

# Ihre CROSSMEDIA-Spezialisten im Hochschulmarkt

Print ■ E-Paper ■ Tablet ■ Mensa-App ■ Online-Jobbörse ■ Social Media ■ Videos

# Mediadaten 2015

**aud!max.de**  
**CAREER-CENTER**

**aud!max**  
**MEDIEN**  
MEDIEN FÜR JUNGE ZIELGRUPPEN

Anzeigen / Media Tel: 0911. 23 77 9 - 40

Strategischer Partner und Kuratoriumsmitglied der BDA/BDI-Initiative



Wir fördern das  
**Deutschland STIPENDIUM**



Alle eingesetzten Papiere sind zertifiziert für »Der Blaue Engel«. Der Druck erfolgt CO<sub>2</sub>-neutral.

Mitgliedschaften:  
**VDZ**



Wir unterstützen:  
**MeinProf.de**



Die Nr. 1-App mit 550 Mensen + Speiseplänen

Arbeiten Sie mit dem »Pionier und Trendsetter« W&V

# Inhaltsverzeichnis

Wer sind audimax MEDIEN?	02	Plattformen im Ad-Network	37
Unser crossmediales Angebot für Ihren Erfolg	03	Medienprofil: MeinProf.de	38
MINT Zukunft schaffen & audimax MEDIEN Partnerschaft	04	'Mensa-Jäger'-App	39
Unser Engagement für die MINT-Fächer	05	Unsere Kanäle für Ihre Online-Werbung	40
audimax – Das Magazin für Studierende	06	Belegungseinheit: ING	41
audimax – Gesamtausgabe	07	Basisdaten	42
Basisdaten	08	Anzeigenpreise / Redaktionskonzept / Vertrieb	43
Das Gesamtausgaben-Konzept	09	Sonderveröffentlichung / Kundenpräsenz	44
Unser Gesamtausgaben-Konzept ist Ihr Vorteil	11	Belegungseinheit: I.T	45
Die Belegungseinheiten der audimax MEDIEN	12	Basisdaten	46
Wo gibt es die Belegungseinheiten?	13	Anzeigenpreise / Redaktionskonzept / Vertrieb	47
Monatspaketkalender	14	Sonderveröffentlichung / Kundenpräsenz	48
Das Redaktionskonzept	16	Belegungseinheit: JUR.A	49
Der Vertrieb	17	Basisdaten	50
Der Vertrieb: Verbreitung nach D-Nielsen-Gebieten und Ländern	18	Anzeigenpreise / Redaktionskonzept / Vertrieb	51
Anzeigenpreise 2015	19	Sonderveröffentlichung / Kundenpräsenz	52
Termine, Themen & redaktionelle Werbeumfelder 2015	20	Belegungseinheit: Na.Wi	53
AGBs	22	Basisdaten	54
Produktmarketing: Themen 2015 im Überblick	23	Anzeigenpreise / Redaktionskonzept / Vertrieb	55
Produktmarketing – Advertorials / Leser-Liebling	24	Sonderveröffentlichung / Kundenpräsenz	56
Redaktionskonzept für Produktmarketing	25	Belegungseinheit: Wi.Wi	57
Karriere-Themen 2015 im Überblick	27	Basisdaten	58
Personalmarketing	28	Anzeigenpreise / Redaktionskonzept / Vertrieb	59
Personalmarketing: Karriere- und Berufseinstiegs-Redaktion	29	Sonderveröffentlichung / Kundenpräsenz	60
Personalmarketing: Specials	30	ABI – Reifeprüfung	61
audimax CAREER-CENTER	31	Basisdaten	62
Ihre Präsenz im CAREER-CENTER	32	Anzeigenpreise, Termine, Themenschwerpunkte	63
Kundenreferenzen	34	Regional-Anzeigenpreise der Teilaufgaben und Sonderwerbformen	64
Ad-Network & Mobile	35	Konzeption und Redaktion	65
Basisdaten: audimax Ad-Network & Mobile	36	Themenschwerpunkte	66

## Wer sind audimax MEDIEN?

Die **audimax MEDIEN GmbH** ist Spezialist für Print- und Onlinekommunikation in der Zielgruppe Studierende, Absolventen und Abiturienten.

Entstanden aus einem studentischen Start-up, prägen die audimax MEDIEN und ihr Gründer Oliver Bialas seit 1988 die deutsche Hochschulmedienlandschaft. Schon als Neuling konnte sich audimax dank dem von Oliver Bialas entwickelten innovativen redaktionellen 'Drittel-Konzept' im Markt behaupten: Ein Drittel 'Studium', ein Drittel 'Leben', ein Drittel 'Arbeiten' war sein redaktionelles Novum – ein mittlerweile von fast allen Hochschulmedien 'adaptiertes' Konzept.

Heute bringen wir neben **audimax Hauptheft** fünf **Belegungseinheiten** für Studenten und Absolventen der verschiedensten Fachrichtungen sowie den Titel **audimax ABI** für Abiturienten auf den Markt. Damit hat audimax echte 'Pflichttitel' im Schüler- und Hochschulprintbereich etabliert - verfügbar in Print, als Tablet (Apple, Android und Kindle) und als E-Paper.

Mit verlegerischer Sorgfalt und Enthusiasmus leitet Oliver Bialas sein Medienhaus mit dem 32-köpfigen Innenteam, rund 25 freien Fachautoren und dem etwa 100 Mitarbeiter umfassenden Außendienst, der in den Hochschulstädten für die optimale Verteilung der audimax-Publikationen sorgt.

Wir informieren Abiturienten, Studierende und Absolventen über für sie relevante Produkte und über die ihnen offenstehenden Arbeits- und Karrieremöglichkeiten. Unser gewachsenes Know-how und unsere Zielgruppenkenntnis hilft Unternehmen, ihre Perspektiven und Produkte für Studenten und Absolventen aufzuzeigen. Damit verstehen wir uns als Schnittstelle zwischen Lesern und Unternehmen.



audimax MEDIEN-Gründer  
Oliver Bialas



Unser Redaktionsteam vor der  
Weißwand: So wird ein Heft draus!

# Unser crossmediales Angebot für Ihren Erfolg

Sie buchen eine Anzeige in audimax und erhalten folgende Leistungen:

1.

Print-Anzeige



2.

Anzeige in der Tablet-App  
(Interaktiv erweiterbar)



3.

Anzeige im E-Paper



4.

Arbeitgeberprofil  
im CAREER-CENTER



5.

Unternehmensprofil im  
Insertenverzeichnis (Print)





&



## Partnerschaft



›Wir müssen antizyklisch handeln und jetzt die Fachkräftebasis für den Aufschwung legen. Deshalb freuen wir uns, mit den audimax MEDIEN im Hochschulbereich hierfür einen kompetenten Partner zu haben.<

**Thomas Sattelberger,**  
Vorsitzender von 'MINT Zukunft schaffen'

Um unserer gesellschaftlichen Verpflichtung gerecht zu werden, ist audimax seit 2009 Kuratoriumsmitglied und Strategischer Partner von 'MINT Zukunft schaffen'.

### ■ Gefahr Fachkräftemangel

Wachstumsbremse und Gefahr für den Wirtschaftsstandort Deutschland: Der Fachkräftemangel in den MINT-Fächern Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften, Technik. Momentan beläuft sich die sogenannte „MINT-Fachkräfte-Lücke“ auf über 120.000 Vakanzen! Aufklärung und gezieltes Recruiting sind daher zwingend erforderlich.

---

### Was ist 'MINT Zukunft schaffen'?

Der Wirtschaftsstandort Deutschland ist gefährdet durch den Mangel an Nachwuchs in den MINT-Qualifikationen. Dieses strukturelle demografische Problem verursacht heute schon als Wachstums- und Innovationsbremse einen hohen Wertschöpfungsverlust – mit steigendem Recruiting-Aufwand. Die Initiative 'MINT Zukunft schaffen', gegründet im Mai 2008 von der Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (BDA) und dem Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI), setzt zukunftsorientiert und wegweisend Zeichen für positive Veränderungen.

# Unser Engagement für die MINT-Fächer

## ■ Unser MINT-Portfolio

Bei uns ist Ihr MINT-Recruiting in versierten Händen.

### audimax ING., I.T, Na.Wi



Klarer MINT-Bezug: Branchenperspektiven, Arbeitsfelder, Einblicke klären über MINT-Berufe auf. Siehe ab Seite 41.



### audimax MINT-Guide

Der jährliche audimax MINT-Guide: MINT-Arbeitgeber im Porträt

### audimax ABI MINT



Für Abiturienten: Spezialtitel **audimax ABI MINT**. Siehe ab Seite 61.

### Die audimax MINT-Awards



Exklusives Sponsoring der M-I-N-T-Kategorien: Prämiieren Sie gemeinsam mit uns hervorragende Leistungen von MINT-Studierenden. Wir liefern Organisation, Printraum, Online-Präsenzen und das komplette Handling. Sie treten als Sponsor in Erscheinung.

### 'MINT Minded Company'-Siegel



Ausgewählte Unternehmen, die sich in besonderer Weise um die Förderung der MINT-Gedanken bemühen, ehrt audimax mit dem 'MINT Siegel'. Diese Auszeichnung ist für Unternehmen nicht mit Kosten verbunden und kann nicht käuflich erworben werden.

# audimax

## Print-, Online- und Mobile-Medien für Studierende

- **audimax** publiziert Print-, Online- und Mobile-Medien für Studierende in Deutschland. Unsere Printtitel ING., Wi.Wi, I.T, Na.Wi erscheinen auch in Österreich und der Schweiz.
- **audimax** erscheint als Printmedium, als Tablet-Version und als E-Paper. Es bietet mit gründlich recherchierter Serviceredaktion einen unmittelbaren Nutzwert bei Fragen zu Studium und Berufseinstieg.
- **audimax** print ist an über 466 Hochschulen mit einer Gesamtauflage von 416.000 Exemplaren erhältlich. audimax.de ist mobile-optimiert für Smartphones, audimax.de für stationäre PCs etc. bietet eine der größten Jobbörsen für Akademiker
- **audimax: Warum nur neun Mal im Jahr?**  
In der Vorlesungszeit erscheinen wir monatlich, in den Semesterferien setzen wir aus. Denn da sind nur rund 23 Prozent der Studenten an der Hochschule.
- **audimax: Warum kostenlos?**  
Ganz ohne dass der Leser aktiv werden muss, trifft er überall dort auf audimax, wo er sich täglich aufhält. Wir investieren Ihren Umsatz mitten in der Zielgruppe, nicht nur thematisch, sondern auch räumlich: Bei uns müssen Sie nicht auf Studenten hoffen, die den Gang zum Kiosk antreten, um Ihre Anzeige wahrzunehmen. Von Bordexemplaren und anderer Auf-lagenkosmetik halten wir nichts. Wir – und damit Sie – sind dort, wo die Studenten sind: Print an der Hochschule, unterwegs auf dem Tablet, mobile auf dem Smartphone.







# GESAMTAUSGABE

**416.000 Exemplare\* PRINT,  
Tablet-Version & als E-Paper**

Die Hochschulzeitschrift für Deutschland-Österreich-Schweiz  
mit Belegungseinheiten für

- Ingenieure
- Wirtschaftswissenschaftler
- Informatiker
- Naturwissenschaftler
- Juristen

**Im 28 . Jahrgang**

Die Mediadaten Nr. 29, gültig ab 01.01.2015

**Monatlich in der Vorlesungszeit**

9 x jährlich, nicht in den Semesterferien

MEDIA 2015



\*Auflage lt. IVW II/2014:  
418.000 Exemplare Druck  
416.420 Exemplare verbreitet



# Basisdaten

Anzeigen / Media: 0911. 23 77 9 - 40\_Grafik: 0911. 23 77 9 - 45

**Verlag:** audimax MEDIEN GmbH  
**Hausanschrift:** Hauptmarkt 6-8, 90403 Nürnberg

**Herausgeber:** Oliver Bialas  
**Anzeigen / Media Telefon:** 09 11. 23 77 9-40  
**E-Mail:** media@audimax.de

**Zahlungsbedingungen:** Bei Vorauszahlung und Kontogutschrift bis zum ET 2 % Skonto, danach innerhalb von 14 Tagen ohne Abzug. Alle Preise zzgl. gesetzl. MwSt.

**Bankverbindung:** Commerzbank AG Nürnberg  
IBAN DE29 7608 0040 0241 2718 00  
BIC DRES DE FF 760

**Mindestauflage 2015:** 417.000 Exemplare Druck  
(Verlagsgarantie) 416.000 Exemplare verbreitet, davon

Belegungseinheit	ING.	65.000	Exemplare verbreitet
Belegungseinheit	I.T	32.000	Exemplare verbreitet
Belegungseinheit	JUR.A	21.000	Exemplare verbreitet
Belegungseinheit	Na.Wi	54.000	Exemplare verbreitet
Belegungseinheit	Wi.Wi	56.000	Exemplare verbreitet

**Erscheinungsweise:** 9 x jährlich, monatlich in der Vorlesungszeit; erscheint nicht in den Semesterferien

**Heftformat:** 210 mm breit x 297 mm hoch (DIN A 4)

**Satzspiegel:** 192 mm breit x 255 mm hoch

**Druckverfahren:** Rollenoffset, 4c Euroskala

**Papier:** 60 g Charisma Brilliant

**Umschlag:** Alle Hefte werden mit Umschlag produziert:  
135 g Circle glänzend



**Nachhaltigkeit:** Alle eingesetzten Papiere sind zertifiziert für »Der Blaue Engel«. Der Druck erfolgt CO<sub>2</sub>-neutral. Infos unter [www.audimax-media.de](http://www.audimax-media.de)

**Druckunterlagen:**

- PDF-Dateien (PDF/X3)  
in 300 dpi und 4c Euroskala

**Farbprofile:**

- Umschlag: ISO Coated v2
- Innenseiten: PSO LWC Standard
- E-Mail: [media@audimax.de](mailto:media@audimax.de)

**Datenanlieferung:** Digitale Druckunterlagen liefern Sie bitte mit farb- und größenverbindlichem Proof, da wir sonst keine Garantie für den korrekten Abdruck übernehmen können.

**Auflagenprüfung:** Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. (IVW)

**Auflage lt. IVW II/2014:** 418.000 Exemplare Druck  
416.420 Exemplare verbreitet



# Das Gesamtausgaben-Konzept

audimax und seine Belegungseinheiten: das System

Unterschiedliche Unternehmen und Kampagnen haben unterschiedliche Bedürfnisse, Zielvorgaben und Strategien. Gemeinsam haben sie eines: Je genauer die Zielgruppenansprache erfolgt, desto nachhaltiger ist das Budget investiert. Um diese Anforderung ideal zu erfüllen, hat audimax MEDIEN das Gesamtausgaben-Konzept mit Belegungseinheiten auf Magazinbasis entwickelt.

**Streuverlustfreie Zielgruppenansprache –  
so setzt sich die Gesamtauflage zusammen:** →

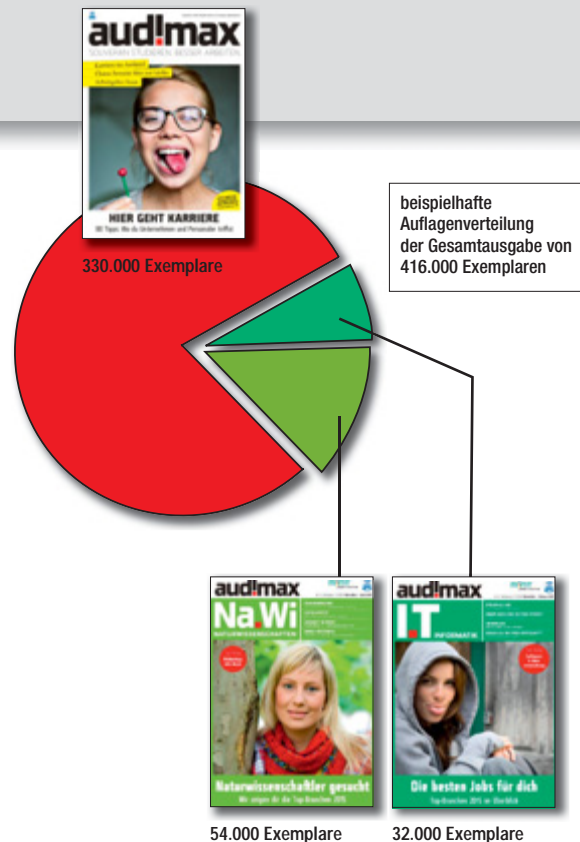
Das Gesamtausgaben-Prinzip ist von Tageszeitungen bekannt: Ein redaktioneller Mantel wird um regionale Redaktion ergänzt und so auf die Zielgruppen maßgeschneidert.

**Dieses Prinzip haben wir auf audimax übertragen:**

Jede Ausgabe von audimax erscheint in einer Auflage von 416.000 Exemplaren. Diese bilden das Hauptheft, welches erweitert wird um zielgruppenspezifische Artikel für Studierende verschiedener Studienrichtungen. Das Ergebnis sind die Belegungseinheiten.

**Das heißt:**

416.000 Exemplare audimax setzen sich zusammen aus dem **audimax Hauptheft** und den jeweiligen Belegungseinheiten.



## ■ Wie funktioniert das Gesamtausgaben-Konzept?

Sie buchen eine Anzeige in der Gesamtauflage von audimax. Diese Anzeige erscheint im redaktionellen Mantel = **audimax Hauptheft** und in den jeweiligen Belegungseinheiten der Ausgabe. Die Belegungseinheiten (ING., Wi.Wi, I.T, JUR.A und Na.Wi) erscheinen im monatlichen Wechsel. Eine Jahresübersicht finden Sie auf Seite 14/15.

## ■ Wie erreichen die Belegungseinheiten ihre Zielgruppe?

Alle Belegungseinheiten gehen ohne Streuverluste ausschließlich an die jeweiligen Fachbereiche. Außerdem kooperieren wir mit hochkarätigen ausgewählten Verbänden und Studenteninitiativen. Erscheint zum Beispiel **audimax ING.**, so erhalten die ingenieurwissenschaftlichen Fachbereiche ausschließlich **audimax ING.**, in den anderen Monaten erhalten sie das **audimax Hauptheft**. So liest ein Student der Ingenieurwissenschaften vier Mal im Jahr **audimax ING.** und fünf Mal das **audimax Hauptheft**.

## ■ Aufteilung der Gesamtauflage, die mit den Belegungseinheiten audimax Wi.Wi und audimax ING. erscheint

Beispiel:



# Unser Gesamtausgaben-Konzept ist Ihr Vorteil

## ■ Wann ist das Gesamtausgaben-Konzept für Sie sinnvoll?

- 1) Sie möchten mit einer Anzeigenbuchung Studenten aller Fachrichtungen ansprechen.
- 2) Sie möchten mit der gleichen Buchung darüber hinaus gezielt Studenten einer bestimmten Fachrichtung ansprechen.

## ■ Was bringt Ihnen das Gesamtausgaben-Konzept?

### Motivwechsel

Wenn Sie die Gesamtauflage von audimax buchen, können Sie Ihre Anzeigenmotive in den Belegungseinheiten kostenlos wechseln (Beispiel siehe rechts) – das garantiert Ihnen die individuelle Ansprache jeder Zielgruppe.

Beispiel: Sie buchen eine Anzeige in der Gesamtauflage von audimax 9-10. Diese Ausgabe erscheint mit den Belegungseinheiten audimax ING. und audimax Wi.Wi.

Sie können Ihr Anzeigenmotiv in audimax ING. und audimax Wi.Wi auf diese Zielgruppen zuschneiden und damit gebuchten Anzeigenraum ohne Mehrkosten optimal nutzen.

Ihr Motivwechsel: kostenlos spezifizierte Zielgruppen mit spezifizierten Anzeigenmotiven ansprechen



audimax ING. 09-10

audimax Wi.Wi 09-10

## Die Belegungseinheiten der audimax MEDIEN

Das **audimax Hauptheft** bildet den redaktionellen Mantel, der in jeder Hochschulpublikation der audimax MEDIEN vorhanden ist. Dieser redaktionelle Mantel wird in den Belegungseinheiten um bis zu 100 Seiten mit zielgruppenspezifischer Redaktion erweitert. Das sind die Belegungseinheiten.

### ■ Welche Belegungseinheiten gibt es?

**audimax ING. besteht aus:**  
audimax Hauptheft  
**plus** Redaktion für Studenten und Absolventen der Ingenieurwissenschaften.



**audimax I.T besteht aus:**  
audimax Hauptheft  
**plus** Redaktion für Studenten und Absolventen der Informatik.



### **audimax JUR.A besteht aus:**

audimax Hauptheft

**plus** Redaktion für Studenten und Absolventen der Rechtswissenschaften.



### **audimax Na.Wi besteht aus:**

audimax Hauptheft

**plus** Redaktion für Studenten und Absolventen der Naturwissenschaften.



### **audimax Wi.Wi besteht aus:**

audimax Hauptheft

**plus** Redaktion für Studenten und Absolventen der Wirtschaftswissenschaften.



### **■ Wo gibt es die Belegungseinheiten?**

Exklusiv an den Fachbereichen, an die sich die jeweilige Belegungseinheit richtet.

Darüber hinaus kooperieren wir mit ausgewählten Fachverbänden wie dem VDE und hochkarätigen Initiativen.

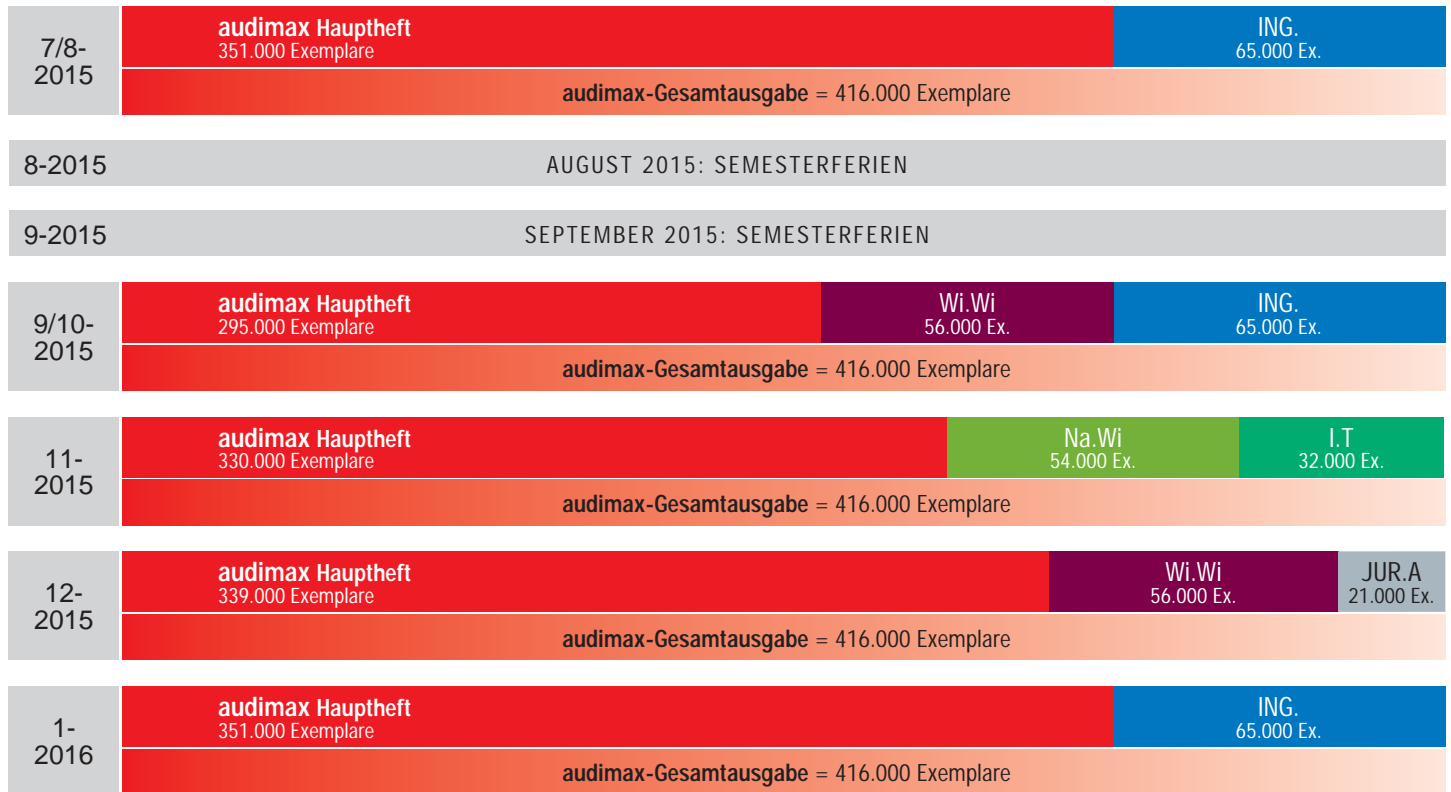
Außerdem sind die Belegungseinheiten jährlich auf über 120 Absolventenmessen zu finden, deren Medienpartner wir sind.

Einen jeweils aktuellen Überblick verschaffen Sie sich unter [www.audimax-messetermine.de](http://www.audimax-messetermine.de).

## Monatspaketkalender: Welche Belegungseinheit erscheint wann?

1- 2015	<b>audimax Hauptheft</b> 351.000 Exemplare	<b>ING.</b> 65.000 Ex.	
audimax-Gesamtausgabe = 416.000 Exemplare			
2/3- 2015	<b>audimax Hauptheft</b> 328.000 Exemplare	<b>I.T CeBIT Special</b> 32.000 Ex.	<b>Wi.Wi</b> 56.000 Ex.
audimax-Gesamtausgabe = 416.000 Exemplare			
3-2015	MÄRZ 2015: SEMESTERFERIEN		
4- 2015	<b>audimax Hauptheft</b> 351.000 Exemplare	<b>ING.</b> 65.000 Ex.	
audimax-Gesamtausgabe = 416.000 Exemplare			
5- 2015	<b>audimax Hauptheft</b> 341.000 Exemplare	<b>Na.Wi</b> 54.000 Ex.	<b>JUR.A</b> 21.000 Ex.
audimax-Gesamtausgabe = 416.000 Exemplare			
6- 2015	<b>audimax Hauptheft</b> 328.000 Exemplare	<b>Wi.Wi</b> 56.000 Ex.	<b>I.T</b> 32.000 Ex.
audimax-Gesamtausgabe = 416.000 Exemplare			





Die Länge der Linien ist nicht mathematisch proportional zu den genannten Auflagen, sondern dient der Verdeutlichung des Gesamtausgaben-Konzepts.

# Das Redaktionskonzept: Drittel-Mix aus Studium, Leben & Karriere

Die passende Redaktion für Produkt- und Personalmarketing

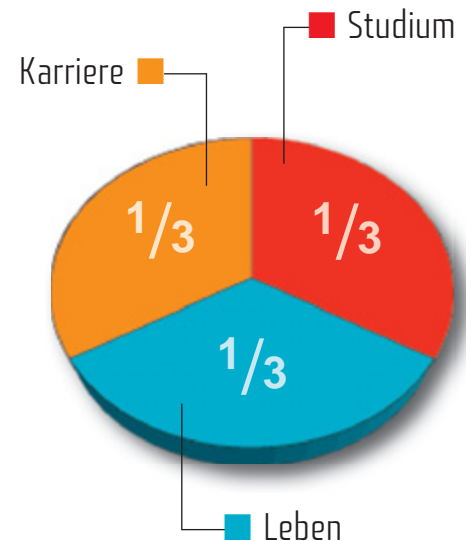
Drei Interessen verbinden unsere ca. 2,8 Millionen Menschen umfassende Zielgruppe:

›Wie komme ich gut durch mein Studium?‹, ›Wie realisiere ich die Balance aus Studium, Job und Freizeit?‹ und ›Wie finde ich nach dem Studium den Job, der zu mir passt?‹

Mit der Geburtsstunde von audimax war deshalb auch unser redaktioneller (und, so viel Urheber-Stolz sei erlaubt, mittlerweile oft kopierter) 'Drittel-Mix' geboren: Ein Drittel Leben, ein Drittel Studieren, ein Drittel Arbeiten. Diese drei großen studentischen Lebensbereiche mixen wir zu einem unterhaltsamen und informativen Cocktail aus Ratgeberredaktion, Reportagen, Umfragen und lebensnaher Lifestyle-Redaktion. Serviceseiten, Rätsel und Gewinnspiele runden den Mix ab.

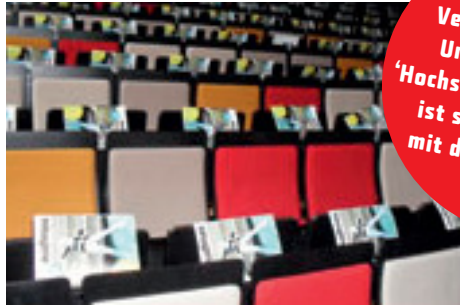
■ **Produktmarketing:** Kampagnen und Produktmarketing für Studenten finden den passenden redaktionellen Rahmen in den 'Studium'- und 'Leben'-Texten, die zusammen mit der Service-Redaktion ca. zwei Heftdritteln abdecken. Informationen zum Heftkonzept für Produktmarketing sowie Themen und Termine finden Sie im Register 'Produktmarketing'.

■ **Personalmarketing:** Ihre Personalimage-Kampagne oder Ihre Stellenausschreibung unterstützen wir mit folgendem Redaktionsmix: karrierebezogene Ratgeberredaktion, die Fragen von Studierenden aller Fachrichtungen klärt (Welche Traineeprogramme gibt es? Was passiert bei Recruiting-Veranstaltungen? Frauenförderung in Unternehmen etc.) und Berufseinstiegs-Redaktion über Branchen mit hohem Absolventenbedarf (Arbeitsmarktberichte, Unternehmensporträts etc.). Informationen zum Heftkonzept für Personalmarketing sowie Themen, Branchen und Termine finden Sie im Register 'Personalmarketing'.



# Der Vertrieb

Mit uns und unseren Erfolgsfaktoren erreichen Sie die Zielgruppe!



*Displays,  
Verteilung, Auslage:  
Unsere Stabsstelle  
'Hochschulkommunikation'  
ist ständig im Dialog  
mit den Hochschulen!*



## ■ Wo gibt es audimax?

- bundesweit an allen FHs und Universitäten mit mehr als 2.500 Studenten durch ortsansässige, audimax-eigene feste Verteiler
- bundesweit an Hochschulen mit weniger als 2.500 Studenten durch Direktversand
- auf über 120 Firmenkontaktmessen

## ■ Wo gibt es die Belegungseinheiten?

- punktgenau und streuverlustfrei exklusiv an den jeweiligen Lehrstühlen, Fachschaften, Fakultäten
- in Deutschland, Österreich und der Schweiz

## ■ Wie gibt es audimax?

- in eigenen Displays in zentralen Hochschul- und Studentenwerks-Einrichtungen
- durch Hand-zu-Hand-Verteilung
- durch Briefkastenverteilung in Studentenwohnheimen
- durch Auslage an wesentlichen Stellen studentischer Infrastruktur
- durch Szeneverteilung im universitären Umfeld
- durch Direktversand an Hochschulen mit weniger als 2.500 Studenten in Zusammenarbeit mit den lokalen Pressestellen

## ■ Vertriebskontrolle & Vertrieboptimierung

- Die IWW prüft Druckauflage und Vertrieb
- Studentische Mitarbeiter, die an ihrem Verteilort studieren, führen die Verteilung durch. Das heißt:
  - sie haben beste Ortskenntnis und sorgen für zielgruppenspezifische Verbreitung
  - sie kümmern sich um permanente Versorgung und Nachbetreuung der Auslagestellen
- Erfahrene audimax-Vertriebsinspektoren kontrollieren und optimieren die Verteilung
- Response-Aktionen in jeder Ausgabe
- Echtzeit-Vertriebsstatus durch den Einsatz von MMS-Handys in den Key-Account-Städten

## Der Vertrieb: Verbreitung nach D-Nielsen-Gebieten und Ländern

<b>Nielsen I</b> <b>61.000 Ex.</b> Altenholz Braunschweig Bremen Bremerhaven Buxtehude Clausthal-Zellerf. Elmshorn Elsfleth Emden Flensburg Göttingen Hamburg Hann. Münden Hannover Heide Hildesheim Holzminden Kiel Leer Lingen/Ems Lübeck Lüneburg Nienburg Oldenburg Osnabrück Ottersberg Pinneberg Rendsburg Rinteln Salzgitter Suderburg Vechta Wedel Wilhelmshaven Wolfenbüttel Wolfsburg	Bielefeld Bocholt Bochum Bonn Brühl Detmold Dortmund Düsseldorf Duisburg Essen Gelsenkirchen Hagen Hamm Herford Hoexter Iserlohn Jülich Kleve Köln Krefeld Lemgo Lingen/Ems Minden Mönchengladb. Mülheim a. d. R. Münster Neuss Nordkirchen Paderborn Recklingh. Rheinbach St. Augustin Saarlouis Saarlouis Speyer Trier Vallendar Wiesbaden Witzenhausen Worms Zweibrücken	Dieburg Edenkoben Frankfurt/Main Friedberg Fulda Geisenheim Gernsheim Giessen Hachenburg Höhr-Grenz. Homburg Idar-Oberstein Idstein Kaiserslautern Kassel Koblenz Langen Lautzenhausen Ludwigshafen Mainz Marburg Mayen Niederwerth Oberursel Oestrich-Winkel Offenbach Pfungstadt Pirmasens Remagen Rotenburg a.d.F. Rüsselsheim Saarbrücken Speyer Trier Vallendar Wiesbaden Witzenhausen Worms Zweibrücken	Calw Esslingen Freiburg Friedrichshafen Furtwangen Geislingen Gengenbach Göppingen Heidelberg Heilbronn Hohenheim Horb Isny Karlsruhe Kehl Konstanz Künzelsau Lahr Landau Ludwigsburg Mannheim Nürtingen Offenburg Pforzheim Ravensburg Reutlingen Riedlingen Rottenburg/N. Schw.-Gmünd Schwäbisch Hall Sigmaringen Stuttgart Trossingen Tübingen Ulm Villingen-Sch. Weingarten	Bayreuth Benediktbeuern Coburg Deggendorf Eichstätt Erding Erlangen Freising Fürstenfeldbruck Herrsching Hof Ingolstadt Kempten Landshut München Neu-Ulm Neubiberg Neuendettelsau Nürnberg Passau Regensburg Rosenheim Schweinfurt Starnberg Triesdorf Wasserburg Weiden Weihenstephan Würzburg	Friedensau Greifswald Güstrow Halberstadt Halle/Saale Königs-W. Köthen Magdeburg Merseburg Neubrandenburg Potsdam Rostock Schwerin Senftenberg Stendal Stralsund Warnemünde Wildau Wismar	<b>Auflagen für A und CH: je nach Anzahl der Belegungseinheiten zwischen 4.000 und 12.000 Ex.</b>  <b>Österreich</b> Dornbirn Eisenstadt Graz Hagenberg Innsbruck Klagenfurt Krems Kuchl Kufstein Leoben Linz Pinkafeld Puch/Salzburg Spittal a.d. Drau St. Pölten Steyr Tulln Villach Wels Wien Wiener Neustadt Wieselburg  <b>Schweiz</b> Basel Bern Brugg Brugg-Windisch Buchs Chur Freiburg/Fribourg Horw Luzern Muttenz Olten Rapperswil St. Gallen Winterthur Zürich
<b>Nielsen II</b> <b>82.000 Ex.</b> Aachen Alfter Bad Honnef Berg, Gladbach Bad Münstereifel	<b>Nielsen IIIa</b> <b>64.000 Ex.</b> Bad Hersfeld Bad Homburg Bad Sooden-Ä. Bingen Birkenfeld Darmstadt	<b>Nielsen IIIb</b> <b>54.500 Ex.</b> Aalen Albstadt Bahnstock Biberach	<b>Nielsen IV</b> <b>66.500 Ex.</b> Amberg Ansbach Aschaffenburg Augsburg Bamberg	<b>Nielsen V</b> <b>28.000 Ex.</b> Berlin	<b>Nielsen VI</b> <b>24.500 Ex.</b> Aschersleben Bernburg Brandenburg Brieske Cottbus Dessau Eberswalde Frankfurt/Oder	<b>Nielsen VII</b> <b>31.500 Ex.</b> Chemnitz Dresden Erfurt Freiberg Gera Görlitz Gotha Ilmenau Jena Leipzig Meiningen Meißen Mittweida Moritzburg Nordhausen Reichenbach Rothenburg/OL Schmalkalden Schneeberg Weimar Zittau Zwickau

**audimax** erreicht die Studenten optimal...

...durch flächendeckenden Vertrieb in D-A-CH: **95 Prozent** aller Studenten sind an unseren Verteilorten imatrikuliert.





















...weil unsere rund **100 Verteiler** feste studentische Mitarbeiter sind, die sich an 'ihrem' Hochschulort bestens auskennen.

...weil wir **intensiv mit der Hochschulverwaltung kommunizieren**; wir wehren uns gegen die monopolistische Vermarktung von Hochschulen und finden: jeder Studierende hat ein Recht auf Pressefreiheit und damit auf audimax-Lektüre. Für den Dialog mit den Hochschulen haben wir eine eigene Stelle geschaffen.

...weil wir Studierende auch in ihrer Freizeit erreichen: Mit dem **audimax-Szenevertrieb** durch professionelle Vertriebsfirmen.

...weil unsere bundesweit stattfindende **Vertriebskontrolle** vor Ort reibungslosen Vertrieb garantiert.

# Anzeigenpreise 2015 in Euro

Formate	Breite x Höhe im Satzspiegel	im Anschnitt Plus 5 mm Beschnittzugabe	s/w	2-farbig	4-farbig	Anschnitt 5 % vom s/w-Preis
1/1 Seite	 192 x 255	 210 x 297	13.782,-	16.538,-	19.226,-	689,-
2/3 Seite	 192 x 170	 210 x 187	10.337,-	12.404,-	13.851,-	517,-
1/2 hoch	 95 x 255	 105 x 297	8.269,-	9.923,-	10.915,-	413,-
1/2 quer	 192 x 127	 210 x 144	8.269,-	9.923,-	10.915,-	413,-
1/3 hoch	 60 x 255	 70 x 297	5.788,-	6.946,-	8.046,-	289,-
1/3 quer	 192 x 85	 210 x 102	5.788,-	6.946,-	8.046,-	289,-
1/4 hoch	 95 x 127	 105 x 144	4.548,-	5.458,-	6.322,-	227,-
1/4 quer	 192 x 63	 210 x 80	4.548,-	5.458,-	6.322,-	227,-
1/6 hoch	 60 x 127	 70 x 144	3.583,-	4.300,-	4.873,-	179,-
2/1 Seite Bunddurchdruck	 400 x 255	 420 x 297	26.875,-	32.250,-	34.937,-	1.344,-

Weitere Bunddurchdruckformate sind natürlich möglich. Genaue Daten geben wir Ihnen gerne für Ihr spezielles Format.  
**Millimeter-Preis für Kleinanzeigen:** 8,00 EUR bei 45 mm Spaltenbreite und Maximalformat 1/12 Seite. mm-Preis = Direktpreis; bei Agenturschaltung + 15 %

## Rabatte

auch bei Titelmix oder mit CAREER-CENTER

Mengenstaffel	Malstaffel
3 Seiten 5 %	3 Anzeigen 3 %
6 Seiten 10 %	6 Anzeigen 6 %
9 Seiten 15 %	9 Anzeigen 9 %

Agenturprovision (AE): 15 %

## Umschlagseiten U<sub>2</sub> oder U<sub>4</sub>

1/1 4c Anschnitt: 21.148,- €, rabattfähig

## Beilagen

Preise pro Tausend  
 72 € / 20 g, je weitere 5 g zzgl. 5 €.

**Format:** mind. 10,5 x 14,8; max. 19 x 27,7 cm

## Beihefter

Preise pro Tausend  
 69 € / 4 Seiten Umfang; 79 € / 8 Seiten

Umfang; 89 € / 12 Seiten Umfang

**Format:** mindestens DIN A6

**Papiergewicht:** mind. 60 g, max. 150 g

## Tip-on

Preise pro Tausend  
 Postkarten: 49 €; Umschläge / 20 g: 69 €

Teilbelegungen möglich, bitte anfragen!

**Advertorials:** alle Größen möglich, Kosten wie Anzeigenformate 2-farbig, inkl. Erstellung

**Auf einen Blick:** Termine, Themen & redaktionelle Werbeumfelder 2015

Ausgabe	Lifestyle-Thema	Karriere-Special	Branchen-Special	Im Fokus	AS Anzeigenschluss	DU Druckunterlagen- schluss	ET Erscheinungs- termin
1-2015 mit Belegungseinheit ING.	Sport	Arbeitsmarktreport: Chancen 2015	Energie & Umwelt	Personaldienstleister	14.11.14	19.11.14	01.12.14
2/3-2015 mit Belegungseinheiten Wi.Wi • I.T	CeBIT-Special: Devices & Virtual Life	Traineeprogramme	Automobil & Zulieferer	CeBIT-Special: IT-Trends & -Jobs	23.01.15	28.01.15	13.02.15
4-2015 mit Belegungseinh. ING.	Mode	Recruiting- Veranstaltungen im Porträt: Firmenevents & Hannover Messe	Consulting & Wirtschaftsprüfung	MINT-Arbeitgeber	13.02.15	18.02.15	06.03.15
5-2015 mit Belegungseinheiten Na.Wi • JUR.A	Liebe	Recruiting- Veranstaltungen im Porträt: ILA, andere Fachmessen	Banken, Finanzen & Versicherungen	Master-Special	20.03.15	25.03.15	10.04.15

Cover-  
Booklet  
'Trainee-  
programme'Sonder-  
heft:  
'Karriere-  
Highlights'

6-2015 mit Belegungseinheiten Wi.Wi • I.T	Weiterbildung	Trend-Branchen	Handel & Vertrieb	Personal- dienstleister	17.04.15	22.04.15	08.05.15	
7/8-2015 mit Belegungseinheit ING.	Fernweh	 Mathematik	Energie & Umwelt	Formula Student	22.05.15	27.05.15	12.06.15	
9/10-2015 mit Belegungseinheiten ING. • Wi.Wi	Zeit	Traineeprogramme	Consulting & Wirtschaftsprüfung	Elite: Hochschulen und Abschlüsse	21.08.15	26.08.15	18.09.15	
11-2015 mit Belegungseinh. I.T • Na.Wi	Geld	Karriere im Ausland	Handel & Vertrieb	Arbeitgeber Staat		18.09.15	23.09.15	09.10.15
12-2015 mit Belegungseinheiten Wi.Wi • JUR.A	Musik	Fachkräftelücke	Automobil & Zulieferer	 Geistes- wissenschaftler	16.10.15	21.10.15	06.11.15	
1-2016 mit Belegungseinheit ING.	Sport	Arbeitsmarktreport: Chancen 2016	Energie & Umwelt	Interdisziplinarität	13.11.15	18.11.15	30.11.15	



**01.** Anzeigenaufträge sind innerhalb eines Jahres nach Vertragsschluss abzuwickeln. Die in der Anzeigenpreisliste bezeichneten Nachlässe werden nur für die innerhalb eines Jahres in einer Druckschrift erscheinenden Anzeigen eines Werbungstreibenden gewährt. Nachbelastungen und Gutschriften werden nach der tatsächlich abgenommenen Menge am Ende des Dispositionsjahres abgerechnet. Die Frist beginnt mit dem Erscheinen der ersten Anzeige.

**02.** Der Werbungstreibende hat Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb Jahresfrist entsprechenden Nachlass, wenn er zu Beginn der Frist einen Auftrag abgeschlossen hat, der nach der Preisliste zu einem Nachlass berechtigt.

**03.** Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zurückervergüten. Die Rückvergütung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht. Die Stornierung eines bereits erteilten Auftrags durch den Auftraggeber ist bis 14 Tage vor Anzeigenschluss der jeweils gebuchten Ausgabe möglich.

**04.** Für die Aufnahme von Anzeigen in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift wird keine Gewähr geleistet, es sei denn, dass der Auftraggeber die Gültigkeit des Auftrages ausdrücklich davon abhängig gemacht hat.

**05.** Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeige erkennbar sind, können als solche vom Verlag deutlich kenntlich gemacht werden. Das Inserentenverzeichnis ist nicht Bestandteil der vertraglichen Leistung, sondern ein kostenloser Service des Verlages, auf dessen Ausführung kein Rechtsanspruch besteht.

**06.** Der Verlag behält sich vor, Anzeigen- und Beilagenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – wegen des Inhalts, der

Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen Grundsätzen des Verlages abzulehnen. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteiles der Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

**07.** Für die rechtzeitige Lieferung eines Anzeigentextes, der Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Bei Druckreklamationen folgt der Verlag in Zweifelsfällen dem Gutachterausschuss für Druckreklamationen.

**08.** Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Weitergehende Haftungen für den Verlag sind ausgeschlossen. Fehlende oder fehlerhaft gedruckte Kontrollangaben ergeben keinen Anspruch für den Auftraggeber, sofern nichts Abweichendes vereinbart ist. Reklamationen müssen innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

**09.** Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Sendet der Auftraggeber den ihm rechtzeitig übermittelten Probeabzug nicht fristgemäß zurück, so gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt.

**10.** Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in Höhe von 1 v. H. über dem jeweils gültigen Diskontsatz der Deutschen Bundesbank 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 Konkursen und Zwangsvergleichen entfällt jeglicher Nachlass. Wenn ältere Rechnungen offen stehen, kann Skonto nicht eingeräumt werden.

**11.** Der Verlag liefert mit der Rechnung grundsätzlich ein Belegexemplar. Kosten für erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen und für die Lieferung bestellter Andrucke trägt der Auftraggeber.

**12.** Ein Auflagenrückgang ist nur dann von Einfluss auf das Vertragsverhältnis, wenn eine Auflagenhöhe zugesichert ist und diese um mehr als 20 v. H. sinkt. Darüber hinaus sind etwaige Preisminderungs- und Schadensersatzansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.

**13.** Bei fernmündlich aufgegebenen Bestellungen und Änderungen übernimmt der Verlag keine Haftung für die Richtigkeit der Wiedergabe.

**14.** Die Pflicht zur Aufbewahrung von Druckunterlagen endet drei Monate nach dem Erscheinen der jeweiligen Anzeige, sofern nicht ausdrücklich andere Vereinbarungen getroffen wurden.

**15.** Im Fall höherer Gewalt erlischt jede Verpflichtung des Verlages auf Erfüllung von Aufträgen und Leisten von Schadensersatz, insbesondere wird auch kein Schadensersatz für nicht veröffentlichte oder nicht rechtzeitig veröffentlichte Anzeigen geleistet. Bei Betriebsstörungen oder Eingriffen durch höhere Gewalt (Streiks, Beschlagnahme etc.) hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn die Aufträge mit 80 v. H. der zugesicherten Druckauflage erfüllt sind. Geringere Leistungen sind nach dem Tausenderpreis gemäß der Kalkulations-Druckauflage zu bezahlen.

**16.** Die aus der Preisliste ersichtlichen Preise, Aufschläge und Nachlässe werden für alle Auftraggeber einheitlich berechnet. Mit Erscheinen der Anzeigenpreisliste vom 15.10.2014, gültig ab 01.01.2015, verlieren alle bisherigen Preislisten ihre Gültigkeit. Erfüllungsort und Gerichtsstand für beide Teile ist der Sitz des Verlages. **Stand: Oktober 2014**

# Produktmarketing: Themen 2015 im Überblick

Ausgabe	Trend-Thema	Studenten-Special	AS Anzeigenschluss	DU Druckunterlagenabschluss	ET Erscheinungstermin
1-2015 ING.	Sport	Party machen	14.11.14	19.11.14	01.12.14
2/3-2015 Wi.Wi • I.T	CeBiT-Special: Devices & Virtual Life	Kochen und Essen	23.01.15	28.01.15	13.02.15
4-2015 ING.	Mode	Sprachreisen	13.02.15	18.02.15	06.03.15
5-2015 Na.Wi • JUR.A	Liebe	Wo wohnen und wie?	20.03.15	25.03.15	10.04.15
6-2015 Wi.Wi • I.T	Weiterbildung	Lerntechniken und Arbeitshilfen	17.04.15	22.04.15	08.05.15
7/8-2015 ING.	Fernweh	Studentisch reisen	22.05.15	27.05.15	12.06.15
9/10-2015 ING. • Wi.Wi	Zeit	Semesterstart	21.08.15	26.08.15	18.09.15
11-2015 I.T • Na.Wi	Geld	Versicherungen	18.09.15	23.09.15	09.10.15
12-2015 Wi.Wi • JUR.A	Musik	Adventskalender und Weihnachten	16.10.15	21.10.15	06.11.15
1-2016 ING.	Sport	Party machen	13.11.15	18.11.15	30.11.15

# Produktmarketing

## Advertorials / Leser-Liebling

### ■ Advertorials

Sie suchen nach einem Weg, ein Produkt jenseits der klassischen Werbung in der Zielgruppe zu verankern? Eine unserer Spezialitäten sind kreative Advertorials. Von individueller Themenfindung für Ihr Unternehmen über zielgruppennahe Schreibe bis hin zur layouterischen Umsetzung entwickeln wir mit Spaß und Engagement einen Weg jenseits des klassischen Anzeigenraums.

Aus presserechtlichen Gründen müssen Advertorials gekennzeichnet werden. Preise entsprechen den 2c-Anzeigenpreisen.



### So geht zielgruppennah:

Leseraufmerksamkeit binden, Sympathiewert steigern, ins Bewusstsein dringen: Wir haben für jede Marke eine kreative Idee!



### ■ Anzeige des Monats: 'Leser-Liebling'

In jeder Ausgabe wählen unsere Leser mit dem 'Leser-Liebling des Monats' ihre Lieblingsanzeige. Das bringt Ihnen:

**Erhöhte Leseraufmerksamkeit:** Um ihr Urteil über die Anzeigen abgeben zu können, setzen sich unsere Leser intensiv mit deren Inhalt und Motiv auseinander. Dadurch werden Ihre Anzeigen noch stärker wahrgenommen.

**Zielgruppen-Abgleich:** Der 'Leser-Liebling des Monats' liefert einen unmittelbaren Abgleich der Zielgruppennähe Ihrer Kampagne.

# Redaktionskonzept für Produktmarketing

## Das 'Trend-Thema'-Konzept

### ■ Das 'Trend-Thema': Was steht drin?

Jede Ausgabe von **audimax** fokussiert ein bestimmtes 'Trend-Thema' – ein Thema, das Studenten in ihrer Eigenschaft als junge Leute elementar interessiert, etwa: Wie wichtig ist Liebe? Wie viel Mode darf sein? Wie reise ich günstig und ökologisch verträglich? Unsere Redaktion beleuchtet diese Fragen unkonventionell, frisch und kompetent.

### ■ Das 'Leben'-Drittel: Was steht noch drin?

Buch-, Musik- und Filmempfehlungen, Prominenten-Fragebogen, Produktvorstellungen, Kuriositäten des täglichen Lebens - liebevoll gesammelte Informationen für Jungakademiker zwischen 18 und 30.

### ■ Das 'Studieren'-Drittel: Was steht drin?

Informationen, die für Studierende wirklich relevant und nur aus einer Hochschulzeit-schrift zu beziehen sind: Hilfestellung bei Problemen im Studium, Reportagen über studentische Auslandsaufenthalte, Insider-Wissen aus Hochschulen oder Interviews mit außergewöhnlichen Persönlichkeiten des Hochschullebens.



## ■ Unser redaktionelles Credo

Studenten haben eine Unmenge Lesearbeit zu bewältigen. Das ist uns sonnenklar – und ein großer Ansporn. Unser Anspruch an unsere Arbeit: Unsere Hefte müssen so sein, dass alle Studenten sie gerne nehmen und zusätzlich lesen. Als Ablenkung, als Ergänzung, als Infoquelle. Weil sie spüren, dass audimax extra für sie und mit Liebe gemacht ist.



### So geht Leser-Bindung:

liebvolle Layouts, witzige Page Furnitures, viel Lese-Stoff auf begrenzter Seitenanzahl und kreative Rubriken mit 'Besonderheits'-Flair.



## ■ Kleinteilig & handgemacht

**audimax** hat einen Umfang von 36 Seiten – eine Anzahl, die ermuntert, nicht ermüdet. Diese Seiten gestalten wir kleinteilig, liebevoll, layouterisch auf dem neuesten Stand und mit vielen Lese-Inseln, schließlich soll der Leser immer wieder nochmal was entdecken können.

### Und was haben Sie davon?

Das macht die Leser offen, aufmerksam und sehr heftaffin. Ihre Anzeige landet genau da, wo sie hin soll: im Kopf und im Herz der Zielgruppe.

# Karriere-Themen 2015 im Überblick

1 Diese Ausgaben erscheinen mit Cover-Booklet Trainee-programme

2 Mit Sonderheft: Karriere-Highlights

Ausgabe	BE Belegungseinheiten	Karriere-Special	Branchen-Special	Im Fokus	AS Anzeigenschluss	DU Druckunterlagen- schluss	ET Erscheinungstermin
1-2015	ING.	Arbeitsmarktreport: Chancen 2015	Energie & Umwelt	Personaldienstleister	14.11.14	19.11.14	01.12.14
2/3-2015	Wi.Wi I.T	Traineeprogramme	Automobil & Zulieferer	CeBIT-Special: IT-Trends & -Jobs	23.01.15	28.01.15	13.02.15
4-2015 1	ING.	Recruiting-Veranstaltungen I: Firmenevents & Hannover Messe	Consulting & Wirtschaftsprüfung	MINT-Arbeitgeber	13.02.15	18.02.15	06.03.15
5-2015 2	Na.Wi JUR.A	Recruiting-Veranstaltungen II: ILA & andere Fachmessen	Banken, Finanzen & Versicherungen	Master-Special	20.03.15	25.03.15	10.04.15
6-2015	Wi.Wi I.T	Trendbranchen	Handel & Vertrieb	Personaldienstleister	17.04.15	22.04.15	08.05.15
7/8-2015	ING.	Mathematik	Energie & Umwelt	Formula Student	22.05.15	27.05.15	12.06.15
9/10-2015	ING. Wi.Wi	Traineeprogramme	Consulting & Wirtschaftsprüfung	Elite: Hochschulen und Abschlüsse	21.08.15	26.08.15	18.09.15
11-2015 1	I.T Na.Wi	Karriere im Ausland	Handel & Vertrieb	Arbeitgeber Staat	18.09.15	23.09.15	09.10.15
12-2015 2	Wi.Wi JUR.A	Fachkräftelücke	Automobil & Zulieferer	Geisteswissenschaftler	16.10.15	21.10.15	06.11.15
1-2016	ING.	Arbeitsmarktreport: Chancen 2016	Energie & Umwelt	Interdisziplinarität	13.11.15	18.11.15	30.11.15

Die Themen für Produktmarketing finden Sie im Register 'Produktmarketing'.

## Personalmarketing

Streuverlustfreies Recruiting mit audimax und seinen Belegungseinheiten durch Motivwechsel

audimax und seine Belegungseinheiten ermöglichen es Ihnen, gebuchten Anzeigenraum optimal zu nutzen: Mit uns können Sie Ihre Anzeigenmotive den jeweiligen Unterzielgruppen der Belegungseinheiten anpassen.

So können Sie mit einem Anzeigenauftrag bis zu vier verschiedene Motive in einer Gesamtauflage präsentieren.



audimax Hauptthef

audimax I.T

audimax Na.Wi

audimax ING.



# Personalmarketing/Personalimage

## Karriere- und Berufseinstiegs-Redaktion

Die Berufseinstiegs-Redaktion teilt sich in die Themenbereiche 'Karriere-Special', 'Branchen-Special' und 'Im Fokus'. Gründlich recherchierte Artikel bieten Orientierung und Hilfestellung in Karrierefragen für Absolventen und Studenten.

### ■ 'Karriere-Special'

Das 'Karriere-Special' bietet kompakte und nutzwertige Ratgeber-Redaktion, die *jeden* Studenten interessiert, unabhängig von seiner Studienrichtung. Dieses Ressort haben wir etabliert, da sich die Gesamtauflage von audimax an Studierende aller Fachbereiche richtet.

### ■ 'Branchen-Special'

Im 'Branchen-Special' beleuchten Branchenreporte, -zahlen und -prognosen den Berufseinstieg von Absolventen in personalpolitisch interessanten Branchen.

### ■ 'Im Fokus'

Unser dritter Karriere-Themenbereich bietet Einblicke in Nischen-, Trend- und Zukunftsthemen.



# Employer Branding Specials

## ■ 'Leser-Liebling'

In jeder Ausgabe wählen unsere Leser den 'Leser-Liebling des Monats': ihre Lieblingsanzeige. Unter den Teilnehmern verlosen wir hochwertige Gewinne.

## ■ Was bringt Ihnen das?

### Erhöhte Leseraufmerksamkeit:

Um ihr Urteil über die Anzeigen abgeben zu können, setzen sich unsere Leser intensiv mit deren Inhalt und Motiv auseinander. Der 'Leser-Liebling des Monats' liefert somit einen unmittelbaren Abgleich der Zielgruppennähe Ihrer Kampagne.



## ■ Messekooperationen

Als Medienpartner sind wir mit unseren Belegungseinheiten auf über 120 Recruiting-Messen vertreten. Dort erreichen unsere Titel durch prominente Auslage und Hand-zu-Hand-Verteilung die Besucher.



## ■ Was bringt Ihnen das?

Sie erhöhen nochmals die Reichweite Ihrer Anzeigenschaltung.

Die nächsten Termine unter [www.audimax-messetermine.de](http://www.audimax-messetermine.de).

## ■ Der audimax Campus-Info-Cube

Ein Arbeitgeber ganz und gar zum Anfassen werden Sie mit dem audimax Campus-Info-Cube. Unser Hummer mit Info-Cube, den wir in Ihrer CI branden können, bringt Sie dahin, wo Sie hingehören: an die Hochschulen und damit mitten ins Herz der Zielgruppe. Unser Promo-Team ist immer mit dabei und beantwortet alle Fragen zu Ihrem Haus als Arbeitgeber. Gerne können Sie auch selbst mit an Bord kommen!

Mehr Infos unter [www.audimax-media.de](http://www.audimax-media.de).



NEU!  
Ab 5 Städten  
buchbar



Mehr als 35.000 Jobs  
für Akademiker!  
Eine der größten Jobbörsen in  
Deutschland-Österreich-Schweiz

Werbung in  
416.000 audimax-  
Heften monatlich  
inklusive

MEDIA 2015



Ihre Recruiting-Plattform für Absolventen

- Ausschreibung Ihrer offenen Stellen für Studenten und Absolventen
- Automatische Flatrate-Einbindung Ihrer Stellenangebote
- Ihr Arbeitgeberporträt, redaktionelle Artikel & Videointerviews inklusive!
- ausführliche Informationen zu Ihrem Unternehmen, Bewerber-FAQs etc.

# Ihre Präsenz im CAREER-CENTER für Absolventen und Studenten

Stimmen Sie Ihre Ansprache gezielt nur auf Hochschulabsolventen und Studenten ab

Über uns | Studium | Karriere | FAQs | ET | Fragen | Wird | JURA

Über uns | **Stellenangebote** | Bewerber | Karriere | Jobs | Häufige Fragen

**Arbeiten bei PwC**

Wie wir arbeit  
und was heißt Innovation

Wir stellen ein, um die besten Talente zu finden. Das bedeutet, unsere Bewerber sind weltweit verteilt und arbeiten in verschiedenen Bereichen der Wirtschaft.

Auf der Suche nach den besten Talenten arbeiten wir mit den besten Universitäten und Hochschulen zusammen. Wir sind stolz darauf, die besten Talente zu finden und zu unterstützen.

Wir stellen international in allen Branchen und Ländern ein. Das bedeutet, wir sind weltweit präsent und arbeiten mit den besten Universitäten und Hochschulen zusammen.

Wir sind stolz darauf, die besten Talente zu finden und zu unterstützen. Wir sind weltweit präsent und arbeiten mit den besten Universitäten und Hochschulen zusammen.

**Wir suchen!**

Bitte kontaktieren Sie uns.

Unser Stellenangebot ist ein Schritt in die Zukunft. Das bedeutet, wir sind weltweit präsent und arbeiten mit den besten Universitäten und Hochschulen zusammen.

Ihre individuelle Unternehmens-Hauptseite (oben) mit den folgenden Unterseiten (siehe rechts und Folgende)

## 1 Ihre Stellenangebote

Über uns | **Stellenangebote** | Bewerbung | Karriere | Video | Häufige Fragen

12 Stellenangebote

Titel	Standort
Praktikum/Praxissemester	Frankfurt
Praxis Spring Semester	Düsseldorf/Standort
Praxis Spring Semester	München/Standort
Praktikum/Praxissemester	Düsseldorf/Standort
Praktikum/Praxissemester	Frankfurt
Praktikum in Bereich Corporate Social Responsibility	Frankfurt
Praktikum/Praxissemester	Frankfurt

## 2 Ihre Bewerbungsmodalitäten

Über uns | Stellenangebote | **Bewerbung** | Karriere | Video | Häufige Fragen

**Online-Bewerbung**

So werden auf eine offene Stelle beworben. Das geht einfach und schnell online. Der Prozess ist online. Das bedeutet, wir sind weltweit präsent und arbeiten mit den besten Universitäten und Hochschulen zusammen.

**Rekrutierungsveranstaltungen**

Wenn Sie sich für eine offene Stelle interessieren, so ist es ein Prozess, um die besten Talente zu finden und zu unterstützen. Das bedeutet, wir sind weltweit präsent und arbeiten mit den besten Universitäten und Hochschulen zusammen.

Auf YouTube werden die Events und die Events online. Das bedeutet, wir sind weltweit präsent und arbeiten mit den besten Universitäten und Hochschulen zusammen.

## Das CAREER-CENTER-Jahrespaket:

- Automatische Flatrate-Einbindung Ihrer Stellengebote via XML oder individuell per Stellen-Upload.
- Arbeitgeberporträt mit Zahlen, Daten, Fakten
- Redaktion: Unternehmensporträts und -berichte, FAQ etc.
- Videoeinbindung (Unternehmensvideo, Personalvideos etc.)
- Einbindung Ihrer Anzeigenmotive
- Branding mit Logoeinbindung
- Foto-Impressionen Ihres Unternehmens
- Bewerbung des CAREER-CENTERS in allen audimax-Print-Titeln

## Zubuchbare Extraleistungen

- Platzierung als "Top-Arbeitgeber" auf allen Seiten von audimax.de
- prominente Top-Job-Platzierung u. a. auf der Startseite und im Newsletter

## Paketpreise 2015 in Euro

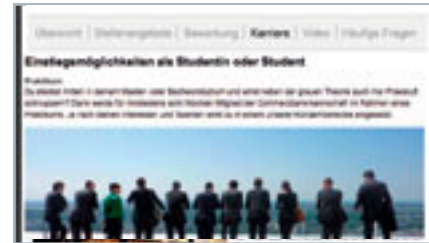
Um eine einfache und transparente Kosten-Nutzen-Struktur zu gewährleisten, richtet sich der Jahrespreis nach der Mitarbeiterzahl.

Mitarbeiterzahl	monatlich
1 - 10	48,-
11 - 24	68,-
25 - 49	98,-
50 - 74	146,-
75 - 99	194,-
100 - 399	286,-
400 - 999	364,-
1.000 - 2.499	462,-
2.500 - 4.999	642,-
5.000 - 9.999	1.084,-
ab 10.000	1.410,-

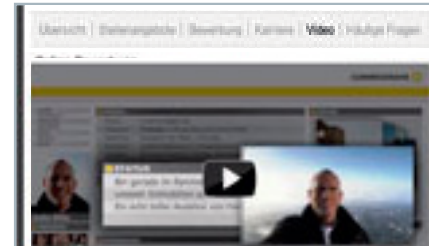
Eine Buchung erfolgt für ein Jahr. Inklusiv-Leistungen siehe unten. Crossmedia-Buchung: Ihre CAREER-CENTER-Buchung zählt als eine Buchung für die Media-Rabattstafel. Die Preise sind AE-fähig.

Weitere Infos:  
www.audimax-media.de

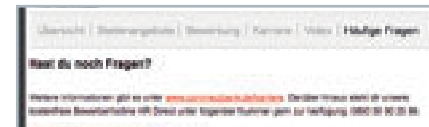
## 3 Karriereschancen in Ihrem Unternehmen



## 4 Ihr Unternehmensvideo



## 5 Häufige Fragen



# Kundenreferenzen (Auszug)





# AD-NETWORK & MOBILE

## MEDIA 2015

### Display, Tablet, Mobile: Unsere digitalen Ausgabekanäle

- Ihr Marketing via Smartphone & Apps
- Ihre Bannerschaltung auf [www.MeinProf.de](http://www.MeinProf.de) & [www.audimax.de](http://www.audimax.de)
- Ihr Umfeld: studentisch und damit streuverlustfrei!

Informieren Sie sich über den aktuellen Stand der Entwicklungen unseres IT-Teams auf [www.audimax-media.de](http://www.audimax-media.de).



## Basisdaten: audimax Ad-Network & Mobile

Das **audimax Ad-Network** und die darin enthaltenen mobilen Plattformen ermöglichen Ihnen die Ansprache von Studenten, Absolventen und Young Professionals. Die verschiedenen Plattformen ergänzen sich und ermöglichen Ihnen eine hohe digitale Zielgruppendurchdringung. Eine überschaubare Anzahl von Bannerplätzen garantiert Ihren klassischen Werbeformen hohe Aufmerksamkeit: Skyscraper 120 x 600 px • Wide Skyscraper 160 x 600 px • Wide Skyscraper 200 x 600 px • Medium Rectangle 300 x 250 px • Leaderboard 728 x 90 px • Hockeystick / Wallpaper (Skyscraper & Leaderboard) • andere Formate auf Anfrage

### ■ Unsere Plattformen im audimax Ad-Network im Überblick:

#### MeinProf.de

Fachbereichssponsoring auf MeinProf.de: Schalten Sie Ihr Banner auf Deutschlands größter Plattform für Evaluierung der Hochschullehre und erreichen Sie streuverlustfrei Studenten Ihrer gewünschten Fachbereiche. Details finden Sie auf Seite 38.



#### Newsletter

Der audimax-Newsletter erreicht im vierzehntägigen Turnus seine über 30.000 Abonnenten: Ihre Textanzeige im Newsletter hat bis 500 Zeichen inkl. Leerzeichen, Bild/Logo 220 px Breite



# Plattformen im Ad-Network

## Jobbörse: CAREER-CENTER

Unsere Jobbörse für Abiturienten, Studenten und Absolventen bietet Berufseinstiegsangebote ausschließlich für Akademiker. Präsentieren Sie Ihr Unternehmen mit allen Vakanzen, eingebunden in hochwertige Karriere-Redaktion und ergänzt um prägnante Features wie Unternehmensvideos, Interviews und Ihr Arbeitgeberporträt. Details siehe ab Seite 31.



## audimax.de

audimax.de konzentriert sich auf seine Kernkompetenzen: Die Vermittlung spezifischen Know-hows in den Bereichen Studium und Berufseinstieg für Studenten, Absolventen und Young Professionals als logische und konsequente Ergänzung zu unserem CAREER-CENTER.



## 'Mensa-Jäger'

'Mensa-Jäger' ist die einzige bundesweite Mensa-App mit den Speiseplänen von über 550 Mensen und damit ein studentisches 'Must-Have'. Die App ist kostenlos für Android, Apple iOS und als Web-App verfügbar. Mögliche Werbeformen sind Mobile Sticky Banner und Mobile Interstitial. Details und Leistungsumfänge finden Sie auf Seite 39.



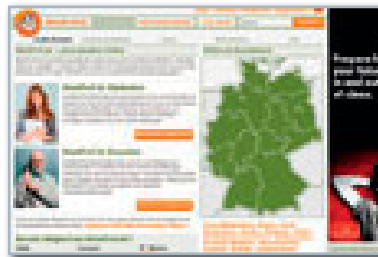
## MeinProf.de: Unser exklusives Employer Branding-Tool



### ■ Was ist MeinProf.de?

Die demokratische Evaluation der Qualität der Lehre an deutschsprachigen Hochschulen hat sich seit 1995 der MeinProf e.V. auf die Fahnen geschrieben. Die mit Abstand größte Plattform für Bewertung der Hochschullehre in Deutschland macht die Evaluierung öffentlich.

**Weitere Infos zum Portal:**  
[www.MeinProf.de](http://www.MeinProf.de)



### ■ Ihre Bannerschaltung

Auf MeinProf.de bewerten Studenten ihre Kurse und helfen damit Kommilitonen und Abiturienten, die für sie passenden Lehrveranstaltungen zu wählen. Studierende haben bereits mehr als 422.000 Bewertungen für über 105.000 Kurse von rund 48.000 Dozenten abgegeben. Bannerschaltung auf meinProf.de garantiert Ihnen daher eine gezielte Verankerung Ihrer online-Kampagne in einem sehr nutzwertigen Umfeld.

**Aktuelle Leistungswerte und Preise:**  
[www.audimax-media.de](http://www.audimax-media.de)



### ■ Fachbereichs-Sponsoring

Ihr exklusiver Auftritt: Sie möchten aufmerksamkeitsstark ausschließlich Studierende einer bestimmten Fachrichtung erreichen? Fachbereichssponsoring auf MeinProf.de ist Ihre Logoeinbindung mit Exklusivitätscharakter: jeweils nur ein Kunde tritt im Buchungszeitraum als Sponsor auf den für ihn relevanten Fachbereichen auf: Damit platzieren Sie sich bei der Zielgruppe ohne jeden Streuverlust ganz exklusiv. Werblocker wirken hier nicht, da Ihr Logo fest eingebaut wird.

# 'Mensa-Jäger'-App: Ihre mobile Bannerwerbung



## ■ Die Mensa-App: 'Mensa-Jäger'

- Die must-have App für Studenten. 'Mensa-Jäger' liefert sämtliche Speisepläne von über 550 Mensen deutschlandweit.
- Kostenlos für Android, Apple iOS und als Web-App.

### Mögliche Werbeformen

- Der Mobile Sticky Banner ist ein fixer Bestandteil der Seitenansicht. Sein Platz ist am unteren Bildschirmrand, wo er auch beim Scrollen bleibt. So ist Ihre Werbebotschaft immer direkt im Blickfeld des Nutzers.



- Das Mobile Interstitial blendet sich bildschirmfüllend beim App-Start ein. Das Mobile Interstitial kann prominent auf Ihre mobile Landingpage oder Ihre Website verlinken.

### Leistungsumfang je Monat:

- Banner in der Android-App
- Banner in der Web-App
- Banner in der iOS-App
- Print-Präsenz (416.000 Hefte): Mensa-Jäger wird monatlich in der audimax Print-Ausgabe beworben. Außerdem werden Sie als Sponsor in einer News-Meldung präsentiert.

**Die App  
für 550 Mensen  
– bundesweit!  
1,5 Mio. Als**



Anzeige  
in audimax

- Newsletter-Präsenz (ca. 30.000 Abonnenten): Eine Textmeldung präsentiert Sie als Sponsor.
- TKP Sticky Banner: 42,- Euro (zzgl. MwSt.)
- TKP Interstitial: 68,- Euro (zzgl. MwSt.)



<http://mensajaeger.de>

**Aktuelle Leistungswerte und Preise:  
[www.audimax-media.de](http://www.audimax-media.de)**

## Unsere Kanäle für Ihre Online-Werbung



### ■ Kanal 1: via Display-Banner

Sie erreichen die Zielgruppe über audimax.de, das audimax CAREER-CENTER und MeinProf.de auf ihren Desktop PCs, Notebooks etc beim Lernen und Arbeiten für die Hochschule sowie auf der Suche nach dem besten Job.

### ■ Kanal 2: via Mobile-Banner

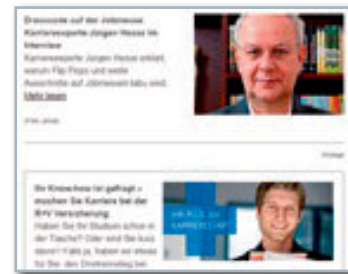
Erreichen Sie die Zielgruppe mobil mit der mobilefähigen Seite von audimax.de und mit unserer App 'Mensa-Jäger'.

### ■ Kanal 3: über das Tablet

Dank Kiosk-App erhalten Benutzer die Ausgaben im Abo. Die Tablet-App läuft auf Android, iPad, Kindle etc. Externe Links sind per Touch abrufbar, multimediale Zusatzinhalte können hinterlegt werden.

### ■ Kanal 4: via Newsletter

Ihre Textanzeige erreicht die über 30.000 Abonnenten des audimax-Newsletters. Sie ist eingebettet in Informationen rund ums Studium und zu Berufseinstieg & Karriere. Der Newsletter erscheint im vierzehntägigen Turnus.





**SEIT 2014  
AUCH IN ÖSTER-  
REICH UND DER  
SCHWEIZ**

Strategischer Partner und  
Kuratoriumsmitglied der BDA/BDI-Initiative



**MEDIA 2015**

**Karrierezeitschrift für Studenten und Absolventen  
der Ingenieurwissenschaften**

- Mindestauflage 2015: 65.000 Exemplare\*, erscheint 4 x jährlich
- Vertrieb nur an den ingenieurwissenschaftlichen Fachbereichen und über Fachverbände
- Plattform für Personal-Image-Anzeigen, Stellenmarkt, Unternehmensdarstellung, Forum für Traineeprogramme und Masterstudiengänge
- Print, als E-Paper und Tablet-Version für Apple, Android und Kindle



\*Auflage lt. IVW II/2014:  
65.500 Exemplare Druck  
65.020 Exemplare verbreitet

# Basisdaten

Anzeigen / Media: 0911. 23779 - 40 | Grafik: 0911. 23779 - 45

**Verlag:** audimax MEDIEN GmbH  
**Hausanschrift:** Hauptmarkt 6-8, 90403 Nürnberg

**Herausgeber:** Oliver Bialas  
**Anzeigen / Media Telefon:** 09 11. 23 77 9-40  
**Anzeigen / Media Fax:** 09 11. 23 77 9-70  
**E-Mail:** media@audimax.de

**Zahlungsbedingungen:** Bei Vorauszahlung und Kontogutschrift bis zum ET 2 % Skonto, danach innerhalb von 14 Tagen ohne Abzug. Alle Preise zzgl. gesetzl. MwSt.

**Bankverbindung:** Commerzbank AG Nürnberg  
IBAN DE29 7608 0040 0241 2718 00  
BIC DRES DE FF 760

**Mindestauflage 2015:** 65.500 Exemplare Druck  
(Verlagsgarantie) 65.000 Exemplare verbreitet

**Erscheinungsweise:** 4 x jährlich  
**Heftformat:** 210 mm breit x 297 mm hoch (DIN A4)  
**Satzspiegel:** 192 mm breit x 255 mm hoch

**Druckverfahren:** Rollenoffset, 4c Euroskala  
**Papier:** 60 g Charisma Brilliant  
**Umschlag:** 135 g Circle glänzend  
**Nachhaltigkeit:** Alle eingesetzten Papiere sind zertifiziert für »Der Blaue Engel«. Der Druck erfolgt CO<sub>2</sub>-neutral. Infos unter [www.audimax-media.de](http://www.audimax-media.de)



**Druckunterlagen:** • PDF-Dateien (PDF/X3)  
in 300 dpi und 4c Euroskala

**Farbprofile:**

**Datenanlieferung:**

- Umschlag: ISO Coated v2
  - Innenseiten: PSO LWC Standard
  - E-Mail: media@audimax.de
- Digitale Druckunterlagen liefern Sie bitte mit farb- und größenverbindlichem Proof, da wir sonst keine Garantie für den korrekten Abdruck übernehmen können.

**Rabatte:**

(auch bei Titelmix und CAREER-CENTER):

Mengenstaffel	Malstaffel
3 Seiten 5 %	3 Anzeigen 3 %
6 Seiten 10 %	6 Anzeigen 6 %
9 Seiten 15 %	9 Anzeigen 9 %

**Agenturprovision (AE):**

15 %

**Beilagen**

Preise pro Tausend  
86 € / 20 g, je weitere 5 g zzgl. 5 €.  
**Format:** mind. 10,5 x 14,8; max. 19 x 27,7 cm

**Beihefter**

Preise pro Tausend  
84 € / 4 Seiten Umfang; 102 € / 8 Seiten Umfang;  
**Format:** mindestens DIN A6  
**Papiergewicht:** mind. 60 g, max. 150 g

**Postkarten Tip-on**

Preise pro Tausend: 69 €

**Auflagenprüfung:**

Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. (IVW)  
65.500 Exemplare Druck  
65.020 Exemplare verbreitet

**Auflage lt. IVW II/2014:**





# Anzeigenpreise / Redaktionskonzept / Vertrieb

**Eine Buchung: 4 Präsenzen**  
 - Print: Ihre Anzeige in audimax ING.  
 - Print: Ihr Kurzporträt auf 1/10 Seite mit Logo  
 - Online: Ihre Anzeige im E-Paper  
 - Tablet-Version

Sie suchen Ingenieure?

**audimax ING.** ist das Berufseinstiegs- und Karrieremagazin speziell für Studierende und Absolventen der Ingenieurwissenschaften in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

## Vertrieb

**Keine Streuverluste!** 877 Ausgestellten direkt an ingenieurwissenschaftlichen Lehrstühlen, Fachschaften und Fakultäten. Sie erreichen die ca. 555.600 Studierenden der Ingenieurwissenschaften (Hauptzielgruppe: Studierende und Absolventen, Vertriebsschwerpunkt an Lehrstühlen mit sehr guten Werten in aktuellen Rankings). **audimax ING. ist 2015 als Medienpartner auf über 120 Absolventenmessen vertreten.** Die aktuellen Messetermine finden Sie unter [www.audimax-messetermine.de](http://www.audimax-messetermine.de).

Messe-Special zur ILA & Hannover Messe

## Redaktionskonzept

- Ein nutzwertig ausgerichteter Mix, der das Informationsbedürfnis der Zielgruppe zum Thema Berufseinstieg, Marktlage, Aussichten facettenreich abdeckt
- der aktuellen Marktlage jeweils angepasste Dossiers und Leitartikel als Artikelstrecken. Über die jeweiligen Themen informieren wir Sie in unseren Mailings.
- Einblicke in ingenieurwissenschaftliche Arbeitsbereiche ● Porträts spannender, sich entwickelnder Branchen ● sämtliche personalpolitisch relevanten Disziplinen der Ingenieurwissenschaften finden redaktionelle Berücksichtigung in jeder Ausgabe (siehe rechts).



### CROSSMEDIALE ERGÄNZUNG: DAS CAREER-CENTER

Ihre Vakanzen für Studenten, Praktikanten, Absolventen in unserer Stellenbörse speziell für Akademiker! Bundesweit präsent bei allen Studierenden schon ab 48 €/Monat! Details ab Seite 31

## Themen 2015

Ausgabe	Top-Thema	Branchen-Check in jedem Heft
1-2015 (Jan.–März)	F & I ● Car-IT	Automobil- und Zulieferbranche, Luft- und Raumfahrt, Anlagenbau, Personaldienstleister, Maschinenbau, Elektrotechnik, Wirtschaftsingenieurwesen, Konsumgüterindustrie, Energie
4-2015 (April–Juni)	Bauen ● Trend-Branchen	
7/8-2015 (Juli–Aug.)	Energie ● Formula Student	
9/10-2015 (Sept.–Dez.)	Mobilität ● Mittelstand	
1-2016 (Jan.–März)	F & I ● Car-IT	

## Termine 2015

Ausgabe	AS	DU	ET
1-2015 (Jan.–März)	14. November	19. November	01. Dezember
4-2015 (April–Juni)	13. Februar	18. Februar	06. März
7/8-2015 (Juli–Aug.)	22. Mai	27. Mai	12. Juni
9/10-2015 (Sept.–Dez.)	21. August	26. August	18. September
1-2016 (Jan.–März)	13. November	18. November	30. November

AS = Anzeigenschluss; DU = Druckunterlagenschluss; ET = Erscheinungstermin

## Anzeigenpreise 2015 in Euro

Formate	Breite x Höhe Satzspiegel	im Anschnitt *	s/w	4-farbig
1/1 Seite	192 x 255	210 x 297 *	5.598,-	6.718,-
1/2 hoch	95 x 255	105 x 297 *	3.079,-	3.695,-
1/2 quer	192 x 127	210 x 144 *	3.079,-	3.695,-

Die Buchung umfasst die Veröffentlichung Ihrer Anzeige → in audimax ING → im E-Paper → in der Tablet-Version → Ihres Kurzporträts auf mind. 1/10 Seite mit Logo

\* Anzeigenformate im Anschnitt benötigen 5 mm Beschnittzugabe umlaufend.



## Sonderveröffentlichung / Kundenpräsenz

### Infos zur Zielgruppe

Hochschulen mit ingenieurwissenschaftlichen Fachbereichen gesamt	207
davon an Fachhochschulen	137
davon an Universitäten / Hochschulen	70

Studenten der Ing.-Wissenschaften gesamt (21,3 % aller Studenten) ca. 555.600

Absolventen der Ingenieurwissenschaften gesamt ca. 87.600

ARBEITGEBER-  
JAHRBUCH

audimax MINT Guide 'Starker Standort Deutschland'

### Ihr Firmenporträt als Top-Arbeitgeber in einer Anzeige-Text-Kombination

Ihre Textpräsenz, individuell entwickelt zur Imagepflege auf Textbasis mit Logoabbildung.

Stärken Sie Ihr Profil in der Wahrnehmung künftiger Absolventen.

Diese Sonderveröffentlichung erscheint einmal jährlich im Wintersemester.



Kosten:  
1/1 Text &  
1/1 Anzeige  
2.924,- €

Unser  
Zusatzservice!  
Ihr Unternehmen  
mit Logo, Basisdaten  
und relevanten  
Ansprechpartnern  
im Überblick



### Basisdaten

Auflage: 40.000 Exemplare

Erscheinungsweise: 1 x jährlich

Zielgruppe: Absolventen der  
MINT-Studienfächer

Papier: 135 g Bilderdruck

Umschlag: 250 g Bilderdruck,  
PUR-Klebebindung

Anzeigenschluss: 31. Juli 2015

Druckunterlagenschluss: 12. August 2015

Erscheinungstermin: 09. Oktober 2015



Strategischer Partner und Kuratoriumsmitglied der BDA/BDI-Initiative



SEIT 2014  
AUCH IN  
ÖSTERREICH UND  
DER SCHWEIZ

MEDIA 2015

### Karrierezeitschrift für Studenten und Absolventen der Informatik

- Mindestauflage 2015: 32.000 Exemplare\*, erscheint 3 x jährlich
- Vertrieb nur an den Informatik-Fachbereichen und über Fachverbände
- Plattform für Personal-Image-Anzeigen, Stellenmarkt, Unternehmensdarstellung, Forum für Traineeprogramme und Masterstudiengänge
- Print, als E-Paper und Tablet-Version für Apple, Android und Kindle

ACHTUNG!  
EXTRA-AUSGABE  
ZUR  
CEBIT 2015  
AM 13.02.



\*Auflage It. IVW II/2014:  
32.500 Exemplare Druck  
32.100 Exemplare verbreitet

# Basisdaten

Anzeigen / Media: 0911. 23779-40 | Grafik: 0911. 23779-45

**Verlag:** audimax MEDIEN GmbH  
**Hausanschrift:** Hauptmarkt 6-8, 90403 Nürnberg

**Herausgeber:** Oliver Bialas  
**Anzeigen / Media Telefon:** 09 11. 23 77 9-40  
**Anzeigen / Media Fax:** 09 11. 23 77 9-70  
**E-Mail:** media@audimax.de

**Zahlungsbedingungen:** Bei Vorauszahlung und Kontogutschrift bis zum ET 2 % Skonto, danach innerhalb von 14 Tagen ohne Abzug. Alle Preise zzgl. gesetzl. MwSt.

**Bankverbindung:** Commerzbank AG Nürnberg  
BLZ 760 800 40, Konto 241 271 800  
BIC DRES DE FF 760

**Mindestauflage 2015:** 32.500 Exemplare Druck  
(Verlagsgarantie) 32.000 Exemplare verbreitet

**Erscheinungsweise:** 3 x jährlich  
**Heftformat:** 210 mm breit x 297 mm hoch (DIN A4)  
**Satzspiegel:** 192 mm breit x 255 mm hoch

**Druckverfahren:** Rollenoffset, 4c Euroskala  
**Papier:** 60 g Charisma Brilliant  
**Umschlag:** 135 g Circle glänzend  
**Nachhaltigkeit:** Alle eingesetzten Papiere sind zertifiziert für »Der Blaue Engel«. Der Druck erfolgt CO<sub>2</sub>-neutral. Infos unter [www.audimax-media.de](http://www.audimax-media.de)



**Druckunterlagen:** • PDF-Dateien (PDF/X3)  
in 300 dpi und 4c Euroskala

**Farbprofile:**

**Datenanlieferung:**

- Umschlag: ISO Coated v2
  - Innenseiten: PSO LWC Standard
  - E-Mail: [media@audimax.de](mailto:media@audimax.de)
- Digitale Druckunterlagen liefern Sie bitte mit farb- und größenverbindlichem Proof, da wir sonst keine Garantie für den korrekten Abdruck übernehmen können.

**Rabatte:**

(auch bei Titelmix und CAREER-CENTER):

Mengenstaffel	Malstaffel
3 Seiten 5 %	3 Anzeigen 3 %
6 Seiten 10 %	6 Anzeigen 6 %
9 Seiten 15 %	9 Anzeigen 9 %

**Agenturprovision (AE):**

15 %

**Beilagen**

Preise pro Tausend  
86 € / 20 g, je weitere 5 g zzgl. 5 €.  
**Format:** mind. 10,5 x 14,8; max. 19 x 27,7 cm

**Beihefter**

Preise pro Tausend  
84 € / 4 Seiten Umfang; 102 € / 8 Seiten Umfang;  
**Format:** mindestens DIN A6  
**Papiergewicht:** mind. 60 g, max. 150 g

**Postkarten Tip-on**

Preise pro Tausend: 69 €

**Auflagenprüfung:**

Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. (IVW)  
32.500 Exemplare Druck  
32.100 Exemplare verbreitet

**Auflage lt. IVW II/2014:**



# Anzeigenpreise / Redaktionskonzept / Vertrieb

**Eine Buchung: 4 Präsenzen**

- Print: Ihre Anzeige in audimax I.T
- Print: Ihr Kurzporträt auf 1/10 Seite mit Logo
- Online: Ihre Anzeige im E-Paper
- Tablet-Version

## Sie suchen Informatiker?

**audimax I.T** ist das Berufseinstiegs- und Karrieremagazin speziell für Studierende der Informatik in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

## Vertrieb

**Keine Streuverluste!** 621 Auslegestellen direkt an IT-Lehrstühlen, Fachschaften und Fakultäten. Sie erreichen die ca. 193.000 Informatik-Studierenden (Hauptzielgruppe: Studierende kurz vor Studienende und Absolventen, Vertriebschwerpunkt an Lehrstühlen mit sehr guten Werten in aktuellen Rankings).

**audimax I.T ist 2015 als Medienpartner auf über 120 Absolventenmessen vertreten.** Die aktuellen Messetermine finden Sie unter [www.audimax-messetermine.de](http://www.audimax-messetermine.de).

## Redaktionskonzept

- Ein nutzwertig ausgerichteter Mix, der das Informationsbedürfnis der Zielgruppe zum Thema Berufseinstieg, Marktlage, Aussichten facettenreich abdeckt
- der aktuellen Marktlage jeweils angepasste Dossiers und Leitartikel als Artikelstrecken. Über die jeweiligen Themen informieren wir Sie in unseren Mailings.
- vielfältige Einblicke in Arbeitsbereiche für IT'ler
- Porträts spannender, sich entwickelnder Branchen
- sämtliche personalpolitisch relevanten Disziplinen der IT finden redaktionelle Berücksichtigung in jeder Ausgabe (siehe Themenkasten).

CeBIT-Special  
Ausgabe



## ● Themen 2015

Ausgabe	Top-Thema	Branchen-Check
2/3-2015 (Feb.-Mai)	CeBIT-Special: IT-Trends & -Jobs	Anwendungsentwicklung, IT-Business, Projektmanagement, Wirtschaftsinformatik, Games-Branche
6-2015 (Juni-Oktober)	IT-Consulting	
11-2015 (Nov.-April)	Software- /Webentwicklung	

## ● Termine 2015

Ausgabe	AS	DU	ET
2/3-2015 (Feb.-Mai)	23. Januar	28. Januar	13. Februar
6-2015 (Juni-Oktober)	17. April	22. April	08. Mai
11-2015 (Nov.-Januar)	18. September	23. September	09. Oktober

AS = Anzeigenschluss; DU = Druckunterlagenschluss; ET = Erscheinungstermin

## ● Anzeigenpreise 2015 in Euro

Formate	Breite x Höhe Salzspiegel	im Anschnitt *	s/w	4-farbig
1/1 Seite	192 x 255	210 x 297 *	4.218,-	5.062,-
1/2 hoch	95 x 255	105 x 297 *	2.320,-	2.784,-
1/2 quer	192 x 127	210 x 144 *	2.320,-	2.784,-
Die Buchung umfasst die Veröffentlichung Ihrer Anzeige → in audimax I.T → im E-Paper → in der Tablet-Version → Ihres Kurzporträts auf mind. 1/10 Seite mit Logo				

\* Anzeigenformate im Anschnitt benötigen 5 mm Beschnittzugabe umlaufend.

**audimax.de**  
**CAREER-CENTER**

### CROSSMEDIALE ERGÄNZUNG: DAS CAREER-CENTER

Ihre Vakanzen für Studenten, Praktikanten, Absolventen in unserer Stellenbörse speziell für Akademiker! Bundesweit präsent bei allen Studierenden schon ab 48 €/Monat! Details ab Seite 31

## Sonderveröffentlichung / Kundenpräsenz

### Infos zur Zielgruppe

Hochschulen mit Informatik-Fachbereichen in D-A-CH	217
davon an Fachhochschulen	130
davon an Universitäten / Hochschulen	87
Studenten der Informatik gesamt (7 % aller Studenten)	ca. 193.000
Absolventen der Informatik gesamt	ca. 24.000

ARBEITGEBER-  
JAHRBUCH

audimax MINT Guide 'Starker Standort Deutschland'

### Ihr Firmenporträt als Top-Arbeitgeber in einer Anzeige-Text-Kombination

Ihre Textpräsenz, individuell entwickelt zur Imagepflege auf Textbasis mit Logoabbildung.  
Stärken Sie Ihr Profil in der Wahrnehmung künftiger Absolventen.  
Diese Sonderveröffentlichung erscheint einmal jährlich zum Wintersemester.



Kosten:  
1/1 Text &  
1/1 Anzeige  
2.924,- €

Unser  
Zusatzservice!  
Ihr Unternehmen  
mit Logo, Basisdaten  
und relevanten  
Ansprechpartnern  
im Überblick

### Basisdaten

**Auflage:** 40.000 Exemplare  
**Erscheinungsweise:** 1 x jährlich  
**Zielgruppe:** Absolventen der  
MINT-Studienfächer  
**Papier:** 135 g Bilderdruck  
**Umschlag:** 250 g Bilderdruck,  
PUR-Klebebindung  
**Anzeigenschluss:** 31. Juli 2015  
**Druckunterlagenschluss:** 12. August 2015  
**Erscheinungstermin:** 09. Oktober 2015



**IN 2015:  
ARBEITGEBER-  
JAHRBUCH  
AUDIMAX  
CAREER GUIDE  
SIEHE SEITE 52**

## MEDIA 2015

### Karrierezeitschrift für Studenten und Absolventen der Rechtswissenschaften

- Mindestauflage 2015: 21.000 Exemplare\*, erscheint 2 x jährlich
- Vertrieb nur an den rechtswissenschaftlichen Fachbereichen
- Plattform für Personalimage-Anzeigen, Stellenmarkt, Unternehmensdarstellung und Forum für LL.M-Programme
- Print, als E-Paper und Tablet-Version für Apple, Android und Kindle



\*Auflage It. IWV II/2014:  
21.500 Exemplare Druck  
21.020 Exemplare verbreitet

# Basisdaten

Anzeigen / Media: 0911. 23 77 9 - 40 | Grafik: 0911. 23 77 9 - 45

**Verlag:** audimax MEDIEN GmbH  
**Hausanschrift:** Hauptmarkt 6-8, 90403 Nürnberg

**Herausgeber:** Oliver Bialas  
**Anzeigen / Media Telefon:** 09 11. 23 77 9-40  
**Anzeigen / Media Fax:** 09 11. 23 77 9-70  
**E-Mail:** media@audimax.de

**Zahlungsbedingungen:** Bei Vorauszahlung und Kontogutschrift bis zum ET 2 % Skonto, danach innerhalb von 14 Tagen ohne Abzug. Alle Preise zzgl. gesetzl. MwSt.

**Bankverbindung:** Commerzbank AG Nürnberg  
 IBAN DE29 7608 0040 0241 2718 00  
 BIC DRES DE FF 760

**Mindestauflage 2015:** 21.500 Exemplare Druck  
 (Verlagsgarantie) 21.000 Exemplare verbreitet

**Erscheinungsweise:** 2 x jährlich  
**Heftformat:** 210 mm breit x 297 mm hoch (DIN A4)  
**Satzspiegel:** 192 mm breit x 255 mm hoch

**Druckverfahren:** Rollenoffset, 4c Euroskala  
**Papier:** 60 g Charisma Brilliant  
**Umschlag:** 135 g Circle glänzend  
**Nachhaltigkeit:** Alle eingesetzten Papiere sind zertifiziert für »Der Blaue Engel«. Der Druck erfolgt CO<sub>2</sub>-neutral. Infos unter [www.audimax-media.de](http://www.audimax-media.de)



**Druckunterlagen:** • PDF-Dateien (PDF/X3)  
 in 300 dpi und 4c Euroskala

**Farbprofile:**

**Datenanlieferung:**

- Umschlag: ISO Coated v2
  - Innenseiten: PSO LWC Standard
  - E-Mail: media@audimax.de
- Digitale Druckunterlagen liefern Sie bitte mit farb- und größenverbindlichem Proof, da wir sonst keine Garantie für den korrekten Abdruck übernehmen können.

**Rabatte:**

(auch bei Titelmix und CAREER-CENTER):

Mengenstaffel	Malstaffel
3 Seiten 5 %	3 Anzeigen 3 %
6 Seiten 10 %	6 Anzeigen 6 %
9 Seiten 15 %	9 Anzeigen 9 %

**Agenturprovision (AE):**

15 %

**Beilagen**

Preise pro Tausend  
 86 € / 20 g, je weitere 5 g zzgl. 5 €.  
**Format:** mind. 10,5 x 14,8; max. 19 x 27,7 cm

**Beihefter**

Preise pro Tausend  
 84 € / 4 Seiten Umfang; 102 € / 8 Seiten Umfang;  
**Format:** mindestens DIN A6  
**Papiergewicht:** mind. 60 g, max. 150 g

**Postkarten Tip-on**

Preise pro Tausend: 69 €

**Auflagenprüfung:**

Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. (IVW)  
 21.500 Exemplare Druck  
 21.020 Exemplare verbreitet

**Auflage lt. IVW II/2014:**





# Anzeigenpreise / Redaktionskonzept / Vertrieb

**Eine Buchung: 4 Präsenzen**  
 - Print: Ihre Anzeige in audimax JUR.A  
 - Print: Ihr Kurzporträt auf 1/10 Seite mit Logo  
 - Online: Ihre Anzeige im E-Paper  
 - Tablet-Version

## Erreichen Sie engagierte Nachwuchsjuristen!

**audimax JUR.A** ist das Berufseinstiegsmagazin speziell für Nachwuchsjuristen: Sie erreichen die Gesamtheit der Studierenden der Rechtswissenschaften mit Fokus auf examensnahe Studierende, Referendare und Doktoranden als Hauptzielgruppe.

## Vertrieb

audimax JUR.A erreicht zielgenau an 188 Auslegestellen per direkter Verteilung oder Auslage die ca. 126.000 Studierenden und Absolventen der Rechtswissenschaften an sämtlichen rechtswissenschaftlichen Fakultäten Deutschlands. **audimax JUR.A ist außerdem auf relevanten Karriereveranstaltungen vertreten.** Unsere Kooperationspartner finden Sie unter [www.audimax-messetermine.de](http://www.audimax-messetermine.de).

## Redaktionskonzept

Ein nutzwertig ausgelegter Mix, der das Informationsbedürfnis der Zielgruppe zum Thema Berufseinstieg facettenreich abdeckt und so gleichermaßen übergeordnete Einblicke und konkrete Entscheidungshilfen bietet. Traditionelle Arbeitsbereiche für Juristen greift **audimax JUR.A** genauso auf wie Perspektiven in sich entwickelnden Arbeitsfeldern oder ungewöhnliche Karrierewege. Karrieremöglichkeiten in Unternehmen und Kanzleien macht audimax JUR.A mit Arbeitgeberporträts transparent. Umfangreiche Dossiers geben Einblick in unterschiedlichste Berufsperspektiven.



### CROSSMEDIALE ERGÄNZUNG: DAS CAREER-CENTER

Ihre Vakanzen für Studenten, Praktikanten, Absolventen in unserer Stellenbörse speziell für Akademiker! Bundesweit präsent bei allen Studierenden schon ab 48 €/Monat! Details ab Seite 31

## Themen 2015

Juristen in/als:
Unternehmen, Kanzleien, Referendare
Kartellrecht, Wirtschaftsrecht, Europarecht, Fachanwalt

## Termine 2015

Ausgabe	AS	DU	ET
5-2015 (Mai–Nov.)	20. März	25. März	10. April
12-2015 (Dez.–April)	16. Oktober	21. Oktober	06. November

AS = Anzeigenschluss; DU = Druckunterlagenschluss; ET = Erscheinungstermin

## Anzeigenpreise 2015 in Euro

Formate	Breite x Höhe	im Anschnitt	s/w	4-farbig
1/1 Seite	192 x 255	210 x 297	3.026,-	3.631,-
1/2 hoch	95 x 255	105 x 297	1.664,-	1.997,-
1/2 quer	192 x 127	210 x 144	1.664,-	1.997,-
Die Buchung umfasst die Veröffentlichung Ihrer Anzeige → in audimax JUR.A → im E-Paper → in der Tablet-Version → Ihres Kurzporträts auf mind. 1/10 Seite mit Logo				

Anzeigenformate im Anschnitt benötigen 5 mm Beschnittzugabe umlaufend.



# Sonderveröffentlichung

## Infos zur Zielgruppe

Hochschulen mit rechtswissenschaftlichen Fachbereichen	90
Studenten der Rechtswissenschaften gesamt	ca. 126.000
Absolventen der Rechtswissenschaften gesamt	ca. 14.000

**Unser Zusatzservice!**  
Ihr Unternehmen mit Logo, Basisdaten und relevanten Ansprechpartnern im Überblick



ARBEITGEBER-  
JAHRBUCH

audimax CAREER Guide 'Starker Standort Deutschland'

### Ihr Firmenporträt als Top-Arbeitgeber in einer Anzeige-Text-Kombination

Ihre Textpräsenz, individuell entwickelt zur Imagepflege auf Textbasis mit Logoabbildung.  
Stärken Sie Ihr Profil in der Wahrnehmung künftiger Absolventen.  
Diese Sonderveröffentlichung erscheint einmal jährlich zum Wintersemester.

Kosten:  
1/1 Text &  
1/1 Anzeige  
2.924,- €



## Basisdaten

**Auflage:** 40.000 Exemplare  
**Erscheinungsweise:** 1 x jährlich  
**Zielgruppe:** Absolventen der Rechts- und Wirtschaftswissenschaften  
**Papier:** 135 g Bilderdruck  
**Umschlag:** 250 g Bilderdruck, PUR-Klebebindung  
**Anzeigenschluss:** 31. Juli 2015  
**Druckunterlagenschluss:** 12. August 2015  
**Erscheinungstermin:** 09. Oktober 2015



**SEIT 2014  
AUCH IN ÖSTER-  
REICH UND DER  
SCHWEIZ**

Strategischer Partner und  
Kuratoriumsmitglied der BDA/BDI-Initiative



MEDIA 2015

### Karrierezeitschrift für Studenten und Absolventen der Naturwissenschaften

- Mindestauflage 2015: 54.000 Exemplare\*, erscheint 2 x jährlich
- Vertrieb nur an den naturwissenschaftlichen Fachbereichen
- Plattform für Personal-Image-Anzeigen, Stellenmarkt, Unternehmensdarstellung, Forum für Traineeprogramme und Masterstudiengänge
- Print, als E-Paper und Tablet-Version für Apple, Android und Kindle



\*Auflage lt. IVW II/2014:  
54.500 Exemplare Druck  
54.020 Exemplare verbreitet

# Basisdaten

Anzeigen / Media: 0911. 23779-40 | Grafik: 0911. 23779-45

**Verlag:** audimax MEDIEN GmbH  
**Hausanschrift:** Hauptmarkt 6-8, 90403 Nürnberg

**Herausgeber:** Oliver Bialas  
**Anzeigen / Media Telefon:** 09 11. 23 77 9-40  
**Anzeigen / Media Fax:** 09 11. 23 77 9-70  
**E-Mail:** media@audimax.de

**Zahlungsbedingungen:** Bei Vorauszahlung und Kontogutschrift bis zum ET 2 % Skonto, danach innerhalb von 14 Tagen ohne Abzug. Alle Preise zzgl. gesetzl. MwSt.

**Bankverbindung:** Commerzbank AG Nürnberg  
IBAN DE29 7608 0040 0241 2718 00  
BIC DRES DE FF 760

**Mindestauflage 2015:** 54.500 Exemplare Druck  
(Verlagsgarantie) 54.000 Exemplare verbreitet

**Erscheinungsweise:** 2 x jährlich  
**Heftformat:** 210 mm breit x 297 mm hoch (DIN A4)  
**Satzspiegel:** 192 mm breit x 255 mm hoch

**Druckverfahren:** Rollenoffset, 4c Euroskala  
**Papier:** 60 g Charisma Brilliant  
**Umschlag:** 135 g Circle glänzend  
**Nachhaltigkeit:** Alle eingesetzten Papiere sind zertifiziert für »Der Blaue Engel«. Der Druck erfolgt CO<sub>2</sub>-neutral. Infos unter [www.audimax-media.de](http://www.audimax-media.de)



**Druckunterlagen:** • PDF-Dateien (PDF/X3)  
in 300 dpi und 4c Euroskala

**Farbprofile:**

**Datenanlieferung:**

- Umschlag: ISO Coated v2
  - Innenseiten: PSO LWC Standard
  - E-Mail: [media@audimax.de](mailto:media@audimax.de)
- Digitale Druckunterlagen liefern Sie bitte mit farb- und größenverbindlichem Proof, da wir sonst keine Garantie für den korrekten Abdruck übernehmen können.

**Rabatte:**

(auch bei Titelmix und CAREER-CENTER):

Mengenstaffel	Malstaffel
3 Seiten 5 %	3 Anzeigen 3 %
6 Seiten 10 %	6 Anzeigen 6 %
9 Seiten 15 %	9 Anzeigen 9 %

**Agenturprovision (AE):**

15 %

**Beilagen**

Preise pro Tausend  
86 € / 20 g, je weitere 5 g zzgl. 5 €.  
**Format:** mind. 10,5 x 14,8; max. 19 x 27,7 cm

**Beihefter**

Preise pro Tausend  
84 € / 4 Seiten Umfang; 102 € / 8 Seiten Umfang;  
**Format:** mindestens DIN A6  
**Papiergewicht:** mind. 60 g, max. 150 g

**Postkarten Tip-on**

Preise pro Tausend: 69 €

**Auflagenprüfung:**

Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. (IVW)  
54.500 Exemplare Druck  
54.020 Exemplare verbreitet

**Auflage lt. IVW II/2014:**



# Anzeigenpreise / Redaktionskonzept / Vertrieb

**Eine Buchung: 4 Präsenzen**  
 - Print: Ihre Anzeige in audimax Na.Wi  
 - Print: Ihr Kurzporträt auf 1/10 Seite mit Logo  
 - Online: Ihre Anzeige im E-Paper  
 - Tablet-Version

## Sie suchen Naturwissenschaftler?

**audimax Na.Wi** ist das Berufseinstiegs- und Karrieremagazin speziell für Studierende der Naturwissenschaften in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

## Vertrieb

**Keine Streuverluste!** Sie erreichen an unseren 655 Auslegestellen ca. 263.100 Studierende und Absolventen aller personalpolitisch relevanten naturwissenschaftlichen Studiengänge: Mathematik, Physik, Chemie, Pharmazie, Medizin und Biologie. Auslage direkt an Lehrstühlen, Fachschaften und Fakultäten. Hauptzielgruppe: Studierende kurz vor Studienende und Absolventen, Vertriebsschwerpunkt an Lehrstühlen mit sehr guten Werten in aktuellen Rankings. **audimax Na.Wi ist 2015 als Medienpartner auf über 120 Absolventenmessen vertreten.** Die aktuellen Messetermine finden Sie unter [www.audimax-messetermine.de](http://www.audimax-messetermine.de).

## Redaktionskonzept

- Ein nutzwertig ausgerichteter Mix, der das Informationsbedürfnis der Zielgruppe zum Thema Berufseinstieg, Marktlage, Aussichten facettenreich abdeckt
- der aktuellen Marktlage jeweils angepasste Dossiers und Leitartikel als Artikelstrecken. Über die jeweiligen Themen informieren wir Sie in unseren Mailings.
- Einblicke in naturwissenschaftliche Arbeitsbereiche
- Porträts spannender, sich entwickelnder Branchen
- sämtliche personalpolitisch relevanten Disziplinen der Naturwissenschaften finden redaktionelle Berücksichtigung in jeder Ausgabe



### CROSSMEDIALE ERGÄNZUNG: DAS CAREER-CENTER

Ihre Vakanzen für Studenten, Praktikanten, Absolventen in unserer Stellenbörse speziell für Akademiker! Bundesweit präsent bei allen Studierenden schon ab 48 €/Monat! Details ab Seite 31

## Themen 2015

Ausgabe	Top-Thema	Branchen-Check in jedem Heft
5-2015 (Mai-Oktober)	F&E • Special: Mathematik	Pharmazie, Sales & Vertrieb, Einkauf, Consulting, Finance, Forschung & Entwicklung, Gesundheitswesen
11-2015 (Nov.-April)	Medizin / Ärzte	

## Termine 2015

Ausgabe	AS	DU	ET
5-2015 (Mai-Oktober)	20. März	25. März	10. April
11-2015 (Nov.-April)	18. September	23. September	09. Oktober

AS = Anzeigenschluss; DU = Druckunterlagenchluss; ET = Erscheinungstermin

## Anzeigenpreise 2015 in Euro

Formate	Breite x Höhe Satzspiegel	im Anschnitt *	s/w	4-farbig
1/1 Seite	192 x 255	210 x 297 *	5.296,-	6.356,-
1/2 hoch	95 x 255	105 x 297 *	2.913,-	3.496,-
1/2 quer	192 x 127	210 x 144 *	2.913,-	3.496,-
Die Buchung umfasst die Veröffentlichung Ihrer Anzeige → in audimax Na.Wi → im E-Paper → in der Tablet-Version → Ihres Kurzporträts auf mind. 1/10 Seite mit Logo				

\* Anzeigenformate im Anschnitt benötigen 5 mm Beschnittzugabe umlaufend.

## Sonderveröffentlichung / Kundenpräsenz

### Infos zur Zielgruppe

Hochschulen mit naturwissenschaftl. Fachbereichen (ohne Informatik) D-A-CH	152
davon an Fachhochschulen	56
davon an Universitäten / Hochschulen	96
Studenten der Naturwissenschaften gesamt (5 % aller Studenten)	ca. 263.100
Absolventen der Naturwissenschaften gesamt	ca. 79.600

ARBEITGEBER-  
JAHRBUCH

audimax MINT Guide 'Starker Standort Deutschland'

### Ihr Firmenporträt als Top-Arbeitgeber in einer Anzeige-Text-Kombination

Ihre Textpräsenz, individuell entwickelt zur Imagepflege auf Textbasis mit Logoabbildung.  
Stärken Sie Ihr Profil in der Wahrnehmung künftiger Absolventen.  
Diese Sonderveröffentlichung erscheint einmal jährlich zum Wintersemester.



Kosten:  
1/1 Text &  
1/1 Anzeige  
2.924,- €

Unser  
Zusatzservice!  
Ihr Unternehmen  
mit Logo, Basisdaten  
und relevanten  
Ansprechpartnern  
im Überblick



### Basisdaten

**Auflage:** 40.000 Exemplare  
**Erscheinungsweise:** 1 x jährlich  
**Zielgruppe:** Absolventen der  
MINT-Studienfächer  
**Papier:** 135 g Bilderdruck  
**Umschlag:** 250 g Bilderdruck,  
PUR-Klebebindung  
**Anzeigenschluss:** 31. Juli 2015  
**Druckunterlagenschluss:** 12. August 2015  
**Erscheinungstermin:** 09. Oktober 2015



**IN 2015:  
ARBEITGEBER-  
JAHRBUCH  
AUDIMAX  
CAREER GUIDE  
SIEHE SEITE 60**

# MEDIA 2015

## Karrierezeitschrift für Studenten und Absolventen der Wirtschaftswissenschaften

- Mindestauflage 2015: 56.000 Exemplare\*, erscheint 4 x jährlich
- Vertrieb nur an den wirtschaftswissenschaftlichen Fachbereichen und über Fachverbände
- Plattform für Personal-Image-Anzeigen, Stellenmarkt, Unternehmensdarstellung, Forum für Traineeprogramme und Masterstudiengänge
- Print, als E-Paper und Tablet-Version für Apple, Android und Kindle



\*Auflage It. IVW II/2014:  
56.500 Exemplare Druck  
56.050 Exemplare verbreitet

# Basisdaten

Anzeigen / Media: 0911. 23779-40 | Grafik: 0911. 23779-45

**Verlag:** audimax MEDIEN GmbH  
**Hausanschrift:** Hauptmarkt 6-8, 90403 Nürnberg

**Herausgeber:** Oliver Bialas  
**Anzeigen / Media Telefon:** 09 11. 23 77 9-40  
**Anzeigen / Media Fax:** 09 11. 23 77 9-70  
**E-Mail:** media@audimax.de

**Zahlungsbedingungen:** Bei Vorauszahlung und Kontogutschrift bis zum ET 2 % Skonto, danach innerhalb von 14 Tagen ohne Abzug. Alle Preise zzgl. gesetzl. MwSt.

**Bankverbindung:** Commerzbank AG Nürnberg  
IBAN DE29 7608 0040 0241 2718 00  
BIC DRES DE FF 760

**Mindestauflage 2015:** 56.500 Exemplare Druck  
(Verlagsgarantie) 56.000 Exemplare verbreitet

**Erscheinungsweise:** 4 x jährlich  
**Heftformat:** 210 mm breit x 297 mm hoch (DIN A4)  
**Satzspiegel:** 192 mm breit x 255 mm hoch

**Druckverfahren:** Rollenoffset, 4c Euroskala  
**Papier:** 60 g Charisma Brilliant  
**Umschlag:** 135 g Circle glänzend  
**Nachhaltigkeit:** Alle eingesetzten Papiere sind zertifiziert für »Der Blaue Engel«. Der Druck erfolgt CO<sub>2</sub>-neutral. Infos unter [www.audimax-media.de](http://www.audimax-media.de)



**Druckunterlagen:** • PDF-Dateien (PDF/X3)  
in 300 dpi und 4c Euroskala

**Farbprofile:**

**Datenanlieferung:**

- Umschlag: ISO Coated v2
  - Innenseiten: PSO LWC Standard
  - E-Mail: [media@audimax.de](mailto:media@audimax.de)
- Digitale Druckunterlagen liefern Sie bitte mit farb- und größenverbindlichem Proof, da wir sonst keine Garantie für den korrekten Abdruck übernehmen können.

**Rabatte:**

(auch bei Titelmix und CAREER-CENTER):

Mengenstaffel	Malstaffel
3 Seiten 5 %	3 Anzeigen 3 %
6 Seiten 10 %	6 Anzeigen 6 %
9 Seiten 15 %	9 Anzeigen 9 %

**Agenturprovision (AE):**

15 %

**Beilagen**

Preise pro Tausend  
86 € / 20 g, je weitere 5 g zzgl. 5 €.  
**Format:** mind. 10,5 x 14,8; max. 19 x 27,7 cm

**Beihefter**

Preise pro Tausend  
84 € / 4 Seiten Umfang; 102 € / 8 Seiten Umfang;  
**Format:** mindestens DIN A6  
**Papiergewicht:** mind. 60 g, max. 150 g

**Postkarten Tip-on**

Preise pro Tausend: 69 €

**Auflagenprüfung:**

Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. (IVW)  
56.500 Exemplare Druck  
56.050 Exemplare verbreitet

**Auflage lt. IVW II/2014:**





# Anzeigenpreise / Redaktionskonzept / Vertrieb

**Eine Buchung: 4 Präsenzen**  
 - Print: Ihre Anzeige in audimax Wi.Wi  
 - Print: Ihr Kurzporträt auf 1/10 Seite mit Logo  
 - Online: Ihre Anzeige im E-Paper  
 - Tablet-Version

Sie suchen Wirtschaftswissenschaftler?

**audimax Wi.Wi** ist das Berufseinstiegs- und Karrieremagazin für Studierende der Wirtschaftswissenschaften in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

## Vertrieb

**Keine Streuverluste!** 686 Ausgestellten direkt an wirtschaftswissenschaftlichen Lehrstühlen, Fachschaften und Fakultäten. Sie erreichen die 549.400 Studierenden der wirtschaftswissenschaftlichen Disziplinen (Hauptzielgruppe: Studierende kurz vor Studienende und Absolventen, Vertriebschwerpunkt an Lehrstühlen mit Top-Werten in aktuellen Rankings).

**audimax Wi.Wi ist 2015 als Medienpartner auf über 120 Absolventenmessen vertreten.** Die aktuellen Messetermine finden Sie unter [www.audimax-messetermine.de](http://www.audimax-messetermine.de)

## Redaktionskonzept

- Ein nutzwertig ausgerichteter Mix, der das Informationsbedürfnis der Zielgruppe zum Thema Berufseinstieg, Marktlage, Aussichten facettenreich abdeckt
- der aktuellen Marktlage jeweils angepasste Dossiers und Leitartikel als Artikelstrecken. Über die jeweiligen Themen informieren wir Sie in unseren Mailings.
- Einblicke in wirtschaftswissenschaftliche Arbeitsbereiche ● Porträts spannender, sich entwickelnder Branchen ● Umfangreiche Dossiers geben Einblick in die Perspektiven für Absolventen der Wirtschaftswissenschaften.

Messe-Special zur & Hannover Messe

## Themen 2015

Ausgabe	Top-Themen	Branchen-Checks
2/3-2015 (Feb.– Mai)	Traineeprogramme ● Sales ● Vertrieb	Consulting, Wirtschaftsprüfung, Finance, Handel, Logistik, Controlling, Versicherungen
6-2015 (Juni – August)	Consulting ● Personalvermittler	
09/10-2015 (Sept.–Nov.)	Handel & Logistik ● Traineeprogramme	
12-2015 (Dez.–Jan.)	Banken, Versicherungen & Controlling ● Elite: Wo Top-Absolventen einsteigen	

## Termine 2015

Ausgabe	AS	DU	ET
2/3-2015 (Feb.– Mai)	23. Januar	28. Januar	13. Februar
6-2015 (Juni – August)	17. April	22. April	08. Mai
09/10-2015 (Sept.–Nov.)	21. August	26. August	18. September
12-2015 (Dez.–Jan.)	16. Oktober	21. Oktober	06. November

AS = Anzeigenschluss; DU = Druckunterlagenschluss; ET = Erscheinungstermin

## Anzeigenpreise 2015 in Euro

Formate	Breite x Höhe Satzspiegel	im Anschnitt *	s/w	4-farbig
1/1 Seite	192 x 255	210 x 297 *	5.296,-	6.356,-
1/2 hoch	95 x 255	105 x 297 *	2.913,-	3.496,-
1/2 quer	192 x 127	210 x 144 *	2.913,-	3.496,-
Die Buchung umfasst die Veröffentlichung Ihrer Anzeige → in audimax Wi.Wi → im E-Paper → in der Tablet-Version → Ihres Kurzporträts auf mind. 1/10 Seite mit Logo				

\* Anzeigenformate im Anschnitt benötigen 5 mm Beschnittzugabe umlaufend.

**audimax**.de  
**CAREER-CENTER**

### CROSSMEDIALE ERGÄNZUNG: DAS CAREER-CENTER

Ihre Vakanzen für Studenten, Praktikanten, Absolventen in unserer Stellenbörse speziell für Akademiker! Bundesweit präsent bei allen Studierenden schon ab 48 €/Monat! Details ab Seite 31



## Ergänzungsangebote / Kundenpräsenz

### Infos zur Zielgruppe

Hochschulen mit wirtschaftswissenschaftl. Fachbereichen in D-A-CH	298
davon Fachhochschulen	197
davon Universitäten / Hochschulen	101
Studenten der Wirtschaftswissenschaften (19 % aller Studenten)	ca. 549.400
Absolventen der Wirtschaftswissenschaften gesamt	ca. 89.200

ARBEITGEBER-  
JAHRBUCH

audimax CAREER Guide 'Starker Standort Deutschland'

### Ihr Firmenporträt als Top-Arbeitgeber in einer Anzeige-Text-Kombination

Ihre Textpräsenz, individuell entwickelt zur Imagepflege auf Textbasis mit Logoabbildung.  
Stärken Sie Ihr Profil in der Wahrnehmung künftiger Absolventen.  
Diese Sonderveröffentlichung erscheint einmal jährlich zum Wintersemester.



Kosten:  
1/1 Text &  
1/1 Anzeige  
2.924,- €

Unser  
Zusatzservice!  
Ihr Unternehmen  
mit Logo, Basisdaten  
und relevanten  
Ansprechpartnern  
im Überblick



### Basisdaten

**Auflage:** 40.000 Exemplare  
**Erscheinungsweise:** 1 x jährlich  
**Zielgruppe:** Absolventen der  
Rechts- und Wirtschafts-  
wissenschaften  
**Papier:** 135 g Bilderdruck  
**Umschlag:** 250 g Bilderdruck,  
PUR-Klebebindung  
**Anzeigenschluss:** 31. Juli 2015  
**Druckunterlagenschluss:** 12. August 2015  
**Erscheinungstermin:** 09. Oktober 2015



### MINT-SPEZIALAUSGABE

Ab 29. Mai! Auf 60 Seiten:  
Berufseinstieg und Studium  
in den MINT-Fächern.



Strategischer Partner und  
Kuratoriumsmitglied der BDA/BDI-Initiative



## MEDIA 2015

### Print-Hochschulkompetenz seit 1988

Mediadaten Nr. 14, gültig ab 01.01.2015

### Mindestauflage 2015: 230.000 Exemplare\*

Reine Fachinformationen zielgruppengerecht aufbereitet für  
477.000 Abiturienten an über 3.600 Gymnasien, FOS, BOS  
und Gesamtschulen im gesamten Bundesgebiet

### Bundesweit oder regional!

Wählen Sie zwischen Ihrer Anzeigenpräsenz im ganzen  
Bundesgebiet oder regional in Ihrer Kernzielregion

### 3 x im Jahr Print, online, Tablet-Version & als E-Paper

Im Februar, Mai und Oktober

### Keine Produktwerbung!

Nur Ausbildungs- und Bildungsangebote



\* Auflage-It. IVW II/2014:  
232.000 Exemplare Druck  
230.030 Exemplare verbreitet

ABI  
Reifepfprüfung

## Basisdaten

Anzeigen / Media: 0911. 23 779 - 40 | Grafik: 0911. 23 779 - 45

**Verlag:** audimax MEDIEN GmbH  
**Hausanschrift:** Hauptmarkt 6-8, 90403 Nürnberg

**Herausgeber:** Oliver Bialas  
**Anzeigen / Media Telefon:** 09 11. 23 77 9-40  
**Anzeigen / Media Fax:** 09 11. 23 77 9-70  
**E-Mail:** media@audimax.de

**Zahlungsbedingungen:** Bei Vorauszahlung und Kontogutschrift bis zum ET 2 % Skonto, danach innerhalb von 14 Tagen ohne Abzug. Alle Preise zzgl. gesetzl. MwSt.

**Bankverbindung:** Commerzbank AG Nürnberg  
IBAN DE29 7608 0040 0241 2718 00  
BIC DRES DE FF 760

**Mindestauflage 2015:** 231.000 Exemplare Druck  
(Verlagsgarantie) 230.000 Exemplare verbreitet

**Erscheinungsweise:** 3 x jährlich  
**Heftformat:** 148 mm breit x 210 mm hoch (DIN A5)  
**Satzspiegel:** 126 mm breit x 180 mm hoch

**Druckverfahren:** Rollenoffset, 4c Euroskala  
**Papier:** 60 g Charisma Brilliant  
**Umschlag:** 135 g Circle glänzend  
**Nachhaltigkeit:** Alle eingesetzten Papiere sind zertifiziert für »Der Blaue Engel«. Der Druck erfolgt CO<sub>2</sub>-neutral. Infos unter [www.audimax-media.de](http://www.audimax-media.de)



**Druckunterlagen:** • PDF-Dateien (PDF/X3)  
in 300 dpi und 4c Euroskala

### Farbprofile:

### Datenanlieferung:

- Umschlag: ISO Coated v2
  - Innenseiten: PSO LWC Standard
  - E-Mail: [media@audimax.de](mailto:media@audimax.de)
- Digitale Druckunterlagen liefern Sie bitte mit farb- und größenverbindlichem Proof, da wir sonst keine Garantie für den korrekten Abdruck übernehmen können.

### Rabatte:

(auch bei Titelmix und CAREER-CENTER):

Mengenstaffel	Malstaffel
3 Seiten 5 %	3 Anzeigen 3 %
6 Seiten 10 %	6 Anzeigen 6 %
9 Seiten 15 %	9 Anzeigen 9 %

### Agenturprovision (AE):

15 %

### Beilagen

Preise pro Tausend  
80 € / 20 g, je weitere 5 g zzgl. 5 €.

### Beihefter

Preise pro Tausend  
80 € / 4 Seiten Umfang; 96 € / 8 Seiten Umfang;  
**Format:** mindestens DIN A6  
**Papiergewicht:** mind. 60 g, max. 150 g

### Postkarten Tip-on

Preise pro Tausend: 80 €





















### Auflagenprüfung:

Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. (IVW)  
232.000 Exemplare Druck  
230.030 Exemplare verbreitet

### Auflage lt. IVW II/2014:



# Anzeigenpreise, Termine, Themenschwerpunkte

Anzeigenpreise in Euro – bundesweite Schaltungen / Gesamtauflage						
Formate	Breite x Höhe <small>im Satzspiegel</small>	im Anschnitt <small>Plus 5 mm Beschnittzugabe</small>	s/w	4-farbig	Anschnitt <small>5% vom s/w-Preis</small>	
1/1 Seite	 126 x 180	 148 x 210	4.675,-	7.246,-	234,-	
2/3 Seite	 126 x 119	 148 x 131	3.221,-	4.993,-	161,-	
1/2 hoch	 61 x 180	 73 x 210	2.543,-	3.942,-	127,-	
1/2 quer	 126 x 88	 148 x 100	2.543,-	3.942,-	127,-	
1/3 hoch	 40 x 180	 52 x 210	1.745,-	2.705,-	87,-	
1/3 quer	 126 x 58	 148 x 70	1.745,-	2.705,-	87,-	
1/4 hoch	 61 x 88	 73 x 100	1.344,-	2.083,-	67,-	
1/4 quer	 126 x 42	 148 x 54	1.344,-	2.083,-	67,-	
1/8 Seite	 61 x 42	 73 x 54	730,-	1.132,-	37,-	
2/1 Seite <small>Bunddurchdruck</small>	 272 x 180	 296 x 210	8.788,-	13.622,-	439,-	

Ihre Anzeige erscheint im Print-Magazin audimax ABI, als Tablet-Version **und** im E-Paper unter [www.audimax.de](http://www.audimax.de)

## Themen 2015

Ausgabe	Top-Thema
1-2015	Dual-Special
2-2015	MINT-Berufe
3-2015	Ausbildung oder Dual
1-2015	Dual-Special

Themenplan S. 66

## Termine 2015

Ausgabe	AS	DU	ET
1-2015	09.01.15	14.01.15	06.02.15
2-2015	08.05.15	13.05.15	29.05.15
3-2015	04.09.15	09.09.15	02.10.15
1-2016	11.12.15	13.01.16	05.02.16

## Frühbucherrabatt!

Bei Buchung bis 31.12.2014:

Für Buchung einer Ausgabe: 2 %

Für Buchung von zwei Ausgaben: 3 %

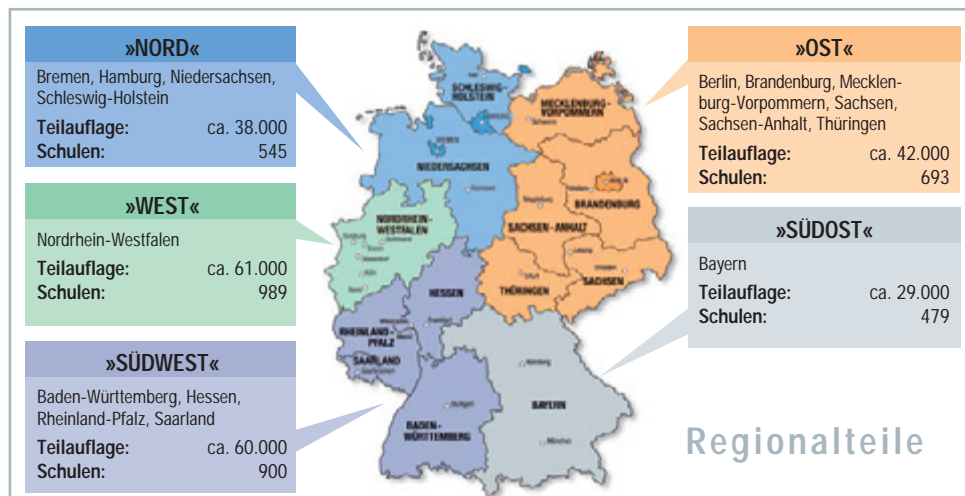
Für Buchung von drei Ausgaben: 6 %

(Nur gültig bei Abnahme innerhalb eines Kalenderjahres.)

## Umschlagseiten

U2 oder U4 1/1 4c: 8.578,- Euro

# Regional-Anzeigenpreise der Teilauflagen und Sonderwerbemaßnahmen



## ■ Regionale Werbung

Alternativ zu Ihrer bundesweiten Präsenz:

Fokussierung Ihres Kernzielgebiets mit

- regionalen Beilagen
- regionalen Anzeigen

## ■ Beilagen/Beihefter/Postkarten Teilbelegung der Regionalteile

92 Euro pro Tausend bis 20 g, je weitere angefangene 5 g zuzüglich 5 Euro

### Die Anzeigenpreise je Regionalteil in Euro:

FORMATE	Satzspiegel	im Anschnitt <small>Plus 5 mm Beschnittzugabe</small>	s/w	4-farbig	Anschnitt <small>5% vom s/w-Preis</small>
1/1 Seite	126 x 180	148 x 210	2.410,-	3.736,-	121,-
1/2 hoch	61 x 180	73 x 210	1.330,-	2.062,-	67,-
1/2 quer	126 x 88	148 x 100	1.330,-	2.062,-	67,-

# Konzeption und Redaktion

## ■ Zielgruppe

**audimax ABI** wendet sich als führendes Abiturientenmagazin für Studium und Ausbildung konsequent an über 477.000 Kolleg- und Oberstufenschüler/-innen der letzten beiden Jahrgangsstufen vor dem (Fach-)Abitur, d.h. an Schüler im Alter zwischen 17 und 21 Jahren mit einer kaum überschaubaren Vielzahl von Berufs- und Ausbildungschancen.

**audimax ABI** bietet den Abiturienten in dieser Lebensphase kompetente Ratgeberredaktion. Unsere Themenauswahl hilft den Schülern bei der grundsätzlichen Entscheidungsfindung.



## ■ Redaktionsausrichtung

Abiturienten fühlen sich über Studien- und Ausbildungschancen meist schlecht informiert. Wie finden sie den passenden Ausbildungsberuf, was erwartet Studierende dualer Studiengänge, worauf kommt es im Bachelor-/Master-System an, wie unterscheiden sich verschiedene Hochschularten voneinander? Viele Fragen.

**audimax ABI** ist das kompetente Medium, das die drängenden grundsätzlichen Fragen dieser Entscheidungsphase im Leben seiner Leser beantwortet, ihnen gleichzeitig ein neues, qualifizierteres Fragenspektrum eröffnet und Wege zu den Antworten aufzeigt.

## QR-Code Einbindung

Um dem Medienverhalten der Zielgruppe (steigende Smartphonenuutzung) entgegen zu kommen, binden wir verstärkt QR-Codes und andere interaktive Tools in audimax ABI ein.

## ■ Vertrieb

**230.000 Exemplare – für Abiturienten kostenlos – an über 3.600 zum Abitur führenden Schulen in Deutschland**

- **Auflagenprüfung und -sicherheit** durch Mitgliedschaft in der IWV
- **Direktversand** an Direktoren und Kollegstufenbetreuer
- **Direkte Verteilung** durch die Kollegstufenbetreuer in den Abiturientenklassen und Auslage im Sekretariatsbereich
- **Vertrieboptimierung** und für jede Ausgabe eine Liefermengenanpassung an die jeweiligen Abiturientenzahlen durch Bestellfaxe der Schuldirektionen aus den Schulen

## ■ Image

- **Der Erfolg:** audimax ABI ist im vierzehnten Jahrgang ein fester Bestandteil der relevanten Entscheidungshilfen für Abiturienten (Bekanntheitsgrad und Qualitätseinschätzung)
- **Vorbild:** Zahlreiche Schulen verwenden audimax ABI als Arbeitsmittel im regulären Unterricht

# Themenschwerpunkte

## ■ audimax ABI 1-2015

erreicht die Schüler im Februar

### Themenauswahl:

- Special Ausbildungsberufe
- Special: Ausland, Praktikum, Au-Pair
- Special: Duales Studium und Ausbildung im Vergleich
- Welche Hochschulart passt zu welchem Lerntyp? Uni, FH, private Hochschule

Extra:  
Studieren an  
Privathochschulen

→ Special: Porträts ausgewählter Studiengänge

→ Studienfinanzierung, Geld fürs Studium



## ■ audimax ABI MINT 2-2015

erreicht die Schüler im April

### Themenauswahl:

- Mädchen in technischen Berufen
- Faszination MINT-Berufe: Azubis, Dual-Studenten und Hochschulener im Porträt
- Unternehmen mit MINT-Bedarf
- MINT-Studiengänge: Wo und was?
- Schnellcheck MINT: Berufe mit Zukunft

Ziel: Dieses audimax ABI enthält umfangreiche Informationen zu Berufseinstieg und Studiengängen aus Mathematik, Informatik, Naturwissenschaft und Technik (MINT)

audimax ist strategischer Partner und Kuratoriumsmitglied von MINT Zukunft schaffen. Diese Initiative, gegründet 2008 von der Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (BDA) und dem Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI), bekämpft den Fachkräftemangel.



## ■ audimax ABI 3-2015

erreicht die Schüler im Oktober

### Themenauswahl:

- Studium oder Ausbildung?
- Special: Duales Studium mit Porträts ausgewählter Angebote bestimmter Unternehmen und O-Töne von Studenten
- Special: Ausbildung, Ausbildungscheck, Azubis berichten
- Bewerbung richtig schreiben: von Anschreiben bis Vorstellungsgespräch
- Special: Die deutsche Hochschullandschaft – Unterschiede zwischen den Hochschularten

Extra:  
Studieren im  
Osten

