



HMD

hmd.dpunkt.de
2012

Praxis der Wirtschaftsinformatik

Mediadaten 2012

Anzeigen:
Julia Griebel
Vanessa Wittmer
anzeigen@dpunkt.de

HMD – Praxis der Wirtschaftsinformatik

<http://hmd.dpunkt.de>

HMD – Praxis der Wirtschaftsinformatik richtet sich an Fach- und Führungskräfte in der IT-Branche und im Software Engineering sowie an Studierende der Wirtschaftsinformatik.

In zweimonatlichem Rhythmus liefert **HMD – Praxis der Wirtschaftsinformatik** Beiträge zu aktuellen Themen in der Informationstechnologie und im Informationsmanagement – mit viel Praxisbezug und dem notwendigen theoretischen Hintergrundwissen. Die Qualitätssicherung eingereicherter Beiträge erfolgt über ein doppeltes Begutachtungsverfahren (fachlich zuständiger Herausgeber und zweiter Experte als Blindgutachter) sowie durch interne Reviews im Herausgeberkreis nach Erscheinen eines Heftes.

Typische HMD-Themen sind Softwareangebot und Software Engineering, Projektmanagement, Business Engineering, Rechner- und Netzwerkarchitekturen, Anwendungen in den verschiedenen Funktionsgebieten und Branchen, aktuelle Probleme in der Praxis und vielversprechende neue theoretische Ansätze. Neben dem Schwerpunkt werden in jeder Ausgabe weitere aktuelle IT-Themen behandelt. Notizen, Glossar, Buchbesprechungen und Veranstaltungshinweise runden das Informationsangebot ab.

Leserprofil: Softwareingenieure, DV/Org.-Leiter in Groß- und Mittelbetrieben aller Branchen, Unternehmensberater, Praktiker aus DV- und Fachabteilungen, Informatiker, Hochschullehrer, Studenten der Informatik und Wirtschaftsinformatik, Universitäten, Fachhochschulen, Wirtschaftsverbände, Institute im Bereich Aus- und Weiterbildung, öffentliche Verwaltungen.

Thema*	Heft	Erscheinungs- termin	Anzeigen- schluss	Druckunter- lagenschluss
Open Source – Konzepte, Risiken, Trends	283	20.02.2012	09.01.2012	16.01.2012
Strategisches IT-Management	284	16.04.2012	02.03.2012	08.03.2012
IT im Mittelstand	285	18.06.2012	04.05.2012	10.05.2012
Mobile Computing	286	20.08.2012	06.07.2012	12.07.2012
Social Media	287	22.10.2012	07.09.2012	13.09.2012
IT-Service-Management in der Cloud 3.0	288	10.12.2012	26.10.2012	02.11.2012

* Neben dem jeweiligen Schwerpunkt werden auch andere aktuelle Themenstellungen behandelt. Änderungen vorbehalten.

Anzeigenpreisliste Nr. 30

(gültig ab 1. Januar 2012)

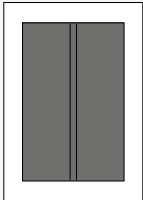
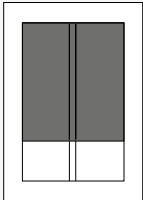
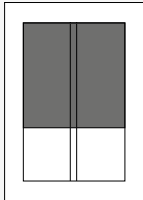
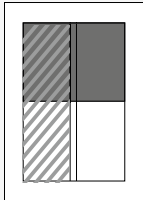
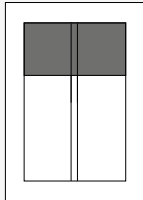
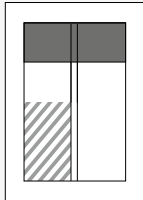
Verbreitung: Im Abonnement sowie im Einzelverkauf, als Freistücke und auf Messen

Auflage: 1300 Exemplare

Format : 165 mm breit, 240 mm hoch

Satzspiegel: 128 mm breit, 190 mm hoch · Spaltenzahl: 2

Anzeigenpreise (s/w) und Formate:

1/1 Seite 128 × 190	3/4 Seite 128 × 142	2/3 Seite 128 × 126	1/2 Seite 128 × 94	1/3 Seite 128 × 63	1/4 Seite 128 × 47
					
€ 470,-	€ 410,-	€ 380,-	€ 310,-	€ 250,-	€ 210,-

Farbzuschläge: 25 % pro Zusatzfarbe

Anschnittzuschlag: € 50,-

Beilagen: bis 25 g je Tausend € 190,- zzgl. Postgebühren · Größe bis 160 × 230 mm

Auf alle vorstehenden Preise wird noch die gesetzliche Mehrwertsteuer gerechnet. Zuschläge sind nicht rabattierfähig.

Nachlässe :

Malstaffel: 2 Anzeigen 5 % · 4 Anzeigen 10 % · 6 Anzeigen 15 %

Mengenstaffel: 2 Seiten 10 % · 4 Seiten 15 % · 6 Seiten 20 %

Diese Nachlässe gelten auch in Kombination mit einer Anzeigenschaltung in unserer Zeitschrift IT-Governance (<http://it-governance.info>).

Druckverfahren/-unterlagen: Offset, 60er-Raster, PDF- bzw. Original-Dateien mit Schriften oder Schriften in Kurven umgewandelt (Satz von Anzeigen bzw. Reproduktionen von Fotos zum Selbstkostenpreis)

Herausgeber:

Prof. Dr. Susanne Strahinger (verantwortliche Schriftleitung), Technische Universität Dresden · Hans-Peter Fröschle M.A., i.t-consult GmbH, Stuttgart · Prof. Dr. Knut Hildebrand, Hochschule Weihenstephan-Triesdorf · Dr. Josephine Hofmann, Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation, Stuttgart · Prof. Dr. Matthias Knoll, Hochschule Darmstadt · Prof. Dr. Andreas Meier, Universität Fribourg, Schweiz · Dipl.-Kfm. Stefan Meinhardt, SAP Deutschland AG & Co. KG, Walldorf · Dipl.-Physiker Michael Mörike, freiberuflicher Projektleiter, Tübingen · Univ.-Doz. Dr. Siegfried Reich, Salzburg Research Forschungsgesellschaft m.b.H., Österreich · Dr. Stefan Reinheimer, BIK GmbH, Nürnberg



Die
Zeitschrift
für Ihr
IT-Know-how

Erscheinungsweise
6 Ausgaben pro Jahr

Einzelheft: € 24,90 (D) · € 25,60 (A)
(zzgl. Versandkosten)

Abo-Preis: € 126,- (D) · € 129,60 (A)
zzgl. Versandkosten:
Inland € 9,40
Ausland € 15,-

GI-, SwissICT -, DOAG-, OCG-, ASQF- und
BITKOM-Mitglieder erhalten eine
Ermäßigung von 25 % auf das Abonnement.

Studenten erhalten eine Ermäßigung
von 50 % auf das Abonnement.

ISSN 1436-3011

<http://hmd.dpunkt.de>

Verlag:
dpunkt.verlag GmbH
Ringstraße 19b
69115 Heidelberg
fon 06221/14 83 0
fax 06221/14 83 99
<http://www.dpunkt.de>

Redaktion:
Vanessa Wittmer
Ursula Zimpfer
HMD@dpunkt.de

Anzeigen:
Julia Griebel
Vanessa Wittmer
anzeigen@dpunkt.de

Vertrieb:
Evelin Wilbert
fon 06221/14 83 40
wilbert@dpunkt.de

Kleingedrucktes

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften

»Anzeigenauftrag« im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungstreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zwecke der Verbreitung.

Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der oben genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.

Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der oben genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.

Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.

Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.

Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.

Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen.

Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort »Anzeige« deutlich kenntlich gemacht.

Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden.

Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Modells der Beilage und deren 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.

Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an.

Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages.

Schadenersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung – sind auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen. Schadenersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt.

Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag 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.

Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

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

Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber vierzehn Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt.

Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen vom Empfang der Rechnung an laufendsten Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag 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 der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

Kosten für die Anfertigung bestellter Druckstöcke, Matrern und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisreduzierung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt dies mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahre die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder – wenn eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein Preisreduzierung berechtigter Mangel, wenn sie

bei einer Auflage bis zu	50.000 Exemplaren	20%
bei einer Auflage bis zu	100.000 Exemplaren	15%
bei einer Auflage bis zu	500.000 Exemplaren	10%
bei einer Auflage über	500.000 Exemplaren	5%

beträgt. Darüber hinaus sind bei den Abschlüssen Preisreduzierungsansprüche 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.

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

Der Verlag behält sich im Interesse und zum Schutz des Auftraggebers das Recht vor, die eingehenden Angebote zur Ausschaltung von Missbrauch des Zifferndienstes zu Prüfzwecken zu öffnen. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.

Dem Verlag 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 1000 g) überschreiten, sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann dennoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.

Filme werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.

Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages.

Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages.

Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, 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 des Verlages vereinbart.