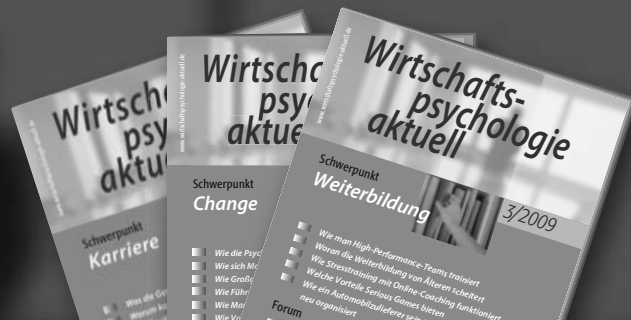


Wirtschaftspsychologie aktuell

Media-Informationen 2010

Anzeigenpreisliste Nummer 10, gültig ab 01.01.2010



Die Zeitschrift Wirtschaftspsychologie aktuell

Profil der Zeitschrift

Wirtschaftspsychologie aktuell – Zeitschrift für Personal und Management – ist das führende Fachmagazin für wirtschaftspsychologische Themen und Trends. Viermal im Jahr berichten darin Wissenschaftler und Praktiker ausführlich und praxisnah über die psychologischen Hintergründe in der Wirtschaft. Die Zeitschrift ist zudem das Organ der Sektion Wirtschaftspsychologie im Berufsverband Deutscher Psychologinnen und Psychologen e.V. (BDP).

Zielgruppe

Personalexperten, Personal- und Wirtschaftspsychologen, Führungskräfte, Trainer, Coaches, Berater, Unternehmer, Unternehmensberater und Marketingverantwortliche.

Herausgeber

Vorstand der Sektion Wirtschaftspsychologie im Berufsverband Deutscher Psychologinnen und Psychologen e.V. (BDP).

Verlag und Anzeigenredaktion

Deutscher Psychologen Verlag GmbH

T. Frindte

Am Köllnischen Park 2

10179 Berlin

Telefon: +49 (0) 30 - 209 166 411

Fax: +49 (0) 30 - 209 166 413

E-Mail: wirtschaftspsychologie@psychologenverlag.de

Internet: <http://www.wirtschaftspsychologie-aktuell.de>

Die Printausgabe der Zeitschrift

Erscheinungsweise: vier mal jährlich, jeweils zum Quartalsende

Verkaufte Auflage (inkl. Mitgliederstücke): 2.600 Exemplare

Druckauflage: 3.000 Exemplare

Themen- und Terminplan 2010

Ausgabe	Schwerpunkt	Erscheinungs-termin	Anzeigen- und Druckunter-lagenschluss
1/2010	Wege zum Erfolg	25.03.2010	25.02.2010
2/2010	Herausforderung Stress	24.06.2010	27.05.2010
3/2010	Besser durch Beratung	23.09.2010	26.08.2010
4/2010	Projekte managen	16.12.2010	18.11.2010

Zeitschriftenformat: DIN A4, 210 mm breit, 297 mm hoch

Satzspiegel: 178 mm breit, 257 mm hoch

Druckverfahren: Offsetdruck

Bindung: Rückendrahtbindung

Druckunterlagen

PDF-Dateien per E-Mail, offene Dateien oder EPS-Daten per ISDN. Entwurf, Reinzeichnung und Reproduktion durch den Verlag werden zu Selbstkostenpreisen berechnet, aber nicht mit rabattiert.

Anzeigenformate und Preise

Format	Breite x Höhe	Breite x Höhe angeschnitten*	Grundpreis s/w und 2-farbig**
1/1 Seite	178 mm x 257 mm	216 mm x 303 mm	1.100,- €
2/3 Seite hoch	116 mm x 257 mm	139 mm x 303 mm	855,- €
2/3 Seite quer	178 mm x 169 mm	216 mm x 185 mm	
1/2 Seite hoch	86 mm x 257 mm	109 mm x 303 mm	565,- €
1/2 Seite quer	178 mm x 126 mm	216 mm x 145 mm	
Junior Page	126 mm x 178 mm	138 mm x 194 mm	650,- €
1/3 Seite hoch	56 mm x 257 mm	79 mm x 303 mm	425,- €
1/3 Seite quer	178 mm x 83 mm	216 mm x 102 mm	
1/4 Seite hoch	86 mm x 126 mm	216 mm x 81 mm	340,- €
1/4 Seite quer	178 mm x 62 mm		
1/6 Seite hoch	56 mm x 128 mm	216 mm x 60 mm	220,- €
1/6 Seite quer	178 mm x 41 mm		

Alle Preise zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer.

* Angeschnittene Formate inkl. 3 mm Beschnittzugabe an den Schnittkanten.

** Schwarz und Zeitschriften-Innenfarbe Grün PANTONE 3282 C.

Vorzugsplatzierungen

2., 3. und 4. Umschlagseite 4-farbig: 1.300,- €

Farbzuschläge im Innenteil (nicht rabattierbar)

2-farbig (Zusatzfarben) 350,- €, 3-farbig 625,- €, 4-farbig 900,- €

Rabatte (bei Vorausbuchung)

2 Anzeigen 5%, 3 Anzeigen 10%, 4 Anzeigen 20%

Beilagen (für Gesamtauflage)

Bis 25g Gewicht 990,- € (inkl. Postgebühren), weitere Preise auf Anfrage.

Die Internetpräsenz der Zeitschrift

www.wirtschaftspsychologie-aktuell.de

Seitenaufrufe (Page Impressions) pro Monat: 20.000

Besuche (Unique Visits) pro Monat: 6.500

Bannerformate und Preise

Breite x Höhe	Auf der Startseite	Auf allen übrigen Seiten
400 x 120 Pixel	99,- € pro Woche	69,- € pro Woche
200 x 70 Pixel	69,- € pro Woche	39,- € pro Woche

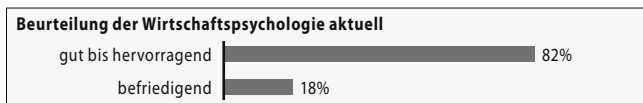
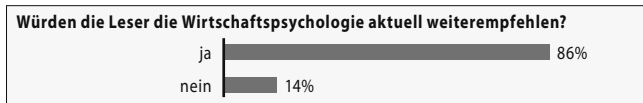
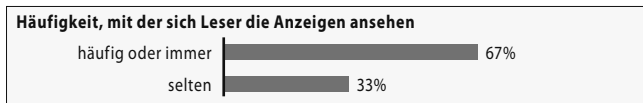
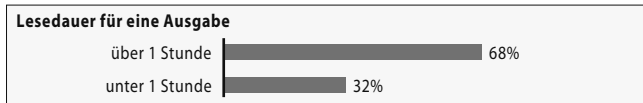
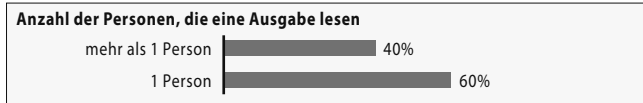
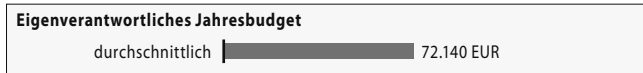
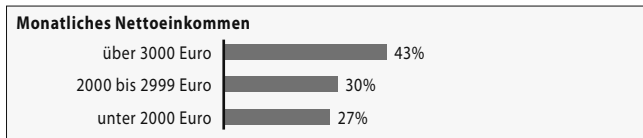
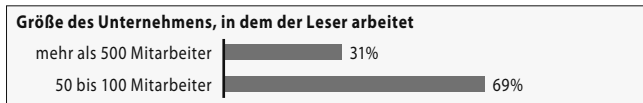
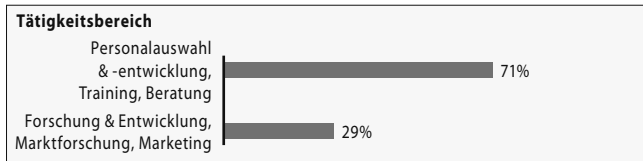
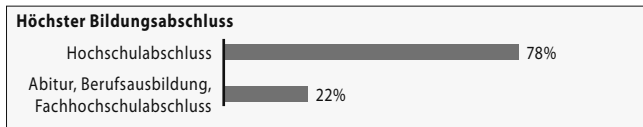
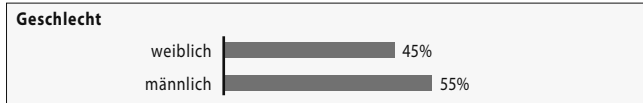
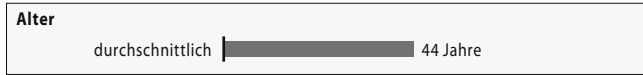
Alle Preise zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer.

Bannerschaltung: wochenweise möglich.

**Profil der Leser
→ bitte wenden!**

Profil der Leser

Die Leser der Wirtschaftspsychologie aktuell sind überdurchschnittlich gebildet und gut situiert. Sie arbeiten vorwiegend im Bereich Human Resources. Mehr als zwei Drittel von ihnen schauen sich regelmäßig die Anzeigen in der Zeitschrift an. Die Ergebnisse der Leserbefragung:



Geschäftsbedingungen

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten in einem Publikationsmedium zum Zweck der Verbreitung. Die allgemeinen Geschäftsbedingungen des Verlages gelten sinngemäß auch für Aufträge über Fremdbeilagen, wie Beikleber, Beihefter oder sonstige Einlagen, sowie für Aufträge zur Einstellung von Anzeigen im Internet oder zur sonstigen Verbreitung. Abweichungen von diesen Bedingungen bedürfen der Schriftform.
2. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.
3. Wird ein Auftrag durch Umstände nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber unbeschadet etwaiger Rechtspflichten den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zurückzuerstatten. Die Rückvergütung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
4. Der Verlag behält sich vor, Anzeigen- und Beilagenaufträge – auch einzelne Abrufe eines Abschlusses – wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze, behördliche Bestimmungen, gegen die guten Sitten sowie die berufspolitischen Interessen und die ethischen Verpflichtungen des BDP e.V. verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren Billigung bindend. Die Ablehnung eines Auftrags wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
5. Für die Aufnahme von Anzeigen und Fremdbeilagen in bestimmten Nummern oder an bestimmten Plätzen des Publikationsmediums besteht kein Anspruch. Sie müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist.
6. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen trägt der Auftraggeber. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Fehlende oder fehlerhaft gedruckte Kontrollangaben auf Coupons von Anzeigen ergeben keinen Anspruch für den Auftraggeber. Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden erst beim Druckvorgang deutlich, so stehen dem Auftraggeber bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche zu. Reklamationen müssen innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.
7. Probeabzüge werden nur auf Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Sendet der Auftraggeber den ihm rechtzeitig übermittelten Probeabzug nicht fristgemäß zurück, so gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.
8. Rechnungen und Belege werden – sofern vereinbart – sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Anzeigenpreise ergeben sich aus der jeweils gültigen Preisliste. Der Anzeigenpreis ist nach Zugang der Rechnung zahlbar innerhalb von 30 Tagen, sofern nicht im Einzelfall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist.
9. Vereinbarte oder eingeräumte Nachlässe bei Schaltung mehrerer Anzeigen gelten nur bei Einhaltung der jeweiligen Anzeigenmenge und des zeitlichen Rahmens. Bei Nichteinhaltung der vereinbarten Anzeigenmenge oder des zeitlichen Rahmens ist der Verlag berechtigt, den Nachlass anteilig nach dem Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass nachzuberechnen.
10. Werbeagenturen erhalten 15% Vermittlungsprovision. Die Werbungsmitarbeiter und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbetreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlungsvergütung darf an den Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.
11. Der Verlag liefert mit der Rechnung einen Anzeigenbeleg in Form einer vollständigen Belegnummer.
12. Ein Auflagenrückgang ist nur dann von Einfluss auf das Vertragsverhältnis, wenn eine Auflagenhöhe zugesichert ist und diese um mehr als 20 v. H. sinkt. Darüber hinaus sind etwaige Preisermittlungs- und Schadenersatzansprüche 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.
13. Bei Chiffreanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Er übernimmt darüber hinaus keine Haftung. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Chiffreanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Der Verlag behält sich im Interesse und zum Schutz des Auftraggebers das Recht vor, die eingehenden Angebote zur Ausschaltung von Missbrauch des Chiffredienstes zu prüfen. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet. Die Eingänge auf Chiffreanzeigen werden 4 Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht zugestellt werden können, werden vernichtet.
14. Ändert sich der Tarif, dann treten die neuen Bedingungen auch für die laufenden Aufträge in Kraft, sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen ist. Dies gilt gegenüber Nichtkäufern nicht bei Aufträgen, die innerhalb von vier Monaten nach Vertragsabschluss abgewickelt werden sollen.
15. Im Falle höherer Gewalt erlischt jede Verpflichtung auf Erfüllung von Aufträgen und Leistung von Schadenersatz. Insbesondere wird auch kein Schadenersatz für nicht veröffentlichte oder nicht rechtzeitig veröffentlichte Anzeigen geleistet.
16. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist der Sitz des Verlages, soweit das Gesetz nicht zwingend etwas anderes vorschreibt.