

Wirtschaftspsychologie aktuell

Media-Informationen 2012

Anzeigenpreisliste Nummer 12, gültig ab 1. Januar 2012



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

Führungskräfte, Personaler, Wirtschaftspsychologen, Trainer, Coaches, Berater, Unternehmer und Marketingverantwortliche.

Herausgeber

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

Verlag und Anzeigenredaktion

DPV Deutscher Psychologen Verlag GmbH · Tobias Frindte
Am Köllnischen Park 2 · 10179 Berlin
Telefon: +49 (0) 30 - 209 166 411 · Fax: +49 (0) 30 - 209 166 413
E-Mail: wp@psychologenverlag.de
Internet: <http://www.wirtschaftspsychologie-aktuell.de>

Werben in der Printausgabe

Erscheinungsweise: viermal jährlich, jeweils zum Quartalsende

Verkaufte Auflage (inkl. Mitgliederstücke): 3.300 Exemplare

Druckauflage: 4.000 Exemplare

Themen- und Terminplan 2012

Ausgabe	Themenschwerpunkt	Anzeigen- und Druckunterlagenschluss	Erscheinungstermin
1/2012	Erfolg durch Kompetenz	01.03.2012	29.03.2012
2/2012	Strategien gegen Burnout	31.05.2012	28.06.2012
3/2012	Motiviert und glücklich	30.08.2012	27.09.2012
4/2012	Personalmanagement der Zukunft	22.11.2012	20.12.2012

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

Satzspiegel: 178 mm breit, 257 mm hoch

Druckverfahren: Offsetdruck

Bindung: Rückendrahtbindung

Druckunterlagen

Bitte die Druckunterlage als druckfähige PDF-Datei per E-Mail senden. Wir setzen Ihnen auch gerne Ihre Druckunterlage zum Selbstkostenpreis.

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 150 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	109 mm x 172 mm	340,- €
1/4 Seite quer	178 mm x 62 mm	216 mm x 81 mm	
1/6 Seite hoch	56 mm x 128 mm	79 mm x 174 mm	220,- €
1/6 Seite quer	178 mm x 41 mm	216 mm x 60 mm	

* 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,- €

Farbuschläge im Innenteil (nicht rabattierbar)

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

Beilagen (für Gesamtauflage)

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

Werben auf der Website

www.wirtschaftspsychologie-aktuell.de

Seitenaufrufe (Page Impressions) pro Monat: 30.000

Besuche (Unique Visits) pro Monat: 10.000

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

Werben im Newsletter

Erscheinungsweise: jeweils am Monatsanfang

Empfänger Newsletter: 4.000 Führungskräfte, Personaler, Wirtschaftspsychologen, Trainer, Coaches, Berater, Unternehmer und Marketingverantwortliche.

Anzeigenformate und Preise

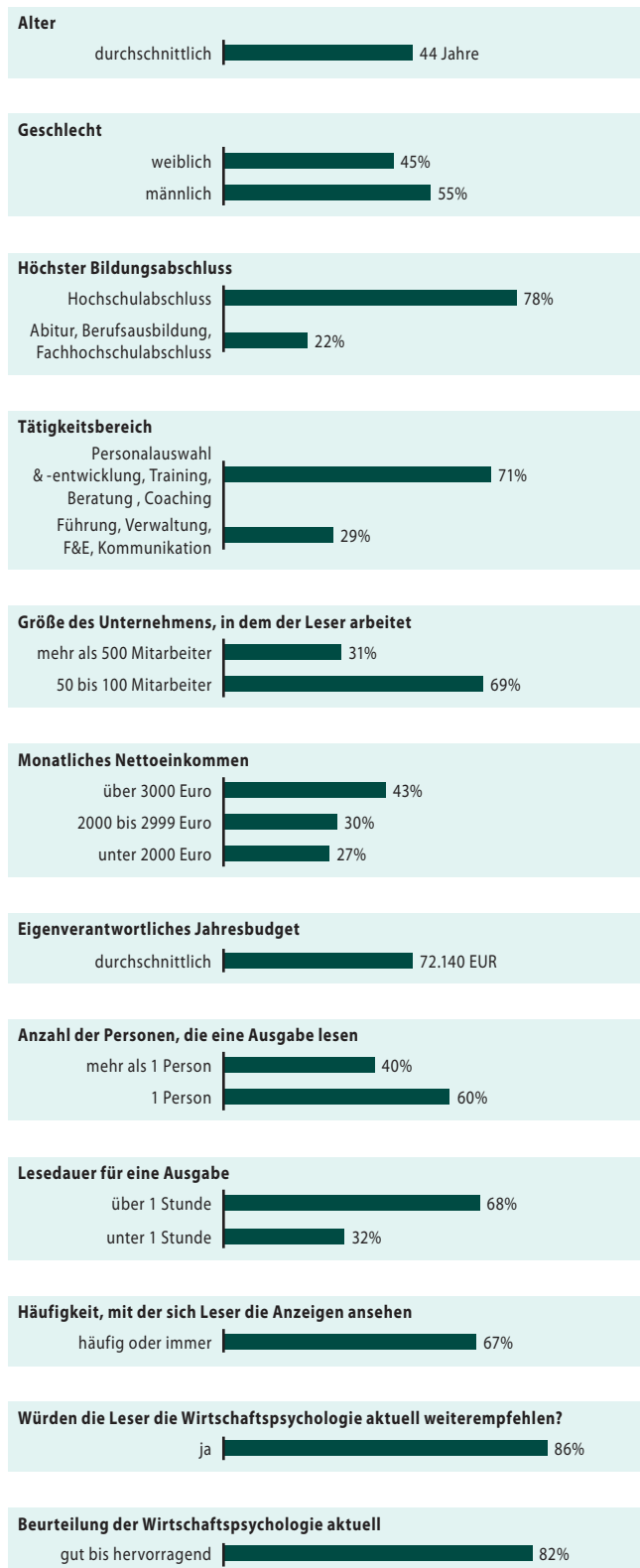
Banner und Text	Preis
400 x 120 Pixel plus 100 Wörter, plus Link	249,- €

Alle Preise zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer.

**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 Werbungstreibenden 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 weiterer 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 Werbemittel und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbepartnern an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Vermittlungsvergütung 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 Preisminderungs- 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. Einschreibbriefe 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.