

# MEDIADATEN 2022



Die IM+io ist das Fachmagazin des [August-Wilhelm Scheer Instituts](#) und richtet sich an technologiegetriebene, innovative Unternehmen, deren Führung und Interessierte. Als Zeitschrift an der Schnittstelle von Theorie und Praxis vereint sie Innovations-, Organisations-, Hightech- und Managementthemen miteinander.

Als Magazin mit Schwerpunkt IT bietet es Nachrichten und Expertenbeiträge rund um den Themenkomplex „Digitale Transformation“ an. Schwerpunkte sind dabei etwa die Digitalisierung von Wirtschaft und Gesellschaft, Künstliche Intelligenz und Big Data, sowie Projektmanagement und Change Management und vieles mehr. Aktuelle Themen werden aufgegriffen, neuartige Prozesse aus abwechselnden Blickwinkeln und von namenhaften Experten und Unternehmen beleuchtet und erklärt.

Die Redaktion der IM+io besteht aus Wissenschaftlern, Fach-Redakteuren und Journalisten. Bestimmte Beiträge sind für Leser frei zugänglich. Beiträge von Autoren werden zeitnah – in der Regel innerhalb von vier Wochen – von der Redaktion geprüft und veröffentlicht.

Das Magazin (bis Mitte 2013 IM – Die Fachzeitschrift für Information, Management und Consulting) erscheint seit 1986 vier Mal jährlich in Deutsch unter der Verantwortung des Herausgebers Prof. Dr. Dr. h.c. mult. August-Wilhelm Scheer.

IM+io bietet das optimale Werbeumfeld für:

## B2B-Kommunikation

- Kongresse und Konferenzen
- Personaldienstleister und Recruiting
- Mietwagenfirmen und Mobility Services
- Beratungsleistungen
- Hard- und Softwarelösungen
- Telekommunikationslösungen

## B2C-Kommunikation

- Businesshotels, Designhotels, Restaurants
- Wellness, Sport und Freizeitgestaltung
- Design, Haus und Garten, Inneneinrichtung
- Luxusgüter, Mode, Reiseutensilien
- Finanz- und Bildungsdienstleistungen
- Unterhaltungselektronik

		Format	Höhe und Breite	€	Umschlagseiten
		1/1 Seite Doppelseite	S230 x 170 mm A 297 x 420 mm	740,- 1.700,-	+ 20% Zuschlag -
		1/2 Seite quer	S115 x 170 mm A 148 x 210 mm	500,-	-
		1/3 Seite quer	S77 x 170 mm A 99 x 210 mm	250,-	-
		1/2 Seite <sup>1)</sup> hoch	S230 x 85 mm A 297 x 105 mm	600,-	-
		1/3 Seite <sup>2)</sup> hoch	S230 x 53 mm A 297 x 72 mm	350,-	-

Alle Preise beziehen sich auf den Anzeigedruck in Farbe (CMYK Vierfarbdruck).

S = Satzspiegel, A = Anschnittformat; Beschnittzugabe zu jeder Seitenkante 4mm; Umschlagseiten nur Anschnittformat

1) Dieses Anzeigenformat wird nur im zweispaltigen Fachteil der IM+io angeboten

2) Dieses Anzeigenformat wird nur im dreispaltigen Fachteil der IM+io angeboten Preise verstehen sich zuzüglich der aktuell geltenden Mehrwertsteuer.

## MEHRFACHBUCHUNG

2 Anzeigen: 10%, 3 Anzeigen: 15%, 4 Anzeigen (ein Jahrgang): 20% Ab der durchgehenden Buchung von mehr als einem IM+io -Jahrgang gewähren wir einen Rabatt von 33%. Bei nicht im Vorfeld bereits vereinbarter Mehrfachbuchung reduziert sich der Rabatt um die Hälfte und gilt nur für die jeweils laufende Anzeige.

## SKONTO

3% Skonto bei Zahlung der Anzeige vor Erscheinungstermin (bitte entsprechenden Vermerk bei Anzeigenauftrag ergänzen!)

## PLATZIERUNGSWÜNSCHE

Bei speziellen Platzierungswünschen 10% Zuschlag auf den Netto-Anzeigenpreis.

## BEILAGEN

Höchstformat 297 x 205 mm.

Preise pro 1.000 Exemplare bis 25g Stückgewicht und max. 8

Seiten Umfang Vollbeilagen Inland 750,- Euro | 900,- CHF +

Postgebühren Postgebühren: 0,04 Euro pro Stück

Schwerere und umfangreichere Beilagen auf Anfrage, Muster  
vor Auftragsannahme erforderlich

## DATENÜBERMITTLUNG

Bitte fordern Sie bei uns entsprechende Vorgaben an.

## DRUCKUNTERLAGEN

Adobe Acrobat PDF in Qualität „Druckvorlage“ (eine entsprechende Konfigurationsdatei für Adobe Acrobat kann auf Wunsch beim Verlag angefordert werden)

1. Verlustfreie Grafikdatei in Ausgabegröße bei min. 300 dpi Auflösung (z.B. EPS, TIFF, InDesign o.ä.)

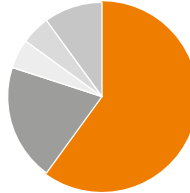
Für die korrekte Verarbeitung ihrer Daten beachten Sie bitte:

- Bilder und Logos müssen im CMYK-Format angelegt werden.
- Sämtliche Bilder und Schriften müssen gesondert beigelegt werden (außer bei PDF).
- Bei Daten, die aus Freehand oder Illustrator erzeugt werden, müssen die Schriften in Pfade umgewandelt werden.
- Wenn Sie vor dem Druck einen Proof wünschen, werden Ihnen die Kosten dafür in Rechnung gestellt. Beachten Sie bitte, dass bei einem Proof die Druckunterlagen ca. eine Woche vor Druckunterlagenschluss vorliegen müssen.
- Unter Windows erstellte Daten müssen kompatibel sein.

Der Anzeigenkunde ist verantwortlich für die korrekte Einrichtung der Druckunterlagen. Ein Printabzug (Proof) der Anzeige liegt im Ermessen des Anzeigenkunden.

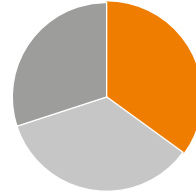
## LESER NACH POSITION

60% Organisations-/Abteilungsleiter  
 20% IT-Berater/Prozessberater  
 5% Wissenschaftler/Studenten  
 5% Top



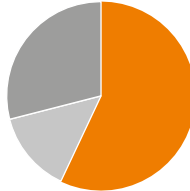
## KONGRESSE / KONFERENZEN

35% häufig  
 35% manchmal  
 30% selten



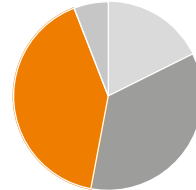
## ENTSCHEIDER

57% treffen Investitions- und Kaufentscheidungen (insb. Software, Dienstleistungen)  
 14% beeinflussen Investitions- und Kaufentscheidungen  
 29% haben keinen Einfluss auf Investitions- und Kaufentscheidungen



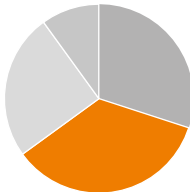
## MONATLICHES NETTOEINKOMMEN

15% unter 3.000 Euro  
 38% 3.001 bis 5.000 Euro  
 42% 5.001 bis 10.000 Euro



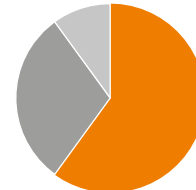
## REISETÄTIGKEIT

30% 10 - 30 Tage  
 35% 31 - 50 Tage  
 25% 51 - 100 Tage



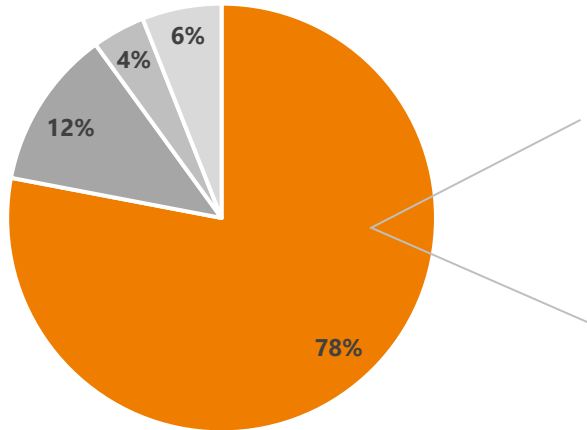
## LESEDAUER

60% aller Leser lesen 25-50% aller Artikel  
 30% aller Leser lesen 51-75% aller Artikel  
 10% aller Leser lesen annähernd 100% aller Artikel



## LESER NACH REGION

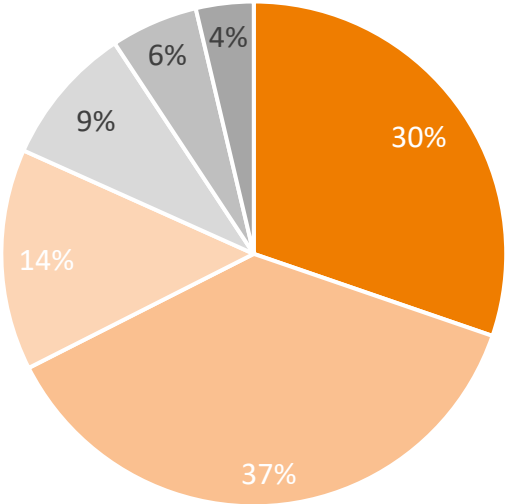
- Deutschland
- US
- Schweiz
- Sonstige



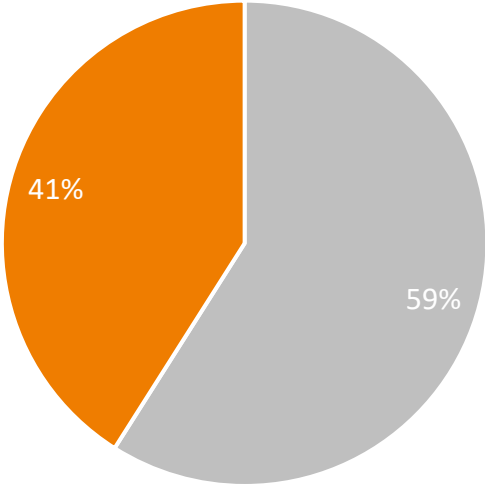
## LESER NACH ORT

Ort	%
1. Berlin	6,6
2. München	5,4
3. Frankfurt	3,8
4. Stuttgart	2,6
5. Wien	2,4
6. Köln	2,4
7. Hamburg	2,4
8. Peking	1,9
9. Shanghai	1,4
10. sonstige	<1,4

Quelle: im-io.de



- 18 bis 24
- 25 bis 34
- 35 bis 44
- 45 bis 54
- 55 bis 64
- > 65

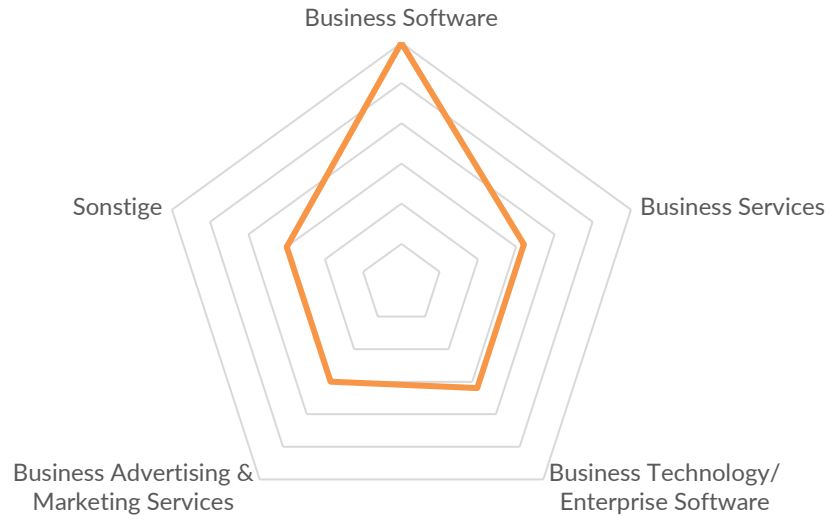


- Männer
- Frauen

Quelle: im-io.de



# INTERESSE



Quelle: im-io.de

## ANZEIGENKONTAKT

Telefon: +49 681 96777 111  
E-Mail: [tamara.finkler@aws-institut.de](mailto:tamara.finkler@aws-institut.de)

## HERAUSGEBER UND REDAKTION

Prof. Dr. Dr. h. c. mult. August-Wilhelm Scheer (Herausgeber)  
Prof. Dr. Paul Schönsleben (Stellvertreter)

Dr. Dirk Werth (Chefredaktion)  
Irmhild Plaetrich (Redaktion Scheer Innovation Review)  
Norbert Eder (Redaktion IM+io Schwerpunkt)  
Falk Enderle (Redaktion IM+io Schwerpunkt)  
Sarah Materna (Redaktion IM+io Schwerpunkt)  
Tamara Finkler (Chefin vom Dienst)  
Laura Geßner, Vincent Meakins (Redaktionsassistentz)

E-Mail: [tamara.finkler@aws-institut.de](mailto:tamara.finkler@aws-institut.de)

## VERLAG

August-Wilhelm Scheer Institut für digitale Produkte und Prozesse gGmbH  
Scheer Tower | Uni-Campus Nord | 66123 Saarbrücken  
Geschäftsführung: Prof. Dr. Dr. h.c. mult. August-Wilhelm Scheer,  
Dr. Dirk Werth  
Amtsgericht Saarbrücken, HRB 101867, Ust. Id. DE294310231,  
Steuer-Nr. 040/140/41570

## AUFLAGE

Auflage: 600  
(Angaben für Ausgabe 4, 4. Quartal 2020)

## BANKVERBINDUNG

Deutsche Bank AG.  
IBAN: DE41 5907 0000 0012 0071 00  
BIC/SWIFT-Code: DEUTDE5M555

## ERSCHEINUNGSWEISE

4x jährlich, Einzelheft 9,99 Euro |  
Abonnement 39,00 Euro für  
Studenten 29,00 Euro ; Umfang  
durchschnittlich 96 Seiten  
ggf. 1-2 Sonderausgaben zusätzlich

## DATENÜBERMITTLUNG

Bitte fordern Sie bei uns entsprechende Vorgaben  
an.

1. Anzeigenauftrag 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. Bei Abschluss 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. 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.
6. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort Anzeigendruck kenntlich gemacht.
7. 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 oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
8. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignet 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.
9. 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 ihm eine hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen. Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und 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 seines Erfüllungshelfers. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für die grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungshelfern; 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.

1. 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.
2. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
3. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlungen leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst 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 andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.
4. 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.
5. 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.
6. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
7. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisermäßigung 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 verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisermäßigung berechtigter Mangel, wenn sie bei einer Auflage bis zu 5.000 Exemplaren 20% beträgt. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisermäßigungsansprüche 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.
17. 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. 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.
18. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.
19. 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 Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, 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.