

junior //consultant
&
juniorconsultant.net



Hochschulabsolventen

Junior Consultants
(Junior) Associates



(Young) Professionals

Consultants
Associate Consultants,
Analysts,
Business Analysts, Fellows,
Specialists



Studenten

Praktikanten
Werkstudenten,
Summer Associate,
Career Starters

Recruiting von Nachwuchsberatern:
Mehr Top-Kandidaten für Ihre
Unternehmensberatung gewinnen!

THEMEN, KONZEPT, PREISE, TECHNISCHE DATEN & FORMATE: Seite 2 & 3

FAQ & LEISTUNGEN: Seite 4 & 5

ONLINE-UNTERNEHMENSPOFIL AUF JUNIORCONSULTANT.NET: Seite 6 & 7

AGB: Seite 8

junior //consultant

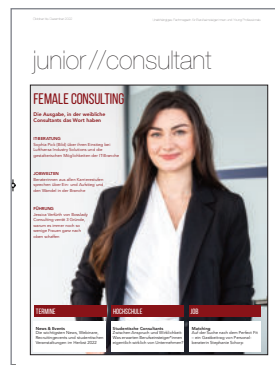
Themen und Termine

junior //consultant
Nachwuchsberater
19.000 Exemplare pro Erscheinungstermin
Bundesweit über 1.000 Lehrstühle u. student. Beratungen

junior //consultant: Themenplanung 2024 Printmagazin (Stand: 12.12.23)	Ausgabe	AS	DU	ET
<ul style="list-style-type: none"> Die besten Inhouse-Consulting-Adressen Einstieg via Dualem Studium & Trainee Beratungen für Digitalisierung + Innovation Purpose und Nachhaltigkeit Karrieresprungbrett Praktikum Frauen in der Arbeitswelt IT-Beratung 	1/24	13.03.24	20.03.24	08.04.24
<ul style="list-style-type: none"> Beratung für den Mittelstand Praxisbericht: International arbeiten Beratung für Controlling, Banking & Finance MINT: NaWis+ Ingenieure im Consulting Aus - und Weiterbildung im Consulting Hidden Champions & Boutiquen 	2/24	27.05.24	03.06.24	19.06.24
<ul style="list-style-type: none"> Special „Female Consulting“: Die Ausgabe, in der ausschließlich weibliche Consultants das Wort haben 	3/24	17.09.24	23.09.24	09.10.24
<ul style="list-style-type: none"> Arbeitgeber 2025: Beratungen im Profil Restrukturierungsberatung Beratung im Public Sector Mobility Consulting Diversity im Consulting 	4/24	08.11.24	15.11.24	02.12.24

Ein Netzwerk lebt vom Austausch! Bitte melden Sie sich mit „Ihrem Thema“, wenn Sie interessante redaktionelle Ideen haben!

Das Print-Fachmagazin erreicht die Studierenden und angehenden Absolventen direkt über die Lehrstühle, Hochschulen, Career Center und studentischen Gruppen. Als Lean-Back-Medium eignet es sich besonders dazu, die nicht-aktiv Suchenden mit gutem Storytelling über Ihr Unternehmen zu erreichen: **Genau diejenigen, die Sie als Arbeitgeber noch nicht entdeckt haben und demzufolge online gar nicht suchen können, werden über die zielgruppenspezifischen Fachmagazine frühzeitig auf Sie aufmerksam!**



ZIELGRUPPE: junior //consultant richtet sich an (potenzielle) Berufseinsteiger im Consulting – kommende und aktuelle Junior Consultants, also Studenten, Absolventen und Young Professionals, die ihre Karriere in der Beratung planen oder begonnen haben.

FACHRICHTUNGEN: Wirtschaftswissenschaftler, Wirtschaftsinformatiker sowie Ingenieure, Natur- und Geisteswissenschaftler

DIREKTMARKETING: Die aktuell 19.000 Exemplare werden über etwa 1.000 Auslagestellen bei Lehrstühlen, Fachbereichsbibliotheken und Career Centern sowie bei rund 100 studentischen Unternehmensberatungen vertrieben. Zusätzlich erfolgt die gezielte Eventauslage bei Veranstaltungen wie der Hohenheim Consulting Week, dem Consulting Cup, den JCNetwork Days und den BDSU-Kongressen. Die Links zu den digitalen Versionen der Ausgaben (PDF, E-Paper) werden an über 7.000 Mailadressaten versendet (BDSU, JCNetwork, VDSI).

juniorconsultant.net

juniorconsultant.net
Nachwuchsberater + erfahrene Berater
über 30.000 Visits pro Monat
Maximal 40 Unternehmensprofile

juniorconsultant.net	
Arbeitgeber-Profil inkl. AE	9.990,- p.a.
Arbeitgeber-Profil exkl. AE	8.492,- p.a.
Advertorial/Feature	2.990,-



ONLINE: Das Internet-Portal juniorconsultant.net (für Studenten, Absolventen, Professionals) ist besonders relevant, wenn Kandidaten aktiv auf der Suche nach Erfahrungsberichten über Ihr Unternehmen sind!

MOBIL: Die digitale Plattform ist natürlich responsive und für alle mobilen Geräte optimiert.

ZUGRIFFSZAHLN: juniorconsultant.net verzeichnet über 390.000 Visits p. a. Ein Unternehmensprofil wird je nach Contentstärke täglich zwischen 6 und 35 mal besucht.

Eine ausführliche Darstellung des Online-Unternehmensprofils finden Sie auf den Seiten 6 & 7!

Printformate und Preise

Printanzeigen: Formate, Preise und Maße

junior //consultant

Printmagazin 19.000 Exemplare: Seitenformate, Preise und Maße

1/1	6.990,-	297 X 210 mm (Anschnittanzeige)
1/2	3.990,-	quer: 145 X 210 mm hoch: 297 x 102 mm (Anschnitt)
1/3	2.890,-	quer: 94 X 210 mm hoch: 297 x 66 mm (Anschnitt)
1/4	2.290,-	hoch: 250 X 40 mm proportional: 125 x 86 mm (Satzspiegel)

1/1 Feature*: 1.790,-

Alle Formate: Höhe mal Breite
/ Anschnitt zzgl. mind. 3 mm Beschnitt und Beschnittmarken



Anschnittanzeigen
bitte immer mit
zzgl. 3 mm
Beschnitt und Be-
schnittmarken

Technische Daten für die Erstellung einer Printanzeige

- Anzeigengrößen siehe oben + mind. 3 mm Beschnitt an jeder Seite Anschnitt
- Anschnittmarken bitte nicht vergessen
- Rollenoffset (4-farbig Euroskala)
- PDF X1a, X3 oder X4, unsepariert
- Auflösung von Halbtonbildern: 300 dpi
- Vektorgrafiken in CMYK anlegen
- Sonderfarben in CMYK umwandeln
- Bilddateien für den Inhalt und den Umschlag unter Verwendung von ISO Coated v2 300% (ECI) Profilen in CMYK konvertieren. Andere Profile (z.B. SWOP) führen zu Farbveränderungen
- Bitte alle benutzten Schriften (wenn möglich Type 1 PostScript-Format statt True Type) sowie alle eingesetzten Grafiken in die PDF/EPS-Dateien einbinden.
- Keine Schriftenuntergruppen verwenden
- Bitte übersenden Sie die Daten per E-Mail an: grafik@evoluzione.de und david.lins@juniorconsultant.net

Andere Formate auf Anfrage. Alle Preise inkl. AE von 15% und zzgl. der gesetzl. MwSt. (AS = Anzeigenschluss; DU = Druckunterlagen- und Redaktionsschluss; ET = Erscheinungstermin).

*Ein Feature kann nur zusätzlich zu einer Insertion veranlasst werden. Es muss äquivalent dem Umfang der jeweiligen Insertion sein. Ab 1/1 Insertion ist auch eine zweite Seite Feature möglich.

Die redaktionelle Hoheit liegt beim Verlag. Die gesetzliche Kennzeichnungspflicht wird eingehalten. Advertorials etwa müssen als solche gekennzeichnet werden. Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen des Verlages.

**Bitte sprechen Sie uns auch gezielt auf die Möglichkeit der Jahrespartnerschaft an, die ein 12-monatiges Online-Profil mit der Präsenz in allen 4 Print-Ausgaben eines Jahres kostengünstig verbindet!
Auch kleinere Kombis sind selbstverständlich möglich.**

Wollen Sie mit uns mehr Top-Kandidaten für Ihre Unternehmensberatung gewinnen?

Werden Sie unser Partner!

Wir freuen uns auf Ihre Nachricht!

Fragen und antworten zu junior //consultant und juniorconsultant.net

Was ist das Konzept und die Intention von junior //consultant?

Primäres Ziel ist es, **Beratungsunternehmen in der Zielgruppe der consultingaffinen Studenten und Absolventen bekannter und transparenter zu machen.**

junior //consultant ermöglicht **Einblicke in die Unternehmenspraxis und die Kultur einer Firma**, die man normalerweise erst als Mitarbeiter des jeweiligen Unternehmens bekommt.

Wie gelingt das und was ist das Besondere an junior //consultant?

Die Bandbreite der Maßnahmen ist hoch: Von einer kleinteiligen Anzeige bis zu einer Jahrespartnerschaft ist alles möglich. Die besondere Stärke und der Fokus von junior //consultant und juniorconsultant.net: **Content, Storytelling und Vernetzung.**

Besonders wichtig beim Storytelling ist die Schaffung von eigenen und einzigartigen Inhalten. Hierfür führen wir Interviews mit Praktikanten, Berufseinsteigern, erfahrenen Beratern und Recruitern oder erstellen mit diesen Consultants zusammen Erfahrungsberichte und Praxisreports.

Warum beides, Print und Online?

„McKinsey Praktikum“, „BCG Einstieg“: Wer sich über einen Arbeitgeber informieren will, macht mit Sicherheit eines: Sie/er googelt und sucht nach Informationen jenseits der Unternehmenswebseite. Genau hier setzt juniorconsultant.net an und liefert mit den **Online-Unternehmensprofilen** Ergebnisse von einer unabhängigen, journalistischen Webseite. Studenten suchen während des Studiums im Normalfall noch nicht nach potenziellen Arbeitgebern. Diese Kandidaten, die aktuell nicht aktiv suchen, erreichen wir mit **Print** und machen sie so bereits frühzeitig mit potenziellen Arbeitgebern vertraut.

Wie und wo wird das Printmagazin vertrieben?

junior //consultant erscheint bundesweit und wird an **Lehrstühlen, Fakultäten und studentische Beratungen an rund 200 Hochschulen** (wir senden Ihnen gerne auf Anfrage eine Liste zu) vertrieben. Das Magazin liegt nicht in hoher Stückzahl in Mensen und Cafeterien aus wie andere Hochschultitel. Durch die extrem kleine Stückelung von 12 Exemplaren ist eine **punktgenaue Auslieferung nur an geeigneten Auslagestellen** gewährleistet. Zusätzlich werden die Links zu den PDFs und **E-Papern der Ausgaben regelmäßig per E-Mail an mehrere tausend studentische Berater** verschickt.

„Kann ich den bei junior //consultant erstellten Content für die Unternehmenskommunikation nutzen?“









Ja, natürlich. Die Artikel sind verlinkbar und gerne stellen wir auch ein PDF des Artikels zum **Einbinden auf der Karriereseite** des Unternehmens zur Verfügung. Ebenso können die Artikel beispielsweise für den Firmenblog genutzt werden. Hier bitten wir lediglich um Absprache, um eine eventuelle Google-Problematik (Stichworte: Duplicate Content/Canonical Tag) zu vermeiden.

Viele Unternehmen verwenden übrigens PDFs von erstellten Einsteigerinterviews oder Artikeln über das Onboarding, um sie neuen Mitarbeitern zu senden. Diese PDFs stellen wir Ihnen gerne auf Anfrage zur Verfügung.

Welche Möglichkeiten für Content gibt es?

Die gängigsten Features sind **Interviews, Erfahrungsberichte, Unternehmenskurzportraits und Praxisreports.**

Redaktionelle Features

		<ul style="list-style-type: none"> • Interview <p>beispielsweise Anna Ohlsen-Mangold (Roland Berger) oder Aloys Garmann (Atruvia)</p>			<ul style="list-style-type: none"> • Arbeitgeber-Profile <p>Unternehmen präsentieren sich als Top-Arbeitgeber</p>
		<ul style="list-style-type: none"> • Erfahrungsbericht <p>beispielsweise Diversity bei BwConsulting oder Unternehmenskultur bei Simon-Kucher</p>			<ul style="list-style-type: none"> • Praxisreport <p>Onboarding bei thyssenkrupp Management Consulting</p>

Müssen die Unternehmen den Content liefern?

Das Erstellen von Content ist das, was wir (mit) am besten können. **Wir kümmern uns also gerne um Interviewfragen, Autorenbriefings, das Erstellen eines roten Fadens für Erfahrungsberichte** und vieles mehr. Wir müssen nur vorher darüber sprechen, was wir zusammen erreichen und erzählen wollen.

„Unser Unternehmen veranstaltet viele Recruiting-Events. Können wir diese bei junior //consultant und juniorconsultant.net bewerben und verbreiten?“

Die **Verbreitung von Events gehört zu den inkludierten Leistungen**, wenn man sich für eine Jahrespartnerschaft oder ein Online-Unternehmensprofil entscheidet. Events werden dabei auf mehreren Ebenen verbreitet: Im Printmagazin in der ständigen Rubrik "News & Events", in der Sitebar auf der Startseite von juniorconsultant.net sowie im Online-Unternehmensprofil. Zusätzlich können wir auch unseren Facebook-Auftritt sowie den unserer Partner nutzen.

Sind die Artikel aus dem Printmagazin automatisch online? Sind die Printinhalte auch online verfügbar, sodass man mit einem Link auf den Artikel verweisen kann?

Die Magazine und deren Inhalte sind als E-Paper auf der Webseite **frei verfügb- und verlinkbar**. Alle Artikel über Unternehmen, die sich für ein Online-Unternehmensprofil (siehe Seite 6 & 7) entschieden haben, werden zusätzlich mit eigener URL **suchmaschinenoptimiert** in das Profil eingepflegt, sodass sie gut über Google und Co. gefunden werden.

„Wir wollen konkret Stellen besetzen.“ Können Unternehmen auch Stellenanzeigen schalten?

Bis zu **5 Stellenangebote** von Ihrer Karrierewebseite werden im Profil verlinkt. juniorconsultant.net ist keine Stellenbörse, jedoch besteht auch die Möglichkeit, im Onlineprofil Banner zuzubuchen.

„Ich will juniorconsultant für den Backlink-Aufbau nutzen. Ist das möglich?“

Im Profil wird an mehreren Stellen **auf Ihre Unternehmenswebseite verlinkt** und so nachhaltiger Backlinkaufbau betrieben. juniorconsultant.net wiederum betreibt die Vernetzung mit studentischen Unternehmensberatungen und deren Dachverbänden und sorgt so für die Verbreitung der Inhalte innerhalb der wichtigsten Zielgruppen.

Welchen Background hat junior //consultant?

Der Verlag evoluzione, in dem junior //consultant erscheint, publiziert **seit mehr als 20 Jahren** Magazine und Webseiten für akademische Zielgruppen und hat große Erfahrung und Know-how bei der Ansprache von Studenten und Absolventen aufgebaut. Das Printmagazin gibt es seit 2009, die Webseite seit 2012.

Haben Sie noch weitere Fragen? Schreiben Sie an post@juniorconsultant.net – wir antworten schnell und gerne!

Unsere Leistungen – Ihre Vorteile

Media & Content

Unsere Medien junior //consultant und juniorconsultant.net liefern Ihnen Reichweite und Leser-/User-Bindung und machen Ihre Kommunikation erfolgreich. Unsere Medialeistungen sorgen in der Regel für Einsparungen bei unseren Kunden in den Bereichen Contentproduktion, Adword-Kampagnen etc.

Kreativität

Durch die unmittelbare Nähe zur Zielgruppe wissen wir, welche Themen sie bewegen. Diese Kenntnis setzen wir in kreativen Interviews, Praxisbeispielen oder Erfahrungsberichten um und machen Arbeitgeber dadurch greifbar. **Gerne senden wir Ihnen Beispiele zu, die zeigen, wie Storytelling für renommierte Arbeitgeber bei uns funktioniert.**

Distribution

Die Printmagazine werden über unsere Lehrstuhl-Netzwerke (Liste der Hochschulen auf Anfrage) oder die studentischen Vereine vertrieben. Die E-Paper der Printausgaben werden übrigens auch viermal pro Jahr über die internen E-Mail-Newsletter (gesamt über 7.000 Kontakte) der beiden Dachverbände der studentischen Unternehmensberatungen, JCNnetwork und BDSU, verlinkt. Print ist auch digital. Online sorgt professionelle Suchmaschinenoptimierung dafür, dass die digitalen Inhalte der Webseite bei denen landen, die sich online informieren wollen.

Online-Unternehmensprofil

Unternehmensprofil auf juniorconsultant.net

Dieses Profil live ansehen unter <https://juniorconsultant.net/simon-kucher/>

Profil mit fester URL über Startseiten-Navigation aufrufbar

Content

Content

SEO: Suchmaschinenoptimierte Aufbereitung der Inhalte

Content

junior//consultant.net
Branchenmagazin • Netzwerk • Karriereplaner

HOME ALLE BERATUNGEN KARRIEREFRAGEN STUDENTISCHE BERATER DETAILSUCHE UNTERNEHMEN DATENSCHUTZ

Einmal Australien und zurück: Weltweit beraten bei Simon-Kucher

Zahlen und Fakten zu Simon-Kucher & Partners

Bewerbung bei Simon-Kucher & Partners

INTERVIEW

Partnerinnen bei Simon-Kucher & Partners: Nina Scharwenka und Lisa Jäger im Gespräch

Nina Scharwenka und Lisa Jäger berichten: Wie Karriere und Familie bei Simon-Kucher & Partners zusammen funktionieren

WEITERLESEN

Me and the City – and the sunny side of consulting

Office-Tausch bei Simon-Kucher & Partners: Charlotte Litrowski wechselt für ein halbes Jahr von Paris nach San Francisco

WEITERLESEN

Office-Rotation bei Simon-Kucher & Partners

Sechs Monate Down Under: Ein Rückblick von Viktoria Patsios auf ein halbes Jahr Australien

WEITERLESEN

Vom Praktikum zum Festeinstieg bei Simon-Kucher & Partners

Karrieresprungbrett Praktikum: Kay Schultze und Benedikt Junker nutzen beide ein Praktikum zum Direkteinstieg. junior//consultant traf die beiden 27-jährigen zum Doppelinterview, in dem die Reiseleiterin und der Hobbysportler erzählen, wie schnell es passieren kann, dass aus einem Praktikum ein Job wird.

WEITERLESEN

Chief Talent Officer Stephan A. Butscher von Simon-Kucher & Partners im Interview

Simon-Kucher & Partners gilt als weltweit führende Preisberatung. Chief Talent Officer Stephan A. Butscher, der seit 22 Jahren im Unternehmen ist, verrät im Interview, für welche Absolventen die Tür immer offen steht.

WEITERLESEN

ERFAHRUNGSBERICHT

FAKTEN ZU SIMON-KUCHER & PARTNERS

SIMON • KUCHER & PARTNERS
Strategy & Marketing Consultants

Das Unternehmen Simon-Kucher & Partners

Simon-Kucher & Partners gilt als weltweit führende Preisberatung. Das global operierende Unternehmen ist neben Pricing auf die Bereiche Strategie, Marketing und Vertrieb spezialisiert.

Gründungsjahr: 1985

Unser Profil: Durch die Ausrichtung auf **TopLine Power®** erzielen wir für unsere Kunden Wachstums- und Ertragssteigerungen auf der Umsatzseite. Wir gelten als weltweit führende Preisberatung.

Branchenfokus: Strategie, Marketing, Pricing und Vertrieb in allen Industriebranchen

39 Büros und mehr als 1.400 Mitarbeiter weltweit

CEOs: Mark Billige und Dr. Andreas von der Gathen

Wichtigstes Credo: Grow faster – with us!

SIMON-KUCHER // 3 STÄDTE NOVEMBER

Women in Consulting. Aim higher. With us.
Simon-Kucher Roadshow 2020: Köln 13.11. – Wien 20.11. – München 30.11.

Stärker kommunizieren, sicheres auftreten, schneller durchstarten – mit uns!
Stärke mit uns Dein professionelles Auftreten: Wie kommuniziere ich effektiv mit Kollegen, Kunden, Vorgesetzten? Wie trete ich kompetent und selbstbewusst auf? Wie überzeuge ich innerhalb von 90 Sekunden mit einem starken ersten Eindruck? Lerne mit uns, wie Du Dich als Frau erfolgreich durch die Business-Welt navigieren kannst.

Gleichzeitig bekommst Du beim Networking mit Beraterinnen von Simon-Kucher einmalige Insights und kannst Deine Karriere vorantreiben. Teilnehmen können Studentinnen, Doktorandinnen und Berufseinsteigerinnen, die Bewerbung ist jeweils bis etwa zwei Wochen vor dem jeweiligen Termin möglich.

Weitere Informationen zur Teilnahme findest Du unter: www.simon-kucher.com/women-in-consulting

STELLEN UND JOBS BEI SIMON-KUCHER

Direkt zu den Einstiegsoptionen von Simon-Kucher & Partners sowie zu den aktuellen Stellenangeboten

Basics

Basics

Basisinformationen zum Unternehmen

Basics

Events

Events auch auf der Startseite

Backlinking

Stellen

Content, SEO & Co.: Kurz und knapp das Wichtigste

Content

Unique Inhalte bilden die Basis des Profils – und für das Ranking bei Google. Der Content speist sich aus gemeinsam erstellten Features wie Erfahrungsberichten und Interviews. Um Autorenbriefing, Redigieren, Layout, Interviewfragen, redaktionellen Feinschliff, knackige Überschriften und griffige Vorspanne kümmern wir uns mit der Erfahrung von 20 Jahren publizistischer Tätigkeit. Es hilft übrigens wenig, die Inhalte, die auf der Unternehmenswebseite stehen eins zu eins zu übertragen. Diese Inhalte sind nicht unique und im besten Fall ignoriert Google diesen Duplicate Content (siehe auch Unique Content).

SEO

Google liebt **Unique Content**. Interne und externe Verlinkungen, das Setzen von H-Überschriften, Alt- und Meta-Tags, aussagekräftige URLs, Descriptions und Anchortexte sorgen für eine bestmögliche organische Platzierung (siehe auch **Erfolgsbeispiele**).

Events

Veranstaltungshinweise werden auch auf der Startseite ausgespielt und leiten interessierte User direkt auf Ihre Webseite.

Basics

Neben Stories zu finden: Informationen zu Unternehmen, Bewerbung und Einstiegsoptionen. Die wichtigsten sind immer in der Sidebar platziert, damit User, die über Google und Content auf die Seite gelangen, weitere Handlungsoptionen haben.

Stellen

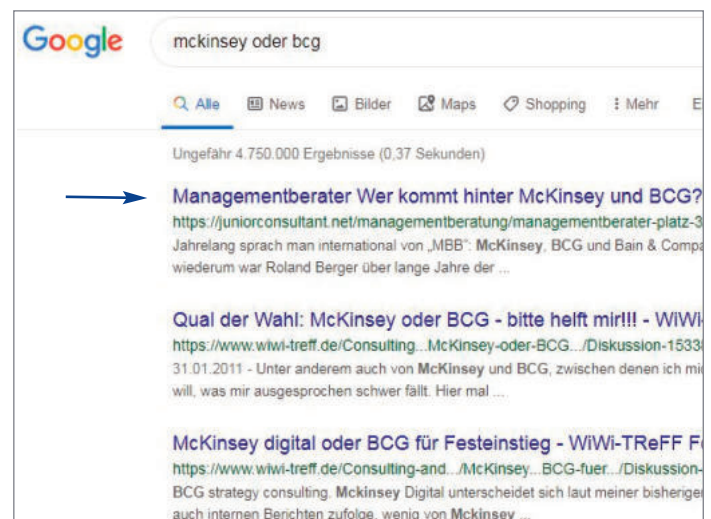
Bis zu 5 Stellenangebote von Ihrer Karrierewebsite werden im Profil verlinkt.

Backlinking

Im Profil wird auf Ihre Unternehmenswebseite verlinkt und so nachhaltiger Backlinkaufbau betrieben. juniorconsultant.net wiederum betreibt die Vernetzung mit studentischen Unternehmensberatungen und deren Dachverbänden und sorgt so für die Verbreitung der Inhalte innerhalb der wichtigsten Zielgruppen.

Erfolgsbeispiele

Wenn ein interessierter User sich über Ihr Unternehmen informieren möchte, wird er zu 99 % Ihren Firmennamen bei Google eingeben. Besondere Relevanz besitzen die Hits, die auf der ersten Ergebnisseite auftauchen und die nicht vom Unternehmen selbst stammen – sondern von einem unabhängigen Publisher. Unser Ziel und Anspruch ist es, unseren Content und Ihr Unternehmen bei relevanten Keywords oder Keyword-Kombinationen (siehe unten) auf der ersten Ergebnisseite zu platzieren. Essenziell hierfür ist Unique Content.



Unique Content

Einzigartige Inhalte besitzen die höchste Relevanz für Suchmaschinen, denn nur sie bieten Usern neue Informationen, die sie sonst nirgendwo im Netz finden. Im Gegensatz zu *Duplicate Content*, der bei unzureichender Kennzeichnung sogar zur Abwertung führen kann, ist Unique Content eines der wichtigsten Rankinginstrumente.

Das Unternehmensprofil auf juniorconsultant.net im Überblick

- Jedes Profil besteht aus mindestens vier Pages mit eigener URL
- Laufzeit/Abrechnungszeitraum: 12 Monate
- SEO-Optimierung jedes Artikels
- Einbindung Ihrer Youtube-Videos
- Stellenverlinkung
- Ankündigung Ihrer Events
- Backlink-Aufbau
- Kontinuierliche, agile Pflege, für Updates genügt eine E-Mail



Allgemeine Geschäftsbedingungen

1. Der Verlag behält sich vor, solche Anzeigenaufträge nicht anzunehmen oder einzelne Anzeigen im Rahmen eines Anzeigenauftrages abzulehnen (Rücktritt), die gegen Gesetze, behördliche Bestimmungen oder die guten Sitten verstoßen, wegen ihres Inhaltes, ihrer Herkunft oder technischen Form den einheitlichen Grundsätzen des Verlages widersprechen oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Die Ablehnung eines Anzeigenauftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Modells der Beilage und deren Billigung bindend.

2. Dem Auftrag liegen die Bedingungen der jeweils gültigen Anzeigenpreisliste und die Geschäftsbedingungen zugrunde. Bei Änderung der Anzeigenpreise treten die neuen Bedingungen auch bei laufenden Aufträgen sofort in Kraft. Der Auftraggeber ist grundsätzlich verpflichtet, sich in regelmäßigen Abständen selbst unter der öffentlich zugänglichen Internetseite mediadaten.evoluzione.de über mögliche modifizierte Mediadaten des Verlages zu informieren. Der Verlag ist nicht verpflichtet, dem Auftraggeber nachzuweisen, diesen über modifizierte Mediadaten informiert zu haben.

3. Platzvorstellungen werden nicht als Auftragsbestandteil angesehen. Sie gelten für den Verlag lediglich als Platzwünsche und werden nach Möglichkeit erfüllt. Etwaige redaktionelle Kooperationen werden ebenfalls nicht als Auftragsbestandteil gesehen, sondern lediglich als Optionen, die sich immer im Rahmen des Pressegesetzes zu bewegen haben und jederzeit aufgrund aktueller Themenanpassungen ersatzlos gestrichen werden können. Spätere Reklamationen wegen Nichteinhaltung solcher Vorschriften können daher nicht als Vertragsbestandteil geltend gemacht werden.

4. Für die rechtzeitige Lieferung einwandfreier Druckvorlagen, Advertorials/Features (Online und Print), Banner oder Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Ebenso trägt er die Verantwortung für Copyright-freie Werbemittel (inklusive Bildmaterialien oder Logos, welche zur Content-Bebilderung überlassen werden) und stellt bei Unterlassung den Verlag frei von Ansprüchen Dritter. Sind Copyrights zu berücksichtigen, hat der Auftraggeber den Verlag unaufgefordert vor einer etwaigen Veröffentlichung darüber zu unterrichten. Bei fermündlich aufgegebenen Änderungen wird keine Haftung für die Richtigkeit von Werbeveröffentlichungen, Advertorials oder Features übernommen.

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 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. Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung und unerlaubter Handlung sind ausgeschlossen. Dies

gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seiner Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den vorhersehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts beschränkt. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg gemacht werden.

6. Im Falle einer telefonischen Auftragserteilung kommt das Vertragsverhältnis mit der schriftlichen Bestätigung des Verlages zustande.

7. Die Rechnung ist innerhalb von 7 Tagen ab Rechnungsdatum zu bezahlen. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

8. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in Höhe von 12,25% sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die weiteren Anzeigen Vorauszahlung verlangen.

9. Die Pflicht zur Aufbewahrung von Druckunterlagen endet zwei Monate nach Erscheinen der letzten Anzeige, sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen worden ist.

10. Kosten für die Anfertigung von Lithos sowie vom Kunden gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Kunde zu tragen. Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar und werden dieselben erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Kunde bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche. Treffen beschädigte Druckunterlagen erst unmittelbar vor Drucklegung des Blattes bei dem Verlag ein, so hat der Kunde die aus der erforderlichen Sonderbemühung des Verlages entstehenden Kosten zu tragen.

11. Ein Auflagenrückgang ist nur dann von Einfluss auf das Vertragsverhältnis, wenn eine Auflagenhöhe zugesichert ist und diese um mehr als 20% sinkt. Sollte die Auflage um mehr als 20% absinken, sind etwaige Preisminderungs- und Schadensersatzansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige von dem Vertrag zurücktreten kann. Andernfalls hat der Auftraggeber solange ein Anrecht auf eine Wiederholung seiner Anzeige, bis die ursprünglich vereinbarte Auflagenhöhe erreicht ist.

12. In Fällen höherer Gewalt erlischt jede Verpflichtung auf Erfüllung von Aufträgen und Leistung von Schadensersatz. Insbesondere wird auch kein Schadensersatz für nicht veröffentlichte oder nicht rechtzeitig veröffentlichte Anzeigen geleistet. Bei

Betriebsstörungen, Werbe- oder Auslageverboten an Hochschulen oder in Fällen höherer Gewalt, Arbeitskampf, Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen – sowohl im Betrieb des Verlages als auch in fremden Betrieben, derer sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient – hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, sofern die Verbreitung der Auflage spätestens 28 Tage nach dem ursprünglichen Veröffentlichungsdatum beginnt und mindestens 75% der ursprünglich vereinbarten Auflage verbreitet wird.

13. Die Verbreitung der Auflage als E-Paper kann Bestandteil der Auflage sein und wäre im Falle einer solchen Verbreitung vollwertig in der Gesamtauflage inkludiert, auch wenn sie nicht separat ausgewiesen ist.

14. Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen. Dem Auftraggeber obliegt es, den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen, die diesen aus der Ausführung des Auftrages, auch wenn er storniert sein sollte, gegen den Verlag erwachsen. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden.

15. Im Falle von Stornierungen von mindestens einer Anzeige, der ein Sondertarif zugrunde liegt, tritt automatisch die normale Mengen- und Malstaffel auch rückwirkend für alle anderen im Grundabschluss betroffenen Anzeigen in Kraft.

16. Im Falle der eintretenden Zahlungsunfähigkeit oder Zahlungsverzögerung einer im Auftrag eines Unternehmens handelnden Mediaagentur haftet das Unternehmen als Nutznießer der Insertion für die Forderungserfüllung gegenüber dem Verlag.

17. Das alleinige Urheber- und Nutzungsrecht bei gemeinsam mit Unternehmen entwickelten, redaktionellen Storys liegt alleine beim Verlag. Die Unternehmen garantieren, Einverständniserklärungen seitens etwaiger, in diesen Storys erwähnten Mitarbeiter zeitlich unbefristet eingeholt zu haben, so dass sie vom Verlag für alle Medien uneingeschränkt nutzbar sind.

18. Für alle in den Medien des Verlages publizierten Inhalte gilt: Der Nachdruck oder die Übernahme in Onlinemedien ist nur nach vorheriger Zustimmung des Verlages gestattet. Eine Zustimmung gilt niemals unbefristet und kann ohne Angabe von Gründen jederzeit vom Verlag widerrufen werden.

19. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Der Gerichtsstand ist der gesetzliche.

20. Selbst wenn eine der hier verwendeten Klauseln unwirksam sein sollte, wird die Wirksamkeit der übrigen Klauseln nicht berührt.

Verlagsanschrift:	Evoluzione GmbH, Ramsauerstr. 11, 81379 München
Telefon (Zentrale):	089.76 900 30
Telefon:	089.76 900 371
Telefax:	089.76 900 339
E-Mail:	marketing@evoluzione.de
Geschäftsbedingungen:	Für die Abwicklung von Aufträgen gelten die Geschäftsbedingungen des Verlages.
Zahlungsbedingungen:	Rechnungen sind am Erscheinungstag der Ausgabe fällig, in der die Anzeige veröffentlicht wird.
Rücktritt:	Schriftlich bis 3 Wochen vor Anzeigenschluss.
Fassung:	Dies sind die junior //consultant-Mediadaten 22.5 mit Wirkung vom 01.06.2022. Alle vorherigen Mediadaten verlieren ihre Gültigkeit. Bitte informieren Sie sich regelmäßig über mediadaten.juniorconsultant.net bezüglich etwaiger Änderungen.