

## PCGO WIR MACHEN TECHNIK EINFACH

MediaFacts

Konzept und Leserstruktur

Anzeigenpreise und Formate

IT-Basis-Kombi

Kombipreise und Formate

Sonderhefte

Termine

Technische Daten

Beilagen

Ad Specials

Customized Publishing

magnus.de

Cross-Media

IT-MARKEN 2010

Marketing-Service

TESTfactory

Verlagsdaten und Ansprechpartner

AGBs

Portfolio



## MediaFacts

<b>Erscheinungsweise</b>	monatlich
<b>Copypreise</b>	
• Mit DVD	4,99 €
• Mit Premium-DVD (inkl. Originalspielfilm)	6,99 €
• Mit CD	2,50 €
<b>Anzeigenpreis 1/1 Seite 4c</b>	11.900,- €
<b>Netto-Reichweiten</b>	
• AWA 2009	666.000 Leser
• ACTA 2009	656.000 Leser
• LAC 2008 Berufstätige ITK-Investitionsentscheider	469.000 Leser
<b>Auflagenmeldung IVW II/2009</b>	
• Druckauflage	339.734 Exemplare
• Verkaufte Auflage	204.597 Exemplare
• Verbreitete Auflage	205.425 Exemplare
• Abonnements	72.332 Exemplare



Das Online-Angebot der WEKA MEDIA PUBLISHING GmbH finden Sie unter [www.magnus.de](http://www.magnus.de)  
Willkommen in der Zukunft – Erleben Sie Technik und Entertainment in einer völlig neuen Dimension!

AWA 2009

ACTA 2009

LAC/2008



## Leserstruktur/Top-Zielgruppen

### Lösungsorientierte Redaktion trifft auf qualifizierte Leser

Männer	90,5%
Frauen	9,5%
Durchschnittsalter	40,8 Jahre
Abitur, Fachabitur	28,5%
Abgeschlossenes Hochschulstudium	14,5%
HH-Nettoeinkommen: über 3.500,- €	21,5%
Gesellschaftlich-wirtschaftlicher Status: Stufe 1-2 (oben)	26,0%
TAPs 2009 (Technically advanced persons)	53,6%
Top Profi Computer, EDV, Informationstechnologie	3,6%
Berufliche Führungskräfte unter den Top Ten	8,3%
Meinungsführer	42,2%
Sehr breites Interessenspektrum	18,5%
Sehr Aktive	46,7%
Umfassend Printaffine	52,2%
Ultra Consumers	10,9%
Luxusorientierte Konsumenten	6,1%
DINKS (berufstätig) – Double income no kids	12,2%
Urban Professionals	9,6%
Innovatoren	12,9%
Trendsetter	23,8%
Kernzielgruppe Allround-Sportler	29,9%
Kernzielgruppe Versicherungen	39,4%
Kernzielgruppe Geldanlagen	20,6%
Kernzielgruppe Alkoholische Getränke	15,0%
Kernzielgruppe Überdurchschnittliche PKW-Ausstattung	22,1%
Entscheider mit Fachkompetenz: Computer, Computerzubehör	60,7%
Entscheider mit Fachkompetenz: Moderne Telekommunikation	32,7%
Entscheider mit Fachkompetenz: TV-, Videogeräte, DVD-Player	19,1%
Entscheider mit Fachkompetenz: HiFi-Geräte	20,5%
Entscheider mit Fachkompetenz: Kameras, Objektive, etc.	15,5%
Entscheider mit Fachkompetenz: Autos	14,1%

Quelle: AWA 2009; Basis: PCgo = 666 Tsd.

## Redaktionelles Konzept

### PCgo – Praxis, Praxis, Praxis!

- Der Leser steht im Mittelpunkt! PCgo hilft dem Leser bei Problemen, die im täglichen Umgang mit Technik auftreten – im privaten wie beruflichen Umfeld
- Wir machen Technik einfach! PCgo zeigt an praktischen Beispielen und mit verständlicher Sprache, wie der Leser Technik effektiv nutzt
- Ausführlich und verständlich! Jede Ausgabe enthält ein Schwerpunktthema, in dem inhaltlich vertieft alle Aspekte für den anspruchsvollen Anwender verständlich dargestellt werden
- PCgo ist mehr als PC! Praxisnahe und lösungsorientierte Beiträge zu mobiler Techniknutzung und dem Zusammenwachsen von IT und Unterhaltungselektronik bilden einen Schwerpunkt bei PCgo
- Maximalen Anwendernutzen zu Hard- und Software-Themen vermittelt PCgo durch Workshops, Tipps und Schritt-für-Schritt-Anleitungen
- Zielgerichtete Kaufberatung und Produkttests helfen dem Leser, sich in einem immer komplizierter werdenden Markt zurechtzufinden
- Ein hochmodernes Testlabor und transparente Testverfahren sorgen für objektive Testergebnisse sowohl für den Leser wie auch für den Hersteller
- PCgo bietet hochwertige Heft-DVDs (Teilaufgabe mit Original Kino-DVD-Spielfilm) mit Qualitätsvollversionen und exklusiven Software-Paketen
- Die Webseite [www.pcgo.de](http://www.pcgo.de) als Bestandteil der neuen Technik-Online-Plattform [www.magnus.de](http://www.magnus.de) rundet mit stündlich frischen News, topaktuellen Downloads und zusätzlichen Video-Workshops die Heftinhalte ab

## Leserstruktur

### Der typische PCgo-Leser ...

- ...ist ein ambitionierter Technik-Nutzer.
- ...arbeitet lösungsorientiert.
- ...setzt den PC sowohl im beruflichen wie im privaten Umfeld ein.
- ...will beim Umgang mit Technik schnell zum gewünschten Ziel kommen, ohne sich mit ausführlichen Hintergrundinformationen aufzuhalten.
- ...ist offen für neue Trends bei digitalen Multimedia- und Kommunikationsanwendungen.
- ...ist bereit, für Qualität Geld auszugeben, wenn er sicher ist, dass er Qualität bekommt.
- ...vertraut PCgo als Ratgeber bei technischen Problemen in den Bereichen PC, mobile Technikanwendungen, digitaler Lifestyle und multimediale Geräte und Anwendungen.

## PCgo – Anzeigenpreise und Formate 2010

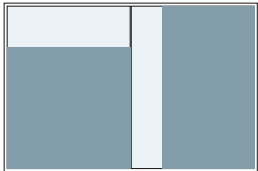
Preisliste Nr. 18 vom 01.01.2010



1/1 Seite  
Satzspiegel B 185 x H 250 mm  
Anschnitt\* B 210 x H 280 mm

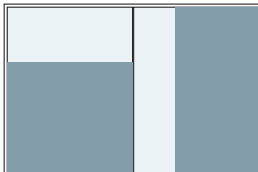


2/1 Seite Bunddurchdruck  
Satzspiegel B 396 x H 250 mm  
Anschnitt\* B 420 x H 280 mm



3/4 Seite quer  
Satzspiegel B 185 x H 183 mm  
Anschnitt\* B 210 x H 200 mm

3/4 Seite hoch  
Satzspiegel B 137 x H 250 mm  
Anschnitt\* B 149 x H 280 mm



2/3 Seite quer  
Satzspiegel B 185 x H 165 mm  
Anschnitt\* B 210 x H 180 mm

2/3 Seite hoch  
Satzspiegel B 122 x H 250 mm  
Anschnitt\* B 134 x H 280 mm

### Redaktioneller Teil

s/w	4c
8.925,- €	11.900,- €

17.850,- €	23.800,- €
------------	------------

6.833,- €	9.111,- €
-----------	-----------

6.076,- €	8.102,- €
-----------	-----------

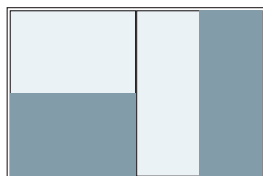
### Direktmarkt/Stellenmarkt

s/w, 2c, 3c, 4c
3.900,- €

7.800,- €
-----------

2.955,- €
-----------

2.635,- €
-----------



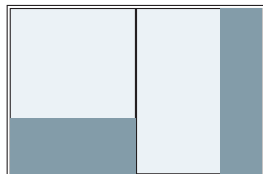
1/2 Seite quer  
Satzspiegel B 185 x H 123 mm  
Anschnitt\* B 210 x H 137 mm

4.553,- €

6.070,- €

2.009,- €

1/2 Seite hoch  
Satzspiegel B 90 x H 250 mm  
Anschnitt\* B 102 x H 280 mm



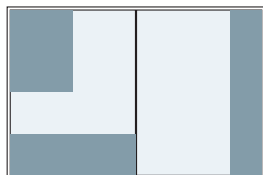
1/3 Seite quer  
Satzspiegel B 185 x H 81 mm  
Anschnitt\* B 210 x H 95 mm

3.137,- €

4.183,- €

1.383,- €

1/3 Seite hoch  
Satzspiegel B 58 x H 250 mm  
Anschnitt\* B 70 x H 280 mm



1/4 Seite  
Satzspiegel B 90 x H 123 mm  
Anschnitt\* B 102 x H 137 mm

2.371,- €

3.161,- €

1.040,- €

1/4 Seite quer  
Satzspiegel B 185 x H 60 mm  
Anschnitt\* B 210 x H 74 mm

1/4 Seite hoch  
Satzspiegel B 43 x H 250 mm  
Anschnitt\* B 55 x H 280 mm

U2

13.685,- €

U3

13.090,- €

U4

14.875,- €

Rabattstaffel  
ab 3 Anzeigen 5%  
ab 6 Anzeigen 10%  
ab 9 Anzeigen 15%  
ab 12 Anzeigen 20%

\*Anschnitt: 4 mm Beschnittzugaben an den Außenseiten

Anzeigen über Bund: Für über Bund zu druckende Anzeigen sind zwei getrennte Seiten zu liefern. Bitte Bundüberfüllung beachten.  
Angeschnittene Anzeigen: Bei angeschnittenen Anzeigen müssen Grafik- und Text-Elemente mindestens 1,5 cm vom äußeren Rand entfernt sein.

Alle Preise gelten zzgl. gesetzlicher MwSt., Anschnitt- und Bunddurchdruck ohne Berechnung. Weitere Formate auf Anfrage.  
Weitere Informationen zu **PCgo** und die **PCgo-Mediadaten** im pdf-Format finden Sie unter [www.wekanet.de/media](http://www.wekanet.de/media)  
**PCgo** ist kombinierbar mit PC Magazin als **IT-Basis-Kombi**.

## IT-Basis-Kombi – Die entscheidende Größe im Markt

### MediaFacts

**PCgo und PC Magazin – zwei erfolgreiche PC-Zeitschriften mit redaktionell eigenständigen Heftkonzepten!**

Anwendungsorientierte und technikorientierte Leserbedürfnisse – hier gilt: perfekte Titelkombination bei maximaler Reichweite und geringster Überschneidung!

**Erscheinungsweise** monatlich

**Anzeigenpreis 1/1 Seite 4c** 19.840,- €

#### Netto-Reichweiten

- AWA 2009 1.561.000 Kontakte
- ACTA 2009 1.529.000 Kontakte
- LAC 2008 Berufstätige ITK-Investitionsentscheider 932.000 Kontakte

**Überschneidung** lt. ACTA 2009 nur 9,1%

#### Auflagenmeldung IVW II/2009

- Druckauflage 603.767 Exemplare
- Verkaufte Auflage 376.486 Exemplare
- Verbreitete Auflage 378.004 Exemplare
- Abonnements 147.402 Exemplare

AWA 2009

ACTA 2009

LAC/2008



### Leserstruktur/Top-Zielgruppen

**Die volle Bandbreite einer qualitativ hochwertigen Leserschaft:**

Männer	87,8%
Frauen	12,2%
Durchschnittsalter	40,6 Jahre
Abitur, Fachabitur	29,3%
Abgeschlossenes Hochschulstudium	17,1%
HH-Nettoeinkommen: über 3.500,- €	24,6%
Gesellschaftlich-wirtschaftlicher Status: Stufe 1-2 (oben)	29,9%
TAPs 2009 (Technically advanced persons)	49,9%
Top Profi Computer, EDV, Informationstechnologie	5,3%
Berufliche Führungskräfte unter den Top Ten	10,4%
Meinungsführer	40,1%
Sehr breites Interessenspektrum	20,1%
Sehr Aktive	46,7%
Umfassend Printaktive	56,6%
Ultra Consumers	11,1%
Luxusorientierte Konsumenten	7,6%
DINKS (berufstätig) – Double income no kids	13,2%
Urban Professionals	10,2%
Innovatoren	14,6%
Trendsetter	22,7%
Kernzielgruppe Allround-Sportler	32,8%
Kernzielgruppe Versicherungen	36,7%
Kernzielgruppe Geldanlagen	22,4%
Kernzielgruppe Alkoholische Getränke	16,2%
Kernzielgruppe Überdurchschnittliche PKW-Ausstattung	21,2%
Entscheider mit Fachkompetenz: Computer, Computerzubehör	58,9%
Entscheider mit Fachkompetenz: Moderne Telekommunikation	29,8%
Entscheider mit Fachkompetenz: TV-, Videogeräte, DVD-Player	18,0%
Entscheider mit Fachkompetenz: HiFi-Geräte	19,0%
Entscheider mit Fachkompetenz: Kameras, Objektive, etc.	14,2%
Entscheider mit Fachkompetenz: Autos	14,5%

Quelle: AWA 2009; Basis: IT-Basis-Kombi = 1.419 Mio.

## IT-Basis-Kombi – Anzeigenpreise und Formate 2010

20% Kombi-Rabatt mit PC Magazin bereits inklusive!

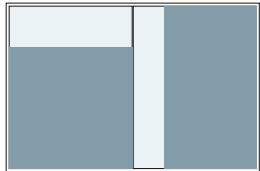
Preisliste Nr. 10 vom 01.01.2010



1/1 Seite  
Satzspiegel B 185 x H 250 mm  
Anschnitt\* B 210 x H 280 mm

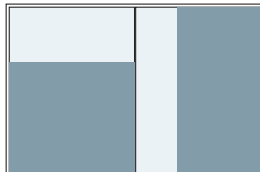


2/1 Seite Bunddurchdruck  
Satzspiegel B 396 x H 250 mm  
Anschnitt\* B 420 x H 280 mm



3/4 Seite quer  
Satzspiegel B 185 x H 183 mm  
Anschnitt\* B 210 x H 200 mm

3/4 Seite hoch  
Satzspiegel B 137 x H 250 mm  
Anschnitt\* B 149 x H 280 mm



2/3 Seite quer  
Satzspiegel B 185 x H 165 mm  
Anschnitt\* B 210 x H 180 mm

2/3 Seite hoch  
Satzspiegel B 122 x H 250 mm  
Anschnitt\* B 134 x H 280 mm

### Redaktioneller Teil

s/w	4c
14.880,- €	19.840,- €
29.760,- €	39.680,- €
11.394,- €	15.191,- €
10.126,- €	13.501,- €

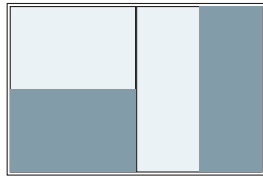
### Direktmarkt/Stellenmarkt

s/w, 2c, 3c, 4c  
6.240,- €

12480,- €

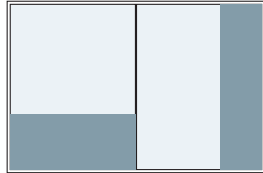
4.727,- €

4.217,- €



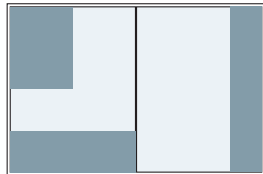
1/2 Seite quer  
Satzspiegel B 185 x H 123 mm  
Anschnitt\* B 210 x H 137 mm

1/2 Seite hoch  
Satzspiegel B 90 x H 250 mm  
Anschnitt\* B 102 x H 280 mm



1/3 Seite quer  
Satzspiegel B 185 x H 81 mm  
Anschnitt\* B 210 x H 95 mm

1/3 Seite hoch  
Satzspiegel B 58 x H 250 mm  
Anschnitt\* B 70 x H 280 mm



1/4 Seite  
Satzspiegel B 90 x H 123 mm  
Anschnitt\* B 102 x H 137 mm

1/4 Seite quer  
Satzspiegel B 185 x H 60 mm  
Anschnitt\* B 210 x H 74 mm

1/4 Seite hoch  
Satzspiegel B 43 x H 250 mm  
Anschnitt\* B 55 x H 280 mm

\*Anschnitt: 4 mm Beschnittzugaben an den Außenseiten

7.686,- €	10.249,- €	2.009,- €
5.194,- €	6.926,- €	1.383,- €
3.954,- €	5.272,- €	1.040,- €
U2	22.816,- €	Rabattstaffel
U3	21.824,- €	ab 3 Anzeigen 5%
U4	24.800,- €	ab 6 Anzeigen 10%
		ab 9 Anzeigen 15%
		ab 12 Anzeigen 20%

Anzeigen über Bund: Für über Bund zu druckende Anzeigen sind zwei getrennte Seiten zu liefern. Bitte Bundüberfüllung beachten.

Angeschnittene Anzeigen: Bei angeschnittenen Anzeigen müssen Grafik- und Text-Elemente mindestens 1,5 cm vom äußeren Rand entfernt sein.

Alle Preise zzgl. gesetzlicher MwSt., Anschnitt- und Bunddurchdruck: ohne Berechnung. Für den Stellenmarkt gelten die Direktmarktpreise.

Zwei Motive – ein Preis (Ausgaben- und Formatgleichheit sind Bedingung). Weitere Informationen zur **IT-Basis-Kombi** (PCgo und PC Magazin) oder zur **IT-Basis-Kombi PLUS** (PCgo, PC Magazin PLUS Internet Magazin) sowie alle Mediadaten im PDF-Format finden Sie unter [www.wekanet.de/media](http://www.wekanet.de/media)

## Sonderhefte PCgo

Die **PCgo**-Sonderheft-Reihe ist die konsequente Fortführung des **PCgo**-Stammheft-Konzeptes. Monothematisch und gezielt angelegt, sind die Themen ausführlicher und tiefergehend als im Stammheft. Alle Sonderhefte zeigen konkreten Anwendernutzen und geben klare Kaufempfehlungen und praktische Tipps! Die Zielgruppe bilden alle PC-Fortgeschrittenen bzw. -Profis.



### Office

Das Sonderheft wendet sich an berufliche Office-Anwender im SoHo/SMB-Bereich. Mit Kaufberatung, Vergleichstest, vielen nützlichen Tipps und Vollversionen auf der Heft-DVD ...



### Net- und Notebooks

Das Sonderheft ist der ultimative Einkaufsratgeber für alle, die sich für ein Net- oder Notebook interessieren und den Kauf planen. Mit vielen Tuning- und Praxistipps, sowie Vollversionen auf der Heft-DVD ...



### Homepage

Das Sonderheft richtet sich an alle, die sich mit dem Gedanken beschäftigen, einen eigenen Webauftritt zu erstellen, eine vorhandene einfache Website aufzuwerten oder mit dem eigenen Webauftritt ein paar Euro zusätzlich verdienen zu wollen. Mit vielen Praxistipps, sowie Vollversionen auf der Heft-DVD ...

### Sonderhefte redaktioneller Teil

Format	Breite x Höhe in mm ohne Anschnitt		s/w, 2c, 3c, 4c
1 x 1/1	185 x 250		4.900,- €
1 x 2/1	396 x 250		9.800,- €
1 x 3/4	185 x 183	137 x 250	3.762,- €
1 x 2/3	185 x 165	122 x 250	3.319,- €
1 x 1/2	185 x 123	90 x 250	2.529,- €
1 x 1/3	185 x 81	58 x 250	1.739,- €
1 x 1/4	185 x 60	43 x 250      190 x 123	1.296,- €
U2			5.635,- €
U3			5.390,- €
U4			6.125,- €

### Rabattstaffel

ab 3 Anzeigen 5% • ab 6 Anzeigen 10% • ab 9 Anzeigen 15% • ab 12 Anzeigen 20%

Alle Preise gelten zzgl. gesetzlicher MwSt. • Anschnitt- und Bunderdruck: ohne Berechnung • Sonderwerbeformen möglich: Banderolen, Titelgatefold, umgekehrter Heftestieg, Response-Mittel etc., Preis auf Anfrage

### Ihr Thema ist nicht dabei ...?

Gerne fertigen wir ein Sonderheft nach Ihren Wünschen und Vorgaben. Werden Sie Co-Sponsor – wir kümmern uns um Redaktion, Creation und Verbreitung Ihres Sonderheftes. Buchbar schon ab 10.000,- €!



Über alle **PCgo-Sonderhefte** informiert Sie gerne  
 Gisela Nerke • Telefon: 08121/95 - 12 11 • gnerke@wekanet.de

## Termine



Ausgabe	EVT	Anzeigenschluss	Druckunterlagen-schluss	Veranstaltungen		
02/10	08.01.2010	08.12.2009	11.12.2009	13.01. - 15.01.2010	PSI – Internationale Fachmesse für Werbeartikel	Düsseldorf
03/10	05.02.2010	12.01.2010	15.01.2010	15.02. - 18.02.2010	GSMA Mobile World Congress	Barcelona
04/10	05.03.2010	09.02.2010	12.02.2010	02.03. - 06.03.2010	CeBIT	Hannover
05/10	09.04.2010	12.03.2010	17.03.2010	19.04. - 23.04.2010	Hannover Messe	Hannover
06/10	07.05.2010	13.04.2010	16.04.2010	18.05. - 20.05.2010	Marketing+Services	Frankfurt/Main
07/10	04.06.2010	06.05.2010	11.05.2010	01.06. - 05.06.2010	Computex	Taipeh
08/10	09.07.2010	15.06.2010	18.06.2010			
09/10	06.08.2010	13.07.2010	16.07.2010			
10/10	03.09.2010	10.08.2010	13.08.2010	03.09. - 08.09.2010	IFA	Berlin
11/10	08.10.2010	14.09.2010	17.09.2010	02.10. - 04.10.2010	IT & Business	Stuttgart
				06.10. - 10.10.2010	Frankfurter Buchmesse	Frankfurt/Main
				19.10. - 21.10.2010	discuss & discover / it-sa	München / Nürnberg
12/10	05.11.2010	11.10.2010	14.10.2010	17.11. - 20.11.2010	HOBBY & ELEKTRONIK	Stuttgart
01/11	03.12.2010	09.11.2010	12.11.2010			

Über die Schwerpunktthemen pro Ausgabe informieren wir Sie gerne monatlich aktuell in unseren Themen+News.  
Bitte wenden Sie sich an Gisela Nerke • Telefon: 08121/95 - 12 11 • gnerke@wekanet.de

## Technische Daten

<b>Anliefertermine für CD/DVD, Kontaktkarte, Sonderinsertionen</b>	2 Arbeitstage nach Druckunterlagenchluss Drucksachen dürfen nicht verschränkt angeliefert werden.
<b>Anlieferadresse</b>	auf Anfrage
<b>Druckverfahren, Verarbeitung</b>	4-fbg. Rollenoffsetdruck nach Eurokala, Rückendrahtheftung Bitte fordern Sie unsere Reproduktions- und Proof-Anweisungen an. Für prozessübliche Farbtoleranzen wird keine Haftung übernommen.
<b>Papier</b>	49 g aufgebessertes Zeitungsdruckpapier
<b>Beschnittenes Format</b>	(= Heftformat) 210 mm breit x 280 mm hoch Mindestbeschnittzugaben: 4 mm an allen offenen Seiten
<b>Druckunterlagen und digitale Datenübertragung</b>	Bitte übermitteln Sie uns Ihre digitalen Daten mittels Datenträger, E-Mail oder FTP. Die genauen Spezifikationen und weitere Details fordern Sie bitte bei den bekannten Gesprächspartnern an. Dateinamen müssen nach folgendem Muster vergeben werden: Anzeigenkunde_GO_Ausgabe (Beispiel: Dell_GO_01_10)
<b>Ihr Ansprechpartner für Druckunterlagen und digitale Datenübertragung</b>	WEKA MEDIA PUBLISHING GmbH Frau Borghild Bernhard Gruber Straße 46a D-85586 Poing Telefon: 08121/95 - 14 80 Telefax: 08121/95 - 16 90 bbernhard@wekanet.de

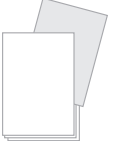
## Sonderdrucke

Ob redaktionelle Promotion-Strecken, Testsieger-Auszeichnungen, Praxisberichte oder Produkt des Jahres: Nutzen Sie unseren Sonderdruck-Service, um unsere redaktionelle Berichterstattung noch gewinnbringender für Sie einzusetzen. Wir gestalten Ihren Sonderdruck (115 g/qm holzfrei weiß, glänzend, Bilderdruck) mit Ihrem Firmenlogo und auf Wunsch gerne mit zusätzlichen Informationen aus Ihrem Haus.

Über Preise, Formate, Auflagen, individuelle Ausstattungen informiert Sie gerne Marion Schubert • Telefon: 08121/95 - 11 01 • mschubert@wekanet.de

## Sonderinsertionen – Beilagen, Beikleber, Beihefter, aufklappbare Titelflappe

**Beilagen**



nicht rabattfähig  
min.  
B 105 x H 148 mm  
max.  
B 190 x H 270 mm

### Muster 3-fach an den Verlag

105,- € % bis 25 g Gewicht (zzgl. evtl. Portogebühren oder Versandkosten).

Je weitere angefangene 5 g zusätzlich 8,50 €. Teilbeilagen 125,- € %.


Beilagen müssen für die maschinelle Verarbeitung geeignet sein.

Teilbelegungen nach Nielsengebieten, Aboauflage, In- und Ausland möglich.

Mindestbelegung bei Teilauflagen/Beilagen-Splitting: 20.000 Exemplare.

Positionierung: unbestimmt

**Beikleber**



nicht rabattfähig  
min.  
B 60 x H 75 mm  
max.  
B 185 x H 270 mm

### Muster 3-fach an den Verlag

Post- oder Antwortkarten 40,- € % (zzgl. evtl. Portogebühren oder Versandkosten).


Nur in Verbindung mit 1/1 Seite. Gefaltete Produkte müssen zum Bund hin geschlossen und für die maschinelle Verarbeitung geeignet sein.

Klebetoleranz: ±5 mm.

Teilbelegungen nach Nielsengebieten, Aboauflage, In- und Ausland möglich.

Mindestbelegung bei Teilauflagen/Beikleber-Splitting: 20.000 Exemplare

**Beihefter**



nicht rabattfähig  
min.  
B 105 x H 148 mm  
max. Heftformat  
B 210 x H 280 mm

2 Seiten	70,- € %
4 Seiten	90,- € %
bis 8 Seiten	120,- € %
bis 12 Seiten	140,- € %
bis 16 Seiten	150,- € %

Größerer Umfang auf Anfrage

### Muster 3-fach an den Verlag

Angeschnittene Seiten müssen einen Beschnitt von 4 mm aufweisen.


Beihefter müssen gefalzt und in unbeschnittenem Format angeliefert werden.

Beihefter dürfen generell nicht seitlich geklammert werden und müssen für die maschinelle Verarbeitung geeignet sein.

Teilbelegungen nach Nielsengebieten, Aboauflage, In- und Ausland möglich.

Mindestbelegung bei Teilauflagen/Beihefter-Splitting: 20.000 Exemplare

**Aufklappbare Titelflappe**



nicht rabattfähig  
min.  
B 110 x H 280 mm  
max. Heftformat  
B 210 x H 280 mm

Papierstärke = Umschlagstärke

### Muster 3-fach an den Verlag

Preise auf Anfrage

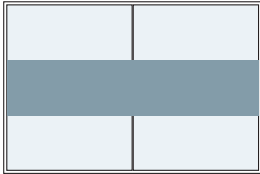
### CD/DVD, Kontaktkarte, Gatefolder, Altarfalz, Poster ...

Preise und Positionierung auf Anfrage.

Weitere Sonderwerbformen, wie z.B. Leporello, Pop-up-Beihefter, Halbfeldtitelflappen, Banderolen, Rolling Gates und Gatefolds, werden bevorzugt behandelt.

## Auffallen garantiert – Mit Sonderwerbeformen ...

### Sandwich-Anzeige

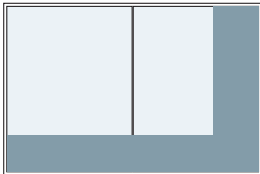


Satzspiegel  
B 396 mm

Anschnitt  
B 420 mm

Höhe auf Anfrage

### XL-Anzeige

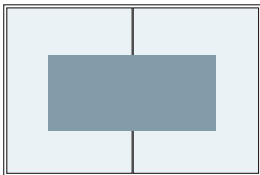


Satzspiegel  
B 396 mm

Anschnitt  
B 420 mm

Höhe auf Anfrage

### Inselanzeige



Mögliche Formate  
auf Anfrage

## ...und Maxihelp/Minihelp



Format

Maxihelp:

B 200 x H 270 mm



Format

Minihelp:

B 148 x H 210 mm

Redaktionell unabhängige, exklusiv gesponserte Booklets von einem Hersteller zu einem speziellen Thema – schon ab 20.000,- €

## Customized Publishing & Media Services – Redaktionelles Know-how und Kreativität in perfekter Kombination

Setzen Sie in Sachen Marketing auf Kreativität, Fach-Know-how, Vielseitigkeit und Flexibilität.

Wir bieten Ihnen neben den klassischen Werbeleistungen ein reiches Portfolio an Sonderwerbformen und konzipieren individuelle Projekte für Sie.

Ganz egal, ob es um Produkt-Promotions, Image-Broschüren, Kundenmagazine oder Informationen für Ihre Fachzielgruppe geht.

### Ihr Vorteil

#### **Fachwissen, Kreativität und Individualität – gebündelte Medienkompetenz für durchschlagenden Marketing-Erfolg**

- Wir konzeptionieren Projekte individuell für Ihre Anforderungen und setzen die Konzeption ganzheitlich um – in Design, Bild und Text – bis hin zur Produktion und Anlieferung. Dabei entscheiden Sie über das „Look & Feel“ – von CI-konformen Projekten bis hin zum redaktionellen oder Anzeigen-Look liefern wir Ihnen das passende Design. Texter und Redakteure sorgen für passende Inhalte im richtigen Ton.
- Sie profitieren von unserem geballten Know-how: Fachredakteure, Texter und Designer arbeiten für Sie. Dabei haben Sie aber nur einen Ansprechpartner, der sich um alles kümmert und immer für Sie da ist.

#### **Alles aus einer Hand**

- Konzeption nach Ihren Wünschen
- Komplette redaktionelle Inhalte in Absprache mit Ihnen
- Design nach Ihren Ansprüchen
- Papier, anderes Material, Format und Druck nach Ihren Vorgaben
- Beilage oder Beihefter in Magazinen
- Auslieferung und Vertrieb

#### **Vielseitigkeit**

Egal, welche Sonderwerbform Sie einsetzen möchten – wir machen es möglich. Von Postern über Magazine bis hin zu Direct-Mailing-Kampagnen – lassen Sie sich von uns ein individuelles Angebot erstellen!

#### **Unser Portfolio**

- Image-Broschüren
- Fachhandels- und Kundenmagazine als optimales Channel-Tool
- Beihefter, Beilagen, Beikleber
- Promotions und Advertorials
- Anzeigen
- Direct-Mailing-Kampagnen
- Online-Konzeptionen
- Cross-Media-Strategien
- Poster
- Produktblätter
- Kataloge
- Vertriebskooperationen
- Product Placement
- Event-Specials
- Und vieles mehr ...



**Kundenmagazine**  
Ein unschlagbares Channel-Tool, mit dem Sie Kunden auf eine ganz neue und hochwertige Art ansprechen.

**Redaktionelle Beilagen und Booklets**  
Überzeugen Sie mit Informationen und Nutzwert. Redaktionelle Broschüren, von Fachautoren getextet, überzeugen Ihre Kunden auf besondere Weise!



**Vertriebskooperationen**  
Mit einer eigenen Sonderproduktion bieten Sie Ihrer Zielgruppe ein Plus an Informationen und Nutzen – im Kioskvertrieb!

**Neue Vertriebswege für Ihre Software**  
Wir bringen Ihre Software an einen neuen PoS – an den Kiosk und in die Kataloge großer Direktvermarkter.



**Produktbroschüren**  
Ob Produktdatenblätter, Broschüren oder Kataloge – wir erstellen alle Marketing- und Vertriebsunterlagen extrem hochwertig, in Text, Bild und Umsetzung in Druck.

**Direct Mailings**  
Ob einmalige Kampagne oder regelmäßige Aus-sendung: Wir konzipieren, erstellen und wickeln Direct Mailings professionell und individuell für Sie ab.



**Das Poster**  
Egal, ob für Aus-sendungen, Aktionen oder Werbeflächen – das Poster ist die wohl plakativste Art, um Aufmerksamkeit zu erreichen!

**Ihr Ansprechpartner**

Anja Deininger

Leitung Redaktion & Creation Corporate Publishing & Media Services

Telefon: 08121/95 - 11 23

adeininger@wekanet.de

# magnus.de – Technik. Trends. Entertainment.

Das Technik-Netzwerk für alle, die Technik und Lifestyle lieben

magnus.de vereint die vier großen Themenbereiche Foto, Home-Entertainment, Computer und Mobile Kommunikation. magnus.de ist das eigenständige Internet-Portal der Zeitschriften PC Magazin, PCgo, Internet Magazin, Video-HomeVision und der Special-Interest-Titel wie z.B. fotolife, linuxlife, mobilelife oder Royal Flush. Zusätzlich ist magnus.de das große Vermarktungsnetzwerk der Medienmarken connect, COLORFOTO, AUDIO, autohifi und stereoplay. Hier treffen sich technick- und lifestyleorientierte User, um täglich Produkt- und Firmen-News, fundierte und unabhängige Testberichte, beste Unterhaltung und praxisnahe Tipps aus allen Bereichen des digitalen Lebens zu finden.

Über 388.000 Unique User (AGOF internet facts 2009-II, Basis: Unique User pro Monat) nutzen das geballte Wissen, das von unseren unabhängigen Redaktionen auf magnus.de bereitgestellt ist. Die täglichen und monatlichen Newsletter (täglich magnus.de Newsletter, Download, Surftipp, Home-Entertainment, Windows, Office, SAT+KABEL) garantieren monatlich über 2 Millionen Bruttokontakte\*. Nutzen Sie diesen aufgeschlossenen und aktiven Kundenkreis mit einem hohen Anteil an Meinungsbildnern für eine gezielte Wirkung im Umfeld von aktuellen News und redaktioneller Kompetenz.

Für Fragen zur Einbindung Ihrer Online-Kampagne, gemeinsame Kooperationen oder der exklusiven Integrationen Ihrer Angebote stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung:

Albert Petryszyn  
Business Development Manager  
& Leitung Onlinesales  
Telefon: 08121/95 - 18 60  
apetryszyn@magnus.de

Klaus Ahlering  
Senior Manager  
Onlinesales  
Telefon: 08121/95 - 11 82  
kahlering@magnus.de

Infos, Formate und Preise finden Sie unter: [www.magnus.de/media/onlinewerbung](http://www.magnus.de/media/onlinewerbung)  
Anlieferadresse für Online-Werbemittel: [werbemittel@magnus.de](mailto:werbemittel@magnus.de)

\*Newsletter-Abonnements, kumulierte Reichweite pro Monat, Stand September 2009

Online IVW 09/2009  
[www.magnus.de](http://www.magnus.de)  
Pls 6.476.514  
Visits 2.020.866



## Online-Angebote im magnus.de-Portal

**PC Magazin** – Praxis, Technik und Tests – IT-Wissen ohne Kompromisse



**PCgo** – Das Anwendermagazin für den praxis- und lösungsorientierten PC-Einsatz



**Internet Magazin** – Geballtes Know-how für Web-Profis



**Video-HomeVision** – Das Basis-Medium für Entertainment at Home



**Royal Flush** – Das Deutsche Poker Magazin mit Trends, Strategien, Turnieren & Lifestyle



## Online-Angebote im magnus.de-Netzwerk

**connect** – Europas größtes Magazin für Telekommunikation



**ColorFoto** – Das Profi-Magazin für digitale Fotografie und Fotopraxis



**AUDIO** – Das Testmagazin für HiFi, Surround, High End, Musik



**autohifi** – Der Kauf- und Praxis-Ratgeber für mobile Medien



**stereoplay** – Die führende Zeitschrift für technische HiFi-Dimension



## Informationsmedium Heft-CD/-DVD

Unsere Heft-CDs und -DVDs sind integraler Bestandteil des redaktionellen Konzeptes. Viele redaktionelle Themen werden hier fortgeführt, vertieft und ergänzt. Die Akzeptanz und Nutzung der hochwertigen Scheiben ist extrem stark ausgeprägt. Die Leser nutzen die Inhalte der Datenträger – besonders natürlich die Film- und Software-Highlights – fast zu 100%. Dabei werden die Datenträger, mehr noch als das Magazin, archiviert und dauerhaft weiterverwendet. Seit Sommer 2009 sind unsere DVDs interaktiv, d.h. wir können jederzeit mit dem Leser auf der gestarteten DVD-Oberfläche kommunizieren.

Dies ist die ideale Plattform, um Ihre Kunden zu erreichen. Dazu bieten CD und DVD eine Vielzahl von Möglichkeiten:

### Top 1: Intro

Beim Start der DVD spielen wir Ihren Clip oder Ihre Flash-Animation ab. Dauer bis zu 20 Sekunden.

**Preis:** 2.000,- €



### Top 2: Hauptmenü-Werbung

Im Hauptmenü der DVD steht Ihr Produkt direkt nach dem Start der DVD im Blickfeld der Kunden. Gerade im Hauptmenü bekommen Sie höchste Aufmerksamkeit durch Banner oder Skyscraper.

**Preis:** Werbung mit Internet-Link: 2.000,- €  
Werbung mit Start einer Anwendung oder Software-Installation: 3.000,- €



### Top 3: Software-Marketing

Wir bringen Ihre Demoversionen oder Try-and-Buy-Versionen ohne Umwege zum Kunden. Direkt von der Oberfläche aus zu installieren, können Sie mit attraktiven Angeboten aus Lesern Kunden machen.

**Preis:** 3.000,- € bis 300 MByte,  
je weitere 100 MByte 500,- €



### Top 4: Dauerhafte Präsenz

Werden Sie mit Ihrer Software oder Ihrer Dienstleistung Bestandteil der CD/DVD-Grundausstattung, z.B. mit einer Antiviren-Software auf monatlicher Basis. Oder zur regelmäßigen Kundengenerierung für Ihr Online-Portal (Online-Spiele etc.)

**Preis:** nach Vereinbarung



Werbung auf CD und DVD ist immer individuell. Zusammen mit Ihnen entwickeln wir intelligente und effiziente Cross-Media- und Lead-Generierungs-Strategien, auch in Verbindung mit Online-Präsenz auf unserem neuen Mehrwert-Portal [www.magnus.de](http://www.magnus.de). Wir lassen uns für Sie etwas einfallen, sprechen Sie mit uns.

### Anzeigenleitung

Gisela Nerke  
Telefon: 08121/95 - 12 11  
gnerke@wekanet.de

### Werbekonzepte und technische Fragen

Arnd Wängler, Produkt-Manager Software/Lizenzen  
Telefon: 08121/95 - 11 50  
awaengler@wekanet.de

## IT-MARKEN – Die erfolgreiche und umfassende Markenimagestudie für die IT-Branche

Mit immer neuen technischen Innovationen und Entwicklungen stellt der Bereich Informationstechnologie, Internet, E-Business und Telekommunikation einen der attraktivsten Wachstumsmärkte mit hohem Potenzial dar. Wettbewerbsrelevante Daten und Fakten, mit deren Hilfe die Positionierung der eigenen Marke überprüft werden kann, sind für die Hersteller daher enorm wichtig.

Bereits zum zehnten Mal führt die WEKA MEDIA PUBLISHING GmbH mit IT-MARKEN 2010 eine der umfassendsten Markenimageuntersuchungen für die IT-Branche durch. Mit einer Beteiligung von jährlich etwa 20.000 Personen liefert die Untersuchung einen umfassenden und fundierten Überblick über Marktdaten, Nutzerschaften und Markenkenntnisse zu 385 Marken von 234 Herstellern in 18 verschiedenen Produktbereichen im Informationstechnologie-, Internet- und Consumer-Electronics-Segment.



### Die Ergebnispräsentation im Doppelpack

Zur Auswahl stehen zwei Auswertungs-Schemata: Der Gesamtbericht beleuchtet die allgemeine Markenpositionierung aller abgefragten Marken innerhalb einer Produktkategorie. In der Kundenanalyse wird die Positionierung einer Marke zu fünf individuell wählbaren Wettbewerbern im jeweiligen Produktbereich dargestellt.

Durch die Verwendung des Einstufungs-Filters „**Äußerst**“ und „**Sehr computerinteressiert**“ lassen sich die Kernmärkte des ITK-Segments zuverlässig abbilden. Eine ausgefeilte Fragestellung und eine entsprechende Gewichtung ermöglichen die wissenschaftlich fundierte Anlehnung der Ergebnisse an bestehende Online-Reichweitenstudien.

### IT-MARKEN schafft höchste Marktransparenz im IT-Segment!

- Ungestützte und gestützte Abfrage bekannter Marken im Produktbereich
- Entwicklung der Marken- und Werbekanntheit aller abgefragten Marken
- Differenzierung der Markenbekanntheit nach „Kenne Marke (sehr) gut“ bzw. „Kenne Marke nur dem Namen nach“
- Markenimages auf Basis der Fälle „Kenne Marke (sehr) gut“
- Beurteilung des Service-Angebots eines Herstellers
- Private und berufliche Nutzung Ihrer Produkte
- Markentreue
- Kaufkriterien und Anforderungsprofile
- Kaufverhalten und Investitionsbereitschaft
- Kauforte für Produkte erster Wahl, selektiert nach beruflicher oder privater Anschaffung
- Soziodemografische Merkmale der Teilnehmer und deren PC-Anwenderprofile

Für Kunden der WEKA MEDIA PUBLISHING GmbH sind die exklusiven Auswertungen und individuellen Wettbewerbsanalysen kostenfrei erhältlich! Nutzen Sie dieses Marketing-Tool, um Marktveränderungen und Trends rechtzeitig zu erkennen und auf die Anforderungen der Teilnehmer, die sich als Markenkenner qualifiziert haben, einzugehen und zu reagieren.



## Marketing-Service/Marktforschungs-Service

[www.wekanet.de/media](http://www.wekanet.de/media)

Der Zähl-Service der WEKA MEDIA PUBLISHING GmbH unterstützt Sie bei der Analyse von Markt-Potenzialen und der Optimierung Ihrer Media-Planung auf Basis der drei wichtigsten Markt-/Mediastudien für die IT-, Telekommunikations-, Foto- und Unterhaltungselektronik-Industrie: AWA, ACTA und LAC. Darüber hinaus investiert die WEKA MEDIA PUBLISHING GmbH Jahr für Jahr in zahlreiche eigens in Auftrag gegebene Studien, wie unsere großen Marken- und Werbekennntnisstudien IT-MARKEN und AV-MARKEN. Repräsentative CopyTests werden exklusiv für Anzeigenkunden erhoben. Individuelle, nutzwertorientierte Services für unsere Anzeigenkunden machen das Angebot perfekt!

### Marktforschung

**AWA 2009** Die jährliche Studie „Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse“ liefert Daten zu Konsumgewohnheiten und Mediennutzung in 19 Themen- und Produktbereichen und beschreibt Zielgruppen und Mediennutzung. Grundgesamtheit ist die deutsche Bevölkerung ab 14 Jahren in Privathaushalten: 64,85 Mio.

**ACTA 2009** Die Allensbacher Computer- und Technik-Analyse gibt einen umfassenden Überblick über den aktuellen Stand von Computerbesitz und -ausstattung, die quantitative und qualitative Internetnutzung, den E-Commerce, die Ausstattung der Haushalte mit Kommunikationstechnik und Unterhaltungselektronik sowie die aktuellen Anschaffungspläne auf diesen Feldern. Grundgesamtheit ist die deutsche Bevölkerung zwischen 14 und 69 Jahren in Privathaushalten: 54,58 Mio.

**LAC/2008** Die Leser-Analyse Computerpresse (LAC) untersucht die Mediennutzung von IT-Zeitschriften sowie den Besitz und die Anschaffungsplanung privater und beruflicher IT-Entscheider für insgesamt 246 Produkte und Dienstleistungen in 23 Kategorien aus IT-Hard- und Software, der Telekommunikation und Segmenten der Unterhaltungsindustrie. Grundgesamtheit ist die deutsche Bevölkerung ab 14 Jahren, die über einen Festnetzanschluss verfügt und mindestens einmal pro Woche einen im Haushalt vorhandenen PC nutzt: 40,9 Mio.

### Testlabor



Absolute Objektivität, hundertprozentig genaue Messungen und kritische Bewertungen sind die Grundlage für unsere Testberichte. Nutzen Sie Ihr Siegerlogo für Werbezwecke wie z.B. Sonderdrucke.

### CopyTest

In den Titeln PC Magazin, PCgo, Business&IT, AUDIO und Video-HomeVision können Sie Ihre Anzeigen in regelmäßigen Abständen testen lassen. Leser und Abonnenten beurteilen Ihre Bildmotive, Werbebotschaften oder den Support Ihrer beworbenen Produkte. Diese repräsentativ erhobenen CopyTests werden nach dem ZAW-Rahmenschema vom renommierten IFAK-Institut durchgeführt.



### Veranstaltungen

Das Beste für die Besten – ein Qualitätssiegel, das es in sich hat!

Von der Digitalkamera bis zur Finanz-Software, vom Monitor bis zum Internet-Provider und vom Notebook bis zum Komplettsystem. Rund 25.000 sachkundige PC Magazin-Leser haben ihre Favoriten zum „Produkt des Jahres“ gewählt. Werben Sie mit Ihrem Siegerlogo.

- Sieger-Image, denn PC Magazin-Leser wissen, wer der Beste ist
- Glaubwürdigkeit XXL, denn PC Magazin-Leser kennen sich aus
- Starker Kaufimpuls, denn PC Magazin-Leser überzeugen



## TESTfactory Stuttgart

Die **TESTfactory** gilt international als anerkannte Top-Adresse für die vergleichende Beurteilung von Geräten und Komponenten aus den Bereichen Unterhaltungselektronik, Auto-HiFi, Telekommunikation, Foto, Optik und Informations-Technologie.

Ein Messverfahren das sich an den neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen und gesetzlichen Anforderungen orientiert, eine moderne Labor-Ausrüstung und ständiges Training der Laboringenieure sorgen für akkurate und reproduzierbare Ergebnisse, die industrieweit anerkannt sind. Damit gehört die **TESTfactory** zu den führenden Testlaboren für vergleichende Warentests in Europa.

Die hohe Kompetenz und Ausstattung bestätigte bereits 1998 die Zertifizierung nach ISO 9001 und 1999 die Akkreditierung nach DIN EN 45001.

Die **TESTfactory** ist damit das weltweit einzige Testlabor eines Zeitschriftenverlages, das diesen hohen Qualitätsansprüchen genügt. Seit 2009 ist die **TESTfactory** nach den neuen Normen ISO 9001:2008 und DIN EN ISO/IEC 17025:2005 zertifiziert und akkreditiert.



## Testlabor Poing

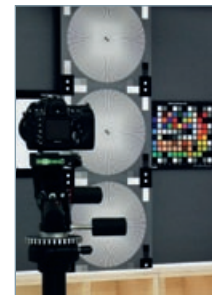
Das Testlabor in Poing gehört zu den besten Prüfinstitutionen für Produkte aus Informationstechnik und Unterhaltungselektronik in Deutschland und genießt international einen ausgezeichneten Ruf. Um die hohen Qualitätsanforderungen der Redaktionen und Kunden zu erreichen, arbeiten Fachredakteure und Labormannschaft mit modernster Ausrüstung Hand in Hand. Nur so können die Redaktionen eine gebührende Berücksichtigung der Soft Facts gewährleisten. Für die notwendigen Hard Facts sorgen eine einzigartige Testgeräte-Ausstattung und standardisierte Testverfahren in einer exakt festgelegten Testumgebung. Dies gewährleistet relevante, reproduzierbare und aussagekräftige Messergebnisse für eine objektive Beurteilung. Alle Messverfahren sind praxisrelevant gestaltet und in Zusammenarbeit mit den renommiertesten Entwicklungs- und Qualitätssicherungslabors erarbeitet. Das Labor steht seit vielen Jahren Unternehmen und staatlichen Verwaltungsstellen beratend zur Seite, sei es bei der System-Entwicklung oder der Qualitätssicherung von Auftragsproduktionen bei Drittfirmen und Zukäufen von Komponenten.



## Image Engineering Dietmar Wüller

Image Engineering ist ein weltweit renommiertes unabhängiges Institut für Bildqualitätstests. Seit über zehn Jahren – mit dem Erscheinen der ersten Consumer-Digitalkameras – misst Image Engineering die Bildqualität von digitalen Bildaufnahmegegeräten nach international anerkannten Standards. Bei der Weiterentwicklung der Standards stellt Image Engineering den Vorsitz der Normungsgruppe digitale Fotografie in der DIN und arbeitet in mehreren internationalen Normungsgruppen mit. Durch die Nutzung und Weiterentwicklung der vorhandenen Normen ist die Messtechnik immer aktuell beziehungsweise setzt zukunftsweisende Standards. Weiterhin stellt Image Engineering Hard- und Software zur Bildqualitätsmessung her und vertreibt diese weltweit. Die von Image Engineering verwendeten Methoden werden unter anderem im Bereich Fotografie, Überwachung, Automotive, Machine Vision und Mobiltelefonie eingesetzt.

Image Engineering Dietmar Wüller vermisst für WEKA MEDIA PUBLISHING digitale Kompaktkameras, digitale Spiegelreflexkameras und Objektive.



## Das Test-Repertoire der Labore

### Unterhaltungselektronik

- Audio- & Video-Produkte • HiFi-Komponenten • Portable Audio- und Videogeräte
- Zubehör wie beispielsweise Batterien, Akkus, Fernbedienungen und Kabel

### Auto-HiFi

- Autoreceiver und Endstufen • Lautsprecher und Subwoofer • Navigationsgeräte
- Freisprecheinrichtungen und sonstiges Zubehör

### Telekommunikation

- Telefone drahtgebunden und schnurlos (ISDN/DECT) • Mobilfunkgeräte für D-Netz (GSM 900), E-Netz (GSM 1800), PCS (GSM 1900) und UMTS
- Bluetooth- und WLAN-Komponenten

### Digitale Fotografie

- Digitale SLRs • Kompaktkameras • Objektive • Fotodrucker • Zubehör wie beispielsweise Speicherkarten, Taschen oder Rucksäcke

### Computertechnik

- PCs und Notebooks • Netzteile, Gehäuse und USVs • Grafikkarten, Sound- und Videoschnittkarten • Speicher, Festplatten und optische Laufwerke
- Drucker, Multifunktionsgeräte und Scanner • uvm.



## Unsere Dienstleistungen

- Vergleichende **Warentests** auf höchstem Niveau
- Prüfung der elektrischen **Sicherheit** und **Gebrauchstauglichkeit**
- **Leistungs- und Funktionstests**
- **Support** bei der Entwicklung und Produktion von Endgeräten
- Prüfung und Erstellung von **Bedienungsanleitungen** gemäß DIN EN 62079
- Entwicklung von **Messverfahren**
- Erstellung von **Gutachten** und **Lastenheften**
- Vergabe von **Qualitätslogos** in Zusammenarbeit mit den Redaktionen

## Testsiegel – Bestätigte Qualität

Das Test-Urteil einer Redaktion ist begehrt, denn Verbraucher treffen abhängig davon ihre Kaufentscheidung. Als Hersteller hat man jedoch keinen Einfluss, welches Produkt eine Redaktion testet. Aus diesem Grund hat die **TESTfactory** in Zusammenarbeit mit den Redaktionen Qualitätssiegel entwickelt. Damit bestätigen ein unabhängiges Labor, die **TESTfactory** und die Redaktion, die Qualität eines Produktes.

Erfüllt ein Produkt die von unserem Expertenteam festgelegten Prüfkriterien, bekommt es ein Zertifikat verliehen – ein Qualitätssiegel, das sich in der Kommunikation und Werbung einsetzen lässt.

Beispiele für die neuen Testsiegel sind das **TESTfactory/connect-DECT-Prüfsiegel** und das **TESTfactory/autohifi-Qualitätslogo**.



### Ihr Ansprechpartner

Franz Dörner  
Bereichsleiter Test & Technik  
Telefon: 08121/95 - 11 27  
fdoerner@wekanet.de

## Verlagsdaten

**Verlagsanschrift** WEKA MEDIA PUBLISHING GmbH • Gruber Straße 46a • D-85586 Pöing • Fax: 08121/95 - 11 96

**Geschäftsführer** Alan Markovic • Wolfgang Materna • Werner Mützel • Stephan Quinkert

**Bankverbindung** HypoVereinsbank München • Kto.-Nr.: 35 704 965 • BLZ: 700 202 70

**Zahlungsbedingungen** Rechnungsbetrag ist zahlbar rein netto und ohne Abzug 14 Tage nach Rechnungsdatum.  
Bei Zahlung innerhalb von 8 Tagen nach Rechnungsdatum 2 % Skonto.  
Ust.-IdNr. DE814112256 • Steuer-Nr. 102/181/58515

<b>International Advertising Manager</b>	Andrea Rieger	Telefon: 08104/66 84 58	arieger@wekanet.de	Fax: 08104/66 84 59
<b>Anzeigendisposition</b>	Borghild Bernhard	Telefon: 08121/95 - 14 80	bbernhard@wekanet.de	Fax: 08121/95 - 16 90
<b>Marketingleitung</b>	Katja Rudolf	Telefon: 08121/95 - 11 84	krudolf@wekanet.de	
<b>Herausgeber</b>	Stephan Quinkert	Telefon: 08121/95 - 11 40	squinkert@wekanet.de	
<b>Bereichsleitung Print</b>	Jürgen Flach	Telefon: 08121/95 - 11 64	jflach@wekanet.de	
<b>Chefredakteur</b>	Jörg Hermann	Telefon: 08121/95 - 11 66	jhermann@wekanet.de	
<b>Bereichsleiter Test &amp; Technik TESTfactory/Testlabore</b>	Franz Dörner	Telefon: 08121/95 - 11 27	fdoerner@wekanet.de	
<b>Leitung Redaktion &amp; Creation Corporate Publishing &amp; Media Services</b>	Anja Deininger	Telefon: 08121/95 - 11 23	adeininger@wekanet.de	
<b>Produkt-Manager Software/Lizenzen</b>	Arnd Wängler	Telefon: 08121/95 - 11 50	awaengler@wekanet.de	

**Gründungsjahr** 1993 • **Erscheinungsort** Pöing • **Erscheinungsweise** monatlich

Bezugspreis 4,99 € Einzelpreis • 57,90 € Classic-DVD-Abonnement

**Homepage** [www.magnus.de](http://www.magnus.de) • **MediaFacts** finden Sie unter [www.wekanet.de/media](http://www.wekanet.de/media)

## Ansprechpartner



### Media Hotline

Rebekka Herold  
Telefon: 08121/95 - 11 71  
rherold@wekanet.de



### Convergence & Business Development Manager

Richard Spitz  
Telefon: 08121/95 - 11 08  
rspitz@wekanet.de



### Anzeigenleitung

Gisela Nerke  
(verantwortlich für den Anzeigenteil)  
Telefon: 08121/95 - 12 11  
gnerke@wekanet.de



### Mediaberatung

Markus Matejka  
Telefon: 05655/92 48 94  
Fax: 05655/92 48 95  
mmatejka@wekanet.de



### Direktmarkt/Stellenmarkt

Jürgen Auset  
Telefon: 08121/95 - 11 72  
jauset@wekanet.de



### Business Development Manager & Leitung Onlinesales

Albert Petryszyn  
Telefon: 08121/95 - 18 60  
apetryszyn@magnus.de



### Senior Manager Onlinesales

Klaus Ahlering  
Telefon: 08121/95 - 11 82  
kahlering@magnus.de

# Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Werbung

Stand: Juni 2008

## 1. Präambel: Was diese Bedingungen regeln

### a) Geltungsbereich

Für alle Geschäftsbeziehungen zwischen der WEKA MEDIA PUBLISHING GmbH (uns) und Werbungstreibenden (Ihnen) gelten ausschließlich die nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen unter Ausschluss etwaig abweichender Allgemeiner Geschäftsbedingungen des Werbungstreibenden.

Beim ersten Vertragsschluss wird vereinbart, dass diese Bedingungen auch für sämtliche Folgegeschäfte – auch solche, die mündlich, insbesondere telefonisch, abgeschlossen werden – gelten.

### b) Begriffsbestimmungen

Werbeanzeigen sind Veröffentlichungen eines Werbungstreibenden oder sonstigen Inserenten in den Zeitschriften des Verlages, in den Fremdbeilagen in den vom Verlag herausgegebenen Zeitschriften, die Schaltung von Online-Werbung auf den Webseiten des Verlages inklusive Werbebanner, Pop-Ups, Special-Interest- und Keyword-Platzierungen. Anzeigenauftrag ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Werbeanzeigen.

Ein Abschluss ist ein Vertrag über Veröffentlichung mehrerer Anzeigen unter Beachtung der dem Werbungstreibenden gemäß Preisliste zu gewährenden Rabatte, wobei die jeweiligen Veröffentlichungen auf Abruf des Auftraggebers erfolgen.

## 2. Vertragsschluss: Wie wir uns einig werden

Der Anzeigenauftrag kommt durch Annahme Ihres Angebotes durch uns zustande.

Die Annahme erfolgt schriftlich (Brief, Telefax, E-Mail) oder durch Schaltung der Werbeanzeige. Es gelten die Preise gemäß der in den Mediadaten veröffentlichten Listen inklusive der dortigen Rabattstufen als vereinbart.

Eine gemeinsame Rabattierung für konzernverbundene Unternehmen wird von uns dann gewährt, wenn der schriftliche Nachweis des Konzernstatus vorliegt. In jedem Fall bedarf die Gewährung von Konzernrabatten unserer ausdrücklichen schriftlichen Genehmigung. Die Konzernrabattierung endet auch rückwirkend zum Zeitpunkt der Beendigung der Konzernzugehörigkeit, die unverzüglich von Ihnen anzuzeigen ist. Konzernverbundene Unternehmen im Sinne dieser Bestimmung sind Unternehmen, zwischen denen eine kapitalmäßige Beteiligung von mindestens 50% besteht.

Vereinbarte oder eingeräumte Nachlässe für die Schaltung mehrerer Werbemittel oder bei Abschluss von Rahmenverträgen gelten nur bei Einhaltung der jeweiligen Menge und des zeitlichen Rahmens. Bei Nichteinhaltung sind wir berechtigt, den Nachlass anteilig nach dem Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass nachzuberechnen.

Bei Änderungen gelten neue Preislisten im Falle einer Preissenkung auch für laufende Verträge sofort, bei Preiserhöhungen einen Monat nach Bekanntgabe als vereinbart. Soweit bei Online-Werbung die Vergütung auf TKP-Basis berechnet wird, informieren wir Sie auf Anforderung über die Anzahl der AdImpressions, der AdClicks sowie über die AdClick-Rate (Verhältnis von AdClicks zu AdImpressions) der Webseiten, auf denen Ihre Online-Werbung platziert ist bzw. soweit die Vergütung auf Pay-per-Click-Basis berechnet wird, über die Zahl der tatsächlichen Klicks.

Wir behalten uns vor, Werbeanzeigen – auch einzelnen Abrufe – abzulehnen, wenn

- deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder
- deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder
- deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist.

Beilagenaufträge sind für uns erst nach Vorlage eines Musters der Beilagen bindend, wenn es von uns gebilligt wird. Wir lehnen Beilagenaufträge insbesondere dann ab, wenn

- die Beilage durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck erweckt, es handle sich um einen Bestandteil der Zeitschrift
- die Beilage Fremdanzeigen enthält.

Werbeanzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbundwerbung), bedürfen in jedem Einzelfall unserer vorherigen schriftlichen Annahmeerklärung. Wir sind in diesem Fall berechtigt, einen Verbundaufschlag zu erheben.

Jede Ablehnung einer Werbeanzeige oder eines anderen Werbemittels teilen wir Ihnen unverzüglich mit.

## 3. Werbungsmittler/Werbeagenturen

Angebote von Werbungsmittlern und Werbeagenturen führen nur dann zu einem Vertragsverhältnis zwischen deren Auftraggebern und uns, wenn der Auftraggeber namentlich benannt und das Recht des Werbemittlers oder der Werbeagentur für den Auftraggeber das Angebot abzugeben, schriftlich nachgewiesen wird.

Der Werbungsmittler und die Werbeagentur sind verpflichtet sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungstreibenden an unsere Preisliste zu halten. Die dem Werbungsmittler oder der Werbeagentur gewährte Vermittlungsprovision darf an den Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

## 4. Rechte Dritter

Sie gewährleisten, dass Sie alle zur Schaltung der Werbeanzeige erforderlichen Rechte besitzen und übertragen uns die für die Schaltung der Werbeanzeige erforderlichen Veröffentlichungs- und Verbreitungsrechte.

Sie tragen alleine die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen sowie der zugelieferten Werbemittel. Dies gilt auch für die erforderlichen Vereinbarungen mit der GEMA oder anderen Urheberrechtsverbänden bzw. Urheberrechtshabern bei audio- bzw. videoverlinkter Werbung. Werden wir dennoch von Dritten wegen Rechtsverletzungen in Bezug auf Ihre Werbeanzeige in Anspruch genommen, so stellen Sie uns von all jenen Ansprüchen frei und übernehmen die Kosten der notwendigen Rechtsverteidigung.

## 5. Leistungserbringung

### a) Was wir zu tun haben

Unsere Leistungen stehen unter dem Vorbehalt der rechtzeitigen Erfüllung und Vornahme Ihrer Pflichten und Mitwirkungshandlungen.

Vereinbart ist die – nach Maßgabe der Angaben in den Mediadaten – übliche Beschaffenheit der Werbeanzeige im Rahmen der durch die von Ihnen gelieferten Vorlagen gegebenen Möglichkeiten.

Für die Aufnahme von Werbeanzeigen in bestimmten Heftnummern, bestimmten Ausgaben, an bestimmten Plätzen der Zeitschriften oder für die besondere Platzierung von Online-Werbung besteht kein Anspruch. Uns steht es frei, die Schaltung einer Werbeanzeige oder die Platzierung der Online-Werbung an geeigneter Stelle vorzunehmen, es sei denn etwas anderes ist ausdrücklich vereinbart.

Werbeanzeige oder Online-Werbung, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeige erkennbar sind, können von uns mit dem Wort „Anzeige“ kenntlich gemacht und/oder vom redaktionellen Inhalt räumlich abgesetzt werden, um den Werbecharakter zu verdeutlichen.

Probeabzüge liefern wir nur auf ausdrücklichen Wunsch. Wir berücksichtigen in diesem Fall Fehlerkorrekturen nur dann, wenn sie uns bis zum Druckunterlagenschluss oder innerhalb einer gesondert vereinbarten Frist mitgeteilt werden.

Uns übermittelte Datenträger werden nur auf besonderen Wunsch an Sie zurückgesandt. Bei Chiffrewerbung wenden wir für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Soweit Weiterleitung vereinbart ist, werden Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Chiffrewerbung nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Falls Abholung vereinbart ist, werden wir die Eingänge vier Wochen aufbewahren. Zeitschriften, die in dieser Zeit nicht abgeholt werden, werden vernichtet.

### b) Was Sie zu tun haben

Bei der Übermittlung von mehreren zusammengehörenden Dateien haben Sie dafür Sorge zu tragen, dass diese Daten innerhalb eines gemeinsamen Verzeichnisses (Ordner) gesendet bzw. gespeichert werden. Bei erkennbar ungeeigneten oder beschädigten Druckunterlagen bzw. Vorlagen müssen Sie unverzüglich Ersatz leisten. Bei digital übermittelten Daten haben Sie dafür Sorge zu tragen, dass die übermittelten Daten frei von Computerviren sind. Anderenfalls werden diese Daten sofort von uns gelöscht und können nicht weiterverarbeitet werden. Digital übermittelte Druckvorlagen für Farbanzeigen müssen Sie uns mit einem auf Papier gelieferten Farb-Proof einreichen. Anderenfalls haften wir nicht für etwaige Farbabweichungen. Online-Werbung gilt innerhalb einer Frist von drei Werktagen ab Lifeschaltung von Ihnen als abgenommen.

## 6. Leistungsstörungen

Werden einzelne oder mehrere Abrufe eines Abschlusses aus Umständen nicht erfüllt, die wir nicht zu vertreten haben, so haben Sie, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem tatsächlichen, der Abnahme entsprechenden Nachlass uns zu erstatten.

Sind Mängel an Druckunterlagen oder Werbemitteln nicht sofort erkennbar, sondern werden erst beim Druckvorgang bzw. bei der Schaltung deutlich, stehen Ihnen bei ungenügendem Abdruck bzw. mangelhafter Schaltung keine Ansprüche zu.

Sollte der Abdruck einer Werbeanzeige oder die Schaltung einer Online-Werbung ganz oder teilweise unleserlich, unrichtig oder unvollständig erfolgt sein, so haben Sie zunächst lediglich einen Anspruch auf Schaltung einer einwandfreien Ersatzanzeige in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lassen wir eine uns hierfür gesetzte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so haben Sie ein Recht auf Herabsetzung der Vergütung.

Außer bei der Verletzung von Hauptleistungspflichten, haften wir nur für vorsätzliches oder grob fahrlässiges Verhalten. In Fällen der Verletzung von Hauptleistungspflichten ist unsere Haftung bei einfacher Fahrlässigkeit auf den typischen vorhersehbaren Schaden begrenzt, bei Verzug auf 5% des Auftragswertes. Durch höhere Gewalt (Arbeitskampf, Betriebsstörungen etc.) eintretende Leistungsstörungen sind von uns nicht zu vertreten.

Alle Ansprüche gegen uns aus vertraglichen Pflichtverletzungen verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf einer unerlaubten Handlung oder vorsätzlichem Verhalten beruhen.

## 7. Kündigung: Das Ende

Bei Werbeaufträgen für Online-Werbung gilt folgendes:

2 Wochen vor Schaltungsbeginn können Sie Ihren Auftrag kostenfrei stornieren.

Weniger als 2 Wochen vor Schaltungsbeginn ist bei einer Stornierung, soweit technisch tatsächlich noch möglich, 30% des Nettoauftragswertes zu zahlen.

Bei einer Stornierung nach Schaltungsbeginn, ist 50% des Netto-Auftragswertes, der zum Zeitpunkt der Beendigung der Schaltung der Online-Werbung noch aussteht, neben dem Preis der geschalteten Online-Werbung zu zahlen.

## 8. Abtretung/Aufrechnung

Die Abtretung der Ansprüche aus dem Anzeigenauftrag bzw. Abschluss bedarf unserer vorherigen schriftlichen Zustimmung.

Nur mit rechtskräftig festgestellten oder mit anerkannten Gegenansprüchen können Sie die Aufrechnung erklären. Ein Zurückbehaltungsrecht kann nur dann ausgeübt werden, wenn der Gegenanspruch auf dem gleichen Vertragsverhältnis beruht.

## 9. Gerichtsstand/Anwendbares Recht: Falls was schief geht

Wir wollen uns mit Ihnen nicht streiten und hoffen, dass auch Sie es nicht möchten. Aber falls es sich nicht vermeiden lässt, so ist der Gerichtsstand, soweit Sie kein Verbraucher sind, München. Das anwendbare Recht ist das der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechts (CISG).

# Kompetenz & Service aus erster Hand – Die vier Säulen des Verlagsportfolios

## Informationstechnologie



IT-Wissen ohne Kompromisse

Titel kombinieren –



20% sparen!



Wir machen Technik einfach



Know-how für WEB-Profis



Strategien für den Geschäftserfolg



## Unterhaltungselektronik



Die technische Dimension von HiFi



Das Magazin für HiFi, Surround, High End, Musik



Das Basis-Medium für Entertainment at Home



6 x pro Jahr – Der Kauf- und Praxis-Ratgeber für mobile Medien

## Telekommunikation/Mobil



Europas größtes Magazin für Telekommunikation



4 x pro Jahr – Der ultimative Ratgeber zu Navigation, Infotainment, HiFi und Handy im Auto

## Auch im Verlagsprogramm



Das Deutsche Poker Magazin

## Digitale Fotografie



Das Profi-Magazin für digitale Fotografie



2 x pro Jahr – Der große COLORFOTO Einkaufsführer und der große COLORFOTO Reiseführer

## Technik. Trends. Entertainment.



Das große Technik-Netzwerk für alle, die sich für Technik und Lifestyle interessieren

# WEKA MEDIA PUBLISHING GmbH – Der Technik-Verlag

[↑ zurück zum Inhalt](#)

Lernen Sie das umfangreiche Verlagsangebot kennen, nutzen Sie unsere etablierten und reichweitenstarken Titel und profitieren Sie von den Kombinationsmöglichkeiten!