

# PRINT MEDIADATEN 2025

# WatchTime

GERMANY



Gültig ab 01.01.2025

# ERSCHEINUNGSTERMINE UND ANZEIGENSCHLUSSTERMINE

| AUSGABE                                | ERSCHEINUNGSTAG | ANZEIGENSCHLUSS FÜR VORZUGSPLATZIERUNGEN** | ANZEIGENSCHLUSS | DRUCKUNTERLAGENSCHLUSS |
|--|-----------------|--|-----------------|------------------------|
| <b>März/April</b> (02/2025)            | 07.03.25        | 10.01.25                                   | 24.01.25        | 07.02.25               |
| <b>Mai/Juni*</b> (03/2025)             | 16.05.25        | 21.03.25                                   | 04.04.25        | 17.04.25               |
| <b>Juli/August</b> (04/2025)           | 11.07.25        | 16.05.25                                   | 30.05.25        | 13.06.25               |
| <b>September/Oktober</b> (05/2025)     | 05.09.25        | 04.07.25                                   | 18.07.25        | 01.08.25               |
| <b>Oktober/November*</b> (06/2025)     | 24.10.25        | 14.08.25                                   | 29.08.25        | 12.09.25               |
| <b>Jahresausgabe WatchTime Edition</b> | 14.11.25        | 18.08.25                                   | 01.09.25        | 19.09.25               |
| <b>Dezember/Januar*</b> (01/2026)      | 05.12.25        | 02.10.25                                   | 10.10.25        | 27.10.25               |

\* erhöhte Druckauflage; \*\* Premium- und Vorzugsplatzierungen sowie Product Placements

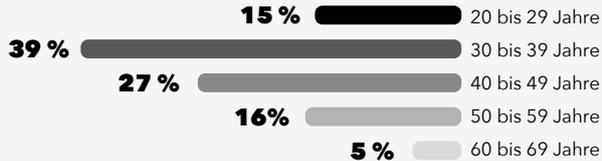
# LESERSCHAFT-STRUKTURDATEN

## Information

Als Basis für die folgenden Leserprofile dient der Uhren-Monitor 2022.

### Alter

WatchTime erreicht Luxusuhrenkäufer aller Altersgruppen. Mehr als die Hälfte der Leser sind unter 40 Jahren.



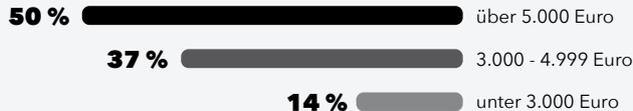
### Geschlecht

Die mechanische Uhr wird zunehmend von Frauen entdeckt und der Leserinnenanteil in der Gesamtzielgruppe steigt kontinuierlich.



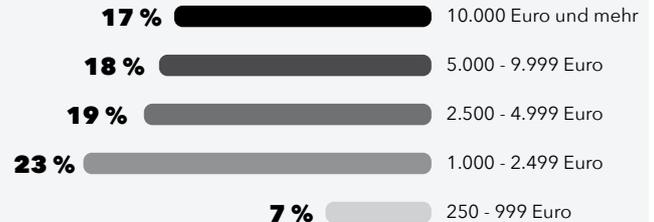
### Haushalts-Netto-Einkommen

Das HHNE der Besucher ist absolut überdurchschnittlich - jeder Zweite verfügt über ein Netto-Einkommen von mehr als 5.000 Euro monatlich.



### Ausgaben in den letzten 12 Monaten für Armbanduhren

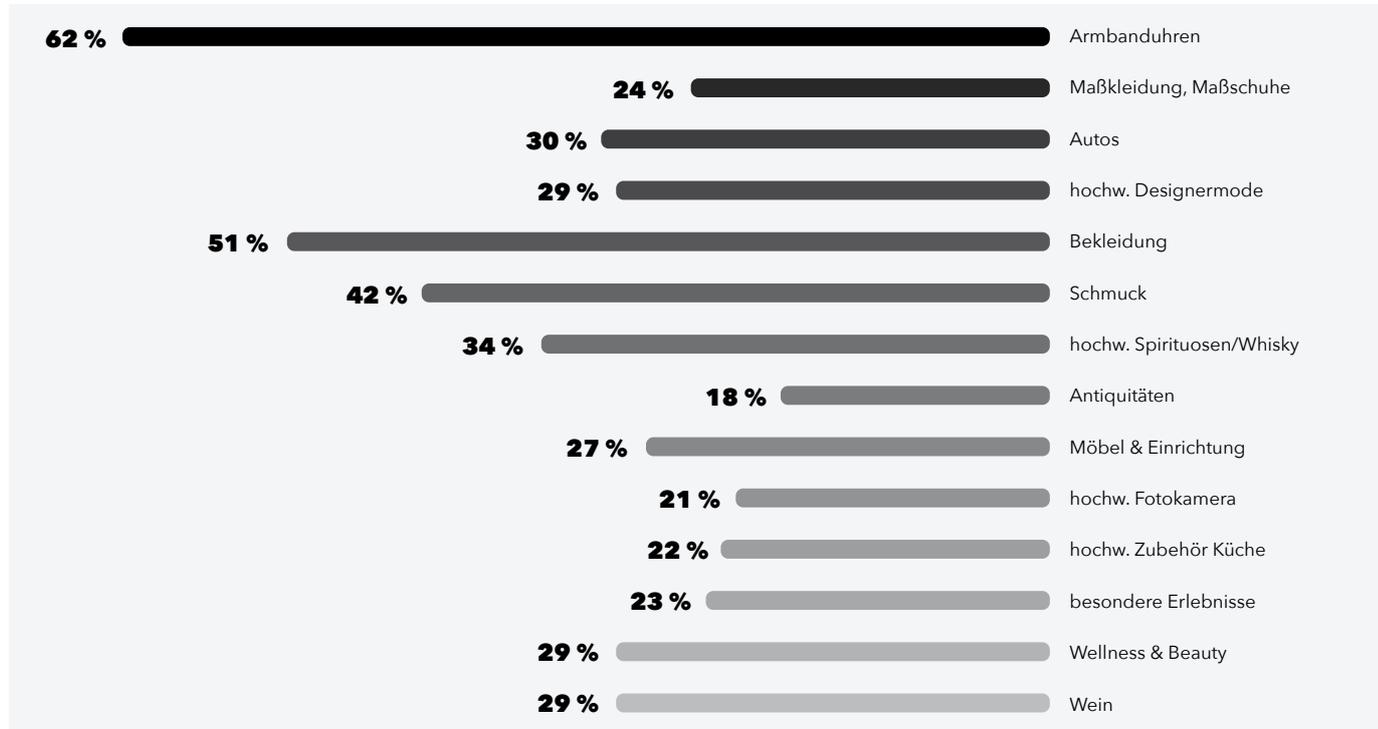
Die Themenvielfalt von WatchTime spiegelt sich auch in der unterschiedlichen Ausgabebereitschaft der Leser wider. Jeder Dritte Leser hat in den letzten 12 Monaten mehr als 5.000 Euro für Armbanduhren ausgegeben.



# LESERSCHAFT-STRUKTURDATEN

## Interesse

Die WatchTime Leser sind überdurchschnittlich an weiteren Luxusthemen interessiert. Alle genannten Interessensgebiete weichen positiv zur repräsentativen Vergleichs-Zielgruppe der Exklusiv-Käufer ab. Je dunkler der Balken, desto größer die positive Abweichung und damit die Erreichbarkeit der Zielgruppe über WatchTime.



Quelle: Responsio Uhren-Monitor 2022, Fallzahl Exklusiv-Käufer Zielgruppe n=5.006 Fälle, regelmäßige Nutzung (3 von 6) Chronos und Uhren-Magazin, n=390 Fälle



## Daniela Pusch

HEAD OF EDITORIAL

Tel. +49(0)731 88005-8209

Tel. +49(0)151 706 973 89

daniela.pusch@ebnermedia.de



Mit unserer Neuausrichtung setzen wir auf eine globale Marke, die es uns ermöglicht, unsere journalistische Stärke mit neuer Handschrift weiterzuentwickeln. In dem neuen Magazin vermitteln wir nicht nur exklusives Insiderwissen, sondern inspirieren und entfachen Träume bei unseren Leserinnen und Lesern. Unsere Leidenschaft für Design und Technik steht im Vordergrund, während wir die zeitlose Eleganz von Uhren zelebrieren und faszinierende Geschichten hinter jeder Marke erzählen. Unser Fokus liegt auf der Perfektion des Handwerks und dem einzigartigen Erlebnis, das jede Uhr verkörpert. Diese Werte, Ästhetik und das Potenzial zu erkunden, treibt unsere Passion an und schafft Gesprächsstoff bei Freunden, Kollegen und der Familie.

## ***WatchTime ist seit über 25 Jahren eine führende Medienmarke im Uhrenbereich,***

geprägt von unserem journalistischen Anspruch, der perfekt für Uhrenliebhaberinnen und -liebhaber ist, die die Kunst der Zeitmesser zu schätzen wissen.



## Ivo Sadovnikov

HEAD OF DACH PARTNERSHIPS

Tel. +49(0)151 104 604 43

Tel. +49(0)731 88005-7341

sadovnikov@ebnermedia.de



### **WatchTime ist mehr als Chronos + Uhren-Magazin**

Modern, luxuriös, inspirierend begeistert WatchTime sowohl bisherige Leser und Käufer als auch neue Zielgruppen durch hochwertige Anmutung und Ausstattung – gekrönt mit journalistischer Stärke sowie neuer Handschrift.

„Das Anfassen der Seiten aus hochwertigem Papier zündet zusätzlich 1000 % Gehirnaktivität im Vergleich zu rein visuellen Formaten. Denn mit jedem zusätzlichen, kongruent angesprochenen Sinn feuern die Nervenzellen im Gehirn zehnmal stärker.“

In Zeiten der global wachsenden Reizüberflutung stellen Zeitschriften den Fels in der Brandung dar. Printmedien erlauben das Eintauchen in die jeweilige Branche mit einer Intensität und Ruhe, die Leser sich wünschen und schätzen.

Uhrenmarken profitieren von der Fachkompetenz und dem Influencer-Status der Redakteure sowie der Deutungshoheit bei den Endkonsumenten, die auf klassische Anzeigen und Product Placements abstrahlt. Der hohe Verkaufspreis der regulären Ausgaben sowie Sonderpublikationen stellt eine starke Filterfunktion dar, die kaufkräftige potenzielle Kunden von unentschlossenen Interessenten trennt.

Unsere Reichweiten werden regelmäßig und unabhängig von der IVW ausgewiesen und bieten die notwendige Sicherheit sowie Transparenz für die Werbeplanung.

## **WatchTime – Leidenschaft für Uhren mit Stil**

# PREISE UND FORMATE

|  | <b>ANSCHNITTFORMATE (Breite x Höhe)</b><br>zzgl. 3 mm Beschnitt an den Außenseiten   | <b>ANZEIGENPREISE</b>   |   |
|--|--|-------------------------|---|
|  |  | <b>reguläre Auflage</b> | <b>erhöhte Druckauflage</b><br>(Mai/Juni, Okt/Nov, Dez/Jan) |
|   | <b>Opening Spread.</b> Die beste exklusive Premium-Platzierung im augenfüllenden Panorama-Format inkl. 2. Umschlagseite.<br>2/1 Doppelseite: Bunddurchdruck, 420x280 mm plus 10 mm Überfüllung im Bund | <b>20.600,-</b>         | <b>21.200,-</b>   |
|   | <b>2/1 Doppelseite.</b> Die <b>erste</b> exklusive Premium-Platzierung des Heftes im augenfüllenden Panorama-Format.<br>Bunddurchdruck, 420x280 mm plus 5 mm Überfüllung im Bund                       | <b>18.450,-</b>         | <b>19.000,-</b>   |
|   | <b>2/1 Doppelseite.</b> Die exklusive Premium-Platzierung im augenfüllenden Panorama-Format. Bestmögliche Position. Bunddurchdruck, 420x280 mm plus 5 mm Überfüllung im Bund                           | <b>16.800,-</b>         | <b>17.250,-</b>   |
|   | <b>Die 4. Umschlagseite.</b> Die beste exklusive Full Page Premium-Platzierung auf dem Umschlag. 1/1 Seite: 210x280 mm gedrucktes Seitenformat.  | <b>11.600,-</b>         | <b>11.900,-</b>   |
|   | <b>Die 2. Umschlagseite.</b> Die beste Full Page Premium-Platzierung auf der Umschlag-Innenseite.<br>1/1 Seite: 210x280 mm gedrucktes Seitenformat.  | <b>10.980,-</b>         | <b>11.320,-</b>   |
|   | <b>Die 3. Umschlagseite.</b> Die Full Page Premium-Platzierung auf der Umschlag-Innenseite.<br>1/1 Seite: 210x280 mm gedrucktes Seitenformat.  | <b>9.850,-</b>          | <b>10.170,-</b>   |
|   | <b>1/1 Seite.</b> Die Full Page Premium-Platzierung im Heft: gegenüber Editorial, 1. und 2. gegenüber Inhalt und 1. bis 5. Anzeige nach Inhalt: 210x280 mm gedrucktes Seitenformat.                    | <b>9.300,-</b>          | <b>9.690,-</b>  |
|  | <b>1/1 Seite</b> Die Full Page Platzierung bestmöglich:<br>210x280 mm gedrucktes Seitenformat.   | <b>8.490,-</b>          | <b>8.790,-</b>  |

Alle angegebenen Preise in Euro zzgl. Mehrwertsteuer

# PREISE UND FORMATE

## NATIVE ADVERTISING

## ANZEIGENPREISE

reguläre Auflage

erhöhte Druckauflage  
(Mai/Juni, Okt/Nov, Dez/Jan)



**2/1 Seite Natives Anzeigenformat** Product Placement  
(Werbeformat mit redaktioneller Anmutung)  
Materialien: Text und Bilder, Layout übernimmt unsere Redaktion.

**8.590,-**

**8.890,-**



**1/1 Seite Natives Anzeigenformat** Product Placement  
(Werbeformat mit redaktioneller Anmutung)  
Materialien: Text und Bilder, Layout übernimmt unsere Redaktion.

**4.630,-**

**4.810,-**



**1/2 Seite Natives Anzeigenformat** Product Placement  
(Werbeformat mit redaktioneller Anmutung)  
Materialien: Text und Bilder, Layout übernimmt unsere Redaktion.

**2.450,-**

**2.540,-**

### Nachlässe:

Platzierungen zweite Hefthälfte -15 %  
(wenn explizit gebucht)

### Mengenstaffel:

ab 2 Seiten = 4 %  
ab 4 Seiten = 8 %  
ab 6 Seiten = 12 %  
ab 12 Seiten = 15 %

### Malstaffel:

ab 3 x = 4 %  
ab 6 x = 8 %  
ab 9 x = 12 %  
ab 12 x = 15 %

### Beihefter:

|           |               |
|-----------|---------------|
| Beihefter | Gesamtauflage |
|           | Aboauflage    |
|           | (je Tausend)  |
| 2-seitig  | € 190,-       |
| 4-seitig  | € 280,-       |
| 6-seitig  | € 320,-       |
| 8-seitig  | € 340,-       |
| 16-seitig | € 410,-       |

Teilbelegung  
(je Tausend)

€ 285,-  
€ 420,-  
€ 480,-  
€ 510,-  
€ 615,-

### Aufgeklebte Postkarten

auf Anzeigen: € 60,- je Tausend\*

### Beilagen:

bis 25 g € 200,- je Tausend\* / bis 50 g € 290,- je Tausend\*

### Aboauflage: 50 % Zuschlag

Liefertermin: 2 Wochen vor EVT

\* inkl. Postgebühren

# PRODUCT PLACEMENT

Mit unseren nativen Formaten bieten wir Ihnen den Mix aus redaktionellem Content und Werbebotschaft, kurz: Native Advertising. Wir veröffentlichen Ihren Content im Look & Feel unseres redaktionellen Umfelds.

Mit diesen Formaten unterstützen wir Sie, sich als Meinungsbildner in den für Sie relevanten Themen zu etablieren. Gerne übernehmen wir für Sie optional die Contenterstellung.

Wir bieten Ihnen Full Service aus einer Hand: von den führenden Content-Spezialisten Ihrer Zielgruppe.

## Product Placement:

2/1 Doppelseite: € 8.590,-

1/1 Seite: € 4.630,-

1/2 Seite: € 2.450,-

Alle angegebenen Preise in Euro zzgl. Mehrwertsteuer

2/1 Promotion



1/1 Promotion



1/1 Promotion



# JAHRESAUSGABE WATCHTIME EDITION 2026

Diese besondere Ausgabe ist ein Highlight für Uhrenliebhaber. Einzigartig in Form und Inhalt, steht die WatchTime Edition für Uhrenfaszination pur.

Sei es die Ästhetik der Fotografie und des Layouts, oder das hochwertige Papier und ein Höchststandard an Druckqualität – die WatchTime Edition ist ein Uhrengenusss der ganz besonderen Art.

Hier präsentieren Sie Ihre Modelle höchst emotional auf einer von der Redaktion für Sie individuell gestalteten Doppelseite im Großformat – sowohl für Damen und Herren.

Die Edition erscheint in der Konsumintensiven Vorweihnachtszeit und macht Lust auf Uhr.

A. LANGE & SÖHNE



## EINS mit der Zeit

Titel: Blank  
Puck

■ Die Lange 1 von A. Lange & Söhne ist ein Vorbild für höchste Uhrmacherkunst. Mit ihrem unverwundbaren Design, präzisen Mechanikarbeiten und innovativer Handwerkskunst verkörpert sie den Kern der Marke. Zum 175-jährigen Jubiläum präsentiert A. Lange & Söhne zwei limitierte Sondermodelle, eine Kopie aus Stahl mit schwarzem Orpa-Zifferblatt sowie eine Regatta-Ausführung mit schwarzem Zifferblatt jeweils auf 200 Exemplare begrenzt. Beide Modelle sind auch als kleine Lange 1 erhältlich, in einer noch exklusiveren Stückzahl von 100 Exemplaren.

Als sie vor 30 Jahren vorgestellt wurde, hat sie die konventionelle geschlechtliche Regel gebrochen und einen eigenen Stil definiert. Diese Innovationskraft wurde für großen Erfolg, wurde stehen zu bleiben. Das Lange 1 ist ein Zeitmesser, der alles vereint, was eine herausragende Uhr ausmacht: Originalität, archaische Eleganz und zeitlose Präzision bis ins kleinste Detail, wider Willen. Schöne, 2025 von A. Lange & Söhne.

**Goldener Schnitt**

Ein weiteres Element des Designs ist die Harmonie des Goldenen Schnitts, die sich in der Anordnung der Elemente wieder spiegelt. Der Stunden- und Minutenzeiger bilden ein Bild, welches Gleichheit, Harmonie und Klarheit verkörpert und kleine Sekunden auf der rechten Seite entlang einer vertikalen Achse angeordnet sind. Diese Präzision beweist wieder die hohe Artigkeit, die

auch nach Jahrzehnten nichts von ihrer Präzision verloren hat. Die neuen Farbvarianten der Lange 1 und der kleinen Lange 1 haben für klassische Eleganz, die den Jubiläum geschmeidig würdigt.

Das Perpetuum ist ein neues Zifferblatt aus schwarzem Orpa verleiht der Uhr eine harmonisierende Tiefe. Das Regatta-Zifferblatt besitzt durch ein kontrastreiches, hellbraunes Zifferblatt ein Zifferblatt, das dem warmen Glanz des Edelmetalls gleicht.

Die Modelle haben einen Durchmesser von 38,5 Millimetern Lange 1 bzw. 36,8 Millimetern kleine Lange 1 und sind auch durch eine schmale Lünne sowie markante Bandverläufe aus.

Das Herz der Uhr: Kaliber L 121.1

Im neuen besten Modelle verfügt das Kaliber L 121.1 über einen 2015 angebaute wurde. Es ermöglicht das springende Mechanismus des Goldblatts und Mikroschneide und verfügt über eine Gangarterie mit Eisen-Länge, was eine bis weitestgehend Unvergleichliche, die in eigenen Hand gefertigt wird. Die Frequenz von 21.600 Halbschwingungen pro Stunde sorgt für höchste Genauigkeit, während die Quarztechnologie eine Gangabweichung von 12 Sekunden binnen sechs (Quart) des Zeitraums und dem herkömmlichen Zeiger ermöglicht, die Uhrwerkmechanik aus Stahlblech mit Goldener Bandverläufe, gelblichen Schrauben und anderen mechanischen Goldarbeiten. Die Lange 1 in Regatta (Referenz 191.063) kostet € 9.900,- ...



44
Netto
45

### Advertorial pro Marke:

- 1 Doppelseite Advertorial: € 3.980,-
- 2 Doppelseiten Advertorial: € 6.890,-
- Klassische Anzeigen: Preise wie WatchTime Germany
- Großeres Format: 1/1 Seite: 235 x 320mm

**Erscheint am 14.11.25**  
**Anzeigenschluss 01.09.25**  
**Druckunterlagen bis 19.09.25**

Alle angegebenen Preise in Euro zzgl. Mehrwertsteuer

# EVENTS

WatchTime Germany bietet mit virtuellen und physischen Events die optimale Plattform für den direkten Austausch mit UhrenliebhaberInnen und SammlerInnen. Präsentieren Sie Ihre Innovationen und neuesten Kreationen über 4.000 kaufkräftigen Uhrenfans der WatchTime Düsseldorf oder während eines individuellen Signature-Event.



## BRINGING THE WATCH COMMUNITY TOGETHER

WatchTime Düsseldorf\*

24. - 26. Oktober 2025

Rheinterrasse Düsseldorf

Mehrtägiges Event mit einzigartigen

Markenerlebnissen renommierter Uhrenhersteller, neuesten Innovationen und feinen Kreationen.

*Signature-Event auf Anfrage*



### Charlotte Frieß

Director Live Communication

Tel. +49 (0)731 88005-8213

[charlotte.friess@ebnermedia.de](mailto:charlotte.friess@ebnermedia.de)



\*Buchungsphase startet ab Februar 2025.

# UNSER TEAM

## Redaktion



**Daniela Pusch**

HEAD OF EDITORIAL

Tel. +49(0)731 88005-8209  
Tel. +49(0)151 706 973 89  
daniela.pusch@ebnermedia.de



**Rüdiger Bucher**

SENIOR MANAGING EDITOR

bucher@ebnermedia.de



**Johannes Beer**

REDAKTION

johannes.beer@ebnermedia.de



**Roger Rügger**

EDITOR-IN-CHIEF  
WATCHTIME USA

ruegger@watchtime.com

## Management, Vermarktung & Event



**Hasan Syed**

MANAGING DIRECTOR -  
WATCH GROUP

Telefon +49(0)151 57666177  
Hasan.syed@ebnermedia.de



**Ivo Sadovnikov**

HEAD OF DACH  
PARTNERSHIPS

Tel. +49(0)151 104 604 43  
Tel. +49(0)731 88005-7341  
sadovnikov@ebnermedia.de



**Erika Sasse**

HEAD OF INTERNATIONAL  
PARTNERSHIPS

Tel. +49(0)170 8096754  
erika.sasse@ebnermedia.de



**Charlotte Frieß**

DIRECTOR LIVE  
COMMUNICATION

Tel. +49(0)731 88005-8213  
Mobil +49(0)160 5950896  
charlotte.friess@ebnermedia.de

# DATENÜBERTRAGUNG

|                              |   |
|------------------------------|---|
| <b>Druckverfahren</b>        | Umschlag und Innenteil: Bogenoffset   |
| <b>Papier</b>                | Umschlag: Druck 4-farbig Skala beidseitig,<br>Bilderdruck matt h'frei weiß Arto Satin 250g/m <sup>2</sup><br>Innenteil: Druck 4-farbig Skala beidseitig,<br>Bilderdruck glänzend h'frei weiß Arto Magic 135 g/m <sup>2</sup>                                      |
| <b>Bindeverfahren</b>        | PUR-Klebebindung  |
| <b>Farben</b>                | Euroskala   |
| <b>Raster</b>                | Frequenzmodulierte Rasterung  |
| <b>Druck-<br/>unterlagen</b> | Watchtime wird ausschließlich digital produziert.<br>Aus diesem Grunde können nur digitale Druckunterlagen<br>verwendet werden.   |
| <b>Per E-Mail an</b>         | clientsuccess@ebnermedia.de<br>(E-Mail-Anhänge sind stets mit Hilfe eines Komprimie-<br>rungsprogramms zu verpacken und mit dem jeweiligen<br>Heftnamen und dem Anzeigennamen zu kennzeichnen.)<br>Detaillierte Checkliste für den Datentransfer bitte anfordern. |

**Checkliste Daten-anlieferung**

GESCHLOSSENE DATEN:  
PDF (Farbprofil: Offsetprofil PS0coated\_v3.icc)  
Bitte liefern Sie uns druckreife PDF/X-3 oder PDF/X4 Daten mit Output Intent des entsprechenden Farbraums  
BILDDATEN/KOMPRIMIERUNG:  
- Bilddatenformate: TIFF oder EPS  
- Farbmodus: CMYK (PS0 Coated\_v3)  
- Für eine einwandfreie Druckqualität müssen die Bilder eine Mindestauflösung von 300 dpi aufweisen. Für Für Strich-Abbildungen sind 1200 dpi (mind. 600 dpi) ideal.  
- Verwendete Bildelemente dürfen nicht komprimiert werden. (Keine JPEG-Komprimierung)

**Kontakt** E-Mail: clientsuccess@ebnermedia.de

Entstehen Satz- oder Lithokosten, werden diese weiterberechnet.  
Bei bundüberlaufenden Motiven: Bitte planen Sie, je Seite, im Bund 5 mm Motivdopplung ein, da sonst eine Verschiebung und/oder der Verlust von wichtigen Seitenbestandteilen in Kauf genommen werden muss.  
Für den richtigen Abstand der Motive zum Bund übernimmt der Verlag keine Verantwortung. Der Verlag behält sich vor, Anzeigen, die nicht der Konzeption der Zeitschrift entsprechen, gegebenenfalls abzulehnen.

**Für Beilagen, Beihefter, Aufkleber gilt:  
Die Vorlage eines verbindlichen Musters ist Bedingung für  
die Auftragsannahme. Sie sind nicht Rabatt- oder AE-fähig.**

**Lieferanschrift:**  
Silber Druck GmbH & Co. KG  
Otto-Hahn-Straße 25  
34253 Lohfelden

# GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

## Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften

### Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften der EBNER MEDIA GROUP GmbH & Co. KG.

**1.1. Die EBNER MEDIA GROUP GmbH & Co. KG, Karlsruhe 3, 89073 Ulm** sowie Büro München, Bayerstraße 16a, 80335 München

Deutschland (nachfolgend Verlag genannt) vermarktet im eigenen Namen und auf eigene Rechnung für die für von ihm verlegten Zeitungen und Zeitschriften Anzeigen.

1.2 Für alle Vertragsverhältnisse zwischen dem Verlag und dem werbungstreibenden Verlagspartner (nachfolgend „Auftraggeber“ genannt) über die Schaltung von Anzeigen gelten ausschließlich die nachfolgenden allgemeinen Geschäftsbedingungen. Die Geltung etwaiger allgemeinen Geschäftsbedingungen des Auftraggebers ist ausdrücklich ausgeschlossen, auch wenn der Verlag im Einzelfall nicht widerspricht.

1.3 Der Verlag sichert zu, die Vorgaben des Gesetzes zur Regelung eines allgemeinen Mindestlohns (MiLoG) einzuhalten. Dies gilt auch, soweit der Verlag andere Unternehmer mit der Erbringung von Werk- oder Dienstleistungen beauftragt.

### 2. Leistung; Abruf von Anzeigen; Erfüllung

2.1 „Anzeigenauftrag“ im Sinn dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungstreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.

2.2 Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss anzulegen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb dieses Jahres abgerufen und veröffentlicht wird.

2.3 Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der einjährigen Frist nach Ziff. 2.2 auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.

2.4 Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.

### 3. Berechnung der Abnahmehemgen

3.1 Bei der Errechnung der Abnahmehemgen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet

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

3.3 Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei

Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, können als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht werden.

### 4. Ablehnungsbezugnis des Verlags; Beilagenaufträge

4.1 Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – 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. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden.

4.2 Beilagenaufträge sind für den Verlag nach Vorlage eines Masters der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format- oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden unter Vorbehalt angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

### 5. Pflichten des Auftraggebers

5.1 Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckerunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Bei fermündlich erteilten Anzeigenaufträgen, Termin- und Ausgabeänderungen, Textkorrekturen und Abbestellungen übernimmt der Verlag für Übermittlungfehler keine Haftung. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckerunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen an der durch die Druckerunterlagen gegebenen Möglichkeiten.

5.2 Abbestellungen müssen schriftlich erfolgen. Bei Abbestellung einer Anzeige kann der Verlag die entstandenen Satzkosten berechnen.

5.3 Der Auftraggeber verpflichtet sich, die Kosten der Veröffentlichung einer Gegenanstellung, die sich auf tatsächliche Behauptungen der veröffentlichten Anzeige bezieht, zu tragen und zwar nach Maßgabe des jeweils gültigen Anzeigen tariffs. Dies gilt nur für den Fall, dass der Verlag verpflichtet ist, die Gegenanstellung abzdrukken.

5.4 Konkurrenzausschluss kann nicht gewährt werden. Platzierungsverhältnisse werden vorbehaltlich der Unterbrechungsmöglichkeit berücksichtigt. Änderungen bisheriger Platzierungen behält sich der Verlag aus umbruchtechnischen Gründen vor, sie berühren nicht die Gültigkeit des Auftrages. Ebenso behält sich der Verlag vor, Branchen-Bezeichnungen zu ändern.

5.5 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. Lässt der Verlag die ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrags.

### 6. Haftung durch den Verlag

Der Verlag haftet unbeschränkt für durch seine gesetzlichen Vertreter oder leitenden Angestellten verursachte Schäden sowie für vorsätzlich verursachte Schäden sonstiger Erfüllungsgehilfen, bei einer fahrlässigen Pflichtverletzung auch für Schäden aus

der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit.

Der Verlag haftet für Produkthaftungsschäden entsprechend der Regelungen im Produkthaftungsgesetz. Der Verlag haftet für durch seine gesetzlichen Vertreter oder leitenden Angestellten verursachte Schäden aus der Verletzung von Kardinalpflichten; Kardinalpflichten sind die wesentlichen Pflichten, die die Grundlage des Vertrags bilden, die entscheidend für den Abschluss des Vertrags waren und auf deren Erfüllung der Lizenznehmer vertrauen darf. Wenn der Verlag diese Kardinalpflichten leicht fahrlässig verletzt hat, ist seine Haftung auf den Betrag begrenzt, der für den Verlag zum Zeitpunkt der jeweiligen Leistung vorsehbar war.

Der Verlag haftet für den Verlust von Daten nur bis zu dem Betrag, der bei ordnungsgemäßer und regelmäßiger Sicherung der Daten zu deren Wiederherstellung angefallen wäre. Eine weitere Haftung des Lizenzgebers ist dem Grunde nach ausgeschlossen.

### 7. Probeabzüge; Berechnung

7.1 Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt, dass dies ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzugs gesetzten Frist mitgeteilt wird. 7.2 Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

### 8. Rechnung; Verzug; Anzeigenbeleg

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

8.2 Die Rechnung ist innerhalb der auf der Preisliste ersichtlichem auf Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

8.3 Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen.

8.4 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 Betrags und von dem Ausgleich offestehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

8.5 Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegeserien 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.

8.6 Mit Vertragsabschluss erklärt sich der Kunde damit einverstanden, dass der Verlag auftragsbegleitende Informationen wie z. B. Korrekturabzüge, Rechnungen, Statistiken oder produktergänzende Informationen per E-Mail an den Kunden versenden darf.

### 9. Kosten; Preiserminderung

9.1 Kosten für die Anfertigung bestellter Druckstöcke, Materen und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen. 9.2 Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preiserminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdruckschritt dies mit der ersten Anzeige beginnenden Inserationsjahres 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 Preiserminderung berechtigter 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 Abschlüssen Preiserminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Verlag zurücktreten konnte.

### 10. Chiffre-Anzeigen; Unterlagen; Aufbewahrung

10.1 Bei Chiffre-Anzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Elbrieffe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. 10.2 Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Briefe, die das zulässige Format DIN C 4 (Gewicht 500g) überschreiten sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen, sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann dennoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Kosten/Gebühren übernimmt.

10.3 Der Verlag behält sich im Interesse und zum Schutz des Auftraggebers das Recht vor, die eingehenden Angebote zur Ausschaltung von Missbrauch des Zifferndienstes zu Prüfzwecken zu öffnen. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.

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

### 11. Erfüllungsort und Gerichtsstand; anzuwendendes Recht

11.1 Im Geschäftsverkehr mit Käufern, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei rechtlich berechtigten Sondervermögen ist Erfüllungsort und Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Der Verlag ist aber auch berechtigt bei dem für den Sitz des Auftraggebers zuständigen Gericht zu klagen. 11.2 Es gilt deutsches Recht unter Ausschluss des UN-Kaufrechts.

Stand November 2020



#### **ERSCHEINUNGSWEISE**

6 x pro Jahr plus  
thematische Sonderhefte

#### **AUFLAGENKONTROLLE IVW**

Verbreitete Auflage IVW  
Q2/2024: 10.034 Exemplare

#### **GEDRUCKTE AUFLAGE**

Q2/2024: 22.200 Exemplare

#### **HERAUSGEBER UND VERLAG**

Ebner Media Group GmbH &  
Co. KG, Ulm

#### **GESCHÄFTSFÜHRUNG**

Marco Parrillo

#### **HEAD OF DACH**

#### **PARTNERSHIPS**

Ivo Sadovnikov  
Mobil +49(0)151 104 604 43  
sadovnikov@ebnermedia.de

#### **ANZEIGENDISPOSITION**

Marianne Grünzweig  
Tel. +49(0)731 88005-7123  
gruenzweig@ebnermedia.de

#### **BEZUGSPREIS**

Jahresabonnement  
Inland € 79,75  
(inkl. Porto und MwSt.)  
Ausland € 83,00 (inkl. Porto)  
Einzelverkaufspreis € 9,90.

#### **ANSCHRIFT**

Ebner Media Group  
GmbH & Co. KG  
Anzeigenabteilung WatchTime  
Karlstraße 3, D-89073 Ulm  
Postfach 30 60, D-89020 Ulm

#### **BANKVERBINDUNG**

Sparkasse Ulm  
IBAN:  
DE56 6305 0000 0000 0909 17  
BIC: SOLADES1ULM

#### **ZAHLUNGSBEDINGUNGEN**

Zahlung innerh. 14 Tagen,  
rein netto.  
USt-Ident-Nr. DE 147041097