

mit Stellenmarkt

## Das Magazin für Computer-Profis, IT-Entscheider und CIOs

↳ Weiterlesen, wo andere aufhören.



### Mediaberatung

#### PLZ 0, 1, 9/Stellenmarkt

Erika Hajmássy  
Tel.: +49 [0]511 53 52-266  
E-Mail: erika.hajmassy@heise.de

#### PLZ 2 + 7

Simon Tiebel  
Tel.: +49 [0]511 53 52-890  
E-Mail: simon.tiebel@heise.de

#### PLZ 3 + 4

Stefanie Busche  
Tel.: +49 [0]511 53 52-895  
E-Mail: stefanie.busche@heise.de

#### PLZ 5 + 6

Patrick Werner  
Tel.: +49 [0]511 53 52-894  
E-Mail: patrick.werner@heise.de

#### PLZ 8

Werner Ceeh  
Tel.: +49 [0]89 42 71 86-11  
E-Mail: werner.ceehe@heise.de

#### Markenartikel

Ann Katrin Jähnke  
Tel.: +49 [0]511 53 52-893  
E-Mail: ann.katrin.jaehnke@heise.de

#### Ausland

Bettina Scheel  
Tel.: +49 [0]511 53 52-892  
E-Mail: bettina.scheel@heise.de

#### Sales Manager Asia-Pacific

Babette Lahn  
Tel.: +49 [0]511 53 52-240  
E-Mail: babette.lahn@heise.de

### Disposition

#### PLZ 0 - 4/Asien

Maik Fricke  
Tel.: +49 [0]511 53 52-165  
E-Mail: maik.fricke@heise.de

#### PLZ 5 - 7 + 9

Stefanie Frank  
Tel.: +49 [0]511 53 52-152  
E-Mail: stefanie.frank@heise.de

#### PLZ 8/Ausland/Stellenmarkt

Astrid Meier  
Tel.: +49 [0]511 53 52-221  
E-Mail: astrid.meier@heise.de

#### Anzeigenleitung

Udo Elsner  
Tel.: +49 [0]511 53 52-222  
E-Mail: udo.elsner@heise.de

# Bestleistungen



Deutschlands meistgelesene  
IT-Zeitschrift von Computer-Profis **LAC/2008**

Mit mehr als 250.000 Abonnenten Europas  
meistabonniertes Computermagazin 

## 1. Kurzprofil und Verlagsdaten

## Kurzprofil und Verlagsdaten

### Kurzprofil:

c't magazin für computertechnik, gegründet 1983, ist eines der meistgekauften Computer-magazine in Europa und eine der angesehensten Informationsquellen für den Computerprofi und den anspruchsvollen Anwender.

355.889 Käufer pro Ausgabe, darunter 253.199 Abonnenten, schätzen den einzigartigen Charakter des Magazins, der durch thematische Vielfalt, technisches Know-how, journalistische Unabhängigkeit und Gründlichkeit geprägt ist.

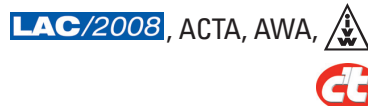
Im Mittelpunkt der prinzipiell herstellerunabhängigen und plattformübergreifenden Berichterstattung steht neben Netzen, Kommunikation, Betriebssystemen und Hardwaretechnologie vor allem die zeitgemäße Anwendung des Computers. Ob E-Mail oder Web-Design, Mobile Computing oder Funk-LANs – c't hat alle spannenden Entwicklungen fest im Blick: So auch digitale Audio- und Video-Anwendungen, von Digitalkameras bis LCD-Fernsehern und High-Definition TV, von Video-Recording, Mehrkanalton, DVB-Empfang bis zum kompletten Audio-Video-Heimnetz.

c't erscheint 14-täglich und gewährleistet damit in einem dynamischen Markt sowohl für Leser wie für Inserenten die angemessene Aktualität und Reaktionsschnelligkeit. Für den professionellen Entscheider ist c't die unersetzliche Informationsgrundlage.

### Themenspektrum:

Netze, Funknetze, Kommunikation, Betriebssysteme, Hardwaretechnologien, zeitgemäße Anwendungen, Mobile Computing, Digital Audio, Digital Video, IT-Markt, Ausbildung & Beruf

Quelle: IVW II/08



<b>Herausgeber:</b>	Christian Heise Ansgar Heise Christian Persson
<b>Geschäftsführer:</b>	Ansgar Heise Steven P. Steinkraus Dr. Alfons Schröder
<b>Verlagsleiter:</b>	Dr. Alfons Schröder
<b>Chefredaktion:</b>	Christian Persson/Detlef Grell
<b>Telefon:</b>	0511/5352-300
<b>Telefax:</b>	0511/5352-417
<b>Jahrgang/Jahr:</b>	26. Jahrgang 2009
<b>Erscheinungsweise:</b>	14-täglich
<b>Verlag:</b>	 Heise Zeitschriften Verlag GmbH & Co. KG Helstorfer Straße 7 30625 Hannover www.heise.de
<b>Internet:</b>	
<b>Anzeigenleitung:</b>	Udo Elsner
<b>Telefon:</b>	0511/5352-222
<b>Telefax:</b>	0511/5352-200
<b>Bezugspreis:</b>	Jahresabonnement Inland € 72,80 c't plus Abo € 80,80 Einzelverkaufspreis € 3,30

# Terminplan 2009

Ausgabe	Erstverkaufstag	Messen	Anzeigenschluss- und Rücktrittstermine	Druckunterlagen- termine	Anlieferungstermin für Beilagen
02/2009	05.01.2009		10.12.2008	12.12.2008	17.12.2008
03/2009	19.01.2009	ITnT, Wien 27.01.–29.01.2009	22.12.2008	23.12.2008	29.12.2008
04/2009	02.02.2009		14.01.2009	16.01.2009	21.01.2009
05/2009	16.02.2009		28.01.2009	30.01.2009	04.02.2009
06/2009	02.03.2009	CeBIT, Hannover 03.03.–08.03.2009 embedded world 03.03.–05.03.2009	11.02.2009	13.02.2009	18.02.2009
07/2009	16.03.2009		25.02.2009	27.02.2009	04.03.2009
08/2009	30.03.2009		11.03.2009	13.03.2009	18.03.2009
09/2009	14.04.2009		24.03.2009	26.03.2009	31.03.2009
10/2009	27.04.2009		06.04.2009	08.04.2009	14.04.2009
11/2009	11.05.2009	Orbit-IE, Zürich 12.05.–15.05.2009	21.04.2009	23.04.2009	28.04.2009
12/2009	25.05.2009		05.05.2009	07.05.2009	12.05.2009
13/2009	08.06.2009		19.05.2009	22.05.2009	27.05.2009
14/2009	22.06.2009		02.06.2009	04.06.2009	09.06.2009
15/2009	06.07.2009		17.06.2009	19.06.2009	24.06.2009
16/2009	20.07.2009		01.07.2009	03.07.2009	08.07.2009
17/2009	03.08.2009		15.07.2009	17.07.2009	22.07.2009
18/2009	17.08.2009		29.07.2009	31.07.2009	05.08.2009
19/2009	31.08.2009	IFA, Berlin 04.09.–09.09.2009 gamescom, Köln 09.09.–13.09.2009	12.08.2009	14.08.2009	19.08.2009
20/2009	14.09.2009	DMS Expo, Köln 22.09.–24.09.2009	26.08.2009	28.08.2009	02.09.2009
21/2009	28.09.2009		09.09.2009	11.09.2009	16.09.2009
22/2009	12.10.2009		23.09.2009	25.09.2009	30.09.2009
23/2009	26.10.2009		07.10.2009	09.10.2009	14.10.2009
24/2009	09.11.2009		21.10.2009	23.10.2009	28.10.2009
25/2009	23.11.2009		04.11.2009	06.11.2009	11.11.2009
26/2009	07.12.2009		18.11.2009	20.11.2009	25.11.2009
01/2010	21.12.2009		02.12.2009	04.12.2009	09.12.2009

# Konditionen

**Verlag & Disposition:**  Heise Zeitschriften Verlag  
c't magazin für computertechnik

**Hausanschrift:** Helstorfer Str. 7, 30625 Hannover  
**Postanschrift:** Postfach 61 04 07, 30604 Hannover

**Telefon:** 05 11/53 52-0  
**Telefax:** 05 11/53 52-200

**Bankverbindung:** Sparkasse Hannover  
BLZ 250 501 80  
Kto.-Nr. 199 68

**Erscheinungsort:** Hannover

**Erscheinungsweise:** 14-täglich

**Druckverfahren:** Umschlag: Rollenoffset, Eurokala CMYK  
Innenteil: Tiefdruck

**Verarbeitung:** Klebebindung

**Druck/ Versandanschrift:** Prinovis Nürnberg  
c't magazin für computertechnik  
Breslauer Straße 300  
90471 Nürnberg

**Nachlässe:** bei Abnahme innerhalb von 12 Monaten:

Malstaffel:	Mengenstaffel:
ab 3 Anzeigen 3 %	ab 3 Seiten 5 %
ab 6 Anzeigen 5 %	ab 6 Seiten 10 %
ab 9 Anzeigen 10 %	ab 9 Seiten 15 %
ab 12 Anzeigen 15 %	ab 12 Seiten 20 %
ab 18 Anzeigen 18 %	ab 18 Seiten 23 %
ab 24 Anzeigen 20 %	ab 24 Seiten 25 %
ab 36 Anzeigen 23 %	ab 36 Seiten 30 %
ab 48 Anzeigen 25 %	ab 48 Seiten 33 %
	ab 60 Seiten 35 %

**Kleinanzeigen:** pro Zeile 45 Buchstaben einschl. Satzzeichen und Wortzwischenräumen:  
privat: EUR 10,-/ jede weitere EUR 8,-  
gewerblich: EUR 20,-/ jede weitere EUR 16,-  
Chiffregebühr: EUR 5,-  
Auftragsannahme nur schriftlich gegen Vorauskasse oder Abbuchungserlaubnis, ohne Skonto  
Kleinanzeigengestaltung ist nur als Fließtext möglich.

**Platzierungen:** Bis auf Umschlagseiten gibt es keine Platzierungsgarantien.

**Sonderformate:** Nur auf Anfrage. Zuschlag 20% vom s/w-Grundpreis.

**Zahlungsbedingungen:** Die Rechnungsbeträge sind innerhalb von 10 Tagen ab Rechnungsdatum ohne jeden Abzug zahlbar. Bei Abbuchungserlaubnis oder Vorauszahlung 2 % Skonto.

**Agenturprovision:** 15 %

# Technische Angaben

## Druckverfahren

**Innenteil:** Tiefdruck

**Umschlag:** Offset (Eurokala)

**Format:** Beschnittenes Format: 210 x 297 mm  
Beschnitt: 3 mm Kopf, 4 mm Fräsrand zum Bund, mind. 3 mm Außen- und 3 mm Fußbeschnitt

## Druckvorlagen

**Schriften:** Bitte beachten Sie, dass Sie Ihre Schriften mitliefern. Bei fehlenden Schriften werden sogenannte „Ersatzfonts“ verwendet, diese können das Erscheinungsbild und den Umbruch der Anzeige verändern.

**Sonstiges:** Die minimale Linienstärke beträgt 0,2 mm. Motive mit sehr feinen Strukturen und Copy-Dot-Dateien können zu einer Moirébildung führen und müssen vermieden werden.

**Empfohlene Datenformate:** Bevorzugt PDF unsepariert (PDF/x-1a in Version 1.3). Distillereinstellung heruntergeladen unter [www.prinovis.com/de/technische\\_richtlinien](http://www.prinovis.com/de/technische_richtlinien). Bei PDF müssen die Schriften mit eingebunden sein. Alle Anzeigen sind im CMYK-Modus erstellt.  
Die Weitergabe sogenannter „offener“ Datenformate sollte vermieden werden, da versions- und systemabhängige Fehler auftreten können. Dafür kann keine Gewährleistung übernommen werden. Sollten Sie trotzdem solche Dateien liefern, werden folgende Programme unterstützt:

**Programme Mac:** QuarkXPress, Freehand, Photoshop, Indesign

**Dateinamen:** Es muss immer eine eindeutige Dateibezeichnung gewählt werden, bestehend aus: „Publikation“, „Ausgabenummer“, „Insertenname“, z. B. „\_ct06Microsoft“.

**Datenträger:** CD oder DVD

**Auflösung:** Bildbestandteile 120 l/cm (304,8 dpi)

**Farbanpassung Proof Inhalt:** Der Produktionsprozess ist im 4-Farb-Modus CMYK auf Basis des europäischen Tiefdruckstandards aufgebaut. Diese Farbanpassung kann bei der Fa. GMG (Iris mit GMG) unter dem Namen „PSR\_ECI\_LWC\_V1.mx4“ abgerufen werden. Nur bei Einhaltung der korrekten Proofparameter kann Ihre Anzeige nach den prozessüblichen Toleranzen umgesetzt werden.

## Farbanpassung Proof Umschlag:

Der Produktionsprozess für den Umschlag ist im 4-Farb-Modus. CMYK auf Basis des ISO-Standard PK 1/2 für Offsetdruck aufgebaut. Das Proof für Inhalt- und Umschlagseiten muss von den mitgelieferten Daten hergestellt sein.  
Sollten Sie Fragen zur Farbanpassung haben oder ICC-Profil benötigen, setzen Sie sich bitte mit dem Bereich Colour-Management, Herrn Egkert (09 11/80 03-311) in Verbindung.

## Technische Abwicklung

Ansprechpartner für Fragen bezüglich der technischen Abwicklung und Datenanlieferung:  
Prinovis Nürnberg  
Abteilung Repro 708  
Breslauer Straße 300  
90471 Nürnberg

Bitte liefern Sie jeweils zu ihren Anzeigen verbindliche Ausdrücke zur sachlichen Kontrolle oder farbraumangepasste Proofs mit Ansprechpartner und Rufnummer. Bitte kündigen Sie Ihre Datenanlieferung telefonisch oder per Fax an.  
Ihre Druckunterlagen senden Sie bitte an die oben genannte Adresse. Wichtig ist der Hinweis in der Anschrift: „Abteilung Repro 708“  
Reklamationen aufgrund nicht korrekter Vorlagen können nicht anerkannt werden.

## Technische Anzeigenabwicklung c't-magazin

**Telefon:** 09 11/80 03-708  
Faxen Sie vorab einen Ausdruck der Datei an

**Fax:** 09 11/80 03-760

**ISDN:** 09 11/81 76 402  
09 11/81 76 403  
(2-Kanal-Leonardo)  
09 11/81 76 + 402 & 401  
(4-Kanal-Leonardo)

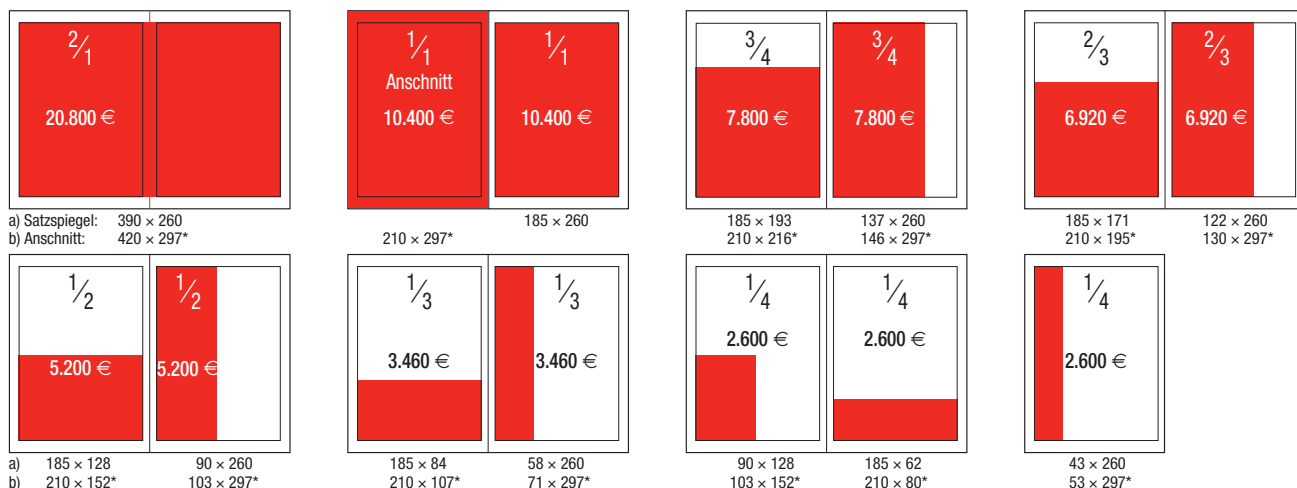
**FTP-Zugang:** Adresse: [ftp.nuernberg.prinovis.com](ftp://ftp.nuernberg.prinovis.com)  
Benutzer: ct\_mag  
Passwort: anzeigen

Bitte unbedingt jeden FTP-Transfer per E-Mail ankündigen.

**E-Mail:** max. 20MB: [ct@pinovis.com](mailto:ct@pinovis.com)

# Redaktionsteil: Formate und Preise

– Preisbeispiele s/w –

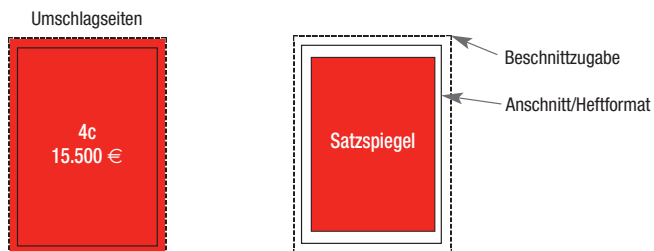


Heftformat: 210 mm Breite x 297 mm Höhe  
Satzspiegel: 185 mm Breite x 260 mm Höhe  
Alle Größenangaben: Breite x Höhe in Millimeter

\*) Beschnittzugabe ausgehend vom Heft-/Anschnittformat; Mindestformat 1/4 Seite:  
3 mm Kopf, 4 mm Fräsrand zum Bund, mind. 3 mm Außen- und 3 mm Fußbeschnitt

Farbzuschläge:	bei	2/1 S.	1/1 S.	3/4 S.	2/3 S.	1/2 S.	1/3 S.	1/4 S.
1 ZF:	€	2.122	1.061	931	875	815	745	682
2 ZF:	€	3.647	1.823	1.668	1.587	1.517	1.388	1.293
3 ZF:	€	5.000	2.500	2.205	2.058	1.917	1.777	1.644

Sonderfarben auf Anfrage.  
Die Berechnung erfolgt nach Sichtfarben.

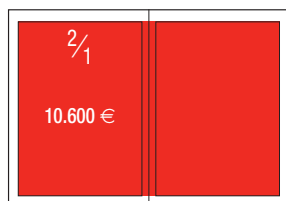


Formate:	Breite x Höhe	Breite x Höhe	Breite x Höhe	s/w	2c (1 ZF)	3c (2 ZF)	4c (3 ZF)
2/1 Seite	390 260			20.800 €	22.922 €	24.447 €	25.800 €
1/1 Seite	185 260			10.400 €	11.461 €	12.223 €	12.900 €
3/4 Seite	185 193	137 260		7.800 €	8.731 €	9.468 €	10.005 €
2/3 Seite	185 171	122 260		6.920 €	7.795 €	8.507 €	8.978 €
1/2 Seite	185 128	90 260		5.200 €	6.015 €	6.717 €	7.117 €
1/3 Seite	185 84	58 260		3.460 €	4.205 €	4.848 €	5.237 €
1/4 Seite	185 62	43 260	90 128	2.600 €	3.282 €	3.893 €	4.244 €

Andere Formate auf Anfrage. Alle Preise zuzüglich Mehrwertsteuer.

# Marktteil: Formate und Preise

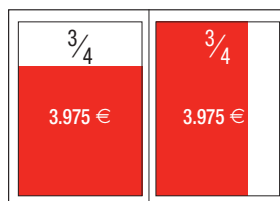
– Preisbeispiele s/w –



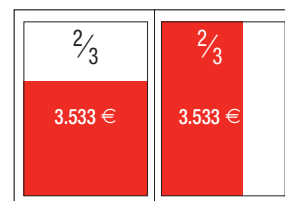
a) Satzspiegel 390 x 260  
b) Anschnitt 420 x 297\*



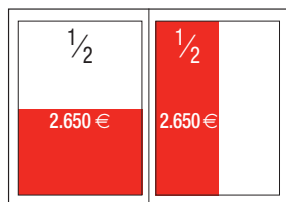
210 x 297\* 185 x 260



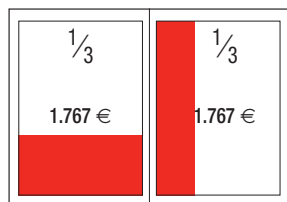
185 x 193 137 x 260  
210 x 216\* 146 x 297\*



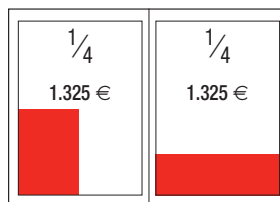
185 x 171 122 x 260  
210 x 195\* 130 x 297\*



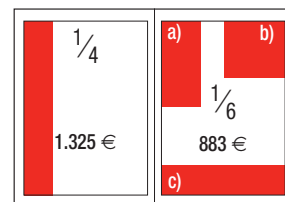
a) 185 x 128 90 x 260  
b) 210 x 152\* 103 x 297\*



185 x 84 58 x 260  
210 x 107\* 71 x 297\*



90 x 128 185 x 62  
103 x 152\* 210 x 80\*

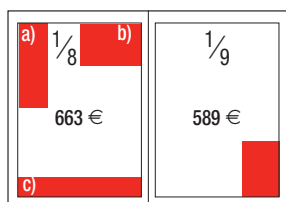


43 x 260 a) 58 x 128  
53 x 297\* b) 90 x 84 c) 185 x 41

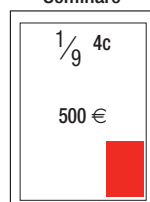
Heftformat: 210 mm Breite x 297 mm Höhe  
Satzspiegel: 185 mm Breite x 260 mm Höhe  
Alle Größenangaben: Breite x Höhe in Millimeter

\*) Beschnittzugabe ausgehend vom Heft-/Anschnittformat; Mindestformat 1/4 Seite:  
3 mm Kopf, 4 mm Fräsrand zum Bund, mind. 3 mm Außen- und 3 mm Fußbeschnitt

## Seminare



a) 43 x 128 60 x 80  
b) 90 x 62 c) 185 x 29



60 x 80

Farbzuschläge:	bei 2/4 S.	1/4 S.	3/4 S.	2/3 S.	1/2 S.	1/3 S.	1/4 S.	1/6 S.	1/8 S.	1/9 S.
1 ZF:	€ 2.122	1.061	931	875	815	745	682	548	451	389
2 ZF:	€ 3.647	1.823	1.668	1.587	1.517	1.388	1.293	1.096	902	778
3 ZF:	€ 5.000	2.500	2.205	2.058	1.917	1.777	1.644	1.353	1.160	1.006

Sonderfarben auf Anfrage.

Die Berechnung erfolgt nach Sichtfarben.

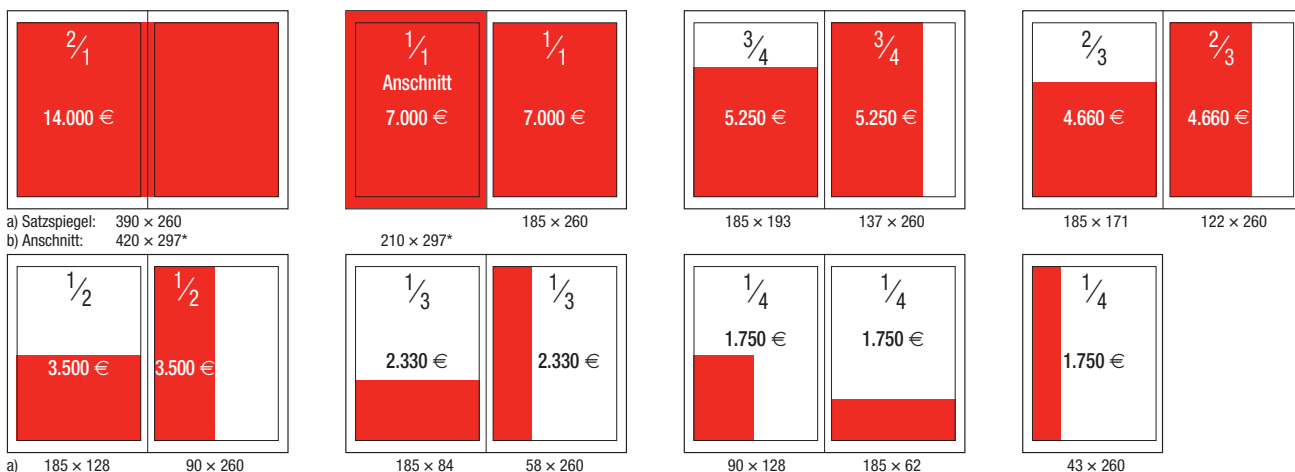
Formate:	Breite x Höhe	Breite x Höhe	Breite x Höhe	s/w	2c (1 ZF)	3c (2 ZF)	4c (3 ZF)
2/4 Seite	390 260			10.600 €	12.722 €	14.247 €	15.600 €
1/4 Seite	185 260			5.300 €	6.361 €	7.123 €	7.800 €
3/4 Seite	185 193	137 260		3.975 €	4.906 €	5.643 €	6.180 €
2/3 Seite	185 171	122 260		3.533 €	4.408 €	5.120 €	5.591 €
1/2 Seite	185 128	90 260		2.650 €	3.465 €	4.167 €	4.567 €
1/3 Seite	185 84	58 260		1.767 €	2.512 €	3.155 €	3.544 €
1/4 Seite	185 62	43 260	90 128	1.325 €	2.007 €	2.618 €	2.969 €
1/6 Seite	185 41	58 128	90 84	883 €	1.431 €	1.979 €	2.236 €
1/8 Seite	185 29	43 128	90 62	663 €	1.114 €	1.565 €	1.823 €
1/9 Seite	60 80			589 €	978 €	1.367 €	1.595 €

Andere Formate auf Anfrage. Alle Preise zuzüglich Mehrwertsteuer.

DER MARKT: Der Markt ist der geschlossene Anzeigenteil im letzten Heftedrittel.

# Stellenmarkt: Formate und Preise

– Preisbeispiele s/w –

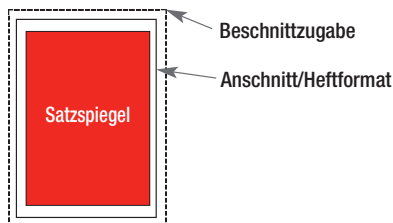


Heftformat: 210 mm Breite × 297 mm Höhe  
 Satzspiegel: 185 mm Breite × 260 mm Höhe  
 Alle Größenangaben: Breite × Höhe in Millimeter

\*) Beschnittzugabe ausgehend vom Heft-/Anschnittformat; Mindestformat  $\frac{1}{4}$  Seite:  
 3 mm Kopf, 4 mm Fräsrand zum Bund, mind. 3 mm Außen- und 3 mm Fußbeschnitt

Farbzuschläge:	bei	$\frac{2}{1}$ S.	$\frac{1}{1}$ S.	$\frac{3}{4}$ S.	$\frac{2}{3}$ S.	$\frac{1}{2}$ S.	$\frac{1}{3}$ S.	$\frac{1}{4}$ S.
1 ZF:	€	2.045	1.023	767	682	511	341	256
2 ZF:	€	3.579	1.790	1.342	1.193	895	596	447
3 ZF:	€	5.113	2.556	1.726	1.704	1.278	852	639

Sonderfarben auf Anfrage.  
 Die Berechnung erfolgt nach Sichtfarben.



Für alle Anzeigen aus dem Bereich Lehre und Forschung (Universitäten, Fachhochschulen, Institute, Akademien, Schulen usw.) gewähren wir einen Sonderrabatt von 20 %.

Satz und Gestaltung durch den Verlag für einen Aufpreis von 100,- €.

Formate:	Breite × Höhe	Breite × Höhe	Breite × Höhe	s/w	2c (1 ZF)	3c (2 ZF)	4c (3 ZF)
$\frac{2}{1}$ Seite	390 260			14.000 €	16.045 €	17.579 €	19.113 €
$\frac{1}{1}$ Seite	185 260			7.000 €	8.023 €	8.790 €	9.556 €
$\frac{3}{4}$ Seite	185 193	137 260		5.250 €	6.017 €	6.592 €	6.976 €
$\frac{2}{3}$ Seite	185 171	122 260		4.660 €	5.342 €	5.853 €	6.364 €
$\frac{1}{2}$ Seite	185 128	90 260		3.500 €	4.011 €	4.395 €	4.778 €
$\frac{1}{3}$ Seite	185 84	58 260		2.330 €	2.671 €	2.926 €	3.182 €
$\frac{1}{4}$ Seite	185 62	43 260	90 128	1.750 €	2.006 €	2.197 €	2.389 €

Alle Preise zuzüglich Mehrwertsteuer.

# Beilagen, Beihefter, Beikleber

## Beilagen:



der Zeitschrift lose beigefügte Drucksachen, die der Gesamtauflage, Aboauflage oder der Einzelverkaufsmenge nach Nielsen- oder PLZ-Gebieten beigelegt werden können. Beide Varianten innerhalb einer Ausgabe sind jedoch nicht möglich. Mindestmenge 20.000 Stück.

Die Beilagen müssen für die maschinelle Bearbeitung der Zeitschrift geeignet sein. Mehrseitige Beilagen und Leporellos müssen zum Bund hin geschlossen sein. Ein Altaralz sollte innen liegen.

Höchstformat: 190 mm Breite × 280 mm Höhe  
Mindestformat: DIN A6 (105 mm B × 148 mm H)

Papiergewicht: 1 Blatt mind. 135 g/m<sup>2</sup>  
Muster: 5fach bei Auftragserteilung  
Zuschuss: 1 % (3 % bei Mindestmenge)

**Preise:** Euro 109,- pro Tausend bis 25 g (inkl. Postgebühren)

Teilbelegungszuschlag: 10 %

Bei Beilagen, Warenproben etc. ab 2,5 mm Stärke erhebt die Post zusätzliche gesonderte Gebühren, die separat weiterberechnet werden.

Wir behalten uns vor, technisch zu aufwendige Splittings abzulehnen.

## Rabatte:

Gesamtbeilagen: Rabattierung nach Mengenstaffel  
1 Gesamtbeilage = 1 Seite  
Teilbeilagen: Rabattierung nach Malstaffel  
1 Teilbeilage = 1 Anzeige

Bitte fragen Sie Preise, technische Daten für weitere Beilagenvarianten z. B. CD-ROM/Booklet direkt im Verlag an.

## Beihefter:



mit der Zeitschrift fest verbundene Drucksachen. Diese müssen gefalzt (mehrseitig) und für die Weiterverarbeitung (Kopfanlage) mit 3 mm Kopfbeschnitt, 4 mm Fräsrand zum Bund und 3 mm Außen- und 3 mm Fußbeschnitt angeliefert werden. Muster 5fach bei Auftragserteilung. Teilbelegung eines Beihefters nach Nielsen- oder PLZ-Gebieten ist möglich. Mindestmenge 20.000 Stück.

Höchstformat: 210 mm Breite × 297 mm Höhe  
Mindestformat: DIN A5, 140 mm Breite × 140 mm Höhe

Gatefolder: 206 mm Breite × 297 mm Höhe

Papiergewicht: 1 Blatt mind. 150 g/m<sup>2</sup>  
2–32 Seiten, 170–60 g/m<sup>2</sup>

Muster: 5fach bei Auftragserteilung  
Zuschuss: 1 %

## Preise:

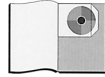
2-seitig Euro 52,- pro Tausend

4-seitig Euro 95,- pro Tausend  
über 4 Seiten auf Anfrage

Teilbelegungszuschlag: 10 %

## Rabatte:

Gesamtbeihefter: Rabattierung nach Mengenstaffel  
1 Gesamtbeihefter = 1 Seite  
Teilbeihefter: Rabattierung nach Malstaffel  
1 Teilbeihefter = 1 Anzeige



Bitte fragen Sie Preise, technische Daten für weitere Beiheftervarianten z. B. CD-ROM/Booklet/Heft im Heft/Doppelpostkarten direkt im Verlag an.

## Beikleber:



z. B. Postkarten  
nur in Verbindung mit einer Basisanzeige (Gesamtauflage) im Mindestformat einer 1/1 Seite.  
Teilbelegung des Beiklebers nach EV- oder Aboauflage ist möglich.

Höchstformat: DIN A5, 180 mm Breite × 250 mm Höhe  
Mindestformat: DIN A6, 105 mm Breite × 148 mm Höhe

Papiergewicht: 1 Blatt mind. 150 g/m<sup>2</sup>  
Klebetoleranz: 3 mm nach allen Seiten,  
5–10 mm in der Höhe

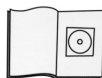
Stand: Außenseite/Bund mind. 25 mm  
Kopf/Fuß mind. 15 mm  
Klebung zum Bund hin

Muster: 5fach bei Auftragserteilung  
Zuschuss: 1 %

## Preise:

Post- oder Antwortkarten Euro 41,- pro Tausend (inkl. Postgebühren)

Wir behalten uns vor, bei technisch aufwendigen Splittings den Mehraufwand gesondert zu berechnen bzw. sie abzulehnen.



Bitte fragen Sie Preise, technische Daten für weitere Beiklebervarianten z. B. CD-ROM/Booklet/Doppelpostkarten direkt im Verlag an.

Bei Gegenständen ab 2,5 mm Stärke erhebt die Post zusätzliche gesonderte Gebühren, die separat weiterberechnet werden.

## Versandanschrift:

für alle Beilagen, Beikleber, Beihefter:  
Prinovis Klebebindung  
Breslauer Straße 300  
90471 Nürnberg

Beilagen, Beihefter, Beikleber müssen für die maschinelle Verarbeitung geeignet sein und entsprechend einwandfrei verpackt – zu handlichen Paketen lose auf Paletten abgesetzt – angeliefert werden.

Die Begleitpapiere sollten folgende Angaben beinhalten:  
- Zeitschriftentitel / Ausgabe  
- Auftraggeber  
- Stückzahl / Anzahl der Paletten

## Druckauflage:

Bitte erfragen Sie für die Berechnung unsere aktuellen Auflagenzahlen.

## Hinweise:

1. Bitte geben Sie uns das Gewicht für Beilagen/Beihefter/Beikleber bei Auftragserteilung bekannt.
2. Wir benötigen verbindliche Muster vorab!
3. Inhalt und Gestaltung müssen vor Drucklegung mit dem Verlag abgestimmt werden.
4. Bei eventuell auftretenden Verarbeitungsschwierigkeiten hat die Fertigstellung der Auflage Vorrang.
5. Eine Wareneingangskontrolle (Qualität und Menge) kann bei der Druckerei nicht durchgeführt werden.

## Service:

Gern übernehmen wir für Sie auch die Produktion von Beilagen oder Beiklebern.

Unser Service reicht dabei von Layoutarbeiten bis hin zur vollständigen Druckabwicklung durch unsere Vertragsdruckereien.



# Auflagenanalyse

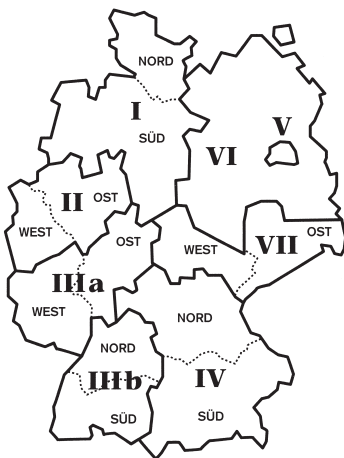


## II. Quartal 2008

Druckauflage	480.910
Abonnenten	253.199
Für den Einzelverkauf geliefert	201.281
Lesezirkel	3.218
Summe	457.698
Abzüglich Remittenden	101.809
<b>Verkaufte Auflage</b>	<b>355.889</b>
Frei- und Werbestücke	13.142
Tatsächlich verbreitete Auflage	369.031
Archiv-, Beleg-, Restexemplare	10.070

### Geografische Analyse der verbreiteten Auflage nach Postleitzahlen

Inland	Exemplare	%
Postleitzahlen		
00000–09999	15.006	4,54
10000–19999	27.170	8,22
20000–29999	35.632	10,78
30000–39999	33.781	10,22
40000–49999	38.541	11,66
50000–59999	36.161	10,94
60000–69999	39.004	11,80
70000–79999	39.004	11,80
80000–89999	41.615	12,59
90000–99999	24.625	7,45
Inland gesamt	330.539	100,00



### Geografische Analyse der verbreiteten Auflage nach Nielsen

Inland	Exemplare	%
Nielsen I	55.531	16,80
Nielsen II	70.801	21,42
Nielsen III a	48.853	14,78
Nielsen III b	49.482	14,97
Nielsen IV	59.365	17,96
Nielsen V	20.394	6,17
Nielsen VI	11.668	3,53
Nielsen VII	14.445	4,37
Inland gesamt	330.539	100,00

**Nielsen-Gebiet I**  
Schleswig-Holstein, Hamburg, Bremen,  
Niedersachsen

**Nielsen-Gebiet II**  
Nordrhein-Westfalen

**Nielsen-Gebiet III a**  
Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland

**Nielsen-Gebiet III b**  
Baden-Württemberg

**Nielsen-Gebiet IV**  
Bayern

**Nielsen-Gebiet V**  
Berlin

**Nielsen-Gebiet VI**  
Mecklenburg-Vorpommern,  
Brandenburg, Sachsen-Anhalt

**Nielsen-Gebiet VII**  
Sachsen, Thüringen

Ausland	Exemplare	%
Österreich	16.518	42,91
Schweiz	15.196	39,48
sonstiges Ausland	6.778	17,61
Ausland gesamt	38.492	100,00

Hinweis zur Belegung: Generell sind Abweichungen der Verbreitungsgebiete von PLZ-/Nielsengebieten möglich.

## Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen (Stand: August 2004)

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag zwischen Verlag und Auftraggeber über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel (nachfolgend insgesamt als „Anzeigen“ bezeichnet) von Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten (nachfolgend insgesamt als „Werbungtreibende“ bezeichnet) in der Zeitschrift „c’t Magazin für Computertechnik“ zum Zweck der Verbreitung.
2. Ein „Abschluss“ ist ein Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen unter Beachtung der dem Werbungtreibenden gemäß Preisliste zu gewährenden Rabatte, wobei die jeweiligen Veröffentlichungen auf Abruf des Auftraggebers erfolgen. Rabatte werden nicht gewährt für Unternehmen, deren Geschäftszweck unter anderem darin besteht, für verschiedene Werbungtreibende Anzeigenaufträge zu erteilen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen. 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 keine gegenteilige Regelung vereinbart wird.
3. Werden einzelne oder mehrere Abrufe eines Abschlusses 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. Der Auftraggeber hat, wenn nichts anderes vereinbart ist, rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb eines Jahres entsprechenden Nachlass.
4. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
5. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
6. Der Verlag behält sich vor, Anzeigen – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – 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 istAufträge für andere Werbemittel sind für den Verlag erst nach Vorlage des Musters und dessen Billigung bindend.  
Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbundwerbung), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annahmeerklärung des Verlages. Diese berechtigt den Verlag zur Erhebung eines Verbundaufschlages. Die Ablehnung einer Anzeige oder eines anderen Werbemittels wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
7. Für die rechtzeitige Lieferung und die einwandfreie Beschaffenheit geeigneter Druckunterlagen oder anderer Werbemittel ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Bei der Anlieferung von digitalen Druckunterlagen ist der Auftraggeber verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder den technischen Vorgaben des Verlages entsprechende Vorlagen für Anzeigen rechtzeitig zum Druckunterlagenschluss anzuliefern.  
Kosten des Verlages für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen.

Vereinbart ist die für den belegten Titel nach Maßgabe der Angaben in der Preisliste sowie in der Auftragsbestätigung übliche Beschaffenheit der Anzeigen oder anderen Werbemittel im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Dies gilt nur für den Fall, dass der Auftraggeber die Vorgaben des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von Druckunterlagen einhält.

8. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung der Druckunterlagen endet drei Monate nach der erstmaligen Verbreitung der Anzeige.
9. Entspricht die Veröffentlichung der Anzeige nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit bzw. Leistung, so hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung des anderen Werbemittels, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige oder des anderen Werbemittels beeinträchtigt wurde. Der Verlag hat das Recht, eine Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung zu verweigern, wenn diese einen Aufwand erfordert, der unter Beachtung des Inhalts des Schuldverhältnisses und der Gebote von Treu und Glauben in einem großen Missverhältnis zu dem Leistungsinteresse des Auftraggebers steht, oder diese für den Verlag nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich wäre.  
Lässt der Verlag eine ihm für die Ersatzanzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige/Ersatzveröffentlichung erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels ist die Rückgängigmachung des Auftrages ausgeschlossen. Reklamationen bei nicht offensichtlichen Mängeln müssen binnen eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn geltend gemacht werden.

Der Verlag haftet für sämtliche Schäden, gleich ob aus vertraglicher Pflichtverletzung oder aus unerlaubter Handlung nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen: Bei grober Fahrlässigkeit beschränkt sich die Haftung im kaufmännischen Verkehr auf den Ersatz des typischen vorhersehbaren Schadens; diese Beschränkung gilt nicht, soweit der Schaden durch gesetzliche Vertreter oder leitende Angestellte des Verlages verursacht wurde.

Bei einfacher Fahrlässigkeit haftet der Verlag nur, wenn eine wesentliche Vertragspflicht verletzt wurde. In solchen Fällen ist die Haftung auf den typischen, vorhersehbaren Schaden beschränkt.

Bei Ansprüchen nach dem Produkthaftungsgesetz sowie bei einer Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit haftet der Verlag nach den gesetzlichen Vorschriften. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

Alle gegen den Verlag gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf vorsätzlichem Verhalten beruhen.

10. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm bis zum Druckunterlagenschluss oder innerhalb einer zwischen den Parteien vereinbarten Frist mitgeteilt werden.
11. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
12. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall schriftlich eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

13. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden bankübliche Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages zum Anzeigenschlusstermin und von dem Ausgleich offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

14. Der Verlag liefert 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.

15. Erfüllungsort ist Hannover.

Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand Hannover. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahrverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz.

Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, im 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.

16. Die Werbungsmitter und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten.

17. Preisänderungen für erteilte Anzeigenaufträge sind gegenüber Unternehmern wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens einen Monat vor Veröffentlichung der Anzeige oder des anderen Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden.

18. Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung beansprucht, ist der schriftliche Nachweis des Konzernstatus des Werbungtreibenden erforderlich. Konzernverbundene Unternehmen im Sinne dieser Bestimmung sind Unternehmen, zwischen denen eine kapitalmäßige Beteiligung von mindestens 50 Prozent besteht.

Der Konzernstatus ist bei Kapitalgesellschaften durch Bestätigung eines Wirtschaftsprüfers oder durch Vorlage des letzten Geschäftsberichtes, bei Personengesellschaften durch Vorlage eines Handelsregisterauszuges nachzuweisen.

Der Nachweis muss vor Inanspruchnahme des Konzernrabattes erbracht werden. Ein späterer Nachweis kann nicht rückwirkend anerkannt werden.

Konzernrabatte bedürfen in jedem Fall der ausdrücklichen, schriftlichen Bestätigung durch den Verlag. Konzernrabatte werden nur für die Dauer der Konzernzugehörigkeit gewährt. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzuzeigen; mit der Beendigung der Konzernzugehörigkeit endet auch die Konzernrabattierung.

19. Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung der Anzeige erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen sowie der zugewiesenen Werbemittel. Er stellt den Verlag im Rahmen des Anzeigenauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner wird der Verlag von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Verlag nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen.

Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Print- und Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlicher urheberrechtlicher Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentliche Zugänglichmachung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen.

20. Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, illegalem Arbeitskampf, rechtswidriger Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen – sowohl im Betrieb des Verlages als auch in fremden Betrieben, derer sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient – hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit 80% der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften oder auf andere Weise zugesicherten Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte verkaufte oder zugesicherte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen für die digitale Übermittlung von Druckunterlagen für Anzeigen

- a) Digitale Druckvorlagen sind solche, welche per Datenträger (z. B. Disketten, Cartridges, CD-ROMs), direkt oder indirekt per Fernübertragung (z. B. ISDN) papierlos übermittelt werden.
- b) Unerwünschte Druckresultate (z. B. fehlende Schriften, falsche Rasterweite), die sich auf eine Abweichung des Kunden von den Empfehlungen des Verlages zur Erstellung von Druckunterlagen zurückführen lassen (siehe Blatt „Technische Angaben“), führen zu keinem Preiserminderungsanspruch.
- c) Bei Übermittlung von mehreren zusammengehörenden Dateien hat der Kunde dafür Sorge zu tragen, dass diese Dateien innerhalb eines gemeinsamen Verzeichnisses (Ordner) gesendet bzw. gespeichert werden.
- d) Digital übermittelte Druckvorlagen für Farbanzeigen können nur mit einem auf Papier gelieferten Farb-Proof zuverlässig verarbeitet werden. Ohne Farb-Proof sind Farbabweichungen unvermeidbar, die keinen Preiserminderungsanspruch auslösen können. In jedem Fall ist ein Ausdruck per Fax an die Druckerei zu senden, um die sachliche Richtigkeit überprüfen zu können. Ein Korrekturfax muss vom Kunden ausdrücklich angefordert werden. Nur bei richtiger Farbanpassung ist eine farblich richtige Umsetzung in üblichen Toleranzen gewährleistet.
- e) Werden digital übermittelte Druckvorlagen per Datenträger an den Verlag übermittelt, werden diese nur auf besonderen Wunsch an den Kunden zurückgeschickt.
- f) Der Kunde hat vor einer digitalen Übermittlung von Druckvorlagen dafür Sorge zu tragen, dass die übermittelten Dateien frei von evtl. Computerviren sind. Entdeckt der Verlag auf einer übermittelten Datei Computerviren, wird diese Datei sofort gelöscht, ohne dass der Kunde hieraus Ansprüche geltend machen kann. Der Verlag behält sich zudem vor, den Kunden auf Schadenersatz in Anspruch zu nehmen, wenn durch solche durch den Kunden infizierten Computerviren dem Verlag Schäden entstanden sind.