

Partnerlösungen für HP Systeme 2012



Mediadaten

Business Partner



Zielsetzung des Katalogs

Die lokalen HP-Partner sind in der Lage, das gesamte Spektrum Ihres Bedarfs aus dem HP-Lösungsportfolio, das wir Ihnen in diesem Katalog vorstellen, abzudecken – und bei Bedarf in eine HP Converged Infrastructure zu integrieren. Die HP-Partner sind Generalisten und Spezialisten zugleich. Sie verstehen aus eigener Erfahrung Ihren Anspruch an IT als Steuerzentrale des Unternehmens. Sie bieten Ihnen auf Ihren konkreten Bedarf erweiterte Lösungsansätze. Und Sie bekommen so die Unterstützung, die Sie brauchen, um sich auf Ihr eigenes Kerngeschäft konzentrieren zu können. Der neue Katalog „Partnerlösungen für HP Systeme“ zeigt, welche Lösungen, Produkte und Dienstleistungen aus dem HP-Partnernetzwerk angeboten werden. In diesem Compendium werden viele Software-Applikationen, Dienstleistungen sowie hardwarebasierende Lösungen vorgestellt.

Zielgruppe

Alle Interessierten, die sich im Detail über das Lösungsangebot der HP-Partner informieren wollen. Je nach Unternehmensgröße sind das Geschäftsführer, Vorstände, CEOs, COOs, CIOs, Line of Business Manager und IT-Verantwortliche. Mitarbeiter also, die an der Gestaltung der Workflow- und Infrastrukturprozesse beteiligt sind.

Inhalte

Kurzbeschreibung des Leistungsportfolios der HP Deutschland.

Firmen- und Lösungspräsentationen der HP-Partner
Darin enthalten sind Informationen zur Unternehmensgeschichte ebenso, wie die Darstellung der speziellen Lösungskompetenz des einzelnen HP-Partners. Interessierte sehen auf einen Blick, welche Zertifizierungen das Unternehmen hat, so kann es ein entscheidender Vorteil sein, wenn der Dienstleister zum Beispiel auch Oracle- oder Microsoft-Partner ist.

In vielen Fällen wurden zudem in bestimmten Branchen ein oder mehrere Projekte realisiert, so dass sich der HP-Partner wertvolles Branchen-Know-how angeeignet hat. Gerade für mittelständische Unternehmen ist dies ein Garant dafür, das berühmte „Rad“ nicht noch einmal zu erfinden.

Weiterhin werden ganz konkrete Lösungen/Produkte oder Dienstleistungen vorgestellt, zum Beispiel in den Bereichen Hochverfügbarkeit, Dokumentenmanagement, ERP, CRM, Virtualisierung und, und...

Die Partner beschreiben hier oft ihr Alleinstellungsmerkmal und die wichtigsten Eigenschaften, die ihre Lösung abdeckt. Interessierte können damit einen ersten Eindruck gewinnen und sich im Vorfeld einer Kontaktaufnahme darauf vorbereiten.

Zu jedem Eintrag können mehrere Kategorien ausgewählt werden.

Verbreitung

Das Onlineportal „Partnerlösungen für HP Systeme“ bietet einen hervorragenden Überblick über die Bandbreite der HP-Lösungspartner. Bei über 40.000 HP-Partnern in Deutschland liegt es auf der Hand, dass die meisten Partner nach Eingabe von „HP Partner“ in eine der Suchmaschinen nicht auf den ersten Ergebnisseiten zu finden sein können.

Das Partnerportal steht hier aktuell bei Google auf der ersten Seite, Platz 6 und bietet daher Interessenten einen idealen Einstieg in die Welt der HP-Partner.

Dabei ist neben der Volltextsuche auch die Suche nach Branchenlösungen, branchenübergreifenden Lösungen, Lösungen für Unternehmensbereiche, nach Produktname und nach Postleitzahlen möglich.

Das Portal „Partnerlösungen für HP Systeme“ ist über die Webseite der HP Deutschland bestens verlinkt = Unter „HP Partner“ der dritte Link.

Weiterhin direkt über alle Webseiten des WIN-Verlags (e-commerce Magazin, digitalbusiness, AUTOCAD & Inventor Magazin, DIGITAL ENGINEERING Magazin und via www.win-verlag.de).

Zudem wird auf den verschiedensten Veranstaltungen eine gedruckte Version des Partnerkompendiums erhältlich sein.

Termine

Vom Prinzip her ist ein Einstieg jederzeit möglich, wir wollen aber auch weiterhin ein gedrucktes Nachschlagewerk veröffentlichen. Aus diesem Grund ist die Buchung bis zum 30.11.2011 wichtig und

die Garantie dafür, darin dabei zu sein.

Die Einträge gelten jeweils für ein Jahr ab dem Tag der Freischaltung durch den Verlag.

Preise

Einzelpreise (in Euro)

Präsentation 5.000 Zeichen (inkl. Leerzeichen) + ein Logoeintrag in der Partnergesamtübersicht nach PLZ	729,-
Erweiterung der Präsentation um 2.500 Zeichen	375,-
Skyscraper 120 x 300 Pixel für ein Jahr online	799,-

Kombi-Angebote

Premium Präsentation 10.000 Zeichen + ein Logoeintrag in der Partnergesamtübersicht nach PLZ + ein Skyscraper 120 x 300 Pixel für ein Jahr online	1.590,-
Standard Präsentation 5.000 Zeichen + ein Logoeintrag in der Partnergesamtübersicht nach PLZ + ein Skyscraper 120 x 300 Pixel für ein Jahr online	1.290,-

Gegen eine Service-Charge von 100,- Euro kann die Katalogpräsentation vom Verlag erstellt werden. Dafür ist die Lieferung der Texte als Worddokument, der Bilder und die Angabe aller Strukturinformationen erforderlich.

Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzl. MwSt. Buchungen werden erst wirksam, nachdem sie schriftlich bestätigt worden sind. Präsentationsseiten sind nicht AE-fähig! Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der WIN-Verlag GmbH & Co. KG.

Technischer Ablauf

- ① Registrierung: www.hp-loesungskatalog.de/erfassung.
- ② Zuerst melden Sie sich bitte als Benutzer an und legen Ihre Login-Daten an. Danach können Sie sich als User einloggen und in den nun erscheinenden Eingabemasken Ihre Präsentations-Einträge vornehmen.
- ③ Logo-Dateien und Abbildungen (nur im JPG-Format!) lassen sich in der Eingabemaske per Upload übermitteln.
- ④ Bitte füllen Sie alle Felder im Formular aus. Danach senden Sie uns die Daten, indem Sie auf den Button „Eintrag abschicken“ klicken.
- ⑤ Anschließend können Sie auf dieselbe Weise weitere Einträge vornehmen.
- ⑥ Bitte senden Sie uns, sobald der genaue Umfang Ihrer Buchung feststeht, das Bestellformular ausgefüllt zurück. Sie finden es in der Onlineerfassung als PDF-Dokument.

Kontakt

Produkteinträge/Anzeigen

PLZ 1-3, 5, 8, 9

Frau Erika Hebig

Telefon: 08106/350-256

E-Mail: ehe@win-verlag.de

PLZ 0, 4, 6, 7

Frau Helene Pollinger

Telefon: 08106/350-240

E-Mail: hp@win-verlag.de

Redaktion/Layout

E-Mail: info@hp-katalog.de

Anzeigendisposition

Herr Chris Kerler

Telefon: 08106/350-220

Fax: 08106/350-190

E-Mail: cke@win-verlag.de

Technischer Support

Frau Martina Luise Pachali

Telefon: 08106/350-101

E-Mail: mlp@win-verlag.de

WIN-Verlag GmbH & Co. KG

Johann-Sebastian-Bach-Str. 5

85591 Vaterstetten

Fax: 08106/350-190

www.hp-loesungskatalog.de

Koordination Hewlett Packard

Herr Marcus Kehrer

Industry/Customer Segment

SMB Marketing Manager

Enterprise Server & Storage Business Unit

Deutschland, E-Mail: marcus.kehrer@hp.com

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen, Zeitschriften und Katalogen

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungstreibenden oder sonstiger Inserenten in einer Druckschrift zum Zwecke der Verbreitung; Anzeigenaufträge durch eine Agentur werden in deren Namen und auf deren Rechnung angenommen.
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 Abschlüssen 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.
6. Der Verlag behält sich vor, rechtsverbindlich bestätigte Aufträge sowie einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses wegen des Inhalts, der Herkunft oder technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt nach pflichtgemäßem Ermessen des Verlages gegen Gesetze, behördliche Bestimmungen oder die guten Sitten verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen und Vertretern aufgegeben wurden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und dessen Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
7. Anzeigen, die auf Grund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
8. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und der einwandfreien Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für den beigelegten 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 eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber das 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 Unmöglichkeiten der Leistung und Verzug sind beschränkt auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag auch bei grober Fahrlässigkeit nur bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts beschränkt. Reklamationen müssen innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.
10. 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.
11. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
12. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist sofort rein netto zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung mit 2 % Skontoabzug vereinbart ist.

13. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen laut Preisliste 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.

14. Der Verlag liefert einen Anzeigenbeleg. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

15. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

16. Aus einer Auflagenminderung kann bei Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung 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 Preisminderung berechtigender Mangel, wenn sie

bei einer Auflage bis zu 50 000 Exemplaren 40 v.H.,

bei einer Auflage bis zu 100 000 Exemplaren 25 v.H.,

bei einer Auflage bis zu 200 000 Exemplaren 15 v.H. beträgt.

Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche 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. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.

18. 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, zum Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt

oder hat der Auftraggeber nach Vertragsabschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

a) Die Werbungsmittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungstreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

b) Die allgemeinen und die zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages gelten sinngemäß auch für Aufträge über Beikleber, Beihefter, Beilagen oder technische Sonderausführungen. Jeder Auftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich.

c) Eine Änderung der Anzeigenpreisliste gilt ab Inkrafttreten auch für laufende Aufträge.

d) Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen. Dem Auftraggeber obliegt es, den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen, die diesen aus der Ausführung des Auftrages, auch wenn er storniert sein sollte, gegen den Verlag erwachsen. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Erscheinen stornierte Anzeigen, so stehen auch dem Auftraggeber daraus keine Ansprüche gegen den Verlag zu.

e) Jeglicher Nachlass entfällt bei Konkursen und Zwangsvergleichen.

f) Höhere Gewalt, Betriebsstörungen, Streik usw. entbinden den Verlag von den eingegangenen Verpflichtungen.

g) Der Verlag leistet keine Gewähr bei Verlust einzelner Beilagen auf dem Vertriebsweg.

h) Für Fehler jeder Art aus telefonischen Übermittlungen haftet der Verlag nur bei Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit.

i) Platzierungsvorschriften sind nur gültig, wenn sie vom Verlag schriftlich bestätigt worden sind.

j) Abbestellungen von Anzeigen- und Beilagenaufträgen müssen bis zum Anzeigenschluss erfolgen. Der Verlag kann die entstandenen Satz- bzw. Produktionskosten dem Auftraggeber in Rechnung stellen.

WIN-Verlag GmbH & Co. KG



digitalbusiness

Die durchgängige Digitalisierung der Geschäftsprozesse ist für jedes Unternehmen eine unverzichtbare Voraussetzung für seine Wettbewerbsfähigkeit in sich schnell ändernden Märkten. Das digitalbusiness Magazin richtet sich an Personen, die für Ablauf und Integration von Geschäftsprozessen verantwortlich sind.



AUTOCAD & Inventor Magazin

Die herstellernunabhängige Fachzeitschrift wendet sich an alle Anwender und Entscheider, die mit Softwarelösungen von Autodesk arbeiten. Das Magazin gibt praktische Hilfestellung bei der Auswahl, Einführung und dem Betrieb von Soft- und Hardware. Im Fokus stehen ebenso Lösungen aus den Bereichen Antriebstechnik, Automation, E-Technik, Fluid- und Verbindungstechnik.



DIGITAL ENGINEERING Magazin

Das Fachmagazin für den Konstruktions- und Engineering-Bereich berichtet über alle Aspekte, die bei der integrierten (ganzheitlichen) Produktentwicklung wichtig sind. Im Mittelpunkt stehen Lösungen und Strategien für ein leistungsfähiges Engineering sowie Innovationen aus der Antriebstechnik, Automation, E-Technik, Fluidtechnik, Verbindungstechnik und Konstruktionsbauteile.



e-commerce Magazin

Das e-commerce Magazin ist die Pflichtlektüre all derer, die im Internet werben, suchen, auswählen, kaufen und bezahlen möchten – kurz: einen Handel von Dienstleistungen und Produkten im Internet abwickeln wollen.



Virtual Reality Magazin

Das Magazin widmet sich den Technologien der virtuellen Realität und dient als Kommunikationsplattform für alle an der Entwicklung, Vermarktung und Nutzung der VR-Technologie beteiligten Akteure. Im Mittelpunkt steht der Einsatz von VR in den wichtigsten Branchen wie Automotive, Aerospace, Anlagenbau, Fertigungsindustrie und Architektur sowie in den Bereichen Marketing und Vertrieb.



DIGITAL MANUFACTURING

Im Mittelpunkt von DIGITAL MANUFACTURING stehen Grundlagen, Methoden, technische Trends, IT-Lösungen sowie praxisnahe Anwendungsbeispiele aus dem Bereich der digitalen Prozesskette in der Produktion. Das Magazin vermittelt, welche Produktivitätsvorteile sich in der Produktion durch die richtigen Strategien und Lösungen erzielen lassen.



IBM Business Partner NetKatalog

Das bewährte Kompendium gibt einen Überblick sowohl über das IBM-Produktportfolio als auch über IBM Business Partner, die Unternehmen maßgeschneiderte Lösungen für ihre Branchen und Anforderungen anbieten.



Partnerlösungen für HP Systeme

Für die vielfältigen HP-Hardware-Plattformen spielen die Angebote der Lösungspartner von HP eine tragende Rolle. Mit diesem Nachschlagewerk erhalten alle Interessenten und Kunden einen Überblick über das breite Produktangebot und die Leistungsfähigkeit der HP-Lösungspartner.



Autodesker Partnerlösungen

Der Katalog bietet einen umfassenden Überblick über geeignete Applikationen, die von Entwicklern für die verschiedenen Autodesk-Software-Plattformen angeboten werden. Zudem werden Produkte, Lösungen und Dienstleistungen sowie Value Added Reseller (VAR) vorgestellt.



DIGITAL ENGINEERING SOLUTIONS

Der Katalog präsentiert einen umfassenden Überblick über Lösungen für digitale Produktentwicklung, Produktlebenszyklusmanagement (PLM), Produktdatenmanagement (PDM), Fertigung/MES, ERP/CRM/SCM, Integration/Dienstleistung