

# Mediainformationen 2012

Preisliste Nr. 43

Gültig ab 01.10.2011

**versicherungs**  
magazin

Print + Online



# Wir sind für Sie da.

Ihre Ansprechpartner im Anzeigenmarketing:



**Stephan Weber**  
**Verkaufsleitung**

tel +49 (0)611 / 78 78 – 143  
stephan.weber@best-ad-media.de



**Sabine Sommer**  
**Mediaberatung**

tel +49 (0)611 / 78 78 – 152  
sabine.sommer@best-ad-media.de



**Tanja Pfisterer**  
**Stellv. Gesamtanzeigenleitung /  
Ltg. Key Account Management**

tel +49 (0)611 / 78 78 – 146  
mobil +49 (0)151 / 14 07 00 93  
tanja.pfisterer@best-ad-media.de

## **Best Ad Media**

Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH  
Abraham-Lincoln-Straße 46 | 65189 Wiesbaden

tel +49 (0)611 / 78 78 – 555  
info@best-ad-media.de | www.best-ad-media.de





Fachzeitschriften



Online-Lösungen



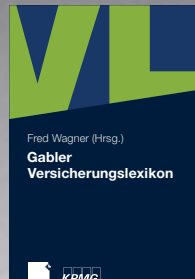
Lehrbücher | Fachbücher



Corporate Publishing



Veranstaltungen



---

## Fachzeitschrift

Titel-Porträt .....	1
Termin- und Themenplan .....	2
Preisliste Nr. 43 .....	4
Rubrikenanzeigen: Stellenmarkt   Geschäftsverbindungen .....	6
Formate und technische Angaben .....	7
B2B - Branchenkompetenz in der Versicherungswirtschaft .....	8
Auflagen- u. Verbreitungsanalyse .....	9
Leser-Struktur-Analyse .....	10
Kurzfassung der Erhebungsmethode .....	12

## Website

Porträt .....	14
Preise/Werbeformen .....	15
Nutzungsdaten .....	16
Formate und technische Angaben .....	17

## Newsletter

Porträt .....	18
Preise/Werbeformen .....	19

- 1 Titel:** versicherungsmagazin
- 2 Kurzcharakteristik:** **Redaktionelles Konzept:** versicherungsmagazin ist eine der führenden Versicherungsfachzeitschriften Deutschlands. Unabhängig vermitteln Experten fundierte Informationen zum aktuellen Geschehen innerhalb der Branche, zu Finanzvertrieb, Informations- und Kommunikationstechnologie und Tipps und Trends für den Vertrieb. Vertriebs- und Marketingstrategien und praktische Verkaufstipps sind traditionelle Schwerpunkte. Der Serviceteil ergänzt das Themenspektrum durch Unternehmensnachrichten, Veranstaltungshinweise, Teach-up und einen Stellenmarkt. Die regelmäßige Rubrik „**INVEST**“ beschäftigt sich mit Themen zu Fonds, Investments, Immobilien, Beteiligungsmodellen, Private Equity, Zweitmärkten, Finanzierungen und weiteren Anlageprodukten.
- 3 Zielgruppe:** Versicherungsmakler, Finanzdienstleistungsvermittler, Ausschließlichkeitsagenten und das Management in Versicherungsunternehmen. Außerdem werden exklusiv mit versicherungsmagazin ausgewählte Maklerpools beliefert.
- 4 Erscheinungsweise:** monatlich
- 5 Heftformat:** 210 mm x 279 mm
- 6 Jahrgang:** 59. Jahrgang 2012
- 7 Bezugspreis:** Jahresabonnement  
Inland € 136,- (inkl. MwSt. + Versand)  
Ausland € 160,- (inkl. MwSt. + Versand)  
Einzelverkaufspreis € 13,- (inkl. MwSt. + Versand)
- 8 Organ:** –
- 9 Mitgliedschaft/Teilnahme:** –

- 10 Verlag:** Springer Gabler  
Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH  
Abraham-Lincoln-Str. 46, 65189 Wiesbaden  
tel +49 (0)611 / 78 78 – 0  
www.springerfachmedien-wiesbaden.de
- 11 Herausgeber:** –
- 12 Anzeigen:** Tanja Pfisterer (Stellv. Gesamtanzeigenleitung/  
Ltg. Key Account Management)  
Britta Dolch (Gesamtverkaufsleitung Fachmedien)  
Stephan Weber (Verkaufsleitung)  
tel +49 (0)611 / 78 78 – 143  
stephan.weber@best-ad-media.de  
Sabine Sommer (Mediaberatung)  
tel +49 (0)611 / 78 78 – 152  
sabine.sommer@best-ad-media.de
- 13 Redaktion:** Bernhard Rudolf (ChR)  
tel +49 (0)611 / 78 78 – 207 · fax – 435  
bernhard.rudolf@springer.com
- 14 Umfangsanalyse 2010 = 12 Ausgaben**
- |                |            |   |        |
|----------------|------------|---|--------|
| Gesamtumfang   | 908 Seiten | = | 100,0% |
| Redaktionsteil | 689 Seiten | = | 75,9%  |
| Anzeigenteil   | 219 Seiten | = | 24,1%  |
| Beilagen       | 4 Stück    |   |        |
- 15 Inhaltsanalyse des Redaktionsteils**
- |  |            |   |       |
|--|------------|---|-------|
| Branche, Versicherungsprodukte, Produkte | 392 Seiten | = | 56,9% |
| EDV, Organisation, IT                    | 26 Seiten  | = | 3,8%  |
| Beruf, Personal, Karriere                | 48 Seiten  | = | 7,0%  |
| Marketing, Vertrieb, Management, Recht   | 104 Seiten | = | 15,1% |
| Editorial, Inhalt, Sonstiges             | 119 Seiten | = | 17,3% |

Heft, Monat, (AS)*, (DU)*, (ET)*	Messen, Veranstaltungen, Kongresse	Trend	Versicherungsbranche	Vertriebspraxis	INVEST	IT und Organisation
<b>1 Januar</b> AS 29.11.2011 DU 05.12.2011 ET 28.12.2011	<b>FONDS professionell Kongress</b> , Mannheim (25.-26.01.)	Die besten Maklerversicherer	Leben, Schaden/Unfall, Kranken	Zielgruppen mit Erfolg ansprechen	<b>Fonds und Fondspolizen als Altersvorsorge</b>	Outsourcing für Vermittler
<b>2 Februar</b> AS 02.01.2012 DU 10.01.2012 ET 30.01.2012		Risikoschutz für kleinere und mittlere Unternehmen	Wohngebäude/Hausrat, Leben, Schaden/Unfall, Kranken	Telefonakquise trotz UWG	<b>Nachhaltigkeit</b>	Maklersoftware
<b>3 März</b> AS 01.02.2012 DU 08.02.2012 ET 29.02.2012	<b>CeBiT</b> , Hannover (06.-10.03.) <b>Invest</b> , Stuttgart (27.-29.04.)	Assistance-Trendbarometer	Leben, Schaden/Unfall, Kranken	Apps als Vertriebsinstrument	<b>LV-Zweitmarkt</b>	Datensicherheit
<b>4 April</b> AS 29.02.2012 DU 07.03.2012 ET 28.03.2012	<b>Pool &amp; Finance</b> , Kongresszentrum Darmstadt (26.04.) <b>VEMA-Tage</b> , Fulda (April)	Vergütung/Courtage/Provisionen	Transport, Leben, Schaden/Unfall, Kranken	Frauen-Netzwerk im Vertrieb	<b>Aktienfonds</b>	Green-IT
<b>5 Mai</b> AS 28.03.2012 DU 04.04.2012 ET 27.04.2012	<b>Versicherungsmagazin-Fachtag</b> , Erfurt (03.05.) <b>LVFM-Leipziger Versicherungs- und Fondsmesse</b> (09.05.) <b>MMM</b> Makler- und Mehrfachagenten-Messe, München (Mai)	Lebensversicherung	Rück, Leben, Schaden/Unfall, Kranken	Bestandskundenbetreuung	<b>Offene Immobilienfonds</b>	Drucken, Scannen & Co.
<b>6 Juni</b> AS 27.04.2012 DU 04.05.2012 ET 29.05.2012	<b>KVK Kongress</b> , Kölner Versicherungs- und Finanz Kongress (Juni)	Private Krankenversicherung	Industrie, Leben, Schaden/Unfall, Kranken	Award Unternehmer-Ass	<b>Rohstoff-Fonds</b>	Mobile Endgeräte

Heft, Monat, (AS)*, (DU)*, (ET)*	Messen, Veranstaltungen, Kongresse	Trend	Versicherungsbranche	Vertriebspraxis	INVEST	IT und Organisation
<b>7 Juli</b> AS 01.06.2012 DU 08.06.2012 ET 29.06.2012		Die besten BU-Versicherer	Rechtsschutz, Leben, Schaden/ Unfall, Kranken	Nachfolge	<b>Erneuerbare Energien</b>	VM-Award Vertriebssoftware
<b>8 August</b> AS 02.07.2012 DU 09.07.2012 ET 30.07.2012		Maklerpools	Haftpflicht, Leben, Schaden/ Unfall, Kranken	Honorarberatung	<b>Rentenfonds</b>	Professionelle Organisation des Maklerbetriebs
<b>9 September</b> AS 30.07.2012 DU 06.08.2012 ET 28.08.2012	<b>Versicherungsmagazin-Fachkonferenz: "Vertriebsoffensive Altersvorsorge"</b> , Bonn (27.-28.09.)	Kfz-Versicherung	Berufsunfähigkeit, Leben, Schaden/ Unfall, Kranken	Knigge für Vermittler	<b>Fondsvertrieb</b>	Flexibler Personaleinsatz
<b>10 Oktober</b> AS 31.08.2012 DU 07.09.2012 ET 28.09.2012	<b>Versicherungsmagazin-Fachtag</b> , Fulda (09.10.) <b>HSM Hauptstadtmesse</b> , Berlin (Okt.) <b>DKM</b> , Dortmund (23.-25.10.)	Social Media	Rück, Leben, Schaden/ Unfall, Kranken	Kooperation von Vermittlern	<b>Beteiligungsmodelle</b>	Digitalfotografie
<b>11 November</b> AS 28.09.2012 DU 05.10.2012 ET 26.10.2012	<b>15. Euro Finance Week</b> , Frankfurt/Main (Nov.)	Die besten Vermögensschadenhaftpflicht-Versicherer	Private Rente, Leben, Schaden/ Unfall, Kranken	Neukundenakquise	<b>Themenfonds</b>	Freeware
<b>12 Dezember</b> AS 31.10.2012 DU 07.11.2012 ET 28.11.2012		Vertriebswege der Zukunft	Leben, Schaden/ Unfall, Kranken	DKM-Nachbericht	<b>Edelmetalle</b>	Telefonie: Provider, Handys & Co.
<b>1 Januar 2013</b> AS 26.11.2012 DU 03.12.2012 ET 27.12.2012	<b>FONDS professionell Kongress</b> , Mannheim (Jan.)	Produktinnovationen	Leben, Schaden/ Unfall, Kranken	Erfolgsfaktoren im Vertrieb	<b>Haftung</b>	Büroausstattung

Ständige Rubriken: INVEST, Neue Produkte, Produkt des Monats, Teach-up Karriere, Stellenmarkt

**\*AS = Anzeigenschluss | DU = Druckunterlagenschluss | ET = Erscheinungstermin**

Diese Übersicht der geplanten Themen für 2012 soll Ihrer Vorplanung dienen, Änderungen behält sich die Redaktion vor. Ergänzende Themen finden Sie jeweils vier Wochen vor dem jeweiligen Anzeigenschluss unter [www.best-ad-media.de](http://www.best-ad-media.de). Nähere Angaben erhalten Sie direkt unter tel +49 (0)611 / 78 78 – 143 und – 152.

## 1 Anzeigenpreise und Formate (Preise in Euro)

Format	Satzspiegel-Formate Breite x Höhe in mm	Anschnitt-Formate Breite x Höhe in mm**	Grundpreis s/w	2-farbig*	3-farbig*	4-farbig*
<b>2/1 Seite</b>	388 x 240	420 x 279	<b>7.915,-</b>	<b>9.315,-</b>	<b>10.715,-</b>	<b>12.115,-</b>
<b>1/1 Seite</b>	175 x 240	210 x 279	<b>4.080,-</b>	<b>4.780,-</b>	<b>5.480,-</b>	<b>6.180,-</b>
<b>3/4 Seite</b>	175 x 178	210 x 189	<b>3.060,-</b>	<b>3.760,-</b>	<b>4.460,-</b>	<b>5.160,-</b>
<b>2/3 Seite</b>	<b>hoch</b>	115 x 240	<b>2.733,-</b>	<b>3.433,-</b>	<b>4.133,-</b>	<b>4.833,-</b>
	<b>quer</b>	175 x 156				
<b>Juniorpage</b>	115 x 178	131 x 198	<b>2.448,-</b>	<b>3.148,-</b>	<b>3.848,-</b>	<b>4.548,-</b>
<b>1/2 Seite</b>	<b>hoch</b>	85 x 240	<b>2.040,-</b>	<b>2.740,-</b>	<b>3.440,-</b>	<b>4.140,-</b>
	<b>quer</b>	175 x 117				
<b>1/3 Seite</b>	<b>hoch</b>	55 x 240	<b>1.366,-</b>	<b>2.066,-</b>	<b>2.766,-</b>	<b>3.466,-</b>
	<b>quer</b>	175 x 76				
	<b>block</b>	115 x 117				
<b>1/4 Seite</b>	<b>hoch</b>	40 x 240	<b>1.020,-</b>	<b>1.720,-</b>	<b>2.420,-</b>	<b>3.120,-</b>
	<b>quer</b>	175 x 56				
	<b>block</b>	85 x 117				
<b>1/6 Seite</b>	<b>hoch</b>	55 x 117	<b>683,-</b>	<b>1.133,-</b>	<b>1.583,-</b>	<b>2.033,-</b>
<b>1/8 Seite</b>	<b>hoch</b>	55 x 86	<b>510,-</b>	<b>910,-</b>	<b>1.310,-</b>	<b>1.710,-</b>
	<b>block</b>	85 x 56				

**Advertorial:** 1/1 4c, € 6.180,-. Präsentation des Unternehmens/der Produkte im Rahmen der Sonderthemen. Darstellung im Zeitschriften-Layout. Die Rabattierung erfolgt nach Mengenschtaffel. Weitere Informationen auf Anfrage. | **Brancheneintrag:** 1/6 quer sw/4c je € 650,- / Kurzprofil inkl. Kontaktdaten und Logo (buchbar: 6 bzw. 12 Ausgaben)

\* ISO-Skala \*\* zzgl. 3 mm Beschnitt  
Weitere Formate auf Anfrage.

tvA: 13.699 Exemplare

## 2 Zuschläge:

<b>Platzierungen:</b>	Titelseite 4c	€ 1.555,-
	4. Umschlagseite 4c	€ 1.244,-
	2. und 3. Umschlagseite 4c	€ 933,-
	Bindende Platzierungsvorschriften	€ 510,-
<b>Farbe:</b>	Zuschlag für Sonderfarben je Farbe	auf Anfrage
<b>Format:</b>	Anzeigen über Bund	10% vom s/w Preis
	Inselanzeigen	60% vom s/w Preis
	Satellitenanzeigen	10% vom s/w Preis
	Angeschnittene Anzeigen	10% vom s/w Preis

## 3 Rabatte:

bei Abnahme innerhalb eines Insertionsjahres			
Malstaffel		Mengenstaffel	
bei 3 Anzeigen	3%	3 Seiten	5%
bei 6 Anzeigen	5%	6 Seiten	10%
bei 9 Anzeigen	10%	9 Seiten	15%
bei 12 Anzeigen	15%	12 Seiten	20%

### Es gilt immer nur eine Rabattstaffel.

Alle Zuschläge – Farbe, Platzierung, Anschnitt – werden rabattiert. Sonderkosten und technische Zusatzkosten werden nicht rabattiert.

## 4 Rubriken:

Stellenmarkt/Geschäftsverbindungen Seite 6

## 5 Sonderwerbeformen: Einhefter/Beikleber:

2-seitig	€ 4.651,-
4-seitig	€ 6.069,-
6-seitig	€ 7.486,-
8-seitig	€ 8.904,-
Teilbelegungszuschlag	€ 400,-

Die Preise gelten für Papiergewichte bis 170 g. Anlieferung unbeschnitten, Beschnittzugabe auf Anfrage. Die Rabattierung erfolgt nach der Mengenstaffel: (1 Blatt = 1/1 Seite)

## Beilagen: (keine Rabattierung)

lose eingelegt, Höchstformat 203 mm x 272 mm	
bis 25 g pro Tsd.	€ 290,-
bis 30 g pro Tsd.	€ 300,-
Zahl der Beilagen	auf Anfrage
Preis für schwerere Beilagen	auf Anfrage
Teilbelegungszuschlag	€ 400,-

## Aufgeklebte Werbemittel: (keine Rabattierung)

pro Tsd. bis 25 g, inkl. Klebekosten, nur in Verbindung mit einer 1/1 S. Anzeige für Postkarten	€ 255,-
für CD, Booklet	€ 295,-
Zahl der Werbemittel	auf Anfrage
größere und schwerere Formate (gilt auch für Warenproben)	auf Anfrage

## 6 Kontakt:

**Stephan Weber** (Verkaufsleitung)  
tel +49 (0)611 / 78 78 – 143  
stephan.weber@best-ad-media.de

**Sabine Sommer** (Mediaberatung)  
tel +49 (0)611 / 78 78 – 152  
sabine.sommer@best-ad-media.de

## 7 Zahlungsbedingungen:

2% Skonto bei Zahlung vor Erscheinen; 15% AE (Agenturprovision), die Tätigkeit als Agentur muss Best Ad Media spätestens mit dem Auftrag durch einen Handelsregister-Auszug nachgewiesen werden; gültig für Deutschland: Preise zzgl. gesetzlicher MwSt.; Zahlungsfälligkeit: sofort nach Rechnungserhalt.

## Bankverbindung:

Postbank Hamburg,  
Kto.-Nr. 576 826 201 (BLZ 200 100 20)

Unsere AGB finden Sie unter [www.best-ad-media.de/agb](http://www.best-ad-media.de/agb)

**Anzeigenpreise und Formate (Preise in Euro)**

Format	Satzspiegel-Formate Breite x Höhe in mm	Anschnitt-Formate Breite x Höhe in mm**	Grundpreis s/w	2-farbig*	3-farbig*	4-farbig*	
<b>1/1 Seite</b>	175 x 240	210 x 279	<b>2.770,-</b>	<b>3.320,-</b>	<b>3.880,-</b>	<b>4.430,-</b>	
<b>2/3 Seite hoch</b>	115 x 240	131 x 279	<b>1.960,-</b>	<b>2.352,-</b>	<b>2.744,-</b>	<b>3.136,-</b>	
<b>1/2 Seite hoch</b>	85 x 240	101 x 279	<b>1.390,-</b>	<b>1.670,-</b>	<b>1.950,-</b>	<b>2.220,-</b>	
	<b>quer</b>	175 x 117					210 x 137
<b>1/3 Seite hoch</b>	55 x 240	63 x 279	<b>990,-</b>	<b>1.190,-</b>	<b>1.390,-</b>	<b>1.580,-</b>	
	<b>quer</b>	175 x 76					210 x 86
	<b>block</b>	115 x 117					131 x 137
<b>1/4 Seite hoch</b>	40 x 240	46 x 279	<b>765,-</b>	<b>918,-</b>	<b>1.071,-</b>	<b>1.224,-</b>	
	<b>quer</b>	175 x 56					210 x 63
	<b>block</b>	85 x 117					101 x 137
<b>1/8 Seite hoch</b>	55 x 86	–	<b>455,-</b>	<b>546,-</b>	<b>637,-</b>	<b>728,-</b>	
	<b>block</b>	85 x 56					–

**Stellengesuche auf Anfrage.**

\* ISO-Skala \*\* zzgl. 3 mm Beschnitt

Gültig für Deutschland: Allen Preisen ist der gültige Mehrwertsteuersatz hinzuzurechnen. Unsere AGB finden Sie unter [www.best-ad-media.de/agb](http://www.best-ad-media.de/agb).

**Farbzuschläge:** je Sonderfarbe auf Anfrage

**Chiffregebühr:** € 12,- (Inland)  
€ 16,- (Ausland)

**Ansprechpartner:**

**Stephan Weber** (Verkaufsleitung)  
tel +49 (0)611 / 78 78 – 143  
[stephan.weber@best-ad-media.de](mailto:stephan.weber@best-ad-media.de)

**Sabine Sommer** (Mediaberatung)  
tel +49 (0)611 / 78 78 – 152  
[sabine.sommer@best-ad-media.de](mailto:sabine.sommer@best-ad-media.de)

- 1 Zeitschriftenformat:** 210 mm breit x 279 mm hoch
- Satzspiegel:** 175 mm breit x 240 mm hoch
- 2 Druck- und Bindeverfahren:** Offset, Rückendrahtheftung
- 3 Datenübermittlung:** **FTP:** Zugangsdaten auf Anfrage  
**E-Mail:** monika.dannenberger@best-ad-media.de  
Datenübertragung per E-Mail nur bis 10 MB!  
Bitte benutzen Sie Winzip (.zip) zum Komprimieren der Daten. Benennen Sie die zip-Datei mit dem Zeitschriftennamen beginnend, gefolgt von Ausgabe und Kunde.
- 4 Datenformate:** Bitte liefern Sie druckfähige PDF X3-Dateien in der Größe des Anzeigenformats.  
Anzeigen, die im Beschnitt stehen (randabfallend), müssen mit 3 mm Beschnitt an den betreffenden Seiten angelegt sein.
- 5 Farben:** Sonderfarben müssen als HKS- oder Pantone-Werte definiert werden.  
Der maximale Farbauftrag soll 300% nicht überschreiten.  
Offsetprofil = Iso Coated V2 300
- 6 Proof:** Da wir nach Prozessstandard Offset (PSO) drucken, benötigen wir grundsätzlich keinen Proof.
- 7 Datenarchivierung:** Daten werden 1 Jahr archiviert, unveränderte Wiederholungen sind deshalb in der Regel möglich. Eine Datengarantie wird jedoch nicht übernommen.
- 8 Gewährleistung:** 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. Wird keine einwandfreie Druckvorlage von dem Auftraggeber geliefert, druckt der Verlag die Anzeige in der Qualität ab, die die vorgelegte Druckvorgabe erlaubt.
- 9 Kontakt:** Monika Dannenberger, Anzeigendisposition  
tel +49 (0)611 / 78 78 – 148  
fax +49 (0)611 / 78 78 – 443  
monika.dannenberger@best-ad-media.de



Zeitschrift für  
Finanzdienstleistungen  
und Vertrieb  
12-mal im Jahr



www.versicherungsmagazin.de  
Das Portal für die Versicherungs-  
und Finanzbranche, mit aktuellen  
Beiträgen, News, Trends und regel-  
mäßigem Newsletter.

### Finanz-Kombi der Versicherungs- und Bankbranche



### Fachkonferenzen

Zu Trendthemen der Versicherungs- und Finanzbranche.  
4 bis 6 x im Jahr, Termine siehe unter [www.versicherungsmagazin.de](http://www.versicherungsmagazin.de),  
in der Rubrik unter „Termine“.

Hier eine Auswahl 2012:

Versicherungsmagazin-Fachtag, Erfurt am 03.05.2012

Versicherungsmagazin-Fachkonferenz: „Vertriebsoffensive Altersvorsorge“,  
Bonn am 27.-28.09.2012

Versicherungsmagazin-Fachtag, Fulda am 09.10.2012

Ausstellungs-/Sponsoring-Möglichkeiten: tel +49 (0)611 / 78 78 – 143 und – 152

### Besucher

Versicherungsvermittler, Makler, Einfirmenvertreter, Mehrfachagenten,  
Mitarbeiter aus Versicherungsunternehmen

### Kombinieren und Profitieren

Informationen zu BANKMAGAZIN und FinanzBusiness schicken wir  
Ihnen gerne zu. tel +49 (0)611 / 78 78 – 555



### 1 Auflagenkontrolle:



### 2 Auflagenanalyse:

Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt  
(1. Juli 2010 bis 30. Juni 2011)

Druckauflage	14.792		
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):	13.699	davon Ausland:	272
Verkaufte Auflage:	5.634	davon Ausland:	59
Abonnierte Exemplare:	5.463	davon Mitgliederstücke:	155
Einzelverkauf:	4		
Sonstiger Verkauf:	167		
Freistücke:*)	8.065		
Rest-, Beleg- und Archivexemplare:	1.093		

\*) An weitere Versicherungsvermittler im Streuwechselversand sowie für Messen, Kongresse und Seminare.

### 3 Geographische Verbreitungsanalyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	98,0	13.427
Ausland	2,0	272
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	13.699

### 3.1 Verbreitung nach PLZ: Immer aktuell auf Anfrage

## Branchen/Wirtschaftszweige/Unternehmenstypen

Empfängergruppen (lt. Klassifikation der Wirtschaftszweige)	Anteil in %
Versicherungsmakler	26
freier Finanzdienstleister	10
Mehrfachagent	6
Einfirmenvertreter, Ausschließlichkeitsagent	9
Handelsvertreter	32
Angestellte im Außendienst	17
Angestellte im Innendienst	12
<b>Mehrfachnennung (Selbständige, Freiberufler, Angestellte)</b>	

## Größe der Wirtschaftseinheit

	Anteil in %
1 bis 19 Beschäftigte	81
20 bis 49 Beschäftigte	4
50 bis 99 Beschäftigte	4
100 bis 499 Beschäftigte	4
500 und mehr Beschäftigte	4
keine Angabe	3
	<b>100</b>

Quelle: TNS Emnid, Leser-Struktur-Analyse 2007

Kurzfassung der Erhebungsmethode siehe Seite 12.

**Für weitere Informationen stehen wir Ihnen gerne telefonisch unter tel +49 (0)611 / 78 78 – 139 zur Verfügung.**

## Tätigkeitsmerkmal: Position im Betrieb

	Anteil in %
Inhaber, Mitinhaber, Vorstand, Geschäftsführer	4
Geschäftsbereichsleiter	4
Abteilungsleiter	4
Teamleiter	4
sonstige leitende Funktion	4
Sachbearbeiter	3
sonstiger Angestellter	7
Ausbildung	1
Selbständiger/Freiberufler	69
	<b>100</b>

## Bildung/Ausbildung: Berufliche Ausbildung

	Anteil in %
Versicherungsfachmann	37
Versicherungskaufmann	21
Versicherungsfachwirt	17
Versicherungsvertriebswirt	5
Betriebswirt, Dipl.-Kaufm., Dipl.-Volkswirt	6
Sonstiges	11
keine Angaben	3
	<b>100</b>

## Alter

	Anteil in %
Bis 29 Jahre	7
30 bis 39 Jahre	18
40 bis 49 Jahre	34
50 bis 64 Jahre	37
65 Jahre und älter	3
keine Angabe	1
	<b>100</b>

**Versicherungsmagazin: entscheidungskompetente und investitionsfreudige Leserschaft**

**Wichtigkeit einzelner Themen**



**Investitionen in den nächsten Jahren**



**93%** der Leser sind maßgeblich als Entscheider und Berater an Investitionsentscheidungen beteiligt.

**VERSICHERUNGSMAGAZIN genießt hohe Wertschätzung** – Die Leser sind der Meinung, VERSICHERUNGSMAGAZIN ...

- 98%** ... bietet fachlich kompetente Beiträge
- 98%** ... bietet interessante und wichtige Inhalte
- 92%** ... vermittelt Hintergrundwissen

- 94%** ... vermittelt guten aktuellen Überblick
- 89%** ... bietet nützliche Tipps für die berufliche Praxis
- 96%** ... ist empfehlenswert

### 1. Untersuchungsmethode:

Leser-Struktur-Analyse durch mündliche (telefonische) Erhebung – Stichproben-Erhebung

### 2. Beschaffenheit der Datei:

In der Empfängerdatei sind die Anschriften aller Empfänger aufgeführt. Aufgrund der postalischen Angaben kann die Datei nach Postleitzahlen bzw. Inland- und Auslandempfängern sortiert werden.

### 3. Tag der Stichprobenziehung: 10.05.2007

### 4. Struktur der Empfängerschaft: versicherungsmagazin

a) Gesamtzahl der Empfänger in der Datei	9.090
b) Struktur der Empfängerschaft einer aktuellen durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:	
Verkaufte Auflage (Abonnenten)	8.037
sonstiger Verkauf	490
Einzelverkauf	2
c) Gesamtzahl der wechselnden Empfänger	6.137
tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	14.666
davon: Inland	14.515
Ausland	151

### 5. Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA)	14.666	=	100,0%
Davon in der Untersuchung nicht erfasst:	6.468	=	44,1%
Werbeexemplare	5.576	=	38,0%
nicht deutschsprachiges Ausland	59	=	0,4%
Buchhandel, Bibliotheken	831	=	5,7%
Einzelverkauf	2	=	0,0%
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA):	8.198	=	55,9%

**Die 85%-Regel gemäß ZAW-Rahmenschema konnte eingehalten werden, da der Anteil Buchhandelsexemplare mehr als 15% der tvA ausmacht.**

**Die Basis für Hochrechnungen beträgt damit 3.140 Leser.**

### 6. Beschreibung der Stichprobe:

Random-Auswahl per Schrittziffer aus der Empfänger-Datei

<b>Ausgangs-Stichprobe:</b>	<b>414 Fälle</b>	<b>= 100,0%</b>
Stichprobenneutrale Ausfälle:		
Empfänger nicht zu ermitteln	9 Fälle	= 2,2%
Kein Leser ermittelbar	24 Fälle	= 5,8%
Adresse/Telefonnummer falsch/nicht ermittelbar	26 Fälle	= 6,3%
<b>Ausfälle gesamt:</b>	<b>59 Fälle</b>	<b>= 14,3%</b>

### Brutto-Stichprobe: 355 Fälle = 100,0%

Ausfälle:		
Zielperson nicht erreicht	19 Fälle	= 5,4%
kein Termin möglich	29 Fälle	= 2,0%
Beantwortung der Befragung verweigert	53 Fälle	= 14,9%
Abbruch im Interview	4 Fälle	= 1,1%
<b>Ausfälle gesamt:</b>	<b>105 Fälle</b>	<b>= 29,6%</b>

### Netto (auswertbare Fälle): 250 Fälle = 70,4%

### 7. Zielperson der Untersuchung:

In der Grundgesamtheit wird die Fachzeitschrift an persönliche und an betriebliche Anschriften geliefert. Befragt wurde der hauptsächliche Leser der Fachzeitschrift **versicherungsmagazin** in dem Betrieb/dem Unternehmen / in der Dienststelle.

### 8. Definition des Lesers: hauptsächlicher Leser

### 9. Schwankungsbreite:

Die Ergebnisse einer auf Random-Auswahl basierenden Untersuchung unterliegen statistischen Schwankungsbreiten. Die maximale gemäß ZAW anzugebende Schwankungsbreite beim Mittelwert von 50% (höchster theoretischer Wert) bei einer 90%igen Sicherheit und bei 250 ausgewerteten Nettofällen beträgt: +/- 5,2 %.

### 10. Durchführung der Untersuchung:

TNS Emnid  
Medien- und Sozialforschung GmbH, Bielefeld

### 11. Zeitraum der Untersuchung: 14. Mai bis 21. Juni 2007

Diese Untersuchung entspricht in der Anlage, Durchführung und Berichterstattung dem ZAW-Rahmenschema für Werbeträger-Analysen, 8. Auflage

# Ganzheitliche Lösungen für Ihre individuellen Ziele.

## Ihre Ansprechpartner:

### Tanja Pfisterer

Stellv. Gesamtanzeigenleitung/  
Leitung Key Account Management  
tel +49 (0)611 / 78 78 – 146  
mobil +49 (0)151 / 14070093  
tanja.pfisterer@best-ad-media.de

### Rouwen Bastian

Key Account Management  
tel +49 (0)611 / 78 78 – 399  
mobil +49 (0)173 / 2915535  
rouwen.bastian@best-ad-media.de

### Ursula Saalfeld

Key Account Management  
tel +49 (0)611 / 78 78 – 157  
mobil +49 (0)151 / 42601085  
ursula.saalfeld@best-ad-media.de

### Sabine Schüller

Key Account Management  
tel +49 (0)611 / 7878 – 178  
mobil +49 (0)160 / 96382284  
sabine.schueler@best-ad-media.de



**BEST AD  
MEDIA**

## PRINT

Zeitschriften  
Bücher  
Specials

## DIGITAL

Portale  
Newsletter  
Content Integration

## MESSEN/ KONGRESSE

Ausstellungsfläche  
Sponsoring

## CORPORATE PUBLISHING

Kundenpublikationen  
Mitarbeiter-Kommunikation  
Geschäftsberichte

- 1 Web-Adresse (URL):** www.versicherungsmagazin.de
  - 2 Kurzcharakteristik:** versicherungsmagazin.de ist eine der führenden Online-Plattformen für die Versicherungswirtschaft in Deutschland. Tagesaktuelle Informationen zu Themen rund um die Assekuranz, neueste Informations- und Kommunikationstechnologien. Trends und Tipps für den Finanzvertrieb stehen im Mittelpunkt.
  - 3 Zielgruppe:** Versicherungsmakler, Finanzdienstleistungsvertreter, Ausschließlichkeitsagenten und das Management in Versicherungsunternehmen
  - 4 Verlag:** Springer Gabler  
Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH
- Ansprechpartner  
Redaktion:** Bernhard Rudolf (ChR)  
tel +49 (0)611 / 78 78 – 207  
bernhard.rudolf@springer.com
- Ansprechpartner  
Online-Werbung:** **Stephan Weber** (Verkaufsleitung)  
tel +49 (0)611 / 78 78 – 143  
stephan.weber@best-ad-media.de
- Sabine Sommer** (Mediaberatung)  
tel +49 (0)611 / 78 78 – 152  
sabine.sommer@best-ad-media.de
- Carolin Habermann** (Verkaufsleitung Online)  
tel +49 (0)611 / 78 78 – 211  
carolin.habermann@best-ad-media.de
- 5 Nutzungsdaten:** Seite 16



### 1 Preise und Werbeformen (Preise in Euro)

Werbeformate für Web	Pixel Format	TKP	kB
Superbanner (Bigsize)	728 x 90	75,-	max. 45
Sky Scraper	120 x 600	75,-	max. 45
Wide Sky Scraper	160 x 600 od. 200 x 600	75,-	max. 45
Medium Rectangle Site Rotation	300 x 250	75,-	max. 45
Medium Rectangle fix 1. Position	300 x 250	85,-	max. 45
Expandable Rectangle Small	von 300 x 250 auf 630 x 250	100,-	max. 45
Expandable Rectangle Large	von 300 x 250 auf 630 x 350	125,-	max. 45
Video Rectangle (polite streaming)	300 x 250	75,-	max. 45
Wallpaper (Superbanner + Sky Scraper)	728 x 90 + 120 x 600	150,-	je max. 45
Layer Ad + Rectangle Reminder (Tandem Ad)	auf Anfrage	150,-	max. 45
Half page	300 x 600	150,-	max. 45
Expandable Half page	von 300 x 600 auf 630 x 600	auf Anfrage	max. 45
Textanzeige + Logo (GIF)	300 x 115	55,-	max. 45

### Sonderwerbeformate für Web unter [www.best-ad-media.de/sonderwerbeformen](http://www.best-ad-media.de/sonderwerbeformen)

- 2 Rabatte:** auf Anfrage (bei Printtiteln vereinbarte Konditionen werden nicht auf Online-Werbeträger übernommen) Informationen zur digitalen Anzeigenannahme und den technischen Spezifikationen finden Sie auf Seite 17.
- 3 Zahlungsbedingungen:** 2% Skonto bei Zahlung vor Erscheinen;  
15% AE (Agenturprovision);  
gültig für Deutschland: Preise zzgl. gesetzlicher MwSt.;  
Zahlungsfälligkeit: sofort nach Rechnungserhalt.
- Bankverbindung:** Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH  
Deutsche Bank Berlin  
BLZ: 100 700 00 | Account: 069700300  
Swift/BIC: DEUTDEBB  
IBAN: DE09 1007 0000 0069 7003 00

Unsere AGB finden Sie unter [www.best-ad-media.de/agb](http://www.best-ad-media.de/agb)

- 1 Zugriffskontrolle:** -
- 2 Nutzungsdaten:** Visits:  
24.100 pro Monat (Ø Juli 2010 – Juni 2011)  
Page Impressions:  
49.200 pro Monat (Ø Juli 2010 – Juni 2011)  
Aktuelle Zugriffe unter:  
[www.best-ad-media.de/versicherungsmagazin-online](http://www.best-ad-media.de/versicherungsmagazin-online)

## Ergebnisse Nutzerbefragung versicherungsmagazin.de – 2011

### versicherungsmagazin.de liefert ein attraktives Werbeumfeld.

Eigenschaften des Portals (sehr gut/gut)



### Werbung auf versicherungsmagazin.de aktiviert die Nutzer.

- ▶ **84%** haben aufgrund von Informationen zu Produkten oder Anbietern auf versicherungsmagazin.de weitere Informationen auf der Anbieter-Homepage eingeholt.

### Die Nutzerschaft von versicherungsmagazin.de ist vorwiegend männlich.

- ▶ **84%** männlich, **16%** weiblich

### versicherungsmagazin.de-Nutzer sind hoch gebildet.

- ▶ **61%** haben einen (Fach-)Hochschulabschluss oder promoviert.

### versicherungsmagazin.de erreicht die Entscheider.

- ▶ **94%** entscheiden direkt über Investitionen oder sind zumindest beratend in Investitionsplanungen ihrer Unternehmen eingebunden.
- ▶ **71%** nehmen Führungspositionen in ihrem Unternehmen ein.

Quelle: Online-Nutzerbefragung 2011, n=773, Durchführung Best Ad Media + eResult

- 1 Dateiformate:** Flash, GIF, HTML, JPEG  
Redirects möglich  
Bei Einsatz einer Flash-Datei ist grundsätzlich immer eine alternative GIF-Datei als Fallback-Image anzuliefern.  
Größe: max. 45 kB je Werbeform. Die maximale Größenangabe bezieht sich auf das Gesamtgewicht der jeweiligen Datei.  
Best Ad Media behält sich vor, Dateien abzulehnen, die besonders CPU-lastig sind. Eine Auslastung von 40% darf nicht überschritten werden (Standard-PC).  
Sound in Werbemittel ist erlaubt, wenn folgende Bedingungen eingehalten werden:  
- Bei Start des Werbemittels muss der Sound ausgeschaltet sein. Nur eine eindeutige Aktion durch den User darf den Sound aktivieren (Klick)  
- Eine deutlich sichtbare Schaltfläche zur Deaktivierung  
- Mit dem Schließen des Werbemittels (z.B. Layer) muss der Sound enden  
Infos zu Flash, Expandable Werbeformen, HTML, Einsatz von Redirects:  
[www.best-ad-media.de/datenanlieferung](http://www.best-ad-media.de/datenanlieferung)
- 2 Lieferadresse:** [banner@best-ad-media.de](mailto:banner@best-ad-media.de)
- 3 Lieferfrist:** Bis 2 Werktage vor Schaltbeginn  
Ziellink:  
Bitte vergessen Sie nicht, den Ziellink für jedes Werbemittel einzeln anzugeben.
- 4 Newsletterwerbung:** Bei der Anlieferung von Newsletterwerbematerialien ist außerdem zu beachten, dass keine Animationen dargestellt werden können.
- 5 Kontakt:** Nicole Brzank  
Disposition  
tel +49 (0)611 / 78 78 – 616  
[banner@best-ad-media.de](mailto:banner@best-ad-media.de)



- 1 Name:** Newsletter versicherungsmagazin,  
newsletter@versicherungsmagazin.de
- 2 Kurzcharakteristik:** Die Versicherungswirtschaft im Überblick mit tagesaktuellen Informationen – das bietet der Newsletter Versicherungsmagazin. Weiterhin stehen Trends, Tipps und Events für den Finanzvertrieb im Mittelpunkt.
- 3 Zielgruppe:** Versicherungsmakler, Finanzdienstleistungsvertreter, Ausschließlichkeitsagenten und das Management in Versicherungsunternehmen
- 4 Erscheinungsweise:** 2x wöchentlich, jeden Dienstag und Donnerstag
- 5 Verlag:** Springer Gabler  
Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH
- Ansprechpartner  
Redaktion:** Bernhard Rudolf (Chr)  
tel +49 (0)611 / 78 78 – 207  
bernhard.rudolf@springer.com
- Ansprechpartner  
Newsletter-Werbung:** **Stephan Weber** (Verkaufsleitung)  
tel +49 (0)611 / 78 78 – 143  
stephan.weber@best-ad-media.de  
**Sabine Sommer** (Mediaberaterin)  
tel +49 (0)611 / 78 78 – 152  
sabine.sommer@best-ad-media.de  
**Carolin Habermann** (Verkaufsleitung Online)  
tel +49 (0)611 / 78 78 – 211  
carolin.habermann@best-ad-media.de
- 6 Nutzungsdaten:** Aktuelle Empfängerzahl auf Anfrage und unter  
www.best-ad-media.de/versicherungsmagazin-online.



### 1 Preise und Werbeformen (Preise in Euro)

Werbeformate für Newsletter	Pixel Format	TKP	kB
Textanzeige + Logo/Bild (GIF oder JPEG)*	Bild 140 x 100, Text 300 Zeichen **)	55,-	max. 45
Textanzeige + Logo/Bild (GIF oder JPEG)*	Bild 140 x 100, Text 650 Zeichen **)	75,-	max. 45
Fullsize Banner (GIF oder JPEG)*	468 x 60	75,-	max. 45
Rectangle (GIF oder JPEG)*	300 x 250	75,-	max. 45

\*) nicht animierte Dateien; \*\*) inkl. Leerzeichen

**2 Rabatte:** auf Anfrage (bei Printtiteln vereinbarte Konditionen werden nicht auf Online-Werbeträger übernommen)

Informationen zur digitalen Anzeigenannahme und den technischen Spezifikationen finden Sie hier: [www.best-ad-media.de/datenanlieferung](http://www.best-ad-media.de/datenanlieferung)

**3 Zahlungsbedingungen:** 2% Skonto bei Zahlung vor Erscheinen;  
15% AE (Agenturprovision);  
gültig für Deutschland: Preise zzgl. gesetzlicher MwSt.;  
Zahlungsfälligkeit: sofort nach Rechnungserhalt.

**Bankverbindung:** Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH  
Deutsche Bank Berlin  
BLZ: 100 700 00 | Account: 069700300  
Swift/BIC: DEUTDEBB  
IBAN: DE09 1007 0000 0069 7003 00

**Unsere AGB finden Sie unter [www.best-ad-media.de/agb](http://www.best-ad-media.de/agb)**

# Weitere Fachmedien im Bereich Management und Finanzdienstleistung



[www.salesbusiness.de](http://www.salesbusiness.de) | [www.callcenterprofi.de](http://www.callcenterprofi.de) | [www.marketingreview.ch](http://www.marketingreview.ch)  
[www.media-spectrum.de](http://www.media-spectrum.de) | [www.bankmagazin.de](http://www.bankmagazin.de) | [www.versicherungsmagazin.de](http://www.versicherungsmagazin.de)  
[www.workingoffice.de](http://www.workingoffice.de) | [www.innovative-verwaltung.de](http://www.innovative-verwaltung.de) | [www.controllingundmanagement.de](http://www.controllingundmanagement.de)  
[www.businessundinnovation.de](http://www.businessundinnovation.de) | [www.wirtschaftsinformatik.de](http://www.wirtschaftsinformatik.de)

Springer Gabler