



MEDIA DATEN

2012

 **INNOVATIONS
MANAGER**

F.A.Z.-Institut GmbH – ein Unternehmen der F.A.Z.-Verlagsgruppe



Das Quartalsmagazin INNOVATIONSMANAGER stellt im deutschsprachigen Raum ein lebhaftes Forum für alle wesentlichen inhaltlichen Aspekte und Entscheider im modernen Innovationsmanagement dar. Damit werden die Akzeptanz des ganzheitlichen Innovationsmanagements und einer nachhaltigen Innovationskultur gestärkt sowie Praxisbeispiele und Benchmarks präsentiert. Neueste wissenschaftliche Erkenntnisse werden mit der Praxis verknüpft und in den Best-Practice-Ansatz integriert.

Bei der Konzeption des INNOVATIONSMANAGERs haben sich die Herausgeber von dem Erfolgskonzept „Aus der Praxis für die Praxis“ leiten lassen. Damit stehen der Innovator und sein Team mit ihren Praxis-Erfahrungen im Vordergrund, relevante wissenschaftliche Ergebnisse und Trends werden parallel beleuchtet.

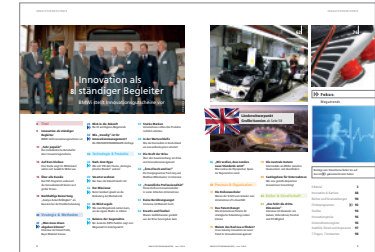
Im Mittelpunkt stehen Mensch und Markt, gegliedert in die vier Ressorts: **Strategie & Methoden, Technologie & Produkte, Prozesse & Organisation, Kultur & Gesellschaft.** Darüber hinaus erhalten Young Professionals über die Rubrik **Innovation & Karriere** die Perspektive für den Innovationsmanager von morgen.

Die Leser erhalten in einem umfangreichen Serviceteil Einblicke in aktuelle Studienergebnisse sowie Empfehlungen relevanter **Bücher und Veranstaltungen** zum Innovationsmanagement. Jede Ausgabe beleuchtet ein Fokusthema, das sich durch alle Ressorts erstreckt. Zu den Fokusthemen siehe auch Seite 5.



Zielgruppe

Fach- und Führungskräfte, Unternehmensleitung, Innovatoren und Entscheider in Wirtschaft und Wissenschaft sowie Politik und Verbänden in Deutschland, Österreich und der Schweiz.



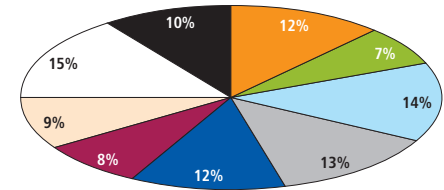
Das F.A.Z.-Institut begleitet und gestaltet den Weg zur integrierten Innovationskultur seit über zehn Jahren mit zahlreichen Unternehmen und Partnern in ausgewählten Innovationsprojekten. Mehr als 250 Veranstaltungen und Aktivitäten pro Jahr bieten eine breite Plattform für den Austausch der Innovations-Community, die rund 50.000 Fach- und Führungskräfte umfasst.

Der Vertrieb des Magazins erfolgt im Wesentlichen in Form einer Controlled Circulation, d.h. es wird gezielt über einen ausgewählten Verteiler von ca. 22.000 Kontakten im Direktvertrieb (davon 3.000 Kontakte im Wissenschaftsnetzwerk) und an rund 3.000 Kontakte über die Innovationsveranstaltungen pro Quartal verbreitet.

Der INNOVATIONSMANAGER erreicht sowohl die Entscheider im unternehmerischen Mittelstand als auch alle DAX/MDAX/Tec-DAX-Unternehmen und ein breites Wissenschaftsnetzwerk.

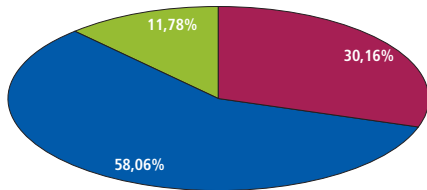
Die gedruckte und verteilte Auflage beläuft sich auf rund 25.000 Exemplare. Neben den genannten Vertriebsformen kann der INNOVATIONSMANAGER auch als Jahresabonnement direkt bezogen werden. Um die Community der Innovationsentscheider in Unternehmen weiter zu erschließen und noch intensiver zu vernetzen, werden künftig weitere Formate ergänzt (Newsletter, Sonderpublikationen, Innovationsdialoge und Wissenschaftspanel).

Verbreitung nach Branchen



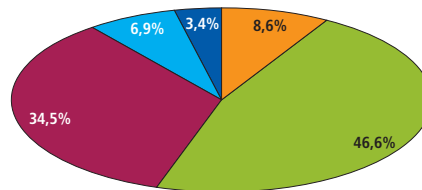
- Elektrotechnik/Elektronik
- Konsumgüter
- Maschinenbau
- Chemie/Biotechnologie/Grundstoffe
- IT / TK
- Automobilindustrie und Zulieferer
- Logistik, Energietechnik
- Dienstleistung
- Forschung und Lehre, Ministerien

Erreichung aller DAX-Unternehmen



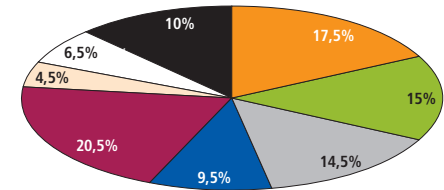
- MDax-Unternehmen
- Dax-Unternehmen
- TecDax-Unternehmen

Verbreitung in der Wissenschaft



- Fraunhofer-Institute
- Young Professionals, Unternehmensgründer
- Bibliotheken (BWL, VWL mit Schwerpunkt „Innovationsmanagement“)
- Geschäftsführung
- Leitung F&E, Ltg. Prozessentwicklung
- Steinbeis-University (MBA-Studenten)

Verbreitung nach Funktionen



- Leiter Innovation/Innovationsmanager
- Geschäftsführung
- Leitung F&E, Ltg. Prozessentwicklung
- Leiter Produktion
- Leiter Qualitätssicherung
- Forschung und Lehre, Referatsleiter Ministerien
- Leiter IT
- Personalleitung

INNOVATIONSMANAGER

Termine (geplant)

März 2012	Erscheinungstermin	06. März	Fokus: Sicherheit
	Anzeigenschluss Druckunterlagenschluss	06. Februar 10. Februar	Branche: Maschinen- und Anlagenbau / Greentelligence
Juni 2012	Erscheinungstermin	13. Juni	Fokus: Energieeffizienz
	Anzeigenschluss Druckunterlagenschluss	14. Mai 16. Mai	Branche: Gesundheit
September 2012	Erscheinungstermin	18. September	Fokus: Mobilität der Zukunft
	Anzeigenschluss Druckunterlagenschluss	16. August 20. August	Branche: Chemie und Pharma
Dezember 2012	Erscheinungstermin	10. Dezember	Fokus: Innovationstreiber Hochschule
	Anzeigenschluss Druckunterlagenschluss	12. November 16. November	Branche: Konsumgüter

Anzeigenformate	Satzspiegelformat (B x H in mm)	Anschnittformat (B x H in mm)	Preis 4c/sw in Euro
1/1 Seite	175 x 248	210 x 297	5.000,-
1/2 Seite hoch	85 x 250	105 x 297	2.900,-
1/2 Seite quer	175 x 121,5	210 x 148,5	2.900,-
1/3 Seite hoch	55 x 250	75 x 297	1.900,-
1/3 Seite quer	175 x 83	210 x 105,5	1.900,-
1/4 Seite hoch	85 x 121,5		1.500,-
1/4 Seite quer	175 x 63	210 x 85,5	1.500,-
1/6 Seite hoch	55 x 121,5		990,-
2/1 Doppelseite	380 x 250	420 x 297	8.500,-
3. Umschlagseite (U3)	175 x 248	210 x 297	5.800,-
4. Umschlagseite (U4)	175 x 248	210 x 297	6.800,-

Alle Preise zzgl. MwSt.

Technische Anforderungen

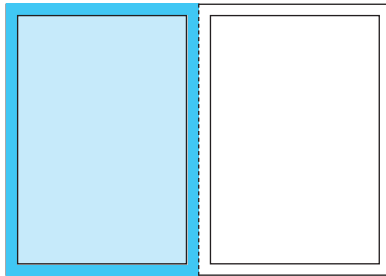
- Beachten Sie bei Anzeigen im Anschnitt die Beschnittzugabe von 4 mm pro Kante.
- Bei angeschnittenen Anzeigen müssen wichtige Motiv- und Textteile mindestens 10 mm von der Beschnittkante entfernt untergebracht sein!
- Passkreuze und Formatecken bitte in ausreichendem Abstand (12 pt.) anlegen.
- Die Anzeigen sollten nach Möglichkeit als druckoptimierte Adobe-Acrobat-PDF-Datei (Version 1.4) gesichert sein.
- Schriften sollten inkludiert oder in Pfade umgewandelt werden. Bitte keine modifizierten oder TrueType-Schriften verwenden
- Bei der PDF-Erstellung mit Adobe InDesign bitte das PDF in Acrobat auf Vorhandensein von Identity-H-Schriften überprüfen und ggf. diese Schriften in Pfade wandeln.
- Sonderfarben müssen unbedingt in die Farben der Euroscala zerlegt werden!
- Bilddaten CMYK, 300 dpi, Größenmaßstab 100%.
- Zur Farbabstimmung wird ein stand- und farbverbindlicher Digitalproof benötigt, der den Fogra-Medienkeil enthält. Ohne Proof im ProzessStandard Offsetdruck (PSO) nach ISO 12647 übernehmen wir keine Garantie für die farblich richtige Wiedergabe einer Anzeige. Korrekturabzüge werden nicht versandt.
- Profil für den Umschlag: Fogra Profil ISOcoated_v2_eci.icc, für den Inhalt: Fogra Profil PSO_LWC_Improved_eci.icc (Die Profile können unter www.eci.org heruntergeladen werden).

Sonderformate sind möglich.
Preis nach Absprache.

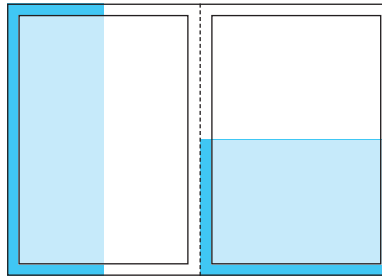
Bitte sprechen Sie uns an:

Saskia Feiber
(Projektmanagement)
Tel.: (0 69) 75 91-14 86,
Fax: (0 69) 75 91-80 14 86
E-Mail: s.feiber@faz-institut.de

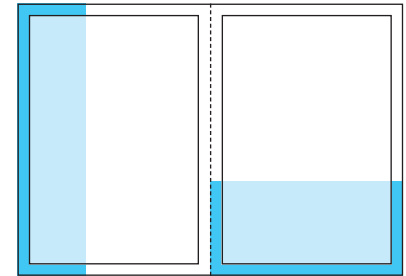
■ Satzspiegelformat ■ Anschnittformat



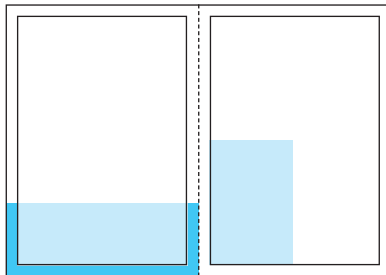
1/1 Seite hoch
175 x 248 mm
(210 x 297 mm)



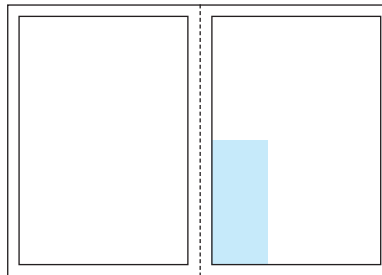
1/2 Seite hoch **1/2 Seite quer**
85 x 250 mm 175 x 121,5 mm
(105 x 297 mm) (210 x 148,5 mm)



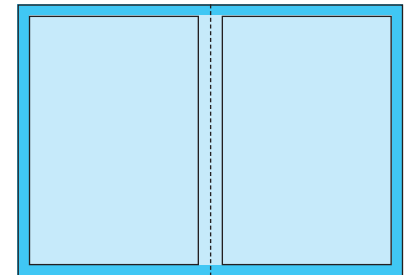
1/3 Seite hoch **1/3 Seite quer**
55 x 250 mm 175 x 83 mm
(75 x 297 mm) (210 x 105,5 mm)



1/4 Seite quer **1/4 Seite hoch**
175 x 63 mm 85 x 121,5 mm
(210 x 85,5 mm)



1/6 Seite hoch
55 x 121,5 mm



2/1 Doppelseite
380 x 250 mm
(420 x 297 mm)

Sonderformate sind auf Anfrage möglich. (z.B. Anzeige über Bund)

Umschlagproduktionen

Innovative Inhalte? Innovative Werbeformen!
Nutzen Sie die Chance über Ad-Specials die maximale Aufmerksamkeit Ihrer Leser zu erreichen!

Die dargestellten Sonderwerbeformen zeigen Möglichkeiten, Ihr Unternehmen auf außergewöhnliche Weise zu präsentieren.

Sind Sie interessiert? Bitte sprechen Sie uns an!

Kontakt
Saskia Feiber
Tel.: (0 69) 75 91 - 14 86
E-Mail: s.feiber@faz-institut.de

Titelumhefter



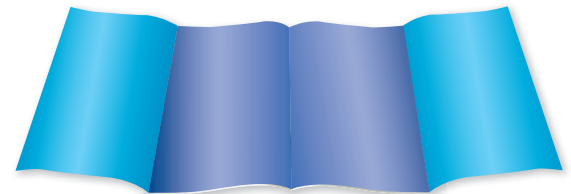
Titelbanderole



Beikleber auf Titelseite



Altarfalzanzeige



	Beilagen	Beihefter	Beikleber
sind...	... dem Magazin lose beigefügte Drucksachen eines Werbungtreibenden.	... fest in das Magazin eingebundene Drucksachen/Prospekte.	... Produkte, die auf eine Trägeranzeige aufgeklebt werden und durch den Leser abgelöst werden können. Als Postkarten-Beikleber gelten auch leere Briefumschläge und aufgeklebte Gutscheine.
Preis pro tausend Exemplare	bis 25g € 200 bis 50g € 300	2-seitig € 200 4-seitig € 250 6-seitig € 300 8-seitig € 350 > 8-seitig auf Anfrage	Postkarte € 100 Booklet € 120 CD Preis auf Anfrage Anzeigen-Mindestabnahme (lt. Preisliste) 1/1 Seite
Postgebühren	Gewichtsabhängige Postgebühren, die für die Belegung der Postauflage anfallen, sind in diesen Preisen enthalten. Die Preise verstehen sich abzüglich der AE-Provision.		
Belegungsmöglichkeiten	Gesamtauflage Teilaufgabe möglich	Gesamtauflage Teilaufgabe auf Anfrage möglich	Gesamtauflage
Formate	min. 105 mm breit, 148 mm hoch max. 205 mm breit, 292 mm hoch	Unbeschnittenes Format: 213 mm breit, 306 mm hoch Beschnitt: Kopf: 6 mm, Fuß: 3 mm seitlich: 3 mm	min. 60 mm breit, 100 mm hoch max. 180 mm breit, 210 mm hoch Sonderformate auf Anfrage
Umfang Papiergewicht Platzierung	Umfang bis zu 8 Seiten; größerer Umfang nur auf Anfrage	2-seitig min. 100 g/qm 4-6-seitig min. 80 g/qm max. 170 g/qm Höher auf Anfrage	mind. 150 g/qm Der Abstand des Beiklebers vom Bund muss mind. 30 mm betragen, von Kopf und Fuß mindestens 20 mm.
Sonstige Hinweise	Beilagen, Beihefter und Beikleber sind vom Auftraggeber gedruckt und verarbeitungsfertig anzuliefern. Berechnungsgrundlage ist die kalkulierte Druckauflage (vor Drucklegung bitte abfragen). Die Preise können sich erhöhen, wenn die Beschaffenheit der Produkte die Verarbeitung erschwert. Beilagen und Beikleber, die im Leporellofalz angeliefert werden, können <u>nicht</u> maschinell eingelegt bzw. aufgeklebt werden.		

Rabatte bei der Mehrfachbuchung von Anzeigen (je Werbungtreibenden und Abschlussjahr)

Mehrfachbuchung von ganzseitigen Anzeigen

2 Anzeigen:	10%
3 Anzeigen:	15%
4 Anzeigen	20%
6 Anzeigen	25%

Anzeigenstrecke (unterschiedliche Formate möglich)

2 aufeinanderfolgende Anzeigen in einer Ausgabe	5%
3 aufeinanderfolgende Anzeigen in einer Ausgabe	10%
4 aufeinanderfolgende Anzeigen in einer Ausgabe	15%

Kombirabatte

20% Rabatt bei Buchung

- einer ganzseitigen Anzeige (4c) und eines Beilegers (Vollauflage) in einer Ausgabe
- eines Sonderformats und einer Anzeige im Innenteil

Rabatte für Mehrfach-Abonnements

Neben den auf Seite 2 aufgeführten Tarifen gewährt der INNOVATIONSMANAGER folgende Rabatte bei Buchung mehrerer Abonnements:

5 Abonnements	10%
10 Abonnements	15%
20 Abonnements	20%

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbung treibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.
2. Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit dem 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 weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
5. Für die Aufnahme von Anzeigen in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift wird keine Gewähr geleistet, es sei denn, dass der Auftraggeber die Gültigkeit des Auftrages ausdrücklich davon abhängig gemacht hat.
6. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – wegen des Inhaltes, 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 bei Vertretern aufgegeben werden. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
7. Für die rechtzeitige Lieferung fertiger und einwandfreier Druckunterlagen 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.
8. 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. Weitergehende Haftungen für den Verlag sind ausgeschlossen. Reklamationen müssen innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden. Für Fehler jeder Art aus telefonischen Übermittlungen übernimmt der Verlag keine Haftung.
9. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, werden Rechnung und Beleg sofort, spätestens aber vierzehn 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 kürzere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.
10. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
11. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
12. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages. Für die Aufbewahrung der Vorlagen usw. übernimmt der Verlag keine Gewähr.
13. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Gerichtsstand ist, soweit das Gesetz zwingend nichts anderes vorsieht, der Sitz des Verlages. Auch für das Mahnverfahren sowie für den Fall, dass der Wohnsitz und der gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt sind, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

KONTAKT

F.A.Z.-Institut für Management-,
Markt- und Medieninformationen GmbH
Mainzer Landstraße 199
60326 Frankfurt am Main

Telefon: (069) 75 91-32 05
Telefax: (069) 75 91-80 32 05

► innovationsmanager@faz-institut.de

► www.innovationsmanager-magazin.de