

An abstract, colorful background featuring a central perspective of a tunnel or path made of many thin, overlapping lines in various colors (red, orange, yellow, green, blue, purple) that converge towards a bright point in the distance. The overall effect is dynamic and futuristic.

Mediadaten 2008

Redaktion: ulrich@it-verlag.de
Buchhaltung: neff@it-verlag.de
Service: lemke@it-verlag.de
Geschäftsleitung: u.parthier@it-verlag.de

Verlagsanschrift:

IT Verlag GmbH
 Rudolf-Diesel-Ring 32
 82054 Sauerlach
 Tel.: 08104 6494-0
 Fax: 08104 6494-22
 www.it-verlag.de

Mediaberatung:

Nicola Heidrich
 Tel.: 08104 6494-17
 heidrich@it-verlag.de

 Christian Wolter
 Tel.: 08104 6494-18
 wolter@it-verlag.de

**Mediaberatung
Key Accounts:**

Ulrich Parthier
 Rudolf-Diesel-Ring 32
 82054 Sauerlach
 Tel.: 08104 6494-14
 Fax: 08104 6494-22
 u.parthier@it-verlag.de

Rudolf-Diesel-Ring 32
 82054 Sauerlach
 Fax: 08104 6494-22

Rubriken:

- Trends •Meinung (Gastkommentar) •ExpertTalk (Fachartikel)
- Case Studies •More BPM (Bücher, Studien, Links, White Paper)

Charakteristik

Was macht den Wert von Unternehmen aus? Seine Kunden? Ja, aber wie gewinnt es diese? Natürlich durch seine Geschäftsprozesse. Sie sind mit das wichtigste Kapital eines jeden Unternehmens. Die Prozesssicht jedes Unternehmens geht über Abteilungsgrenzen hinweg.

BPM-Lösungen verknüpfen prozessrelevante IT-Komponenten über die Grenzen einzelner Anwendungen wie ERP-, CRM- etc.. Geschäftsprozesse und ihre Abbildung in der Informationstechnologie eines Unternehmens stehen beim BPM im Mittelpunkt.

Ein wesentliches Merkmal ist dabei die integrierte Unterstützung des gesamten Lebenszyklus von Prozessen. Dieser Zyklus reicht von der Analyse und Modellierung eines Prozesses über die Implementierung und Ausführung bis hin zur Überwachung und Auswertung.

Erscheinungsweise

Das it eJournal Business Process Management erscheint 4 x im Jahr (Februar, Mai, August, November – jeweils am letzten Montag des Monats).

Herstellervorteile

Unser neues eJournal bietet alle Informationen aus der Welt des Business Process Management leserfreundlich als pdf-Magazin aufbereitet. Es setzt im Jahr 2008 neue Maßstäbe der Verteilung mit kostenfreiem Versand per eMail und zum Download auf unserer Website www.it-daily.net. Wir bieten Inserenten interaktive und multimediale Lösungen für Anzeigen. Das it eJournal BPM vereint alle Vorzüge von „Print“ und Online“:

Umweltschonend. Schnell. Direkt. Günstig. Unabhängig. Informativ. Aktuell. Online. Immer verfügbar.

Vorteile des eJournals

Erstmals bieten wir dieses innovative Format an, um die Thematik des Business Process Management ohne Streuverlust einem fokussierten Fachpublikum zu präsentieren. Nichts dokumentiert den Wandel vom reinen Online-PDF zu einem echten Online-Magazin besser. Das eJournal lebt von seiner Multifunktionalität, denn wo der Artikel aufhört, fängt Multimedia an. Nutzen Sie dies für Ihre Fachbeiträge und Ihre Mediabuchungen.

Kontakt über interaktive Elemente

Sie können die ganze Vielfalt von Sound, über Flash und Film bis hin zur übergreifenden Verlinkung nutzen, die wir integrieren. Nehmen Sie interaktiv Kontakt mit dem Leser auf, lassen Sie ihn eine aktive Rolle spielen. Das Stichwort heißt User Generated Content im Web 2.0. Es wirbelt die Medienlandschaft derzeit durcheinander. Die Dialogfähigkeit dieser verschiedenen Medien ist unerreicht, kein Printmedium, keine Website, kein klassisches PDF und kein Newsletter kann dies leisten.

Adressen generieren und qualifizieren

Dem eJournal gehört ein fester Platz im Kommunikationsmix. Lange Betrachtungsweise, Kontaktzeit, sequentielle Drama-

turgie, mehr Interaktivität, mehr Bewegtbild, die hochwertige Infos einfach und anschaulich transportieren, Tools zur Adressqualifizierung und Generierung sind möglich.

Analyse des Leserverhaltens

Beim eJournal kann im Gegensatz zum Printmedium nicht nur die wirkliche User-Zahl getrackt werden, es kann auch das Nutzungsverhalten der Zielgruppe erfasst und damit eine permanente Qualitätskontrolle des eJournals erreicht werden. Alle Inhalte und Interaktionselemente sind so trackbar und können kontinuierlich verbessert werden.

Erfolgsbasierte Online-Werbung

Die interaktiven Elemente haben ein hohes Responsepotenzial und es gibt zwischen eJournal, Web und gegebenenfalls Mobile Devices keinen Medienbruch. Durch die Verlinkungsmöglichkeiten, Video Ads und vieles mehr, wird die erfolgsbasierte Online-Werbung, also das Performance Marketing möglich. Die Erfahrung zeigt, dass ein- oder doppelseitig animierte Anzeigen in eJournals als die größte Werbeform, die es im Internet gibt, einer Verweildauer bietet, die Print nicht bieten kann. Cross-Media-Angebote von eJournal, Web und Newslettern kombiniert mit dem Printmedium haben allerbeste Wahrnehmungschancen bei Kunden.



**1/1 Seite & Video,
Flash oder anderen inter-
aktiven Komponenten**
600 x 450 Pixel
3.900,- €



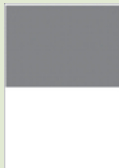
1/3 Seite quer
200 x 450 Pixel
1.200,- €



1/1 Seite
600 x 450 Pixel
3.500,- €



1/3 Seite hoch
600 x 150 Pixel
1.200,- €



1/2 Seite quer
300 x 450 Pixel
1.750,- €



1/4 Seite quer
150 x 450 Pixel
900,- €



1/2 Seite hoch
600 x 225 Pixel
1.750,- €



1/4 Seite hoch
600 x 112,5 Pixel
900,- €

Rabatte
3 Schaltungen - 5%
6 Schaltungen - 15%

Fragen, Antworten, Sonderwünsche?

Mediaberatung: Ulrich Parthier

Tel: +49 (0) 8104 6494-14 • Fax: +49 (0) 8104 6494-22 • u.parthier@it-verlag.de

Das it eJournal „Business Process Management“ ist nicht verpflichtet, die zur Verfügung gestellten Werbemittel, Inhalte, Verlinkungen etc. auf deren Richtigkeit, Aktualität, Vollständigkeit, Qualität und/oder Freiheit von Fehlern zu überprüfen und übernimmt dafür weder Gewähr noch Haftung. Die AGBs lesen Sie bitte auch auf unserer Webseite

www.it-daily.net



itevents

BI Day	31. Januar	München
Data Center	5. bis 6. Februar	Frankfurt
Application Lifecycle Management	19. Februar	München
Migration & Integration	21. Februar	München
Projektmanagement	2. bis 3. April	Berlin
IT SECURITY 2008 & Hack Attack	15. bis 16. April	München
ULDB	6. bis 7. Mai	Frankfurt
eBusiness Award & Kongress 2008	3. bis 4. Juni	Köln
SAP Day	10. Juni	Frankfurt
Digital ID World 2008	7. bis 8. Oktober	Frankfurt
CIO Award & Kongress 2008	13. November	Frankfurt

Anmeldungen verbindlich!

Die aktuellen Termine und Events finden Sie stets online unter www.it-daily.net



Allgemeine Geschäftsbedingungen

- 1.** Der Verlag behält sich nach freiem Ermessen vor, Mediaaufträge wegen des Inhaltes, der Herkunft oder der technischen Form aus sachlichen Gründen anzunehmen oder abzulehnen. Die Ablehnung wird dem Auftraggeber schriftlich oder per eMail mitgeteilt. Aufträge, die wegen ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden vom Verlag durch die Bezeichnung „Anzeige“ kenntlich gemacht.
- 2.** Für die rechtzeitige Anlieferung einwandfreier Werbeunterlagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Sind Druckunterlagen erkennbar beschädigt oder ungeeignet, so fordert der Verlag Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die bestmögliche Wiedergabe der Anzeige. Kosten für etwaige Entwürfe, etc. sind in den Anzeigenpreisen nicht enthalten. Für Fehler aus telefonischen oder fernschriftlichen Übermittlungen jeder Art sowie für die Richtigkeit von Übersetzungen übernimmt der Verlag keine Haftung.
- 3.** Die Einschaltung der Anzeigen erfolgt fortlaufend vom nächsten erreichbaren Termin ab, falls nichts Gegenteiliges vereinbart worden ist. Verschiebungen der Erscheinungsdaten aus technischen oder anderen Ursachen behält sich der Verlag vor. Der Ausschluss von Mitbewerbern ist nicht möglich.
- 4.** Anzeigenaufträge sind innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss durchzuführen. Die Veröffentlichung der Anzeige erfolgt im Zweifel gleichmäßig auf die Abnahmezeit verteilt. Die in der Anzeigenpreisliste aufgeführten Nachlässe werden nur für die innerhalb eines Jahres in einer Druckschrift erscheinenden Anzeigen eines Werbungtreibenden gewährt. Die Frist beginnt mit dem Erscheinen der ersten Anzeige, wenn nicht bei Vertragsabschluss schriftlich ein anderer Beginn vereinbart worden ist. Werden innerhalb eines Jahres weniger Anzeigen als vereinbart abgenommen, so ist der Verlag berechtigt, den Unterschied zwischen dem gewährten und der tatsächlichen Abnahme nachzuberechnen (Nachrabattierung).

- 5.** Der Verlag haftet nicht für höhere Gewalt, Streik, Aussperrung oder Betriebsstörungen. In solchen Fällen verlängert sich die Abnahmezeit für Anzeigenveröffentlichungen entsprechend. Die Forderung von Schadenersatz bleibt ausgeschlossen.
- 6.** Die Werbemittler und Agenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preislisten des Verlages zu halten. Wir gewähren 2% Skonto bei Bezahlung vor der Ersteinschaltung, 10 Tage netto nach der Ersteinschaltung. Die vom Verlag gewährte Mittlervergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.
- 7.** Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen Frist zu bezahlen. Bei Zahlungsverzug werden Zinsen sowie die Einziehungskosten gesondert in Rechnung gestellt. Bei Zahlungsverzug kann der Verlag die Ausführung des laufenden Auftrages zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Insolvenz wird der Gesamtbetrag für noch abzunehmende Anzeigen auch im Falle des §17 Abs.1 KO sofort fällig. Der bewilligte Nachlass fällt bei Konkurs, Zwangsvergleich oder im Falle einer Klage weg.
- 8.** Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand 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 Aufenthaltsort des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, zum Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsabschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthaltsort aus dem Geltungsbereich verlegt, so gilt als Gerichtsstand der Sitz des Verlages als vereinbart.

9. Als Zusatzvereinbarungen gelten als vereinbart:

- a.) Der Auftraggeber stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter aus Verstößen der Anzeigen gegen gesetzliche Vorschriften, insbesondere gegen das Wettbewerbs- und Urheberrecht, frei.
- b.) Für Fehler jeglicher Art aus telefonischer Übermittlung haftet der Verlag nur bei Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit.
- c.) Plazierungsvorschriften werden erst durch die schriftliche Bestätigung des Verlages gültig.
- d.) Mediaaufträge sind nach Auftragserteilung nicht mehr stornierbar.

10. Sollte eine Bestimmung dieser Geschäftsbedingungen unwirksam sein oder werden, so bleiben der Vertrag und die Bestimmungen dieser Geschäftsbedingungen im übrigen wirksam.

