

Mediadaten print.de 2024

gültig ab 1. Januar 2024

Mediadaten 2024 – Inhalt

- 3 Wir stehen auf Print!**
- 4 Ansprechpartner**
- 5 Das reichweitenstärkste Druckfachportal in Deutschland**
- 6 Benutzer-Strukturdaten**
- 7 Display-Kampagnen**
- 9 Newsletter**
- 10 Stand-Alone-Newsletter**
- 11 Leadgenerierung**
- 13 Pre-Drupa Print Innovation Week / Drupa Kommunikation**
- 14 Advertorial**
- 15 Reporting**
- 16 Unsere Reichweite für Ihren Werbeerfolg**
- 17 Stellenmarkt**
- 18 Native Advertising**
- 19 Technische Spezifikationen**
- 20 Allgemeine Geschäftsbedingungen**

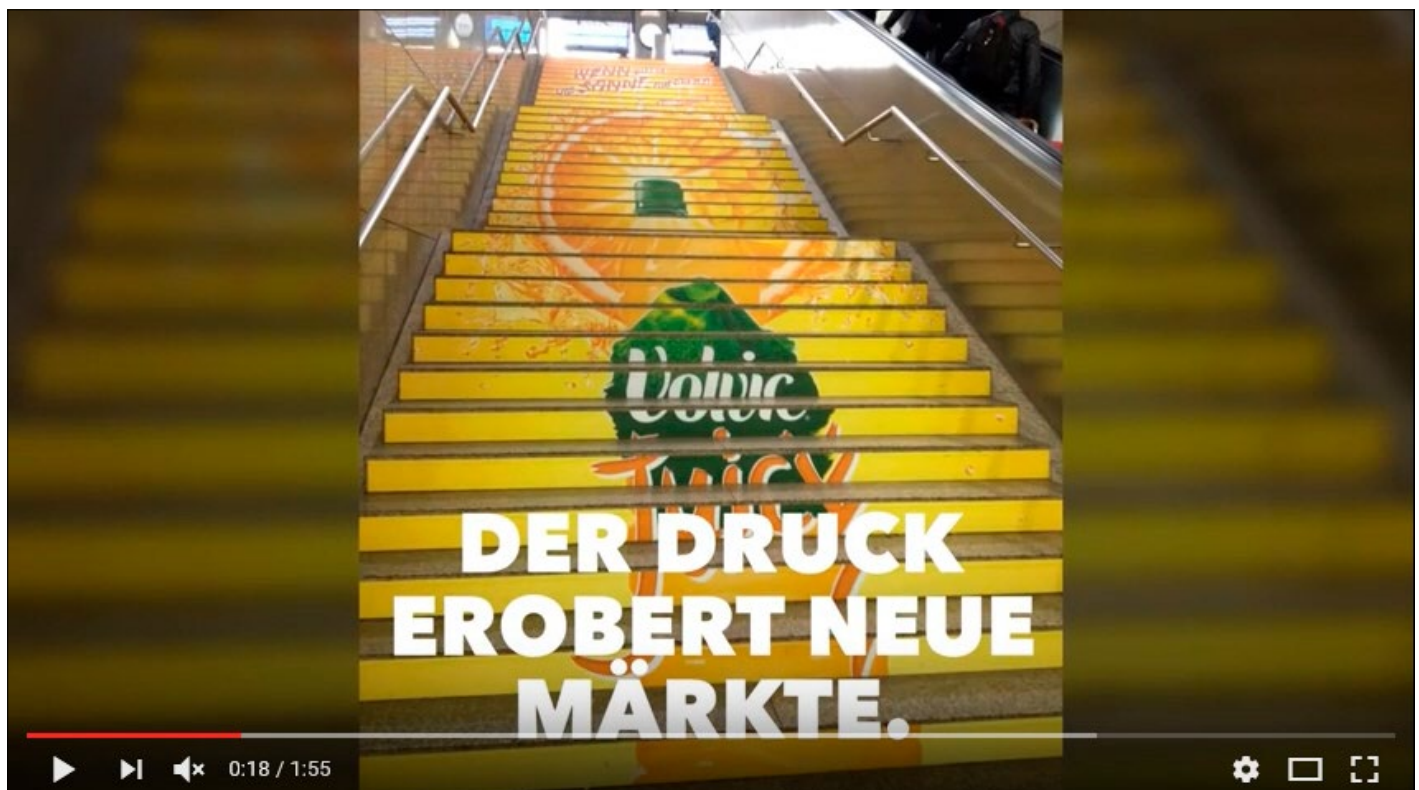
Wir stehen auf Print!

Hier sind Ihre Content- und Reichweiten-Experten

Profis und Führungskräfte der Printindustrie vertrauen seit vielen Jahren auf die Publikationen und Dienstleistungen der Verlag Deutscher Drucker – 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. Rund fünfzig Vorträge und Moderationen in den letzten Jahren sprechen für sich. In fünf verschiedenen Fachjurs 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. Dazu gehört, dass 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. Für ihr Business informieren sich viele Fach- und Führungskräfte täglich auf print.de. Unsere Newskanäle auf Xing, Twitter und Facebook halten die Branche ebenfalls stets up to date. Die Verlagsbereiche Events (Awards, Ausstellungen, Open Houses), E-Commerce (Produkte für Printfans) und Marketing Services (Corporate Communication, SEO) machen die Deutscher Drucker Verlagsgesellschaft zu einem gefragten Full-Service-Dienstleister. Rund zehn Kunden lassen sich von unserer Agentureinheit „3co-max“ in Sachen Kommunikation und PR unterstützen. Unsere SEO-Spezialisten sorgen dafür, dass der wertvolle Content, den wir für unsere Kunden produzieren, auch von allen Interessierten gefunden wird.



Ansprechpartner



Jochen Kristek
Deputy General Manager,
Key Account und Sales Director

Tel.: +49(0)731 88005-7058

Mobil: +49(0)151 464 455 45

Mail: j.kristek@print.de

„Ihre Zielgruppe
finden Sie bei uns.“



Bernhard Niemela
Managing Director,
Leitung print.de

Tel.: +49(0)731 88005-7020

Mobil: +49(0)151 46 44 55 70

Mail: b.niemela@print.de

„Hier informieren
sich **die Besten**
der Branche!“

Verlag

Ebner Media Group GmbH & Co. KG
Sitz Ulm, Registergericht Ulm, HRA 1900

PhG Ebner Ulm MGV GmbH
Sitz Ulm, Registergericht Ulm, HRB 576
USt-IdNr.: DE 147041097

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

Versandadresse: Karlstr. 3 | 89073 Ulm

Bankverbindung:
Volksbank Ulm-Biberach
IBAN: DE 19 6309 0100 0036 2600 02
BIC: ULMVDE66

print.de – Das Druckfachportal in Deutschland!

Wir decken unsere Potentiale auf, analysieren unseren Content und optimieren unsere Inhalte, um optimale Sichtbarkeit und Reichweite in der Zielgruppe zu erreichen. Profitieren auch Sie von unseren KPI's.

Reichweite

Mit über 150.000 Visits und 500.000 Page Impressions monatlich ist print.de das reichweitenstärkste Druckfachportal der Branche.

Die IVW (Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V.) bietet Ihnen transparente Verfahren zur Überprüfung und die öffentliche Ausweisung von Reichweitzahlen. Das macht die IVW zu einem unverzichtbaren Instrument für alle Werbekunden, die verlässliche Kennwerte zu Medien haben wollen – Kennwerte, die die Leistungsfähigkeit deutlich sichtbar machen. Vertrauen Sie nur denjenigen, die bereit sind, ihre Reichweite transparent offenzulegen.



Quelle: ivw-online.de (03/2023)

Sichtbarkeit

Über 40 % unserer Online-Reichweite generieren wir über Suchmaschinen wie Google. Die Inhalte einer SEO-optimierten Website müssen einige Kriterien erfüllen, jedoch einige Kriterien erfüllen, um von den Suchmaschinen gelesen, bewertet und indiziert werden zu können. Dabei spielt die Content-Bewertung von Suchmaschinen eine sehr wichtige Rolle. Um die bestmögliche Sichtbarkeit zu erreichen arbeiten wir mit dem Analysetool Searchmetrics, einer Plattform für Such- und Content-Performance, die Analysen, Empfehlungen und Prognosen zu Markt und Wettbewerbern bietet.

Percent of Sessions by Channel

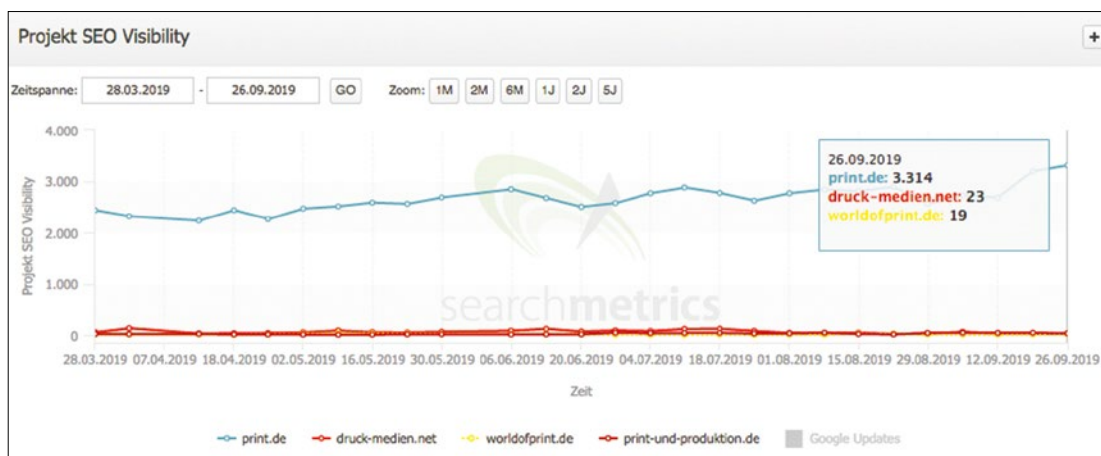
Organic Search
44.66%

Direct
25.57%

All other sessions
29.78%



Quelle: Google Analytics



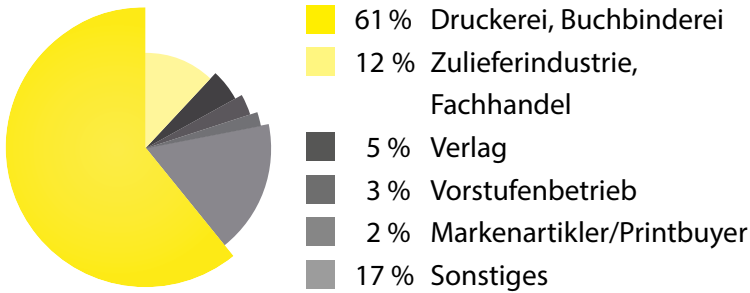
print.de Visibility im Vergleich zu den direkten Wettbewerbern. Quelle: searchmetrics.com

„Die SEO-Visibility zeigt den Trend und den historischen Verlauf der Sichtbarkeit einer Domain in den Suchmaschinen auf.“
Searchmetrics

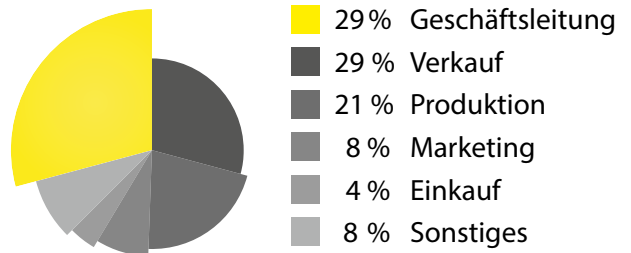
Benutzer-Strukturdaten

Mit den User-Umfragen vom August 2018 und Herbst 2018 bietet **print.de** eine wichtige Unterstützung für die Mediaplanung. Dabei repräsentiert die Umfrage stark untermauerte Trends als Ergebnis und ermöglicht eine präzise und detaillierte Beschreibung der Besucher.

In was für einem Unternehmen sind Sie tätig? *

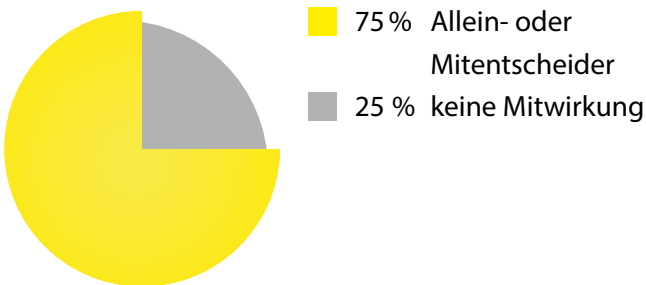


Funktion im Unternehmen **



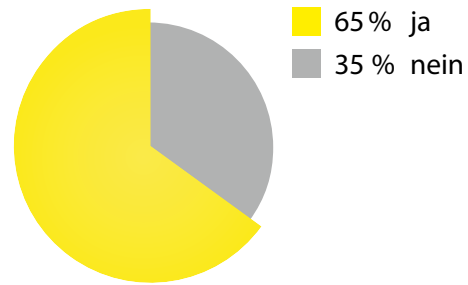
Beteiligung an Investitionsentscheidungen **

Die Besucher sind in der überwiegenden Mehrheit als Allein- oder Mitentscheider direkt an den Investitionsentscheidungen beteiligt.



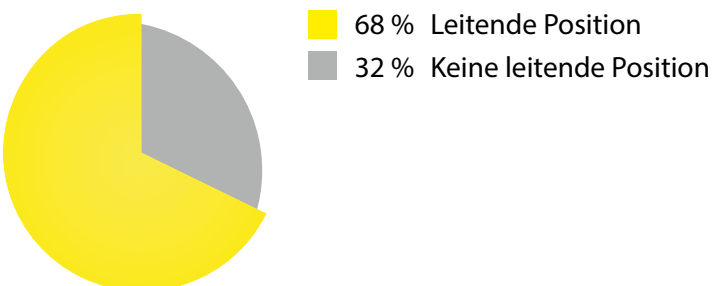
Sind Sie Leser des Fachmagazins Deutscher Drucker? **

Fast zwei Drittel der Besucher (65%) lesen das Fachmagazin Deutscher Drucker. Durch Crossmedia-Kampagnen lässt sich der Werbedruck erhöhen.



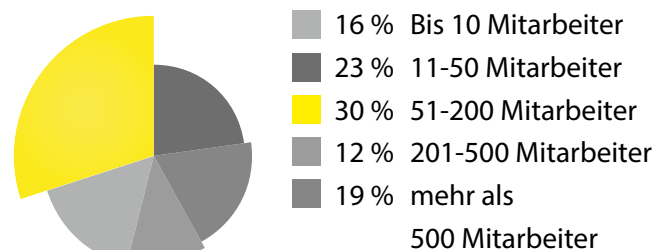
Position im Unternehmen *

Mehr als zwei Drittel der Besucher (68%) haben eine leitende Position im jeweiligen Unternehmen.



Unternehmensgröße *

Deutlich mehr als die Hälfte aller Besucher sind in einem Unternehmen mit mehr als 50 Mitarbeitern beschäftigt.



* Quelle: **Print.de** Umfrage Zukunfts-Check der Druckbranche, August 2018
Gesamtteilnehmer: 238.

** Quelle: User-Befragung **Print.de**, Herbst 2018
Gesamtteilnehmer: 246.

Display-Kampagnen

Optimale Reichweite in Ihrer Zielgruppe

Ein Banner ist nichts anderes als eine Anzeige, nur digital veröffentlicht und unabhängig ausgewertet. Auch die einfachen JPG- oder GIF-Formate funktionieren bei entsprechender Gestaltung sehr gut. Die Größen der Banner stehen üblicherweise in den Metadaten oder werden auf Nachfrage mitgeteilt. Ansonsten wird nur noch eine Internetadresse benötigt, wohin der interessierte potenzielle Kunde geleitet werden soll. Der Start einer Display-Kampagne kann auf den Tag genau geplant werden und die Laufzeit ist genau so lang wie nötig.



Superbanner

The screenshot shows the print.de website homepage. At the top, there's a navigation bar with 'print.de' logo and 'Begeisterung für Druck'. Below it, a main banner for 'KOENIG & BAUER' with the slogan 'We print your world' and a globe image. The main content area features several articles and widgets: 'Xeikon Café: Was erwarten Markenartikler vom Digitaldruck?', 'Digitale Projekt-Werkbank in Ratingen', a newsletter subscription form, a WhatsApp integration, and a BOBST advertisement for 'MASTERCUT 1.7/2.1'. A yellow circle highlights the BOBST ad.

DIRECT MAIL DAYS 2018 13.-14. Juni 2018 bei W+D in Neuwied. Logos for W+D, Henkel, IRPLAST, EUKALIN, FEPE, and UPM are displayed.

Billboard

W+D Winkler + Dünnebier, Henkel, IRPLAST, EUKALIN, FEPE, UPM. www.direct-mail-days.com

Skyscraper

ANZEIGE MASTERCUT 1.7/2.1 GEBEN SIE IHRER PRODUKTIVITÄT EINEN SCHUB BOBST

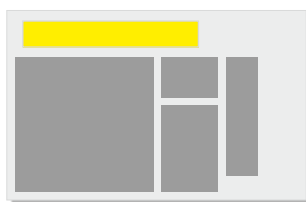
Content Ad

Display-Kampagnen

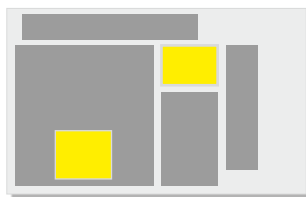
Garantierte Reichweite

Das Banner erscheint im entsprechenden Zeitraum genau so oft wie vereinbart und garantiert (Anzahl Ad Impressions). Bei den darüber hinausgehenden Seitenaufrufen (Page Impressions) können auf der gebuchten Platzierung andere Banner ausgeliefert werden. Somit besteht die Möglichkeit, dass auf einer Position mehrere Motive wechselnd erscheinen.

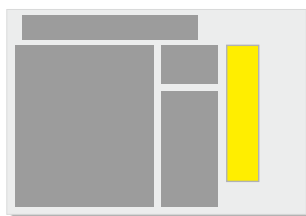
→ **Expandable und „Sticky“ Platzierungen jeweils + 20 % des jeweiligen TKP***



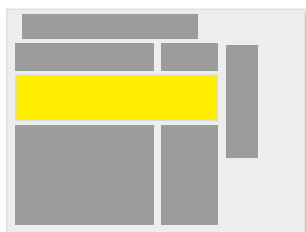
Superbanner
(Leaderboard)
728 x 90 Pixel
für mobile Darstellung
320 x 100 Pixel
TKP*: 85,- Euro



Content Ad
(Medium Rectangle)
300 x 250 Pixel
TKP*: 105,- Euro



Skyscraper
160 x 600 Pixel
nur Desktop,
keine mobile Darstellung
TKP*: 90,- Euro

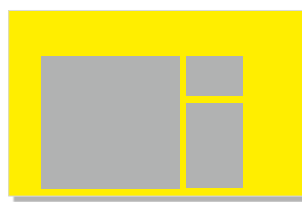


Billboard
Platzierung auf der Seite,
unterhalb der Navigation
980 x 250 Pixel
für mobile Darstellung
320 x 100 Pixel
TKP*: 130,- Euro

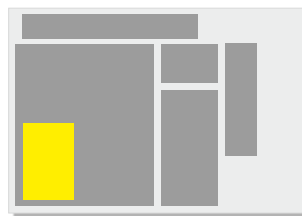
Der Tausend-Kontakt-Preis (TKP)

bietet die Möglichkeit, eine Kampagne an das Budget anzupassen, um die Anzahl der Sichtkontakte der potenziellen Kunden garantiert zu bekommen.

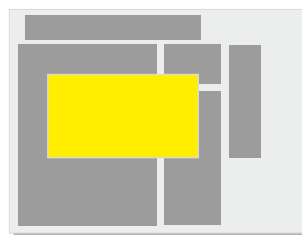
→ **Alle Bannerformate bis max. 100 KB, Format JPG, GIF, HTML5 oder JavaScript, Werbemittelanlieferung spätestens 5 Tage vor Erstein-schaltung des Werbemittels**



Wallpaper
1900x1028 Pixel
In einer Breite von 980 Pixel in der Mitte kein Text oder Bild, da sich dort der print.de Content befindet.
Ihr Content auf maximal 460 Pixel breite rechts und links. Oberhalb des Headers höhe 120 Pixel. JPG oder GIF (auch animiert)
TKP*: 135,- Euro



Half Page Ad
300 x 600 Pixel
TKP*: 115,- Euro



Pop-up Ad
(automatisches Schließen nach 5 Sek.)
640 x 480 Pixel
nur Desktop, keine mobile Darstellung
Preis: 2.600,- Euro pro Woche
Frequency Capping 1/ Tag

→ **Sonderformate auf Anfrage:**

Countdown-Banner, 280 x 80 Pixel

Videobox in der Sidebar, 300 x 250 Pixel

Push Down Ad, Ihr Banner wird beim ersten Seitenaufruf als Expandable dargestellt

Newsletter

Mit unseren print.de-Newslettern erreichen Sie 8.200 Abonnenten. Die Aussendung des täglichen Newsletters erfolgt an 5 Werktagen (Montag bis Freitag). Der wöchentliche Newsletter wird am Freitagnachmittag versendet.

Die E-Mail ist seit vielen Jahren unverzichtbar für erfolgreiches Multichannel-Marketing. E-Mail-Werbeaktionen zur Verbreitung von Informationen und Verkaufsunterstützung sind einfach umzusetzen, effektiv und kosteneffizient. Durch den Opt-In (die Einwilligung zum E-Mail-Erhalt) signalisieren die Abonnenten, dass sie regelmäßig kontaktiert werden möchten. Die Inhalte werden also erwartet, sind erwünscht und genießen ein hohes Vertrauen.

Daily Newsletter

Tägliche Top-News für die Druckbranche an 8.200 Abonnenten

Position 1

1 Premium-Ad-Banner, 5 Aussendungen

1.050,- Euro pro Woche

Position 2 oder 3

1 Premium-Ad-Banner, 5 Aussendungen

950,- Euro pro Woche

Alle Newsletterbanner:

Format: 580 x 250 Pixel

Dateigröße: max. 80 KB

Dateiformat: JPG oder GIF statisch



Weekly Newsletter

Wöchentliches Update im Druck an 8.000 Abonnenten

Position 1

1 Premium-Ad-Banner, 1 Aussendung

485,- Euro

Position 2 oder 3

1 Premium-Ad-Banner, 1 Aussendung

385,- Euro

Large Format Printing

Zweiwöchentliche Spezialnews zum Großformatdruck an 516 Abonnenten

Position 1

1 Premium-Ad-Banner, 1 Aussendung

385,- Euro

Position 2 oder 3

1 Premium-Ad-Banner, 1 Aussendung

285,- Euro

Stand-Alone-Newsletter

Ihr Content in den Postfächern der Zielgruppe

Der Stand-Alone-Newsletter ist für die digitalen Formate das, was das klassische Direktmailing im Druckbereich ist. Mit einem sehr wichtigen Unterschied: E-Mail-Newsletter dürfen in Deutschland im Gegensatz zum Werbebrief nur mit ausdrücklicher Einwilligung des Empfängers ausgesendet werden.

Ein großer Vorteil dabei ist die Möglichkeit, eigene Inhalte im Format des redaktionellen Newsletters direkt im Postfach des potenziellen Kunden zu präsentieren. Es gibt keine weiteren Nachrichten in diesem Newsletter, die den Leser von der Präsentation Ihres Unternehmens ablenken könnten. Die ganze Aufmerksamkeit des Abonnenten wird auf einen Beitrag fokussiert.

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.

Ihre Botschaft bekommt somit die uneingeschränkte Aufmerksamkeit von bis zu 10.200 Abonnenten, Stand September 2023.

Sie liefern Bild und Text – wir setzen es für Sie um. Versand auf Nachfrage inklusive ausführliches Reporting.

Preis: 4.500,- Euro

Ihre Vorteile:

- **Look & Feel des redaktionellen Newsletters**
- **Ausschließlich Ihr Content**
- **Bis zu 10.200 Abonnenten***
* (Stand September 2023)



print.de
Begeisterung für Druck.

Business Information
19.09.2019

Besuchen Sie Epson auf der Fachpack!

24.-26.9.2019
Messe Nürnberg
Stand 4-358

EPSON
EXCEED YOUR VISION

Epson zeigt auf der FachPack 2019 seine Lösungen für den Verpackungsmarkt

Epson bietet Ihnen die unterschiedlichsten Lösungen für den digitalen Etiketten- und Proofdruck: von Verpackungsproof-Druckern, über kompakte Farbtintenstrahl-Etikettendrucker für den flexiblen On-Demand-Druck bis hin zu digitalen Etikettendruckmaschinen für den kommerziellen Druck! Finden Sie vom 24. bis 26. 9. 2019 (Messe Nürnberg, Stand 4-358) die für Sie passende Lösung!



ColorWorks Farbetikettendrucker – Der Auftakt einer neuen Etikettendruck-Ära!

Ein besonderes Highlight auf der Fachpack 2019 wird die **Vorstellung der vier neuesten Etikettendrucker-Modelle** sein, die am 24.09.2019 erstmalig in Deutschland präsentiert werden!

Die Tintenstrahlrucker der ColorWorks-Serie produzieren **vollfarbige** Etiketten, Produktkennzeichnungen und Tickets ganz nach **Bedarf** in kleineren und mittleren Auflagen und **flexiblen Formaten**. Überall da, wo Informationen wechseln, bzw. farbig gekennzeichnet werden sollen, oder **individuelle Einzeldrucke** und personalisierte Etiketten gedruckt werden, sind sie ideal. Sie punkten durch **wisch- und wasser- sowie lösemittelbeständige Pigmenttinten** für eine extreme Haltbarkeit und Druckqualität.

Mehr Infos

Leadgenerierung

Wie aus Kontakten potenzielle Kunden werden.



Eine erfolgreiche Leadgenerierung schafft Kontakte zu potenziellen Kunden, die an dem Produkt nachweislich interessiert sind. Der Vertrieb kann sich so auf die Interessenten konzentrieren, bei denen bereits eine Kaufabsicht erkennbar ist. Mit der richtigen Lead-Management-Strategie werden auch Marketing-Aktivitäten transparenter und deren Beitrag zum Unternehmenserfolg messbar – etwa durch mehr Umsatz mit Neukunden.

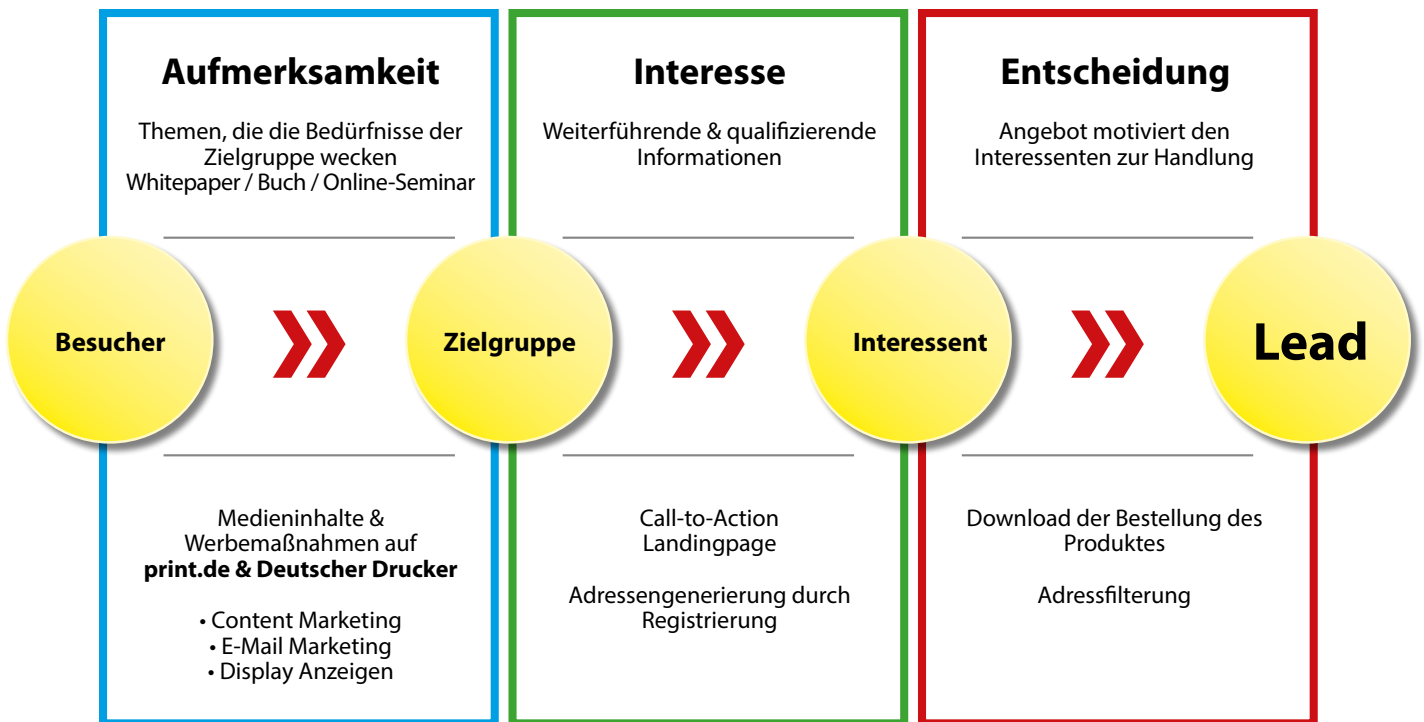
Im Rahmen einer Leadkampagne werden mit den Mitteln des Content-Marketings nur die Stärken des Produktes kommuniziert, keine Werbeslogans.

Leadgenerierung bei **print.de** wird als mehrstufige Kampagne mit zeitlich aufeinander aufbauenden Flights konzipiert. Display-Kampagnen, Advertorials, Newsletter-Meldungen, B2B-Social-Media und Stand-Alone-Newsletter werden dabei zielgruppengerecht aufeinander abgestimmt und gesteuert. Alle Werbemittel der Kampagne werden ohne Aufpreis bereitgestellt.

Die komplette Konfiguration der Kampagne, das Steuern und Filtern der Adressen werden vom **print.de**-Team übernommen. Sie als Werbekunde liefern nur ein PDF-Dokument mit 4 bis 10 Seiten.

Durch die Content Marketing Kampagne auf print.de und in Deutscher Drucker werden die Stärken Ihres Produktes optimal kommuniziert.

Leadgenerierung



Lernen Sie den aktuell an Ihrem Produkt interessierten, potenziellen Kunden kennen: die Promotion-Kampagne mit direkter und messbarer Absatzförderung. Bei der Leadgenerierung vermarkten wir Ihre Lösungen in Form eines White Papers (eDossier) mit einer effektiven und effizienten Content-Marketing-Kampagne.

Über die Bekanntmachung der Vorteile Ihrer Lösungen hinaus erhalten Sie monatlich ein Paket mit den top-aktuellen, nach mehreren Faktoren gefilterten Leads inkl. der Erlaubnis zu sofortiger telefonischer, elektronischer und die schriftlicher Kontaktaufnahme für Ihren Vertrieb.

Mit Ausnahme des White Papers (ein PDF mit mind. 4 Seiten) werden alle Werbemittel von uns bereitgestellt.

Wir unterbreiten Ihnen gerne ein attraktives Angebot inklusive Printanzeigen, Onlinewerbung, Newsletterbanner, Advertorials und Stand-Alone-Newsletter.



Interessieren Sie sich für eine Lead Kampagne? Für eine detaillierte Vorstellung biete ich Ihnen gerne einen unverbindlichen Präsentationstermin an.

Jochen Kristek | Deputy General Manager, Key Account und Sales Director

Tel. +49(0)731 88005-7058 | j.kristek@print.de

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 vorab Leads - wie auf einer Messe.

über **25%*** aller Drupa-Besucher sind deutschsprachig



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

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 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,- €

Special

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

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

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

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

Advertorial

Ihr aufmerksamkeitsstarkes Content Marketing Instrument

Ein Advertorial ist ein Artikel im Look & Feel der redaktionellen Berichterstattung, jedoch als Anzeige markiert und mit den Inhalten des Werbekunden versehen.

Advertorial-Kampagnen sind zu Messezeiten besonders wichtig. Die Redakteure werden an solchen Tagen mit Pressemitteilungen der Hersteller und Dienstleister geradezu überhäuft und berücksichtigen nur einen Bruchteil der Einsendungen. Das Advertorial bietet zu einem überschaubaren Budget die Garantie der Veröffentlichung und die Vermarktung auf der Top-Platzierung bei **print.de**.

1. print.de-Advertorial

Kommunizieren Sie Ihre Message prominent im Look & Feel eines redaktionellen Artikels auf print.de.

Leistungen

- Ihr Beitrag ist eine Woche lang auf der Top-Platzierung auf print.de zu sehen
- Einmaliger Versand im Daily Newsletter
- Sponsored Post in unserem starken und wichtigen Social Media Kanal bei Facebook
- Hosting des Inhalts für 1 Jahr auf print.de

Sie liefern Bild und Text – wir erledigen den Rest für Sie!

Preis: 2.250,- Euro

2. Newsletter-Advertorial / Sponsored Post

Ergänzen Sie wirksam Ihre Content Marketing Kampagne. Auf Wunsch auch mit Erfolgskontrolle und Reporting.

Leistungen:

- Ihr Advertorial in Form eines Beitrags im print.de Newsletter (Sponsored Post)
- Einmaliger Versand im Daily Newsletter mit direkter Verlinkung zur Landingpage des Kunden
- Social Media: Veröffentlichung als Sponsored Post bei unserem Facebook Kanal

Preis: 1.100,- Euro

Reporting

Reporting ist etwas, das auch die beste Druckanzeige nicht bieten kann. Die neutrale Auswertung wird bei **print.de** von einem Werbe-Dienstleister geliefert und ist somit objektiv.

Eine Kampagnen-Auswertung zeigt, wie oft an welchen Tagen ein Banner angezeigt wurde und zu welcher Tageszeit die meisten Sichtkontakte erzielt wurden. Außerdem erfolgt eine Auswertung nach Browser, Betriebssystem und Land.

Die objektive Auswertung ist ein sehr effektives Tool zur Optimierung der Marketing-Ausgabe.

Es gibt drei Leistungskennzahlen, die helfen, die Zielerreichung der Display-Kampagne zu messen:

Ad Impressions: die Anzahl der Sichtkontakte mit dem Werbemittel. Ein Display-Werbemittel wird nur eingeblendet, wenn ein Nutzer die Seite aufruft.

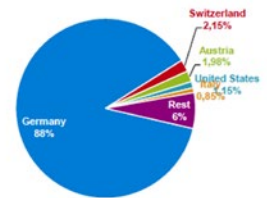
Klicks: die Reaktionen der Nutzer auf das Werbemittel. Der Nutzer klickt auf das Banner oder einen weiterführenden Link, z. B. in einem Advertorial, und wird dabei direkt auf die Angebotsseite des Werbekunden weitergeleitet.

Klickrate: das Verhältnis der Sichtkontakte (Ad Impressions) zu den Aktionen (Klicks oder Weiterleitungen der Nutzer).

Top 15 Country Impressions and Browser Impressions

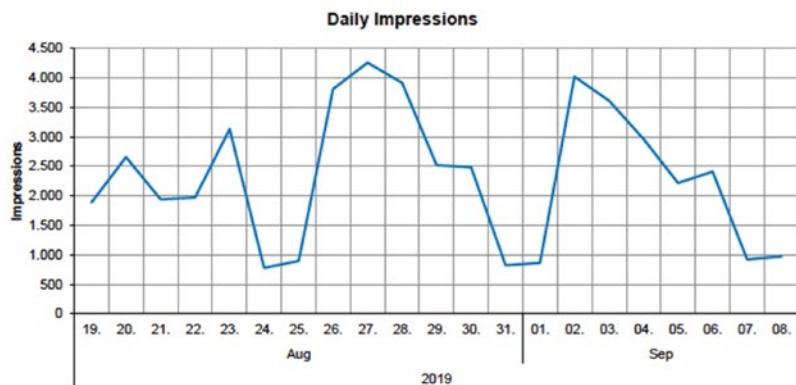
Country	Impressions	Clicks	K-Rate
Germany	42.904	50	0,12%
Switzerland	1.053	2	0,19%
Austria	973	3	0,31%
United States	565	0	0,00%
Italy	416	0	0,00%
Netherlands	364	0	0,00%
United Kingdom	334	0	0,00%
Spain	200	0	0,00%
France	196	1	0,51%
Japan	162	0	0,00%
Belgium	159	0	0,00%
Denmark	151	1	0,66%
Czechia	132	1	0,76%
Sweden	125	0	0,00%
Rest	1.326	1	0,08%
Total	49.060	59	0,12%

Browser	Impressions	Clicks	K-Rate
Google	15.862	16	0,10%
Firefox	11.981	15	0,13%
Safari	10.718	16	0,15%
MS Explorer	6.955	7	0,10%
MS Edge	3.311	5	0,15%
Opera	210	0	0,00%
Other	23	0	0,00%
Total	49.060	59	0,12%



Daily Impressions

Date	Impressions	Clicks	K-Rate
19.08.2019	1.890	3	0,16%
20.08.2019	2.657	3	0,11%
21.08.2019	1.940	4	0,21%
22.08.2019	1.970	2	0,10%
23.08.2019	3.131	1	0,03%
24.08.2019	779	0	0,00%
25.08.2019	897	1	0,11%
26.08.2019	3.809	4	0,11%
27.08.2019	4.259	2	0,05%
28.08.2019	3.917	3	0,08%
29.08.2019	2.521	5	0,20%
30.08.2019	2.486	3	0,12%
31.08.2019	821	4	0,49%
01.09.2019	865	2	0,23%
02.09.2019	4.021	5	0,12%
03.09.2019	3.615	4	0,11%
04.09.2019	2.962	6	0,20%
05.09.2019	2.217	3	0,14%
06.09.2019	2.410	0	0,00%
07.09.2019	922	1	0,11%
08.09.2019	971	3	0,31%
Total	49.060	59	0,12%



Unsere Reichweite für Ihren Werbeerfolg

Die stärksten Kanäle in der Druckbranche: Deutscher Drucker und print.de

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 II. Quartal 2023

** Nutzungsdaten von print.de IVW 03/2023



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	
<ul style="list-style-type: none"> • 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	
<ul style="list-style-type: none"> • Logodarstellung in der Suchergebnisliste • Verlinkung der Stellenanzeige im print.de-Newsletter 	870,- * €

BRONZE	Preise
Textanzeige nach vorgegebenem Layout	
<ul style="list-style-type: none"> • 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

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)

TERMINE 2024

Ausgabe	EVT	AS und DU	AS und Rubrik und Stellen	Ausgabe	EVT	AS und DU	AS Rubrik und Stellen
01/2024	25.01.2024(Do)	11.01.2024(Do)	18.01.2024(Do)	09/2024	23.05.2024(Do)	08.05.2024(Mi)	16.05.2024(Do)
02/2024	15.02.2024(Do)	01.02.2024(Do)	08.02.2024(Do)	10/2024	20.06.2024(Do)	06.06.2024(Do)	13.06.2024(Do)
03/2024	29.02.2024(Do)	15.02.2024(Do)	22.02.2024(Do)	11/2024	11.07.2024(Do)	27.06.2024(Do)	04.07.2024(Do)
04/2024	14.03.2024(Do)	29.02.2024(Do)	07.03.2024(Do)	12/2024	12.09.2024(Do)	29.08.2024(Do)	05.09.2024(Do)
05/2024	28.03.2024(Do)	14.03.2024(Do)	21.03.2024(Do)	13/2024	10.10.2024(Do)	26.09.2024(Do)	02.10.2024(Mi)
06/2024	11.04.2024(Do)	28.03.2024(Do)	04.04.2024(Do)	14/2024	31.10.2024(Do)	17.10.2024(Do)	24.10.2024(Do)
07/2024	25.04.2024(Do)	11.04.2024(Do)	18.04.2024(Do)	15/2024	14.11.2024(Do)	31.10.2024(Do)	07.11.2024(Do)
08/2024	08.05.2024(Mi)	25.04.2024(Do)	02.05.2024(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

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

Anzeige	Format	Preis Print*
	99 x 124	+ 290,- €
1/4 Seite		
Format im Satzspiegel, Breite x Höhe in mm		
* Preisauflaufschlag 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 %

Native Advertising

Das bietet Ihnen Deutscher Drucker und print.de:

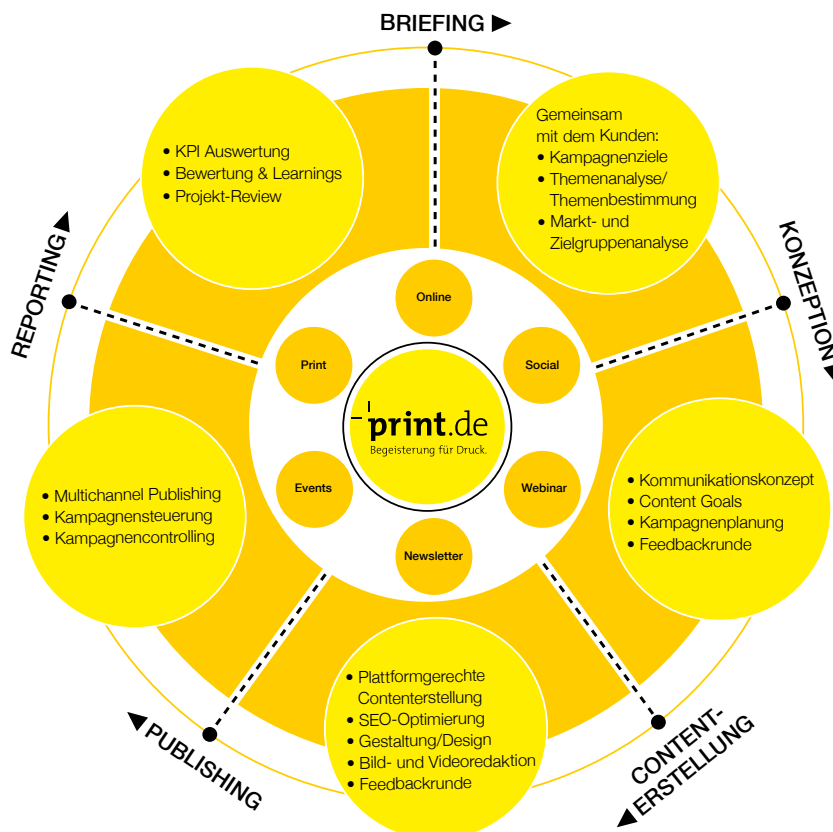
- Hohe Aufmerksamkeit und Engagement unserer Community auf Ihrem Content durch die hohe Glaubwürdigkeit und Reichweite unserer Medienmarke(n)
- Veröffentlichung Ihres Contents im Look & Feel und in der Tonalität unseres redaktionellen Umfeldes Gerne übernehmen wir für Sie die Contenterstellung
- Führt zu längerer Verweildauer und höherem Involvement mit Ihrer Marke sowie Ihrer Botschaft und erzielt langfristige Effekte
- Hilft, die gesamte Zielgruppe Ihres Unternehmens und Ihrer Produkte zu erschließen, indem mehr Menschen für Ihr Thema gewonnen werden
- Ermöglicht maßgeschneiderte Kommunikation in die für Sie relevante Zielgruppe durch klare Persona-Definition und Positionierung von Deutscher Drucker und print.de
- Unterstützt Ihr Unternehmen, sich als Meinungsbildner in den zielgruppenrelevanten Themen zu etablieren
- Verbessert die Sichtbarkeit Ihrer Marke in den Suchmaschinen und Social-Media-Kanälen durch SEO-optimiertes multimediales Storytelling (Text, Bild, Grafik, Video)

Content ist King und wir sind die Themenchampions!

Wir sind die Content-Spezialisten für unsere Zielgruppen und wissen genau, welche Themen unsere Community interessiert. Überlassen Sie einfach uns das Storytelling Ihrer Botschaft.

Wir sorgen dafür, dass Ihre Themen unsere Community wirksam erreichen. Wir übernehmen für Sie die Kampagnenkonzeption, die Contenterstellung, das Multichannel-Publishing, die Kampagnensteuerung und das Reporting.

Full Service aus einer Hand – von den Content-Spezialisten Ihrer Zielgruppe.



Technische Spezifikationen

Banner für Newsletter

Bannergröße 580 x 250 Pixel

Dateigröße: max. 50 KB

Media: JPG, GIF

Bitte beachten Sie:

Im Newsletter können nur Bilddateien ausgeliefert werden, dies gilt auch für Textanzeigen. Animierte GIFs sind möglich, werden aber nicht korrekt ausgeliefert. Deshalb unsere Empfehlung, nur statische GIF-Werbemittel einzusetzen. Nach Ablauf des Buchungszeitraums ist Ihr Banner im Newsletter nicht mehr sichtbar.

Als technologische Umsetzung haben wir

Passendo im Einsatz

Banner für Online:

Bannergröße: je nach gewünschtem Werbeplatz

Dateigröße: max. 120 KB

Media: JPG, PNG, GIF (nicht HD-GIF),
HTML5,
RichMedia,
ReDirect-Tag

Als technologische Umsetzung haben wir

Google AdManager im Einsatz

Animationen dürfen max. 30 Sekunden dauern.

Anforderungen für HTML5-Dateien:

– **SSL-Konformität muss gegeben sein**

– **Richtlinien für Größen:**

- Geben Sie die gewünschte Größe für das Creative über das entsprechende Meta-Tag an und stellen Sie sicher, dass das Creative mit der richtigen Größe ausgeliefert wird: `<meta name="ad.size" content="width=[x],height=[y]">`.
- HTML5-Creatives können nur eine feste Größe wie zum Beispiel 300 x 250, 400 x 400 oder 728 x 90 haben. Dynamische Größen wie „Flexibel“ werden nicht unterstützt.
- Bei HTML-Dateien für Creatives in Google Web Designer-Sets dürfen die Eigenschaften `minWidth` und `minHeight` des Parameters `creativeProperties` nicht null sein. So würde „`creativeProperties`“: `{„minWidth“:0, „minHeight“:0,„maxWidth“:0,„maxHeight“:0}` beispielsweise zu einem Fehler führen.

– **Richtlinien für Klick-Tags:**

Mit Klick-Tags werden die Klick-URLs für die einzelnen Exits in Ihrem HTML5-Creative definiert. Ein Exit ist ein Bereich, über den der Browser nach einem Klick auf eine bestimmte Landingpage weitergeleitet wird.

Wenn ein Nutzer auf einen Exit klickt, ruft das Creative die Klick-URL für den entsprechenden Exit aus Ad Manager ab.

- Legen Sie diese URL je nach Bedarf und abhängig vom Typ des verwendeten Creatives in Ihrem Creative oder in Ihrer Anzeige fest.

- Wenn Sie Klick-Tags sowohl im Creative als auch in der Anzeige definieren, überschreibt die Einstellung auf Anzeigenebene die Einstellungen auf Creative-Ebene.

In Ad Manager werden Klick-Tags erkannt, wenn Sie Assets hochladen. Sie können die im Klick-Tag verwendete Klick-URL jederzeit ändern, selbst wenn Sie bereits Tags exportiert haben.

- In Ihrem Creative muss die Klick-Tag-Variable als Klickziel verwendet werden.
- Das Klick-Tag sollte für den Ad-Server leicht zu lesen sein, also nicht minifiziert sein oder verschleierte Code enthalten. Im restlichen Code und in den anderen Dateien können Sie jedoch Minifizierer verwenden.
- Sie sollten die Klick-URLs in Ihrem Asset nicht hartcodieren, da in Ad Manager sonst keine Klicks erfasst werden können und Trafficker daran gehindert werden, die URL zu aktualisieren. Nach dem Hochladen erhalten Sie in Ad Manager eine Warnung, wenn sich hartcodierte URLs im Asset befinden.

Weitere Informationen zu den technischen Spezifikationen für den Google AdManager finden Sie hier: https://support.google.com/admanager/answer/7046799?hl=de&ref_topic=7041998

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Online-Werbung

1. Ausschließlicher Geltungsbereich

1.1 Die Deutscher Drucker Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG, Riedstraße 25, 73260 Ostfildern (nachfolgend „Verlag“ genannt) vermarktet im eigenen Namen und auf eigene Rechnung für die für von ihm betriebenen Webseiten und Smartphone bzw. Tablet PC Applikationen Werbetauftritte.
1.2 Für alle Vertragsverhältnisse zwischen dem Verlag und dem werbungstreibenden Vertragspartner (nachfolgend „Kunde“ genannt) über die Schaltung von Werbetauftritten gelten ausschließlich die nachfolgenden allgemeinen Geschäftsbedingungen. Die Geltung etwaiger allgemeiner Geschäftsbedingungen des Kunden ist ausdrücklich ausgeschlossen, auch wenn der Verlag im Einzelfall nicht widerspricht.

2. Leistungen, Online-Werbemittel

2.1 „Leistungen“ im Sinne dieser AGB sind alle beim Verlag buchbaren Online-Werbemittel und sonstige im Rahmen der Werbung buchbaren Dienstleistungen des Verlags (z.B. Programmierung von Werbemitteln, Microsites, Durchführung von Marketingprogrammen etc.).
2.2 „Online-Werbemittel“ sind Angebote, welche aus Bild, und/oder Text und/oder Ton und/oder Bewegtbildern und/oder aus einer sensitiven Fläche bestehen, die durch Anklicken mit einer von Werbungstreibenden festgelegten Webadresse verbunden werden (z.B. Link). Dies kann neben klassischer Banner-Werbung insbesondere auch Produkt- und Firmeneinträge, Sponsorings, E-Mail-Kampagnen oder Microsites umfassen. Ferner umfasst sind sog. „Download-Angebote“ des Kunden wie Video Ads, E-Books oder sonstige Download- oder Streaming-Angebote, welche vom Verlag bereitgehalten werden.
2.3 „Werbetauftrag“ ist der Vertrag über die Schaltung eines Online-Werbemittels bzw. sonstige Leistungen zum Zwecke der Verbreitung durch den Verlag.

3. Vertragsabschluss

3.1 Ein Werbetauftrag kommt grundsätzlich durch schriftliche oder per E-Mail erfolgte Bestätigung oder durch (teilweise) Erbringung der Leistungen durch den Verlag zustande.
3.2 Bei der Buchung über Umsatzmittler (Werbeagentur) kommt der Vertrag im Zweifel mit der Werbeagentur selbst zustande. Soll ein Werbungstreibender Kunde werden, muss dieser von der Agentur namentlich benannt werden.

4. Mitwirkungspflicht des Kunden

4.1 Soweit die Online-Werbemittel vom Verlag einzustellen sind, wird der Kunde dem Verlag das Werbemittel bis spätestens vier Werktagen vor dem vereinbarten Ersterscheinungstermin zur Verfügung stellen. Die Datenanlieferung erfolgt unter Beachtung der jeweils aktuellen, technischen „Formatanforderungen“ des Verlags. Sollte aufgrund einer verspäteten oder nicht den „technischen Anforderungen“ entsprechenden Anlieferung eine ordnungsgemäße und termingerechte Veröffentlichung des Werbemittels durch den Verlag nicht möglich sein, bleibt die Zahlungsverpflichtung des Kunden hiervon unberührt. Die Kosten für die Anfertigung von fehlerfreiem Material oder vom Kunden gewünschter oder zu vertretender Änderungen der vereinbarten Ausführungen hat der Kunde zu tragen.
4.2 Der Kunde ist berechtigt, mit Links auf eine Ziel-URL zu verweisen, soweit sich dabei ein neues Browserfenster öffnet. Der Einsatz sonstiger technischer Mittel, welche den Nutzer von der Seite weglenken oder Daten über ihn sammeln, ist unzulässig, insbesondere bedürfen die Verwendung von Over-the-Page (OTP) Werbemitteln, das Abfordern von Angaben von Nutzern sowie das Setzen von Cookies der vorherigen schriftlichen Genehmigung durch den Verlag.

5. Pflichten des Kunden, Haftungsfreistellung

5.1 Der Kunde wird durch Einsatz geeigneter und auf den neuesten Stand der Technik beruhenden Schutzprogrammen sicherstellen, dass die übermittelten oder von ihm eingestellten Werbemittel frei von schädlichen Codes, wie z.B. Viren und/ oder Trojanern, sind.
5.2 Der Kunde trägt die Verantwortung für den Inhalt der Online-Werbemittel sowie dafür, dass durch die Online-Werbemittel Rechte Dritter nicht verletzt werden. Den Verlag trifft keine Pflicht zur Überprüfung der Online-Werbemittel in Bezug auf die Vereinbarkeit mit den jeweils aktuell geltenden, gesetzlichen Bestimmungen. Der Kunde hat den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen, die diesem aus der Ausführung des Auftrags, auch wenn er storniert sein sollte, erwachsen.
5.3 Der Kunde versichert, dass er in Bezug auf alle Urheber der Online-Werbemittel die erforderlichen Nutzungs- und Verwertungsrechte eingeholt hat, die ihm die Rechteinräumungen gemäß Ziffer 10.1. und 10.2. an den Verlag ermöglichen. Gleiches gilt für eventuell erforderliche Vereinbarungen mit Verwertungsgesellschaften (insb. der GEMA). Er übernimmt die von diesen Verwertungsgesellschaften geltend gemachten Beiträge.

6. Ablehnungsbefugnis; Unterbrechung der Werbemaßnahme, Kennzeichnung

6.1 Der Verlag kann einzelne Online-Werbemittel ablehnen, wenn diese gegen geltende Gesetze oder geltende Rechtsprechung, behördliche oder gerichtliche Anordnungen oder gegen eine vom Verlag abgegebene Unterlassungserklärung verstoßen oder Rechte Dritter verletzen oder die Veröffentlichung wegen des Inhalts, der Herkunft oder aus technischen Gründen für den Verlag unzumutbar ist. Dieses Recht besteht auch für einzelne Online-Werbemittel, die in Erfüllung eines Rahmenvertrages mit dem Kunden veröffentlicht werden sollen.
6.2 Der Verlag ist berechtigt, die Durchführung von Werbemaßnahmen (vorübergehend) zu unterbrechen, sofern der begründete Verdacht besteht,

dass die Voraussetzungen gemäß Ziffer 6.1. erfüllt sind, und zwar insbesondere für den Fall, dass ein Dritter eine nicht offensichtlich unbegründete Verletzung seiner Rechte geltend macht, eine Abmahnung bereits in einem ähnlichen Fall erfolgt ist oder im Falle der Aufnahme von Ermittlungen staatlicher Behörden. Gleiches gilt für den Fall, dass der Kunde nachträglich Änderungen der Inhalte des Werbemittels vornimmt, die zu einem Verstoß gemäß Ziffer 6.1. führen.

Der Verlag wird den Kunden über eine derartige Unterbrechung unverzüglich unterrichten und ihm die Möglichkeit einräumen, die Rechtmäßigkeit der Werbemaßnahme darzulegen und gegebenenfalls zu beweisen.

6.3 Ebenso kann der Kunde die Unterbrechung oder Entfernung der Werbemaßnahme vom Verlag verlangen, wenn er von einem Dritten wegen einer Rechtsverletzung in Anspruch genommen wird. Soweit der Kunde die Werbemaßnahme selbst entfernen oder Offline stellen kann, ist er in diesem Fall selbst zur Entfernung oder Sperrung verpflichtet.

6.4 Für den Fall der Ablehnung oder Unterbrechung von Werbemaßnahmen nach Maßgabe der Vorziffern ist von dem Kunden dennoch die vereinbarte Vergütung abzüglich der beim Verlag ersparten Aufwendungen zu zahlen, es sei denn, der Verlag konnte den vorgesehenen Werbeplatz anderweitig vergeben. Diese Zahlungsverpflichtung besteht nicht, sofern der Kunde nachweisen kann, dass der Inhalt des Werbemittels rechtmäßig war und somit Gründe für die Ablehnung bzw. Unterbrechung auf Veranlassung des Verlags nicht bestanden.

6.5 Werbemittel, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht klar als solche erkennbar sind, werden vom Verlag nach eigenem Ermessen deutlich von den sonstigen Inhalten getrennt, z.B. durch Ausweis als „Anzeige“.

7. Gewährleistung durch den Verlag, Rügepflicht des Kunden, Verjährung

7.1 Der Verlag gewährleistet die nach Maßgabe der in der Auftragsbestätigung und den „Technischen Formatanforderungen“ übliche Beschaffenheit und Veröffentlichung des Online-Werbemittels unter Beachtung der von dem Kunden übermittelten Daten.

7.2 Entspricht die Veröffentlichung eines Online-Werbemittels nicht der geschuldeten Beschaffenheit, hat der Kunde Anspruch auf Verlängerung des Veröffentlichungszeitraums oder auf eine unverzügliche Ersatzschaltung in einem vergleichbaren Umfeld. Dies gilt jedoch nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Online-Werbemittels beeinträchtigt wurde. Erfolgt eine derartige Ersatzwerbung durch den Verlag trotz angemessener Fristsetzung des Kunden nicht oder ist die Schaltung der Ersatzwerbung für den Kunden unzumutbar oder schlägt auch diese fehl, so hat der Kunde ein Recht auf Zahlungsminderung sowie Rückgängigmachung des Auftrags in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Online-Werbemittels beeinträchtigt wurde.

7.3 Der Kunde wird die Werbemaßnahme nach dem Ersterscheinungstermin unverzüglich prüfen und etwaige Mängel rügen (Rügepflicht). Bei verdeckten Mängeln ist die Anzeige unverzüglich nach ihrer Entdeckung zu machen. Offene Mängel sind innerhalb von fünf Werktagen nach Ersterscheinung, verdeckte Mängel innerhalb derselben Frist nach Entdeckung schriftlich zu rügen.

7.4 Der Verlag gewährleistet eine Verfügbarkeit der Websites, damit der Werbemittel, von 94% /Monat. Nicht in diese Zeit eingerechnet werden die für die Wartung des Systems erforderlichen Unterbrechungen im angemessenen Rahmen sowie eine Unterbrechung aufgrund höherer Gewalt oder nicht abwendbarer Ursachen. Die Verfügbarkeit versteht sich als das Verhältnis von IST-Zeit zu Soll-Zeit.

8. Platzierung der Werbung; Verwendung von Daten, Laufzeit, Verfügbarkeit, Preise

8.1 Der Verlag wird die Platzierung von Werbemitteln im Rahmen der jeweils gebuchten Werbemaßnahme unter größtmöglicher Berücksichtigung der Wünsche des Kunden vornehmen. Soweit nichts anderes vereinbart ist, hat der Kunde jedoch keinen Anspruch auf eine bestimmte Platzierung oder den Ausschluss von Werbung für Waren oder Dienstleistungen eines Konkurrenten des Kunden.

8.2 Der Verlag wird ggf. Download-Angebote sowie Firmen- und/oder Produkteinträge gemeinsam mit den Informationen von anderen Kunden in eine Datenbank einstellen und auf den vom Kunden gebuchten Kanälen zum Abruf durch Nutzer bereithalten.

8.3 Sofern der Kunde aufgrund der Leistungen des Verlags personenbezogene oder anonyme bzw. pseudonyme Daten erhält, dürfen diese Daten ausschließlich im Rahmen der jeweiligen Werbe-Kampagne durch den Kunden unter Beachtung der aktuell gültigen, datenschutzrechtlichen Bestimmungen ausgewertet werden, sofern dies im Rahmen des Werbeauftrags vereinbart wurde. Eine darüber hinausgehende Verarbeitung sowie Nutzung der Daten insbesondere durch Weitergabe an Dritte ist dem Kunden nicht gestattet. Dieses Verbot umfasst auch die Erstellung von Profilen aus dem Nutzungsverhalten der Nutzer insbesondere durch Anreicherung der vorhandenen Daten mit Drittinformationen.

8.4 Für den Werbetauftrag gilt die zum Zeitpunkt der Auftragserteilung gültige Preisliste des Verlags. Preisänderungen sind zulässig, wenn zwischen Vertragsschluss und vereinbarter Erstschtaltung des Online-Werbemittels mehr als vier Monate liegen. Derartige Preisänderungen werden jedoch nur wirksam, sofern sie von dem Verlag mindestens ein Monat vor Veröffentlichung des Online-Werbemittels angekündigt werden. Der Kunde ist zum Rücktritt innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung berechtigt.

8.5 Bei einem Auftrag über die Schaltung mehrerer Online-Werbemittel (Rahmenvertrag) hat der Abruf der einzelnen Werbemittel innerhalb eines Jahres nach Vertragsschluss zu erfolgen. In Bezug auf den Preis gilt die zum Zeitpunkt der Schaltung gültige Preisliste. Vereinbarte oder eingeräumte Rabatte gelten nur für das in Auftrag gegebene Online-Werbemittel

Volumen. Erfolgt der vollständige Abruf der gebuchten Werbemittel nicht innerhalb der Ein-Jahres-Frist, ist der Kunde verpflichtet, dem Verlag den Differenzbetrag zwischen dem vertraglich unter Beachtung des festgelegten Gesamtvolumens gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Rabatt zu erstatten (Rabatt-Nachbelastung).

8.6 Soweit der Kunde eine bestimmte Anzahl von AdImpressions für eine Werbemaßnahme gebucht hat, weist der Verlag darauf hin, dass diese Angaben zwangsläufig auf Erfahrungswerten der Vergangenheit beruhen. Sollten die AdImpressions ausnahmsweise nicht erreicht werden, wird der Schaltungszeitraum der Werbemaßnahme bis zum Erreichen der gebuchten AdImpressions verlängert. Ist die dabei vom Kunden gebuchte Platzierung für die verlängerte Werbezeit bereits an einen anderen Kunden vergeben, ist der Verlag berechtigt, unter angemessener Berücksichtigung der Interessen des Kunden, auf eine vergleichbare Platzierung auszuweichen. Systembedingt kommt es beim Einsatz von 3rd-Party-Adservern zu Zahlendifferenzen. Als Abrechnungsgrundlage gelten immer die Zahlen des Verlags.

8.7 Sofern der Verlag Leistungen erbringt, die dem Urheberrecht unterliegen, räumt er dem Kunden die einfachen Nutzungs- und Verwertungsrechte ein, die zur Durchführung der Werbetauftritte erforderlich sind. Eine weitergehende Verwertung durch den Kunden bedarf der schriftlichen Zustimmung des Verlags.

9. Zahlungsbedingungen, Vorauskasse, Zurückbehaltungsrecht und Aufrechnung

9.1 Die Rechnung wird am ersten Erscheinungstag des Online-Werbemittelauftrages, spätestens jedoch am Ende des Monats, in welchem der Auftrag geschaltet wird, erstellt. Ist eine Vorauszahlung nicht vereinbart, ist die Rechnung innerhalb von zehn Werktagen nach Rechnungsstellung ohne Abzug zu zahlen; nach Fristablauf kommt der Kunde in Zahlungsverzug und hat den Rechnungsbetrag mit einem Zinssatz von 8% über dem jeweils gültigen Basiszinssatz gemäß § 247 BGB zu verzinsen.

9.2 Kommt der Kunde seinen Zahlungsverpflichtungen nicht vertragsgemäß nach oder überschreitet er die Fälligkeitstermine, stellt er seine Zahlungen ein oder werden andere Umstände bekannt, die die Kreditwürdigkeit in Frage stellen, so kann unbeschadet bestehender Stundungs- und Ratenzahlungsabreden Vorauszahlung der in Auftrag gegebenen Leistungen sowie die Zahlung aller offenen, auch der noch nicht fälligen Rechnungen durch den Verlag verlangt werden. Des Weiteren ist der Verlag berechtigt, die Erfüllung noch laufender Leistungen bis zur vollständigen Zahlung der offenstehenden Beträge zu verweigern.

9.3 Auch bei anders lautenden Bestimmungen wird die Zahlung zunächst auf die ältere Schuld, hier zunächst auf die Zinsen und dann auf die Hauptsache verrechnet.

9.4 Der Kunde ist zur Aufrechnung oder Zurückbehaltung nur berechtigt, wenn die Ansprüche vom Verlag anerkannt oder die Gegenansprüche rechtskräftig festgestellt sind.

10. Rechteinräumung des Kunden

10.1 Der Kunde überträgt dem Verlag in Bezug auf alle Online-Werbemittel sowie sonstige im Rahmen des Werbeauftrags veröffentlichten Inhalte die notwendigen Nutzungs- und Verwertungsrechte sowie sonstigen Leistungsschutzrechte. Hierzu gehört insbesondere das Datenbankrecht, das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Sendung, Speicherung, sowie das Recht zur Zugänglichmachung.

10.2 In Bezug auf die Download-Angebote räumt der Kunde dem Verlag im Interesse einer umfassenden Vermarktung seiner Inhalte zusätzlich das Recht ein, die Inhalte an Dritte zur Bereithaltung im Internet zu lizenzieren oder die Inhalte für weitere Angebotsformen zu verwenden (sog. Content-Syndication).

10.3 Der Kunde räumt diese Rechte für die Dauer der Schaltung des Werbemittels ein. In Bezug auf die Content-Syndication gem. Ziffer 10.2. sind die Rechte zeitlich unbegrenzt aber jederzeit mit einer Frist von zwei Wochen kündbar eingeräumt.

11. Haftung durch den Verlag

Der Verlag haftet unbeschränkt nur für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit, bei einer fahrlässigen Pflichtverletzung auch für Schäden aus der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit. Bei leichter Fahrlässigkeit haftet der Verlag bei Vermögensschäden einschließlich entgangenen Gewinns nur bei der Verletzung solcher Pflichten, auf deren Erfüllung der Kunde in besonderem Maße vertrauen durfte (Kardinalpflichten). Der Höhe nach ist in diesem Falle die Haftung auf den vertragstypischen und in derartigen Fällen vorhersehbaren und vom Kunden nicht beherrschbaren Durchschnittsschaden begrenzt.

12. Gerichtsstand, Erfüllungsort und anzuwendendes Recht

12.1 Gerichtsstand und Erfüllungsort ist der Sitz des Verlags in Ulm. Dies gilt nur, wenn der Kunde zu den Kaufleuten im Sinne der §§ 1, 2, 3, 5 und 6 HGB gehört oder juristische Person des öffentlichen Rechts oder öffentlich rechtliches Sondervermögen ist oder wenn dessen Wohnsitz oder gewöhnlicher Aufenthaltsort zum Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt ist oder wenn dessen Wohnsitz oder gewöhnlicher Aufenthaltsort nach Vertragsschluss aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt wird oder der Kunde keinen allgemeinen Gerichtsstand im Inland hat. Der Verlag ist aber auch berechtigt, bei dem für den Sitz des Kunden zuständigen Gericht zu klagen.

12.2 Es gilt deutsches Recht unter Ausschluss des UN-Kaufrechts

The background is a solid yellow color with a pattern of thin, parallel diagonal lines that create a subtle texture. The lines are more densely packed in the top-left and bottom-right corners, creating a sense of depth and movement.

print.de

Begeisterung für Druck