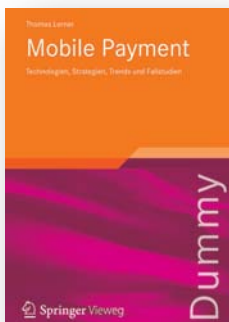


Mediainformationen 2012

Mobile Payment

Technologien, Strategien Trends und Fallstudien



Zielgruppen:

- IT- Verantwortliche in Banken, Telekommunikationsunternehmen, Kreditkartengesellschaften, Handel sowie Serviceanbieter
- Spezialisten im Bereich Strategie, Zahlungsverkehr, und Sicherheit für Mobile Technologien
- Professoren, Dozenten und Studierende im Bereich Telekommunikation, Bankbetriebslehre, Industriebetriebslehre

Kontakt

Tanja Zwick

Leitung Buchverkauf

tel: +49 (0) 611 / 7878 – 143

fax: +49 (0) 611 / 7878 - 78143

tanja.zwick@best-ad-media.de

Christian Kannenberg

Lektorat Buchplanung Anzeigen

tel: +49 (0) 611 / 7878 – 369

fax: +49 (0) 611 / 7878 – 78369

christian.kannenberg@viewegteubner.de

Nicole Frohnweiler

Disposition

tel: +49 (0) 611 / 7878 – 147

fax: +49 (0) 611 / 7878 - 78147

nicole.frohnweiler@best-ad-media.de

Kurzportrait:

1. Auflage

Das Bezahlen mit mobilen Endgeräten wie Handys oder Smartphones gewinnt zunehmend an Bedeutung. Diese Entwicklung bietet Chancen für unterschiedlicher Branchen (Banken, Telekommunikation, Kreditkartengeschäft, Hersteller, Anbieter, Retail) und für die Konsumenten. „Mobile Payment“ beschreibt umfassend den aktuellen Stand, die Entwicklungen und die entscheidenden Aspekte für das erfolgreiche Bezahlen mit mobilen Endgeräten. Durch die Darstellung der wesentlichen Aspekte des Mobile Payment (z. B. Geschäftsmodelle, Technik, Sicherheit) sowie der Vorstellung erfolgreicher Praxisbeispiele und Fallstudien, verbindet Mobile Payment Theorie und Praxis optimal und schafft ein nützliches Werk für alle die Mobile Payment entwickeln, anbieten oder nutzen.

Autor:

Thomas Lerner

Vorstand der expertplace consulting AG, ehemaliger Bank, Berater von Banken, Telekommunikations- und Industrieunternehmen berät seit 1994 im Zahlungsverkehr und seit 1999 im Mobile Business / Payment in unterschiedlichen Projekten bei Banken und Telekommunikationsunternehmen. Er ist Autor mehrerer Bücher und Fachbeiträge zum Thema. Darüber hinaus wurde ihm zusammen mit Thomas Geiss der UMTS-Innovationspreis verliehen.

Themen:

Definition und Ausprägungen – Fehlschläge und Erfolge – Zutaten und Mitspieler zum Erfolg – Was kann sich im Markt durchsetzen? – Technologien, Sicherheit, Vertrauen und regulatorische Anforderungen – Erfolgreiche Praxismodelle – Fallstudien – Abschließende Bewertung

Termine:

AS	17.06.2012
DU	24.06.2012
ET	vrs. August 2012

Daten, I:

Verbreitete Auflage	ca. 900 Exemplare
Umfang	ca. 260 Seiten
Buchformat	168 x 240 mm
Seitenformat	168 x 240 mm
Satzspiegel	135 x 210 mm
Anschnittformat	168 x 240 mm plus 3mm

Preise

Produkt- und Imageanzeigen im Buchblock/Innenteil:

	s/w	2c	3c	4c
1/1 Seite	€ 2.050,-	€ 2.350,-	€ 2.660,-	€ 2.970,-
1/2 Seite	€ 1.020,-	€ 1.330,-	€ 1.640,-	€ 1.940,-

Produkt- und Imageanzeigen im Sachwortverzeichnis:

	s/w	2c	3c	4c
1/1 Seite	€ 1.740,-	€ 2.050,-	€ 2.350,-	€ 2.660,-
1/2 Seite	€ 920,-	€ 1.230,-	€ 1.530,-	€ 1.840,-

Umschlagseiten:

	4c
U2	€ 3.690,-
U3	€ 3.380,-

weitere Vorzugsplatzierung:

	4c
Im Vor- und Nachsatz	€ 3.170,-

Sonderwerbformen:

Lesezeichen € 4.610,- (bei fertiger Anlieferung)
weitere auf Anfrage

Anschnittzuschlag:

10% vom s/w-Preis

Rabatte:

Preise sind komplett rabattfähig

Digitale Druckunterlagen:

Verbindungen

FTP: Zugangsdaten auf Anfrage

Zu jeder Übertragung gehört eine Fax-Kopie der Anzeige mit Angaben zum Motiv und Datei-Bezeichnung. Bitte an die **Fax-Nr.: +49(0)611.7878-443** senden.

Daten-Übertragung

Bitte benutzen Sie Winzip (.ZIP) zum Komprimieren der Daten.

E-Mail: nicole.frohnweiler@best-ad-media.de

Datenübertragung per E-Mail nur bis 10MB!

Zahlungsbedingungen:

2% Skonto bei Zahlung vor Erscheinen; 15% AE-Provision; alle Preise zzgl. MwSt.
Zahlungsfälligkeit: sofort bei Rechnungserhalt.

Geschäftsbedingungen: Sie finden unsere AGB unter www.best-ad-media.de/agb