

_CORTAL CONSORS MAGAZIN



MEDIADATEN 2012

Das Magazin für Premium-Kunden
von Cortal Consors

Erscheinungstermine 2012

Ausgabe 1/2012: 20.03.2012 • Ausgabe 2/2012: 19.06.2012
Ausgabe 3/2012: 18.09.2012 • Ausgabe 4/2012: 18.12.2012



_Das Konzept

Eine Bank zeigt ihr Gesicht. Gerade wenn es an der Börse turbulent zugeht, kommt es darauf an, die Chancen und Risiken von Trends und Produkten richtig einzuschätzen. Cortal Consors, eine Tochtergesellschaft von BNP Paribas, unterstützt die Kunden dabei: Das Magazin der Direktbank setzt nicht auf nüchterne Zahlen, sondern lässt authentische Personen zu Wort kommen. So werden komplexe Themen greifbar und emotional packend transportiert. In Verbindung mit einer glaubwürdigen journalistischen Aufbereitung schafft das Magazin Vertrauen in die Kompetenz der Bank und ihrer Mitarbeiter und stärkt dadurch die Bindung zu den Kunden. Über Internetlinks, E-Mail-Adressen und Telefonnummern führen die Artikel des Hefts direkt zu den Experten und Beratern von Cortal Consors. So ist das Cortal Consors Magazin auch ein wirksames Instrument, um zusätzliche Impulse für den Vertrieb zu setzen.

_Die Zielgruppe

Seit 2010 erscheint das Cortal Consors Magazin viermal im Jahr in zwei Varianten – sowie online als eJournal. Im personalisierten Einzelversand wird das Magazin an über 280.000 Premium-Kunden von Cortal Consors verschickt. Die Leserschaft ist zu 75% männlich und im Durchschnitt 40-45 Jahre alt.

_Die Inhalte

Bei der Zielgruppe der Investoren dreht sich das „Top Thema“ insbesondere um die langfristige Geldanlage, bei der Zielgruppe der Trader um das kurzfristige Kaufen und Verkaufen von Wertpapieren. Die vier inhaltsgleichen weiteren Segmente „Chancen“, „Geld“, „Wissen“ und „Meine Bank“ bieten den Leserinnen und Lesern nutzwertige Neuigkeiten rund um ihre Finanzen und das Angebot ihrer Bank. Der Zugang zu Themen wird durch eine variationsreiche Mischung von Text, Bild und Infografiken erleichtert.



Anzeige

MEIN GELD

WANNUM BEIHEIM PFERD?

WIRTSCHAFTS

WIRTSCHAFTS

SCHULAUFT

WIRTSCHAFTS

JEDER WIRTSCHAFTS

TIPPS

WIRTSCHAFTS

LEXIKON

WIRTSCHAFTS

NEWS

WIRTSCHAFTS

WIRTSCHAFTS

WIRTSCHAFTS

WIRTSCHAFTS

Anzeige



Anzeigenformat	Satzspiegelanzeigen	Anzeigen im Anschnitt*	Preise s/w und 4c
1/1 Seite	170 mm x 230 mm	200 mm x 260 mm	9.500,00 EUR
2/3 Seite hoch	112 mm x 230 mm	130 mm x 260 mm	6.500,00 EUR
2/3 Seite quer	170 mm x 152 mm	200 mm x 167 mm	6.500,00 EUR
1/2 Seite hoch	083 mm x 230 mm	101 mm x 260 mm	5.000,00 EUR
1/2 Seite quer	170 mm x 113 mm	200 mm x 128 mm	5.000,00 EUR
1/3 Seite hoch	054 mm x 230 mm	072 mm x 260 mm	3.500,00 EUR
1/3 Seite quer	170 mm x 074 mm	200 mm x 089 mm	3.500,00 EUR

*zzgl. 4 mm Beschnitt ringsum

Agenturvergütung: 15%

Rabatte: 2 Seiten 5%, 4 Seiten 10%

Beilagen: bis 25g 105,- EUR 0/00; jedes weitere g 0,50 EUR 0/00

Beihefter: 4 Seiten 115,- EUR 0/00; 8 Seiten 130,- EUR 0/00

Beikleber: (Trägername 1/1 Seite) 50,- EUR 0/00 für Postkarten u. ä.; 60,- EUR 0/00 für CD-ROM u. ä.

Sonderinsertionen sind provisions-, aber nicht rabattfähig. Die Preise verstehen sich zzgl. Postvertriebsgebühren für die Postauflage. Diese sind nicht provisions- oder rabattfähig und nicht skontierbar. Die gesetzliche MwSt. wird im Inland auf den Netto-Rechnungsbetrag aufgeschlagen.

Terminplan

Ausgabe	Erscheinungstermin	Anzeigenschluß	Druckunterlagenschluß
1/2012	20.03.2012	03.02.2012	15.02.2012
2/2012	19.06.2012	02.05.2012	11.05.2012
3/2012	18.09.2012	03.08.2012	15.08.2012
4/2012	18.12.2012	02.11.2012	14.11.2012

Herausgeber:

Cortal Consors S.A.,
Zweigniederlassung
Deutschland
Bahnhofstraße 55
90402 Nürnberg

Verlag:

wdv Gesellschaft für
Medien und Kommunika-
tion mbh & Co. OHG
Siemensstraße 6
61352 Bad Homburg

Jahrgang

5. Jahrgang 2012

Erscheinungsweise

4x jährlich,
siehe auch Terminplan

Objektleiter

Dr. Björn P. Böer,
Telefon: 069/981904-45
Telefax: 069/981904-74
E-Mail: b.boer@wdv.de

**Anzeigenverkauf
und Verwaltung**

wdv Gesellschaft für
Medien und Kommunika-
tion mbh & Co. OHG
Dieselstraße 36
63071 Offenbach

Anzeigenleitung

Walter Piezonka
Telefon: 069/981904-26
Telefax: 069/981904-75
E-Mail:
w.piezonka@wdv.de

Anzeigendisposition

Sabine Weiß
Telefon: 069/981904-27
Telefax: 069/981904-75
E-Mail: s.weiss@wdv.de

Zahlungsbedingungen

Innerhalb 30 Tagen ohne
jeden Abzug.

Bankverbindungen

Postbank Frankfurt/M,
Konto-Nr. 773 08 603
BLZ 500 100 60
IBAN DE86 5001 0060
0077 3086 03
BIC PBNKDEFFXXX

Deutsche Bank AG Hanau,
Konto-Nr. 040 96 49 00
BLZ 506 700 09, IBAN
DE27 5067 0009 0040
9649 00
BIC DEUTDEFF506

Druckverfahren

Rollenoffset

Programme

PDF 1.4 (bevorzugt);
QuarkXPress,
Marcomedia Freehand,
Photoshop EPS mit
inkludierten Fonts

PDF-Erstellung

Ausgabeauflösung: 2438
dpi, Rasterweite 152 lpi
(60er Raster), Flächen-
deckung: maximal 340%.
Composite-PDF mit
Acrobat-Distiller erzeugen
(nicht mit PDF-Writer!)

Proof/Datenträger

Ein verbindliches Kunden-
proof ist zwingend
notwendig. CD: ISO9660

Datenanlieferung

wdv Gesellschaft für
Medien u. Kommunikation
mbH & Co. OHG
Sabine Weiß
Telefon: 069 981904-27
Telefax: 069-981904-75
E-Mail: s.weiss@wdv.de

1. Anzeigen-Auftrag im Sinne der nach folgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbung treiben den oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zwecke der Verbreitung.

2. Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsschluss 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 in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.

3. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.

4. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger 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.

5. Anzeigen, die zum Beispiel aufgrund einer redaktionellen Aufmachung nicht mehr als Anzeigen erkennbar sind, werden vom Verlag etwa durch Hinzufügung des Wortes „Anzeige“ deutlich als Anzeigen kenntlich gemacht.

6. 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.

7. Für die Preise einer Anzeige gelten die jeweils gültigen Preislisten. Nachlässe gemäß Anzeigenpreisliste werden nur für innerhalb eines Jahres erscheinende Anzeigen eines Werbetreibenden gewährt. Die Frist für Nachlassaufträge beginnt mit dem Erscheinen der ersten nachlassberechtigten Anzeige. Die Werbungsmittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbetreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise wiedergegeben werden. Bei Preis Anpassungen treten die neuen Tarife auch für laufende Aufträge mit sofortiger Wirkung in Kraft. Die gilt nicht gegenüber Nichtkaufleuten bei Aufträgen, die innerhalb von vier Monaten nach Vertragsabschluss abgewickelt werden sollen. Wenn für konzernangehörige Firmen die gemeinsame Rabattierung beansprucht wird, ist die schriftliche Bestätigung einer Kapitalbeteiligung von mehr als 50 Prozent erforderlich.

8. 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 und Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

9. 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.

10. 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 zuzahlende 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.

11. 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.

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

13. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen vom Empfang der Rechnung an laufenden 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.

14. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in Höhe von fünf Prozent

über dem jeweils gültigen Diskontsatz der Deutschen Bundesbank sowie die Einziehungskosten berechnet. (Bei gerichtlichen Vergleichen im Rahmen der Zwangsvollstreckung entfällt jeglicher Nachlass). 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.

15. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Auftrages 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.

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

17. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur

dann ein zur Preisminderung berechtigter Mangel, wenn sie bei einer Auflage bis zu 50.000 Exempl. 20 v. H., bei einer Auflage bis zu 100.000 Exempl. 15 v. H., bei einer Auflage bis zu 500.000 Exempl. 10 v. H., bei einer Auflage über 500.000 Exempl. 5 v. H., beträgt.

Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche 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.

18. Betr. Ziffernanzeigen. Unzutreffend.

19. Betr. Maternaufbewahrung. Unzutreffend.

20. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Gerichtsstand ist 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 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.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

a) Die allgemeinen und die zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages gelten sinngemäß auch für Aufträge über Blekleber, Beihefter oder technische Sonderausführungen.

b) Jeder Auftrag wird vorbehaltlich der Zustimmung des Herausgebers und nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich.

c) Die Werbungsmitter und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angebo-

ten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

d) Eine Änderung der Anzeigenpreisliste gilt ab Inkrafttreten auch für laufende Aufträge, nicht je doch vor Ablauf von vier Monaten nach Bekanntgabe.

e) Für die Anwendung eines Konzernrabattes auf Tochtergesellschaften ist eine mindestens 50prozentige Kapitalbeteiligung erforderlich.

f) Beilagen sind der Zeitschrift lose beigelegte Drucksachen eines Werbungtreibenden. Beilagen, die Angebote mehrerer Werbungtreibender unter einem gemeinsamen Themaverbinden (Verbundwerbung), sind nach besonderer Vereinbarung möglich.

g) Beihefter sind fest in die Zeitschrift eingehaftete Drucksachen eines Werbungtreibenden. Beihefter, die Angebote mehrerer Werbungtreibender unter einem gemeinsamen Thema verbinden (Verbundwerbung), sind nach besonderer Vereinbarung möglich.

h) Beihefter, die auf Grund ihrer Gestaltung nicht als Werbung erkennbar sind, müssen mit dem Wort „Anzeige“ gekennzeichnet werden. Genaue Absprache nach Vorlage eines Musters.

i) Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen.

Dem Auftraggeber obliegt es, den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen, die diesen aus der Ausführung des Auftrages, auch wenn er storniert sein sollte, gegen den Verlag erwachsen. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen da-

raufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Erscheinen stornierte Anzeigen, so stehen dem Auftraggeber etwaige Ansprüche daraus nur im Rahmen der vorstehend abgedruckten Ziffer 10 der Allgemeinen Geschäftsbedingungen zu.

j) Bei Betriebsstörungen oder Eingriffen durch höhere Gewalt (z.B. Arbeitskämpfe, Beschlagnahme und dgl.) hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn die Aufträge mit 80 % der garantierten verkauften Auflage erfüllt sind. Geringere Leistungen sind nach dem Tausender-Seitenpreis gemäß der im Tarif genannten garantierten verkauften Auflage zu bezahlen.

k) Die Pflicht zur Aufbewahrung von Druckunterlagen endet drei Monate nach Erscheinen der jeweiligen Anzeige, sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen worden ist.

l) Die Übersendung von mehr als zwei Farbvorlagen, die nicht termingerechte Lieferung der Druckunterlagen und der Wunsch nach einer von der Vorlage abweichenden Druckwiedergabe können Auswirkungen auf Platzierung und Druckqualität verursachen. Etwaige Ansprüche hieraus können lediglich im Rahmen der vorstehend abgedruckten Ziffer 10 der Allgemeinen Geschäftsbedingungen geltend gemacht werden. Der Verlag muß sich die Berechnung entstehender Mehrkosten vorbehalten.



Cortal Consors
BNP PARIBAS

_CORTAL CONSORS MAGAZIN



Gesellschaft für Medien &
Kommunikation mbH & Co. OHG

Dieselstraße 36
63071 Offenbach
Fax: 069 981 904-75

Walter Piezonka
Telefon 069 981 904 26
w.piezonka@wdv.de



Aktuelle Informationen zum Verlag und zu den führenden Print-Werbeträgern des wdv finden Sie auch unter www.wdv.de.