

m INSTITUTIONAL money



Preisliste 1/2010

DAS FACHMAGAZIN FÜR INSTITUTIONELLE INVESTOREN

CHARAKTERISTIK

Institutional Money informiert institutionelle Investoren aus Deutschland, Österreich, der Schweiz, Liechtenstein und Luxemburg viermal jährlich über die neuesten Trends und Entwicklungen, die ihre Arbeit beeinflussen.

Das Themenspektrum reicht von der Analyse neuer bzw. populärer Produktlösungen über die Vorstellung interessanter Assetklassen und die aktuellsten finanzwissenschaftlichen Erkenntnisse und deren

Relevanz für die Praxis bis hin zu der Unzahl an nationalen und internationalen Vorgaben bezüglich der rechtlichen und steuerlichen Rahmenbedingungen.

Institutional Money spricht mit den Trendsettern aus der Produktwelt, besonders erfolgreichen Großanlegern, den kompetentesten Consultants und führenden Wissenschaftlern und stellt genau die Fragen, die auch jeder institutionelle Investor stellen würde.

NACHRICHTEN & KÖPFE



Die Informationsflut an den internationalen Finanzmärkten steigt täglich weiter an – der Großteil dieser News ist aber weder hilfreich noch interessant. Institutional Money filtert für seine Leser jene Berichte heraus, die es wert sind, genauer unter die Lupe genommen zu werden. Egal, ob es um wirklich innovative Produkte, die Karrieresprünge der kreativsten Köpfe oder um die jüngsten Studien, Analysen und Reports für professionelle Marktteilnehmer geht – Institutional Money liefert die Fakten.

THEORIE & PRAXIS



Die Finanzmärkte werden mehr und mehr von Erkenntnissen der Wissenschaft geprägt – der Einfluss reicht von Financial Engineering, das heute in Fonds und strukturierten Investmentprodukten steckt, über Hedgefonds, die mit ungewöhnlichen Ansätzen operieren, bis hin zu den Analysewerkzeugen professioneller Portfoliosteuerungsprogramme.

Kein institutioneller Investor kommt ohne Kenntnis dieser Forschung aus, Institutional Money steht mit führenden Finanzwissenschaftlern in Verbindung und verfolgt deren neueste Arbeiten. Dabei wird stets auch die Frage nach ihrer Praxistauglichkeit gestellt, praktische Umsetzungen werden präsentiert.

STEUER & RECHT



Ein zunehmend größer werdender Teil der Arbeitszeit professioneller Geldanleger fließt in das Verfolgen der ständigen Änderungen im steuerlich-rechtlichen Rahmen sowie in die Umsetzung dieser Reglements.

Institutional Money hält seine Leser nicht nur über die jüngsten nationalen und internationalen Entwicklungen in diesem Bereich auf dem Laufenden, sondern liefert auch Beispiele dafür, wie die häufig auftretenden Detailprobleme gelöst bzw. vermieden werden können.

20.400 EXEMPLARE – UNSERE LESER – IHRE KUNDEN

Die Finanzwelt rückt ständig enger zusammen. Praktisch niemand agiert heute noch ausschließlich auf nationaler Ebene. Der Binnenmarkt zwingt alle Akteure, in europäischen Dimensionen zu denken. Institutional Money ist daher Ihr Fachmagazin für Europas institu-

tionelle Investoren. Trotz dieser Internationalisierung gibt es aber nach wie vor nationale Besonderheiten, auf die in der Berichterstattung eingegangen wird. Bei speziellen Problemen widmen sich manche Beiträge auch nur einem Land.



Ein Sprachraum – ein Magazin

2.500 Exemplare **Auslandsauflage*** gratis dazu!

* plus Auslandsauflage (CH)

Geografische Verteilung der Auflage von 20.400 Exemplaren:

83% Deutschland

14% Österreich

3% Luxemburg/Liechtenstein

Mit einer Gesamtauflage von 22.900 Exemplaren (inkl. Schweiz) erreichen Sie kostenoptimal und ohne Streuverluste alle institutionellen Investoren, die im deutschen Sprachraum aktiv sind.

Die Zielgruppe punktgenau erreichen

Die gesamte Auflage geht ausschließlich an institutionelle Investoren, jedes Heft ist personalisiert und erreicht exakt Ihre Zielgruppe! Unsere Adressdatenbank enthält Manager von:

- Banken & Sparkassen
- Depot-A-Managern
- Versicherungen
- Pensionsfonds
- Pensionskassen
- Unterstützungskassen
- Stiftungen
- Hedgefonds
- Private-Equity-Fonds

- Verbänden
- öffentlichen Einrichtungen
- kirchlichen Einrichtungen
- Unternehmen
- Kapitalanlagegesellschaften
- Versorgungswerken
- Projektfinanziers
- internationalen Institutionen
- Beratungsunternehmen

PREISE* & FORMATE**



Format (in mm, B x H)	2/1 Seiten 4c	1/1 Seite 4c	1/2 Seite 4c	1/3 Seite 4c	1/4 Seite 4c
Abfallend/Hochformat:	420 x 280	210 x 280	105 x 280	70 x 280	58 x 280
Abfallend/Querformat:			210 x 140	210 x 93	210 x 70
Satzspiegel/Hochformat:	390 x 250	182 x 250	88 x 250	55 x 250	43 x 250
Satzspiegel/Querformat:			182 x 125	182 x 79	182 x 55
DIN:					105 x 140
Preise (in Euro):	15.100,-	8.390,-	4.850,-	3.650,-	2.950,-

* Alle Preise exklusive gesetzlicher Mehrwertsteuer. **Achtung: Bei abfallenden Anzeigen benötigen die Vorlagen 5 mm Schnitzzugabe je Schnittkante. Anschnittgefährdete Elemente müssen mindestens 8 mm vom Beschnitt nach innen gelegen sein.

Text-Anzeigen-Service:

Bei der Erstellung Ihrer professionell gestalteten und getexteten Einschaltungen (Advertorials) steht Ihnen unsere erfahrene Redaktion gern zur Verfügung. Pro Seite wird ein pauschaler Unkostenbeitrag in Höhe von 300 Euro verrechnet.

Platzierungszuschläge:

Umschlagseite 2: +15 %

Umschlagseite 4: +20 %

Umschlagseite 3: +5 %

Weitere Sonderplatzierungen auf Anfrage

Beilagen, Beihefter, Tip-on-Cards:

Die Preise hängen von Gewicht und Typ der Werbung ab und werden auf Anfrage kalkuliert.

FREQUENZ-RABATTE

Bei 3 Schaltungen: minus 10 %

Z. B.: Bei Buchung von 3 x 1/1 Seite in 4c erhalten Sie einen Preisnachlass von 2.517 Euro.

**Statt 25.170 Euro bezahlen Sie nur
22.653 Euro.**

Bei 2 Schaltungen: minus 5 %

Z. B.: Bei Buchung von 2 x 1/1 Seite in 4c erhalten Sie einen Preisnachlass von 839 Euro.

**Statt 16.780 Euro bezahlen Sie nur
15.941 Euro.**

25% Rabatt + Zusatzleistungen

DAS PARTNERPAKET

STATT 33.560 EURO BEZAHLEN SIE NUR 25.170 EURO
 Bei Buchung von 4 x 1/1 Seite erhalten Sie einen Preisnachlass von 8.390 Euro.

Damit sind Sie über ein Jahr lang in jeder Ausgabe von Institutional Money mit einem ganzseitigen Inserat in Ihrer Zielgruppe präsent.

Das **PARTNERPAKET** enthält zusätzlich folgende **Zusatzleistungen**:

- Preisnachlass für Aussteller beim „Institutional Money Kongress“
- kostenloser Text-Anzeigen-Service
- Sonderkonditionen für Beilagen, Beileimer und Tip-on-Cards



TERMINE

Ausgabe/Nummer	Erscheinungstermin*	Druckunterlagenchluss	Anzeigenschluss
Institutional Money 1/2010	29. März 2010	1. März 2010	19. Feber 2010
Institutional Money 2/2010	27. Mai 2010	3. Mai 2010	23. April 2010
Institutional Money 3/2010	27. Sept. 2010	30. Aug. 2010	20. Aug. 2010
Institutional Money 4/2010	29. Nov. 2010	2. Nov. 2010	22. Okt. 2010

* Geringfügige Terminänderungen vorbehalten

KONTAKT

Österreich:

FONDS professionell Multimedia GmbH
 Rechte Wienzeile 237/1
 A-1120 Wien
 Tel.: +43/(0)1/815 54 84-0, Fax: +43/(0)1/815 54 84-18
 E-Mail: office@institutional-money.com

Deutschland:

FONDS professionell Multimedia GmbH
 Neuenhöfer Allee 153
 D-50935 Köln
 Tel.: +49/(0)221/475 97 97, Fax: +49/(0)221/475 97 98
 E-Mail: office@institutional-money.com

Herausgeber: Mamdouh El-Morsi, Gerhard Führung
Verlagsleitung Printausgaben: Maged El-Morsi

Verlagsleitung Online: Merwat Ratheiser
Chefredaktion: Hans Heuser, Kurt Becker



**Der alljährliche Pflichttermin für institutionelle Investoren
Maßgeschneidert und ausschließlich für institutionelle Marktteilnehmer**



DAS KONZEPT:

Der Institutional Money Kongress ist eine Kombination aus erstklassigem Vortragsprogramm und begleitender Foyer-Messe.
Das Kernstück des Vortragsprogramms bilden:

- 6 übergeordnete Fachvorträge internationaler Finanzstars
- über 35 Workshops mit renommierten Fondsmanagern
- exklusive Gruppendiskussionen im kleinen Kreis und
- One-to-One-Termine mit ausgewählten Anlageexperten

Alles inklusive:

- Allen Sponsoren werden die gleichen, hochwertig ausgestatteten Besprechungslounges zur Verfügung gestellt.
- Die Gestaltung der Lounges (Seitenwände und Leuchttafeln) wird nach Ihren Wünschen von unserem Messebauer vorgenommen. Die Kosten dafür sind in den Ausstellerkosten bereits inbegriffen.
- Jeder Sponsor kann einen 45-minütigen Workshop halten.
- Alle Besucher und Sponsoren werden zwei Tage lang bewirtet – inklusive Galadiner.

Geschlossene Veranstaltung:

- Der Besuch des Institutional Money Kongress bleibt ausschließlich institutionellen Anlegern aus Österreich, Deutschland, der Schweiz, Luxemburg und Liechtenstein vorbehalten.
- Retailkunden ist der Eintritt nicht gestattet.
- Der Kongress dauert zwei Tage.

Die Zielgruppe:

IM FOKUS: Banken & Sparkassen, Depot-A-Manager, Versicherungen, Pensionsfonds, Pensionskassen, Unterstützungskassen, Stiftungen, Verbände, öffentliche Einrichtungen, Consultants, kirchliche Einrichtungen, Corporates, Versorgungswerke u. v. m.

Die Vorteile:

Einzigartig:

Ausschließlich institutionelle Anleger – aus Gründen der Fairness gegenüber den Sponsoren kann daher Sales-Mitarbeitern von Fondsgesellschaften, die nicht zu den Sponsoren zählen, kein Zutritt gewährt werden.

Größte Veranstaltung Europas:

Chancengleichheit für alle Sponsoren: gleiche Workshopdauer, gleicher Loungestand, attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis. Im Pauschalpreis ist die Zugangsberechtigung zu allen Fachvorträgen, Workshops, Gruppengesprächen sowie One-to-One-Gesprächen enthalten.

Veranstaltungsort:

Frankfurt:

Congress Center Frankfurt
Ludwig-Erhard-Anlage 1

Termin:

Februar 2011



Messelounge:

Maße:

Maße: 12 m²
Seitenwände variabel, mit Stoff bespannt:
ca. 450 cm Länge gesamt
ca. 160 cm Höhe

Möblierung:

- 2 Glastische
- 6 weiße Lederstühle
- 2 Prospektkästen: 78/88/38
- 1 Leuchtkasten: 230/100/15 cm
- 1 Stehtisch

UNSERE KUNDEN



db x-trackers



GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

Allgemeine Geschäftsbedingungen für das Magazin Institutional Money sowie dessen Website: www.institutional-money.com

Auftragserteilung:

1. Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen, die aktuelle Preisliste und die Auftragsbestätigung.
2. Der Verlag behält sich vor, Aufträge abzulehnen. Insbesondere kann der Verlag ein bereits veröffentlichtes Werbemittel zurückziehen, falls der Auftraggeber im Nachhinein Änderungen am Werbemittel vornimmt und diese aus inhaltlichen oder auch technischen Gründen für den Verlag unzumutbar sind.

Auftragsabwicklung:

3. Werden die tarifmäßigen Preisnachlässe in Anspruch genommen, sind Werbeaufträge innerhalb eines Kalenderjahres abzuwickeln.
4. Kann ein Anzeigenauftrag durch einen oder mehrere Heftausfälle nicht innerhalb eines Rabattjahres durchgeführt werden, so bleibt davon die ursprüngliche Rabattvereinbarung unberührt.
5. Wird ein Jahresauftrag ohne Verschulden des Verlages nicht erfüllt, so hat der Auftraggeber den Unterschied zwischen dem gewährten und dem tatsächlichen Auftragsvolumen entsprechenden Nachlass dem Verlag zurückzahlen.
6. Die Aufnahme von Anzeigen in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen kann nicht gewährleistet werden. Der Verlag behält sich vor, von der Durchführung auch bereits angenommener Aufträge aus technischen oder anderen Gründen ohne jeden Ersatzanspruch des Auftraggebers zurückzutreten.
7. Dem Wunsch nach Ausschluss von Mitbewerbern des Anzeigenkunden kann grundsätzlich nicht entsprochen werden.
8. Textanzeigen und solche, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht sofort als Werbung erkennbar sind, werden durch das Wort „Anzeige“ kenntlich gemacht.
9. Der Verlag gewährleistet die drucktechnisch einwandfreie Wiedergabe der Anzeige. Geringe Farbtonabweichungen sind im Toleranzbereich des Druckverfahrens begründet. Ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen werden dem Auftraggeber zurückgesandt. Der Auftraggeber hat bei unleserlichem, unrichtigem oder unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine Ersatzanzeige, jedoch nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Im Online-Bereich hat der Auftraggeber bei ungenügender Wiedergabequalität der Werbemittel Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine Ersatzwerbung, jedoch immer nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Werbung (Print wie auch Online) beeinträchtigt wurde. Der Auftraggeber verpflichtet sich, die Online-Werbemittel rechtzeitig – 3 Werktagen vor Schaltungsbeginn – und in einwandfreiem Zustand anzuliefern. Bei nicht ordnungsgemäßer oder eventuell verspäteter Anlieferung oder nachträglichen Änderungen der Online-Werbemittel übernimmt der Verlag keine Gewähr für die vereinbarte Verbreitung des Werbemittels. Weitergehende Haftungen sind für den Verlag ausgeschlossen.
10. Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Werbetreibende bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche.
11. Bei fernmündlich veranlassten Änderungen und Abbestellungen übernimmt der Verlag keine Haftung.
12. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Sendet der Auftraggeber Probeabzüge nicht bis zum Anzeigenschluss oder einem anderen seitens des Verlages genannten Termin zurück, so gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt.
13. Die Pflicht zur Aufbewahrung von Druckunterlagen endet einen Monat nach Erscheinen der letzten Anzeige.
14. Beanstandungen sind binnen einer Woche nach Erscheinen zu melden.

Berechnung und Zahlung:

15. Leistet der Auftraggeber keine Vorauszahlung, ist die Rechnung innerhalb von 14 Tagen nach Rechnungslegung netto ohne Abzüge zu bezahlen.
16. Der eventuelle Verzicht auf die Grundfarbe Schwarz bei der Anlage von Anzeigen ist ohne Einfluss auf die Berechnung des Anzeigenpreises.
17. Der Verlag behält sich vor, das Erscheinen weiterer Anzeigen bzw. Werbemittel im Online-Bereich von der Vorauszahlung des Rechnungsbetrags und vom Ausgleich etwaiger offener Rechnungen abhängig zu machen.
18. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Verzugszinsen in Höhe von 13 Prozent sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann die Ausführung des Auftrags bis zur Bezahlung zurückstellen.
19. Kosten für die Herstellung von Reinzeichnungen, Bannern oder anderen Werbemitteln hat der Auftraggeber zu bezahlen. Diese Kosten werden dem Auftraggeber bei Auftragserteilung mitgeteilt und sind Teil des Auftrags.
20. Bestehen Vorlagen für Mehrfarbanzeigen aus mehr als drei Farbteilen, werden die Herstellungskosten für jedes weitere Farbbild gesondert berechnet.
21. Bei verspäteter Anlieferung der Druckunterlagen bzw. Werbemittel werden dem Auftraggeber alle entstehenden Mehrkosten in Rechnung gestellt.
22. Bei Betriebsstörungen oder Eingriffen durch höhere Gewalt hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn die Aufträge mit 80 Prozent der zugesicherten Druckauflage erfüllt sind. Geringere Leistungen sind aliquot zu berechnen. Im Online-Bereich gewährleistet der Verlag, ein im Rahmen der Technik bestmögliches Programm zu erstellen. Für Fehler, die jedoch Dritten zuzuordnen sind, kann keine Haftung übernommen werden, wie etwa:
 - Rechnerausfall bei Dritten, z. B. anderen Providern
 - durch unvollständige und/oder nicht aktualisierte Angebote auf Zwischenspeichern
 - durch die Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungs-Software bzw. -Hardware
 - durch einen Ausfall des Ad-Servers, der nicht länger als einen Tag (24 Stunden fortlaufend oder addiert) innerhalb eines Monats von Beginn der Werbekampagne (laut schriftlichem Auftrag) dauert. Bei einem längeren Ausfall des Ad-Servers entfällt die Zahlungspflicht für den Zeitraum des Ausfalls. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen.
23. Aufträge aller Art müssen schriftlich oder per E-Mail erteilt und durch den Verlag schriftlich oder per E-Mail angenommen werden. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages.
24. Der Auftraggeber garantiert dem Verlag, dass die Anzeige gegen keinerlei gesetzliche Bestimmungen verstößt und Rechte Dritter nicht verletzt. Der Auftraggeber verpflichtet sich, den Verlag sowie dessen Mitarbeiter hinsichtlich aller Ansprüche, die auf die erschienene Anzeige gegründet werden, schad- und klaglos zu halten sowie für die ihnen selbst entstandenen Nachteile volle Genugtuung zu leisten. Der Verlag und seine Mitarbeiter sind zu einer entsprechenden Prüfung der Anzeige oder eines Entgegennehmens nicht verpflichtet.
25. Eine kostenlose Stornierung der gebuchten Anzeige durch den Auftraggeber ist bis vier Wochen vor Anzeigenschluss möglich. Darüber hinaus besteht die volle Zahlungsverpflichtung im Ausmaß des erteilten Auftrags. Eine kostenlose Stornierung der gebuchten Werbung im Internet durch den Auftraggeber ist bis zwei Wochen vor Schaltungsbeginn möglich. Darüber hinaus besteht die volle Zahlungsverpflichtung im Ausmaß des erteilten Auftrags. Kündigungen von Aufträgen aller Art müssen schriftlich oder per E-Mail erfolgen.
26. Wird ein Partnerpaket während eines Kalenderjahres storniert, so werden alle Rabatte und Posttarifvergünstigungen nachverrechnet. Als Nachverrechnungsgrundlagen für die Versandkosten für Tip-on-Cards, Beilagen, Beihefter und Ähnliches kommen die jeweiligen landesüblichen Posttarife zur Anwendung, die verrechnet würden, wenn die Werbeunterlagen separat, also nicht mit dem Magazin Institutional Money gemeinsam, versendet würden.

Gerichtsstand: Wien

