

# Mediainformationen 2012

Preisliste Nr. 13

Gültig ab 01.10.2011

working@office

Print + Online



# Wir sind für Sie da.

Ihre Ansprechpartner im Anzeigenmarketing:



**Eva Hanenberg**

**Verkaufsleitung**

tel +49 (0)611 / 78 78 – 226  
eva.hanenberg@best-ad-media.de



**Ursula Saalfeld**

**Key Account Management**

tel +49 (0)611 / 78 78 – 157  
mobil +49 (0)151 / 42 60 10 85  
ursula.saalfeld@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



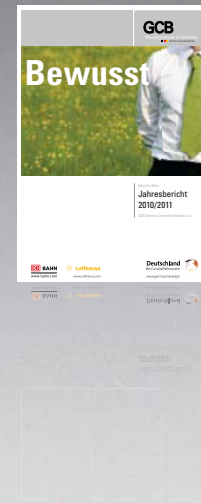
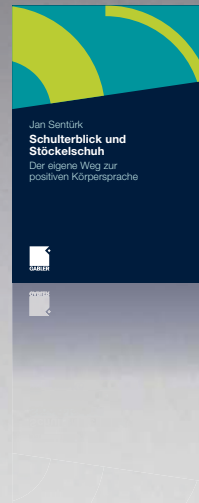
Lehrbücher | Fachbücher



Corporate Publishing



Veranstaltungen



## Fachzeitschrift

|  |    |
|--|----|
| Titel-Porträt .....  | 1  |
| Termin- und Themenplan .....                                 | 2  |
| Preisliste Nr. 13 .....                                      | 4  |
| Rubrikenanzeigen: Stellenmarkt   Geschäftsverbindungen ..... | 6  |
| Formate und technische Angaben .....                         | 7  |
| Auflagen- u. Verbreitungsanalyse .....                       | 8  |
| Leser-Struktur-Analyse .....                                 | 9  |
| Kurzfassung der Erhebungsmethode .....                       | 10 |

## Website

|                          |    |
|--------------------------|----|
| Porträt .....            | 11 |
| Preise/Werbeformen ..... | 12 |
| Nutzungsdaten .....      | 13 |

## Newsletter

|                          |    |
|--------------------------|----|
| Porträt .....            | 14 |
| Preise/Werbeformen ..... | 15 |

- 1 Titel:** working@office
- 2 Kurzcharakteristik:** working@office ist Deutschlands größte Fachzeitschrift für modernes Büromanagement. Die Themen konzentrieren sich auf die erfolgreiche Berufstätigkeit, die eigene Karriere und Weiterbildung, die persönliche Entwicklung für den Job und darüber hinaus. working@office spiegelt die Veränderungen in der Berufswelt speziell für Frauen wider und spricht die Frau als kompetente Entscheiderin rund um die Erfordernisse der Berufstätigkeit, als Gestalterin der eigenen Karriere und Persönlichkeit und als Investorin beruflicher und privater Budgets an.
- 3 Zielgruppe:** Entscheider/-innen im Büromanagement, Personen in den Funktionen Vorstandsassistentz, Chef- und Geschäftsleitungsassistentz, Teamassistentz
- 4 Erscheinungsweise:** monatlich
- 5 Heftformat:** 210 mm x 279 mm
- 6 Jahrgang:** 13. Jahrgang 2012
- 7 Bezugspreis:** Jahresabonnement  
 Inland € 94,- (inkl. MwSt. + Versand)  
 Ausland € 118,- (inkl. MwSt. + Versand)  
 Einzelverkaufspreis € 9,- (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)  
 Eva Hanenberg (Verkaufsleitung)  
 tel +49 (0)611 / 78 78 – 226  
 eva.hanenberg@best-ad-media.de
- 13 Redaktion:** Annette Rempel (ChR)  
 tel +49 (0)611 / 78 78 – 159 · fax – 490  
 annette.rompel@springer.com

### 14 Umfangsanalyse 2010 = 12 Ausgaben

|                |              |   |        |
|----------------|--------------|---|--------|
| Gesamtumfang   | 1.052 Seiten | = | 100,0% |
| Redaktionsteil | 873 Seiten   | = | 83,0%  |
| Anzeigenteil   | 179 Seiten   | = | 17,0%  |
| Beilagen       | 22 Stück     |   |        |

### 15 Inhaltsanalyse des Redaktionsteils

|                            |            |   |       |
|----------------------------|------------|---|-------|
| Office Magazin             | 20 Seiten  | = | 2,3%  |
| Office                     | 275 Seiten | = | 31,5% |
| Kolumne                    | 12 Seiten  | = | 1,4%  |
| Multimedia                 | 86 Seiten  | = | 9,9%  |
| Reise                      | 75 Seiten  | = | 8,6%  |
| Erfolg                     | 158 Seiten | = | 18,1% |
| Buchmarkt                  | 12 Seiten  | = | 1,4%  |
| Life                       | 41 Seiten  | = | 4,7%  |
| Sonstiges (Editorial usw.) | 47 Seiten  | = | 5,4%  |
| english@office             | 54 Seiten  | = | 6,2%  |
| w@o-Special                | 93 Seiten  | = | 10,7% |



| Heft, Monat, (AS)*, (DU)*, (ET)*                                    | Messen, Veranstaltungen, Kongresse                                       | Office   | Multimedia  | Reise   | Erfolg   | Life  |
|---|--|--|---|---|--|---|
| <b>Januar</b><br>AS 29.11.2011<br>DU 06.12.2011<br>ET 30.12.2011    | <b>Paperworld</b> , Frankfurt am Main (28.-31.01.)                       | <b>Neue Serie:</b><br>Projektmanagement // Kleine Helfer, ganz groß: Klammern, Hefter, Organisationsmittel // english@office | E-Mail-Knigge international // Tablet-PCs: Produktübersicht               | Gütesiegel für Businesshotels   | Virtuelle Chefentlastung: Die neue Form des Management Supports                      | Finanzen: Alles Öko, oder was?                        |
| <b>2 Februar</b><br>AS 02.01.2012<br>DU 06.01.2012<br>ET 30.01.2012 |  | Werbemittel // Neue Serie: Projektmanagement   | Digitale Aufgabenverwaltung   | Die ideale Reisevorbereitung für den Chef                                     | <b>Neue Serie:</b><br>Compliance // Persönlichkeit: Sind Sie eine Diva? Gut so!      | Wege aus dem Chaos: So entkommen Sie dem Bürowahnsinn |
| <b>3 März</b><br>AS 30.01.2012<br>DU 06.02.2012<br>ET 28.02.2012    | <b>CeBIT</b> , Hannover (06.-10.03.)<br><b>ITB</b> , Berlin (07.-11.03.) | Trends auf dem Schreibtisch: Neues von der Paperworld // Neue Serie Projektmanagement  | Klimageräte, Ventilatoren, Luftbefeuchter                                 | Visadienste: Wenn der Chef ins Ausland reist                                  | <b>Neue Serie:</b><br>Compliance // Etikette: Dos und Don'ts beim Business Lunch     | Frühjahrsputz für Körper und Geist                    |
| <b>4 April</b><br>AS 01.03.2012<br>DU 08.03.2012<br>ET 30.03.2012   |  | Zubehör auf Knopfdruck: Großhändler im Vergleich // english@office   | Feinstaub im Büro – und was man dagegen tun kann                          | <b>Neue Serie:</b><br>Tagen im Ausland – Destinationen und ihre Möglichkeiten | <b>Neue Serie:</b><br>Compliance // Zeitarbeit                                       | Rentenlücke: So sichern Sie sich ab                   |
| <b>5 Mai</b><br>AS 28.03.2012<br>DU 04.04.2012<br>ET 30.04.2012     | <b>IMEX</b> , Frankfurt am Main (22.-24.05.)                             | Die Klassiker: Aktenordner im Vergleich // Relocation-Services   | Neues von der CeBIT: Trendbericht für Hard- und Software                  | Barrierefreie Veranstaltungen: Organisation, Locations, Rahmenprogramme       | Keine Angst vor der Vorstandsassistenz   | Kind und Karriere                                     |
| <b>6 Juni</b><br>AS 30.04.2012<br>DU 07.05.2012<br>ET 31.05.2012    | <b>career@office</b> , Frankfurt am Main (05.06.)                        | Future Office: Möbel für die Arbeit von morgen // Indisch, Persisch, Mandarin: Dolmetscherdienste fürs Office                | Produktfotografie: Produkte mit Studio-in-a-box-Konzepten in Szene setzen | <b>Neue Serie:</b><br>Tagen im Ausland – Destinationen und ihre Möglichkeiten | Basiswissen PR // Prima Klima: Best-Practice-Beispiele für ein besseres Arbeitsklima | Fit für das Vorstellungsgespräch                      |

| <b>Heft, Monat, (AS)*, (DU)*, (ET)*</b>                               | <b>Messen, Veranstaltungen, Kongresse</b>                           | <b>Office</b>  | <b>Multimedia</b>                                     | <b>Reise</b>   | <b>Erfolg</b>                                    | <b>Life</b>   |
|---|---|--|---|--|--|---|
| <b>7 Juli</b><br>AS 29.05.2012<br>DU 04.06.2012<br>ET 27.06.2012      |   | Schreibgeräte // Die Preisträger des red dot design awards // english@office | Headsets  | Ausgefallene Eventlocations  | Konfliktmanagement                               | Schwarzes Gold: Wissenswertes über Kaffee                       |
| <b>8 August</b><br>AS 29.06.2012<br>DU 06.07.2012<br>ET 30.07.2012    |   | Schreib mal wieder: Gruß- und Glückwunschkarten                              | Es werde Licht: Beleuchtung für Schreibtisch und Büro | <b>Neue Serie:</b> Tagen im Ausland – Destinationen und ihre Möglichkeiten | Konfliktmanagement, Teil 2                       | Business-Accessoires: Taschen, Visitenkarten-etuis und Kalender |
| <b>9 September</b><br>AS 31.07.2012<br>DU 07.08.2012<br>ET 30.08.2012 | <b>Business Travel &amp; Meetings Show, Düsseldorf (26.-27.09.)</b> | Aktenvernichter: Schreddern für die Datensicherheit                          | Digitale Flipcharts: Neues Präsentationszubehör       | Green Meetings: So organisieren Sie ein nachhaltiges Event                 | Mindmapping: Und plötzlich sprühen Sie vor Ideen | Feng-Shui im Büro: Wohlfühlklima am Arbeitsplatz                |
| <b>10 Oktober</b><br>AS 30.08.2012<br>DU 06.09.2012<br>ET 28.09.2012  | <b>ORGATEC, Köln (23.-27.10.)</b>                                   | Messestand von A nach B: Speditionen im Vergleich // english@office          | Spracherkennungssoftware und Diktiergeräte            | Messgrößen und Kennzahlen im Business-Travel-Management                    | Und es geht doch: Flexible Arbeitszeitmodelle    | Tipps für Morgenmuffel  |
| <b>11 November</b><br>AS 01.10.2012<br>DU 08.10.2012<br>ET 30.10.2012 | <b>career@office, Köln (13.11.)</b>                                 | Infosysteme für Unternehmen, Flure und Besprechungsräume                     | Bildbearbeitung: Kniffe für bessere Fotos             | Kongresscenter in Deutschland  | Stimmtraining: Verschaffen Sie sich Gehör!       | Fernlehrgänge und E-Learnings für Assistenzkräfte               |
| <b>12 Dezember</b><br>AS 22.11.2012<br>DU 29.11.2012<br>ET 21.12.2012 |   | Trendige Schreibtisch-accessoires  | Labelprinter fürs Office                              | Verhandeln mit Reisedienstleistern   | Change-Management: Keine Angst vor Veränderungen | Fit für die kalte Jahreszeit: Indoorsportarten                  |

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

Diese Übersicht der geplanten Themen für 2012 soll Ihrer Vorplanung dienen, Änderungen behält sich die Redaktion vor.

Nähere Angaben erhalten Sie direkt unter Telefon +49 (0)611 / 78 78 – 226.

## 1 Anzeigenpreise und Formate (Preise in Euro)

| Format            | Satzspiegel-Formate<br>Breite x Höhe in mm | Anschnitt-Formate<br>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>8.695,-</b> | <b>9.705,-</b> | <b>10.715,-</b> | <b>11.725,-</b> |           |
| <b>1/1 Seite</b>  | 175 x 240                                  | 210 x 279                                  | <b>4.345,-</b> | <b>4.895,-</b> | <b>5.445,-</b>  | <b>5.995,-</b>  |           |
| <b>2/3 Seite</b>  | <b>hoch</b>                                | 115 x 240                                  | <b>2.896,-</b> | <b>3.446,-</b> | <b>3.996,-</b>  | <b>4.546,-</b>  |           |
|                   | <b>quer</b>                                | 175 x 156                                  |                |                |                 |                 | 210 x 177 |
| <b>Juniorpage</b> | 115 x 178                                  | 131 x 198                                  | <b>2.720,-</b> | <b>3.210,-</b> | <b>3.700,-</b>  | <b>4.190,-</b>  |           |
| <b>1/2 Seite</b>  | <b>hoch</b>                                | 85 x 240                                   | <b>2.172,-</b> | <b>2.722,-</b> | <b>3.272,-</b>  | <b>3.822,-</b>  |           |
|                   | <b>quer</b>                                | 175 x 117                                  |                |                |                 |                 | 210 x 137 |
| <b>1/3 Seite</b>  | <b>hoch</b>                                | 55 x 240                                   | <b>1.448,-</b> | <b>1.998,-</b> | <b>2.548,-</b>  | <b>3.098,-</b>  |           |
|                   | <b>quer</b>                                | 175 x 76                                   |                |                |                 |                 | 210 x 86  |
| <b>1/4 Seite</b>  | <b>hoch</b>                                | 40 x 240                                   | <b>1.086,-</b> | <b>1.386,-</b> | <b>1.686,-</b>  | <b>1.986,-</b>  |           |
|                   | <b>quer</b>                                | 175 x 56                                   |                |                |                 |                 | 210 x 63  |
|                   | <b>block</b>                               | 85 x 117                                   |                |                |                 |                 | 101 x 137 |

Sonderwerbformen wie Lesertest, News Clip, Leserreise, Anwenderbericht, Interview o. Ä. formatabhängig auf Anfrage.

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

tvA: 30.594 Exemplare



## 2 Zuschläge:

|                       |                                    |                   |
|-----------------------|------------------------------------|-------------------|
| <b>Platzierungen:</b> | Titelseite 4c                      | auf Anfrage       |
|                       | 4. Umschlagseite 4c                | € 795,-           |
|                       | 2. Umschlagseite 4c                | € 495,-           |
|                       | Bindende Platzierungsvorschriften  | auf Anfrage       |
| <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:

|                       |           |
|-----------------------|-----------|
| 4-seitig              | € 5.840,- |
| 8-seitig              | € 8.440,- |
| 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.                            | € 270,-     |
| bis 30 g pro Tsd.                            | € 280,-     |
| 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 | € 120,-     |
| für CD, Booklet   | € 160,-     |
| Zahl der Werbemittel  | auf Anfrage |
| größere und schwerere Formate (gilt auch für Warenproben)                                       | auf Anfrage |

## 6 Kontakt:

**Eva Hanenberg** (Verkaufsleitung)  
tel. +49 (0)611 / 78 78 – 226  
eva.hanenberg@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:

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)

### Anzeigenpreise und Formate (Preise in Euro)

| Format                | Satzspiegel-Formate<br>Breite x Höhe in mm | Anschnitt-Formate<br>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</b>      | <b>hoch</b>                                | 85 x 240                                   | <b>1.390,-</b> | <b>1.670,-</b> | <b>1.950,-</b> | <b>2.220,-</b> |
|                       | <b>quer</b>                                | 175 x 117                                  |                |                |                |                |
| <b>1/3 Seite</b>      | <b>hoch</b>                                | 55 x 240                                   | <b>990,-</b>   | <b>1.190,-</b> | <b>1.390,-</b> | <b>1.580,-</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>765,-</b>   | <b>918,-</b>   | <b>1.071,-</b> | <b>1.224,-</b> |
|                       | <b>quer</b>                                | 175 x 56                                   |                |                |                |                |
|                       | <b>block</b>                               | 85 x 117                                   |                |                |                |                |
| <b>1/8 Seite</b>      | <b>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:** **Eva Hanenberg** (Verkaufsleitung)  
tel +49 (0)611 / 78 78 – 226  
[eva.hanenberg@best-ad-media.de](mailto:eva.hanenberg@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, Rückendrahttheftung
- 3 Datenübermittlung:** **FTP:** Zugangsdaten auf Anfrage  
**E-Mail:** nicole.brzank@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:** Nicole Brzank, Anzeigendisposition  
tel +49 (0)611 / 78 78 – 616  
fax +49 (0)611 / 78 78 – 443  
nicole.brzank@best-ad-media.de

### 1 Auflagenkontrolle:



### 2 Auflagenanalyse:

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

|  |        |                         |     |
|--|--------|-------------------------|-----|
| Druckauflage                           | 31.000 |                         |     |
| Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA): | 30.594 | davon Ausland:          | 849 |
| Verkaufte Auflage:                     | 13.180 | davon Ausland:          | 583 |
| Abonnierte Exemplare:                  | 12.902 | davon Mitgliederstücke: | 300 |
| Einzelverkauf:                         | 4      |                         |     |
| Sonstiger Verkauf:                     | 274    |                         |     |
| Freistücke:                            | 17.414 |                         |     |
| Rest-, Beleg- und Archivexemplare:     | 406    |                         |     |

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

### 3 Geographische Verbreitungsanalyse:

| Wirtschaftsraum                       | Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage |           |
|---------------------------------------|--|-----------|
|                                       | %  | Exemplare |
| Inland                                | 97,2                                       | 29.745    |
| Ausland                               | 2,8  | 849       |
| Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA) | 100,0                                      | 30.594    |

## Branchen/Wirtschaftszweige/Fachrichtungen/Berufsgruppen:

Das Merkmal wird nicht abgebildet, da die Beurteilung dieser Fachzeitschrift als Werbeträger nicht davon abhängig ist.

### Größe der Wirtschaftseinheit

|                             | Anteil in % |
|-----------------------------|-------------|
| 1 bis 49 Beschäftigte       | 38          |
| 50 bis 499 Beschäftigte     | 40          |
| 500 bis 999 Beschäftigte    | 9           |
| 1.000 und mehr Beschäftigte | 9           |
| keine Angabe                | 4           |
| <b>Summe</b>                | <b>100</b>  |

### Tätigkeitsmerkmal: Stellung im Betrieb

|   | Anteil in % |
|---|-------------|
| Geschäftsführer(in)/Inhaber(in)/Mitinhaber(in)              | 8           |
| Abteilungsleiter(in)/Marketing/Vertrieb/Controlling/Einkauf | 5           |
| Vorstandsassistent(in)                                      | 15          |
| Chef-/Geschäftsleitungsassistent(in)                        | 41          |
| Teamassistent(in)   | 19          |
| Sachbearbeiter(in)  | 8           |
| Sonstige (ltd. Funktion, Assistenz, Sekretär(in))           | 4           |
| <b>Summe</b>  | <b>100</b>  |

## Bildung/Ausbildung: Berufliche Ausbildung

|  | Anteil in % |
|--|-------------|
| Kaufmännische Lehre                      | 57          |
| Diplom-BWL                               | 7           |
| Sonst. Hochschul-/Fachhochschulabschluss | 13          |
| "Geprüfte" Sekretärin                    | 13          |
| Sekretärinnenfachschule                  | 7           |
| Fremdsprachensekretärin                  | 10          |
| Managementassistent(in)                  | 6           |
| Chef-Assistent(in)                       | 2           |
| Europasekretärin                         | 3           |
| Techn. Ausbildung                        | 5           |
| Sonstiges                                | 7           |
| keine Angabe                             | 3           |

### Mehrfachnennungen

## Alter

|                 | Anteil in % |
|-----------------|-------------|
| Bis 29 Jahre    | 11          |
| 30 bis 39 Jahre | 24          |
| 40 bis 49 Jahre | 41          |
| 50 bis 64 Jahre | 22          |
| keine Angabe    | 2           |

**Summe** **100**

durchschnittliches Alter 42

## Gemeindegrößenklassen:

Das Merkmal wurde nicht erhoben, weil die Beurteilung dieser Fachzeitschrift als Werbeträger hiervon nicht abhängig ist.

### 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: 10.04.2007

### 4. Struktur der Empfängerschaft: working@office

|  |        |
|--|--------|
| a) Gesamtzahl der Empfänger in der Datei | 26.002 |
|--|--------|

|  |  |
|--|--|
| b) Struktur der Empfängerschaft einer aktuellen durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen: |  |
|--|--|

|                                |        |
|--------------------------------|--------|
| Verkaufte Auflage (Abonnenten) | 16.502 |
| ständige Freistücke            | 8.274  |
| sonstiger Verkauf              | 1.234  |
| Werbeexemplare                 | 8.992  |

|                                       |        |
|---------------------------------------|--------|
| tatsächlich verbreitete Auflage (tvA) | 35.002 |
|---------------------------------------|--------|

|               |        |
|---------------|--------|
| davon: Inland | 33.931 |
| Ausland       | 1.071  |

### 5. Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

|                       |        |   |        |
|-----------------------|--------|---|--------|
| Grundgesamtheit (tvA) | 35.002 | = | 100,0% |
|-----------------------|--------|---|--------|

|  |        |   |       |
|--|--------|---|-------|
| Davon in der Untersuchung nicht erfasst: | 19.947 | = | 57,0% |
|--|--------|---|-------|

|   |        |   |       |
|---|--------|---|-------|
| Freistücke  | 17.266 | = | 49,3% |
| kein Leser ermittelbar (Bibliotheken, Buchhandel) | 2.567  | = | 7,3%  |
| nicht deutschsprachiges Ausland                   | 106    | = | 0,3%  |
| Einzelverkauf                                     | 8      | = | 0,0%  |

|   |        |   |       |
|---|--------|---|-------|
| Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA): | 15.055 | = | 43,0% |
|---|--------|---|-------|

**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>416 Fälle</b> | = | <b>100,0%</b> |
|-----------------------------|------------------|---|---------------|

|                               |         |   |      |
|-------------------------------|---------|---|------|
| Stichprobenneutrale Ausfälle: |         |   |      |
| Empfänger nicht zu ermitteln  | 4 Fälle | = | 1,0% |

|                        |          |   |      |
|------------------------|----------|---|------|
| Kein Leser ermittelbar | 19 Fälle | = | 4,6% |
|------------------------|----------|---|------|

|  |          |   |      |
|--|----------|---|------|
| Adresse/Telefonnummer falsch/nicht ermittelbar | 39 Fälle | = | 9,3% |
|--|----------|---|------|

|                         |                 |   |              |
|-------------------------|-----------------|---|--------------|
| <b>Ausfälle gesamt:</b> | <b>62 Fälle</b> | = | <b>14,9%</b> |
|-------------------------|-----------------|---|--------------|

|                           |                  |   |               |
|---------------------------|------------------|---|---------------|
| <b>Brutto-Stichprobe:</b> | <b>354 Fälle</b> | = | <b>100,0%</b> |
|---------------------------|------------------|---|---------------|

|                           |          |   |      |
|---------------------------|----------|---|------|
| Ausfälle:                 |          |   |      |
| Zielperson nicht erreicht | 18 Fälle | = | 5,1% |

|                     |          |   |      |
|---------------------|----------|---|------|
| kein Termin möglich | 21 Fälle | = | 5,9% |
|---------------------|----------|---|------|

|                                       |          |   |       |
|---------------------------------------|----------|---|-------|
| Beantwortung der Befragung verweigert | 63 Fälle | = | 17,8% |
|---------------------------------------|----------|---|-------|

|                      |         |   |      |
|----------------------|---------|---|------|
| Abbruch im Interview | 2 Fälle | = | 0,6% |
|----------------------|---------|---|------|

|                         |                  |   |              |
|-------------------------|------------------|---|--------------|
| <b>Ausfälle gesamt:</b> | <b>104 Fälle</b> | = | <b>29,4%</b> |
|-------------------------|------------------|---|--------------|

|                                   |                  |   |              |
|-----------------------------------|------------------|---|--------------|
| <b>Netto (auswertbare Fälle):</b> | <b>250 Fälle</b> | = | <b>70,6%</b> |
|-----------------------------------|------------------|---|--------------|

### 7. Zielperson der Untersuchung:

In der Grundgesamtheit wird die Fachzeitschrift an persönliche und an betriebliche Anschriften geliefert. Befragt wurde der hauptsächliche Leser der Fachzeitschrift **working@office** 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: 12. April bis 25. Mai 2007

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

- 1 **Web-Adresse (URL):** www.workingoffice.de
- 2 **Kurzcharakteristik:** Das Portal bietet Topthemen aus dem Büro, dazu Themen der aktuellen Printausgabe sowie einen umfangreichen Community-Bereich/Forum.
- 3 **Zielgruppe:** Entscheider/-innen im Büromanagement, Personen in den Funktionen Vorstandsassistent, Chef- und Geschäftsleitungsassistent, Teamassistent
- 4 **Verlag:** Springer Gabler  
Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH

**Ansprechpartner  
Redaktion:**

Annette Rempel (ChR)  
+49 (0)611 / 78 78 – 159  
annette.rompel@springer.com

**Ansprechpartner  
Online-Werbung:**

**Eva Hanenberg** (Verkaufsleitung)  
tel +49 (0)611 / 78 78 – 226  
eva.hanenberg@best-ad-media.de

**Carolin Habermann** (Verkaufsleitung Online)  
tel +49 (0)611 / 78 78 – 211  
carolin.habermann@best-ad-media.de

Seite 13

5 **Nutzungsdaten:**





### 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 +<br>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)

**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

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

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



**1 Zugriffskontrolle:**



IVW

**2 Nutzungsdaten:**

Visits:

38.900 pro Monat (Ø Juli 2010 – Juni 2011)

Page Impressions:

35.400 pro Monat (Ø Juli 2010 – Juni 2011)

Aktuelle Zugriffe unter:

[www.best-ad-media.de/workingoffice-online](http://www.best-ad-media.de/workingoffice-online)

## Ergebnisse Nutzerbefragung workingoffice.de – 2011

### workingoffice.de liefert ein attraktives Werbeumfeld.

Eigenschaften des Portals (sehr gut/gut)



### Werbung auf workingoffice.de aktiviert die NutzerInnen.

- ▶ **87%** haben aufgrund von Informationen zu Produkten oder Anbietern auf workingoffice.de weitere Informationen auf der Anbieter-Homepage eingeholt.

### Die Nutzerschaft von workingoffice.de ist vorwiegend weiblich.

- ▶ **96%** weiblich, **4%** männlich

### workingoffice.de erreicht die EntscheiderInnen.

- ▶ **91%** entscheiden direkt über Investitionen oder sind zumindest beratend in Investitionsplanungen ihrer Unternehmen eingebunden.

Quelle: Online-Nutzerbefragung 2011, n=1.156, Durchführung Best Ad Media + eResult

- 1 Name:** Newsletter working@office,  
newsletter@workingoffice.de
- 2 Kurzcharakteristik:** Der Newsletter bietet aktuelle Themen aus dem Büro in komprimierter Fassung und gliedert sich in die Rubriken Office, PC-Tipps, Veranstaltungstipps, Reise, Erfolg, Buchtipp und Community.
- 3 Zielgruppe:** Entscheider/-innen im Büromanagement, Personen in den Funktionen Vorstandsassistentz, Chef- und Geschäftsleitungsassistentz, Teamassistentz
- 4 Erscheinungsweise:** 14-täglich, immer Mittwoch
- 5 Verlag:** Springer Gabler  
Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH
- Ansprechpartner  
Redaktion:** Annette Rempel (ChR)  
tel +49 (0)611 / 78 78 – 159  
annette.rompel@springer.com
- Ansprechpartner  
Newsletter-Werbung:** **Eva Hanenberg** (Verkaufsleitung)  
tel +49 (0)611 / 78 78 – 226  
eva.hanenberg@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/workingoffice-online](http://www.best-ad-media.de/workingoffice-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