

2020 Vakuum in Forschung und Praxis

www.vip-journal.de

MEDIADATEN

Das einzige Magazin für Vakuum-
beschichtung und verwandte
Technologien

WILEY

Qualität verbindet

Fachzeitschriften sind laut Entscheideranalyse der Deutschen Fachpresse die „wichtigste Quelle zur kontinuierlichen Information über Produkte und Dienstleistungen“. Sie zeigen Trends und Marktentwicklungen auf, geben Anstoß zu Kaufentscheidungen und genießen die höchste Glaubwürdigkeit.

Dieses positive Image überträgt sich auch auf die Werbepartner. Firmen, die regelmäßig in Fachmedien werben, werden von den Kaufentscheidern als wichtige Anbieter im Markt wahrgenommen.

Unterstreichen Sie Ihre Marktbedeutung mit einem Medienpartner, der weltweit als verlässlich und kompetent wahrgenommen wird: Wiley und seine starken Fachmedien – digital und gedruckt. Dann machen Sie alles richtig!

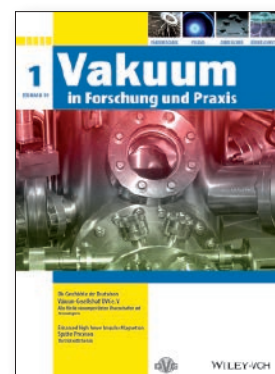
Fachzeitschriften und deren digitale Angebote erreichen 94 % der B2B-Kernzielgruppe!



physik-journal.de • vip-journal.de • imaging-GIT.com • PhotonicsViews.com • pro-physik.de • md-Automation.de
• inspect-online.com • WileyOnlineLibrary.com

Kurzprofil

Die Vakuumpress 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.



Verlagsangaben

Erscheinungsweise	6 x jährlich	Redaktion	Dr. Oliver Dreissigacker
Jahrgang	32. Jahrgang 2020		Lisa Kleinen
Druckauflage	3.000	Jahresabonnement	Print € 454,-
Verlag	WILEY-VCH Verlag GmbH & Co. KGaA		Online € 454,-
	Boschstr. 12, 69469 Weinheim		Print+Online € 569,-
Postanschrift	+49 (0) 6201 606-0	Einzelheft	€ 101,-
Telefon	+49 (0) 6201 606-100		zzgl. MwSt.
Telefax	www.wiley-vch.de	ISSN	cs-germany@wiley.com
Internet	aanders@wiley.com		0947-076X (print)
E-Mail	Jörg Wüllner	Format der Zeitschrift	1522-2425 (online)
Commercial Manager	Änne Anders	Organ/Herausgeber	DIN A4
Anzeigenleitung			Offizielles Organ der DVG
			Deutsche Vakuum-Gesellschaft e. V.

ANZEIGEN	BREITE / HÖHE (mm)		PREIS € 4C
1/1 Seite	187	250	5.750
2/3 Seite hoch	120	250	4.540
2/3 Seite quer	187	166	4.540
Juniorpage	119	186	4.130
1/2 Seite hoch	90	250	3.610
1/2 Seite quer	187	125	3.610
1/3 Seite hoch	60	250	2.900
1/3 Seite quer	187	84	2.900
1/4 Seite hoch	90	128	2.440
1/4 Seite quer	187	63	2.440
1/8 Seite hoch	90	63	1.950
1/8 Seite quer	187	30	1.950

VORZUGSPLÄTZE	PREIS €
Titelseite, inkl. Legende (nach Absprache)	4.920
2. US, 4. US	6.080

ZUSCHLÄGE	PREIS €
Anzeigen im Anschnitt (3 mm Beschnittzugabe)	300
Zuschläge sind nicht rabattfähig	



BEIHEFTER	BREITE / HÖHE (MM)		PREIS €
2-seitig A4*	210	297	4.490
4-seitig A4*	420	297	6.740

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

* **Kopfbeschnitt:** 5 mm; **Fräsrund:** 3 mm; **rechts + unten:** mind. 3 mm

BEILAGEN	GEWICHT	PREIS €
lose eingelegt und bis zum Format 200 x 269 mm		
Auflage:	bis 25 g	2.350
3.000 Exemplare		
Beilagen mit höherem Gewicht auf Anfrage		

Zahlungsbedingungen:

Zahlung innerhalb von 30 Tagen
nach Rechnungserhalt rein netto.
Bankeinzug mit 3 % Skonto.

Alle Preise verstehen sich zzgl. der
gesetzlichen Mehrwertsteuer.

Es gilt die neue Preisliste ab 01. Oktober 2019.
Damit verlieren alle bisherigen Preislisten ihre Gültigkeit.

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 %

Kombinationsrabatte werden gewährt.

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

Bankverbindung:

JP Morgan AG, Frankfurt
BLZ 501 108 00, Konto Nr. 61 61 51 74 43
S.W.I.F.T.-Adr.: CHASDEFX
IBAN: DE55 5011 0800 6161 5174 43
oder per Scheck an:
WILEY-VCH Verlag GmbH & Co. KGaA,
Postfach 10 11 61, D-69451 Weinheim

USt.-Ident-Nr. DE 813 481 633

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

Eintrag bis zu sieben Zeilen für Unternehmens- und Kontaktdaten und Firmenlogo bis 10 mm Logo-Höhe, 4-färbig
Platzierung des Firmenlogos über dem Texteintrag

EURO PRO AUSGABE UND STICHWORT

130

BASIS-EINTRAG

Grundeintragung bis zu vier Zeilen für Unternehmens- und Kontaktdaten

EURO PRO AUSGABE UND STICHWORT

70

RABATTE

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

Beispiel für Premium-Eintrag

ALMA

ALMA driving-elements GmbH
Obere Heeg 5
97852 Schollbrunn
Tel. +49 9394 9700-0
Fax +49 9394 9700-30
info@alma-driving.de
www.alma-driving.de

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 Visitors pro-physik.de pro Monat	37.000
Page Impressions pro Monat	107.000
Visits pro Monat	55.000

Quelle: Google Analytics

Anzeigenformate

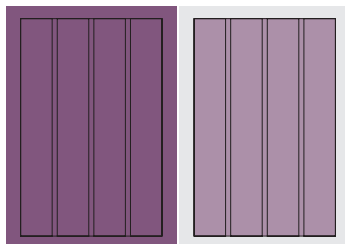
1/1

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



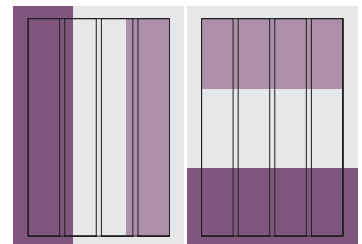
1/3

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

zzgl. 3 mm Beschnitt



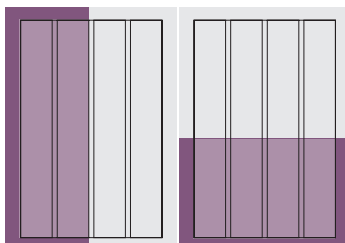
1/2

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

zzgl. 3 mm Beschnitt



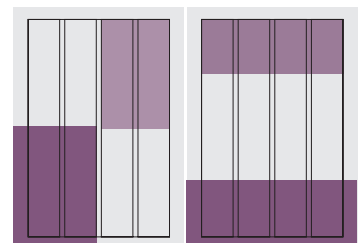
1/4

Seiten im Satzspiegel/Anschnitt

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

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

zzgl. 3 mm Beschnitt



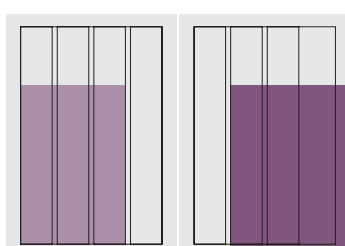
Junior-page

im Satzspiegel/Anschnitt

Format im Satzspiegel:
119 x 186 mm

Format im Anschnitt:
134 x 209 mm

zzgl. 3 mm Beschnitt



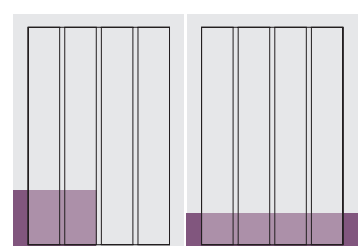
1/8

Seiten im Satzspiegel/Anschnitt





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

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

zzgl. 3 mm Beschnitt



AUSGABEN	1 Februar	2 April	3 Juni	4 August	5 Oktober	6 Dezember
Erscheinungstermin	20.02.2020	09.04.2020	15.06.2020	24.08.2020	12.10.2020	07.12.2020
Anzeigenschluss	22.01.2020	05.03.2020	06.05.2020	21.07.2020	08.09.2020	03.11.2020

MESSEN						
	W3 Fair + Convention Wetzlar 26.-27. 02.2020	 Hannover Messe Hannover 20.-24.04.2020	 SurfaceTechnology Germany Stuttgart 16.-18.06.2020	PSE 2020 Garmisch-Partenkirchen 06.-11.09.2020	eMove360° München 20.-22.10.2020	
	 DPG-Tagungen Hannover 09.-13.03.2020 Dresden 15.-20.03.2020 Bonn 30.03.-03.04.2020	SVC Annual Technical Conference Chicago, IL, USA 18.-23.04.2020	Intersolar Europe München 17.-19.06.2020	POWTECH Nürnberg 29.09.-01.10.2020	glasstec Düsseldorf 20.-23.10.2020	
	ICCG 13 Braunschweig 23.-26.03.2020	ICMCTF San Diego, CA, USA 26.04.-01.05.2020	Sensor + Test Nürnberg 23.-25.06.2020	Vacuum Expo Longford, Coventry, UK 07.-08.10.2020	parts2clean Stuttgart 27.-29.10.2020	
	PUMPS & VALVES 2020 Antwerpen, Belgien 25.-26.03.2020	SMTconnect Nürnberg 05.-07.05.2020			VISION Stuttgart 10.-12.11.2020	
		Control Stuttgart 05.-08.05.2020			Composites Europe Stuttgart 10.-12.11.2020	
	 analytica München 31.03.-03.04.2020	Optatec Frankfurt 12.-14.05.2020			SEMICON Europa München 10.-13.11.2020	
					sps smart production solutions Nürnberg 24.-26.11.2020	

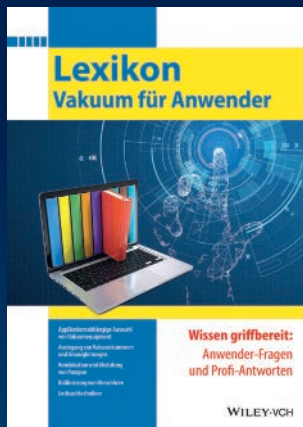
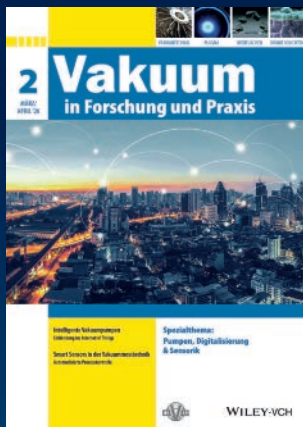
Schwerpunktthema	Vakuumtechnik & Künstliche Intelligenz	Wendeheft (siehe S. 6)	Sputtertechnik & Elektromobilität	Werkstoffe für Vakuum und Weltraum	Lecksuchtechnik & Barrierschichten	Tribologie & Nachhaltigkeit
	Ölfreie Vakuumpumpen	Lexikon – Vakuum für Anwender	Plasmaquellen (Magnetrons, Strahlquellen)	Pumpstände, Testkammern und Prüfverfahren	Portable Pumpsysteme	Lebensdauern von Vakuumpumpen
	EUV-Lithographie	Tipps und Tricks beim Arbeiten mit Vakuumanlagen: • Applikationsabhängige Auswahl von Vakuumequipment • Auslegung von Vakuumkammern und Ansaugleitungen • Kombination und Abstufung von Pumpen	Plasmaanalytik, Prozessüberwachung	Materialeigenschaften und Datenbanken	Massenspektrometer, Systeme zum Bestimmen von Massenflüssen	Standzeiterhöhung in Vakuumprozessen
	Halbleiterbeschichtung, Chip-Herstellung	• Lecksuchtechniken • Kalibrierung von Messröhren	Sputteranlagen und Anlagenkomponenten	Metalle, Kunststoffe, Verbrauchsmaterialien	Dichtheitsprüfungen, Normen in der Lecksuchtechnik	Verschleißschutzschichten, Reibwertminimierung
	Reinraumtechnik		Sputtertargets für Präzisionsbeschichtungen	Dichtungen, Durchführungen	Diffusionsdichte Verkapselungen	Analyse von inneren und äußeren Grenzflächen
	Simulationsbasierte Voraussagen von Schichteigenschaften	Wissen griffbereit: Vernetzung typischer Anwenderfragen mit Antworten der Profis	Energiespeicher	Bewegliche Komponenten	Medizinische Implantate	Regenerative Energien
	Produkt- und Prozessoptimierung durch Neuronale Netze	Pumpen, Digitalisierung & Sensorik: • Intelligente Vakuumpumpen • Vakuummesstechnik, Smart Sensors • Prozesskontrolle und Automatisierung • Vernetzung und Internet of Things	Smart Glazing	Beschichtungen für Weltraumanwendungen	Food Packaging	Automotive Anwendungen

WISSEN KOMPAKT:

Lexika: Vakuum für Anwender, 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



Wissen
im Doppel-
pack!

Wendeheft: April-Ausgabe + Lexikon Vakuum für Anwender

Egal wie Sie es wenden: Top Inhalte – Top Werbeplätze!

Mit der April-Ausgabe 2020 erscheint das erste Wendeheft der **Vakuum in Forschung und Praxis**:

Zwei Hefte in einer Ausgabe – im Handumdrehen schalten Sie von der **regulären April-Ausgabe** mit dem Schwerpunkt Pumpen, Digitalisierung & Sensorik zu unserem **Lexikon Vakuum für Anwender** mit Tipps und Tricks für das Arbeiten an Vakuumanlagen.

Die Vernetzung typischer Anwenderfragen mit den Antworten der Profis hält das Wissen griffbereit – nicht nur in der Druckausgabe, sondern auch auf unserer **VIP-Online-Plattform**. Hier können Firmen in einem Videocast ihre Lösungen genau zu den jeweiligen Anwenderfragen zeigen.

Preis des Videocasts: € 1.200,-

Inserenten des Wendeheftes erhalten **zusätzlich kostenfrei** ein 1/2-seitiges Firmenprofil in der April-Ausgabe.



Videocast
bringt Lösungen

Auszüge aus dem Lexikon-Inhalt:

- Applikationsabhängige Auswahl und Auslegung von Pumpen, Vakuumkammern und Ansaugleitungen
- Kombinationsmöglichkeiten und Abstufungen von Pumpen
- Kalibrierung von Messröhren
- Einfluss der Desorption auf die Abspumpzeit im Hochvakuum
- Präventivwartung und Wartungsintervalle von Vakuumpumpen
- Vermeidung von Anlagenstillstand und Produktionsausfall
- Lecksuche
- Die Dichtheitsprüfung an Beschichtungsanlagen
- Verkürzen der Messzeit eines Lecksuchers



Wissen griffbereit:
Anwender-Fragen
und Profi-Antworten

WILEY-VCH

Advertorial

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 € Bearbeitungsgebühr pro PDF an.

Beispiel 2-seitiges Advertorial

SICHERHEITSMANAGEMENT

Mit Sicherheit verkaufsfördernd

Videobewachungssysteme verhindern nicht nur Ladendiebstahl, sondern können Händler 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 Problem mit dem neuesten Design aufgestellt werden sollten. Das ist am besten natürlich dort, wo besonders viele Kunden vorbeikommen. In Supermärkten stellen die neuesten DVDs im Kassabereich, um die Kunden zu einem Impulskauf zu bewegen. Diese und viele andere kleine Entscheidungen machen den Unterschied, ob das Tagesgeschäft zügig erreicht wird – oder eben nicht.

Natürlich gibt es auch Entscheidungen mit größeren Konsequenzen. Wie viele Verkaufsfördernde muss der örtliche Kleinkaufsmann in der Verkaufsfördernde einbauen? Was ist zum Beispiel das beste Verhältnis zwischen Kassensystem und Einbaukasten? Wird ein Verkaufsfördernde richtig platziert, oder führt er zu einer Verwirrung des Kassensystems? Wie wird die Gestaltung des Kassensystems verbessert oder der Kassensystem? Wie wird die Gestaltung des Kassensystems verbessert oder der Kassensystem?

Siehe Entscheidungen werden im Einzelhandel auf der Basis ganz unterschiedlicher Faktoren getroffen: Beschäftigte, Erfahrungswerte, Wissen, aber auch vielfach gesunder Menschenverstand. Immer mehr Einzelhändler nutzen inzwischen aber eine Technologie, um die richtigen Entscheidungen zu treffen: Videobewachungssysteme.

Mehrheit von Videobewachungssystemen Mit Videobewachungssystemen können Einzelhändler ihre Verkaufsflächen besser überwachen und so den Ladendiebstahl verhindern. Außerdem lassen sich Trends in der Kundenbewegung erkennen und so ein besseres Verständnis der Kunden gewinnen. Videobewachungssysteme helfen auch, die Kaufabsichten eines Kunden frühzeitig zu erkennen. Videobewachungssysteme helfen auch, die Kaufabsichten eines Kunden frühzeitig zu erkennen.

Videobewachungssysteme helfen auch, die Kaufabsichten eines Kunden frühzeitig zu erkennen. Videobewachungssysteme helfen auch, die Kaufabsichten eines Kunden frühzeitig zu erkennen.

SICHERHEITSMANAGEMENT

Mit Sicherheit verkaufsfördernd

Videobewachungssysteme verhindern nicht nur Ladendiebstahl, sondern können Händler 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 Problem mit dem neuesten Design aufgestellt werden sollten. Das ist am besten natürlich dort, wo besonders viele Kunden vorbeikommen. In Supermärkten stellen die neuesten DVDs im Kassabereich, um die Kunden zu einem Impulskauf zu bewegen. Diese und viele andere kleine Entscheidungen machen den Unterschied, ob das Tagesgeschäft zügig erreicht wird – oder eben nicht.

Natürlich gibt es auch Entscheidungen mit größeren Konsequenzen. Wie viele Verkaufsfördernde muss der örtliche Kleinkaufsmann in der Verkaufsfördernde einbauen? Was ist zum Beispiel das beste Verhältnis zwischen Kassensystem und Einbaukasten? Wird ein Verkaufsfördernde richtig platziert, oder führt er zu einer Verwirrung des Kassensystems? Wie wird die Gestaltung des Kassensystems verbessert oder der Kassensystem? Wie wird die Gestaltung des Kassensystems verbessert oder der Kassensystem?

Siehe Entscheidungen werden im Einzelhandel auf der Basis ganz unterschiedlicher Faktoren getroffen: Beschäftigte, Erfahrungswerte, Wissen, aber auch vielfach gesunder Menschenverstand. Immer mehr Einzelhändler nutzen inzwischen aber eine Technologie, um die richtigen Entscheidungen zu treffen: Videobewachungssysteme.

Mehrheit von Videobewachungssystemen Mit Videobewachungssystemen können Einzelhändler ihre Verkaufsflächen besser überwachen und so den Ladendiebstahl verhindern. Außerdem lassen sich Trends in der Kundenbewegung erkennen und so ein besseres Verständnis der Kunden gewinnen. Videobewachungssysteme helfen auch, die Kaufabsichten eines Kunden frühzeitig zu erkennen. Videobewachungssysteme helfen auch, die Kaufabsichten eines Kunden frühzeitig zu erkennen.

Videobewachungssysteme helfen auch, die Kaufabsichten eines Kunden frühzeitig zu erkennen. Videobewachungssysteme helfen auch, die Kaufabsichten eines Kunden frühzeitig zu erkennen.

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

Druck- und Bindeverfahren

Bogenoffset, Klebebindung
Druckprofil: ISO Coated_v2

Farben

Nach 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.

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

Annahme aller üblichen Datenträger.

Bitte von allen übermittelten Anzeigen eine Kopie an die Anzeigenabteilung faxen.
Fax +49 (0) 6201/606-100

Übermittlungsmöglichkeiten: per E-Mail an sedam@wiley.com

WILEY-VCH GmbH & Co. KGaA
Silvia Edam
Boschstraße 12
69469 Weinheim
Tel.: +49 (0) 6201 606-570
Fax: +49 (0) 6201 606-790



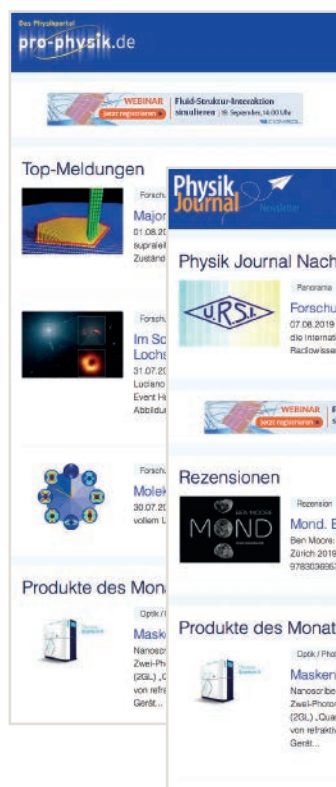
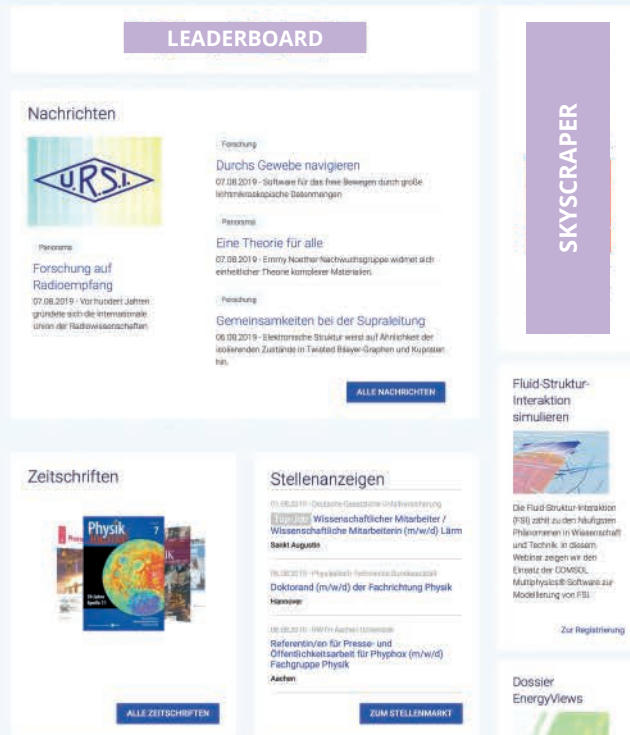
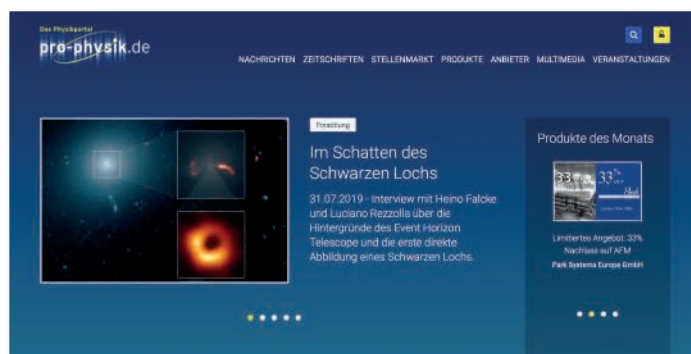
pro-physik.de

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 wird regelmäßig von über 37.000 Fachleuten (unique visitors) im Monat genutzt und hat über 106.000 Seitenaufrufe (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-News-lettern 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: 60.000).

Preis: € 1.845

Webinar

Ein Webinar ist eine audiovisuelle online-Präsentation von 60 Minuten.

Leistungen des Verlages: Technik, Moderation, Akquisition der Teilnehmer, Aufzeichnung 12 Monate lang auf pro-physik.de verfügbar, Kontaktdaten der Registrierenden.

Preis pro Webinar: € 12.810

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 Kurztext 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 € 1.485

Banner

Bannerformat	Preis €/Monat
Leaderboard (728 x 90 px)	1.250
Wide Skyscraper (160 x 600 px)	1.455
Rectangle (180 x 150 px)	1.190

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 (17.500 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
Leaderboard (728 x 90 px)	€ 900

Microsite Ihr Thema im Fokus

Microsites erlauben durch ihren thematischen Fokus eine ganz gezielte Ansprache Ihrer potentiellen Kunden. Damit sind sie ein ideales Tool, um neue Märkte zu erschließen, Ihr Image als Vordenker und Branchenexperte zu stärken oder ein neues Thema zu etablieren und Bedarf an Ihren Produkten zu wecken. Was immer Ihr Kommunikationsziel ist, der Erfolg einer Microsite steht und fällt mit relevantem, hochwertigem Inhalt.

Nutzen Sie daher unseren redaktionellen Content, unsere journalistische Kompetenz und unsere Medien für Ihren Erfolg. Profitieren Sie von Imagetransfer, Glaubwürdigkeit und Reichweite unserer Medien und nutzen Sie unsere Zielgruppenportale als neutrale Plattformen und Multiplikatoren.

Microsite „BASIC“

Media Service

Erstellung der Seite, Hosting, Projektmanagement, Auswertungen, Online-Redaktion (nach Absprache) Banner und Product Feature vom Kunden gestellt **

Promotion

1 x Banner auf dem Portal für 3 Monate; 1 x Product Feature im e-Newsletter

1 x Banner auf dem Portal für 6 Monate; 2 x Product Feature im e-Newsletter

1 x Banner auf dem Portal für 12 Monate; 3 x Product Feature im e-Newsletter

Tarife Microsite „BASIC“ *

Vorlauf	Laufzeit	Laufzeit	Laufzeit
mind. 6 Wochen für Konzeption und Promotion	3 Monate	6 Monate	12 Monate

Microsite „PREMIUM“

Media Service

Erstellung der Seite, Hosting, Projektmanagement, Auswertungen, Online-Redaktion (nach Absprache) Banner und Product Feature vom Kunden gestellt **

Promotion

1 x Banner auf dem Portal für 3 Monate; 2 x Product Feature im e-Newsletter; 1 x Full Banner e-Newsletter

1 x Banner auf dem Portal für 6 Monate; 4 x Product Feature im e-Newsletter; 1 x Full Banner e-Newsletter

1 x Banner auf dem Portal für 12 Monate; 6 x Product Feature im e-Newsletter; 1 x Full Banner e-Newsletter

Tarife Microsite „PREMIUM“ *

Vorlauf	Laufzeit	Laufzeit	Laufzeit
mind. 6 Wochen für Konzeption und Promotion	3 Monate	6 Monate inkl. 1x Austausch der redaktionellen Inhalte	12 Monate inkl. 2x Austausch der redaktionellen Inhalte

Microsite „Stand alone“

Vielfältig konfigurierbare Webseite auf Basis von Wordpress, Einbindung verschiedenster Medien möglich, Suchfunktionen, Registrierungsmöglichkeiten, externe News-Feeds, Social Media Einbindung, Anzeigenplätze, Optimierung für Mobil, Auswertungen, etc.

Vorlauf	Laufzeit	Laufzeit	Laufzeit
	3 Monate	6 Monate	12 Monate
18 Wochen	auf Anfrage	auf Anfrage	auf Anfrage

* nicht rabattfähig ** auf Wunsch erstellt der Verlag die Druckunterlagen gegen Aufpreis

Wissenswert! Essential Knowledge Briefings (EKB)

www.essentialknowledgebriefings.com

Ein EKB bietet Ihnen die ideale Möglichkeit Basiswissen zu komplexen Inhalten zielgerichtet zu vermitteln.

Das positioniert Sie als Fachexperte und Meinungsführer und leistet bei Ihrer Zielgruppe wertvolle Hilfestellung.

Sie wählen das Thema – wir übernehmen die grafische und inhaltliche Gestaltung und bieten Ihnen auf www.essentialknowledgebriefings.com die richtige Plattform um qualifizierte Leads zu generieren.

Auf Ihre Zielsetzung abgestimmte Marketingaktivitäten gewährleisten den entsprechenden Traffic.

Unternehmen, die Wissen kompakt bzw. zeitgemäß vermitteln möchten und auf den Imagetransfer der starken Wiley-Marken setzen, vertrauen auf dieses Kommunikationsinstrument.

LEISTUNGEN

Erstellung einer digitalen Publikation mit Basiswissen zu einem aktuellen Thema, inklusive Gestaltung und redaktioneller Betreuung.

PLATZIERUNG

Auf www.essentialknowledgebriefings.com für 1 Jahr. Sie können von jeder beliebigen Plattform auf Ihr EKB verlinken.

LEADGENERIERUNG

Download der Publikation (unlimitiert) ist ausschließlich mit Registrierung möglich.

FORMATE

PDF, ePub, mobi für PC, Tablet, eReader.

THEMENEXKLUSIVITÄT

Keiner Ihrer Marktbegleiter kann ein EKB zu Ihrem Thema veröffentlichen.

SICHTBARKEIT

Ihr Logo auf der Publikation, auf der EKB-Website und auf allen Werbemitteln. Verlinkung zu Ihrer Website.

IMAGETRANSFER

Co-Branding mit entsprechenden Marken von Wiley (z.B. B2B-Titel).

MARKETING

Bannerwerbung für 2 Monate auf den relevanten B2B-Portalen oder auf Wiley Online Library, Banner- oder Product Feature in dem relevanten Newsletter und News Feature auf der Landingpage.

OPTIONAL

Printexemplare für Messen und individuelles zielgerichtetes Marketingpaket auf relevanten Wiley-Kanälen (print & online). Preise auf Anfrage.

Basispreis € 15.640

Beyond Brand Advertising

Erreichen Sie Ihre Community auf neuen Wegen - Nutzen Sie unsere branchenspezifischen Kontakte und unser Know-How aus über 200 Jahren Verlagswesen.



GEZIELTE WERBUNG

Wir nehmen Ihre Zielgruppe genau unter die Lupe und selektieren nach Themengebieten und Regionen. Selbstverständlich berücksichtigen wir die aktuelle Datenschutz-Grundverordnung.



WEBINAR

Kommunizieren Sie mit Ihrer Zielgruppe in Echtzeit und erklären Sie komplexe Inhalte auf einer fast persönlichen Ebene. Webinare sind effektiv und ersparen Ihrer Zielgruppe unnötige Reisekosten.



INFOGRAFIKEN

Unsere maßgeschneiderten, anschaulichen und leicht verständlichen Infografiken sind so gestaltet, dass Ihre Botschaften schnell ankommen. Wir bringen Fakten auf den Punkt - attraktiv und effizient.



WEBSEITEN

Sie haben Neuigkeiten, Artikel, Videos und andere interessante Inhalte? Wir gestalten für Sie eine exklusive Website und pepen diese mit Wiley-Inhalten auf.



POCKET GUIDE

Ihre Broschüre wird bei einer Konferenz nicht mitgenommen und bleibt liegen? Wir erweitern Ihre Werbung mit fundierten Inhalten und gestalten sie so, dass sie in jede Tasche passt - und auch nach der Konferenz genutzt wird.



Email
corporatealeurope@wiley.com



Corporate Solutions Homepage
corporatealeurope.wiley.com

WILEY

19 - RW000652

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen, Fremdbeiträge und andere Werbemittel sowie Online-Werbung

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

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

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

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

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

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

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

8. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge - auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Auftrages - und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Modells 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 nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt. Der Verlag behält sich in derartigen Fällen vor, einen etwaigen Nachlass zurückzufordern.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

15. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden. Sendet der Auftraggeber den ihm rechtzeitig übermittelten Probeabzug nicht fristgemäß zum vereinbarten Termin zurück, so gilt die Genehmigung zum Abdruck als erteilt.

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

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

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

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

20. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offestehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

21. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg, je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenabschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

22. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Auftrag über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisermäßigung hergeleitet werden, wenn im Gesamturchschnitt des mit dem ersten Anzeigenbeginn beginnenden Anzeigenjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder - wenn eine Auflage nicht genannt ist - die durchschnittliche verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisermäßigung berechtigender Mangel, wenn sie

- bei einer Auflage bis zu 50.000 Exemplaren 20%
- bei einer Auflage bis zu 100.000 Exemplaren 15%
- bei einer Auflage bis zu 500.000 Exemplaren 10%
- bei einer Auflage über 500.000 Exemplaren 5% beträgt.

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

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

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

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

Ansprechpartner

Vakuum in Forschung und Praxis · Wiley-VCH GmbH & Co. KGaA · Boschstr. 12 · 69469 Weinheim · Fax (0 62 01) 606-100



Verkauf



Änne Anders
Tel.: +49 (0) 62 01 606-552
aanders@wiley.com



Iris Biesinger
Tel.: +49 (0) 62 01 606-555
ibiesinger@wiley.com



Nicole Schramm
Tel.: +49 (0) 62 01 606-559
nschramm@wiley.com



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

Redaktion



Dr. Oliver Dreissigacker
Tel.: +49 (0) 62 01 606-181
vip-journal@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) 61 63) 93 80 707
info@verlags-service.com