

# BANKFACHKLASSE

Für Bankkaufleute in der Aus- und Weiterbildung

## Mediadaten 2025

## Print und Online

Anzeigentarif Nr. 48

Gültig ab Januar 2025



# Übersicht

— Unsere Zielgruppe	2
— Das ist die „Bankfachklasse“	3
— Technische Daten Print	4
— Termine Print; Auflage Print und Online	5
— Geschäftsanzeigen Print	6
— Advertorials sowie Ansprechpartner	7
— Sonderbedingungen	8

# Unsere Zielgruppe

Unser Ausbildungsmagazin „Bankfachklasse“ ist für angehende Bankkaufleute das Medium für die ersten Schritte in der Finanzwelt. Es eignet sich auch zur Prüfungsvorbereitung und für die Karriereplanung.

Führungskräfte, Personalentscheider:innen, Ausbildungsbeauftragte, Lehrkräfte sowie Quereinsteiger:innen finden ebenfalls fundierte Informationen über aktuelle Branchentrends und Tipps rund um die Ausbildung.

Besonderheit unseres Magazins ist die bundesweite Fokussierung: Während viele Medien auf einzelne Verbände oder Kreditinstitutsgruppen ausgerichtet sind, wendet sich die „Bankfachklasse“ an alle Banken – und das deutschlandweit.

Ganz gleich, ob Sie

- in einer Genossenschaftsbank, Sparkasse, oder ein privates Finanzbildungsinstitut tätig sind,
- sich für aktuelle Themen aus der Finanzbranche interessieren,
- Informationen und Tipps rund um das Thema Ausbildung benötigen,
- Grundlagenwissen und Nützliches für den ihren Arbeitsalltag brauchen:

**Die „Bankfachklasse“ ist Ihr reichweitenstarkes Angebot für die Bankkaufleute der Zukunft.**

# Das ist die „Bankfachklasse“

Die „Bankfachklasse“ ist deutschlandweit das einzige Aus- und Weiterbildungsmagazin, das sich an die gesamte Bankenbranche richtet. Bankauszubildende in Deutschland schätzen die Fachzeitschrift zur Prüfungsvorbereitung und Karriereplanung. Führungskräfte, Personalentscheider und Ausbildungsbeauftragte sowie Lehrkräfte finden Informationen über aktuelle Branchentrends und praktische Ausbildungstipps.

Das Magazin erscheint zehnmal im Jahr gedruckt und als digitale Ausgabe auf unserem Internetangebot **bankfachklasse.de**.

Auf der Homepage finden Nutzer:innen zusätzlich

- ein Archiv aller bisher erschienen Ausgaben der „Bankfachklasse“,
- eine E-Learning-Plattform,
- ein Archiv mit prüfungsrelevanten Themen und Antworten auf Fragen, die Berufseinsteiger:innen im Bankarbeitsalltag beschäftigen.

Das Digitalangebot wird laufend ausgebaut und weiterentwickelt. Dabei thematisieren wir hochaktuelle, für angehende Bankkaufleute bedeutsame Themen aus Bank, Bankalltag und Wirtschaft.

## Die „Bankfachklasse“ bietet Ihnen:

- den idealen Zugang zu Bankauszubildenden, Führungskräften, Ausbildungsbeauftragten, Personalentscheidern:innen, Lehrkräften und Quereinsteiger:innen in ganz Deutschland.
- eine stetig wachsende Reichweite.
- ein hohes Vertrauen der Zielgruppen in die Qualität, Seriosität und Verlässlichkeit der Inhalte.



## Technische Daten Print

Erscheinungsweise	10 Mal pro Jahr	
Jahrgang	47. Jahrgang	
<b>Abonnement</b>		
Kombi-Abo:	Normalpreis 99,50 €	Azubi-Preis 41,00 €
Online-Abo:	Normalpreis 89,55 €	Azubi-Preis 32,80 €
Preise pro Halbjahr	Mehrfachlizenzen nach Rücksprache	
<b>Heftformat</b>		
Beschnitt	210 mm × 279 mm	
Umfang	je Außenkante 3mm	
Heftung	40 Seiten und Umschlag	
Druckverfahren	Rückendrahtheftung	
	4-farbiger Offsetdruck	
	Seiten Offset-Papier 80 g/m <sup>2</sup>	
	Umschlag Offset-Papier 150 g/m <sup>2</sup>	
Druckdatei	PDF	
Bildauflösung	300 dpi	
Farbprofil	ISO Coated V2	

## Datentransfer

Bitte senden Sie die druckfähige PDF-Datei (300 dpi) per E-Mail an:  
[nicole.reher@geno-kom.de](mailto:nicole.reher@geno-kom.de)

unter Angabe des Inserenten, des Zeitschriftentitels und der Ausgabe-Nr., z. B. „Anzeige für Muster-Bank, Wiesbaden, in Bankfachklasse 1/2025“.

Für größere Datenmengen werden auf Anfrage FTP-Zugangsdaten mitgeteilt.

Bei Farbanzeigen wird ein Proof benötigt, da sonst keine Gewähr bei evtl. Farbabweichungen übernommen wird.

# Termine Print

Erscheinungsweise i. d. R. zur Monatsmitte  
 Druckunterlagenschluss 3 Werktage nach Anzeigenschluss

Bankfachklasse 2025 – Erscheinungstermine und Anzeigenschluss		
Ausgabe	Erscheinungstermin	Anzeigenschluss
1–2/2025	31.01.2025	01.12.2024
3/2025	14.03.2025	14.01.2025
4/2025	15.04.2025	14.02.2025
5/2025	15.05.2025	14.03.2025
6/2025	16.06.2025	11.04.2025
7–8/2025	31.07.2025	02.06.2025
9/2025	15.09.2025	17.07.2025
10/2025	15.10.2025	15.08.2025
11/2025	14.11.2025	17.09.2025
12/2025	15.12.2025	16.10.2025

# Auflage Print und Online

## Auflagenstruktur Print

(Januar 2025)

Druckauflage: 1.000 Exemplare

Reichweite Online (Januar 2025)

Die Website generiert ca. 7.000 Besuche monatlich. Davon können die Digitalversionen der Magazine rund 1.400 Besuche verzeichnen.

	enthält	Printheft	Online
Abo			
Kombi		✓	✓
Online Only		—	✓

# Geschäftsanzeigen Print

## Formate und Preise

Größe/Seite	Breite x Höhe in mm	4-farbig
1/1 Seite	210 x 279	5.238,00 €
1/2 Seite hoch	105 x 279	2.690,00 €
1/2 Seite quer	210 x 139,5	2.690,00 €
1/3 Seite hoch	70 x 279	2.108,00 €
1/3 Seite quer	210 x 93	2.108,00 €
1/4 Seite quer	210 x 69,8	1.476,00 €

Alle Preise zzgl. Mehrwertsteuer.

## Mittlervergütung (AE-Provision)

Bei Rechnungsstellung an eine Werbeagentur gewähren wir 10 % AE-Provision.

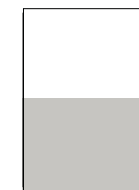
## Nachlässe

3 Anzeigen oder 3 Seiten	5 % Rabatt
5 Anzeigen oder 5 Seiten	10 % Rabatt
10 Anzeigen oder 10 Seiten	15 % Rabatt

## Beispiele



1/1 Seite



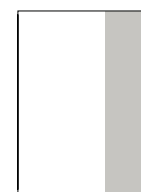
1/2 Seite quer



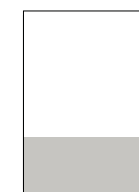
1/2 Seite hoch



1/3 Seite quer



1/3 Seite hoch



1/4 Seite quer

## Preiszuschläge (rabattfähig)

Sonderfarben auf Anfrage. Bunddurchdruck 10 %.

Schmuckfarben werden, sofern sie nicht mit zuschlagpflichtigen Sonderfarben gedruckt werden, aus der Eurokala generiert. Geringe Tonwertabweichungen sind dabei im Toleranzbereich des Offsetverfahrens begründet.

## Advertorials

- geeignet für erklärungsbedürftige Produkte oder Dienstleistungen,
- Ihre Botschaft aus Bild und Text,
- Link zu Ihrem Angebot oder zu Ihrer Website,
- eingebunden in den redaktionellen Kontext der „Bankfachklasse“.

## Zeitlicher Ablauf

Briefing, Text- und Bildmaterial bis 3 Wochen vor Druckunterlagenschlusstermin. Liefertermin für fertiges Material ist der jeweilige Druckunterlagenschlusstermin.

## Formate und Preise

Größe/Seite	Breite x Höhe in mm	4-farbig
1/1 Seite	210 x 279	5.740,00 €
1/2 Seite quer	210 x 139	3.780,00 €

## Beilagen

Höchstformat	205 mm x 274 mm
max. Gewicht	bis 20 g
Preis	500,00 € pro Tsd. inkl. Postgebühr

Beilagenpreise werden nicht rabattiert.

Bitte senden Sie vorab ein Muster per E-Mail an [nicole.reher@genokom.de](mailto:nicole.reher@genokom.de)

## Ansprechpartner

### Herausgeber

DG Nexolution eG  
 Leipziger Straße 35, 65191 Wiesbaden

### Redaktion

Sebastian Degenhardt (verantwortlich)  
 Leipziger Straße 35, 65191 Wiesbaden  
 T +49 611 5066-0  
[bankfachklasse@dg-nexolution.de](mailto:bankfachklasse@dg-nexolution.de)

### Verlag und Vertrieb

DG Nexolution eG  
 Jana Both (Produktmanagement)  
 Leipziger Straße 35, 65191 Wiesbaden  
[dg-nexolution.de](http://dg-nexolution.de)

### Anzeigenverwaltung

genokom Werbeagentur GmbH  
 Nicole Reher  
 Lippstädter Straße 54, 48155 Münster  
 T +49 251 53001-86  
 Bank: DZ Bank AG,  
 BIC GENODEMS, IBAN DE55 4006 0000 0000 4036 78  
[geno-kom.de](http://geno-kom.de)  
[nicole.reher@genokom.de](mailto:nicole.reher@genokom.de)

### Geschäftsbedingungen

Sie finden unsere AGB unter:  
[dg-nexolution.de/nutzungsbedingungen-agb-ekb](http://dg-nexolution.de/nutzungsbedingungen-agb-ekb)

## Sonderbedingungen des Anzeigenverlagsgeschäfts für die Abwicklung von Aufträgen

1. Die genokom Werbeagentur GmbH, Münster (nachfolgend gk genannt) wickelt im Auftrag verschiedener Verlage bzw. Herausgeber das Anzeigengeschäft für deren gedruckte und elektronische Medien ab. In dieser Eigenschaft tritt die gk als Verlag auf.
2. Aufträgen für Anzeigen, Beilagen und Sonderwerbformen in diesen Medien liegen die nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen zugrunde. Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen ergänzen den jeweiligen Anzeigentarif des gebuchten Mediums.
3. Geschäftsbedingungen eines Auftraggebers, die den Allgemeinen Geschäftsbedingungen der gk zuwiderlaufen, werden nicht anerkannt.
4. Anzeigenaufträge erledigt die gk mit der Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns.
5. „Anzeigenauftrag“ ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbetreibenden oder sonstigen Inserenten in gedruckten oder elektronischen Medien zum Zwecke der Verbreitung.
6. „Abruf“ ist die Aufforderung des Auftraggebers an die gk, auf Grundlage eines Abschlusses eine konkrete Anzeige, Beilage oder ein sonstiges Werbemittel zu veröffentlichen. 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.
7. Mündlich erteilte Anzeigenaufträge werden erst dann wirksam, wenn sie vom Auftraggeber schriftlich bestätigt sind.
8. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche deutlich gekennzeichnet.
9. Die gk behält sich namens des sie beauftragenden Herausgebers vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Gesamtabschlusses – abzulehnen, wenn diese den berechtigten Interessen des Herausgebers entgegenstehen. Gleiches gilt, wenn der Anzeigeninhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder vom deutschen Werbe- oder Presserat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich schriftlich mitgeteilt.
10. Satzkosten und die Kosten für die Anfertigung druckfertiger Dateien und farbverbindlicher Probeabzüge trägt der Auftraggeber. Kosten für Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen trägt ebenfalls der Auftraggeber.
11. Die Preisberechnung erfolgt aufgrund der vereinbarten Anzeigengröße. Ist die Abdruckhöhe geringer als vereinbart, so wird nur die tatsächliche Abdruckhöhe berechnet. Überschreitet die Abdruckhöhe den vereinbarten Umfang, so bleibt es bei der Preisvereinbarung.
12. Storniert ein Auftraggeber nach dem Anzeigenschlusstermin seinen Anzeigenauftrag, so kann die gk 25 % vom Anzeigennetto als Stornokosten verlangen.
13. Die gk behält sich vor, von jedem neuen, ihr nicht bekannten Auftraggeber Vorkasse zu verlangen. Der Anzeigenauftrag wird in diesen Fällen erst nach Zahlungseingang wirksam. Gleiches gilt für Auftraggeber, die bei früheren Anzeigenaufträgen an die gk das Zahlungsziel erheblich überschritten haben oder begründete Zweifel an ihrer Zahlungsfähigkeit wecken.
14. Bei aktuellem Zahlungsverzug behält sich die gk vor, die weitere Ausführung eines laufenden Auftrages – auch während der Laufzeit eines Gesamtabschlusses – bis zur Bezahlung zurückzustellen und für weitere Anzeigen Vorkasse zu verlangen.
15. Bei verspäteter Zahlung oder Stundung werden Zinsen in Höhe von 4 % über dem jeweils gültigen Basiszinssatz nach § 247 BGB sowie die Einziehungskosten berechnet. Mahn- und Inkassokosten, die durch Zahlungsverzug entstehen, trägt der Auftraggeber.
16. Für Platzierungszusagen kann die gk keine Gewähr leisten, es sei denn, dass dem Auftraggeber ausdrücklich entsprechendes schriftlich zugesagt wird. Dies erfolgt regelmäßig dann, wenn der Auftraggeber einen tariflichen Platzierungszuschlag zahlt.
17. Für die Umsetzung mündlich aufgebener Änderungswünsche am Inhalt einer Anzeige übernimmt die gk keine Haftung.
18. Vom Auftraggeber oder dessen Agentur angelieferte und verwendete Druckdaten und Probeabzüge werden nicht zurückgeschickt, auf Wunsch aber vernichtet.
19. Ist eine gebuchte Anzeige erschienen, sendet die gk einen Anzeigenausschnitt als Beleg. Wenn der Umfang des Anzeigenauftrages es rechtfertigt, werden bis zu zwei vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Erklärung der gk.
20. Die im Anzeigentarif angegebenen Nachlässe gelten immer nur für das Anzeigenaufkommen eines Jahres. Die Frist beginnt mit dem Erscheinen der ersten Anzeige. Nimmt ein Auftraggeber innerhalb der Jahresfrist mehr Anzeigenraum ab als der Rabattierung zugrunde lag, erhält er den entsprechenden Nachlass rückwirkend eingeräumt. Liegt das Anzeigenaufkommen innerhalb der Jahresfrist unterhalb der Menge, die der Rabattierung zugrunde lag, erfolgt darüber eine Nachberechnung.
21. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die die gk nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass zurückzuerstatten.
22. Im Falle höherer Gewalt oder sonstiger von der gk nicht zu vertretender Ereignisse erlischt jede Verpflichtung auf Erfüllung von Aufträgen und Leistung von Schadensersatz.
23. Bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder unvollständigem Abdruck einer Anzeige hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Weitergehende Ansprüche sind ausgeschlossen. Werden Reklamationen nicht innerhalb von zwei Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht, so entfallen jegliche Ansprüche des Auftraggebers.
24. Sind etwaige Mängel bei den Druckdaten nicht erkennbar, sondern werden erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Auftraggeber bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche. Das Gleiche gilt bei fehlerhaften Wiederholungsanzeigen, wenn der Auftraggeber nicht vor Drucklegung der nächstfolgenden Anzeige auf den Fehler schriftlich hinweist.



25. Ein Auflagenrückgang berührt nur dann das Vertragsverhältnis, wenn dieser mehr als 20 % unter der im Anzeigentarif angegebenen Höhe liegt. Ein etwaiger Anspruch auf Preisminde- rung ist ausgeschlossen, wenn der Auftraggeber von der niedrigeren Auflage von der gk so rechtzeitig informiert worden ist, dass dieser von seinem Anzeigenauftrag zurücktreten konnte.
26. Beilagenaufträge sind erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren Billigung bin- dend. Beilagen, die durch ihre Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der sie tragenden Druckschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, können abgelehnt werden.
27. Zuschriften auf Chiffreanzeigen leitet die gk auf dem normalen Postwege weiter, auch Ein- schreibe- und Eilbriefe. Die gk behält sich vor, eingehende Angebote im Interesse des Auftra- ggebers zu öffnen und zu prüfen. Wird der Chiffredienst für Werbung oder Vermittlungsange- bote missbraucht, ist die gk nicht verpflichtet, diese Angebote weiterzuleiten. Zuschriften mit einem Gewicht von mehr als 50 Gramm oder einem größeren Format als DIN A4 sowie Päckchen und Pakete sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nur maximal vier Wochen zur Abholung aufbewahrt.
28. Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen ge- genüber ihren Kunden an die aktuelle Anzeigenpreisliste zu halten. Die Vermittlungsprovision errechnet sich aus dem Kundennetto, also nach Abzug aller Nachlässe außer Skonto. Sie wird nur an anerkannte Werbeagenturen vergütet unter der Voraussetzung, dass der Auftrag un- mittelbar von der Werbeagentur erteilt wird, ihr die der druckfertigen Daten obliegt und eine Gewerbeanmeldung als Werbeagentur vorliegt. Der gk steht es frei, Aufträge von Werbeagen- turen abzulehnen, wenn Zweifel an der berufsmäßigen Ausübung der Agenturtätigkeit oder der Bonität der Werbeagentur bestehen. Anzeigenaufträge von Werbeagenturen werden nur in deren Namen und auf deren Rechnung angenommen.
29. Der Verlag speichert im Rahmen der Geschäftsbeziehungen die Kundendaten mit Hilfe der elektronischen Datenverarbeitung nach den gesetzlichen Bestimmungen des Bundesdaten- schutzgesetzes.
30. Der Auftraggeber ist für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit einer Anzeige verantwor- tlich. Er stellt die gk von allen Ansprüchen Dritter wegen der Veröffentlichung einer Anzeige frei. Die gk ist nicht zur Prüfung verpflichtet, ob ein Anzeigenauftrag die Rechte Dritter ver- letzt.
31. Erfüllungsort ist Münster. Ebenso der Gerichtsstand für Kaufleute, juristische Personen des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliches Sondervermögen. Es gilt deutsches Recht.