Deutscher Drucker

VORSTUFE • CROSS MEDIA • DRUCK ○ WEITERVERARBEITUNG

MEDIADATEN 2024

Gültig ab 1. Januar 2024

print.de Begeisterung für Druck.

Druck&Medien AWARDS

GRAFISCHE PALETTE

PRINT INNOVATION WEEK

Offizielles Informationsorgan des Fachverband Druckindustrie und Informationsverarbeitung e.V.

Deutscher Drucker

VORSTUFE • CROSS MEDIA • DRUCK ○ WEITERVERARBEITUNG

Unschlagbare Vorteile für Ihren Erfolg!

Print – Online – Services – Multi-Channel

Deutscher Drucker ist die Nr. 1 aller Fachmagazine für die Druck- und Medienindustrie. Die Marke für Ihren Erfolg.

- die höchste verkaufte Auflage: 2.298 Exemplare (IVW II/2023)
- die meisten Abonnenten: 2.183 Exemplare (IVW II/2023)
- höchste Reichweite durch Multi-Channel-Distribution

INHALT

Seite	Thema
3	About us
4	Pre-Drupa Print Innovation Week
5	Ihr Drupa-Einladungsmanagement
6	Multi-Channel + Verbreitung
7	Mediaberatung und Mediaservice
8	Anzeigenkonditionen
10	Anzeigenkonditionen Beihefter und Beilagen
11	Adressdaten & Fakten
12	Anzeigenkonditionen Stellenanzeigen
14	Anzeigenkonditionen Branchenverzeichnis
15	Anzeigenkonditionen Marktplatz
16	Ansprechpartner in der Redaktion
17	Persona-Modell
18	**Termin- und Redaktionsplan 2024**
20	www.print.de – das Branchenportal Nr. 1
23	Allgemeine Geschäftsbedingungen

Wir stehen auf Print!

Hier sind Ihre Content- und Reichweiten-Experten

Profis und Führungskräfte der Printindustrie vertrauen seit vielen Jahren auf die Publikationen und Dienstleistungen der Deutscher Drucker Verlagsgesellschaft – genau genommen schon seit 1894. Unsere gedruckten und digitalen Produkte „Deutscher Drucker“ und „print.de“ erzielen die höchsten Reichweiten in der Branche und informieren exklusiv über die relevantesten Themen der professionellen Printproduktion.

Unsere Redakteure sind in ihren Fachressorts wahre Themen-Champions. Nicht selten genießen sie Influencer-Status. Über 250 Vorträge und Moderationen in den letzten Jahren sprechen für sich. In fünf verschiedenen Fachjurys setzt man ebenfalls auf den Sachverstand unserer Redaktion.

Um Trends zu erkennen, sie aufzugreifen und auf ihre Relevanz für die Druckbranche abzuklopfen, dazu braucht man Kompetenz, Bodenhaftung und einen emotionalen Bezug zur Druckindustrie. Das geht nur, weil wir viel in der Branche unterwegs sind.
Unsere Redakteure besuchen jedes Jahr knapp 100 Vorstufenbetriebe, Druckereien und Weiterverarbeiter.
Die Redaktion weiß deshalb, was die Branche bewegt.

Unsere Newskanäle auf Xing, Twitter / X und Facebook halten die Branche ebenfalls stets up to date.

Jede Menge eDossiers in unserem Online-Shop!

„Hier informieren sich die Besten der Branche!“
Bernhard Niemela, Managing Director

Präsentieren Sie ihre Drupa-Messe-Highlights bei der erfolgreichen Webinar-Serie Print Innovation Week!

Sprechen Sie mit print.de und Deutscher Drucker die größte Besuchergruppe der Drupa an.

Nützen Sie diese digitale Plattform und erhalten Sie vorab Leads - wie auf einer Messe.

über 25%* aller Drupa-Besucher sind deutsch-sprachig

drupa

PRINT INNOVATION WEEK

Themen:
- Digitaldruck
- Automatisierung im Offsetdruck
- Verpackungsdruck
- Veredelungstechnologien
- Large-Format-Printing
- Druckweiterverarbeitung
- Software und Workflow

Preise ab 3.950,- Euro
je Slot

Termine:
Pre-Drupa 22.-26. April 2024
Drupa Nachlese 1.-5. Juli 2024

Kontakt:

Jochen Kristek | j.kristek@print.de | Tel.: +49(0)731 88005-7058
Andrea Dyck | a.dyck@print.de | Tel.: +49(0)8341 9661784

* Quelle: drupa 2016 Post show report, nach Herkunftsland: 25% aus Deutschland plus Österreich und Schweiz

Wussten Sie schon, dass über 25%* aller Drupa-Besucher aus dem deutschsprachigen Raum kommen

Deutscher Drucker und print.de sind das perfekte Duo mit einer hohen Reichweite im deutschsprachigen Raum!

Präsentieren Sie Ihre Produkte, Dienstleistungen und Technologie-Lösungen in einem attraktiven Umfeld. Nutzen Sie beide Kanäle für die Bewerbung Ihrer Produkte vor, während und nach der drupa-Messe.

Paket 1 - Digital only

1x Standalone Newsletter

1x print.de Advertorial

1x daily Newsletter Banner Position 2 oder 3

1x Billboard Banner 1 Woche mit 10.000 Ad Impression

Preis 7.950,- € anstatt 8.620,- €

Paket 2 - Print und Digital

1x 1/1 Anzeigenseite, Platzierung rechts

1x Newsletter Advertorial

1x Half Page Ad 1 Woche mit 10.000 Ad Impression

Preis 8.250,- € anstatt 9.000,- €

Paket 3 – Video Booster

1x Interview oder Talk, 15 Minuten, inkl. Postproduction. Veröffentlichung bei print.de und auf dem täglichen Video-Portal zur Drupa 2024 der Super Content Group.

1x print.de Video-Advertorial

Preis 2.450,- €

Deutscher Drucker ist das einzige Fachmagazin mit **6 Sonderausgaben** zur **drupa** 2024.

Ausgabe 4 – ET 14/03/24
Ausgabe 5 – ET 28/03/24
Ausgabe 6 – ET 11/04/24
Ausgabe 7 – ET 25/04/24
Ausgabe 8 – ET 05/05/24
Ausgabe 9 – ET 23/05/24

Special

Fragen Sie nach den Sonder-Newslettern vor und während der Drupa!

Kontakt:

Jochen Kristek | j.kristek@print.de | Tel.: +49(0)731 88005-7058
Andrea Dyck | a.dyck@print.de | Tel.: +49(0)8341 9661784

* Quelle: drupa 2016 Post show report, nach Herkunftsland: 25% aus Deutschland plus Österreich und Schweiz

Profitieren Sie von den besten Kanälen!

Druckauflage*	4.200
Tatsächlich verbreitete Auflage (TvA)*	2.936
Verkaufte Auflage*	2.298
davon Abonnements*	2.183
Freistücke*	638
Visits**	194.516
Page Impressions**	506.468
Newsletter-Abonnenten weekly	8.000
Newsletter-Abonnenten daily	8.200
Newsletter-Abonnenten Large Format Print	680
Facebook Fans	4.656
Xing Freunde	11.091
Twitter / X Follower	3.260
LinkedIn	1.580

***Auflagenkontrolle:**
Auflagenanalyse: Exemplare pro Auflage
Durchschnitt IVW II/2023

****Nutzungsdaten von print.de**
IVW 03/2023

Wir sind immer für Sie da.
Ihre Ansprechpartner im Anzeigenmarketing.

Jochen Kristek
Leitung Key Account
and Sales

Tel.: +49(0)731 88005-7058
Mobil: +49(0)151/46445545
j.kristek@print.de

Andrea Dyck
Verlagsrepräsentantin

Verlagsbüro Felchner
Alte Steige 26
87600 Kaufbeuren
Tel.: +49(0)8341 9661784
Fax: +49(0)8341 871404
a.dyck@print.de

Alessandra Andreatta
Anzeigenservice

Tel.: +49(0)731 88005-7192
a.andreatta@print.de

Regine Grossmann
Anzeigenservice

Tel.: +49(0)731 880057025
r.grossmann@print.de

Neil Stratton Verlagsrepräsentant GB, USA, CA
Heiton Mains • Heiton • Kelso • Roxburghshire TD5 8JR-UK • Tel.: +44 (0)1573/450695 • neildstratton@btinternet.com

Formatanzeigen oder Advertorials

FORMAT	AUSRICHTUNG	IM SATZSPIEGEL BREITE x HÖHE MM	IM ANSCHNITT* BREITE x HÖHE MM	FARBE	PREISE (EURO)	PREIS BEI MEHRFACHSCHALTUNG 2 x (5%)	5 x (10%)	8 x (15%)	12 x (20%)
1/1 Seite		202 x 267	230 x 300	4-farbig	6.950,–	6.602,50	6.255,00	5.907,50	5.560,00
1/2 Seite	hoch	99 x 267	113 x 300	4-farbig	5.600,-	5.320,–	5.040,–	4.760,–	4.480,–
	quer	202 x 124	230 x 148						
1/3 Seite	hoch	60 x 267	74 x 300	4-farbig	4.630,–	4.398,50	4.176,–	3.935,50	3.705,–
	quer	202 x 73	230 x 97						
1/4 Seite	hoch	41 x 267	55 x 300	4-farbig	3.950,–	3.752,50	3.555,–	3.357,50	3.160,–
	quer	202 x 48	230 x 72						

FORMAT	AUSRICHTUNG	IM SATZSPIEGEL BREITE x HÖHE MM	IM ANSCHNITT* BREITE x HÖHE MM	FARBE	PREISE (EURO)	PREIS BEI MEHRFACHSCHALTUNG 2 x (5%)	5 x (10%)	8 x (15%)	12 x (20%)
1/4 Seite	2-spaltig	99 x 124	113 x 148	4-farbig	3.950,–	3.752,50	3.555,–	3.357,50	3.160,–
2/1 Seite		432 x 267	460 x 300	4-farbig	13.000,–	12.350,–	11.700,–	11.050,–	10.400,–
2/3 Seite	hoch	133 x 267	147 x 300	4-farbig	6.450,–	6.127,50	5.805,–	5.482,50	5.160,–
	quer	202 x 174	230 x 198						

*** Breite x Höhe zzgl. 3 mm Beschnitt ringsum**

VORZUGSPLATZIERUNGEN

1/1 Seite	4. Umschlagseite	4-farbig	7.900,–
1/1 Seite	2. Umschlagseite	4-farbig	7.900,-
Titelseite	210 x 205 mm	4-farbig	9.100,-
Titelseite	145 x 206 mm	4-farbig	8.600,-
Titelseite	62 x 110 mm (Stopper Anz.)	4-farbig	2.950,-
Titelseite	62 x 24 mm (Stopper Anz.)	4-farbig	2.100,-

Weitere Platzierungsvorschriften zuzüglich 20 % auf den Anzeigenpreis

Preise Die Preise beziehen sich jeweils auf einen Abnahmezeitraum von 12 Monaten. Bei den ausgewiesenen Preisen sind Nachlässe bereits berücksichtigt. Alle genannten Preise in Euro zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

Beihefter und Beilagen

Wir bieten Ihnen die wirkungsvollste Musterpräsentation:
Ihr Muster als Beilage oder Beihefter mit einem Advertorial,
das Optik, Haptik und die Anwendung beschreibt.
Weitere Möglichkeiten zur Muster- oder Papierpräsentation auf Anfrage.

Anlieferanschrift	Silber Druck oHG, z. Hd. Herr Lucas Silber Otto-Hahn-Straße 25, D - 34253 Lohfelden
Liefermenge	Die exakte Liefermenge nennen wir Ihnen bei Auftragserteilung. Überlieferungen werden drei Wochen nach Erscheinungstermin makuliert. Lieferung bitte mit deutlicher Kennzeichnung der Liefermenge sowie der Ausgabe.
Anliefertermin	Jeweils 10 Tage vor Erscheinen der jeweiligen Ausgabe.
Weitere Formate	Weitere Formate sowie Beschnittschemata erhalten Sie auf Anfrage.
Preise	Alle genannten Preise in Euro zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer. Beilagen und Beihefter werden nicht rabattiert.
Standardbeilagen	werden lose und an unbestimmter Stelle ins Heft eingelegt und maschinell verarbeitet.
Aufpreise	Aufkleber an bestimmter Stelle (Beihefter 2-stg.) manuelles Einlegen manuelles Aufkleben etc.

BEILAGEN

Beilagenformat maximal 220 mm breit und 295 mm hoch

Gewicht bis 25 g 5.100,- Gewicht bis 50 g 5.490,-

weitere auf Anfrage

BEIHEFTER, 2- BIS 8-SEITIG

Papiergewicht bis maximal 180 g/m² möglich

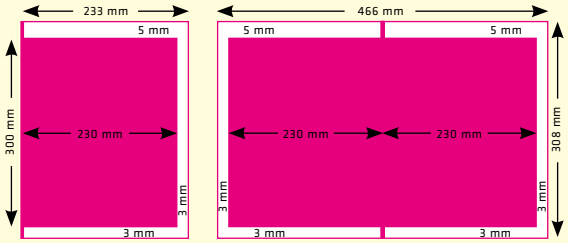
2-seitig 5.900,– 6-seitig 7.300,–

4-seitig 6.700,– 8-seitig 8.000,–

weitere auf Anfrage

BESCHNITTSCHEMA BEIHEFTER

Ausgaben mit Rückenstichheftung



ADRESSEN

Deutscher Drucker Verlag – eine Unit der Ebner Media Group GmbH & Co. KG

Telefon	+49(0)731 88005-7058
Internet	http://www.print.de
Versandadresse	Karlstr. 3, 89073 Ulm
Bankverbindung	Volksbank Ulm-Biberach IBAN: DE19 6309 0100 0036 2600 02 BIC: ULMVDE66, UST-IdNr. DE147041097
Geschäftsleitung	Marco Parrillo
Verlagsleitung	Bernhard Niemela Managing Director und Chefredakteur Tel.: +49(0)731 88005-7020, b.niemela@print.de
Anzeigenleitung	Jochen Kristek, Leiter Key Account und Sales Tel.: +49(0)731 88005-7058, j.kristek@print.de
Produktionsleitung	Thomas Heydn, Leiter Herstellung Tel.: +49 (0)731 88005-8111, thomas.heydn@ebnermedia.de

RECHNUNGSSTELLUNG

Zahlung	14 Tage nach Rechnungsstellung ohne jeden Abzug.
Bankverbindung	Volksbank Ulm-Biberach IBAN: DE19 6309 0100 0036 2600 02 BIC: ULMVDE66
AGB	Es gelten die aktuellen AGBs, zu finden unter: www.print.de/Service/AGB

AUFLAGENANALYSE & ZAHLEN

Erscheinungsort	Ulm
Erscheinungsweise	16 Ausgaben

TECHNISCHE ANGABEN – DATENTRANSFER

Heftinformationen	
Heftformat	230 mm breit, 300 mm hoch
Satzspiegelformat	206 mm breit, 269 mm hoch
Spaltenbreite	66 mm/49 mm
Spaltenzahl	3/4
Druck	
Druckverfahren	Offsetdruck, 80er Raster
Papier	90 g Clarobulk, Papierklasse SK3, holzfrei
Technische Vorgaben	
Druckunterlagen	PDF/X3 od. PDF/X4 im Modus CMYK, PSOcoated_v3_eci.icc 3 mm Beschnittzugabe an allen Seiten, Passer- bzw. Beschnittmarken anbringen, Schrift und Bilder einbinden. Um zu vermeiden, dass Bildelemente oder Text ungewollt in den Beschnitt rutschen, bitte 5 mm Abstand zum Heftrand einhalten.
Profile	PSO Coated v3 (ECI)
Datenkomprimierung	SIT, SITX, SEA (Mac), ZIP (PC)
Datentransfer	E-Mail: r.grossmann@print.de

ONLINE-STELLENANZEIGEN

LEISTUNGSDATEN

- erscheint für 60 Tage im mobil-optimierten Online-Stellenmarkt
- persönlicher Ansprechpartner
- 50 % Rabatt für Start-ups

NUTZERGRUPPEN

Vertriebsleiter, Verkaufsleiter, CEO/ Geschäftsführer, Abteilungsleiter Druck, Sales Manager, Produktionsleiter, IT-Administrator, Drucker/ Medientechnologe, Mediengestalter, Buchbinder, Verpackungsdrucker, Techniker/Meister.

SCHALTUNG

Bitte beachten Sie, dass pro Stellenanzeige nur eine Position ausgeschrieben werden kann.
Eine Schaltung ist jederzeit per Selbsteingabe-Tool möglich unter:
https://bit.ly/3BkhZa7

FORMAT UND PREIS:

GOLD BESTSELLER	Preise
Gestaltete Anzeige in Ihrem CI / CD • *Logodarstellung in der Suchergebnisliste* • *Refresh nach 30 Tagen (Datumsaktualisierung)* • *Videoeinbindung gegen Aufpreis möglich* • *Verlinkung der Stellenanzeige im print.de-Newsletter*	1.195,– * €

SILBER	Preise
Gestaltete Anzeige nach Mustervorlagen mit Einbindung Ihres Firmenlogos • *Logodarstellung in der Suchergebnisliste* • *Verlinkung der Stellenanzeige im print.de-Newsletter*	870,– * €

BRONZE	Preise
Textanzeige nach vorgegebenem Layout • *Bewerberansprache zwischen DU und SIE wählbar*	795,– * €

ZUBUCHBAR	Preise
W&V Stellenmarkt - Marketing-, Werbung- und Medienjobs	ab 430,- € (BRONZE)
PAGE Stellenmarkt - Jobs für die Kreativbranche	ab 430,- € (BRONZE)

Kontingente

Rabatt pro Anzeige auf den Listenpreis
(bezieht sich auf einen Zeitraum von 12 Monaten)

3 Stellen	16 %
5 Stellen	21 %
10 Stellen	26 %
20 Stellen	39 %

* Preise in Euro zzgl. MwSt. Es gelten die AGB des Verlags. Die Preise für Stellenanzeigen sind nicht rabattfähig. 15% Vermittlungsprovision wird nur bei Vermittlung von Aufträgen Dritter und ausschließlich eingetragenen Werbemittlern gewährt. Die AGB können Sie hier einsehen: www.ebnermedia.de/ebvm/agb

Sie wollen maximale Aufmerksamkeit?

Für einen Zuschlag von 99,- € sichern Sie sich eine TOPJOB-Platzierung auf jobs.print.de.**
ReichweitenPLUS: Eine Verstärkung der Reichweite durch gezieltes Suchmaschinen-Marketing erhalten Sie für einen Zuschlag von 270,- €.

**möglich bei SILBER- und GOLD-Buchung

print.de
Stellenmarkt
Jobs für die gesamte Druckindustrie

60 TAGE ONLINE

ONLINE+PRINT

Mit einer Printanzeige im Stellenmarkt des Fachmagazins Deutscher Drucker treffen Sie zusätzlich Fachkräfte, die sich für Jobangebote in der Druckindustrie interessieren.

Sie sprechen alle Leser an, denn Stellenanzeigen machen neugierig – eine gute Chance, auf Personen zu treffen, die latent suchen und die sich von Ihrem Angebot besonders angesprochen fühlen!

Unterstreichen Sie die Wertigkeit Ihrer Suche nach geeigneten Mitarbeitern für eine Position in Ihrem Unternehmen mit einer Printanzeige im Stellenmarkt!

Die genannten Preise sind Aufpreise auf die Schaltung einer Online-Stellenanzeige zum Preis von 1.195,- € (GOLD) / 870,- € (SILBER) / 795,- € (BRONZE)

Anzeige	Format	Preis Print*
1/1 Seite	202 x 267	+ 3.495,- €
1/2 Seite quer	202 x 124	+ 1.195,- €
1/2 Seite hoch	99 x 267	+ 1.195,- €

Anzeige	Format	Preis Print*
1/4 Seite	99 x 124	+ 290,- €

Format im Satzspiegel, Breite x Höhe in mm

*** Preisaufschlag auf eine Online-Stellenanzeige in Euro zzgl. MwSt.** Es gelten die AGB des Verlags. Die Preise für Stellenanzeigen sind nicht rabattfähig. 15% Vermittlungsprovision fällt nur bei Vermittlung von Aufträgen Dritter an und wird nur eingetragenen Werbemittlern gewährt. Die AGB können Sie hier einsehen: www.ebnermedia.de/ebvm/agb

Kontingente

Rabatt pro Anzeige auf den Listenpreis
(bezieht sich auf einen Zeitraum von 12 Monaten)

3 Stellen	16 %
5 Stellen	21 %
10 Stellen	26 %
20 Stellen	39 %

TERMINE 2024

Ausgabe	EVT	AS und DU	AS und Rubrik und Stellen
01/2024	25.01.2024(Do)	11.01.2024(Do)	18.01.2024(Do)
02/2024	15.02.2024(Do)	01.02.2024(Do)	08.02.2024(Do)
03/2024	29.02.2024(Do)	15.02.2024(Do)	22.02.2024(Do)
04/2024	14.03.2024(Do)	29.02.2024(Do)	07.03.2024(Do)
05/2024	28.03.2024(Do)	14.03.2024(Do)	21.03.2024(Do)
06/2024	11.04.2024(Do)	28.03.2024(Do)	04.04.2024(Do)
07/2024	25.04.2024(Do)	11.04.2024(Do)	18.04.2024(Do)
08/2024	08.05.2024(Mi)	25.04.2024(Do)	02.05.2024(Do)

Ausgabe	EVT	AS und DU	AS Rubrik und Stellen
09/2024	23.05.2024(Do)	08.05.2024(Mi)	16.05.2024(Do)
10/2024	20.06.2024(Do)	06.06.2024(Do)	13.06.2024(Do)
11/2024	11.07.2024(Do)	27.06.2024(Do)	04.07.2024(Do)
12/2024	12.09.2024(Do)	29.08.2024(Do)	05.09.2024(Do)
13/2024	10.10.2024(Do)	26.09.2024(Do)	02.10.2024(Mi)
14/2024	31.10.2024(Do)	17.10.2024(Do)	24.10.2024(Do)
15/2024	14.11.2024(Do)	31.10.2024(Do)	07.11.2024(Do)
16/2024	12.12.2024(Do)	28.11.2024(Do)	05.12.2024(Do)

EVT = Erscheinungstermin / AS = Anzeigenbuchungsschluss bis 12.00 Uhr / DU = Druckunterlagentermin

Kontakt: Regine Grossmann – T: +49 731 88005-7025 | Jochen Kristek – T: +49 731 88005-7058 | Sabine Vockrodt – T: +49 731 88005-8222 | jobs@print.de

Adressen und Kontakte

Das Branchenverzeichnis von A–Z.
Die gedruckte Suchmaschine für die Druck- und Medienindustrie.

Alle Anzeigen werden ab 16 Schaltungen kostenfrei
im Online-Branchenverzeichnis auf print.de veröffentlicht.

Grundpreise	49 mm Breite: Je Millimeter Höhe 4,70 € (farbig). 153 mm Breite: Je Millimeter Höhe 13,50 € (farbig). Preis in Euro zzgl. gesetzlicher MwSt.
Rabatte	Bei Mehrfachschaltungen siehe Rabatttabelle.
Anzeigenschluss	Jeweils dienstags bis 9 Uhr.
Anzeigenbreite	49 mm und 153 mm
Ansprechpartner	Andrea Dyck, Verlagsbüro Felchner Tel.: 08341/9661784, Fax: 08341/871404 a.dyck@print.de

Preisbeispiel: 216,20 €
Format: 49 x 46 mm
Höhe je mm 4,70 €
zzgl. gesetzl. MwSt.

Preisbeispiel: 686,20 €
Format: 49 x 146 mm
Höhe je mm 4,70 €
zzgl. gesetzl. MwSt.

RABATTE

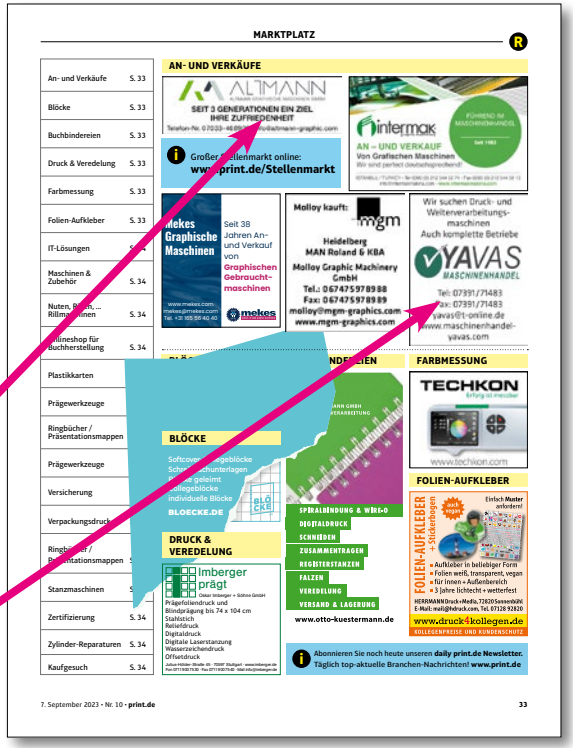
Anzahl/Schaltungen	Rabatt
6 x	5 %
16 x	25 %

An-/Verkaufsanzeigen

Grundpreis	49 mm Breite: Je Millimeter Höhe 4,70 € (farbig). 73 mm Breite: Je Millimeter Höhe 7,00 € (farbig). Preis in Euro zzgl. gesetzlicher MwSt.
Rabatte	Anzeigen in dieser Rubrik werden nicht rabattiert.
Rubriken	Verkäufe, Kaufgesuche, Beteiligungen, Geschäftsbeziehungen, Pacht, Vertretungen, Veranstaltungen, Seminare/Schulungen, Kollegenhilfe, Kooperationen, Versteigerungen, Ausschreibungen, Verschiedenes.
Anzeigenschluss	Jeweils donnerstags bis 12 Uhr.
Anzeigenbreite	49 mm und 73 mm
Ansprechpartner	Andrea Dyck, Verlagsbüro Felchner Tel.: +49(0)8341/9661784 Fax: +49(0)8341/871404 a.dyck@print.de

Preisbeispiel: 161,00 €
Format: 73 x 23 mm
Höhe je mm 7,00 €
zzgl. gesetzl. MwSt.

Preisbeispiel: 296,10 €
Format: 49 x 63 mm
Höhe je mm 4,70 €
zzgl. gesetzl. MwSt.


MARKTPLATZ

AN- UND VERKÄUFE

BLÖCKE

DRUCK & VEREDELUNG

FARBMESSUNG

FOLIEN-AUFKLEBER

7. September 2023 • Nr. 10 • print.de 33

Ihre Ansprechpartner in der Redaktion

Bernhard Niemela
M.A.

Chefredakteur
Digitaldruck/
Papier & Bedruckstoffe

Tel.: +49(0)731 88005-7020
b.niemela@print.de

Gerd Bergmann
Dipl.-Wirt.-Ing. (FH)

Stellv. Chefredakteur Druck/
Wirtschaftsthemen

Tel.: +49(0)731 88005-7047
g.bergmann@print.de

Martina Reinhardt
M.A.

CvD/Redakteurin
Druckweiterverarbeitung

Tel.: +49(0)731 88005-7017
m.reinhardt@print.de

Michael Schüle
Druck- und Medientechniker

Redakteur
Digitaldruck/Medienvorstufe

Tel.: +49(0)731 88005-7027
m.schuele@print.de

Die „Persona“: Für wen schreiben wir eigentlich?

So erreichen relevante Informationen die richtige Zielgruppe

Bevor ein Redakteur unseres Hauses anfängt, einen Text zu schreiben, überlegt er sich genau, für welche unserer Zielgruppen sein Content besonders geeignet ist: Ist die Information, die er produzieren möchte, eher interessant für einen Geschäftsführer oder für den Technischen Leiter einer Druckerei? Trifft der Content eher den Informationsbedarf eines Einkäufers oder den eines Print-Operators?

Mit anderen Worten: Die Redaktion füllt nicht einfach Seiten, sondern bereitet ihren Content für verschiedene Zielgruppen sehr differenziert auf. Intern werden die unterschiedlichen Zielgruppen durch „Persona“ verkörpert.

Seit 2017 gehen wir nun ganz neue Wege: In qualifizierten Telefoninterviews haben wir mehrere Leute in der Druckbranche zu ihrem Arbeitsalltag befragt, um letztlich noch besser zu verstehen, wann sie welche Information benötigen und in welcher Form sie welche Inhalte nützen möchten. Auf Basis unserer „Persona“ legen wir nun für jede Art von Content fest, auf welchen Kanälen welche Inhalte in welcher Form für welche Zielgruppen ausgespielt werden. So erreichen wir unsere Zielgruppen, also Ihre Kunden, noch besser.

Übrigens: Wenn wir von „Content“ sprechen, kann das sehr vielfältig sein. Natürlich denken wir als „Drucker” immer an Print, aber eben nicht nur! Mal ist unser Content ein längerer Hintergrundartikel im Fachmagazin Deutscher Drucker, mal kommt er in Form eines print.de-Newsletters daher.

Was uns ebenfalls bewusst ist: Manchmal sagt ein Video mehr als tausend Worte. Im Multichannel-Zeitalter bedienen wir unsere „Persona“ dort, wo sie sich gerade aufhalten. Der Eine steht mehr auf Print, der Andere auf Digital. Für Beide schreiben wir mit viel Empathie. SEO-optimierte Texte sind da natürlich ein Muss. Denn wir lernen auch gerne neue „Personas“ kennen. Ihnen geht das vermutlich genauso.

„Mit unseren Touchpoints haben wir die höchste Sichtbarkeit und Reichweite“

Jochen Kristek, Leitung Key Account und Sales

AG	ET	AS FORMAT	AS RUBRIK	SCHWERPUNKTTHEMEN | PRODUKTE & TECHNIK | KUNDEN & MÄRKTE | MANAGEMENT | MESSEN
1	25.01.2024	11.01.2024	18.01.2024	Der Auftakt in das Drupa-Jahr. Wird 2024 das Jahr des Digitaldrucks? | Inkjetdruck- und Tonerdrucksysteme | Digitale Veredelungstechnologien | Die Druckweiterverarbeitung macht den Unterschied | Digitalisierung und Automatisierung | Workflow, Software und IT für Druckereien | KI in der Druckindustrie
2	15.02.2024	01.02.2024	08.02.2024	Innovative Technologien: Vorstufe, Druck, Weiterverarbeitung | Digitalisierung und Automatisierung: Internationale und nationale Leuchtturmprojekte | Anwenderreportagen | Sinnvolle Softwarepakete für Druckdienstleister | Finanzierungsmöglichkeiten von Investitionen für Druckereien | Tolle Effekte und mehr Wirkung: Mehr Geschäftserfolg durch Druckveredelungen
3	29.02.2024	15.02.2024	22.02.2024	Messe-Ausgabe zur Fespa 2024 – Digitaler Großformatdruck, Textildruck, Industrial Printing: Märkte und Technologien | Die wichtigsten Fespa-Aussteller | Offsetdruck: Mit Automatisierung zum perfekten Workflow | Druckweiterverarbeitung und Logistik | Angesagte Papiere für Offset- und Digitaldruck | Software zur Produktionsoptimierung | Messevorschau: Fespa
4	14.03.2024	29.02.2024	07.03.2024	Drupa Ausgabe 1: Quo vadis Druckindustrie? Die lukrativsten Märkte für Druckdienstleister | Druckweiterverarbeitung | Druckveredelung | Eindrucksvolle Papiere
5	28.03.2024	14.03.2024	21.03.2024	Drupa Ausgabe 2: Automatisierung im Drucksaal | Nachhaltigkeit und Ökologie
6	11.04.2024	28.03.2024	04.04.2024	Drupa Ausgabe 3: Offsetdruck | Flexodruck | Verpackungsdruck und Etikettenproduktion
7	25.04.2024	11.04.2024	18.04.2024	Drupa Ausgabe 4: Die große Digitaldruck-Ausgabe zur Drupa 2024 mit den wichtigsten Technologieinnovationen
8	08.05.2024	25.04.2024	02.05.2024	Drupa Highlight-Ausgabe 5: Alle wichtigen Aussteller und ihre Exponate von A bis Z im Überblick
9	23.05.2024	08.05.2024	16.05.2024	Drupa Start-Ausgabe 6: Die größten Drupa-Trends – Was sich Drucker unbedingt ansehen sollten
10	20.06.2024	06.06.2024	13.06.2024	Die vielfältigen Anwendungen des Digitaldrucks | Inkjetdruck- und Tonerdrucksysteme | Industrial Printing – Bedruckstoffe, Folien, Oberflächen und Farben: Worauf es beim Industrial Printing ankommt | KI in der Druckindustrie | Die passende Technologie für ungewöhnliche Printproduktionen: Drucksysteme und Weiterverarbeitungsmaschinen

AG	ET	AS FORMAT	AS RUBRIK	SCHWERPUNKTTHEMEN | PRODUKTE & TECHNIK | KUNDEN & MÄRKTE | MANAGEMENT | MESSEN
11	11.07.2024	27.06.2024	04.07.2024	Welche Druckveredelungen den Geschäftserfolg von Druckereien steigern | Energiesparende Trocknersysteme: Was gilt es zu beachten? | Bogenoffset-Ranking: Die performantesten Bogenoffsetdruckmaschinen | Besser drucken: Makulatur und Chemikalien-Einsatz reduzieren | UV-Technologien | Die richtige Technologie für perfektes Coating – Maschinen, Rohstoffe, Ausrüstung | Workflow, Software und IT für Druckereien
12	12.09.2024	29.08.2024	05.09.2024	Messe-Ausgabe zur FachPack 2024: Wachstumsmarkt Verpackungsdruck | Lukrative Geschäftsmodelle und die dazu passenden Technologien | Textildruck für Indoor- und Outdoor-Anwendungen Wie weit ist der Digitaldruck im Bereich flexibler Verpackungen? | State-of-the-Art-Bericht: Zukunftsweisende Technologieinstallationen in Druckereien | Messevorschau FachPack
13	10.10.2024	26.09.2024	02.10.2024	Automatisierung in der Printproduktion | Digitaldruck, Offsetdruck, Siebdruck oder Flexodruck: Welche Drucktechnologien eignen sich am besten für welche Anwendungen? | Absolut im Trend: Veredelung mit Digitaldrucksystemen | So vermarktet man Digitaldruckdienstleistungen – Best-Practice-Beispiele | Moderne Medienvorstufe: Crossmediales und Database-Publishing | IT für Druckereien
14	31.10.2024	17.10.2024	24.10.2024	Digitaler Bücherdruck: Technologien, Produkte und Märkte | Vermarktung von Digitaldruckdienstleistungen – Best-Practice-Beispiele | Wachsender Trend: Veredelung mit Digitaldrucksystemen | Large Format Printing | Moderne Medienvorstufe: Crossmediales und Database-Publishing | Workflow, Software und IT für Druckereien | Großes Special: Recruiting und HR in der Druckindustrie
15	14.11.2024	31.10.2024	07.11.2024	Großer Sonderteil Etikettenproduktion: Digitaldruck, Flexodruck, Offsetdruck, Veredelung und Weiterverarbeitung | Erfolgsstories aus dem Labelmarkt | Großer Sonderteil Etikettendruck: Die passenden Technologien für Druck und Weiterverarbeitung | Materialien für die Etikettenproduktion
16	12.12.2024	28.11.2024	05.12.2024	Jahresrückblick: Technologie-Summary – Das waren die wichtigsten neuen Technologien des Drupa-Jahres 2024 | Digitalisierung und Automatisierung | „Menschen in der Druckindustrie“: Spannende Porträts von Unternehmern, Führungskräften und Influencern aus Druckereien, Vorstufenbetrieben und Buchbindereien | UV-Trocknungssysteme im Überblick

AG Ausgabe **ET** Erscheinungstag **AS Format** Anzeigenschluss Formatanzeigen **AS Rubrik** Anzeigenschluss Rubrikanzeigen **Messeausgaben**

Bei uns finden die User das, was sie für Ihr tägliches Geschäft brauchen: aktuelle Nachrichten, Trends und Inspiration. Dabei liefert print.de kompetent recherchierte Beiträge nicht nur besonders schnell, sondern oft auch exklusiv.

Print.de ist das Fachportal mit der höchsten Reichweite für die deutschsprachige Druckindustrie. Damit erreicht print.de die Mehrheit der Führungs- und Fachkräfte in seiner Branche. Ob Banner-Werbung oder Lead Generierung, print.de bietet immer garantierte Ergebnisse zum vereinbarten Budget und liefert als Beleg ein ausführliches Reporting. Der branchenweit größte Stellenmarkt bietet zusätzlichen Mehrwert.

Nur ein einziges Branchen-Portal stellt sich der IVW-Prüfung!
Die Reichweite von print.de ist IVW-geprüft und bietet Ihnen somit für Ihre Werbeplanung ein höchstmögliches Maß an Transparenz.
Aktuelle Reichweitendaten finden Sie auf ivw.de.

Mehr Reichweite und Sichtbarkeit durch multimediale Kampagnen mit Deutscher Drucker und print.de!

Konnten wir Ihr Interesse wecken?
Für eine detaillierte Vorstellung dieser Werbeformen biete ich Ihnen gerne einen unverbindlichen Präsentationstermin an.

Jochen Kristek | Leitung Key Account and Sales
Tel. +49(0)731 88005-7058 | j.kristek@print.de

Besuche/Visits:	194.516 mtl.
Seitenaufrufe/Page Impressions:	506.468 mtl.

Quelle: IVW 03/2023

Ein Stand Alone Newsletter und Advertorials sind Content im Look & Feel der redaktionellen Berichterstattung, jedoch als Anzeige gekennzeichnet und mit den Inhalten des Werbekunden versehen.

Stand Alone Newsletter

Ein Sondermailing im Look & Feel des redaktionellen Newsletters exklusiv mit Ihren Inhalten, Bildern und den optionalen Werbeflächen zur direkten Kundenansprache an alle Abonnenten zu einem Zeitpunkt Ihrer Wahl. Sie liefern Bild und Text – wir setzen es für Sie um. Versand auf Nachfrage inklusive ausführliches Reporting.

Preis: 4.500,– Euro

print.de-Advertorial

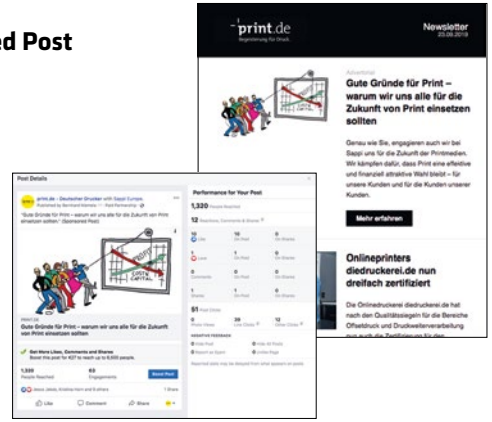
Kommunizieren Sie Ihre Message prominent 1 Woche lang auf der Top-Platzierung auf print.de inklusive Versand im daily Newsletter, Veröffentlichung auf Facebook und Hosting über 1 Jahr.

Preis: 2.250,- Euro

Newsletter-Advertorial / Sponsored Post

Ergänzen Sie mit einem Sponsored Post in Form eines Beitrags in unserem daily Newsletter wirksam Ihre Content Marketing Kampagne. Direkte Verlinkung zur Landingpage des Werbekunden und Veröffentlichung auf Facebook.

Preis: 1.100,- Euro



Portal

Werbeform	Format/Pixel	Preis für 1.000 Auslieferungen (Ad Impressions)
Superbanner	728 x 90	85,– Euro
Skyscraper	160 x 600	90,– Euro
Content-Ad	300 x 250	105,– Euro
Halfpage Ad	300 x 600	115,– Euro
Billboard	980 x 250	130,– Euro
Wallpaper	728 x 90 + 160 x 600	135,– Euro
Maxi Ad	640 x 480	2.600,– Euro/Woche

Newsletter

	Werbeform Format	Platzierung	Preis
daily	Premium Banner 580 x 250	1. Position	1.050,- Euro/**5** Aussendungen/Woche
	Premium Banner 580 x 250	2. und 3. Position	950,- Euro/**5** Aussendungen/Woche
weekly	Premium Banner 580 x 250	1. Position	485,- Euro/**1** Aussendungen/Woche
	Premium Banner 580 x 250	2. und 3. Position	385,- Euro/**1** Aussendungen/Woche
large-format-print	Premium Banner 580 x 250	1. Position	385,- Euro/**1** Aussendungen/Woche
	Premium Banner 580 x 250	2. und 3. Position	285,- Euro/**1** Aussendungen/Woche

print.de Begeisterung für Druck. Newsletter 17.10.2018

Newsletter

Der Print.de Newsletter wird wöchentlich an 5 Werktagen versendet und erreicht bis zu 8.200 Abonnenten pro Aussendung (Stand 09/2023).

Weitere Werbemöglichkeiten inkl. Stand-Alone Newsletter, Advertorial Sponsored Post und Leadgenerierung finden Sie auf unserer Online-Mediadaten-Website.

Diese Seite ist nur eine Kurzübersicht unserer Online-Werbeformen.
Die kompletten Online-Mediadaten können Sie

hier downloaden

https://media.print.de/#downloads

Alle Preise zzgl. gesetzlicher MwSt.

1 | »Anzeigenaufträge« im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbung treibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.
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 | Die Anzeigenpreise ergeben sich aus der bei Vertragsschluss gültigen Anzeigenpreisliste des Verlages. Ändert sich der Anzeigentarif nach Vertragsabschluss, ist der Verlag berechtigt, den Preis nach der zum Zeitpunkt der Veröffentlichung gültigen Preisliste zu berechnen; dies gilt nicht im Geschäftsverkehr mit Nichtkaufleuten, sofern zwischen dem Vertragsschluss und dem Zeitpunkt der Veröffentlichung nicht mehr als 4 Monate vergangen sind. Werbeagenturen und Werbemittlern ist es untersagt, die vom Verlag gewährten Mittlergebühren ganz oder teilweise an ihre Auftraggeber weiterzugeben.
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. Kann die Zeitschrift infolge höherer Gewalt (z.B. Krieg, Mobilmachung, Arbeitskampf oder sonstige nicht vorhersehbare Ereignisse) überhaupt nicht, nicht in vollem Umfang oder nicht rechtzeitig erscheinen, ergeben sich daraus keine Ansprüche des Auftraggebers.
5 | Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
6 | 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. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
7 | Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens zwei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Der Verlag ist berechtigt, Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, mit dem Wort »Anzeige« deutlich kenntlich zu machen.
8 | Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen wegen ihrer technischen Form oder ihrer Herkunft abzulehnen: dasselbe gilt, wenn der Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder die Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrags wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
9 | Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.
10 | Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Preisminderung in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde, oder auf eine einwandfreie Ersatzanzeige. Lässt der Verlag eine ihm für deren Veröffentlichung gesetzte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Preisminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – insbesondere bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen. Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und der Höhe nach auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt.
Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seiner Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts beschränkt. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von 4 Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.
11 | 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.
12 | Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
13 | 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 zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist.
14 | Bei Zahlungsverzug berechnet der Verlag unter Vorbehalt weitergehender Rechte Verzugszinsen in Höhe von 1 % über dem jeweiligen Basiszinssatz der EZB. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags 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 offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
15 | Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
16 | Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
17 | Aus einer Auflagenminderung kann bei einem 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 20 v. H. beträgt. Preisminderungsansprüche sind jedoch ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage unter dem Anerbieten, vom Vertrag zurückzutreten, rechtzeitig Kenntnis gegeben hat.
18 | Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Der Verlag behält sich im Interesse und zum Schutz des Auftraggebers das Recht vor, die eingehenden Angebote zur Ausschaltung von Missbrauch des Zifferndienstes zu Prüfzwecken zu öffnen. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.
19 | Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.
20 | Rabattgutschriften und Rabattnachbelastungen erfolgen grundsätzlich erst zum Ende des Insertionsjahres.
21 | Platzierungsbestätigungen gelten nur unter Vorbehalt und können aus technischen Gründen geändert werden. In solchen Fällen kann der Verlag nicht haftbar gemacht werden.
22 | 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 Nichtkaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nichtkaufleuten, zum Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

Deutscher Drucker

VORSTUFE • CROSS MEDIA • DRUCK ○ WEITERVERARBEITUNG

DEUTSCHER DRUCKER – EINE UNIT DER EBNER MEDIA GROUP GMBH & CO. KG

Telefon +49(0)731 88005-7058

Versandadresse Karlstr. 3, 89073 Ulm