

# IT-Administrator

Das Magazin für professionelle System- und Netzwerkadministration

## MEDIA DATEN

Preisliste Nr. 9, gültig ab 01.01.2012

## 2012

Titelporträt / Verlag	<b>Blatt 1</b>
Informationen aus der LAC 2011	<b>Blatt 2</b>
IT-Administrator Leserumfrage vom Mai 2010	<b>Blatt 3</b>
Themen- und Terminplan 2012	<b>Blatt 4</b>
Anzeigenpreisliste Nr. 9 vom 01.01.2012	<b>Blatt 5</b>
Zahlungsbedingungen / Vorzugsplatzierungen	
Rubrikanzeigen / Anzeigen- und Sonderformate / Rabatte	<b>Blatt 6</b>
Beilagen / Einhefter / aufgeklebte Werbemittel	<b>Blatt 7</b>
Onlinewerbung auf <a href="http://www.it-administrator.de">www.it-administrator.de</a>	<b>Blatt 8</b>
Veranstaltungs-Sponsoring / Workshop-Partnerschaft	<b>Blatt 9</b>
Druckunterlagen / Digitale Daten und Datenübertragung	<b>Blatt 10</b>
Allgemeine Geschäftsbedingungen	<b>Blatt 11/12</b>

**INHALT** <<



**LAC/2011**



**Heinemann Verlag**

Im Dialog mit Spezialisten.

### Titelporträt / Verlag

#### 1. Kurzcharakteristik:

Der IT-Administrator ist das Praxismagazin für den System- und Netzwerkadministrator. Neben aktuellen Meldungen über neue Produkte und Dienstleistungen, realitätsnahen Produkttests und technischen Hintergrundberichten stehen mit den zahlreichen praktischen Workshops vor allem die Beiträge im Vordergrund, die den Administrator im Arbeitsalltag aktiv unterstützen.

Seit 2008 ergänzt zweimal im Jahr ein exklusives Sonderheft die 12 regulären Monatsausgaben des IT-Administrators. Darin befasst sich die Redaktion auf etwa 180 Seiten intensiv mit einem für den Praxisalltag nützlichen Thema.

Die Auflage beträgt 5.000 Hefte und wird im Einzelverkauf sowie im Zielgruppenversand verbreitet.

Der Online-Auftritt unter <http://www.it-administrator.de> mit vielen Tipps & Tools, Workshops, Software zum Download, einem ITK-Lexikon und täglichen News für den System- und Netzwerkverantwortlichen hat etwa 60.000 Besucher monatlich.

Alle IT-Administrator Abonnenten sind seit Oktober 2007 auch automatisch kostenlos Mitglied der neuen System und Netzwerk User Group „ITANet“ und können unter anderem kostenfrei an Live-Workshops teilnehmen. Unternehmen können hierbei – gegen einen Unkostenbeitrag und die Übernahme der Cateringkosten – als Workshop-Partner (Sponsor) mit einem Vortrag auftreten.

#### 2. Zielgruppe:

System- und Netzwerkadministratoren, Netzwerkmanager und -spezialisten, IT-Leiter/-Manager, Systemhäuser, Systemintegratoren und ITK-Dienstleister

#### 3. Erscheinungsweise:

12 Ausgaben jährlich + 2 Sonderhefte

#### 4. Jahrgang:

9

#### 5. Web-Adresse:

<http://www.it-administrator.de>

#### 6. Herausgeber:

Heinemann Verlag GmbH

#### 7. Verlag:

Heinemann Verlag GmbH

Leopoldstraße 85, D-80802 München

Tel.: +49 (0)89 4445408-0, Fax: +49 (0)89 4445408-99

E-Mail: [info@heinemann-verlag.de](mailto:info@heinemann-verlag.de)

#### 8. Redaktion:

John Pardey (Chefredakteur),

Daniel Richey (Stellv. Chefredakteur), Lars Nitsch (Redakteur)

Tel.: +49 (0)89 4445408-10, Fax: +49 (0)89 4445408-99

E-Mail: [redaktion@it-administrator.de](mailto:redaktion@it-administrator.de)

#### 9. Anzeigen:

Anne Kathrin Heinemann, Anzeigenleitung

Tel.: +49 (0)89 4445408-20, Fax: +49 (0)89 4445408-99

E-Mail: [kathrin@it-administrator.de](mailto:kathrin@it-administrator.de)

#### 10. Druck:

Konrad Triltsch Print und neue Medien GmbH

#### 11. Bezugspreis:

Jahresabonnement inkl. Versand und 7% Mehrwertsteuer:

Inland: € 135,- / Ausland, Europa: € 150,-

Einzelverkaufspreis: € 12,60

#### 12. ISSN-Nr.:

1614-2888

#### 13. Format der Zeitschrift:

210 mm x 297 mm

#### 14. Auflage:

Druckauflage: 11.837 Verbreitete Auflage: 10.257 (laut IWW III/2011)

#### 15. Abonnenten und verkaufte Auflage:

3.587 Abonnements (+2,63%) + 394 Sonstiger Verkauf

+ 25 Einzelverkäufe = 4.006 verk. Auflage (laut IWW III/2011)



### Informationen zur IT-Administrator Leserschaft aus der LAC 2011

LAC/2011

In 2011 hat der IT-Administrator zum zweiten Mal nach 2008 an der LAC (Leseranalyse Computerpresse) teilgenommen. Er konnte dabei seine Reichweite von 35.000 IT-Entscheidern in 2008 auf jetzt 84.000 IT-Entscheider in 2011 mehr als verdoppeln.

#### 1. Zahl der Computerarbeitsplätze am Arbeitsort der

##### IT-Administrator-Leser (=Basis 84.000 IT-Entscheider):

1-4 Arbeitsplätze:	9%	(7.500)
5-19 Arbeitsplätze:	18%	(15.000)
20-99 Arbeitsplätze:	26%	(22.000)
100-499 Arbeitsplätze:	25%	(21.000)
500 und mehr Arbeitsplätze:	19%	(16.000)

#### 2. Funktionen\* der IT-Administrator-Leser:

Leitende Funktionen (IT-Vorstand, CIO, Leiter Informationssysteme, Leiter Orga+DV, Leiter RZ, Leiter TK, Leiter Netzwerk, Leiter Usersupport, sonstige leitende Funktionen)	94%	(79.000)
Geschäftsführer/Inhaber:	8%	(6.700)
Netzwerkadministrator/Netzwerkingenieur/ Systemmanager/Systemadministrator:	42%	(35.000)
DV-Berater/Trainer intern und extern, Freiberufler/externer Berater:	21%	(17.500)
Datenbankmanager/DB-Administrator:	20%	(17.000)
IT-Sicherheitsbeauftragter/Datenschutzbeauftragter:	20%	(17.000)

#### 3. Wichtigste Branchen\* der IT-Administrator-Leser:

Dienstleistungen / Freie Berufe / Beratung für IT und Telekommunikation / Sonstige Dienstleistungen:	54%	(45.000)
Produzierendes Gewerbe:	25%	(21.000)
Verarbeitendes Gewerbe:	24%	(20.000)
Groß- und Einzelhandel:	22%	(18.500)

Öffentlicher Dienst:	12%	(10.000)
IT-Services, z.B. Systemhäuser und Rechenzentren:	9%	(7.500)
Kreditinstitute u. Versicherungsgewerbe:	2%	(1.700)

#### 4. Entscheidungsbeteiligung\* der IT-Administrator-Leser:

**50%** IT-Administrator-Leser treffen selbst die endgültige Entscheidung, was in ihrem Unternehmen gekauft werden soll (Hersteller, Produkte, Marken, Dienstleistungen)

**47%** der IT-Administrator-Leser treffen die endgültige Entscheidung, wo bzw. von wem gekauft werden soll (Einkaufsorte, Lieferanten, Dienstleister)

**37%** der IT-Administrator-Leser erteilen die Kaufgenehmigung bzw. geben das Budget dafür frei.

**86%** der IT-Administrator-Leser entscheiden mindestens mit, wenn es um die Anschaffung von **Netzwerksoftware, Betriebssystemen und Dateimanagement-Produkten** im Unternehmen geht.

**86%** der IT-Administrator-Leser entscheiden mindestens mit, wenn es um die Anschaffung von **PCs, Mobile PCs, Telekommunikations-Produkten und Servern** im Unternehmen geht.

#### 5. Investitionsvolumen der IT-Administrator-Leser:

5.000 bis unter 25.000 Euro	15%	(12.500)
25.000 bis unter 125.000 Euro	33%	(28.000)
125.000 bis unter 500.000 Euro	18%	(15.000)
500.000 und mehr	13%	(11.000)

\*Doppelnennungen sind möglich.

### Ergebnisse der IT-Administrator Leserumfrage vom Mai 2010

426 Teilnehmer, davon 362 Abonnenten.

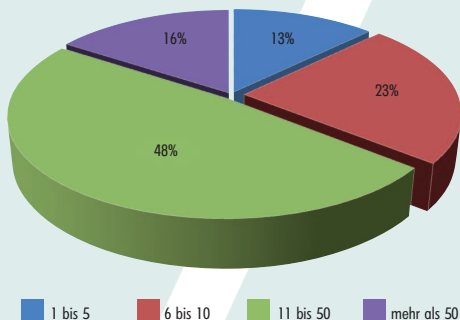
Basis für Hochrechnungen: 3.100 Abonnenten im Mai 2010 (IWW-Zahlen Q1/2010)

#### Leseverhalten:

85% der IT-Administrator-Abonnenten lesen 8-12 Heftausgaben pro Jahr.  
80% unserer Abonnenten lesen mindestens „viele“ oder „alle Beiträge“ aller Rubriken (Tests, Workshops, News, Know-how/Recht).

#### Verantwortungsbereich Windows Server:

Wie viele Windows Server betreiben Sie persönlich?



#### Verantwortungsbereich Windows Terminal Server:

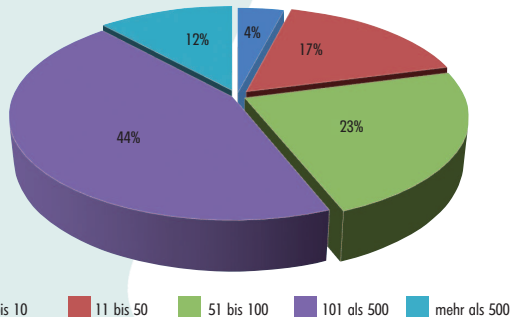
44% betreiben 1-5 Windows Terminal Server  
15% betreiben 6-10 Windows Terminal Server  
14% betreiben mehr als 11 Windows Terminal Server

#### Verantwortungsbereich weitere Server

78% betreiben mindestens einen MS Exchange Server  
46% betreiben mindestens einen MS Sharepoint Server  
63% betreiben mindestens einen Linux / Unix Server  
58% betreiben mindestens einen ESX/vSphere Server und 27% mindestens einen XenServer  
51% betreiben mindestens einen Storage Server

#### Verantwortungsbereich Windows Clients:

Wie viele Windows Clients betreiben Sie persönlich?



Insgesamt betreiben unsere Abonnenten ca. 640.000 Windows Clients.  
Außerdem betreiben sie insgesamt ca. 36.000 VoIP-Anlagen,  
ca. 215.000 Drucker/Kopierer, ca. 50.000 Router und 90.000 Switches.

### Themen- und Terminplan 2011

Ausgabe	Schwerpunktthema	Redaktionsschluss	Anzeigenschluss	Druckunterlagenchluss	Erscheinungstermin
01/12	Client-Management	02.11.2011	12.12.2011	19.12.2011	05.01.2012
02/12	Monitoring	28.11.2011	12.01.2012	19.01.2012	02.02.2012
03/12	Netzwerkmanagement	27.12.2011	06.02.2012	13.02.2012	28.02.2012
					CeBIT Hannover, 06.-10.03.2012
Sonderheft I/12	Exchange 2010 – Migration, Betrieb und Troubleshooting		27.02.2012	07.03.2012	30.03.2012
04/12	Backup & Verfügbarkeit	31.01.2012	09.03.2012	16.03.2012	30.03.2012
05/12	Desktop-Virtualisierung	24.02.2012	04.04.2012	13.04.2012	27.04.2012
06/12	SAN-Management	22.03.2012	04.05.2012	11.05.2012	29.05.2012
07/12	Endpoint & mobile Security	20.04.2012	06.06.2012	14.06.2012	28.06.2012
08/12	Infrastruktur & Inventarisierung	29.05.2012	09.07.2012	16.07.2012	30.07.2012
09/12	Collaboration & Unified Communications	28.06.2012	08.08.2012	16.08.2012	30.08.2012
10/12	Server-Sicherheit	30.07.2012	07.09.2012	14.09.2012	28.09.2012
					it-sa Nürnberg, 16.-18.10.2012
Sonderheft II/12	wird noch bekannt gegeben		17.09.2012	25.09.2012	19.10.2012
11/12	Storage & Cloud	28.08.2012	08.10.2012	15.10.2012	29.10.2012
12/12	Server-based Computing	25.09.2012	08.11.2012	15.11.2012	29.11.2012

**Verbreitete Auflage:**  
**Sonstiger Verkauf:**

10.257 Exemplare  
394 Exemplare

(um 20% bis 50% ermäßigte Abonnements, Mindestpreis dabei € 6,30 pro Heft\*)

**Abonnements:** 3.587 Exemplare (+2,63%)

**Einzelverkauf:**

25 Exemplare

**Gesamte verkaufte Auflage:** 4.006 Exemplare

IWW III/2011



\*eigene Angaben

Mehr Informationen zu den genauen Inhalten jeder Ausgabe erfahren Sie im monatlichen **IT-Administrator MediaNewsletter** jeweils etwa 4 Wochen vor Anzeigenschluss. Sie können sich dafür auf <http://www.it-administrator.de/mediainfo/medianewsletter/> registrieren.

### Anzeigenpreisliste Nr. 9 vom 01.01.2012 – Zahlungsbedingungen / Vorzugsplatzierungen

- 1. Auflage:** Verbreitete Auflage: 10.257 (IVW III/2011)  
Auflage Sonderheft: 5000 Exemplare
- 2. Zeitschriftenformat:** 210 mm breit x 297 mm hoch, unbeschnitten:  
216 mm x 303 mm, 3 mm Beschnitt je Außenkante,  
Satzspiegel: 180 mm x 267 mm, 3 Spalten je 56 mm
- 3. Druck- und Bindeverfahren:** Bogenoffset, Euroskala CMYK, Klebebindung
- 4. Termine:** Erscheinungsweise: 12 Ausgaben jährlich + 2 Sonderhefte  
Erscheinungstermine: jeweils am Monatsanfang
- 5. Verlag:** Heinemann Verlag GmbH,  
Leopoldstraße 85, D-80802 München,  
<http://www.heinemann-verlag.de>
- Anzeigenabteilung:** Anne Kathrin Heinemann, Anzeigenleitung  
Tel.: +49 (0)89 4445408-20, Fax: +49 (0)89 4445408-99  
E-Mail: [kathrin@it-administrator.de](mailto:kathrin@it-administrator.de)
- 6. Zahlungsbedingungen:** Zahlung innerhalb von 14 Tagen nach Rechnungsdatum  
rein netto. Bei Bankeinzugsermächtigung oder Zahlung  
innerhalb von 5 Tagen nach Rechnungsdatum 2% Skonto.  
Bei Zahlung innerhalb von 10 Tagen nach Datum der  
Auftragsbestätigung 3% Skonto.
- Bankverbindung:** Volksbank-Raiffeisenbank Mangfalltal-Rosenheim,  
BLZ: 711 600 00, Konto: 261 8150  
Für Zahlungen aus dem Ausland:  
IBAN: DE 61 7116 0000 0002 6181 50  
BIC: GENODEF1VRR

### 7. Anzeigenformate und -preise:

	Satzspiegel	Anschnitt	s/w-4c
1/1 Seite	180 x 267 mm	210 x 297 mm	€ 3.490,-
1/1 Seite im Sonderheft	Maße wie Stammheft		€ 1.740,-
2/3 Seite hoch	118 x 255 mm	133 x 297 mm	€ 2.650,-
2/3 Seite quer	180 x 156 mm	210 x 176 mm	€ 2.650,-
Junior Page	118 x 169 mm	133 x 189 mm	€ 2.380,-
1/2 Seite hoch	90 x 255 mm	102 x 297 mm	€ 2.075,-
1/2 Seite quer	180 x 123 mm	210 x 143 mm	€ 2.075,-
1/2 Seite im Sonderheft	Maße wie Stammheft		€ 1.035,-
1/3 Seite hoch	56 x 255 mm	71 x 297 mm	€ 1.430,-
1/3 Seite quer	180 x 78 mm	210 x 98 mm	€ 1.430,-
1/4 Seite quer	180 x 55 mm	210 x 75 mm	€ 1.110,-
1/4 Seite rechteckig	118 x 84 mm	133 x 104 mm	€ 1.110,-
1/8 Seite quer	180 x 30 mm	210 x 50 mm	€ 590,-
1/9 Seite rechteckig	58 x 75 mm	-	€ 495,-
Umschlagseite	180 x 267 mm	210 x 297 mm	€ 4.000,-
2/1 Seite	390 x 267 mm	420 x 297 mm	€ 6.600,-
Umschlagdoppelseite (S. 2/3)	390 x 267 mm	420 x 297 mm	€ 7.120,-
<b>Advertorials</b>			
1/1 Seite	180 x 267 mm	210 x 297 mm	€ 2.210,-
2/1 Seite	390 x 267 mm	420 x 297 mm	€ 3.536,-

Preise zzgl. 19% Mehrwertsteuer

Anzeigen im Anschnittformat müssen mit 3-5 mm Beschnittzugabe an allen 4 Seiten angelegt sein. Anschnittgefährdete Elemente wie Text und Bilder sollten mindestens 5 mm Abstand zum Anschnittformat haben.

### Rubrikanzeigen / Anzeigen- und Sonderformate / Rabatte

#### 8. Rubrikanzeigen:

- a) **Stellenanzeigen:** auf Anfrage
- b) **Seminarmarkt-Anzeigen:** auf Anfrage

#### 9. Inselanzeigen: auf Anfrage

#### 10. Rabatte:

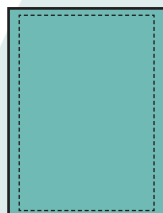
Bei Abnahme innerhalb von 12 Monaten

##### Malstaffel:

ab 3 Anzeigen	5%	ab 6 Anzeigen	10%
ab 9 Anzeigen	12%	ab 12 Anzeigen	15%
ab 15 Anzeigen	17%	ab 20 Anzeigen	20%

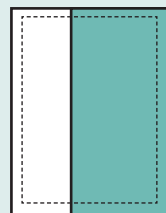
##### Mengenstaffel:

ab 3 Seiten	8%	ab 6 Seiten	12%
ab 8 Seiten	16%	ab 12 Seiten	20%
ab 15 Seiten	22%	ab 20 Seiten	25%



Satzspiegel 180 x 267 mm  
Anschnitt 210 x 297 mm

1/1 Seite



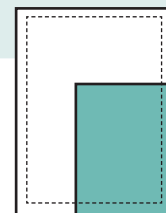
Satzspiegel 118 x 255 mm  
Anschnitt 133 x 297 mm

2/3 Seite hoch



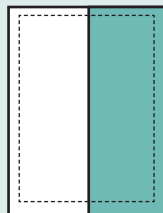
Satzspiegel 180 x 156 mm  
Anschnitt 210 x 176 mm

2/3 Seite quer



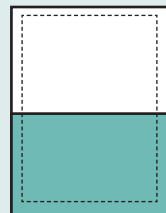
Satzspiegel 118 x 169 mm  
Anschnitt 133 x 189 mm

Junior Page



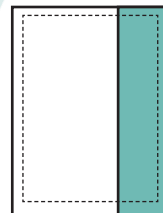
Satzspiegel 90 x 255 mm  
Anschnitt 102 x 297 mm

1/2 Seite hoch



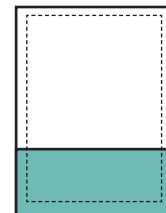
Satzspiegel 180 x 123 mm  
Anschnitt 210 x 143 mm

1/2 Seite quer



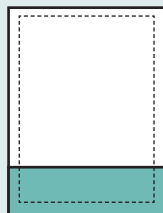
Satzspiegel 56 x 255 mm  
Anschnitt 71 x 297 mm

1/3 Seite hoch



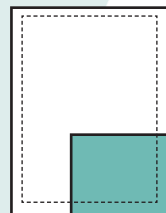
Satzspiegel 180 x 78 mm  
Anschnitt 210 x 98 mm

1/3 Seite quer



Satzspiegel 180 x 55 mm  
Anschnitt 210 x 75 mm

1/4 Seite quer



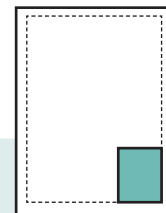
Satzspiegel 118 x 84 mm  
Anschnitt 133 x 104 mm

1/4 Seite rechteckig



Satzspiegel 180 x 30 mm  
Anschnitt 210 x 50 mm

1/8 Seite quer



Satzspiegel 58 x 75 mm

1/9 Seite

### Beilagen / Einhefter / aufgeklebte Werbemittel

#### 11. Einhefter:

Bei 80-130g Papier (höheres Gewicht auf Anfrage)

2-seitig (1 Blatt) € 245,- je 1.000

4-seitig (2 Blatt) € 390,- je 1.000

8-seitig (4 Blatt) € 500,- je 1.000

Maximales Format: Beschnitten 210 mm x 297 mm,  
Fräsrand zum Bund 3 mm, Kopfbeschnitt 5mm,  
Fußbeschnitt 3 mm, Seitenbeschnitt rechts außen 3mm.  
Kleinere Maße mit 3 mm Fräsrand zum Bund.

#### Druck von Einheftern,

100g Papier, Format 210 x 297 mm,  
bei einer Auflage von 10.300 Stück

2-seitig (1 Blatt) € 590,-

4-seitig (2 Blatt) € 990,-

8-seitig (4 Blatt) € 1790,-

#### **Mindestauflage für Einhefter und Beilagen:**

10.300; die Vorlage eines verbindlichen Musters ist Bedingung für die Auftragsannahme und -bestätigung durch den Verlag, Anliefertermin ist der Druckunterlagenschlusstermin.

**Den kostengünstigen Druck von Beilagen und Einheftern sowie Sonderdrucke von Artikeln bieten wir Ihnen auf Anfrage gerne an.**

#### 12. Beilagen:

€ 245,- je 1.000 bis 25g

(je weitere 5g jeweils + € 10,-), Porto inklusive.

Maximales Format: 195 mm breit x 280 mm hoch

Auch CDs sind als Beilage zu diesem Preis möglich.

#### 13. Aufgeklebte Werbemittel:

a. **Beikleber und Tip-On-Cards (z.B. Postkarten)** sind nur in Verbindung mit einer Basisanzeige (Mindestformat 1/2 Seite quer) möglich.  
Preis für Beiklebung: € 220,- je 1.000, Porto bis 25g inklusive.

b. Eine **CD-ROM als Tip-On** ist nur in Verbindung mit einer Basisanzeige (Mindestformat 1/2 Seite quer) möglich.  
Preis für Beiklebung: € 250,- je 1.000, Porto bis 50g inklusive.

Die Anlieferung der CD-ROM (oder Postkarte) muss in fester Papierhülle (SK-Tasche) ohne Klebepunkt- oder streifen erfolgen.

#### **Die Konditionen für weitere Sonderwerbformen wie Banderolen oder Titelflappen erhalten Sie jederzeit auf Anfrage.**

#### **Lieferanschrift für Beihefter, Beilagen und aufgeklebte Werbemittel:**

Konrad Triltsch Print und digitale Medien GmbH, IT-Administrator Ausgabe Nr.,  
Johannes-Gutenberg-Str. 1-3, 87199 Ochsenfurt-Hohestadt  
Werbemittel sind lose auf Euro-Palette abgesetzt und mit einer Transportverpackung gesichert anzuliefern.

### Onlinewerbung auf [www.it-administrator.de](http://www.it-administrator.de)

**Page Impressions: ca. 170.000 pro Monat**

**Besucherzahlen: ca. 60.000 pro Monat**

#### 1. Skyscraper 120 x 600 Pixel oder 160 x 600 Pixel

Alle Sites (außer Homepage) und nach Themenrubriken buchbar  
TKP € 50,- und € 60,- ; Mindestabnahme 4.000 Page Impressions

#### 2. Content Ad 300 x 250 Pixel oder 336 x 280 Pixel

Alle Sites und nach Themenrubriken buchbar, Platzierung nach dem ersten Meldungsbereich seitenmittig  
TKP € 75,- ; Mindestabnahme 3.000 Page Impressions

#### 3. Menu Ad 120 x 300 Pixel

Alle Sites und nach Themenrubriken buchbar, Platzierung direkt unterhalb der Menüleiste links  
TKP € 40,- ; Mindestabnahme 5.000 Page Impressions

#### 4. Fullsize Banner 468 x 60 Pixel

Nur auf der Homepage, Platzierung nach dem ersten Meldungsbereich seitenmittig (wie Content AD)  
TKP € 50,- ; Mindestabnahme 5.000 Page Impressions

#### 5. Sponsoring von Rubriken

Logo 150 X 50-70 Pixel + 100-150 Anschläge Text + Link  
Preis pro Rubrik und Monat € 400,- / pro Rubrik und Quartal € 900,-

#### 6. Sponsored Link alle Sites (ca. 150.000 Page Impressions pro Monat)

Logo 100 X 30 pixel + 100-150 Anschläge Text + Link  
Preis pro Monat € 350,-

#### 7. ITA-Ads (ähnlich Google-Ads) mit ca. 100.000 Page Impressions pro Monat

Headline + max. 100 Anschläge Text + Link  
Preis pro Monat: € 260,-

#### 8. Textlinkanzeige im wöchentlichen E-Mail-Newsletter

Headline + bis zu 350 Anschläge Text + Link  
Auflage: ca. 4.500 Abonnenten  
Preis pro Anzeige € 250,-  
Beispiel: <http://www.it-administrator.de/newsletter/>

#### 9. Stand-Alone E-Mail-Mailing an ca. 4500 IT-Administrator Leser und User

Auf Anfrage.

#### Kontakt/Mediaberatung:

Anne Kathrin Heinemann, Anzeigenleitung

Tel.: +49 (0)89 4445408-20, Fax: +49 (0)89 4445408-99

E-Mail: [kathrin@it-administrator.de](mailto:kathrin@it-administrator.de)

### Veranstaltungs-Sponsoring / Workshop-Partnerschaft ITANet-Workshops 2012

Seit dem Jahr 2008 bietet der IT-Administrator seinen Abonnenten kostenlos die Teilnahme an halbtägigen Live-Workshops an. Diese finden in 2012 insgesamt sechsmal statt, dabei werden drei Themen behandelt. Ein Thema wird jeweils in zwei verschiedenen Städten präsentiert.

#### Als Workshop-Partner für ein Thema erhalten Sie folgendes Paket:

- › Einen 45-minütigen Vortrag auf beiden Veranstaltungen
- › 1-3 mal Ankündigung des Vortrags mit Logo in unserer Anzeigenwerbung und i.d.R. einmal in redaktioneller Vorankündigung
- › Mehrfache Bewerbung der Veranstaltungen inkl. des Partnervortrags in E-Mail-Newsletteranzeigen
- › Zwei eigene E-Mail-Newsletter Textanzeigen (Headline + ca. 350 Anschläge Text + Link) im wöchentlichen IT-Administrator Newsletter, je im Wert von Euro 240,- – Auflage des Newsletters ca. 4.500
- › Eine 1/2 Anzeige hoch oder quer 4c in einer Heftausgabe davor oder danach – im Wert von Euro 2.075,-
- › Die Adressen der Teilnehmer (mit deren Zustimmung) im Anschluss

Die Teilnehmerzahl liegt zwischen 10 und 30 pro Veranstaltungsort.

Der Preis für eine (Themen-)Workshop-Partnerschaft liegt bei Euro 3.500,-. Wenn der Workshop davon einmal in Ihren Räumlichkeiten stattfinden kann und Sie hierbei auch für das Catering sorgen (die Workshops starten um 13 Uhr und enden gegen 17.30 Uhr), dann liegt der Preis bei Euro 2.900,-.

#### Themen- und Terminplan 2012:

1. Virtualisierung, April - Mai 2012
2. Terminal Server, September 2012
3. Windows 8 Server, Oktober - November 2012

#### Kontakt:

Anne Kathrin Heinemann

Tel.: +49 (0)89 4445408-20, Fax: +49 (0)89 4445408-99

E-Mail: [kathrin@it-administrator.de](mailto:kathrin@it-administrator.de)

### Druckunterlagen / Digitale Daten und Datenübertragung

#### Kontakt:

Anzeigendisposition *IT-Administrator*:

Lightrays - Andreas Skrzypnik

Tel: +49 (0)89 4445408-88

Fax: +49 (0)89 4445408-99

E-Mail: [dispo@it-administrator.de](mailto:dispo@it-administrator.de)

#### 1. Datenformat:

- › Anzeigendaten werden grundsätzlich nur als High-End-PDF-Datei angenommen. Diese bitte unsepariert, mit eingebundenen Schriften und Passmarken, anliefern.
- › Für am PC erstellte Anzeigendaten - möglich sind QuarkXPress bis Version 8.0, Freehand bis Version 10 (bitte nur "Freehand-EPS"), Illustrator bis CS4 und Photoshop bis CS4 - die nicht als High-End-PDF-Datei angeliefert werden, können wir keine Garantie übernehmen.
- › Für am MAC erstellte Anzeigendaten, die nicht als High-End-PDF-Datei angeliefert werden, müssen wir leider eine Bearbeitungspauschale berechnen.

#### 2. Verarbeitungsbezogene Kriterien:

- › Schmuckfarben (z.B. HKS, Pantone) sowie RGB können nicht verwendet werden. Bitte in Prozessfarben CMYK nach Euroskala anlegen.
- › Für eine gute Druckqualität sollten Bilder mit 300dpi Auflösung und Strichbilder mit 1200 dpi Auflösung eingescannt werden.
- › Bilddatenformate können nur als TIFF, EPS oder JPEG übernommen werden.

#### 3. Datenanlieferung:

Mögliche Übertragungswege sind:

**a) per E-Mail an [dispo@it-administrator.de](mailto:dispo@it-administrator.de)**, maximale Dateigröße 12 MByte

**b) per Datenträger:** CD-ROM oder DVD an

Heinemann Verlag GmbH  
Leopoldstraße 85  
D- 80802 München

### Allgemeine Geschäftsbedingungen

1. "Anzeigenauftrag" im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag zwischen der Heinemann Verlag GmbH und dem Auftraggeber über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel (ein anderes Werbemittel im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen kann zum Beispiel aus einem oder mehreren der genannten Elemente bestehen: aus einem Bild und/oder Text, aus Tonfilmen und/oder Bewegtbildern (u. a. Banner), aus einer sensitiven Fläche, die bei Anklicken die Verbindung mittels einer vom Auftraggeber genannten Online-Adresse zu weiteren Daten herstellt, die im Bereich des Auftraggebers liegen; nachfolgend insgesamt als "Anzeigen" bezeichnet) von Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten in der Zeitschrift „IT-Administrator“ oder in dieser Zeitschrift gehörenden Informations- und Kommunikationsdiensten, insbesondere dem Internet, zum Zweck der Verbreitung.

2. Ein "Abschluss" ist ein Vertrag über die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen unter Beachtung der dem Werbungtreibenden gemäß Preisliste zu gewährenden Rabatte, wobei die jeweiligen Veröffentlichungen auf Abruf des Auftraggebers erfolgen können. 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. 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. Der Auftraggeber hat, wenn nichts anderes vereinbart ist, rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb eines Jahres entsprechenden Nachlass.

4. Aufträge für Anzeigen, die nur in bestimmten Heftnummern, 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. Sofern die Veröffentlichung der Anzeige an der gewünschten Stelle nicht bestätigt wurde, übernimmt der Verlag hierfür keine Haftung.

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

6. Anzeigen, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort "Anzeige" deutlich kenntlich gemacht.

7. Der Verlag behält sich vor, Anzeigen - auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses - nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlags abzulehnen, wenn  
- deren Inhalt gegen Gesetze, die guten Sitten oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Inhalt vom Deutschen Werbegericht in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder  
- deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist - Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgenommen werden.

Aufträge 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 Verlanges. Diese berechtigt den Verlag zur Erhebung eines Verbundaufschlages.

Die Ablehnung einer Anzeige oder eines anderen Werbemittels wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

8. Für die rechtzeitige Lieferung und die einwandfreie Beschaffenheit geeigneter Druckunterlagen oder anderer Werbemittel ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignet oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Bei der Anlieferung von digitalen Druckunterlagen ist der Auftraggeber verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder den technischen Vorgaben des Verlanges entsprechende Vorlagen für Anzeigen rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern. Kosten des Verlanges für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Dies gilt nur für den Fall, dass der Auftraggeber die Vorgaben des Verlanges zur Erstellung und Übermittlung von Druckunterlagen einhält.

9. Bei der Anlieferung von anderen als digitalen Druckunterlagen werden die Re-Digitalisierungskosten dem Auftraggeber in Rechnung gestellt. Digitale Druckvorlagen sind solche, welche per Datenträger (z. B. Disketten, Cartridges, CD-ROMs), direkt oder indirekt per Fernübertragung (z. B. ISDN, E-Mail) an den Verlag papierlos übermittelt werden. Unerwünschte Druckresultate (z. B. fehlende Schriften, falsche Rasterweite) führen zu keinem Preisminderungsanspruch, wenn sie sich auf eine Abweichung des Kunden von den Empfehlungen des Verlanges zur Erstellung von Druckunterlagen zurückführen lassen. Für die Übertragung von digital übermittelten Druckvorlagen dürfen nur geschlossene bzw. High-End-Pdf Dateien verwendet werden. Geschlossene Dateien sind solche, an denen der Verlag inhaltlich keine Möglichkeit zur Veränderung hat. Der Verlag kann bei offenen Dateien für die inhaltliche Richtigkeit nicht in Anspruch genommen werden. Offene Dateien, z. B. Dateien, welche unter Corel Draw, QuarkXPress, FreeHand usw. gespeichert wurden, kann der Verlag ablehnen. Digital übermittelte Druckvorlagen für Farbanzeigen können nur mit einem auf Papier gelieferten Farb-Proof zuverlässig verarbeitet werden. Farbabweichungen bei Anzeigen, die ohne Farb-Proof angeliefert wurden, lösen keinen Preisminderungsanspruch aus. In jedem Fall ist ein Ausdruck der Anzeige per fax an das Layout-Büro zu senden, um die sachliche Richtigkeit überprüfen zu können. Ein Korrekturfax oder -PDF muss vom Kunden ausdrücklich angefordert werden.

10. Zur Werbung in elektronischen Medien, insbesondere dem Internet, ist der Auftraggeber verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder den technischen Vorgaben der Anbieter entsprechende Werbemittel und die URL, auf die das Werbemittel verweisen soll,

- bis spätestens drei (3) Werktage vor Schaltungsbeginn bei animierten GIFs und im Falle des Redirect
- bis spätestens fünf (5) Werktage vor Schaltungsbeginn bei allen anderen Formaten anzuliefern.

Der Anbieter gewährleistet im Rahmen der vorhersehbaren Anforderungen eine dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe des Werbemittels. Dem Auftraggeber ist jedoch bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, ein von Fehlern vollkommen freies Programm zu erstellen.

Ein Fehler in der Darstellung der Werbemittel liegt insbesondere nicht vor, wenn die Beeinträchtigung hervorgerufen wird durch die Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungssoftware und/oder Hardware (z. B. Browser) oder durch Störung der Kommunikationsnetze anderer Betreiber oder durch Rechenausfall bei Dritten (z. B. anderen Providern) durch unvollständige und/oder nicht aktualisierte Angebote auf so genannten Proxies (Zwischenspeichern) oder durch einen Ausfall des AdServers, der nicht länger als 24 Stunden (fortlaufend oder addiert) innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der vertraglich vereinbarten Schaltung andauert. Bei einem Ausfall des AdServers über einen erheblichen Zeitraum im Rahmen einer zeitgebundenen Festbuchung entfällt die Zahlungspflicht des Auftraggebers für den Zeitraum des Ausfalls. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen.

11. 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. 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 Auftrags ausgeschlossen. 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 groben Missverhältnis zu dem Leistungsinteresse des Auftraggebers steht, oder diese für den Verlag nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich wäre. 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.

12. 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 Anzeigenschluss oder innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

13. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zu Grunde gelegt.

14. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung der Druckunterlagen endet drei Monate nach Ablauf des Auftrags.

15. 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. Etwasige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

16. 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 offener Rechnungen abhängig zu machen.

17. 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.

18. Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Expressbriefe auf Ziffernanzeigen werden 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.

19. Erfüllungsort ist München. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand München. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren 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.

20. Die Werbungsmitler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mitteilungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

21. Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung beansprucht, ist der schriftliche Nachweis einer Kapitalbeteiligung von mindestens 50% erforderlich.

22. 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 zugelieferten Werbemittel. Dem Auftraggeber obliegt es, den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen, die diesen aus der Ausführung des Auftrags, auch wenn er storniert sein sollte, gegen den Verlag erwachsen. 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, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vielfältigkeit, 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.

23. Höhere Gewalt, Betriebsstörungen, illegaler Arbeitskampf, rechtswidrige Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeine Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen - sowohl im Betrieb des Verlages als auch in fremden Betrieben, derer sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient - entbinden den Verlag von den eingegangenen Verpflichtungen.

24. Sollen einzelne Bestimmungen des Vertrages einschließlich dieser Regelungen ganz oder teilweise unwirksam sein, oder sollte der Vertrag eine Lücke enthalten, bleibt die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen oder Teile solcher Bestimmungen unberührt. Statt der unwirksamen Bestimmung gilt diejenige gesetzliche Regelung, die der unwirksamen Bestimmung nach Sinn und Zweck wirtschaftlich am nächsten kommt.