

2021

Pflichtmedium für Chemieingenieure und Verfahrenstechniker

Chemie Ingenieur Technik

www.cit-journal.com



Chemie Ingenieur Technik

Kurzcharakteristik

Die wissenschaftlich-technische Fachzeitschrift *Chemie Ingenieur Technik (CIT)* ist im deutschsprachigen Raum die erste Adresse für Originalveröffentlichungen auf dem Gebiet der chemischen Verfahrenstechnik. Bei der Leserbefragung bescheinigten uns die Leser höchste redaktionelle Kompetenz und bezeichneten CIT als ideale Fachzeitschrift. Die führenden Experten aus Wissenschaft und Industrie beschreiben in praxisnahen Übersichtsbeiträgen den aktuellen Kenntnisstand aus Forschung und Entwicklung, Konstruktion und Produktion. Forschungsbeiträge informieren über klassische Themengebiete; Kurzmitteilungen sorgen dafür, dass die CIT-Leser immer über den neuesten Stand der Technik informiert sind. Themenhefte beleuchten den Stand der Technik ausgewählter Fachgebiete. Mit Themen der Verfahrenstechnik, Mess-, Regel- und Prozessleittechnik sowie Laboratoriumspraxis hat die CIT einen hohen Bekanntheitsgrad bei Verfahrens- und Chemieingenieuren, Apparatebauern und Biotechnologen und wird auch von den Entscheidern in der Industrie gelesen.

Inhalt

2	Kurzcharakteristik	7	Analysen
3	Themen & Termine	8-10	Digitale Werbemöglichkeiten
4	Preise & Formate	11	Kuratorium
5	Anzeigenformate	12	AGB
6	Technische Angaben	13	Ansprechpartner

Verlagsangaben

Erscheinungsweise
11 x jährlich

Jahrgang
93. Jahrgang 2021

Druckauflage
5.000

**Commercial Manager
Sciences**
Vanessa Winde

Anzeigen
Marion Schulz

Chefredakteur
Dr. Barbara Böck

Jahresabonnement
€ 4.960

ISSN
0009-286X (print)
1522-2640 (online)

Organ/Herausgeber
GDCh – Gesellschaft
Deutscher Chemiker

DECHEMA – Gesellschaft
für Chemische Technik
und Biotechnologie

VDI-GVC – Gesellschaft
Verfahrenstechnik
und Chemieingenieurwesen

Themen & Termine

Ausgaben	1/2 Januar/Februar	3 März	4 April	5 Mai	6 Juni
Erscheinungstermin	08.02.2021	08.03.2021	08.04.2021	07.05.2021	04.06.2021
Anzeigenschluss	08.01.2021	05.02.2021	08.03.2021	07.04.2021	04.05.2021
Anzeigenschluss Stellenanzeigen	15.01.2021	12.02.2021	15.03.2021	15.04.2021	11.05.2021
Messen	Filtech Köln 23.-25.02.2021	Solids Dortmund 17.-18.3.2021	Hannover Messe Hannover 12.-16.04.2021	Sensor+Test Nürnberg 04.-06.05.2021	Achema Frankfurt/M. 14.-18.06.2021
	Maintenance Dortmund 24.-25.02.2021				
Schwerpunkte	Fluidodynamik Rühren Blasenströmungen	Destillieren und Rektifizieren Messtechnik	Themenheft Energietransport und -speicherung	Themenheft Reaktionstechnik	Themenheft TERESA - Tropfen in Stoffaustausch- apparaten
Aktuelle Themen im Forum	Messtechnik und aktuelle Themen	Thermische Verfahrenstechnik und aktuelle Themen	Anlagentechnik und aktuelle Themen	Armaturen, Kompressoren und aktuelle Themen	Querschnitt durch die Verfahrenstechnik

Ausgaben	7 Juli	8 August	9 September	10 Oktober	11 November	12 Dezember
Erscheinungstermin	09.07.2021	06.08.2021	10.09.2021	08.10.2021	09.11.2021	07.12.2021
Anzeigenschluss	09.06.2021	08.07.2021	12.08.2021	08.09.2021	08.10.2021	09.11.2021
Anzeigenschluss Stellenanzeigen	16.06.2021	15.07.2021	19.08.2021	15.09.2021	15.10.2021	16.11.2021
Messen		Ilmac Basel/Schweiz 21.-23.09.2021			Namur Hauptsitzung Bad Neuenahr November 2021	
Schwerpunkte	Themenheft Katalyse und poröse Materialien: Zu Ehren von Jens Weitkamp	Partikeltech- nologie und mechanische Verfahrens- technik	Themenheft Membranen zum Schutz von Klima und Ressourcen	Themenheft Virtual Engineering und Digitalisierung: Was haben wir aus der Corona- Krise gelernt	Themenheft Industrielle Ressourcen- strategien - Circular Economy	Themenheft ACHEMA- Nachberichte
Aktuelle Themen im Forum	Trenntechnik und aktuelle Themen	Fördertechnik und aktuelle Themen	Umwelttechnik und aktuelle Themen	Engineering Software und aktuelle Themen	Wasser- management und aktuelle Themen	Querschnitt durch die Prozesstechnik

Preise & Formate

Anzeigen	Breite x Höhe in mm	Preis €
1/1 Seite	170 x 256	6.115
Juniorpage	120 x 180	4.450
1/2 Seite hoch	85 x 256	3.920
1/2 Seite quer	170 x 128	3.920
1/3 Seite hoch	56 x 256	2.385
1/3 Seite quer	170 x 84	2.385
1/4 Seite klassik	85 x 128	1.960
1/4 Seite hoch	42,5 x 256	1.960
1/4 Seite quer	170 x 64	1.960
1/8 Seite klassik	85 x 64	1.435
1/8 Seite quer	170 x 30	1.435

Vorzugsplätze

Titelseite + Story (4c) <small>(Bild 162 x 182 mm plus 3 mm Beschnitt je Anschnittkante)</small>	5.270
2. US, 3. US, 4. US (4c)	4.710

Bindende Platzierungsvorschriften: jeweils 15 % vom Grundpreis

Beihefter	Breite x Höhe in mm	Preis €
2-seitig A4*	210 x 279	4.570
4-seitig A4*	420 x 279	7.270

Preise für Einhefter ohne aufgeklebte Postkarten- oder Warenmuster in der Gesamtauflage

* Kopfbeschnitt: 3 mm; Fräsrand: 3 mm; rechts + unten: mind. 3 mm

Beilagen	Gewicht	Preis €
lose eingelegt und bis zum Format 200 x 269 mm		
je Td.	bis 25 g	300
je Td.	bis 50 g	330

Aufgeklebte Postkarten	Preis €
Postkarte, pro Tausend	190

Wiley Online Library



Kombinieren Sie Ihre Print- und Online-Werbung auf der Wiley Online Library (WOL) und/oder ChemistryViews.org. Nähere Informationen finden Sie auf den nachfolgenden Seiten. Fordern Sie Ihr individuelles Angebot, d. h. Impressions, Fachbereich, Zeitschrift oder Subject-Ebene mit oder ohne geographischer Verbreitung bei uns an: mschulz@wiley.com

Stellen- und Gelegenheitsanzeigen (in mm, s/w) Preis €

mm-Preise gelten für 2-spaltig 85 mm breit s/w (1-spaltig entspricht 42,5 mm breit)

Stellenangebote	9,90
Stellengesuche	7,25
Gelegenheitsanzeigen	9,60

Gelegenheits- und Stellenanzeigen werden nicht rabattiert.

Stellen- und Gelegenheitsanzeigen werden generell nach Millimetern berechnet.

Anbieterverzeichnis Preis €

erscheint 11 x im Jahr, mm-Preis pro Jahr
Eindruck von Firmen-Logos ist möglich.
pro Textzeile 2 mm Höhe, 42 mm Breite

pro Stichwort	39,50
---------------	-------

Zuschläge sind nicht rabattfähig

Rabatte

bei Abnahme innerhalb von 12 Monaten (Insertionsjahr)

mind. 3 Anzeigen oder Einheftern	5 %
mind. 6 Anzeigen oder Einheftern	10 %
mind. 9 Anzeigen oder Einheftern	15 %
mind. 12 Anzeigen oder Einheftern	20 %

Gelegenheits- und Stellenanzeigen werden nicht rabattiert

Kombinationsrabatte können gewährt werden.

Voraussetzungen: Mindestens drei Anzeigen in zwei oder mehreren Zeitschriften. Mindestgröße 1/4 Seite DIN A4. Abnahme innerhalb von 12 Monaten (Insertionsjahr).

Zahlungsbedingungen:

Zahlung innerhalb von 30 Tagen nach Rechnungserhalt ohne Abzug.

Bankverbindung:

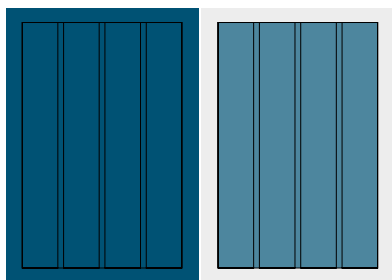
J.P. Morgan AG
Taunus Turm · Taunustor 1
60310 Frankfurt, Germany
IBAN: DE55501108006161517443
BIC: CHASDEFX

UST-Nr.: DE136766623
Steuernummer: 47020/29082

Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

Es gilt die neue Preisliste ab 1. Januar 2021. Damit verlieren alle bisherigen Preislisten ihre Gültigkeit.

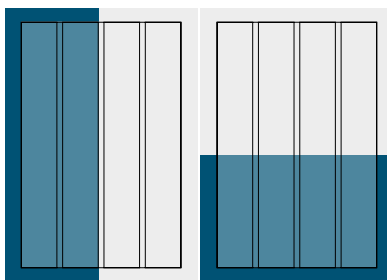
Anzeigenformate



1/1 Seiten im Satzspiegel/Anschnitt

Format im Satzspiegel:
170 x 256 mm

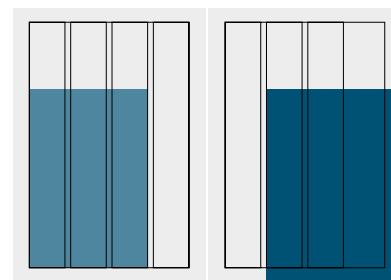
Format im Anschnitt:
210 x 279 mm



1/2 Seiten im Satzspiegel/Anschnitt

Format im Satzspiegel:
hoch: 85 x 256 mm
quer: 170 x 128 mm

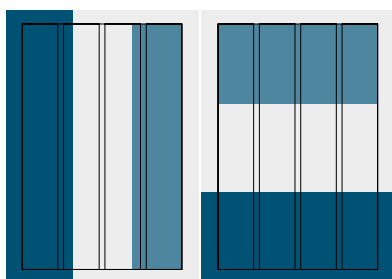
Format im Anschnitt:
hoch: 105 x 279 mm
quer: 210 x 138 mm



Juniorpage

Format im Satzspiegel:
120 x 180 mm

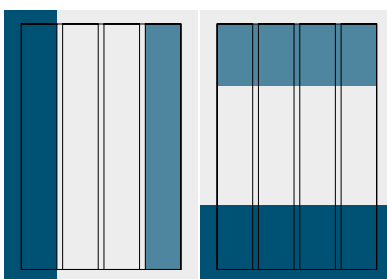
Format im Anschnitt:
140 x 195 mm



1/3 Seiten im Satzspiegel/Anschnitt

Format im Satzspiegel:
hoch: 56 x 256 mm
quer: 170 x 84 mm

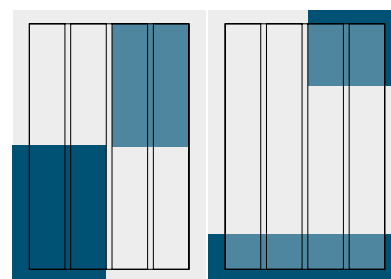
Format im Anschnitt:
hoch: 76 x 279 mm
quer: 210 x 92 mm



1/4 Seiten im Satzspiegel/Anschnitt

Format im Satzspiegel:
hoch: 42,5 x 256 mm
quer: 170 x 64 mm

Format im Anschnitt:
hoch: 62,5 x 279 mm
quer: 210 x 68 mm



1/4 | 1/8

Seiten im Satzspiegel/Anschnitt

Format im Satzspiegel:
klassik: 85 x 128 mm
Format im Anschnitt:
klassik: 105 x 138 mm

Format im Satzspiegel:
klassik: 85 x 64 mm
quer: 170 x 30 mm
Format im Anschnitt:
klassik: 105 x 84 mm
quer: 210 x 34 mm

**Anzeigen im Anschnittformat zzgl. 3 mm
Beschnittzugabe an allen Seiten!**

Technische Angaben

Zeitschriftenformat

210 x 279 mm (Breite x Höhe)
170 x 256 mm (Breite x Höhe), Satzspiegel
Spaltenanzahl 4, Spaltenbreite 42,5 mm

Druck- und Bindeverfahren

Bogenoffset, Klebebindung
Druckprofil: ISO Coated_v2 (eci)

Farben

Nach Euro-Skala

Übertragung per E-Mail

mradtke@wiley.com

Datenformate

Dateien als PDF (.pdf) mit
druckoptimierten Einstellungen erzeugt.
Dateien als EPS (.eps)
Dateien als Tiff oder JPG (unkomprimiert)

Bitte beachten Sie folgende Punkte:

In den Dokumenten-Namen (auch die der Bilder) dürfen keine Umlaute, Leer- und Sonderzeichen vorkommen.

Mit offenen Dateien sollen immer die in der Anzeige enthaltenen Bilder, Logos und Schriften mitgeliefert werden.

In den Dokumenten dürfen keine Bilder oder Farben im RGB-Modus enthalten sein (alles in CMYK), sonst ist keine farbgetreu separierte Ausgabe möglich.

Halbtonbilder (s/w) und 4-farbige Bilder und Abbildungen müssen eine Auflösung von mind. 300 dpi haben, Strichabbildungen mind. 600 dpi.

Annahme aller üblichen Datenträger.

Bitte von allen übermittelten Anzeigen eine Kopie an die Anzeigenabteilung faxen.
Fax: +49 (0) 6201 606-550

Übermittlungsmöglichkeiten

per E-Mail an mradtke@wiley.com



WILEY-VCH GmbH
Anzeigenabteilung
Chemie Ingenieur Technik
Boschstraße 12
69469 Weinheim
Tel.: +49 (0) 6201 606-557
Fax: +49 (0) 6201 606-550

Analysen

Auflagen-Analyse

Druckauflage	5.000
Tatsächlich verbreitete Auflage	4.580
Verkaufte Auflage	4.530
Abonnierte Exemplare	235
Freistücke	30
Rest-, Archiv-, Belegexemplare	20

Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt
(1. Juli 2017 bis 30. Juni 2018)

*Davon sind etwa 4.700 Empfänger Mitglieder der DECHEMA

Geographische Verbreitung	%	Exemplare
Inland	89,1	4.081
Ausland	10,9	499
Tatsächlich verbreitete Auflage	100	4.580

Größe der Wirtschaftseinheit	%
10 - 49 Beschäftigte	14
50 - 99 Beschäftigte	8
100 - 199 Beschäftigte	8
200 - 499 Beschäftigte	10
500 und mehr Beschäftigte	54
Keine Angabe	6

Tätigkeitsmerkmal: Aufgabenbereich	%
Unternehmensleitung	14
Forschung, Entwicklung, Konstruktion	38
Produktion	25
Einkauf	3
Planung	8
Verkauf/Marketing	5
Werbung/Vertrieb	5
Keine Angabe	2

Branchen/Wirtschaftszweige/ Fachrichtungen/Berufsgruppen	%
Bergbau, Gewinnung von Erdöl, Steine und Erden, Ernährungsgewerbe	3
Chemische Industrie	53
Maschinenbau	21
Elektrotechnik, Feinmechanik und Optik	2
Energie- und Wasserversorgung	1
Ingenieurbüros für technische Fachplanung, technische, physikalische und chemische Untersuchung	10
Hochschulen, Fachhochschulen, Universitäten	10

Tätigkeitsmerkmal: Stellung (Position) im Betrieb	%
Inhaber, Geschäftsführer, Vorstand	13
Bereichsleiter/ Abteilungsleiter	39
Fachkraft/Spezialist	38
Professor, Dozent, Student, Assistent	7
Keine Angabe	3

Bildung/Ausbildung: Berufliche Ausbildung	%
Lehre kaufmännische/gewerbliche	7
Fachschule/Fachhochschule	30
Universität/TU/TH	58
Keine Angabe	5

Digitale Werbemöglichkeiten

Wiley Online Library

Wiley Online Library ist das Onlineportal für Fachleute aus der Industrie, Wissenschaftler, Mediziner, Studenten und Forscher. Mit monatlich mehreren Millionen Besuchern ist die Wiley Online Library eines der meist genutzten wissenschaftlichen Onlineportale weltweit.

Wir bieten maßgeschneiderte Anzeigenkampagnen nach:

- Ländern (geographische Verteilung)
- Zeitschriften (mehr als 1.500 Zeitschriften)
- Themenkanälen (mehr als 120 Themenkanäle)
- Verlinkung zur Homepage oder Hinterlegung einer PDF-Datei

Fakten

- 15 Millionen Unique Visitors
- 25 Millionen Visits
- 65 Millionen Page Views

<http://onlinelibrary.wiley.com>

Fordern Sie Ihr maßgeschneidertes Angebot an:

Marion Schulz (Account Manager)
Tel.: +49 6201 606-565
E-Mail: mschulz@wiley.com

Basispreise auf einer Zeitschrift

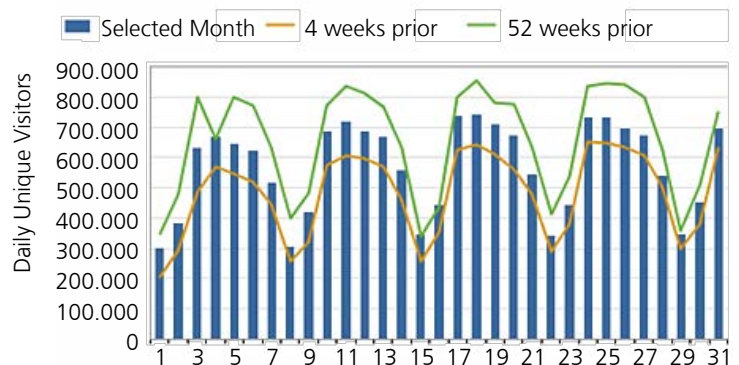
Preis € TKP Preis € TKP
inkl. geo-targeting

z. B. Chemie Ingenieur Technik –
verfügbare Impressions ca. 50.900/Monat

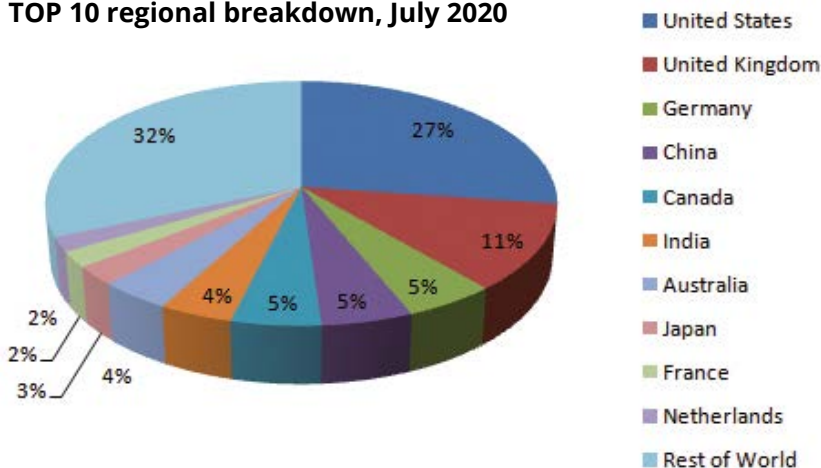
Banner Type	Preis € TKP	Preis € TKP inkl. geo-targeting
Leaderboard Banner (728 x 90)	69	79
Rectangle Banner (300 x 250)	89	99

TKP = Preis pro Tausend

Daily Unique Visitors (prev...



TOP 10 regional breakdown, July 2020



Digitale Werbemöglichkeiten



Als elektronisches Wissenschaftsmagazin der Chemistry Europe, die 16 Europäische Chemiengesellschaften vereint, bietet *ChemistryViews.org* Wissenschaftlern aus aller Welt aktuelle Nachrichten aus Wissenschaft und Industrie sowie exklusive Fachbeiträge renommierter Autoren. Darüber hinaus liefert *ChemistryViews.org* mit Lerninhalten und Tipps & Tricks konkrete Lösungen für die tägliche Arbeit.

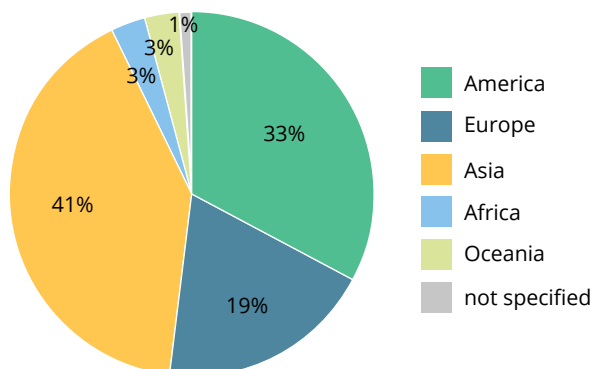
Durchschnittlich verzeichnen wir 82.880 Visits und 112.520 Page Impressions pro Monat auf *ChemistryViews.org*

www.chemistryviews.org

The screenshot shows the ChemistryViews.org homepage with various content blocks:

- Full Banner:** Upgrade ANY LC system to an LC/MS. Compact. Easy. & Affordable.
- Skyscraper:** View all Chemistry Views content in a theme... (Nanotechnology, Water, Catalysis, Int. Year of Chemistry, Sustain).
- Latest News:** Smallest Possible Ice Crystal (28 September 2012), New Route to Sulfur-Doped Carbon Composites (28 September 2012), Joint Research Laboratory for Graphene (28 September 2012).
- Most Viewed in 2011:** Angewandte Systeme (2011 ISI Journal Impact Factors), Magazine: Google Scholar (2019 ISI Journal Impact Factors), News: First Large Scale Carbon Capture and Sea... (2019 ISI Journal Impact Factors), Journal: Chemie Ingenieur Technik - CIT.
- Book:** Microwaves in Organic Synthesis (19 December 2012).
- Video:** Season Shaik on the Motivation Behind His Research.
- Education:** Tips and Tricks for the Lab: Growing Crystals Part 1 (04 September 2012).
- Advertorial:** The Expert for Metering Technology and Water Treatment (09 September 2012).
- Buttons:** Most Viewed in 2011, Angewandte, Re gets for free newsletter, Compound Search.
- Featured Whitepaper:** Funding Information (28 September 2010).

Geographical Verteilung



Tätigkeitsbereiche der Nutzer von *ChemistryViews.org*:

68% Analytische-, Organische-, Inorganische-, Physikalische Chemie	17% Biochemie
	15% Chemical Engineering / Biotechnologie

Interessensgebiete der Nutzer von *ChemistryViews.org*:

25% Nanotechnology	19% Pharma / Healthcare
18% Energy	14% Water
12% Food	12% Sustainability

Digital Advertising

Newsletter

Unsere Leser erhalten in den wöchentlichen und monatlichen Newslettern die für sie relevanten Entwicklungen entweder aus speziellen Bereichen (Themen-Newsletter) oder branchenübergreifend (Branchen-Newsletter). Die durchschnittliche Öffnungsrate von 30 % unterstreicht die Relevanz der Inhalte. Wählen Sie aus unserem Angebot den passenden Newsletter für Ihre Werbebotschaft.

Werbeformate, Preise und Technische Details		Preise in €
Full Banner (468 x 60px)	Portal	955 pro Monat
Full Banner (468 x 60px)	Themen-Newsletter (monatlich): Organic – 9.285 Empfänger* Nanotechnology – 8.764 Empfänger* Pharma/Healthcare – 7.058 Empfänger* Catalysis – 3.204 Empfänger*	1,385 pro Monat
Full Banner (468 x 60px)	Branchen-Newsletter (wöchentlich) 10.240 Empfänger*	1,385 pro Ausssendung
Skyscraper Banner (120 x 600px)	Portal	1,395 pro Monat
Button (120 x 60px)	Portal	300 pro Monat
Advertorial	Branchen-Newsletter (monatlich) 14.594 Empfänger*	1,895 pro Monat
Featured Whitepaper	Portal: Laufzeit 6 Monate inkl. 1 Monat Teaser auf der Startseite (Teaser-Text, Produkt-Foto, Kontaktinformationen zur Leadgenerierung, PDF zum Download)	1,075
Featured Webcast	Portal: Laufzeit 6 Monate inkl. 1 Monat Teaser auf der Startseite (Teaser-Text, Produkt-Foto, Kontaktinformationen zur Leadgenerierung)	1,075

Max. Dateigröße für alle Dateitypen: 200 kb. Dateitypen: GIF oder JPEG, Flash (swf),
3rd Party Tags (bevorzugt html/javascript code) * Stand September 2020

The screenshot displays the ChemistryViews website interface. At the top, it features the ChemistryViews logo and navigation links. The main content area is divided into several sections:

- Sponsor's Message:** A section highlighting recent research, including Professor Gerhard Gottschalk's work on zeolites and Professor Javier Garcia-Martinez's research on bioenergy. It also mentions Professor Sason Shaik's research on theoretical models for bonding and enzymatic activation.
- Spotlight:** A section for the 4th EuChemS Chemistry Congress in Prague, described as a successful and lively event with chemistry for a sustainable world as the unifying theme.
- Interview:** An interview with BIOCORE consortium partners Michael O'Donohue and Jean-Luc Dubois, discussing the industrial supply chain.
- Quiz:** A 'QuizGames: Guess the Chemist (8)' section where users can guess famous scientists from descriptions.
- Industry Roundup:** A section titled 'Top Ten Chemical Companies in 2011' showing worldwide growth in sales.
- Research Highlight:** A section on 'Spin-DFT Systems' discussing theoretical foundations.
- Comic:** A 'Wonderlab Comic - Secret Second Life' section where objects in a lab have specific functions.
- Focus:** A section on 'Chemical Production in Compliance with Torah and the Koran: Part 1' discussing the interface between chemistry and religion.
- Interview:** An interview with Professor Gerhard Gottschalk about his views on bacteria's role in bioenergy.
- Noteworthy:** Two sections: 'Sunshine and Meerwein' about the classic Meerwein arylation, and 'Ceri-ously Simple' about organocerium reagents.
- News more >:** A section with three news items: 'Hierarchical Zeolites Make it to Refinery', 'Limonoid Extracts Give New Natural Products', and 'Lanthanoid Single-Ion Magnets'.
- Videos more >:** A video titled 'Sason Shaik on the Motivation Behind his Research' featuring a portrait of Professor Shaik.
- Education more >:** A section with 'Tips and Tricks for the Lab: Growing Crystals Part 1'.
- Events more >:** A section for the '110th National Meeting of the Korean Chemical Society (KCS)' and the 'International Scientific Forum on CO₂ Chemistry and Biochemistry'.

Kuratorium

Dr. Norbert Asprion
BASF SE, Ludwigshafen

Dr. Holger Bengs
BCNP Consultants, Frankfurt

Prof. Martin Bertau
TU Bergakademie Freiberg

Prof. Dr. Jürgen Caro
Institut für Physikalische
Chemie und Elektrochemie,
Leibniz Universität Hannover

Prof. Dr.-Ing. Marcus Grünewald
Lehrstuhl für Fluidverfahrenstech-
nik, Ruhr-Universität Bochum

Prof. Norbert Kockmann
Universität Dortmund

Prof. Dr.-Ing. Matthias Kraume
Institut für Verfahrenstechnik,
TU Berlin

Dr. Klaus-Michael Mangold
DECHEMA-Forschungsinstitut,
Frankfurt

Prof. Dr. Regina Palkovits
RWTH Aachen

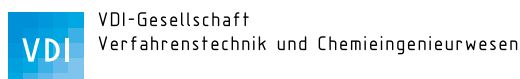
Prof. Dr. Franziska Scheffler
Otto-von-Guericke Universität
Magdeburg

**Prof. Dr.-Ing.
Andreas Seidel-Morgenstern**
Institut für Verfahrenstechnik,
Universität Magdeburg

Prof. Dr. Roland Ulber
FB Maschinenbau und Verfahren-
stechnik, Lehrgebiet Bioverfahren-
stechnik, Technische Universität
Kaiserslautern

Stand: September 2020

Die Chemie Ingenieur Technik ist eine Zeitschrift der GDCh und wird in
Zusammenarbeit mit VDI-GVC und DECHEMA e. V. herausgegeben.
Sie erreicht alle Mitglieder der DECHEMA e. V..



Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen, Fremdbeilagen und andere Werbemittel sowie digitale Werbung

1. Für alle Verträge (nachstehend: „Auftrag“) über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbeproduzenten oder sonstigen Inserenten (nachstehend: „Auftraggeber“) in den Zeitschriften der Wiley-VCH GmbH (nachstehend: „Verlag“) zum Zwecke der Verbreitung und über die Schaltung von Online-Werbung auf den Webseiten des Verlages gelten nachfolgende Allgemeine Geschäftsbedingungen. Diese Bedingungen gelten auch für Aufträge über Fremdbeilagen in den vom Verlag herausgegebenen Zeitschriften. Mit der Auftragserteilung anerkennt der Auftraggeber diese Bedingungen.

2. Abweichende Bedingungen des Auftraggebers, die der Verlag nicht ausdrücklich und schriftlich anerkennt, sind auch dann nicht verbindlich, wenn der Verlag diesen nicht ausdrücklich widerspricht.

3. Für Auftraggeber, die mehrere Anzeigen schalten möchten, gilt Folgendes: Die in der Anzeigenpreisliste bezeichneten Nachlässe werden nur für die innerhalb eines Jahres in den Druckerzeugnissen des Verlages erscheinenden Anzeigen des Auftraggebers gewährt. Diese Frist beginnt mit dem Erscheinen der ersten Anzeige, wenn nicht bei Vertragsabschluss schriftlich ein anderer Beginn vereinbart worden ist. Die Nachlasshöhe ergibt sich aus der Anzahl der Anzeigenschaltungen (Malstaffel). Werden innerhalb eines Jahres weniger Anzeigen als vereinbart abgenommen, so ist der Verlag berechtigt, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme aufgrund der Preisliste entsprechenden Nachlass nachzuberechnen.

4. Bei Aufträgen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 3 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.

5. Stornierungen müssen schriftlich erfolgen. Für eine Stornierung am Tage des Anzeigenschlusses bzw. danach fällt als Stornierungskosten die Auftragssumme in voller Höhe an. Dem Auftraggeber wird allerdings im jeweils konkreten Fall ausdrücklich das Recht eingeräumt, den Nachweis zu führen, dass dem Verlag kein oder ein niedrigerer Schaden entstanden ist.

6. Aufträge für Anzeigen und andere Werbemittel, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen rechtzeitig, spätestens aber zu dem in der Auftragsbestätigung genannten Termin, beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist.

7. Anzeigen und Online-Werbung, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

8. Der Verlag behält sich vor, Auftragsaufträge - auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Auftrages - und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren 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 Musters der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestanteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt. Der Verlag behält sich in dergleichen Fällen vor, einen etwaigen Nachlass zurückzufordern.

9. Der Auftraggeber ist für die rechtzeitige Lieferung einwandfreier Druckunterlagen oder Beilagen bzw. für die rechtzeitige Lieferung der für die Online-Werbung erforderlichen Materialien verantwortlich. Bei der Anlieferung von digitalen Druckunterlagen ist der Auftraggeber verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder den technischen Vorgaben des Verlages entsprechende Vorlagen rechtzeitig zum Druckunterlagenschluss anzuliefern. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Der Auftraggeber hat, z.B. durch geeignete technische Maßnahmen, vor einer digitalen Übermittlung von Druckvorlagen dafür Sorge zu tragen, dass die übermittelten Dateien frei von Computerviren sind. Entdeckt der Verlag auf einer per E-Mail übermittelten Datei Computerviren, wird diese Datei sofort gelöscht, ohne dass der Auftraggeber hieraus Ansprüche geltend machen kann.

10. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen bzw. Werbemittel hat der Auftraggeber nach Aufforderung durch den Verlag unverzüglich Ersatz zu leisten. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen bzw. für die Herstellung bestellter Werbemittel sowie für vom Auftraggeber gewünschte und von diesem wegen der technischen Qualität der gelieferten Druckunterlagen bzw. Werbemittel zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen. Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen bzw. Werbemitteln im Prüfprozess nicht erkennbar, sondern werden erst beim Druckvorgang bzw. bei der Schaltung deutlich, so stehen dem Auftraggeber bei ungenügendem Abdruck bzw. mangelhafter Schaltung keine Ansprüche zu.

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

12. Bei audio- bzw. videoverlinkter Werbung (z. B. Banner, bei deren Anklicken sich ein Pop-Up-Fenster öffnet, in welchem Audio- bzw. Videoinhalte wiedergegeben werden) ist der Auftraggeber dafür verantwortlich, dass die erforderlichen Genehmigungen mit der GEMA oder anderen Urheberrechtsverbänden bzw. Urheberrechtshabern eingeholt wurden.

13. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Dies ist ausgeschlossen, sofern sich der Mangel aufgrund fehlerhafter Druckvorlagen ergibt (siehe Ziffer 10). Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen

oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Reklamationen müssen - außer bei nicht offensichtlichen Mängeln - innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

14. (1) Schadensersatzansprüche des Auftraggebers sind ausgeschlossen, soweit nachfolgend nichts anderes bestimmt ist. Der vorstehende Haftungsausschluss gilt auch zugunsten der gesetzlichen Vertreter und Erfüllungsgehilfen des Verlages, sofern der Auftraggeber Ansprüche gegen diese geltend macht.

(2) Von dem unter Ziffer 1 bestimmten Haftungsausschluss ausgenommen sind Schadensersatzansprüche aufgrund einer Verletzung des Lebens, des Körpers, der Gesundheit und Schadensersatzansprüche aus der Verletzung wesentlicher Vertragspflichten. Wesentliche Vertragspflichten sind solche, deren Erfüllung zur Erreichung des Ziels des Vertrags notwendig ist. Von dem Haftungsausschluss ebenfalls ausgenommen ist die Haftung für Schäden, die auf einer vorsätzlichen oder grob fahrlässigen Pflichtverletzung des Verlages, seiner gesetzlichen Vertreter oder Erfüllungsgehilfen beruhen.

(3) Vorschriften des Produkthaftungsgesetzes (ProdHaftG) bleiben unberührt.

15. 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. Sendet der Auftraggeber den ihm rechtzeitig übermittelten Probeabzug nicht fristgemäß zum vereinbarten Termin zurück, so gilt die Genehmigung zum Abdruck als erteilt.

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

17. Der Auftraggeber versichert, dass er uneingeschränkter Inhaber aller für die Veröffentlichung und Verbreitung erforderlichen Nutzungsrechte an den Werbemitteln ist. Er stellt den Verlag insofern von allen Ansprüchen Dritter frei und gewährt dem Verlag die zur Veröffentlichung der Werbemittel erforderlichen Verwertungsrechte.

18. Der Auftraggeber sichert zu, dass er berechtigt ist, die mit der Online-Werbung verbundenen Hyperlinks zu setzen. Der Auftraggeber sichert ferner zu, die anwendbaren datenschutzrechtlichen Bestimmungen - insbesondere des Bundes- und Teledienste Datenschutzgesetzes - einzuhalten und diese Verpflichtung auch seinen Mitarbeitern aufzuerlegen. Sollte der Auftraggeber durch Verwendung spezieller Techniken, wie z. B. dem Einsatz von Cookies oder Zählpixeln, Daten aus der Schaltung von Werbemitteln auf den Online-Angeboten des Verlages gewinnen oder sammeln, sichert der Auftraggeber ebenfalls zu, dass er bei Erhebung, Verarbeitung und Nutzung von personenbezogenen Daten die Vorgaben des Teledienste-Gesetzes (TMG) bzw. des Rundfunkstaatsvertrages (RfStV) sowie des Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG) einhalten wird.

19. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber vierzehn Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist vereinbart ist.

20. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden 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 und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

21. Der Verlag liefert mit der Rechnung 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.

22. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Auftrag über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste 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 Preisminderung berechtigender Mangel, wenn sie

- bei einer Auflage bis zu 50.000 Exemplaren 20%

- bei einer Auflage bis zu 100.000 Exemplaren 15%

- bei einer Auflage bis zu 500.000 Exemplaren 10%

- bei einer Auflage über 500.000 Exemplaren 5% beträgt.

Darüber hinaus sind bei den Aufträgen Preisminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.

23. Durch unvorhersehbare Ereignisse, auf die der Verlag keinen Einfluss hat (z.B. Streik, Aussperrung, Betriebsstörungen etc.), eintretende Leistungsverzögerungen sind vom Verlag nicht zu vertreten. Der Verlag kann nach Wegfall des Ereignisses Anzeigen in der nächst möglichen Ausgabe der Druckschrift und Online-Werbemittel unverzüglich veröffentlichen oder ganz oder teilweise vom Vertrag zurücktreten. Schadensersatzansprüche stehen dem Auftraggeber insofern nicht zu.

24. Erfüllungsort und ausschließlicher Gerichtsstand für alle Streitigkeiten ist - sofern rechtlich zulässig - der Hauptsitz des Verlages, derzeit Weinheim.

25. Es gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechts.

Ansprechpartner

Chemie Ingenieur Technik · Wiley-VCH GmbH · Boschstraße 12 · 69469 Weinheim · (0) 6201 606 565

Mediaberatung



Marion Schulz
Tel.: +49 (0) 6201 606 565
mschulz@wiley.com



Vanessa Winde
Tel.: +49 (0) 6201 606 721
vwinde@wiley.com

Redaktion



Dr. Barbara Böck
Tel.: +49 (0) 6201 606 520
cit@wiley-vch.de



Dr. Sabine Wiederhold
Tel.: +49 (0) 6201 606 520
cit@wiley-vch.de



Constanze Hofmann
Tel.: +49 (0) 6201 606 520
cit@wiley-vch.de



Birgit Driemer
Tel.: +49 (0) 6201 606 520
cit@wiley-vch.de

Außendienst



Thomas Wengenroth
PLZ 35-36, 54-56, 60-69,
74, 90-93, 95-98
Tel.: +49 (0) 6163 93 80 707
info@verlags-service.com



Jürgen K. Schwenkert
PLZ 70-73, 75-89, 94
Tel.: +49 (0) 89 89 40 44 15
info@schwenkert.com

Auftragsmanagement



Melanie Radtke
Auftragsmanagement
Tel.: +49 (0) 6201 606 557
mradtke@wiley.com

Willkommen im Wissenszeitalter

Wiley pflegt seine über 200-jährige Tradition durch Partnerschaften mit Unternehmen, Forschungseinrichtungen, Universitäten, Gesellschaften und Einzelpersonen, um digitale Inhalte, Lern-, Prüfungs- und Zertifizierungsinstrumente zu entwickeln.

Wir nehmen die Herausforderungen unserer Zeit und die der Zukunft an – um Ihnen die Hilfestellungen zu liefern, die Sie bei Ihren Aufgaben weiterbringen.

Diese Publikation und all ihre Kanäle, die wir Ihnen mit diesen Mediadaten vorstellen, sind ein wichtiger Teil davon.

Kontakt:

Verlag:
Wiley-VCH GmbH
Boschstrasse 12
69469 Weinheim

Tel.: +49 (0) 6201 606 0
Fax: +49 (0) 6201 606 791
E-Mail: mschulz@wiley.com
Internet: www.wiley-vch.de
www.wiley.com

**Für weitere Informationen
besuchen Sie:**

corporatesolutions.wiley.com