



PAGE

# PAGE

2012 Ideen und Know-how für Design, Werbung, Medien [www.page-online.de](http://www.page-online.de)

## Ihr direkter Draht zur Kreativbranche

Interdisziplinär.  
Crossmedial.  
Ganzheitlich.



# Mediadaten 2012

Profiwissen für  
kreatives Mediendesign,  
Publishing und Trends  
[www.page-online.de](http://www.page-online.de)

Illustration: André Kutscherauer ([www.wak3d.de](http://www.wak3d.de))



**PAGE Chefredakteurin/  
Publisher**

Gabriele Günder,  
Diplom-Designerin

**PAGE Verlag**

Ebner Verlag GmbH & Co. KG  
Borselstraße 28  
22765 Hamburg

Telefon: +49 (0)40 85183-400  
Telefax: +49 (0)40 85183-449  
E-Mail: [info@page-online.de](mailto:info@page-online.de)  
[www.page-online.de](http://www.page-online.de)

## Mediendesign, Publishing und Trends für die Entscheider in der Kreativbranche

PAGE ist das Profimagazin für kreatives Mediendesign, Publishing & Trends und dabei Inspirationsquelle und Investitionsragerber zugleich.

Als führendes Design- und Publishing-Magazin liefert PAGE seit 1986 Monat für Monat unverzichtbare Impulse für Kreation und Produktion.

PAGE ist Trendscout und in der Agentur- und Medienszene zu Hause. Ob Mobile, Online oder Print, PAGE zeigt den neuesten Stand in Sachen Gestaltung und Technik – crossmedial, interdisziplinär, ganzheitlich.

PAGE-Leser sind innovationsfreudige Professionals, Trendsetter und Early Adopter mit hoher Entscheidungskompetenz.

PAGE – Ideen und Know-how für die Kreativbranche.

## Ihre Mediaberater



**Alexander Herz**

Anzeigenleitung

Telefon: +49 (0)40 85183-480  
Telefax: +49 (0)40 85183-489  
alexander.herz@page-online.de



**Andrea Dyck**

Anzeigenverkauf/Rubrikanzeigen

Telefon: +49 (0)8341 9661784  
Telefax: +49 (0)8341 871404  
andrea.dyck@page-online.de



**Sabine Cordes**

Anzeigendisposition

Telefon: +49 (0)40 85183-482  
Telefax: +49 (0)40 85183-483  
sabine.cordes@page-online.de



**Sabine Vockrodt**

Leitung Stellenmarkt

Telefon: +49 (0)89 2183-7049  
Telefax: +49 (0)89 2183-7864  
stellenangebote@wuv.de



**Igor Sadovnikov**

Online-Marketing/Beratung

Telefon: +49 (0)731 1520-176  
Telefax: +49 (0)731 1520-961  
sadovnikov@ebnerverlag.de

**Neil Stratton/Großbritannien**

Dellstone 6, Ivy Cottages  
Hinksey Hill, GB-Oxford OX1 5BQ  
Telefon: +44 186 5739484  
neildstratton@btinternet.com

## Anschrift Anzeigenleitung/Anzeigendisposition

**PAGE Verlag**

Ebner Verlag GmbH & Co. KG  
Borselstraße 28  
22765 Hamburg

Telefon: +49 (0)40 85183-400  
Telefax: +49 (0)40 85183-449  
anzeigen@page-online.de



„Die Interdisziplinarität, Vielseitigkeit und Originalität der Themenwahl und der Berichterstattung ist immer wieder inspirierend. Bemerkenswert ist das Interesse und die Offenheit gegenüber neuen Themen, Konzepten und Ideen. Viele studentische Arbeiten finden dort einen angemessenen Platz für erste Publikationen. Die PAGE ist einfach unübertroffen nah dran – nah am ‚machen!‘“  
Prof. Tanja Diezmann,  
Geschäftsführerin  
pReview digital design,  
Berlin

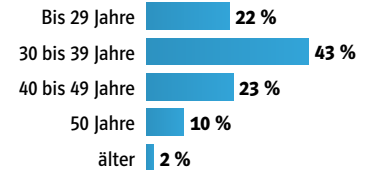
PAGE, das führende Profimagazin für kreatives Mediendesign, Publishing und Trends, liefert seiner hochkarätigen Leserschaft das unverzichtbare Profiwissen für Design, Werbung, Medien.

Die Zielgruppe ist jung, technikbegeistert und scheut keine Investitionen. Überwiegend Grafikdesigner, Mediengestalter und Art-Direktoren in Werbeagenturen, Designbüros und Unternehmen. Wichtige Meinungsbildner und Multiplikatoren für Ihre Werbebotschaft, die Ihren Werbeerfolg berechenbar machen.

#### Heftbewertung: Aussagen zu PAGE



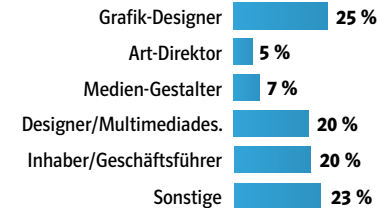
#### Alter



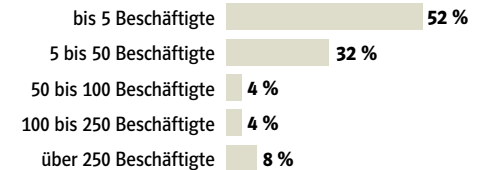
#### Geschlecht



#### Berufliche Funktion



#### Unternehmensgröße





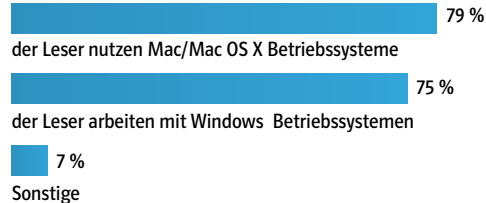
„Not macht erfinderisch. Und erfinderisch heißt: Kreativität. Die Ateliers unserer Agentur rüste ich daher nur mit dem Nötigsten aus. Für unsere Art-Direktoren gehört PAGE in die Kategorie ‚unverzichtbar‘ – das heißt: Wer sich PAGE spart, spart an der falschen Stelle.“  
André Kemper,  
KemperTrautmann



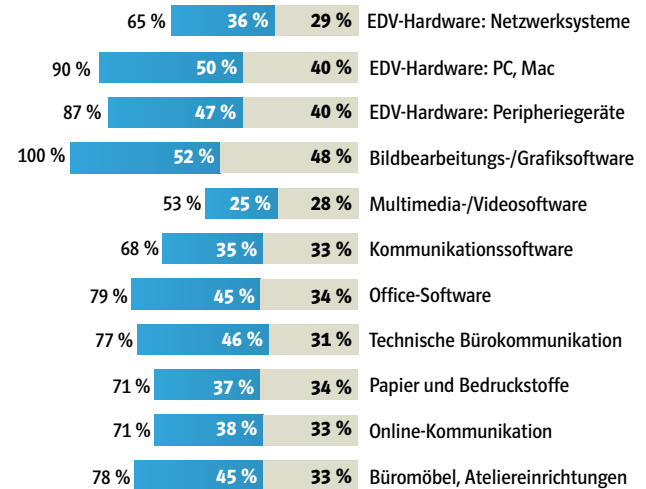
„PAGE lese und liebe ich. Jeden Monat. Ein wunderbar inspirierendes Magazin – auf dem deutschen Markt einzigartig.“  
Joachim Baldauf, Fotograf

PAGE-Leser sind in der Publishingszene **Meinungsbildner** mit hoher Entscheidungskompetenz. So sind rund zwei Drittel der Leser **Allein- und Mitentscheider**, wenn es um Anschaffungen im EDV-Hardwarebereich wie PCs, Multimedia-PCs, Peripheriegeräte oder aber auch technische Kommunikation geht. Die Anschaffung von Bildbearbeitungs- und Grafiksoftware wird zu drei Viertel allein- beziehungsweise mitentschieden. Bei der Auswahl von Papier und Bedruckstoffen besteht hohe Entscheidungskraft mit mehr als zwei Drittel.

#### PAGE ist plattformübergreifend\*



\*Mehrfachnennungen möglich



■ Alleinentscheider  
■ Mitentscheider (im Team & Vorbereitung)  
Mehrfachnennungen möglich

Quelle: Telefonische Leserbefragung von Juni 2006 (C.A.T.I.), Grundgesamtheit: Abonnenten der Zeitschrift PAGE, Fallzahl: 253 Interviews (netto), Konzeption und Durchführung: CZAIA Marktforschung GmbH, Bremen



„Ich mag die PAGE, und die PAGE mag mich. Deshalb haben wir schon seit Jahren sehr viel Spaß miteinander!“

Bureau Johannes Erler,  
Hamburg



„Heute ist PAGE in Deutschland als Zeitschrift für Gestaltung nicht mehr zu ersetzen.“

Erik Spiekermann,  
edenspiekermann



### Auflagenanalyse

Quartal 02/2011

Druckauflage: 26.534 Expl.  
Verbreitete Auflage: 18.580 Expl.  
Verkaufte Auflage: 17.911 Expl.  
Abonnenten: 14.625 Expl.

### Erscheinungsweise

12 x im Jahr

### Abo-Preis

Inland: 103,30 Euro  
Ausland: 116,50 Euro

### Lesefrequenz

90% lesen 10-12 Ausgaben im Jahr  
88% lesen 3/4 jeder Ausgabe  
96% archivieren die PAGE  
104 Minuten ist die durchschnittliche  
Lesedauer einer PAGE

Quelle: Telefonische Leserbefragung von Juni 2006 (C.A.T.I.),  
Grundgesamtheit: Abonnenten der Zeitschrift PAGE,  
Fallzahl: 253 Interviews (netto), Konzeption und Durchführung  
CZAIA Marktforschung GmbH, Bremen

### PAGE Rubriken



**Szene.** Was die Branche bewegt – Personalien, Awards, Kampagnen, Veranstaltungen, Debatten, Kommentare

**Kreation.** Trends & Hintergründe: Corporate Design, Packaging, Integrierte Kommunikation, Branded Entertainment ...



**Typo.** Schriften, Foundries und Techniktips für Typo-designer und Gestalter von Print- und Onlinemedien

**Bild.** Alles rund um Fotografie, Bildbearbeitung, Bildarchive, 3D, Animation und Video – Workshops & Werkschauen



**Technik.** Tipps, Tricks & Tutorials: Neue Technologien und Geräte für alle Profis in der Medien-, Agentur und Designszene

**Themen und  
Schwerpunkte in PAGE**

3 D, Agentur-Software, Animation, Audio, Aus- und Weiterbildung, Awards, Banner, Bildagenturen, Bildquellen, Content-Management-Software, Digital Design, Digital Imaging, Digital Video, Digitaldruck, Farben und Lacke, Farbmanagement, Footage, Fotografie, Gadgets, Game Design, Hardware, Integrierte Kampagnen, Interactive Design, iPad, iPhone, IPTV, Mobile Internet, Monitore, Multifunktionsgeräte, Netbooks, Online-Services, Online-Werbung, Papier, Postproduktion, Präsentationstechnik, Print, Projekt-Management, Proofdrucker, RIA, Schriften, Shop-Design, Smartphones, Typografie, Veredelung, Web TV, Webdesign, Web-to-Print u.v.m.

<b>Ausgabe</b>	<b>Erscheinungs-termin</b>	<b>Anzeigen-schluss</b>	<b>Druck-unterlagen</b>	<b>Anlieferung Beilagen etc.</b>	<b>Messe und Veranstaltungen</b>	<b>Termine 2012</b>
01.2012	07.12.2011	11.11.2011	16.11.2011	22.11.2011	PMA, Las Vegas imm cologne, Köln	08.01. – 12.01. 16.01. – 22.01.
02.2012	04.01.2012	02.12.2011	07.12.2011	13.12.2011	komma, München Paperworld, Frankfurt	25.01. – 26.01. 28.01. – 31.01.
03.2012	01.02.2012	06.01.2012	11.01.2012	17.01.2012	FESPA Digital, Barcelona	21.02. – 24.02.
04.2012	07.03.2012	10.02.2012	15.02.2012	21.02.2012	CeBIT, Hannover PICTAday, München Internet World, München	06.03. – 10.03. 22. März 27.03. – 28.03.
05.2012	04.04.2012	09.03.2012	14.03.2012	20.03.2012	drupa 2012, Düsseldorf	03.05. – 16.05.
06.2012	02.05.2012	05.04.2012	11.04.2012	17.04.2012	NEXT Conference, Berlin fmx 2012, Stuttgart ADC Festival, Frankfurt TYPO Berlin, Berlin	08.05. – 09.05. 08.05. – 11.05 09.05. – 13.05. 17.05. – 19.05.
07.2012	06.06.2012	11.05.2012	16.05.2012	22.05.2012	Mailingtage, Nürnberg	20.06. – 21.06.
08.2012	04.07.2012	08.06.2012	13.06.2012	19.06.2012		
09.2012	01.08.2012	06.07.2012	11.07.2012	17.07.2012	IFA, Berlin	31.08. – 05.09.
10.2012	05.09.2012	10.08.2012	15.08.2012	21.08.2012	dmexco, Köln Photokina, Köln	12.09. – 13.09. 18.09. – 23.09.
11.2012	04.10.2012	07.09.2012	12.09.2012	18.09.2012	Buchmesse, Frankfurt viscom, Frankfurt	10.10. – 14.10. 25.10. – 27.10.
12.2012	07.11.2012	12.10.2012	17.10.2012	23.10.2012	Vision, Stuttgart	06.11. – 08.11.
01.2013	05.12.2012	09.11.2012	14.11.2012	20.11.2012	imm cologne, Köln	Januar 2013

## Redaktioneller Teil

## Formatanzeigen

Format	Breite x Höhe in mm		s/w - 4c	
	im Satzspiegel	im Anschnitt <sup>a</sup>		
1 x 2/1	390 x 265		410 x 297	8 960 €
1 x 1/1	185 x 265		210 x 297	5 280 €
1 x 2/3	185 x 175	quer	210 x 188	4 230 €
	120 x 265	hoch	132 x 297	
1 x 1/2	185 x 130	quer	210 x 143	3 300 €
	90 x 265	hoch	102 x 297	
1 x 1/3	185 x 85	quer	210 x 98	2 640 €
	56 x 265	hoch	68 x 297	
1 x 1/4	185 x 62	quer	210 x 75	2 280 €
	44 x 265	hoch	56 x 297	
	90 x 130	2-spaltig	102 x 143	
2. US			210 x 297	6 320 €
4. US			210 x 297	6 580 €
Opening Spread	(U2 + 3. Seite)		420 x 297	10 560 €

## Marktanzeigen

Format	Breite x Höhe in mm nur Satzspiegel		sw	4c
1 x 1/1	185 x 265		2 050 €	2 550 €
1 x 1/2	90 x 265	hoch	1 250 €	1 500 €
1 x 1/4	90 x 130	2-spaltig	750 €	900 €
1 x 1/8	90 x 62	quer	450 €	500 €

Alle Preise zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer

## Rabatte

Malstaffel		Mengenstaffel	
ab 3 Anzeigen	3 %	ab 3 Seiten	5 %
ab 6 Anzeigen	6 %	ab 6 Seiten	10 %
ab 9 Anzeigen	9 %	ab 9 Seiten	15 %
ab 12 Anzeigen	12 %	ab 12 Seiten	20 %

**Angeschnittene Anzeigen bzw. Satzspiegelüberschreitung:** Ohne zusätzliche Kosten

**Technische Sonderausführungen:**

Einzelheiten oder individuelles Angebot auf Anfrage

**Platzierungszuschlag:**

10% bei Vorzugsplatzierung und garantierter Position im Heft (nicht rabattfähig)

## Marktteil

## Stellenmarkt

Für Informationen zum  
Stellenmarkt siehe Seite 11.

FÜR DAS IPAD  
KÖNNEN WIR  
IHRE ANZEIGE MIT  
RICH-MEDIA-INHALTEN  
ANREICHERN.  
WIR BERATEN SIE  
GERNE!



**Heftformat:**

210 mm x 297 mm hoch

**Druck-/Bindeverfahren:**

Rollenoffsetverfahren,  
Klebebindung/Hotmelt

**Papier:** 80g UPM Ultra SH**Digitale Druckunterlagen:**

60er Raster/300 dpi

Farbprofil: ISO Coated v2 300

**Druckunterlagenversand:**

E-Mail: page-anzeigen@  
mediataylor.net

**FTP-Server:**

ftp.mediataylor.net

Benutzer: page-anzeigen

Passwort: 569bkf

**Internet-Browser:**

http://ftp.mediataylor.  
net:8008

Benutzer: page-anzeigen

Passwort: 569bkf

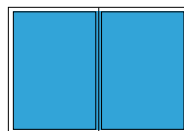
**Beilagen und Beihefter:**

Anlieferungsadresse:

Stürtz GmbH

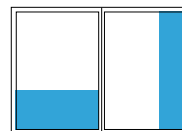
Alfred-Nobel-Straße 33

97080 Würzburg

**2/1 Seite Bunddurchdruck**

Satzspiegel B 390 x H 265

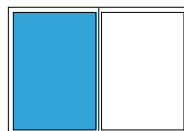
Anschnitt\* B 420 x H 297

**1/3 Seite quer** B 185 x H 85

Anschnitt\* B 210 x H 98

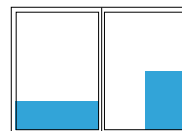
**1/3 Seite hoch** B 56 x H 265

Anschnitt\* B 68 x H 297

**1/1 Seite**

Satzspiegel B 185 x H 265

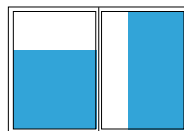
Anschnitt\* B 210 x H 297

**1/4 Seite quer** B 185 x H 62

Anschnitt\* B 210 x H 75

**1/4 Seite 2-sp.** B 90 x H 130

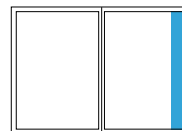
Anschnitt\* B 102 x H 143

**2/3 Seite quer** B 185 x H 175

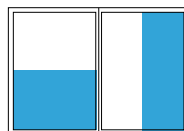
Anschnitt\* B 210 x H 188

**2/3 Seite hoch** B 120 x H 265

Anschnitt\* B 132 x H 297

**1/4 Seite hoch** B 44 x H 265

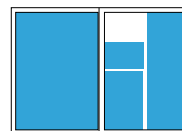
Anschnitt\* B 56 x H 297

**1/2 Seite quer** B 185 x H 130

Anschnitt\* B 210 x H 143

**1/2 Seite hoch** B 90 x H 265

Anschnitt\* B 102 x H 297

**1/1 Seite** B 185 x H 265**1/2 Seite hoch** B 90 x H 265**1/4 Seite 2-sp.** B 90 x H 130**1/8 Seite quer** B 90 x H 62**Marktanzeigen** (nur Satzspiegel)**Achtung:** Für den PAGE-Stellenmarkt gelten separate Formatabmessungen!\* **Anschnitt:** Beschnittzugaben an den Außenseiten: 4 mm

## Beilagen

max. B 200 x H 287 mm



Bis 25 Gramm Gewicht 180 € o/oo in Gesamtauflage

230 € o/oo im Splitting

Je weitere angefangene 5 Gramm 5 € o/oo zusätzlich

### Mindestbelegung Aboauflage!

Positionierung: unbestimmt. Beilagen sind lose auf Euro-Paletten abgesetzt und mit Transportverpackung gesichert anzuliefern.

## Beihefter

A4 zzgl.

5 mm Kopfbeschnitt  
5 mm Fußbeschnitt  
4 mm Außenbeschnitt  
3 mm Bundbeschnitt



### Umfang

2- bis 4-seitig

### Papierstärke

100 g bis 150 g

### Preis in Gesamtauflage

180 € o/oo

### Preis bei Auftragsplitting

230 € o/oo

8-seitig

60 g bis 180 g

240 € o/oo

290 € o/oo

12-seitig

60 g bis 180 g

275 € o/oo

325 € o/oo

16-seitig

60 g bis 180 g

315 € o/oo

375 € o/oo

### Mindestbelegung Aboauflage! Beihefter sind vorgesammelt als ein Verarbeitungsprodukt anzuliefern.

Mehrkosten für nicht vorgesammelte Beihefter: 25 % pro Verarbeitungsprodukt.

## Beikleber

Nur möglich in  
Verbindung  
mit 1/1-Seite



### Preis in Gesamtauflage

Post- oder Antwortkarten

105 € o/oo

### Preis bei Auftragsplitting

145 € o/oo

Beikleben von CD's, Muster etc.

170 € o/oo

225 € o/oo

**Mindestbelegung Aboauflage!** Alle Preise verstehen sich zzgl. evtl. Portogebühren oder Versandkosten. Beigeklebte Postkarten müssen im druckfreien Raum aufgebracht werden. Sollte dies aus gestalterischen Gründen nicht möglich sein, kann der Verlag das Beikleben der Postkarten nicht garantieren.

## Katalogstrecken

### Katalogstrecken sind nur in der Gesamtauflage möglich!

Aus technischen Gründen können bei Katalogstrecken keine Platzierungswünsche berücksichtigt werden.

Berechnungsgrundlage ist die jeweils gültige Druckauflage.

Auf Portogebühren und technische Extrakosten kein Nachlass und keine Agenturprovision.

Format	Farbe 4c
8/1	10 490 €
16/1	13 740 €
24/1	16 920 €
32/1	19 880 €

## Rabatte

5 % ab 25 000 € Jahresumsatz

10 % ab 30 000 € Jahresumsatz

15 % ab 35 000 € Jahresumsatz

## Lieferbedingungen/Muster

Beilagen, Beihefter und Beikleber müssen so beschaffen sein, dass eine zusätzliche manuelle Aufbereitung entfällt. Andernfalls werden diese Kosten in Rechnung gestellt. Liefermengen und Anlieferungsadressen entnehmen Sie bitte der jeweiligen Auftragsbestätigung. Für Beilagen, Beihefter und Beikleber muss vor Auftragsannahme ein verbindliches Muster, gegebenenfalls ein Layout mit Größen- und Gewichtsangaben, beim Verlag vorgelegt werden. Liefermengen und Anlieferungsadressen entnehmen Sie bitte der jeweiligen Auftragsbestätigung. (Anlieferung an Druckerei mit Vermerk: „Für PAGE, Heft Nr. .../...“).

Alle Preise zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer

### Der Stellenmarkt des führenden Design- und Publishing-Magazins

Die Zielgruppe ist mehr als hochkarätig: 57 %\* (Filter: Berufstätige) der Leserschaft sind Kreative.

Damit erreicht **PAGE** genau die Leserschaft, die für die Besetzung von hoch professionellen Kreativjobs relevant ist.

Medienhäuser wie ARD, Bertelsmann, Gruner + Jahr, Unternehmen wie BMW und IBM, Agenturen wie Jung von Matt und Saatchi & Saatchi nutzen **PAGE** als effiziente Stellenplattform seit Jahren erfolgreich in ihrem Recruiting-Portfolio.

\*Quelle: Telefonische Leserbefragung von Juni 2006 (C.A.T.I.), Grundgesamtheit: Abonnenten der PAGE, Fallzahl: 253 Interviews (netto), Konzeption/Durchführung CZAIA Marktforschung GmbH, Bremen  
**Alle Preise zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer**

Bei Buchung einer Printanzeige wird diese automatisch und ohne Zusatzkosten 6 Wochen Online veröffentlicht.

[www.page-online.de/stellenmarkt](http://www.page-online.de/stellenmarkt)

Platzieren Sie beinahe ohne Zeitverzögerung Anzeigen im Online-Stellenmarkt der **PAGE**, ohne auf die nächste Print-Ausgabe warten zu müssen.

[www.page-online.de/stellenmarkt](http://www.page-online.de/stellenmarkt)

### Anzeigenformate/Preise Print \*\*

Format		Breite x Höhe in mm ohne Anschnitt		Preis für			
				sw	2c	3c	4c
1/1		180 x 246		3 590 €	3 790 €	3 990 €	4 190 €
3/4 hoch	quer	133 x 246	180 x 184	2 750 €	2 950 €	3 150 €	3 350 €
1/2 hoch	quer	87 x 246	180 x 121	1 890 €	2 090 €	2 290 €	2 490 €
3/8 hoch	quer	87 x 184	133 x 121	1 490 €	1 690 €	1 890 €	2 090 €
1/4 hoch	quer	41 x 246	180 x 58	1 030 €	1 230 €	1 430 €	1 630 €
1/4 2sp.		87 x 121		1 030 €	1 230 €	1 430 €	1 630 €
1/8 hoch	quer	41 x 121	87 x 58	640 €	840 €	1 040 €	1 240 €

Farbzuschläge: 200 € je Farbe, \*\*Alle Preise zzgl. MwSt, gültig ab 1.1.2012, Änderungen vorbehalten.

### Online only

1 Angebot Basic	2 Angebot Silber	3 Angebot Gold
Ungestaltete Online-Stellenanzeige ohne Logo → 6 Wochen online Preis: 590 €	Gestaltete Online-Stellenanzeige „Standard“ mit Logo Gestaltete Anzeige im Online-Auftritt nach vorgegebenen Templates	Individuell gestaltete Online-Stellenanzeige mit Logo Gestaltete Anzeige im Online-Auftritt nach Kundenwunsch
4 Praktikumsanzeige → 6 Wochen online Preis: 150 €		

**Ihr Ansprechpartner für den PAGE-Stellenmarkt:** Sabine Vockrodt, Verkaufsleiterin Stellenmarkt. Telefon: +49 (0)89/2183 7049, Fax: -7864, E-Mail: [stellenangebote@wuv.de](mailto:stellenangebote@wuv.de)  
 Verlag Werben & Verkaufen GmbH für PAGE Verlag (Ebner Verlag GmbH & Co. KG)

**PAGE online** ist die führende Plattform für Kreative und Medienprofis. Hier findet der User den PAGE Stellenmarkt für die Kommunikations- und Designbranche, das PAGE Publishing-Forum, aktuelle News, inspirierende Meldungen aus der internationalen Kreativszene, das PAGE PDF-Archiv und vieles mehr. Nutzen Sie das attraktive Webangebot der PAGE – zusätzlich oder stand alone.

**Download  
Online Mediadaten**  
www.page-online.de/  
mediadaten

www.page-online.de

**PAGE** 2010  
IDEEN UND KNOW-HOW FÜR DESIGN, WERBUNG, MEDIEN

**STARTSEITE**

E-Mail  > LOGIN  
\*\*\*\*\*  
> PASSWORT ÄNDERN > REGISTRIEREN

1 2 3 4 5 6

**AUSGEZEICHNETE MODEFOTOS UND ILLUS**  
Fotografie, Illustration, Styling: Die Gewinner der Iconique Societas Awards stehen fest.  
**WEITER**

**PAGE** 2011  
Ihr direkter Draht zur Kreativbranche  
Aktuelle Ausgabe 2011

STARTSEITE E-MAG COMMUNITY DAS HEFT SERVICE KONTAKT

> SUCHE  
> ERWEITERTE SUCHE

**PAGE** Jetzt testen und Molskine-Skizzenbuch gratis erhalten!

**weave** DAS NEUE MAGAZIN FÜR INTERACTIVE DESIGN  
HIER GRATIS TESTEN!

**STELLENMARKT**  
**DIE NEUESTEN JOBS**  
08.02.10  
New Media & Web Designer (m/w)  
BB Promotion GmbH  
**ZUR JOBANZEIGE**  
06.02.10  
DTP-Operator (m/w)

**SZENE**  
**BLITZUMFRAGE ZU DESIGNER-GEHÄLTERN**  
10.02.2010 Autor: Julia Fuhr

0-5k€	7,6%
5-15k€	20,3%
15-25k€	37,4%
25-35k€	34,7%

**ABO**  
Sie möchten PAGE bequem und punktfrei zuhause? Hier finden Sie unsere attraktiven Abo-Angebote

**PORTFOLIOS**  
Ob Corporate Designer, Flasher oder Werbeagentur – hier präsentieren sich die Top-Kreativprofis

## Medialeistung



07/2011

**Visits:** 97.280**Page Impressions:** 247.798

## Online Werbemittel

**Datengröße:**Alle Werbemittel bis  
max. 50KB**Datenformate:**JPEG, GIF, Flash (bei Flash  
bitte Ausfall GIF mitliefern)**Anlieferung:**Mind. 5 Werktage vor  
Beginn der Kampagne[www.page-online.de](http://www.page-online.de)

Werbeformen/ Festplatzierung	Format/ Pixel	TKP*
Fullsizebanner	468 x 60	59 €
Superbanner	728 x 90 (bis zu 967 x 90)	69 €
Wide-, Skyscraper	160 x 600 / 120 x 600	79 €
Content-Ad	300 x 250	89 €
Fullsize-Content-Ad	468 x 250	99 €
Hockystick	728 x 90 + 160/600	109 €
Wallpaper	728 x 90 + 160/600	139 €
Premium-Ad-Package	Pushdown-Ad Maxi-Ad Halfpage-Ad Banderole-Ad	Auf Anfrage Auf Anfrage Auf Anfrage Auf Anfrage

## PAGE Newsletter

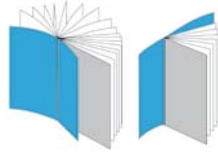
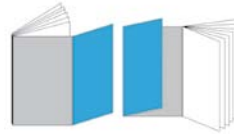
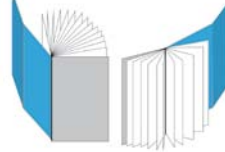
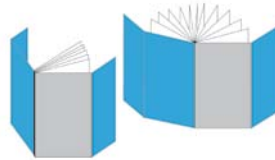
Werbeformen	Anzahl der Schaltungen	Preis pro Schaltung
Textanzeige bis zu 250 Zeichen, Textanzeige mit 200 Zeichen & Bild oder Banner mit 468 x 60.	1 x	540 €
	ab 5 x	500 €
	ab 10 x	460 €
	ab 15 x	420 €

Alle Preise zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer

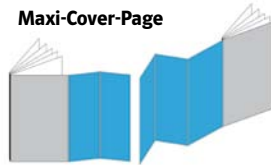
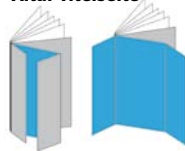
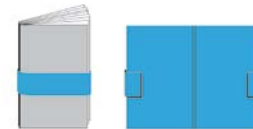
**Bitte beachten:** Für Banner im Newsletter bitte nur JPG oder GIF anliefern.**Hinweis:** Animierte GIF-Dateien werden ab Outlook 2007 nicht mehr animiert dargestellt.**\*TKP = Tausender-Kontakt-Preis**Preis für 1.000 Auslieferungen  
(Ad Impressions) in der Rotation.  
Der Banner erscheint im gebuchten  
Zeitraum exakt so häufig wie vereinbart.Aussendung zweimal im Monat.  
Jeweils am 1. und 3. Mittwoch.  
Garantierte Aussendung an  
6.700 + X Abonnenten.

**Sonderwerbformen**

bedürfen einer langfristigen Planung und einer individuellen Abstimmung aller technischen Gegebenheiten. Eine verbindliche Reservierung muss frühzeitig festgelegt werden.

**Preise und weitere Sonderwerbformen auf Anfrage.****Halber Umschlag inklusive Backcover****Gatefolder****Backfolder****Gatefolder und Backfolder**

Aufgeklebte Postkarten, Prospekte oder andere Drucksachen sind nur möglich in Verbindung mit einer ganzseitigen Anzeige.

**Maxi-Cover-Page****Lesezeichen****Lesezeichen****Versandhülle****Umschlagseiten als Versandmappe****Altar-Titelseite****Banderole****Banderole mit Doppelseite****Haftnotizen**

1. »Anzeigenaufträge« im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungstreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.

2. Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.

3. Die Anzeigenpreise ergeben sich aus der bei Vertragsabschluss gültigen Anzeigenpreislise des Verlages. Ändert sich der Anzeigentarif nach Vertragsabschluss, ist der Verlag berechtigt, den Preis nach der zum Zeitpunkt der Veröffentlichung gültigen Preislise zu berechnen, dies gilt nicht im Geschäftsverkehr mit Nichtkaufleuten, sofern zwischen dem Vertragsschluss und dem Zeitpunkt der Veröffentlichung nicht mehr als 4 Monate vergangen sind. Werbeagenturen und Werbemittlern ist es untersagt, die vom Verlag gewährten Mittlergebühren ganz oder teilweise an ihre Auftraggeber weiterzugeben.

4. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Kann die Zeitschrift infolge höherer Gewalt (z. B. Krieg, Mobilmachung, Arbeitskampf oder sonstige nicht vorhersehbare Ereignisse) überhaupt nicht, nicht in vollem Umfang oder nicht rechtzeitig erscheinen, ergeben sich daraus keine Ansprüche des Auftraggebers.

5. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.

6. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtemaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.

7. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens zwei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Der Verlag ist berechtigt, Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen

erkennbar sind, mit dem Wort »Anzeige« deutlich kenntlich zu machen.

8. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen wegen ihrer technischen Form oder ihrer Herkunft abzulehnen: dasselbe gilt, wenn der Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder die Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Modells der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen.

Die Ablehnung eines Auftrags wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

9. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckerunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckerunterlagen gegebenen Möglichkeiten.

10. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Preiserminderung in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde, oder auf eine einwandfreie Ersatzanzeige. Lässt der Verlag eine ihm für deren Veröffentlichung gesetzte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Preiserminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages.

Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsvletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – insbesondere bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen. Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und der Höhe nach auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seiner Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen, in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem

Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts beschränkt. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von 4 Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

11. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

12. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

13. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige, übersandt.

Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preislise ersichtlichen vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist.

14. Bei Zahlungsverzug berechnet der Verlag unter Vorbehalt weitergehender Rechte Verzugszinsen in Höhe von 1% über dem jeweiligen Basiszinssatz der EZB. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

15. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg, je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

16. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckerunterlagen und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

17. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preiserminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preislise oder auf andere

Weise genannte durchschnittliche Auflage oder – wenn eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preiserminderung berechtigender Mangel, wenn sie bei einer Auflage bis zu 50.000 Exemplaren 20 v. H. beträgt. Preiserminderungsansprüche sind jedoch ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage unter dem Anerbieten, vom Vertrag zurückzutreten, rechtzeitig Kenntnis gegeben hat.

18. Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwertung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Der Verlag behält sich im Interesse und zum Schutz des Auftraggebers das Recht vor, die eingehenden Angebote zur Ausschaltung von Missbrauch des Zifferndienstes zu Prüfzwecken zu öffnen. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.

19. Druckerunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.

20. Rabattgutschriften und Rabattnachbelastungen erfolgen grundsätzlich erst zum Ende des Insertionsjahres. 21. Platzierungsbestätigungen gelten nur unter Vorbehalt und können aus technischen Gründen geändert werden. In solchen Fällen kann der Verlag nicht haftbar gemacht werden.

22. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nichtkaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nichtkaufleuten, zum Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

Profiwissen für kreatives Mediendesign, Publishing und Trends

# PAGE

**PAGE Verlag**

Ebner Verlag GmbH & Co. KG

Borselstraße 28

22765 Hamburg

Telefon: +49 (0)40 85183-400

Telefax: +49 (0)40 85183-449

E-Mail: [anzeigen@page-online.de](mailto:anzeigen@page-online.de)

[www.page-online.de](http://www.page-online.de)