

MEDIADATEN 2011



CallCenter **SCOUT**

Fachzeitschrift für Dialogmarketing

IHRE VORTEILE

ALS ANZEIGENPARTNER

Unsere Leserschaft besteht ausschließlich aus **Budgetverantwortlichen** von deutschen, mittelständigen Unternehmen. Diese erhalten die Fachzeitschrift **personalisiert** auf dem Postweg.

Ihre Anzeige wird in der Online-Version des SCOUT-Magazins mit Hyperlink auf **Ihre Internetpräsenz** dargestellt.

Als Anzeigenpartner erhalten Sie bis zur Folgeausgabe die Möglichkeit, **Ihre Pressemeldungen kostenfrei** und online auf der hochfrequentierten Website des SCOUTs (www.call-center.ag) zu veröffentlichen.

Der SCOUT unterstützt Sie bei der Viralisierung Ihrer Firmeninformationen durch Verteilung **Ihrer Meldungen auf über 100 Online-Portalen**.

Anzeigenpartner sind für den Zeitraum der Ausgabe, bei der eine Anzeige gebucht wurde, Teil des SCOUT-**Dienstleister-Netzwerks** und erhalten bei Anfragen, die dem Leistungsspektrum des Anzeigenpartners entsprechen, die Kontaktdaten der anfragenden Unternehmen.

Der Anzeigenpartner erhält bei Bedarf **20 kostenfreie Leseexemplare** des SCOUT-Magazins.

Der Anzeigenpartner erhält die Ergebnisse der **Leserbefragung**, die in unregelmäßigen Abständen bei einer Stichprobe von 1.000 Lesern, in Form einer **CATI-Studie**, eruiert werden.



Pünktlich zur CallCenterWorld®

2010 erschien mit großem

Erfolg die erste Ausgabe der

Fachzeitschrift CallCenter SCOUT

(www.call-center.ag). Schon

die erste Ausgabe bestach

mit über 70 Seiten TOP-

Themen zum Kundendialog

der Zukunft. Inhaltlich

wurde besonderen Wert auf

Interviews mit Experten gelegt.

Allerdings ist die Definition vom

Expertensein sehr different. Daher

wurden kontroverse Diskussionen vom

SCOUT moderiert und in einem pfiffigen

Format wiedergegeben. Auf europaweiten

Reisen können Sie die Berater vom SCOUT

begleiten und die Eindrücke unverfälscht und

bissig sowie informativ und kritisch ablesen. Trotz der

Brisanz der Themen und der provokanten Darstellungsweise

durch die SCOUT-Redakteure, wurde besonderen Wert auf Neutralität

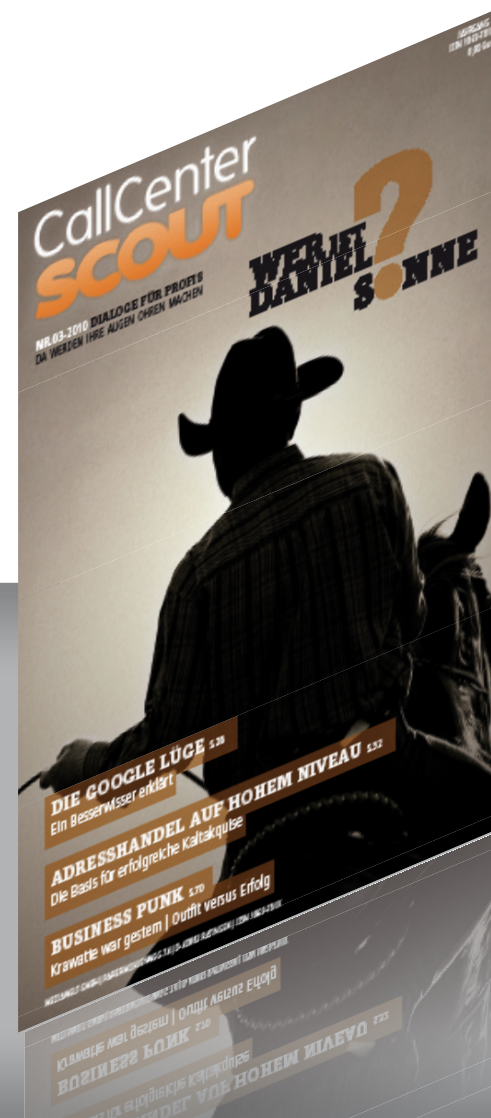
gelegt, wenngleich dieses nicht immer leicht fällt. Vielleicht lässt sich hier und da ein

Kritikpunkt zwischen den Zeilen erkennen.

KURZPROFIL



Das Magazin erscheint 4 Mal jährlich – jeweils im Februar | Mai | August | Dezember



Die Fachzeitschrift CallCenter SCOUT wird 4 Mal jährlich persönlich, kostenfrei und einzeln an Entscheider sowie maßgebliche Entscheidungsbeeinflusser des deutschen Mittelstandes versendet. Somit entsteht kein Streuverlust und unsere Mediadata basieren auf Real-Leser-Zahlen.

CallCenter
SCOUT

Die SCOUT Fachzeitschrift wird ausschließlich personalisiert an TOP-Entscheider des gehobenen deutschen Mittelstandes versendet.



Für Messen, Veranstaltungen und Leseproben werden zusätzliche Musterexemplare produziert!

DATEN



Auflagen	
Ausgabe Februar 2010	3.000
Ausgabe Mai 2010	4.000
Ausgabe August 2010	5.000
Ausgabe Dezember 2010	6.000
Ausgabe Februar 2011	7.000
Ausgabe Mai 2011	8.000
Ausgabe August 2011	9.000
Ausgabe Dezember 2011	10.000

Branchenverteiler	
Telekommunikation, IT, Callcenter Dienstleister	25%
Transport und Verkehr	23%
Handel und Versandhandel	14%
Healthcare, Pharma, Gesundheit	11%
Touristik	10%
Energiewirtschaft	8%
Personal	4%
Finanzdienstleistung, Banken, Versicherung	3%
Sonstige	2%

Leserquerschnitt	
Inhaber, Geschäftsführer, Vorstand	79%
Bereichs-, Abteilungsleiter	9%
Auszubildende, Studenten	5%
Teamleiter, Key-Account	4%
Mitarbeiter, Angehörige, sonstige	3%



VERLAG

**Herausgeber:**

SCOUT MEDIA
Eine Marke der Schottler & Simon GmbH
Hohenzollerndamm 27a
10713 Berlin

Chefredakteur:

Dennis Schottler

SCOUT-Reporter:

Daniela Simon
Lennart Achterberg
Daniel Schwanck
Jasmina Neumann

Bildredaktion

Daniela Simon

**Anzeigenverkauf
und Disposition:**

Esther Hey
Renata Böhm

Redaktionsanschrift:

SCOUT MEDIA Verlagsgesellschaft
Hohenzollerndamm 27a
D-10713 Berlin

Versand:

Daniel Weimar
Renata Böhm

Gestaltung:

Peter Müller
Melanie Klein

Druck:

Stürtz GmbH, Würzburg

Kundenbetreuung:

DDinternational
Eine Marke der Simon KG
Turmstr. 37
79539 Lörrach
Tel: 0800 2209922

CallCenter
SCOUT

Firma: _____

Ansprechpartner: _____

Straße: _____

PLZ/Ort: _____

ANZEIGENBUCHUNG

Bitte senden Sie Ihre Anzeigenbuchung per **Fax** an: **+49 30 86201843**

bitte ankreuzen	Position/Format	Anschnitt	Preis
<input type="radio"/>	2/1 Doppelseite	420 x 297 mm	6.200 €
<input type="radio"/>	1/1 Cover Vorderseite innen (U2)	210 x 297 mm	4.520 €
<input type="radio"/>	1/1 Cover Rückseite außen (U4)	210 x 297 mm	3.900 €
<input type="radio"/>	1/1 Cover Rückseite innen (U3)	210 x 297 mm	2.900 €
<input type="radio"/>	1/1 Seite	210 x 297 mm	1.900 €
<input type="radio"/>	1/3 Seite im Hochformat	67 x 297 mm	900 €
<input type="radio"/>	Mini-Anzeige im Visitenkartenformat	85 x 55 mm	249 €

bitte ankreuzen	Position / Format
<input type="radio"/>	1 Ausgabe
<input type="radio"/>	2 Ausgaben
<input type="radio"/>	3 Ausgaben
<input type="radio"/>	4 Ausgaben

Die Buchung(en) gelten immer für die dem Buchungsdatum nächst folgenden Ausgaben. Die Druckvorlage wird vom Anzeigenkunden jeweils bis zum 15. Januar, April, Juli, November als druckfähige Datei zur Verfügung gestellt.

Rabatte/Malstaffel

Bei gleicher Druckvorlage

Bei 2 Ausgaben 10%

Bei 3 Ausgaben 15%

Bei 4 Ausgaben 20%

Besondere Vereinbarung:

Alle Preise verstehen sich zzgl. 19% MwSt; Zahlungsziel: 14 Tage nach Rechnungsstellung. Die Rechnungsstellung erfolgt 14 Tage vor Erscheinen.

Firmenstempel

Datum / Unterschrift

Mit der Unterschrift akzeptieren Sie die AGB auf Seite 8. Siehe auch call-center.ag/agb

Allgemeine Geschäftsbedingungen CallCenter SCOUT Stand 01.01.2010

1. »Anzeigenaufträge« im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungstreibenden 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 Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.

3. Die Anzeigenpreise ergeben sich aus der bei Vertragsschluss gültigen Anzeigenpreisliste des Verlages. Ändert sich der Anzeigentarif nach Vertragsabschluss, ist der Verlag berechtigt, den Preis nach der zum Zeitpunkt der Veröffentlichung gültigen Preisliste zu berechnen; dies gilt nicht im Geschäftsverkehr mit Nichtkaufleuten, sofern zwischen dem Vertragsschluss und dem Zeitpunkt der Veröffentlichung nicht mehr als 4 Monate vergangen sind. Werbeagenturen und Werbemittlern ist es untersagt, die vom Verlag gewährten Mittlergebühren ganz oder teilweise an ihre Auftraggeber weiterzugeben.

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. Kann die Zeitschrift infolge höherer Gewalt (z. B. Krieg, Mobilmachung, Arbeitskampf oder sonstige nicht vorhersehbare Ereignisse) überhaupt nicht, nicht in vollem Umfang oder nicht rechtzeitig erscheinen, ergeben sich daraus keine Ansprüche des Auftraggebers.

5. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.

6. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an be-

stimmten 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. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens zwei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Der Verlag ist berechtigt, Anzeigen mit dem Wort »Anzeige« deutlich kenntlich zu machen.

8. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen wegen ihrer technischen Form oder ihrer Herkunft abzulehnen: dasselbe gilt, wenn der Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder die 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 Musters der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrags wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

9. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. 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 Preisminderung in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde, oder auf eine einwandfreie Ersatzanzeige. Lässt der Verlag eine ihm für deren Veröffentlichung gesetzte angemessene Frist verstreichen oder ist die Er-

satzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Preisminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – insbesondere bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen. Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und der Höhe nach auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seiner 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 4 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 zugrunde 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.

14. Bei Zahlungsverzug berechnet der Verlag unter Vorbehalt weitergehender Rechte Verzugszinsen in Höhe von 2% über dem jeweiligen Basiszinssatz der EZB. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags 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 offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

15. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages 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 Druckunterlagen und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungensprünge 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 oder – wenn eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittlich verteilte Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigender Mangel, wenn sie bei einer Auflage bis zu 50.000 Exemplaren 20 v. H. beträgt. Preisminderungsansprüche sind jedoch ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage unter dem Anerbieten, vom Vertrag zurückzutreten, rechtzeitig Kenntnis gegeben hat.

18. Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Der Verlag behält sich im Interesse und zum Schutz des Auftraggebers das Recht vor, die eingehenden Angebote zur Ausschaltung von Missbrauch des Zifferndienstes zu Prüfzwecken zu öffnen. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.

19. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.

20. Rabattgutschriften und Rabattnachbelastungen erfolgen grundsätzlich erst zum Ende des Insertionsjahres.

21. Platzierungsbestätigungen gelten nur unter Vorbehalt und können aus technischen Gründen geändert werden. In solchen Fällen kann der Verlag nicht haftbar gemacht werden.

22. 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 Nichtkaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nichtkaufleuten, zum Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsabschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.