

# ServiceToday

Das Magazin für Entscheider aus Service, Marketing, Logistik und Technik

## Mediadaten 2013

Alle Termine, Themen und Werbeformen in der Übersicht

Gültig ab 1. Januar 2013



# Mehr Wissen für Entscheider: die Service Today



The image shows the cover of the 'Service Today' magazine. At the top left, the title 'Service Today' is written vertically in blue. Below it, in smaller text, is '10 Jahre Service • 10000 Leser • 1000000000 Unternehmen'. In the top right corner, it says 'Heft Nr. 1/12'. Below that, the subtitle reads 'Das Magazin für Entscheider aus Service, Marketing, Logistik und Technik'. The main title 'Service Today' is prominently displayed in large blue and red letters. Underneath, the theme is 'Service Excellence – Was machen Service-Champions richtig?'. The central image is a black and white portrait of Reinhold Messner, a man with a beard and curly hair, wearing a dark jacket. At the bottom left, there is a text box with a blue background and white text: 'Reinhold Messner spricht als Special Guest des KVD auf dem Service Congress 2012 (8.-9. November 2012) über Risikomanagement'. Below this, a smaller line of text reads: 'Der erfahrene Bergsteiger Reinhold Messner, der bei seinen Unternehmungen selbst immer wieder Risiken eingeht, wird den Congressbesuchern von einigen Situationen großer Gefahr berichten – und wie er diese mit gelungenerem „Risikomanagement“ als Grenzgängen am Ende der Welt gemeistert hat. Melden Sie sich jetzt zum Congress an und sichern Sie sich einen Platz bei der Begegnung mit Reinhold Messner. Foto: Siemens Academy'. At the bottom left corner, the logo for 'KVD DER SERVICE-VERBAND' is visible. A diagonal banner at the bottom right of the cover reads 'MIT POSTER Die 75 wichtigsten Standorte zur hybriden Wertschöpfung'.

Das Fachmagazin **SERVICE TODAY** wird vom Service-Verband KVD e.V. mit Sitz in Dorsten herausgegeben und vom ISB-Verlag, Waltrop, verlegt. Das Fachmagazin für Entscheider aus Service, Marketing, Logistik und Technik informiert über Management, Organisation und Praxis im Service, über technische Trends und ihre wirtschaftlichen und organisatorischen Auswirkungen, über Menschen, Produkte und Unternehmen im Dienstleistungsbereich.

Die **SERVICE TODAY** erscheint vier Mal im Jahr und erreicht mit einer Auflage von derzeit 4.000 Exemplaren pro Ausgabe ein Vielfaches mehr an qualifizierten Lesern: vom Kundendienstleiter über den Servicemanager bis hin zum Experten im Ersatzteilwesen, der Logistik, im Product Support, Business Support und in allen Bereichen des After Sales Geschäftes. Das redaktionelle Programm umfasst auch den nichttechnischen Servicebereich, also den Kundenservice in Dienstleistungsbetrieben.

Die Fachartikel der Redaktion und externer Autoren finden sich in der **SERVICE TODAY** in vier Rubriken wieder: **Best Practice** (aktuelle Anwenderberichte aus Service, Marketing, Logistik und Technik), **Service Science** (Themen aus dem Wissenschafts- und Weiterbildungsbereich), **International** (Konzepte und Ideen international anerkannter Service-Experten) und **KVD Dialog** (aus dem Verbandsleben des KVD).

# Mehr Wissen für Entscheider: die Service Today

## **Auflage der Service Today (Stand 01.01.2012)**

Mitglieder des Service-Verbandes KVD e.V.	1.603 Exemplare
Abonnements	202 Exemplare
Freistücke & Heftauslagen	820 Exemplare
Qualifizierter Branchenvertreiler	1.315 Exemplare

## **Welche Positionen bekleiden Service Today-Leser ?\***

66% Service Direktoren, Bereichs- und Abteilungsleiter Service, Service Manager
16% Vorstände, Geschäftsführer, Inhaber
9% Vertriebsleiter, Marketingeiter, Key-Account-Manager
2% Forschung & Lehre
7% Sonstige

## **Zu welchen Branchen gehören Service Today-Leser?\***

26,3% IT (Informationstechnologie)
21,1% Maschinen-/Anlagenbau
14,5% Dienstleistungsunternehmen
9,1% Medizintechnik
5,9% Küchen-/ Hausgerätehersteller
4,2% Consulting, Aus-/ Weiterbildung
1,8% KFZ
1,7% Medien & Multimedia
15,3% Sonstige

\* Basis: Verlagseigene Erhebung

# Mehr Wert: service-today.de mit Stellenmarkt

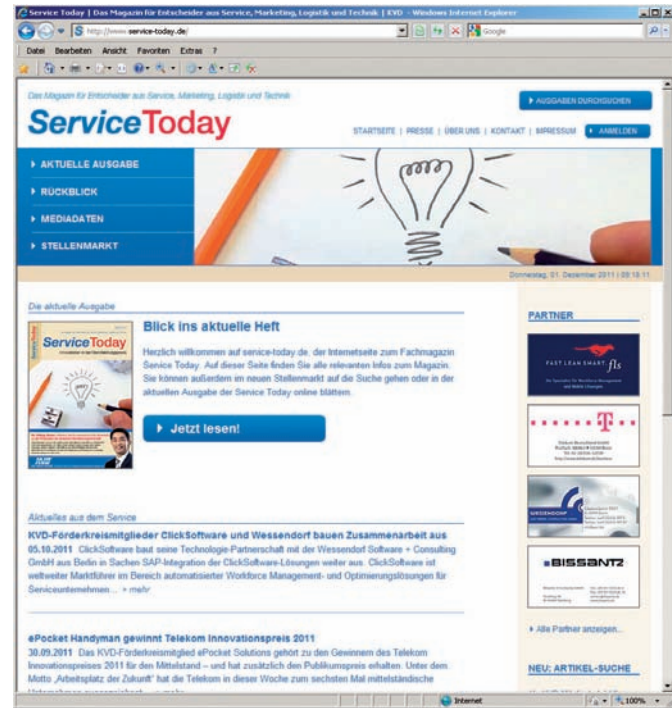
Mit der Internetseite **service-today.de** bietet die Redaktion der Service Today einen echten Mehrwert für die Leser. Die Seite steht jedem Interessierten offen. Einige Bereiche sind exklusiv nur für KVD-Mitglieder zugänglich.

**News-Bereich auf der Startseite:** Die Besucher der Seite service-today.de werden von aktuellen Nachrichten aus dem Service begrüßt. Regelmäßig platziert die Redaktion hier Nachrichten und Fakten aus dem Service, die den Inhalt der gedruckten Service Today perfekt ergänzen.

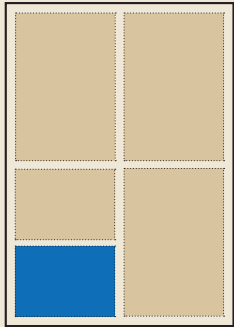
**Online-Lesetool:** Hier können Sie die Service Today direkt nach Erscheinen online lesen. Möglich ist sowohl das Blättern in der Ausgabe als auch das Suchen und Ausdrucken von einzelnen Artikeln. Mitglieder des KVD können zusätzlich das Archiv nutzen, nach individuellen Kriterien über alle Ausgaben suchen und online lesen.

**Online-Stellenmarkt:** Personalanzeigen aus dem Service-Bereich werden verstärkt im Online-Stellenmarkt der Service Today platziert. Er ist in die beiden Rubriken „Stellenangebot“ für Unternehmen und Personalberater sowie „Stellengesuche“ aufgeteilt.

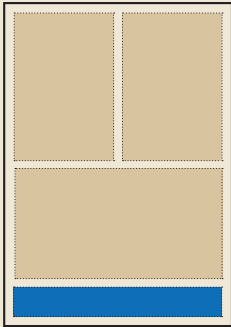
**iPad-App der Service Today:** Die Service Today kann man auch auf dem iPad lesen: Über eine spezielle App lassen sich alle Ausgaben laden und am Tablet-Rechner lesen.



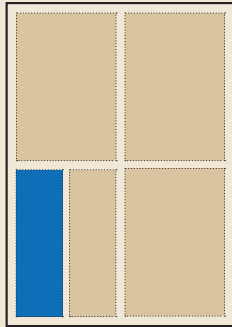
# Verfügbare Anzeigenformate & Preise



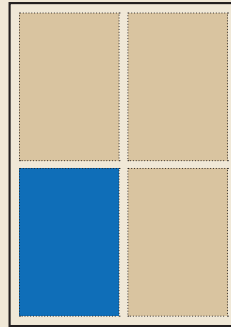
1/8 Seite Eckfeld  
96 x 69 mm  
585,00 Euro



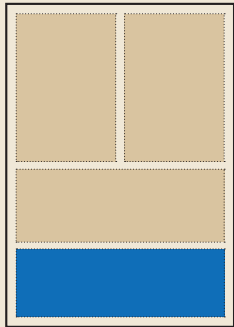
1/8 Seite quer  
216 x 55 mm  
585,00 Euro



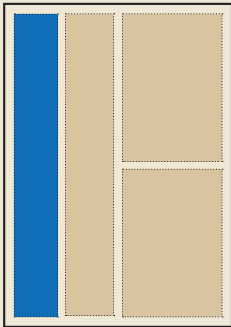
1/8 Seite hoch  
108 x 77 mm  
585,00 Euro



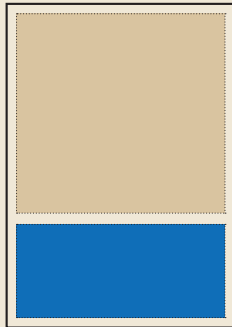
1/4 Seite Eckfeld  
108 x 153 mm  
1.165,00 Euro



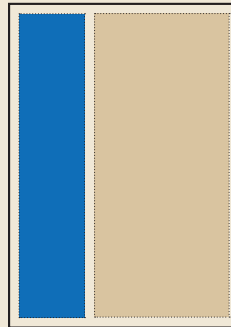
1/4 Seite quer  
216 x 88 mm  
1.165,00 Euro



1/4 Seite hoch  
60 x 303 mm  
1.165,00 Euro



1/3 Seite quer  
216 x 110 mm  
1.530,00 Euro



1/3 Seite hoch  
76 x 303 mm  
1.530,00 Euro

## Zeitschriftenformat:

297 mm hoch, 210 mm breit (A4), gedruckt auf 100 g Bilderdruck, Umschlag gedruckt auf 170 g Bilderdruck. Vollfarbiger Druck, alle hier genannten Größen inkl. 3 mm Beschnitt ringsum.

## Datenanlieferung:

Alle Anzeigen werden in Farbe gedruckt. Druckfähige pdfs im gewünschten Format. Die Herstellung und Änderung von Druckunterlagen auf Wunsch ist möglich und erfolgt gegen Berechnung.

## Beilagen:

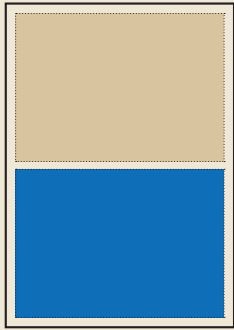
Beilagen sind der Service Today beigefügte Drucksachen, die der Gesamtauflage oder auch einer Teilaufgabe beigefügt werden können. In einem Infokasten weisen wir auf die Belegung in der Ausgabe hin.

Technische Daten: Die Beilagen sollten komplett fertig gedruckt angeliefert werden (Redaktion, Layout und Druck auf Anfrage möglich). Teilbeilagen auf Anfrage; bis 25 g je Tausend: 580,00 Euro; jede weitere 25 g je Tausend 350,00 Euro.

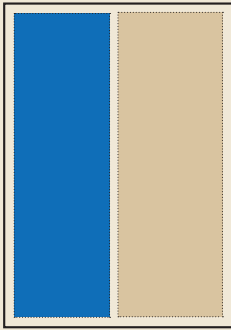
## Einhefter:

Einhefter werden mit der Service Today fest verbunden, entweder geheftet oder geklebt.

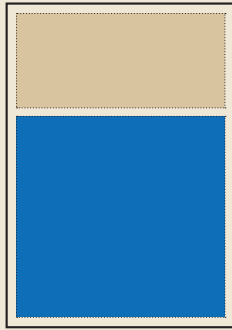
Technische Daten: DIN A4 - 2-seitig bis 120 g/qm: 3.100,00 Euro; DIN A4 - 4-seitig bis 120 g/qm: 4.100,00 Euro, weitere Formate auf Anfrage, ebenso Druck-, Satz- und Redaktionsdienstleistungen für Einhefter



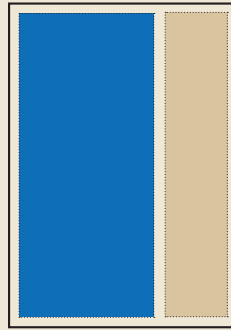
1/2 Seite quer  
216 x 153 mm  
2.290,00 Euro



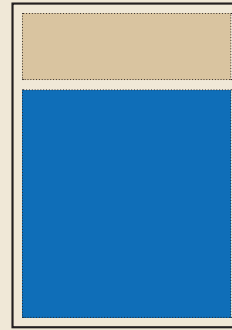
1/2 Seite hoch  
108 x 303 mm  
2.290,00 Euro



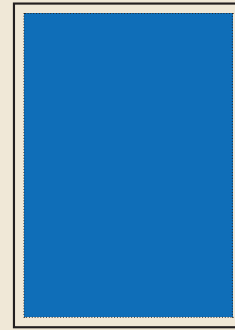
2/3 Seite quer  
216 x 214 mm  
2.950,00 Euro



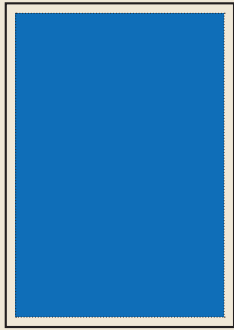
2/3 Seite hoch  
153 x 303 mm  
2.950,00 Euro



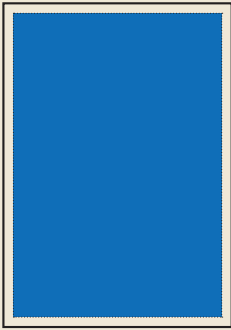
3/4 Seite quer  
216 x 228 mm  
3.350,00 Euro



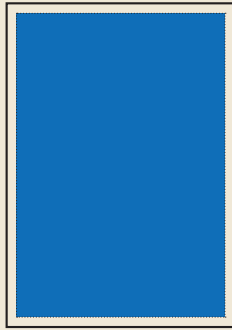
1/1 Seite  
216 x 303 mm  
3.950,00 Euro



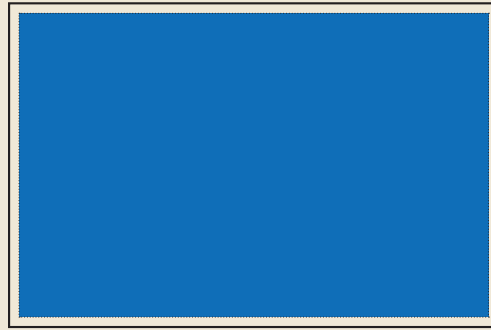
1/1 Seite Umschlagseite U2  
216 x 303 mm  
4.700,00 Euro



1/1 Seite Umschlagseite U3  
216 x 303 mm  
4.450,00 Euro



1/1 Seite Umschlagseite U4  
216 x 303 mm  
5.450,00 Euro



2/1 Panoramaseite (Heftmitte)  
432 x 303 mm  
7.350,00 Euro

## Nachlässe:

Bei Abnahme innerhalb  
eines Jahres: 4 Anzeigen  
5 Prozent, AE auf Anfrage

## Nicht rabattierfähige Zuschläge:

Platzierungswünsche  
auf bestimmten Seiten:  
10 Prozent  
Sonderfarben, Reliefflacke  
etc. auf Anfrage

# Ihr Advertorial

## Service Marketing - Wir erledigen das.

Das richtige Wort zur richtigen Zeit am richtigen Ort. Lassen Sie uns für Sie sprechen.



## Nutzen Sie unsere PR-Ideen ruhig aus:

Wir stellen Ihre Service-Lösung in der Öffentlichkeit so vor, wie es sein muss. An der passenden Stelle, mit dem sinnvollen Inhalt, für die richtigen Personen.

## Service-Analyse

Ihre Dienstleistung ist einzigartig, das wissen Sie. Aber wissen das auch Ihre Kunden? Wir führen eine zielgruppenspezifische Analyse durch und sagen Ihnen, in welchen Medien Sie in welcher Form präsent sein müssen, um Ihre Kunden zu erreichen.

## Redaktionelle Arbeit

Wir bereiten Ihre Service-Lösungen systematisch auf und bringen sie in eine redaktionelle Form. Das kann eine Pressemitteilung, eine Reportage oder ein Interview sein. Natürlich behälters wir Ihre Lösung auch so ansprechend, dass jede Redaktion sie gerne präsentiert.

## Effektives PR-Netzwerk

Zum Schluss verbinden wir Ihre Botenchaften auch mit den Webportalen der relevanten Redaktionen und Kostengünstig an die Leser oder Redaktionen in Kontakt zu treten. Und wenn es die beste Präsentation soll, organisieren wir eine gut besetzte Pressekonzilienz.

## Alle Infos im Internet:

**Presse.kultur.de**



## Unterstützung für Service-Marketing durch Twitter & Co.

Wir sich heute vom Wettbewerb unterscheiden möchte, setzt in der Regel auf besondere Serviceleistungen, die er beim Kunden, für den Kunden oder gar mit dem Kunden einbringt. „Service sells“, sozusagen. Service-Marketing setzt hier ein und kann in verschiedenen Formen eingesetzt werden, zum Beispiel durch Kundenmailings, durch den Kundenentstimmungsbrief direkt vor Ort oder durch effektive Public Relations (PR). Gerade der PR-Bereich hat in der letzten Zeit massiv an Beachtung und Bedeutung gewonnen, was vor allem auf viele neue erschlossene Kommunikationswege zurückzuführen ist. Wie setzt man diese neuen Kanäle sinnvoll ein? Hier sind Spezialisten für Service-Marketing gefragt.

Die vielen Möglichkeiten neuer Kommunikationswege wie Twitter und Facebook, Blogs und Foren können vielseitig eingesetzt werden, aber auch für Werbung. Nicht immer ist klar, welchen Effekt diese Medien haben, wie schnell und wie man sie für die eigene Service-Marketing einsetzt. „Ganz deutlich zeigt sich allerdings: Die klassische Werbung kommt beim Service-Marketing nicht an.“ Herr Günther, erklärt Michael Braun vom Medienhaus Waltröp, der mit seinem redaktionellen Dienst professionelles und effektives Service-Marketing anbietet.

„Gut gemacht. Service-Marketing funktioniert heute vor allem über die Kommunikationskanäle Twitter und Mail-Newsletters sowie über redaktionelle Mailings als professionell getragene Anwerberberichte aus der Praxis der eigenen Serviceleistungen sind und werden. Wie speziell diese Bereiche sinnvoll eingesetzt werden können.“

Twitter: Mit Twitter werden Nachrichten und Werbeposters schnell und kostengünstig an die Leser oder Redaktionen geteilt. Im Service-Dialog können die Empfänger dann antworten und die Beiträge an-

deren Usern empfehlen. Ein weiterer Vorteil: Twitterposts werden von Google besonders gut platziert.

„Hier entsteht, sollte dies regelmäßig tun. Dabei ist es wichtig, dass für die Pflege des Accounts ausreichend Zeit eingeplant wird. Ein interessanter zielgruppenorientierter Ansatz, sollte man genau hinsehen, über was sich die Kunden austauschen. So werden für das Kundenmanagement wertvolle Erkenntnisse gewonnen: Wie sind die Erwartungen? Was findet die Zielgruppe gut?“

Schlicht vorbereitete Nachrichten, widersprüchliche oder gar platf formulierte News sorgen schnell für ein negatives Image. Daswegen sollte man nicht einfach jedem im Unternehmen das Twittern im Namen des Unternehmens erlauben. Es macht Sinn, diese Medien erst zu nehmen und sich wie für andere Medien auch hier Kommunikationsprofis heranzulernen. Sinnvoll erscheint es, das Twittern können in eine Hand zu geben.

Newsletter-Marketing: „Ob Kundenrundschreiben, Informationen für Geschäftspartner oder Nachrichten für bestimmte Interessensgruppen. Mit grafisch gestaltetem Newsletter, der nicht nur direkt die Zielgruppe und das in eigenen Corporate Design, mit direkter, namenhafter Ansprache und zu jeder gewünschten Uhrzeit. Das hat den Vorteil, dass man die Empfänger genau dann erreicht, wenn es auch Sinn macht, zum Beispiel zum Start eines neuen Service-Angebotes, zur Freischaltung eines Download, für die

Wichtig zu wissen ist darüber, dass die Empfänger im Newsletter lesen. Mit Teiching-Links kann man nachvollziehen, wie gelesen wird, anonymisiert natürlich. Die Aussendungen sollen außerdem protokolliert werden, sodass man immer die volle Kontrolle hat. Bei allen Maßnahmen müssen selbstverständlich die gesetzlichen Datenschutzbestimmungen beachtet werden. Es kann einfach realisiert werden, wenn Formularensen geklärt wurden oder Empfänger

her kann dann ein Themenplan erstellt werden. Festgelegt werden muss auch, zu welchem Zeitpunkt auf welchen Plattformen über Twitter inzu spezielle Themen kommuniziert werden.

Zu den Aufgaben gehört dann das Anlegen eines Twitter-Accounts und das Gestalten der Profile. Danach folgt der eigentliche Betrieb des Accounts, das Schreiben von Twitter-Nachrichten, das schnelle Beantworten von Anfragen, aber auch die eigene Initiative, Antworten an andere Twitterer zu schreiben oder Follows von Dritten zu werden. Unternehmen sollten das versuchen. Experten und Partner aus dem eigenen Netzwerk als Kontakt im sozialen Netzwerk wie Twitter oder Facebook zu gewinnen. Denn gerade werbestützende Empfehlungen und ein gegenseitiges Vertrauen erhöht die Wahrnehmung und die Reichweite des eigenen Angebotes. Ganz wichtig bleibt: Man muss sich auf das neue Medium einlassen und sich an die Spielregeln halten.

Newsletter-Marketing: „Ob Kundenrundschreiben, Informationen für Geschäftspartner oder Nachrichten für bestimmte Interessensgruppen. Mit grafisch gestaltetem Newsletter, der nicht nur direkt die Zielgruppe und das in eigenen Corporate Design, mit direkter, namenhafter Ansprache und zu jeder gewünschten Uhrzeit. Das hat den Vorteil, dass man die Empfänger genau dann erreicht, wenn es auch Sinn macht, zum Beispiel zum Start eines neuen Service-Angebotes, zur Freischaltung eines Download, für die

Wichtig zu wissen ist darüber, dass die Empfänger im Newsletter lesen. Mit Teiching-Links kann man nachvollziehen, wie gelesen wird, anonymisiert natürlich. Die Aussendungen sollen außerdem protokolliert werden, sodass man immer die volle Kontrolle hat. Bei allen Maßnahmen müssen selbstverständlich die gesetzlichen Datenschutzbestimmungen beachtet werden. Es kann einfach realisiert werden, wenn Formularensen geklärt wurden oder Empfänger

ger die Nachricht bekommen, obwohl diese sie gar nicht bestellt haben. Das kann rechtliche Konsequenzen haben, deswegen sollte man hier einem professionellen Dienstleister vertrauen, der diese Bereiche abdeckt.

Redaktionelles Marketing: Serviceleistungen sollten im Kundenrundbrief und in der Öffentlichkeit effektiv präsentiert werden – an der passenden Stelle, mit den richtigen Inhalten, für die richtigen Personen. Dazu gehört eine systematische Aufbereitung der Unternehmensnachricht und der Transfer in eine redaktionelle Form. Das kann eine Pressemitteilung, eine Reportage oder ein Interview sein. Natürlich sollte die zu kommunizierende Lösung auch so ansprechend gestaltet sein, dass jede Redaktion sie gerne präsentiert.

Damit die Nachrichten auch die richtigen Menschen erreichen, gehört zum Marketing auch eine zielgruppenspezifische Ausgestaltung. Die Nachricht sollte per Mail an die direkten Ansprechpartner in Redaktionen gehen, über üblichen Kontakt und Sammeladressen hat die Nachricht wenig Chancen. Das bedeutet: Es gibt nichts Wichtigeres als einen gut gepflegten und immer auf dem neuesten Stand gehaltenen Kontakt. Es empfiehlt sich zudem, die Nachrichten personalisiert mit direkter namenhafter Ansprache an die Adressaten zu schreiben. Für eine noch größere Reichweite sollte man in Betracht ziehen, die Nachrichten in Pressportalen zu platzieren. Diese behält die Redaktionen direkt oder werden von Redaktionen ausgewertet. Weitere Vorteile: Die Nachrichten werden für kurze Zeit im Nachrichtentransport wie Google News gut platziert.

Die noch jungen Erfahrungen mit den neuen Kommunikationskanälen Twitter, Newsletter-Marketing und „Reaktionelles Marketing“ zeigen schon jetzt, dass sich über diese Kanäle Service-Marketing betreiben lässt. Es ist schnell, zielgerichtet und innovativ. Man muss nur ein Bild haben, damit es auch für die eigene Unternehmen heißt. „Service sells!“



## Die wichtigsten Fachbegriffe aus dem Web Business:

Was sind Hashtags, was ist mit Social Media Monitoring gemeint, und warum spricht die Chitlawwelt in Twitter? Hier wichtige Begriffe aus dem Web Business im Überblick.

„Augmented Reality“: In reale Bilder einer bestimmten Umgebung werden computergenerierte Daten eingefügt, zum Beispiel Standorte von Briefkästen, Applebeuten usw.

„Follower“: Gefällt einem User im Netz ein bestimmter Twitterkanal, kann er sich für diesen mit einem Klick anmelden. Ab sofort kann er in seiner Twitteranwendung alle Nachrichten dieses Accounts mitlesen.

„Hashtag“: Ein Schlagwort, das durch das Verschärfen eines Rasterzeichens „#“ (engl. hash key) gekennzeichnet wird. Wird vorweggesetzt bei twitter eingetrag.

„Social Media Monitoring“: Eine Auswertung, wie sich Nutzer in Blogs oder sozialen Netzwerken über ein Unternehmen und seine Produkte äußern.

„Technisches Targeting“: PR-Ansicherung, wie sich Nutzer in Blogs oder sozialen Netzwerken über ein Unternehmen und seine Produkte äußern. (GPS usw.).

„Tweets“: Nachrichten auf Twitter, maximal 140 Zeichen lang, mit einer Veröffentlichung in Echtzeit.

„White Mail Marketing“: Elektronische Kundenbriefe, die den Kunden direkt ansprechen, am besten nicht mit dem Namen, sondern auch über Produkte und Nachrichten, die ihn aus seinem Profil heraus interessieren.

„Nachfragen“? Wir helfen Ihnen auch hier gerne weiter. Fragen Sie uns: info@presse.kultur.de.

## Wir stellen Ihr Unternehmen oder Ihre Lösung ausführlich vor:

- Wir stellen vor: Ihre Best-Practice-Lösungen und Innovationen
- Ein wichtiges Thema: Lage und Erreichbarkeit
- Immer präsent: Firmenlogo, Webadresse und Unternehmensbezeichnung

**Hinweis:** Text und Bilder können Sie selbst anliefern. Die Anzahl der Zeichen sollte bei maximal 7500 inkl. Leerzeichen liegen, dazu werden Fotos mit 300 dpi Auflösung oder ggf. Grafiken benötigt. Auf Wunsch werden redaktionelle Texte und Bilder von uns erstellt und zu einem Advertorial zusammengeführt.

## Ein weiterer Vorteil: Ihr Firmenprofil auf einen Blick

- Wir nennen wichtige Kontaktpersonen und -möglichkeiten
- Vorstellung des Produkt- und/oder Dienstleistungsangebotes
- Die nächsten Termine: Messen, Ausstellungen und Konferenzen
- Gute Verbindungen: Mitgliedschaften und Partnerschaften

Beachten Sie bitte bei Ihrer Terminplanung die Abgabetermine für die jeweilige Ausgabe der Service Today.

Advertorial 2/1 Seite  
2.990,00 Euro

# Wenn Sie auffallen möchten: Sonderwerbformen

## Flappe:

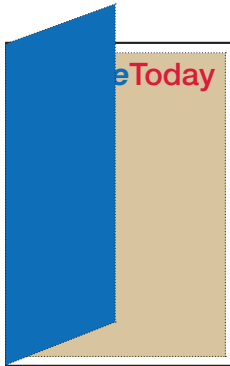
Die Flappe wird um die Service Today gelegt und mit der Magazin-Heftung befestigt. Sie bedeckt jeweils zur Hälfte das Titelbild und die 4. Umschlagseite.

Technische Daten:

Variante 1: Belegung der beiden Innenseiten der Flappe, Außenseite vorne zeigt den regulären Titel, Außenseite hinten zeigt den regulären Inhalt der 4. Umschlagseite. Gestaltung, Druck und Heftung.

Preis pro Tausend Exemplare: ab 495,00 Euro\*

Variante 2: Belegung der beiden Innenseiten der Flappe und der Außenseite hinten, Außenseite vorne zeigt den regulären Titel, Außenseite hinten zeigt anteilig Ihre auf der 4. Umschlagseite platzierte Anzeige. Gestaltung, Druck und Heftung.  
Preis: auf Anfrage



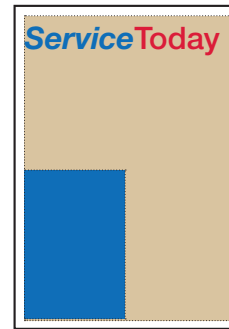
## Booklet:

Das Booklet, z.B. im Format A6, wird mittels Klebestreifen auf den Titel der Service Today geklebt. Es lässt sich i.d.R. ohne Beschädigung abziehen.

Technische Daten:

Das Booklet sollte komplett fertig gedruckt angeliefert werden (Redaktion, Layout und Druck auf Anfrage möglich).

Preis pro Tausend Exemplare: ab 495,00 Euro\*



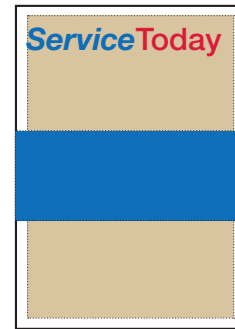
## Banderole:

Die Banderole wird komplett um die Service Today herumgelegt und an den Enden auf dem Heftrücken zusammengeklebt.

Technische Daten:

Banderole inkl. grafischer Gestaltung der 4 Seiten: Format: ca. 46 x 10 cm, Druck: 4/4-farbig Skala, Papier: 135 g matt gestrichen, Banderolen-Verarbeitung: Umlegen und Zusammenkleben per Klebestreifen.

Preis pro Tausend Exemplare: ab 495,00 Euro\*



\* Teilbelegungen auf Anfrage



# Die Service-Card – Ihr Guide für den Service



Leistungen, Termine und  
Angebote bewerben –  
mit der **Service-Card**.  
Jetzt neu in der

**ServiceToday**

Mit den **Service-Cards** stellen wir Ihnen das perfekte Werkzeug zur Verfügung. Stellen Sie den Entscheidern im Service Ihre Leistungen, Ihre Termine und Ihre Angebote vor. Einfach und effektiv mit den neuen **Service-Cards**.

## **Ihr Guide für den Service – Das sind die Vorteile der Service-Cards:**

- Der direkte Weg zu den Schreibtischen der Entscheider im Service: Abdruck in der Service Today, dem Magazin für Entscheider im Service
- Exponierte Position im Magazin: Die Karten werden in der Heftmitte abgedruckt
- Mit speziellen Codes und Aktionen auf Ihren Service-Cards können Sie die Resonanz direkt nachvollziehen
- Mehr Reichweite für Sie: Ihre **Service-Cards** sind auch online unter der entsprechenden Rubrik auf [service-today.de](http://service-today.de) präsent - selbstverständlich mit Weiterleitung auf Ihre Internetseite

# Die Service-Cards

## Der neue Service Guide als Print- & Online-Kombination – Ihre Vorteile:

- Platzierung in einer Branchenrubrik Ihrer Wahl
- Service-Card 4c in ServiceToday
- Service-Card auf [service-today.de](http://service-today.de) inkl. Verlinkung
- Format ca. 40 x 60 mm

## Preiswert und effektiv – das kosten die Service-Cards:

Schaltung in einer Rubrik: 129,00 Euro pro Service-Card

Schaltung in zwei bis vier Rubriken: 123,00 Euro pro Service-Card

Schaltung in fünf oder mehr Rubriken: 116,00 Euro pro Service-Card

Laufzeit: mindestens vier aufeinanderfolgende Ausgaben, nicht rabatt- / provisionsfähig

The image displays a grid of service cards from various companies. The cards are arranged in a grid with three columns and several rows. Each card features a company logo, name, and a brief description of their services. The companies shown include PARAT, TS24, Handyman, ClickSoftware, EMPOLIS, mobile, TML, GO!, BISSANTZ, Panasonic, Telekommunikation, Software-IT Lösung, Personal, and fir/firwachen. The cards are presented in a way that shows their layout and content.

Service-Cards –  
Ihr neuer Guide  
für den Service  
Das neue Angebot der Service Today-Redaktion

Leistungen, mobile  
Lösungen, IT-Systeme,  
Ausbildung und mehr.  
Finden Sie Ihren neuen  
partner, auch in der  
ServiceToday

Alle Partner auch auf [www.service-today.de](http://www.service-today.de)

ServiceToday

Alle Service-Cards finden Sie außerdem  
im Internet unter [www.service-today.de](http://www.service-today.de).

# Themen & Termine 2013 der Print-Ausgabe

Ausgabe	Erscheinungs-termin	Druckunterlagen-schluss	Anzeigen-schluss	Redaktions-schluss	Schwerpunktthema
1 / 13	22.02.2013	08.02.2013	25.01.2013	18.01.2013	<i>Prozessoptimierung – die neuen Standards im Service</i>
2 / 13	26.04.2013	12.04.2013	29.03.2013	22.03.2013	<i>Faktor Mensch – Herausforderungen im Service</i>
3 / 13	19.07.2013	05.07.2013	21.06.2013	14.06.2013	<i>Business Analytics – Informationsmanagement im Service</i>
4 / 13	04.10.2013	20.09.2013	06.09.2013	30.08.2013	<i>Innovation – Erfolgreiche Strategien im Service</i>
5 / 13	13.12.2013	29.11.2013	15.11.2013	08.11.2013	<i>KVD Service Congress 2013: Sonderausgabe „Service – die Herausforderung (bleibt)“</i>

# Auf einen Blick: Ihre Ansprechpartner

## Herausgeber:

Kundendienst-Verband Deutschland e.V. (KVD)

Geschäftsstelle • Pliesterbecker Straße 165 • 46284 Dorsten

Telefon: 0 23 62 . 98 73-0 • Telefax: 0 23 62 . 98 73-98

E-Mail: [gs@kvd.de](mailto:gs@kvd.de) • Internet: [www.kvd.de](http://www.kvd.de)

Bankverbindung: Sparkasse Vest • BLZ 426 501 50 • KTO 170 019 26

## Service-Redaktion & Advertorials:

Medienhaus Waltrup

Michael Braun • Postfach 132 • 45722 Waltrup • Telefon: 0 23 09 . 78 47-113

Telefax: 0 23 09 . 78 47-123 • E-Mail: [m.braun@service-today.de](mailto:m.braun@service-today.de)

## Anzeigenberatung:

Kundendienst-Verband Deutschland e.V. (KVD)

Geschäftsstelle • Pliesterbecker Straße 165 • 46284 Dorsten

Michael Grzenkowitz • Telefon: 040 . 76 96 02 47 • E-Mail: [m.grzenkowitz@service-today.de](mailto:m.grzenkowitz@service-today.de)

Sebastian Hemmerde • Telefon: 0 23 09 . 60 888 0 • E-Mail: [s.hemmerde@service-today.de](mailto:s.hemmerde@service-today.de)

## Verlag:

ISB-Verlag

Dortmunder Straße 34-38 • 45731 Waltrup • Telefon: 0 23 09 . 78 47-100

Telefax: 0 23 09 . 78 47-101 • E-Mail: [info@isb-verlag.de](mailto:info@isb-verlag.de)

**ISB** VERLAG

## Die Institution im Service: der KVD

Mit über 1.600 Mitgliedern ist der Kundendienst-Verband e.V. (KVD) europaweit der größte und bedeutendste Berufsverband für Führungskräfte im Kundendienst und im Service. Die Mitglieder nutzen seit 30 Jahren mit dem KVD eine Plattform für professionelles Servicemanagement:

- Erfahrungsaustausch auf Management-Ebene
- Best Practice-Veranstaltungen
- Congresse
- Service-Messen
- Weiterbildungsangebote
- Die KVD-Trendstudie
- Fachpublikationen wie die Service Today

Der KVD verfügt über ein breit angelegtes Netzwerk: So ist ein u.a. reger Austausch mit Kooperationspartnern wie dem Deutschen Institut für Normung e.V. (DIN), dem FIR e.V. an der RWTH Aachen, dem Center for Service Excellence (CSE) an der European Business School (EBS) oder dem Kundendienst-Verband Österreich (KVA) möglich.

# ServiceToday

Alle weiteren Infos zum Magazin im Internet:

[www.service-today.de](http://www.service-today.de)