtschaftszweige/Unternehmenstypen**

Abteilung Gruppe/ Klasse	Empfängergruppen (lt. Klassifikation der Wirtschaftszweige)	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
		%	Exemplare
15-37	Produzierendes Gewerbe	3,01	89
45	Baugewerbe	0,21	6
50-52	Handel	2,58	77
65-67	<b>Kredit- und Versicherungsgewerbe</b>		
65	Kreditgewerbe	0,78	23
66	Versicherungsgewerbe – Versicherungsfachwirte (VDVF)	18,94	563
7530	Sozialversicherung	42,86	1.274
		8,69	258
7230	Datenverarbeitung	2,59	77
7414	Unternehmensberatung	1,55	46
70-74	Sonstiges		
	Dienstleistungsgewerbe	3,02	90
80	Erziehung und Unterricht	9,43	280
91	Interessenvertretungen	1,56	46
	Sonstige Angaben	1,14	34
–	Keine Angaben	1,79	53
–	<b>Inland</b>	98,15	2.916
	Ausland (nicht erhoben)	1,85	559
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage</b>		<b>100,00</b>	<b>2.971</b>

**20 Größe der Wirtschaftseinheit**

**21.1 Tätigkeitsmerkmal: Aufgabenbereich**

**21.2 Tätigkeitsmerkmal: Position im Betrieb**

**22.1 Bildung/Ausbildung: Schulabschluss**

**22.2 Bildung/Ausbildung: Berufliche Ausbildung**

**23 Alter**

Zu diesem Merkmal stehen für die Dateianalyse keine Daten zur Verfügung.

} Die Merkmale wurden nicht erhoben, weil die Beurteilung dieses Fachmagazins als Werbeträger hiervon nicht abhängig ist.

**Die Untersuchung entspricht in der Anlage, Durchführung und Berichterstattung dem ZAW-Rahmenschema für Werbeträger-Analysen in der aktuellen Fassung.**

## Kurzfassung der Erhebungsmethode (Schema 2)

### 1. Beschaffenheit der Datei:

In der Empfängerdatei sind die Anschriften aller Empfänger erfasst. Aufgrund der vorhandenen postalischen Angaben kann die Datei nach Postleitzahlen bzw. Inlands- und Auslandsempfängern sortiert werden.

### 2. Untersuchungsmethode:

Verbreitungs-Analyse durch Dateiauswertung – Total-Erhebung

### 3. Tag der Datei-Auswertung: 19.08.2011

### 4. Struktur der Empfängerschaft:

a) Gesamtzahl der Empfänger in der Datei:	6.619		
b) Empfängerstruktur nach Vertriebsformen:			
– verkaufte Auflage	1.331		
– ständige Freistücke	329		
– wechselnde Freistücke	1.183		
– Einzelverkauf	0		
– Werbeexemplare	128		
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	2.971		
– davon Inland	2.916		
– davon Ausland	55		
5. Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):			
Grundgesamtheit (tvA)	2.971	100,0 %	
Davon in der Untersuchung nicht erfasst	350	11,8 %	
– Einzelverkauf	0		
– Werbeexemplare	128		
– über Buchhandel geliefert	167		
– Ausland	55		
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA)	2.621	88,2 %	

### 6. Beschreibung der Erhebung:

Die Auswertung basiert auf einer Analyse der Gesamtdatei. Die ermittelten Anteile für die Verbreitung im Inland und im Ausland wurden auf die tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt gemäß AMF-Ziffer 17 projiziert.

### 7. Zielperson der Untersuchung: entfällt

### 8. Definition des Lesers: entfällt

### 9. Schwankungsbreite: entfällt

### 10. Durchführung der Untersuchung: Verlag

### 11. Zeitraum der Untersuchung: Juli 2011

## Kurzfassung der Erhebungsmethode (Schema 3-E)

### 1. Beschaffenheit der Datei:

Die Anschriften der Empfänger sind mit Beschreibungsmerkmalen (Branchenkennziffer) und Nutzungsdaten (Abonnement, ständiges Freistück, Wechselsversand) gespeichert.

### 2. Untersuchungsmethode:

Empfänger-Struktur-Analyse durch Dateiauswertung – Totalerhebung.

### 3. Tag der Datei-Auswertung: 19.08.2011

### 4. Struktur der Empfängerschaft:

a) Gesamtzahl der Empfänger in der Datei:	6.619		
b) Empfängerstruktur nach Vertriebsformen:			
– verkaufte Auflage	1.331		
– ständige Freistücke	329		
– wechselnde Freistücke	1.183		
– Einzelverkauf	0		
– Werbeexemplare	128		
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	2.871		
– davon Inland	2.916		
– davon Ausland	55		
c) Gesamtzahl der wechselnden Empfänger (Wechsel nach jeder Ausgabe)	4.775		
5. Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):			
Grundgesamtheit (tvA)	2.971	100,0 %	
Davon in der Untersuchung nicht erfasst	350	11,8 %	
– Einzelverkauf	0		
– Werbeexemplare	128		
über Buchhandel geliefert	167		
Ausland	55		
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA)	2.621	88,2 %	

### 6. Beschreibung der Erhebung:

Die Auswertung basiert auf einer Analyse der Gesamtdatei. Die jeweils ermittelten Anteile wurden auf die tatsächlich verbreitete Auflage gemäß AMF-Ziffer 17 umgerechnet, wobei die wechselnden Empfänger nach ihrer durchschnittlichen Gewichtung berücksichtigt wurden. Qualifizierung der Adressen durch den Verlag; Adress- und Fernsprechbücher; Mitteilungen der Empfänger; Messekataloge  
 Ausschöpfung für das Branchenmerkmal 6.116 92,4 %  
 Keine Angaben in der Datei 503 7,6 %  
 6.619 100,0 %

### 7. Zielperson der Untersuchung: entfällt

Angaben entfallen, weil in der Untersuchung keine personenbezogenen Merkmale erhoben worden sind und überdies die Fachzeitschrift nahezu völlig an institutionelle Empfänger-Adressen geliefert wird.

### 8. Definition des Lesers: entfällt

### 9. Schwankungsbreite: entfällt

### 10. Durchführung der Untersuchung: Verlag

### 11. Zeitraum der Untersuchung: Juli 2011

1 **Web-Adresse (URL):** <http://www.versicherungsbetriebe.de>

2-9 siehe Media-Daten **gi** Seite 13

10 **Werbeformen und Preise:** Allen Preisen ist der jeweils gültige gesetzliche Mehrwertsteuersatz hinzuzurechnen.

Werbeform	Platzierung	Format (Breite x Höhe)	Preis vb für 4 Wochen
Banderole Ad	auf Anfrage	770x250	360,- €
Button	Homepage/alle Rubriken	156x100	140,- €
Contend Ad	Homepage/alle Rubriken	300x250	300,- €
FlashLayer	auf Anfrage	400x400 bis 600x600	360,- €
Footer Ad	Homepage/alle Rubriken	770x250	360,- €
Fullsize Banner	Homepage/alle Rubriken	468x60	220,- €
Halfsize Banner	Homepage/Alle Rubriken	234x60	180,- €
Online-Advertorial	Homepage/Alle Rubriken	auf Anfrage	600,- €
PagePeel	auf Anfrage	130x130	300,- €
PopUp	Homepage/alle Rubriken	200x300	260,- €
Shaped PopUp	Homepage/alle Rubriken	400x300	260,- €
Skyscraper	Homepage/alle Rubriken	120x600 bis 160x600	300,- €
Super Banner	Homepage/alle Rubriken	728x90	360,- €
Tandem Ad	Homepage/alle Rubriken	auf Anfrage	520,- €
Triple Ad	Homepage/Alle Rubriken	auf Anfrage	850,- €
Video Ad	Homepage	auf Anfrage	360,- €
Wallpaper	Homepage/Alle Rubriken	728x90/120x600 bis 728x90/160x600	600,- €

Eine detaillierte Beschreibung der Online-Werbeformen finden Sie in den Media-Daten **gi** auf den Seiten 16-19.

11-12 **Rabatte und Zahlungsbedingungen:** siehe Media-Daten **gi** Seite 13

**Sonderwerbeformen:**  
(Online-Einkaufsführer)

- **Preis für den Standard-Eintrag**  
Adresse, Telefon und Fax, E-Mail  
(Link/Homepage) bis zu 3 Produkte/Services  
werden veröffentlicht.

**pro Jahr 150,- €**

- **Preis für den Premium-Eintrag**  
Adresse, Telefon und Fax, E-Mail-Adresse (verlinkt),  
Logo (verlinkt), Beschreibung aller Produkte  
und Services.

**pro Jahr 200,- €**

## Der gi/vb-Newsletter

**Gezielt werben:** Senden Sie Ihre Werbebotschaft direkt ins E-Mail-Postfach der Newsletter-Abonnenten! Die aktuelle Empfängerzahl teilen wir Ihnen gerne mit.

Aktuelle Nachrichten und Termine für Banken und Versicherungen. Berichtet wird über Studien, Märkte, Unternehmen, Technik und IT.



### Newsletter-Termine 2012

#### (Erscheinungsweise monatlich)

23.01.2012	16.07.2012
01.03.2012	13.08.2012
16.03.2012	17.09.2012
16.04.2012	15.10.2012
14.05.2012	12.11.2012
11.06.2012	03.12.2012

### Mögliche Werbeformen:

#### Fullsize-Banner

(468 x 60 Pixel, nicht animiert) 300,00 €

**Textanzeige** 200,00 €

**Bild-Text-Anzeige** 300,00 €

**Headline:** max. 80 Zeichen inkl. Leerzeichen + Link-Adresse

**Text:** 600 – max. 800 Zeichen inkl. Leerzeichen + Link-Adresse

**Bild:** 100 Pixel breit, max. 70 Pixel hoch, Bildauflösung 72 dpi

## Individual-Newsletter

**Exklusiv werben:** Sie möchten für eine Veranstaltung einladen oder Ihr neues Produkt bewerben? Wir erstellen Ihnen einen individuellen Newsletter mit aktuellen Branchenthemen zu einem von Ihnen gewünschten Termin, indem Sie exklusiv Ihre Werbebotschaft transportieren können.

Preis: 1.000,00 €

### Bild-Text-Anzeige:

**Headline:** max. 80 Zeichen inkl. Leerzeichen + Link-Adresse

**Text:** max. 2.000 Zeichen inkl. Leerzeichen + Link-Adresse

**Bild:** 100 Pixel breit, max. 70 Pixel hoch, Bildauflösung 72 dpi

Der Newsletter gliedert sich wie folgt:

1. Logos geldinstitute und versicherungsbetriebe
2. Inhaltsverzeichnis
3. Anzeige des Kunden (Textanzeige bis max. 2.000 Zeichen inkl. Leerzeichen, zusätzlich Foto oder Logo im jpg-Format, Überschrift und Link)
4. Fünf redaktionelle Meldungen
5. Impressum

Weitere Informationen erhalten Sie unter Tel. 08247/354-128