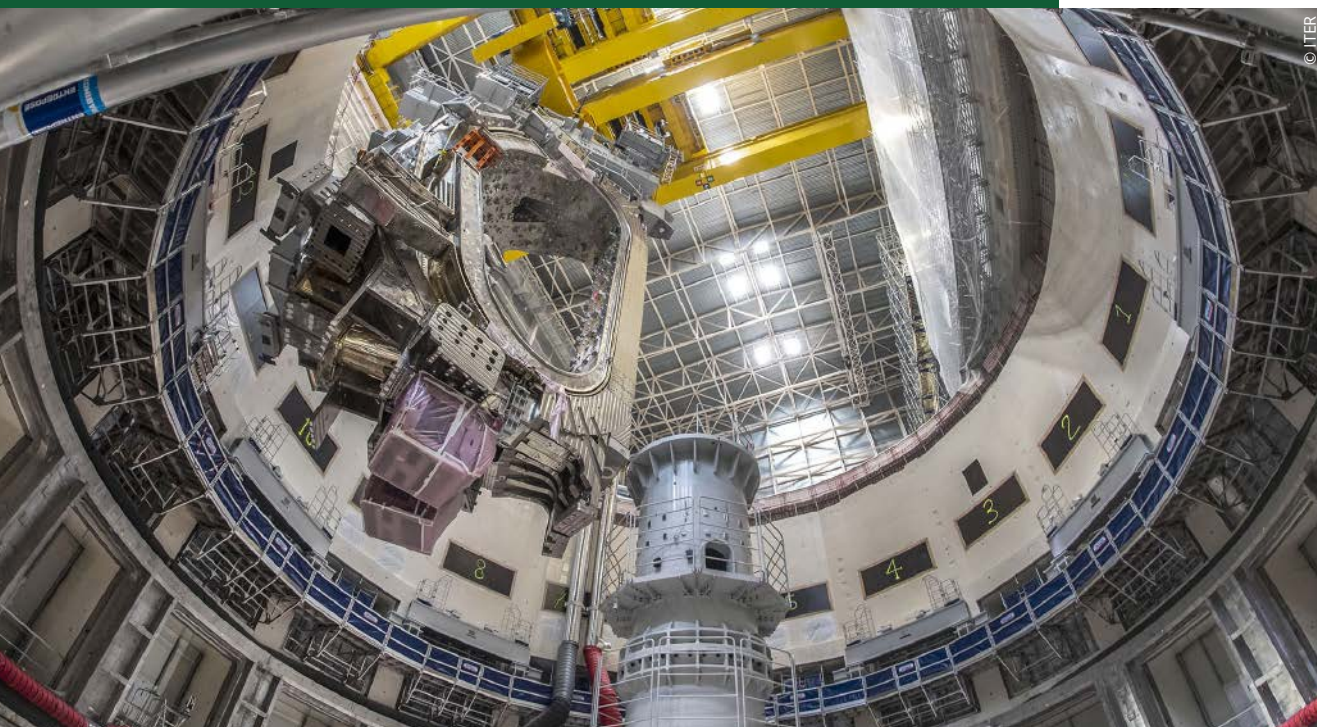


WILEY



2023 Mediadaten **Vakuum in Forschung und Praxis**

Überzeugende Lösungen durch
strategische Partnerschaften

www.vip-journal.de



Vakuum in Forschung und Praxis

Kurzprofil

Die *Vakuum in Forschung und Praxis (VIP)* ist die Fachzeitschrift für ionen- und plasmagestützte Vakuumbeschichtungsverfahren und den damit verwandten Technologien. Mit diesem redaktionellen Schwerpunkt ist sie einzig im deutschsprachigen Raum und versteht sich als Bindeglied zwischen Forschung und Anwendung.

Die *VIP* richtet sich an Wissenschaftler, Ingenieure und Techniker in Entwicklung, Konstruktion, Produktmanagement, Marketing und Vertrieb. In ausgewählten Fachbeiträgen beschreibt sie Grundlagen, Weiterentwicklungen, Anwendungen und Perspektiven der Vakuumbeschichtung – einer Schlüsseltechnologie für viele Hightech-Märkte.

Der Magazinteil umfasst Nachrichten aus Märkten und Forschungseinrichtungen, Netzwerken und Verbänden ebenso wie Produktinformationen, Tagungsberichte und Veranstaltungshinweise. Anwendungsbezogene Lexikonartikel fassen Basiswissen zu relevanten Verfahren und Methoden zusammen und physikalisch-technische Hintergründe zu neuen Produkten werden vorgestellt.

Zusätzlich präsentiert die *VIP* auf dem Physikportal pro-physik.de aktuelle branchenbezogene Nachrichten und in der **WILEY ONLINE LIBRARY** einen abonnierbaren Zugriff auf die Online Ausgabe.

Inhalt

2	Kurzprofil/Verlagsangaben	9	Technische Angaben
3	Preise & Formate	10	pro-physik.de
4	Preise & Formate	11	AGB
5	Anzeigenformate	12	AGB
6	Themen & Termine	13	Ansprechpartner
7	Themen & Termine	14	Verlag
8	Advertorials		

Verlagsangaben

Erscheinungsweise
6 x jährlich

Jahrgang
35. Jahrgang 2023

Druckauflage
3.000

Commercial Manager
Jörg Wüllner

Anzeigenleitung
Änne Anders

Redaktion
Dr. Oliver Dreissigacker
Lisa Kleinen

Jahresabonnement
Print: € 554,-
Online: € 531,-
Print + Online: € 597,-
Einzelheft: € 105,-
zzgl. MwSt.

cs-germany@wiley.com

ISSN
0947-076X (print)
1522-2425 (online)

Format der Zeitschrift
DIN A4

Organ/Herausgeber
Offizielles Organ der DVG
Deutsche Vakuum-
Gesellschaft e. V.

Preise & Formate

Anzeigen	Breite x Höhe in mm	Preis €
1/1 Seite	187 x 250	5.750
2/3 Seite hoch	120 x 250	4.540
2/3 Seite quer	187 x 166	4.540
Juniorpage	119 x 186	4.130
1/2 Seite hoch	90 x 250	3.610
1/2 Seite quer	187 x 125	3.610
1/3 Seite hoch	60 x 250	2.900
1/3 Seite quer	187 x 84	2.900
1/4 Seite hoch	90 x 128	2.440
1/4 Seite quer	187 x 63	2.440
1/8 Seite hoch	90 x 63	1.950
1/8 Seite quer	187 x 30	1.950

Vorzugsplätze

Titelseite, inkl. Legende (nach Absprache)	4.920	
2. US, 4. US	210 x 297	6.080

zzgl. 3 mm Beschnittzugabe an allen Seiten

Zuschläge

Anzeigen im Anschnitt (3 mm Beschnittzugabe)	300
----------------------------------------------	-----

Zuschläge sind nicht rabattfähig

Beihefter	Breite x Höhe in mm	Preis €
2-seitig A4*	210 x 297	5.750
4-seitig A4*	420 x 297	7.365

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

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

Beilagen ⁴	Gewicht	Preis €
lose eingelegt und bis zum Format 200 x 269 mm		
Auflage: 3.000 Exemplare	bis 25 g	2.350

Beilagen mit höherem Gewicht auf Anfrage

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 werden gewährt.

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. Oktober 2022. Damit verlieren alle bisherigen Preislisten ihre Gültigkeit.

Preise & Formate

Produkte- & Lieferantenverzeichnis

In jeder Ausgabe von Vakuum in Forschung und Praxis erscheint ein Bezugsquellenverzeichnis für Vakuum- und Plasmatechnologie und Dünne Schichten. Eine Druckzeile ist 45 mm breit und umfasst etwa 34 Buchstaben (Zwischenräume jeweils als ein Buchstabe gerechnet). Die Stichwörter sind in Deutsch und Englisch und können jederzeit nach Ihren Wünschen ergänzt werden. Die Eintragungen laufen bis auf Widerruf. Mindestlaufzeit ein Jahr (= 6 Ausgaben).

Neuaufnahmen und Änderungen sind zu jeder Ausgabe möglich.

Alle Eintragungen werden zusätzlich kostenfrei im Internet unter www.pro-physik.de präsentiert.

Premium-Eintrag	€/Ausgabe und Stichwort
Eintrag bis zu sieben Zeilen für Unternehmens- und Kontaktdaten und Firmenlogo bis 10 mm Logo-Höhe, 4-farbig Platzierung des Firmenlogos über dem Texteintrag	130
Basis-Eintrag	
Grundeintragung bis zu vier Zeilen für Unternehmens- und Kontaktdaten	70

Beispiel für Premium-Eintrag



VAT
 Vakuum-Apparate-Technik
 Deutschland GmbH
 Zur Wetterwarte 50, Haus 337/G
 01109 Dresden
 Tel.: +49 351 501 934 00
 Fax: +49 351 501 934 01
 de@vatvalve.com
 www.vatvalve.com

Beispiel für Basis-Eintrag

METALLIC FLEX GmbH
 Tel. 0049 5606 563 174
 info@metallicflex.de
 www.metallicflex.de

Leistungen Print und Online

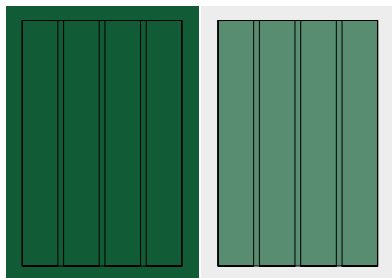
Auflage Vakuum in Forschung und Praxis pro Ausgabe	3.000
Unique visits pro-physik.de pro Monat	35.000
Page impressions pro Monat	73.000

Quelle: Plausible

Rabatte

ab 6 Stichwörter	5 %
ab 12 Stichwörter	10 %
ab 18 Stichwörter	15 %
ab 24 Stichwörter	20 %

Anzeigenformate

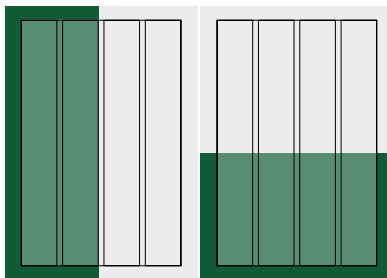


1/1 Seiten im Satzspiegel/Anschnitt

Format im Satzspiegel:
187 x 250 mm

Format im Anschnitt:
210 x 297 mm
zzgl. 3 mm Beschnitt an allen Seiten

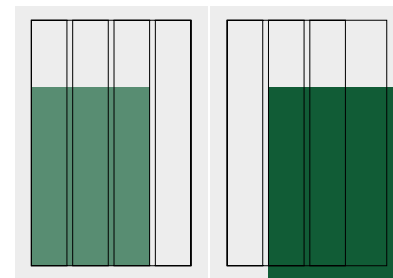
Endformat:
216 x 303 mm



1/2 Seiten im Satzspiegel/Anschnitt

Format im Satzspiegel:
hoch: 90 x 250 mm
quer: 187 x 125 mm

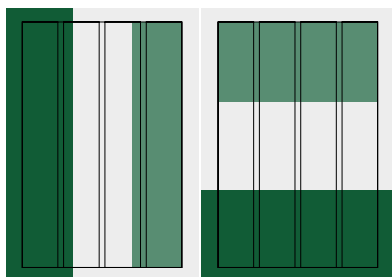
Format im Anschnitt:
hoch: 102 x 297 mm
quer: 210 x 147 mm



Juniorpage

Format im Satzspiegel:
119 x 186 mm

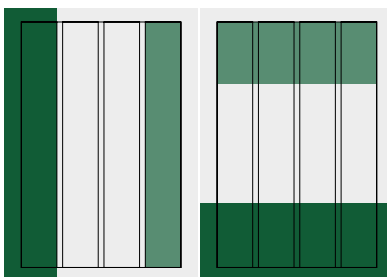
Format im Anschnitt:
134 x 209 mm



1/3 Seiten im Satzspiegel/Anschnitt

Format im Satzspiegel:
hoch: 60 x 250 mm
quer: 187 x 84 mm

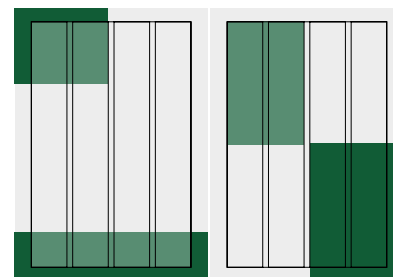
Format im Anschnitt:
hoch: 70 x 297 mm
quer: 210 x 104 mm



1/4 Seiten im Satzspiegel/Anschnitt

Format im Satzspiegel:
hoch: 90 x 128 mm
quer: 187 x 63 mm

Format im Anschnitt:
hoch: 106 x 151 mm
quer: 210 x 82 mm



1/8 Seiten im Satzspiegel/Anschnitt




Format im Satzspiegel:
klassik: 90 x 63 mm
quer: 187 x 30 mm

Format im Anschnitt:
klassik: 100 x 86 mm
quer: 210 x 48 mm

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

Themen & Termine

Ausgaben	1 Februar	2 April	3 Juni
Erscheinungstermin	13.02.2023	13.04.2023	13.06.2023
Anzeigenschluss	13.01.2023	13.03.2023	10.05.2023
Redaktionsschluss	18.11.2022	16.01.2023	15.03.2023

Messen	 DPG-Tagungen Hannover, 06.-10.03.2023 Dresden, 20.-24.03.2023 26.-31.03.2023	 Hannover Messe Hannover 17.-21.04.2023	Intersolar Europe München 14.-16.06.2023
	 PUMPS & VALVES 2023 Dortmund 29.-30.03.2023	Sensor + Test Nürnberg 09.-11.05.2023	
	W3+ Fair Wetzlar 29.-30.03.2023	SMTconnect Nürnberg 09.-11.05.2023	
		Control Stuttgart 09.-12.05.2023	
		SVC Annual Technical Conference National Harbor, MD, USA 06.-11.05.2023	
		International Conference on Metallurgical Coatings and Thin Films (ICMCTF) San Diego, CA, USA 21.-26.05.2023	

Schwerpunktthema	Pumpentechnologie: Vernetzung und Digitalisierung · Neue Planungshilfen und Diagnosetools · Intelligente Steuerung, Fernzugriff und Überwachung · Einbindung in Industrieanlagen und Großforschungseinrichtungen	35 Jahre ViP – Jubiläumsausgabe · Fortschritte in der Vakuummesstechnik und Pumpentechnologie · Neue Konzepte in der Anlagentechnologie und Dünnschichttechnik · Traditionsunternehmen und Durchstarter in Vakuum-, Plasma-, Dünnschicht- und Oberflächentechnik	Vakuum für die Quantentechnologie · Dünnschichtquantenmaterialien · Vakuum für Quantenexperimente · Kryotechnik · Hightech-Vakuumventile · Schnellere Computer · Übertagende Sensoren
------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

WISSEN KOMPAKT:

Lexika: Oberflächenanalytik | **GIG** – gelernt ist gelernt: Grundlagen der Vakuumtechnik

Ständige Rubriken

News: Industrie und Forschung | **Produkte:** Informationen und Reports | **Community:** Unternehmen, Institute, Personen
Events: Vor- und Nachschauen von Messen und Konferenzen | **Perspektiven:** Neue Anwendungen, Neue Prozesse, Zukunftsmärkte

Themen & Termine

Ausgaben	4 August	5 Oktober	6 Dezember
Erscheinungstermin	17.08.2023	12.10.2023	15.12.2023
Anzeigenschluss	19.07.2023	12.09.2023	16.11.2023
Redaktionsschluss	24.05.2023	18.07.2023	21.09.2023
Messen	 EFDS V2023 Dresden 19.-21.09.2023	eMove360° Europe München 24.-26.10.2023	
	POWTECH Nürnberg 26.-28.09.2023	 PUMPS & VALVES 2023 Zürich, Schweiz 25.-26.10.2023 + LOGO	
	parts2clean Stuttgart 26.-28.09.2023		
Schwerpunktthema	Oberflächen für die Optik: Anlagen und Anwendungen <ul style="list-style-type: none"> · Photonische Dünnschichtsysteme · Funktionaler Oberflächen auf Glas · Gasphasenabscheidung (CVD, PECVD), Elektronenstrahlbedampfung (EBE), Atomlagenabscheidung (ALD), Sputtertechniken · Batch- und Inline-Anlagen 	Vakuum in der Analytik: Methoden, Ausrüstung, Anwendungen <ul style="list-style-type: none"> · Miniaturisierung in der Pumpentechnik · Vakuumesstechnik · Massenspektrometrie, Elektronenspektroskopie, Röntgenanalyse · Methodenkombinationen 	Vakuumtechnik und Energie: Vom Schwungrad bis zur Supraleitung <ul style="list-style-type: none"> · Tribologische Schichten · Dünnschichtsolarzellen · Vakuum- und Plasmatechnik für Fusionsplasmen · Oberflächentechnik für Brennstoffzelle und Elektrolyseur · Konversion und chemische Speicher

WISSEN KOMPAKT:

Lexika: Oberflächenanalytik | **GIG** – gelernt ist gelernt: Grundlagen der Vakuumtechnik

Ständige Rubriken

News: Industrie und Forschung | **Produkte:** Informationen und Reports | **Community:** Unternehmen, Institute, Personen
Events: Vor- und Nachschauen von Messen und Konferenzen | **Perspektiven:** Neue Anwendungen, Neue Prozesse, Zukunftsmärkte

Advertorials

Ein Advertorial ist das passende Format, umfangreiche Produktinformationen und Applikationen im eigenen Corporate Identity zu präsentieren. Die Inhalte und die Gestaltung liegen bei Ihnen. Es erfolgen keine redaktionellen Eingriffe, so dass ein sehr zeitaufwändiges erneutes Einholen von Druckfreigaben entfällt. Dieser Aspekt mag gerade für globale Unternehmen interessant sein.

Andererseits können Advertorials auch im Layout der Fachzeitschrift gestaltet werden. Die Vorteile sind der Image-Transfer der Fachzeitschrift auf das Produkt/die Anwendung und die Steigerung der Sympathie.

Advertorials vermitteln ein hohes Maß an Glaubwürdigkeit und finden somit hohe Aufmerksamkeit und Werbewirksamkeit in der Leserschaft.

Advertorial	Preis €*
2-seitig	6.130
3-seitig	8.715
4-seitig	11.480

* alle Preise beinhalten zwei volle Pdf-Korrekturläufe. Erst ab dem dritten Pdf-Korrekturlauf fallen 45 € Bearbeitungspauschale pro PDF an.

Beispiel 2-seitiges Advertorial

SICHERHEITSMANAGEMENT

Mit Sicherheit verkaufsfördernd

Videouberwachungssysteme verhindern nicht nur Ladendiebstähle, sondern können Händlern auch helfen, die Kaufabsichten eines Kunden frühzeitig zu erkennen



Einzelhändler treffen täglich tausende Entscheidungen, um den Umsatz zu steigern. Sie überlegen sich zum Beispiel, wo die Proben mit den neuesten Düften aufgestellt werden sollen. Das ist am besten natürlich dort, wo besonders viele Kunden vorbeikommen. In Supermärkten stehen die neuesten DVDs im Kassenbereich, um die Kunden zu einem Impulskauf zu bewegen. Diese und viele andere kleine Entscheidungen machen den Unterschied, ob das Tagesumsatzziel erreicht wird – oder eben nicht.

Natürlich gibt es auch Entscheidungen mit größerer Tragweite: Wie viele Verkaufsmitarbeiter muss der örtliche Kleidungsdiscounter in der Vorweihnachtszeit einstellen? Was ist zahlenmäßig das beste Verhältnis zwischen Kassierern und Einrumpfpersonal? Wird am verkaufstiefsten Sonntag bei schönem Wetter mehr Betrieb in der Gartenabteilung des Baumarktes herrschen oder in der Küchen- und Badabteilung? Und wie wirkt sich das auf die Personalbesetzung aus?

Solche Entscheidungen werden im Einzelhandel auf der Basis ganz unterschiedlicher Faktoren getroffen: Bauchgefühl, Erfahrungswerte, Wetterbericht oder einfach gesunder Menschenverstand. Immer mehr Einzelhändler nutzen inzwischen aber eine Technologie, an die die wenigsten denken würden, wenn sie Entscheidungen genauer, verlässlicher und schneller treffen wollen – das Sicherheitssystem.

Mehrwert von Videouberwachungssystemen
Mit Videouberwachungssystemen werden üblicherweise Ladendiebstähle verhindert. Außerdem lassen sich kriminelle Handlungen dadurch auch zu einem gewissen Grad vorhersagen. Das gleiche Konzept lässt sich über die Sicherheit hinaus auch für kommerzielle Zwecke nutzen. Die einfache Überlegung: Wenn am verdächtigen Verhalten eines Kunden ein drohender Ladendiebstahl oft schon vor der eigentlichen Tat erkannt werden kann, warum sollte diese Methode nicht auch dabei helfen, die Kaufabsichten eines Kunden frühzeitig zu erkennen? Viele Einzelhändler haben dieses besondere Potenzial ihrer Sicherheitssysteme allerdings noch nicht erkannt.

Videouberwachungssysteme werden häufig an öffentlichen Orten eingesetzt, um Straftaten zu erkennen, noch bevor diese geschehen. Im Einzelhandel wird die Videoanalyse in erster Linie eingesetzt, um Ladendiebstähle zu verhindern und um Bereiche wie Lagerhallen oder -räume zu überwachen. Dazu wird das System so programmiert, dass das Sicherheitspersonal alarmiert wird, wenn sich eine unbefugte Person beispielsweise länger an einem Ort aufhält, oder sich auf eine auffällige Art und Weise bewegt. Das Sicherheitspersonal kann dann im Ernstfall schneller handeln.

In einem Geschäft können solche Bewegungsmuster jedoch auch etwas ganz anderes beude-

SICHERHEITSMANAGEMENT

Mehr zum Einsatz von Videotechnik ab Seite 33



Videouberwachungssysteme verhindern nicht nur Ladendiebstähle, sondern können Händlern auch hilfreiche Einblicke zur Verkaufsförderung bieten.

in ein bestimmtes Regal greifen. So könnte der Einzelhändler das teure Videospiel, das die Schüler der nahe gelegenen Schule scheinbar unbedingt haben möchten, zum Sonderpreis anbieten.

Die Auswertung der Kundenzahlen ist auch zur Verfolgung und Analyse von Trendverläufen beim Kundenaufkommen einsetzbar. Somit kann zu jeder Zeit eine angemessene Personalbesetzung garantiert werden. Stellen Sie sich zum Beispiel ein Juweliergeschäft mit mehreren Filialen in Düsseldorf vor. Hier kann die Geschäftsleitung durch den intelligenten Einsatz des bestehenden Videouberwachungssystems erkennen, dass in der Filiale auf der Kö werktags während der Mittagspause stets zu wenig Personal vorhanden ist. Entsprechend könnte zeitweilig Verkaufspersonal von anderen Filialen dorthin entsendet werden, was Ressourcen effizient nutzt und Kosten optimiert. Außerdem wäre gewährleistet, dass der Kunden stets eine optimale Betreuung erhalten und dadurch letztendlich bereit sind, mehr Geld auszugeben. Mit einer integrierten Lösung – inklusive einer Zugangskontrolle – kann der Einzelhändler außerdem problemlos Zugangskarten programmieren, mit denen dem Verkaufspersonal zu den Spitzenzeiten in mehreren Filialen der Zutritt gewährt wird.

Die per Videoanalyse ermittelten Kundenzahlen in Einkaufszentren könnten auch bei der Säm-

lung von Informationen für potenzielle Mieter von Verkaufsfächen helfen. Der Vermieter hat gute Argumente für zukünftige Einzelhandelspartner an der Hand, wenn er belegen kann, in welchen Bereichen des Einkaufszentrums wüchentlich, monatlich oder jährlich der größte Kundenbetrieb herrscht. Zunehmend interessant dürften diese Informationen auch für Betreiber von sogenannten „Pop-up-Stores“ wie beispielsweise einer Fruchtsaftbar sein.

Umsatzbringer Sicherheitslösung
Selbst Einzelhändler, denen die Möglichkeiten der Videoanalyse nicht zur Verfügung stehen, können Alarm- oder Zutrittskontrollsysteme für nicht sicherheitsbezogene, gewerbliche Zwecke einsetzen. Einige Privatbankkunden verwenden heute schon Systeme, die anzeigen, wenn ein Kunde eine Broschüre aus dem Regal nimmt. Der entsprechende Kundenberater – beispielsweise ein Spezialist für Immobilien- oder Konsumtenkredite – kann sich dann direkt an den Kunden wenden und eine weitere Beratung anbieten.

Letztendlich lohnt es sich auch einen Blick auf die Aufgaben des Sicherheitspersonals zu werfen. Obwohl sie Verluste durch Ladendiebstahl verhindern, werden sie doch von den meisten Einzelhändler als zusätzlicher Kostenaufwand betrachtet. Wenn Sicherheitssysteme aber wicher-

tige – und potenziell umsatzfördernde – Informationen zum Kaufverhalten der Kunden liefern, könnten die Aufgaben des Sicherheitspersonals erweitert werden und somit direkt zur Umsatzsteigerung beitragen.

Immer mehr Einzelhändler erkennen, welche zusätzlichen Möglichkeiten die Sicherheitslösungen bieten. Die meisten unterschätzen aber das Potenzial dieser Lösungen als Umsatzbringer für ihr Geschäft. In einem harten wirtschaftlichen Umfeld zählt heutzutage jeder einzelne Verkauf. Jeden Kundenwunsch zu erkennen und zu bedienen, ist von entscheidender Bedeutung. Die Einzelhandelsbranche sollte intelligente Umdenken und Sicherheitssysteme als intelligente Lösung für bessere Geschäfte betrachten.

Honeywell

Honeywell Security Group
Novar GmbH
Johannes-Maube-Str. 14 · 72458 Albstadt
Tel.: 07431/801-0
info.security.de@honeywell.com
www.honeywell.com/security/de

Technische Angaben

Zeitschriftenformat

210 x 297 mm (Breite x Höhe), DIN A4
187 x 250 mm (Breite x Höhe), Satzspiegel
Spaltenanzahl: 4, Spaltenbreite 45 mm oder
Spaltenanzahl: 3, Spaltenbreite 59 mm

Druckverfahren

Rollenoffset, Klebebindung
Druckprofil: ISO Coated_v2

Farben

Euro-Skala

Übertragung per E-Mail:

sedam@wiley.com

Nur folgende Datenformate können bearbeitet werden:

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

Offene Dateien:

Photoshop
InDesign

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.

Übermittlungsmöglichkeiten

per E-Mail an sedam@wiley.com



WILEY-VCH GmbH
Silvia Edam
Boschstraße 12
69469 Weinheim
Tel.: +49 (0) 6201 606-570

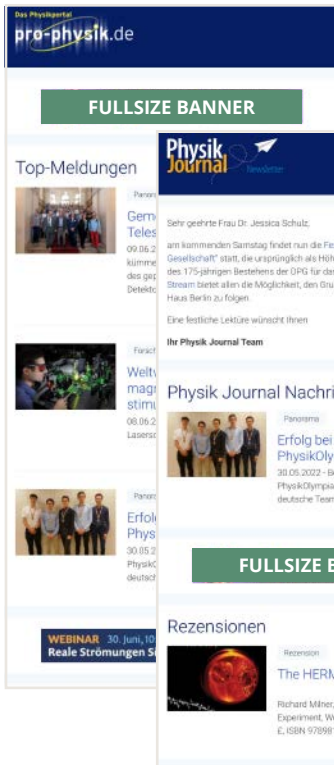
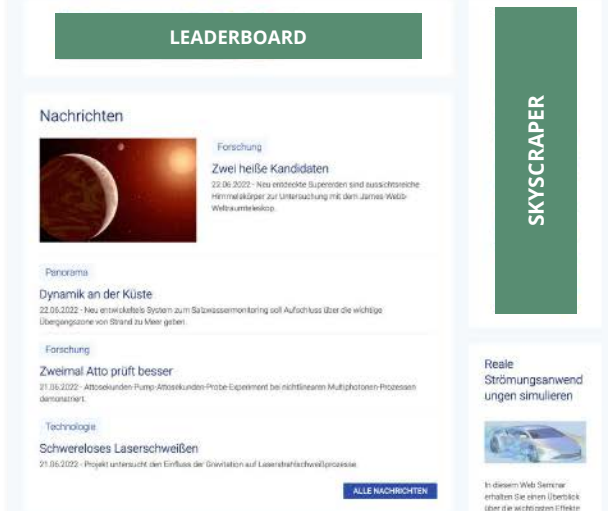
pro-physik.de

Pro-physik.de ist das führende deutschsprachige Fachportal für alle Gebiete der Physik. Tagesaktuell bietet es News und Beiträge aus den Bereichen Industrie, Technologie, Forschung und Hochschule sowie aus der DPG (Deutsche Physikalische Gesellschaft).

Ein umfangreicher Stellenmarkt, das Bezugsquellenverzeichnis mit komfortabler Suchfunktion sowie Produktinformationen runden das Angebot ab.

Die Nutzer von pro-physik.de stammen mehrheitlich aus der Industrie, aus Forschungseinrichtungen und Universitäten. Das Portal verzeichnet monatlich 35.000 Unique Visits und 73.000 Page Impressions.

Ausführliche online-Mediadaten senden wir Ihnen gerne zu!



Produkt des Monats

Ihre Produktinformation wird mit Produkt- und Firmenname sowie Abbildung auf allen Seiten (ausgenommen Stellenmarkt) von pro-physik.de und in den E-Newslettern präsentiert.

Außerdem wird Ihr Produkt-Highlight für insgesamt sechs Monate (4 Wochen davon auf einer der ersten 4 Positionen) in der Produktdatenbank des Portals gezeigt.

Als dritte Komponente erscheint die Produktinfo prominent in der parallel erscheinenden Monats-Ausgabe im Physik Journal (Auflage: 50.000).

Preis: € 2.100

Webinar

Ein Webinar ist eine audio-visuelle online-Präsentation von 60 Minuten.

Leistungen des Verlages:
Technik, Moderation, Akquisition der Teilnehmer, Aufzeichnung 6 Monate lang auf pro-physik.de verfügbar, Kontaktdaten der Registrierungen.

Preis pro Webinar: **€ 12.980**

Attraktiver Mengenrabatt wird gewährt.

Content Ad

Die Content Ad ist prominent auf der Einstiegsseite des Portals platziert und erfährt damit große Aufmerksamkeit.

In der Content Ad können Sie Ihr Produkt, Ihre Dienstleistung oder eine Veranstaltung als Advertorial – d.h. im redaktionellen Stil – präsentieren. Sie beinhaltet eine Abbildung bzw. ein Logo, einen Kurztex sowie den direkten Link auf Ihre gewünschte Seite.

Ebenso können Sie Ihr White Paper mit einem Teaser-Text, einer Abbildung und Verlinkung präsentieren.

Preis/Monat € 1.700

Bannerformat	Preis €/Monat
Leaderboard (728 x 90 px)	1.450
Wide Skyscraper (160 x 600 px)	1.600
Medium Rectangle (300 x 250 px)	1.400

Physik E-Newsletter

Der Physik E-Newsletter erscheint wöchentlich. Seinen Abonnenten bietet er einen umfassenden Überblick über aktuelle Artikel, News, Interviews und zweiwöchentlich über Informationen aus der DPG.

Die E-Newsletter pro-physik.de (6.000 Empfänger) und Physik Journal (18.000 Empfänger) werden als Paket zum wöchentlichen Physik E-Newsletter angeboten.

Sie erreichen also die Newsletter-Abonnenten der DPG und andere Experten aus Industrie und Forschung in allen Bereichen der Physik.

Bannerformat	Preis/Monat
Full Size Banner (468 x 60 px)	€ 1.700

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen & Sonderdrucke

DEFINITIONEN

1. Im Rahmen dieser AGB gelten folgende Definitionen:

- (a) **„Wiley“:** die Gesellschaft des Konzerns John Wiley & Sons, welche die Anzeigen- und Sonderdruckleistungen erbringt, entsprechend der Auftragsbestätigung oder der von der betreffenden Wiley-Gesellschaft oder ihrem Bevollmächtigten ausgestellten Rechnung.
- (b) **„Anzeige“:** jede vom Kunden verlangte Werbung, die in Produkten angezeigt werden soll, die Wiley oder einem Drittpartner von Wiley gehören oder von diesen kontrolliert werden; umfasst sind sowohl Anzeigen, die in den Print-Publikationen von Wiley oder seinen Drittpartnern erscheinen („Print-Anzeigen“), als auch Anzeigen, die elektronisch auf einer der Websites von Wiley oder in einer App oder einem anderen digitalen Format erscheinen, die Wiley oder einem Drittpartner von Wiley gehören oder von ihnen kontrolliert werden („Online-Anzeigen“).
- (c) **„Kunde“:** eine natürliche oder juristische Person, die Wiley einen Auftrag für die Platzierung von Anzeigen oder die Erstellung von Sonderdrucken erteilt; umfasst sind Werbetreibende, in deren Namen Anzeigen geschaltet werden, sowie Medienagenturen und Unternehmen, die Anzeigen oder Sonderdrucke für ihre Kunden vermitteln.
- (d) **„Auftragsbestätigung“:** die von Wiley übermittelte Bestätigung, in der die Einzelheiten der Anzeige aufgeführt sind. In Deutschland erfolgt dies schriftlich, in der Regel per Email.
- (e) **„Anzeigenauftrag“ oder „Bestellung“:** ein vom Kunden zur Bestellung von Anzeigen oder Sonderdrucken übermitteltes Dokument, das die vereinbarten Einzelheiten bestätigt.
- (f) **„Sonderdruck“:** Druckerzeugnisse oder physische Waren, d.h. eine bestimmte Anzahl von Sonderdrucken von Artikeln oder anderem Material (z.B. vorinstallierte USBs), die vom Kunden bestellt werden, und/oder ePrints, d.h. digitale Versionen von Artikeln oder anderem Material, die von Wiley oder seinen Lizenznehmern gehostet und von einer Wiley-Website, einer E-Mail oder einer Kunden-Website verlinkt werden („ePrints“).
- (g) **„Sonderdruckangebot“:** ein Dokument, das Wiley dem Kunden übermittelt, und in dem die Einzelheiten des Angebots für Sonderdrucke geregelt sind.
- (f) **„AGB“:** die vorliegenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen.

GESCHÄFTSBEDINGUNGEN ANZEIGEN

2. Mit der Übermittlung einer Anzeige an Wiley gewährt der Kunde Wiley eine weltweit gültige, unentgeltliche, unwiderrufliche Lizenz zur Veröffentlichung und zum Druck der Anzeige gemäß der Auftragsbestätigung sowie das Recht zur Vergabe von Unterlizenzen für diese Rechte an dritte Dienstleister.
3. Wiley bemüht sich in wirtschaftlich vertretbarem Umfang, die Anzeige in dem Format und an der Position zu veröffentlichen, die in der Auftragsbestätigung angegeben sind, und weist seine Konzerngesellschaften entsprechend an; Wiley behält sich jedoch das Recht vor, die Platzierung der Anzeige innerhalb einer Printpublikation, einer Website oder eines anderen digitalen Formats zu ändern, wenn dies erforderlich ist.
4. Wiley behält sich das Recht vor, Anzeigen jederzeit abzulehnen oder von der Veröffentlichung zurückzuziehen, soweit diese nicht mit den in der Auftragsbestätigung angegebenen Spezifikationen oder diesen AGB übereinstimmen oder nach alleinigem billigem Ermessen von Wiley sonst unangemessen sind. Ungeachtet des Vorstehenden ist Wiley nicht verpflichtet, Werbetexte (auf Übereinstimmung, Angemessenheit oder anderweitig) zu überprüfen oder zu genehmigen. Wiley kann die Anzeigen mit einer Überschrift „Anzeige“ oder in anderer Weise markiert veröffentlichen, um Anzeigen von redaktionellen Inhalten zu unterscheiden. Wenn und soweit die Anzeige nicht den jeweils gültigen Produktionsspezifikationen von Wiley entspricht, behält sich Wiley das Recht vor, technische Änderungen vorzunehmen, die erforderlich sind, um diese Spezifikationen zu erfüllen.
5. Wenn Wiley im Auftrag des Kunden Werbetexte erstellt, stellt Wiley dem Kunden die endgültigen Texte zur Genehmigung per E-Mail zur Verfügung.
6. Der Kunde ist alleine verantwortlich für die Einhaltung aller Gesetze, Normen, Branchenkodizes und anderer verbindlicher Richtlinien in Bezug auf den Inhalt der Anzeige, unabhängig davon, ob diese von Wiley im Namen des Kunden erstellt oder Wiley zur Verfügung gestellt wurde, einschließlich aller geltenden Vorschriften für Werbung im medizinischen Bereich.
7. Der Kunde übermittelt Wiley für Print- und Online-Anzeigen eine autorisierte Bestellung, einen autorisierten Anzeigenauftrag oder eine E-Mail mit den Einzelheiten des Auftrags. Ohne Erhalt der vorgenannten Unterlagen können Anzeigenbuchungen nicht reserviert werden. Aufträge zur Buchung von Online-Anzeigen müssen mindestens 7 Werktage vor dem geplanten Erstveröffentlichungstermin eingehen. Wiley kann nicht garantieren, dass Bestellungen, die nach diesem Zeitpunkt eingehen, erfüllt werden. Der Kunde bucht Online-Anzeigen auf monatlicher Basis, sofern in der Auftragsbestätigung nicht ausdrücklich etwas anderes festgelegt ist. Die in den Preislisten angegebenen Erscheinungstermine können nach Ermessen von Wiley geändert werden; neue Erscheinungstermine werden dem Kunden vor der Veröffentlichung mitgeteilt, nach Möglichkeit mit der Auftragsbestätigung.
8. Der Auftraggeber muss die Vorlagen für Print-Anzeigen zu dem in der Auftragsbestätigung genannten Termin („Druckunterlagenschluss“) einreichen. Stellt der Kunde die Vorlage einer Print-Anzeige für eine bestätigte Buchung nicht bis zum Druckunterlagenschluss zur Verfügung, kann dem Kunden die Print-Anzeige in Rechnung gestellt werden, es sei denn, eine Stornierung wurde von Wiley schriftlich genehmigt. Wenn Wiley Vorlagen für eine Print-Anzeige nach Druckunterlagenschluss annimmt, sichert Wiley damit nicht zu, dass die Print-Anzeige veröffentlicht wird, und der Kunde hat, wenn die Print-Anzeige nicht oder in anderer Weise oder einem anderen Format als in der Auftragsbestätigung angegeben veröffentlicht wird, keinen Anspruch gegenüber Wiley auf Gutschrift oder erneute Veröffentlichung.
9. Der Kunde muss die Vorlagen für die Print-Anzeigen in Übereinstimmung mit den in der Auftragsbestätigung aufgeführten bzw. vorab von Wiley in Bezug auf die jeweilige Veröffentlichung zur Verfügung gestellten Spezifikationen für Druckunterlagen und Daten übermitteln.
10. Der Kunde stellt Wiley alle Texte, Bilder, Grafiken, Audiodateien, Videos, Programmiercodes und anderen Medien, aus denen die Grafik- oder html-Datei besteht, die die Online-Anzeige umfasst, in Übereinstimmung mit den Lieferbedingungen von Wiley zur Verfügung, und ist dafür alleine verantwortlich.

11. Wiley gibt keine Garantien ab hinsichtlich der Anzahl der Besucher einer Wiley-Website oder eines digitalen Produkts oder der Anzahl der Impressionen auf einer Wiley-Website oder einem digitalen Produkt, es sei denn, eine solche Garantie wird von Wiley ausdrücklich schriftlich in der Auftragsbestätigung abgegeben. Eventuell angegebene „Impressions-Ziele“ und ähnliches sind unverbindlich. Für Online-Anzeigen, die in der Auftragsbestätigung als „100%-Sponsoring“ bezeichnet werden, werden keine Impressions- oder Viewability-Garantien abgegeben.
12. Wiley stellt am Ende der Online-Werbekampagne oder sonst auf Anfrage innerhalb eines angemessenen Zeitraums einen Bericht mit Details zur Performance der Online-Anzeige (d.h. Impressionen, Klicks) zur Verfügung. Die Echtzeit-Transparenz der Kampagnen kann vom Kunden über den Google Ad Manager verwaltet werden.
13. Sofern nicht ausdrücklich in der Auftragsbestätigung festgelegt und von Wiley schriftlich bestätigt, wird die Online-Anzeige nicht hinter einer Registrierungsbarriere platziert. Der Kunde erkennt an, dass in der Wiley Online Library geschaltete Online-Anzeigen sowohl für Abonnenten als auch für Nicht-Abonnenten der Wiley Online Library sichtbar sind. Zur Klarstellung: Print-Anzeigen können auch für Personen sichtbar sein, die nicht Abonnenten von Zeitschriften oder Periodika sind.
14. In Bezug auf Online-Anzeigen, die in E-Mail-Alerts an Abonnenten und andere autorisierte Nutzer von Wiley-Produkten eingefügt werden sollen (z.B. „eTOC“), kann Wiley das Versanddatum der E-Mail-Alerts nicht garantieren, es sei denn, es wurde in der Auftragsbestätigung ausdrücklich etwas anderes vereinbart (mit Ausnahme von Newslettern).
15. Sollte Wiley eine Anzeige nicht bereitstellen, hat der Kunde lediglich Anspruch auf Schaltung von Online-Anzeigen oder zusätzlichen Print-Anzeigen mit einer gleichwertigen Platzierung für einen von Wiley festgelegten Zeitraum. Wiley haftet nicht für Ausfälle, die nicht von Wiley verursacht wurden. Wiley kann nicht garantieren, dass solche „Nachholbuchungen“ in dem auf den ursprünglichen Werbezeitraum folgenden Monat durchgeführt werden können.
16. Mit der Übermittlung einer Anzeige an Wiley garantiert und erklärt der Kunde, dass
 - (a) die Veröffentlichung der Anzeige (einschließlich der Werbetexte, die von Wiley im Auftrag des Kunden erstellt und vom Kunden genehmigt wurden) in der in der Auftragsbestätigung vereinbarten Art und Weise keine Urheberrechte, Patente, Marken, Geschäftsgeheimnisse oder Vertraulichkeits- oder Geheimhaltungsverpflichtungen, gesetzliche Bestimmungen über Verleumdung oder Sittenwidrigkeit oder geltendes Recht in Bezug auf Werbung oder Verkaufsförderung, insbesondere auch Bestimmungen über Werbung im medizinischen Bereich, Branchenkodizes oder -vorschriften verletzt;
 - (b) der Kunde berechtigt ist, Wiley die Lizenz zur Nutzung der Anzeige im Sinne dieser AGB einzuräumen;
 - (c) die Anzeige richtig, wahrheitsgemäß und nicht irreführend ist und nicht gegen Gesetze zu unlauterer Werbung verstößt;
 - (d) die Anzeige nicht sonst gegen geltendes Recht verstößt, insbesondere nicht gegen Exportkontrollbestimmungen;
 - (e) die Anzeige keine anstößigen, pornografischen oder sittenwidrigen, unverhältnismäßig profanen, rassistischen, ethnisch diskriminierenden, bedrohenden, verletzenden, unverhältnismäßig gewalttätigen, beleidigenden oder glücksspielbezogenen Inhalte enthält und keine diskriminierenden Aktivitäten fördert, nicht für illegale Drogen oder Waffenhandel wirbt, keine Gefahr für die Sicherheit oder Gesundheit einer Person darstellt, die nationale Sicherheit nicht gefährdet, die Ermittlungen von Strafverfolgungsbehörden nicht behindert, nicht beleidigend, irreführend, täuschend oder zerstörerisch ist, und Terrorismus, terroristische Aktivitäten oder Gewalt nicht fördert, verherrlicht oder ermöglicht;
 - (f) die Online-Anzeige keine Sicherheitslücken im Computer eines Nutzers schafft, ermöglicht oder nutzt, nicht für Programme wirbt, die Nutzer für das Anklicken von Anzeigen oder Angeboten, das Durchführen von Suchvorgängen, das Surfen auf Websites oder das Lesen von E-Mails entlohnen oder Anreize dafür bieten, und keine Viren, Trojaner, Würmer, Time Bombs, Cancelbots oder andere schädliche oder zerstörerische Programmerroutinen enthält, unabhängig davon, ob sie den Vorgenannten ähnlich sind oder nicht;
 - (g) der Kunde berechtigt ist, die mit der Online-Anzeige verbundenen Hyperlinks zu setzen und versichert, dass er dabei die geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen - insbesondere des Bundesdatenschutzgesetzes und des Gesetzes über den Datenschutz von Telediensten - beachtet und auch seine Mitarbeiter entsprechend verpflichtet. Der Kunde sichert ferner zu, dass er bei der Erhebung, Verarbeitung und Nutzung personenbezogener Daten die Vorschriften des Telemediengesetzes (TMG) bzw. des Rundfunkstaatsvertrages (RfStV) sowie des Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG) einhält, wenn er spezielle Techniken wie Cookies oder Zahlpixel zur Erhebung oder Sammlung von Daten aus der Einblendung von Anzeigen einsetzt; und
 - (h) der Kunde, falls in einer Anzeige der Name oder das Abbild einer lebenden Person verwendet wird, eine entsprechende schriftliche Genehmigung eingeholt hat.
19. Der Kunde nimmt zur Kenntnis, dass Wiley in Bezug auf Anzeigen keine Zusicherung oder Garantie abgibt (i) für die Beschränkung der Veröffentlichung von Anzeigen auf Personen mit Wohnsitz in bestimmten Ländern, (ii) für die genaue Anzahl der gelieferten Impressionen einer Seite, (iii) für die Qualität der Wiedergabe der Anzeige und (iv) für die Verfügbarkeit von Seiten bzw. digitalen Produkten, die Online-Anzeigen enthalten.
20. Zusätzlich zu diesen AGB gelten für alle auf Online-Anzeigen bezogenen Leistungen die folgenden Klauseln der Geschäftsbedingungen für Medienkäufe mit weniger als einem Jahr Laufzeit des Interactive Advertising Bureau („[IAB-Bedingungen](#)“), wobei Wiley das „Medienunternehmen“ (Media Company) und der Kunde die „Agentur“ (Agency) und der „Werbetreibende“ (Advertiser) ist (es sei denn, der Kunde ist eine Medienagentur, die eine Anzeige im Namen eines Kunden bucht; in diesem Fall ist der Kunde die Agentur und sein Auftraggeber ist der Werbetreibende):
 - (a) Abschnitt II (Anzeigenplatzierung und -positionierung);
 - (b) Abschnitt IV (Berichterstattung) (ohne Ziffer IV(b));
 - (c) Abschnitt XII (Geheimhaltung, Datennutzung und -eigentum, Datenschutz und gesetzliche Regelungen)
 - (d) Abschnitt XIII (Ad Serving und Tracking durch Dritte)

Im Fall von Widersprüchen zwischen den IAB-Bedingungen und diesen AGB haben die vorliegenden AGB im Umfang solcher Widersprüche Vorrang.

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen & Sonderdrucke

BEDINGUNGEN FÜR SONDERDRUCKE AUS ZEITSCHRIFTEN

19. Wiley übermittelt ein Sonderdruckangebot an den Kunden. Der Kunde muss eine Bestellung abgeben oder das Sonderdruckangebot zurücksenden und alle relevanten Daten angeben, um einen Auftrag zur Herstellung des Sonderdrucks zu erteilen, und erklärt sich damit mit diesen AGB einverstanden. Wiley kann eine Auftragsbestätigung ausstellen, um die Bestellung zu bestätigen.
20. Die Sonderdrucke sind ausschließlich für die Nutzung durch den Kunden bestimmt und dürfen ohne ausdrückliche schriftliche Genehmigung von Wiley und Zahlung der entsprechenden Lizenzgebühr nicht weiterverkauft, ins Internet gestellt (soweit nicht für ePrints in dem von Wiley angegebenen Format erlaubt) oder in einem anderen Format oder Medium vervielfältigt werden. Die Sonderdrucke dürfen nach der Lieferung in keiner Weise verändert oder bearbeitet werden. Wenn der Kunde einem Sonderdruck Material anhängen oder hinzufügen möchte, muss er Wiley zum Zeitpunkt der Bestellung darüber informieren und etwaige von Wiley erhobene zusätzliche Gebühren bezahlen. Wiley behält sich das Recht vor, eine solche Anfrage nach eigenem Ermessen zu akzeptieren oder abzulehnen.
21. Für ePrints wird dem Kunden ein Link zur Verfügung gestellt und er hat Anspruch auf die im Sonderdruckangebot und/oder in der Auftragsbestätigung angegebene Anzahl von Downloads von ePrints. Der Kunde kann sich für die Zahlung eines Premiumpreises und damit für eine Print-Download-Option für ePrints entscheiden, wenn dies in der Auftragsbestätigung bestätigt wird.
22. Wiley unternimmt alle wirtschaftlich vertretbaren Anstrengungen, um die Sonderdrucke bis zu dem vom Kunden im akzeptierten Sonderdruckangebot gegebenenfalls angegebenen Datum zu liefern; Wiley haftet jedoch nicht für Nichtlieferung oder verspätete Lieferung.
23. Es liegt in der Verantwortung des Kunden, Wiley innerhalb von 30 Tagen nach dem Datum der tatsächlichen Lieferung der physischen Sonderdrucke an den Kunden schriftlich über etwaige Mängel oder Fehlmengen zu informieren. Wiley haftet nicht für Mängel oder Fehlmengen, die nach Ablauf dieser Frist gemeldet werden.

PREISE

24. Der Preis für die Anzeigen ergibt sich aus der Auftragsbestätigung. Wiley übermittelt dem Kunden eine Rechnung, nachdem die Druckveröffentlichung oder die digitale Kampagne durchgeführt wurde.
25. Der Preis für die Herstellung der Sonderdrucke ergibt sich aus dem Sonderdruckangebot und gilt 30 Tage ab Ausstellungsdatum. Der angegebene Preis beinhaltet maximal drei (3) Probedrucke des Sonderdrucks. Sollte der Kunde zusätzliche Probedrucke benötigen, fallen für diese nach Ermessen von Wiley zusätzliche Gebühren an. Würde ein Sonderdruckangebot vor dem Drucktermin erstellt, können sich die Einzelheiten des Auftrags beim Druck ändern. In diesem Fall behält sich Wiley das Recht vor, das Sonderdruckangebot zu ändern, um die Änderungen, unter anderem auch bezüglich Seitenlänge, zu berücksichtigen. Wenn ein Kunde eine Proforma-Rechnung benötigt, kann Wiley eine Rechnung ausstellen, nachdem der Auftrag bestätigt wurde.

STORNIERUNG

26. Wenn der Kunde die Anzeige nach Erteilung eines Anzeigenauftrags oder einer Bestellung stornieren möchte, muss er Wiley unverzüglich schriftlich benachrichtigen. Für Print-Anzeigen kann der Kunde nach Wileys Ermessen auch dann noch für Gebühren haften, wenn Stornierungsanfragen nach Druckunterlagenschluss für die betreffende Anzeige eingehen. Online-Anzeigen, bei denen die Auftragsbestätigung die Stornierung nicht ausschließt, kann der Kunde straffrei mit einer Frist von 14 Tagen schriftlich gegenüber Wiley stornieren, wobei jedoch der Kunde verpflichtet ist, die Gebühren für alle Werbemaßnahmen innerhalb der 14-tägigen Kündigungsfrist bis zum Wirksamkeitsdatum der Kündigung und, falls die Anzeige kundenspezifische Inhalte oder Entwicklungen umfasst, alle bis zum Wirksamkeitsdatum der Kündigung erbrachten Leistungen zu bezahlen.
27. Bei Eingang einer Stornierungsanfrage unternimmt Wiley alle wirtschaftlich vertretbaren Anstrengungen um sicherzustellen, dass die Anzeige nicht veröffentlicht bzw. die Online-Anzeige zurückgezogen wird; Wiley haftet jedoch nicht für Verluste oder Schäden, die durch die Veröffentlichung von Anzeigen entstehen, die vom Kunden nach Druckunterlagenschluss bzw. nach Eingang des Anzeigenauftrags storniert werden.
28. Für Stornierungen von Sonderdrucken wird eine Stornogebühr erhoben, die sich nach dem Wert der Gesamtbestellung (ohne Versand- und Eilzustellungskosten) und dem Status des Produktionsprozesses richtet, der zum Zeitpunkt des Eingangs der Stornierung bei Wiley erreicht ist:

Artikel in Originalsprache (Englisch)		Übersetzungen	
Zeitpunkt der Stornierung	% des Bestellwerts – ohne Versand- und Eilzustellungskosten	Zeitpunkt der Stornierung	% des Bestellwerts – ohne Versand- und Eilzustellungskosten
Bestellung / bestätigter Auftrag eingegangen	5%	Bestellung / bestätigter Auftrag eingegangen	5%
Auftrag an die Druckerei übermittelt / Probedruck erstellt	10%	Übersetzungsarbeit begonnen	50%
Probedruck vom Kunden genehmigt	25%	Probedruck vom Kunden genehmigt	75%
ePrint erstellt	35%	ePrint erstellt	35%
Kopien gedruckt / ePrint geliefert	100%	Kopien gedruckt / ePrint geliefert	100%

ALLGEMEINE BEDINGUNGEN

29. Wenn ein Kunde gegen diese Bedingungen verstößt, Anzeigen oder Sonderdrucke nicht bezahlt, ein Insolvenzverfahren gegen ihn eingeleitet wird oder, bei Kapitalgesellschaften oder anderen juristischen Personen, der Kunde einen Beschluss bezüglich Insolvenzverwaltung, Abwicklung oder Liquidation fasst, einen Insolvenzverwalter oder eine Person in ähnlicher Funktion bestellt, einen Vergleich mit seinen Gläubigern abschließt, der nicht dem gewöhnlichen Geschäftsverlauf entspricht, oder ein anderes Ereignis eintritt oder ein Verfahren in Bezug auf den Kunden in irgendeiner Jurisdiktion eingeleitet wird, das eine den genannten Ereignissen gleichwertige oder ähnliche Wirkung hat, kann Wiley nach alleinigem eigenen Ermessen unter anderem
 - (a) dem Kunden eingeräumte Kredite kündigen;
 - (b) für weitere Bestellungen eine Vorauszahlung in bar verlangen, bis alle ausstehenden Verbindlichkeiten vollständig beglichen sind oder Wiley feststellt, dass die anfängliche Zahlungsunfähigkeit nicht mehr besteht;
 - (c) die Veröffentlichung weiterer Anzeigen einstellen oder einen Vertrag über Anzeigen kündigen;
 - (d) Rabatte oder Nachlässe, die dem Kunden zuvor gewährt wurden, einbehalten, oder
 - (e) sonstige gesetzliche Rechte und billigeitsrechtliche Ansprüche geltend machen.
30. Wiley übermittelt dem Kunden Rechnungen an die angegebene Adresse. Sollte eine Bestellnummer Voraussetzung für die Zahlung der Rechnung sein, muss der Kunde diese zum Zeitpunkt der Auftragsbestätigung angeben. Alle Lieferadressen müssen mit einem Kontaktnamen und einer Telefonnummer sowie einer Umsatzsteuer-Identifikationsnummer (bezogen auf das Land der Rechnungsadresse) sowie allen anderen ggf. von Wiley verlangten Unternehmens-Kennziffern oder Informationen (z.B. GST-Registrierung, W9-Formular) versehen sein, wie jeweils von Wiley mitgeteilt. Bitte beachten Sie, dass Wiley keine Postfachadressen akzeptieren kann.
31. Die Preise verstehen sich zuzüglich GST, gesetzlicher Mehrwertsteuer und sonstiger Umsatzsteuern, sofern von Wiley nicht ausdrücklich schriftlich etwas anderes angegeben wird. Die Preise verstehen sich zudem zuzüglich Bearbeitungs-, Verpackungs-, Fracht-, Versand- und Zollgebühren, Umlagen, Einfuhrabgaben und Versicherungskosten, sofern nicht schriftlich etwas anderes vereinbart wurde. Die eingehenden Beträge sind frei von jeglichen sonstigen Steuern, die von einer Steuerbehörde erhoben werden, wie z.B. Quellensteuern; sollten diese Beträge aus irgendeinem Grund quellensteuerpflichtig oder sonst steuerpflichtig sein, ist der Kunde zur Zahlung solcher Steuern verpflichtet und Wiley erhält den vollen Betrag, der in der Auftragsbestätigung angegeben ist.
32. Der Kunde ist verpflichtet, alle Rechnungen innerhalb von 30 Tagen ab Rechnungsdatum in voller Höhe zu bezahlen, es sei denn, die Vertragsparteien haben schriftlich etwas anderes vereinbart.
33. Wenn der Kunde eine im Rahmen dieses Vertrags fällige Zahlung an Wiley nicht bis zum Fälligkeitsdatum leistet, zahlt der Kunde ohne Einschränkung sonstiger Ansprüche von Wiley Zinsen auf den überfälligen Betrag zu einem Zinssatz, der dem niedrigeren der folgenden Sätze entspricht: (i) 0,5 % pro Monat, wobei diese Zinsen tagessgenau ab dem Fälligkeitsdatum bis zur tatsächlichen Zahlung des überfälligen Betrags anfallen, sowohl vor als auch nach einem Urteil, oder (ii) der jeweils geltende gesetzliche Höchstsatz in der Jurisdiktion, in der die Wiley-Gesellschaft ihren Sitz hat, wobei diese Zinsen entsprechend den jeweiligen gesetzlichen Bestimmungen anfallen. Der Kunde zahlt die Zinsen zusammen mit dem überfälligen Betrag.
34. Wiley schließt alle stillschweigenden Regelungen und Garantien von diesen AGB aus, mit Ausnahme von Regelungen oder Garantien, die kraft Gesetzes nicht abdingbar sind. Die Haftung von Wiley im Fall der Verletzung einer unabdingbaren Regelung oder Garantie ist nach Wahl von Wiley entweder auf eine Ersatzlieferung der Anzeige oder des Sonderdrucks oder auf Zahlung der Kosten für eine solche Ersatzlieferung begrenzt. Vorbehaltlich der vorstehenden Regelung schließt Wiley jede weitere Haftung gegenüber dem Kunden für Kosten, Ausgaben, Verluste und/oder Schäden aus, die im Zusammenhang mit von Wiley erstellten Anzeigen oder Sonderdrucken entstehen, unabhängig von der Rechtsgrundlage. Wiley haftet nicht für indirekte oder Folgeschäden, entgangenen Gewinn, entgangene Einnahmen oder den Verlust von Geschäftsmöglichkeiten.
35. Der Kunde stellt Wiley und seine leitenden Angestellten, Mitarbeiter, Auftragnehmer und Vertreter von jeglicher Haftung für Kosten, Ausgaben (einschließlich angemessener Anwaltsgebühren), Verluste, Schäden und Verbindlichkeiten frei, die ihnen aufgrund eines Verstoßes des Kunden gegen diese AGB oder fahrlässige oder rechtswidrige Handlungen oder Unterlassungen des Kunden im Zusammenhang mit der Anzeige oder der Verwendung der Sonderdrucke entstehen.
36. Wiley haftet nicht für Verzögerungen oder Nichterfüllung bei der Veröffentlichung von Anzeigen oder der Lieferung von Sonderdrucken, die durch Einflüsse verursacht werden, die außerhalb der zumutbaren Kontrolle von Wiley liegen (wie z.B. Krieg, zivile Unruhen, Streiks, Überschwemmungen, Feuer, Sturm, Unfälle, Terrorismus, behördliche Beschränkungen, ansteckende Krankheiten, Epidemien, Pandemien, Notstände im Bereich der öffentlichen Gesundheit, Embargos, Strom-, Telekommunikations- oder Internetausfälle, Schäden oder Zerstörung von Netzwerkeinrichtungen, Erlass von Gesetzen, Verfügungen oder gerichtlichen Anordnungen oder andere Umstände, die außerhalb der Kontrolle von Wiley liegen, unabhängig davon, ob sie den oben genannten ähnlich sind oder nicht).
37. Wiley behält das Urheberrecht und alle anderen geistigen Eigentumsrechte und proprietären Rechte an den Veröffentlichungen, Vorschlägen sowie Produkten und Dienstleistungen von Wiley. Der Kunde erkennt an und stimmt zu, dass Wiley die personenbezogenen Daten des Kunden verarbeiten darf, einschließlich der Speicherung und Übertragung von Daten außerhalb des Landes, in dem der Kunde seinen Sitz hat, um Transaktionen im Zusammenhang mit diesen AGB abzuwickeln und mit dem Kunden zu kommunizieren, und dass Wiley ein berechtigtes Interesse an der Verarbeitung der personenbezogenen Daten des Kunden hat. Wiley beachtet alle geltenden datenschutzrechtlichen Gesetze, Richtlinien und Vorschriften und verarbeitet solche personenbezogenen Daten in Übereinstimmung mit der Wiley Datenschutzrichtlinie, die zu finden ist unter: www.wiley.com/privacy.
38. Durch Übermittlung eines Auftrages für Sonderdrucke und/oder Anzeigen in der oben beschriebenen Weise erklärt sich der Kunde mit diesen AGB einverstanden. Im Fall von Widersprüchen gelten die Dokumente mit folgender Rangfolge: (i) diese AGB, (ii) die Auftragsbestätigung, (iii) der von beiden Parteien unterzeichnete Auftragsauftrag oder die von beiden Parteien unterzeichnete Bestellung. Allgemeine Geschäftsbedingungen, die vom Kunden verwendet werden, werden nur wirksam, wenn sie von Wiley unterzeichnet sind.
39. Alle in diesen AGB geregelten Zusicherungen und Freistellungserklärungen gelten über die Beendigung von Vereinbarungen oder Verträgen, die diesen Bedingungen unterliegen, hinaus weiter.
40. Für diese AGB gilt das am Firmensitz der Wiley-Gesellschaft, die die Auftragsbestätigung und die Rechnung an den Kunden ausstellt, geltende Recht, unter Ausschluss des Kollisionsrechts. Die Parteien vereinbaren für die Beilegung aller Streitigkeiten, die im Zusammenhang mit diesen AGB entstehen, die ausschließliche Zuständigkeit der Gerichte am Firmensitz der oben genannten Wiley-Gesellschaft.

Ansprechpartner

Vakuum in Forschung und Praxis · Boschstraße 12 · 69469 Weinheim · Fax +49 (0) 6201 606 100

Verkauf



Änne Anders
Tel.: +49 (0) 6201 606 552
aanders@wiley.com



Nicole Schramm
Tel.: +49 (0) 6201 606 559
nschramm@wiley.com



Jörg Wüllner
Tel.: +49 (0) 6201 606 748
jwuellner@wiley.com

Redaktion



Dr. Oliver Dreissigacker
Tel.: +49 (0) 6201 606 181
photonicsviews@wiley.com



Lisa Kleinen
Tel.: +49 (0) 152 55 39 56 90
vip-journal@wiley.com

Verlagsbüros



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



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

WILEY

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: aanders@wiley.com
Internet: www.vip-journal.de
www.wiley-vch.de
www.wiley.com