
Frankfurter Allgemeine Personaljournal

Mediadaten 2022

Gültig ab 1. Januar 2022

Frankfurter Allgemeine Personaljournal

Das HR-Magazin für die digitale Transformation



Talentsu
in Teamar
KOLLABORA
RECRUITING
HR ENT

Generati
Was sich
von Arbeite

1. VERLAGSANGABEN UND INHALT

Verlag

F.A.Z. BUSINESS MEDIA GmbH –
Ein Unternehmen der F.A.Z.-Gruppe
Frankenallee 71–81, 60327 Frankfurt am Main
verlag@faz-bm.de
www.faz-personaljournal.de

Geschäftsführung

Dominik Heyer
Hannes Ludwig

Anzeigenleitung

Christian Augsbürger
Senior Sales Manager HR
Telefon: (0 69) 75 91-21 43
christian.augsburger@faz-bm.de

Anzeigendisposition

Telefon: (069) 75 91-26 28
anzeigen@faz-bm.de

Jahrgang

7. Jahrgang

Erscheinungsweise

6 Ausgaben im Jahr

Geschäftsbedingungen

Für die Abwicklung von Arbeitsaufträgen gelten die Geschäftsbedingungen, die unter www.faz-bm.de/agb einzusehen oder beim Verlag zu beziehen sind. Die in dieser Preisliste aufgeführten Angaben können unterjährig aktualisiert werden. Den jeweils letzten, verbindlichen Stand dieser Preisliste finden Sie unter: <http://www.faz-personaljournal.de/mediadaten/>

Inhalt

1. Verlagsangaben und Inhalt
2. Redaktionelles Konzept
3. Themenfelder
4. Leser, Auflage und Anzeigeninformation
5. Onlinewerbung
6. Die Produktfamilie

Verlagsangaben
und Inhalt

Redaktionelles
Konzept

Themenfelder

Leser, Auflage und
Anzeigeninformation

Onlinewerbung

Die Produktfamilie

2. REDAKTIONELLES KONZEPT

Mission Statement

Die Digitalisierung löst Umbrüche in der Arbeitswelt und in jedem Unternehmen aus. Dabei verändert die digitale Transformation die Arbeit von HR, macht bestehende Jobprofile verzichtbar und schafft neue Profile. Um das eigene Unternehmen zu transformieren, benötigen HR-Experten neue Skills.

Das F.A.Z.-Personaljournal unterstützt die HR-Entscheider auf diesem Weg. Es bietet kompakt wichtige Informationen darüber, wie die digitale Transformation HR-Arbeit verändert, welche Innovationen heute schon in der Praxis zum Einsatz kommen und wie jeder Leser den Weg in die HR-Zukunft gehen kann.

Das F.A.Z.-Personaljournal zeigt die großen Entwicklungslinien und Diskussionen in Wissenschaft und Unternehmen auf, gibt neuen Ideen Raum und leitet daraus praxisorientierte Hilfe für die HR-Arbeit ab: Was bedeuten digitale Innovationen für die HR-Arbeit heute und morgen? Wie lässt sich das Neue konkret umsetzen und in der Praxis anwenden?

Ausgangspunkte des F.A.Z.-Personaljournal sind die Fragen: Wie verändern neue digitale Technologien die HR-Arbeit? Welche Chancen eröffnen sich durch Big Data und künstliche Intelligenz, durch soziale Medien und People Analytics? An welchen Stellen können Organisationsansätze wie Scrum und Holocracy, vollautomatisierte Shared-Service-Center und Referral-Plattformen weiterhelfen?

Hintergrund

Das F.A.Z.-Personaljournal setzt genau an der Schnittstelle zwischen digitaler Transformation in Unternehmen und den Kernaufgaben von HR an.

Die HR-Abteilung gilt als traditionell und konservativ. Doch immer mehr HR-Entscheider sind bereit, sich den technologischen und gesellschaftlichen Veränderungen zu stellen und die HR-Abteilung fit für die Zukunft zu machen. Das F.A.Z.-Personaljournal unterstützt dabei die CHROs und Leiter Personal, die CEOs und Geschäftsführer, die Spezialisten und Treiber mit dem notwendigen Anwender-Know-how.



Neues Denken

Wie HR sich verändern wird – Impulse von Visionären und aus der Wissenschaft.



Neues Machen

Welche neuen Wege HR-Entscheider schon beschreiten – Anwendungsfälle aus der unternehmerischen Praxis.



Neue Lösungen

Welche Lösungen Unternehmen schon heute einsetzen können. Und was man darüber wissen sollte.

Themenfelder

Das F.A.Z.-Personaljournal bricht die digitale Transformation in der HR auf drei Ebenen herunter: „Neues Denken“ mit seinen Visionen und dem Blick in die Zukunft regt zum strategischen Nachdenken an. „Neues Machen“ gibt die Inspiration von Vor-Machern weiter und lädt zur kritischen Selbstreflexion ein: „Wäre das vielleicht auch etwas für meine HR?“ Und „Neue Lösungen“ gibt konkrete Hilfestellungen, welche technischen, digitalen Lösungen es heute schon gibt und wie sie die HR-Abteilung in ihren Zielen unterstützen können.

Die Redaktion setzt auf einen flexiblen Themenpool aus allen HR-relevanten Bereichen, wie u.a. Arbeitsrecht, Recruiting, Leadership, Talentmanagement, Demographie, Data-Analytics oder Unternehmenskultur/Unternehmensstrategie.

Verlagsangaben
und Inhalt

Redaktionelles
Konzept

Themenfelder

Leser, Auflage und
Anzeigeninformation

Onlinewerbung

Die Produktfamilie

4. LESER, AUFLAGE UND ANZEIGENINFORMATION

Onlinemagazin

Das F.A.Z.-Personaljournal ist das sechsmal pro Jahr erscheinende HR-Magazin für die digitale Transformation. Es ist inhaltlich und redaktionell unabhängig, für seinen Inhalt ist allein die Redaktion verantwortlich. Die Marke F.A.Z. erzielt ein hohes Maß an Aufmerksamkeit und Akzeptanz. Sie steht für Qualität und Meinungs- und Relevanzführerschaft.

Leser und Auflage

Das F.A.Z.-Personaljournal spricht in erster Linie Personalverantwortliche und HR-Fachkräfte in privatwirtschaftlichen und öffentlichen Unternehmen an. 60% der Leser sind Entscheider der ersten und zweiten Führungsebene:

- >> CHROs, Leiter Personal
- >> CEOs/Vorstände, Geschäftsführer mit Personalzuständigkeit
- >> weiteres HR-Senior-Management
- >> sonstige HR-Manager und HR-Verantwortliche mit Budget- bzw. Personalverantwortung (z.B. Leiter Recruiting, Personalentwicklung, Tarif- und Arbeitsrecht, Comp & Ben/Vergütung)
- >> Personal- und Fachreferenten
- >> Verbände
- >> Dienstleister und Berater

Abonnenten: rund 8.000

Technische Informationen

Druckoptimierte Adobe-Acrobat-PDF-Datei (Version 1.4), Sonderfarben nach Eurofarbskala auflösen, Schriften inkludieren oder in Pfade wandeln. Bei der PDF-Erstellung mit Adobe InDesign bitte das PDF in Acrobat auf Vorhandensein von Identity-H-Schriften überprüfen und ggf. diese Schriften in Pfade wandeln.

Terminübersicht

Ausgabe	Erscheinungstermin
01/21	09.02.2022
02/21	06.04.2022
03/21	08.06.2022
04/21	03.08.2022
05/21	12.10.2022
06/21	07.12.2022

Anzeigenpreise

Anzeigenformate	Format (B x H in mm)	Preis 4c in Euro*
1/1 Seite	210 x 297	2.600
1/2 Seite quer	182 x 130	1.600

* Preise zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer, Mittelvergütung 15%

Anzeigenschluss

Aufgrund der begrenzten Anzeigenkapazität empfehlen wir Ihnen, sich frühzeitig mit uns in Verbindung zu setzen, spätestens aber 7 Arbeitstage vor dem Erscheinungstermin. Anzeigenschluss ist zugleich letztmöglicher Rücktrittstermin.

Druckunterlagenchluss

5 Arbeitstage vor Erscheinungstermin. Ihre Druckunterlagen schicken Sie bitte an anzeigen@faz-bm.de

Verlagsangaben
und Inhalt

Redaktionelles
Konzept

Themenfelder

Leser, Auflage und
Anzeigeninformation

Onlinewerbung

Die Produktfamilie

5. ONLINEWERBUNG

E-Mail-Anschreiben

Das sechsmal im Jahr erscheinende F.A.Z.-Personaljournal liefert neben dem aktuellen Onlinemagazin inkl. PDF-Download die wichtigsten Nachrichten für den Personalentscheider auf den Punkt formuliert.

Anzeigenpreise

Werbemittel	Format in Pixeln (B x H in mm)	Preis pro Schaltung in Euro*
Superbanner	728 x 90	770
Medium Rectangle	300 x 250	600

* Preise zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer, Mittelvergütung 15%

Druckunterlagen/technische Informationen

Dateiformat: JPEG, PNG

Dateigröße: max. 40 KB

URL der Landing Page muss angegeben werden.

5 Arbeitstage vor Erscheinen an anzeigen@faz-bm.de senden.

Rabatte/Malstaffel

- >> bei 2 Schaltungen 5%
- >> bei 3 Schaltungen 10%
- >> ab 4 Schaltungen 15%

Alle Nachlässe gelten je Werbungstreibenden und Abschlussjahr.

The screenshot shows the website layout for F.A.Z.-Personaljournal. At the top is a navigation bar with links like 'START', 'NEUES DRUCKEN', 'NEUES ANZEIGEN', 'NEUES KAPAZITÄT', 'NEUES HR', 'NEUES EVENTS', 'NEUES RECHNEN', and 'NEUES CONTACT'. Below this is a main banner for 'F.A.Z.-Personaljournal' with the headline 'Collaboration-Lösungen auf eine neue Plattform setzen' and a sub-headline 'Neue kollaborative Systeme mit größerer Funktionalität und höherer Kapazität werden in die Cloud.' There are two buttons: 'jetzt entdecken/lesen' and 'jetzt abonnieren'. Below the banner are three article teasers: 'Neues Denken – Innovative Impulse für HR', 'Neues Machen – Digital HR in der Praxis', and 'Neue Lösungen – Produkte im Querschnitt'. A section titled 'Aktuelle Artikel' features three article cards with photos of people. At the bottom is a large advertisement for 'meinstadt.de' with the headline 'Ihr nächster Mitarbeiter sucht mobil - wird er Sie auch finden?' and a yellow button '10 % Rabatt sichern'.

Verlagsangaben
und Inhalt

Redaktionelles
Konzept

Themenfelder

Leser, Auflage und
Anzeigeninformation

Onlinewerbung

Die Produktfamilie

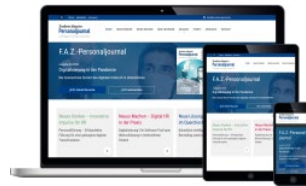
6. DIE PRODUKTFAMILIE



Onlinemagazin

Hochwertige Anzeigenwerbung und inhaltliche Zusammenarbeit über strategische Partnerschaften

- HR-Magazin für die digitale Transformation



Online

Informationen zu aktuellen Veranstaltungen sowie Hintergrundinformationen

www.faz-personaljournal.de



verticalajpa - stock.adobe.com

Research

Vertrauliche Marktanalysen oder Studien mit medialer Wirkung: Setzen Sie auf das erfahrene Research-Team.

- Studien
- Marktforschung

www.faz-personaljournal.de/research



Events

Treten Sie in direkten Kontakt mit Ihrer Zielgruppe bei unseren exklusiven Veranstaltungsformaten.

- **13. Deutscher Human Resources Summit**
27./28. Oktober 2022,
Frankfurt am Main
- **5. Praxisforum Total Rewards**
26. April 2022,
Frankfurt am Main
- **Auftragsveranstaltungen**

www.faz-personaljournal.de/events

Verlagsangaben
und Inhalt

Redaktionelles
Konzept

Themenfelder

Leser, Auflage und
Anzeigeninformation

Onlinewerbung

Die Produktfamilie

Für kluge
Entscheidungen.



Ein Unternehmen der F.A.Z.-Gruppe

Ein Ausschnitt unseres Portfolios

FINANCE

dpn
DEUTSCHE PENSION-
& INVESTMENTNACHRICHTEN

DIE
STIFTUNG
MAGAZIN FÜR STIFTUNGSWESEN UND PHILANTHROPIE

DerTreasurer
NACHRICHTEN FÜR DIE FINANZABTEILUNG

Personalwirtschaft

wir
Das Magazin für Unternehmerfamilien

Der Neue
Kämmerer

Deutscher
AnwaltSpiegel
Das Online-Magazin von Anwälten für Unternehmen

**GRÜNDEN
WACHSEN**
Die Community im F.A.Z.-Fachbereich

Frankfurter Allgemeine
Konferenzen

F.A.Z.
BUSINESS
MEDIA
research