PA
PRÄVENTION AKTUELL

PRÄVENTION AKTUELL

DIE MEDIADATEN SONDERAUSGABE – 2022

Foto: Messe Düsseldorf / ctillmann

PA PRÄVENTION AKTUELL

IHRE ANSPRECHPARTNER

Wolfgang Pfaff
Anzeigenvertrieb
Hirschgraben 20, 65183 Wiesbaden
Telefon: +49 (0) 611 9030-234
Mobil: +49 (0) 175 54 47 823
E-Mail: wpfaff@universum.de
Im Auftrag der Universum Verlag GmbH

Julia Nölker
Marketing
Telefon: +49 (0) 611 9030-386
E-Mail: jnoelker@universum.de

Franz Roiderer
Chefredaktion
Telefon: +49 (0) 611 9030-273
E-Mail: froiderer@universum.de

Holger Schmidt
Chef vom Dienst
Telefon: +49 (0) 611 9030-378
E-Mail: hschmidt@universum.de

Falk Sinß
Redaktion
Telefon: +49 (0) 611 9030-335
E-Mail: fsinss@universum.de

Stefan Layh
Redaktion
Telefon: +49 (0)611 9030-328
E-Mail: slayh@universum.de

Verlag
Universum Verlag GmbH
Taunusstraße 54, 65183 Wiesbaden
Internet: www.universum.de
Shop: www.universum-shop.de

SONDERAUSGABE PRÄVENTION AKTUELL 2022

PRINT, NEWSLETTER, E-MAGAZIN

Zielgruppe:	Unternehmer, Geschäftsführer, Fach- und Führungskräfte, Personaler, Entscheider, Verantwortliche im Bereich Sicherheit und Gesundheit bei der Arbeit.
Druckauflage:	ca. 15.000
Anzahl Abonnenten:	ca. 11.000

Die für unsere Leser kostenfreie Sonderausgabe erscheint im Herbst 2022 zur Messe ARBEITSSCHUTZ AKTUELL (18. bis 20.10.2022). Sie wird zusammen mit der regulären Ausgabe 5/2022 an alle Abonnenten der PRÄVENTION AKTUELL ausgeliefert. Der Umfang beträgt 64+4 Seiten, die Auflage liegt bei ca. 15.000 Exemplaren.

Die Sonderausgabe bietet den Kunden Platz, ihre Arbeitsschutzlösungen oder ihre Produkte in Form einer Anzeige oder eines Advertorials einer breiten Leser- und Nutzerschaft vorzustellen. Für die Advertorials liefern die Auftraggeber Texte und jeweils zwei bis drei Bilder. Die Redaktion veredelt inhaltlich die Vorlagen und bringt sie in das typische, hochwertige Look and Feel des PRÄVENTION AKTUELL-Magazins.

Die Sonderausgabe orientiert sich inhaltlich am STOP-Prinzip des Arbeitsschutzes (Substitution, Technische Schutzmaßnahmen, Organisatorische Maßnahmen und Persönliche Schutzausrüstung).

So werden Soft- und Hardwarelösungen sowie Arbeitsschutzdienstleistungen, Maschinenschutzeinrichtungen oder Arbeitsmittel (Stühle, Tische, weitere Büroeinrichtungen) vorgestellt. Genügend Platz steht auch für das Thema Persönliche Schutzausrüstungen zur Verfügung.

SONDERAUSGABE PRÄVENTION AKTUELL 2022

PRINT, NEWSLETTER, E-MAGAZIN (Fortsetzung)

Foto: Messe Düsseldorf / ctillmann

Die Sonderausgabe wird von einem redaktionellen Editorial eingeleitet und bietet auf 64 Seiten Raum für Advertorials und Anzeigen. Advertorials können halb-, ein- oder doppelseitig sein. Pro Advertorial können 1 bis 4 Bilder/Produktfotos platziert werden.

Für die Anzeigen stehen die Formate 1/1, 1/2, 1/3 und 1/4 zur Verfügung.

Erscheinungsdatum	12.10.2022
Anzeigenschluss	15.09.2022
Druckunterlagenschluss	21.09.2022

Die Titelseite kann gebucht und mit einem doppelseitigen Advertorial im ersten Heftdrittel gebundelt werden.

Die Anzeigen und Advertorials erscheinen dann **in allen drei Publikationkanälen** geschaltet:

- **im PRINT-Magazin**, Auslieferung pünktlich zu Messe
- **im Newsletter** im Kampagnenformat, in einer von vier Aussendungen bis zur Messe A+A
- Einpflege **im E-Magazin/Portal**, sechs Monate online

PA
PRÄVENTION AKTUELL

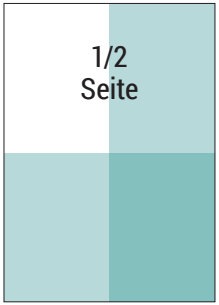
ANZEIGENFORMATE UND PREISE

IHRE ANZEIGE ERSCHEINT IN: PRINT, NEWSLETTER, E-MAGAZIN

4.200,– €*

Maße:
im Anschnitt: 210 × 297 mm
im Satzspiegel: 180 × 267 mm

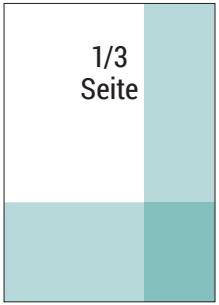
Vorzugsplatzierungen:
Umschlagsseiten
(U2/U3/U4):
5.200,– €*



2.200,– €*

Maße hoch:
im Anschnitt: 105 × 297 mm
im Satzspiegel: 90 × 267 mm

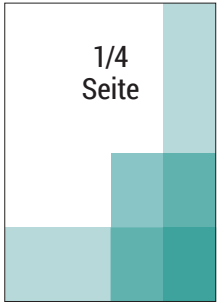
Maße quer:
im Anschnitt: 210 × 148,5 mm
im Satzspiegel: 180 × 133 mm



1.490,– €*

Maße hoch:
im Anschnitt: 70 × 297 mm
im Satzspiegel: 61,5 × 267 mm

Maße quer:
im Anschnitt: 210 × 99 mm
im Satzspiegel: 180 × 89 mm



1.150,– €*

Maße hoch:
im Anschnitt: 52,5 × 297 mm
im Satzspiegel: 45 × 267 mm

Maße quer:
im Anschnitt: 210 × 74,25 mm
im Satzspiegel: 180 × 67 mm

Maße Ecke/anteilig:
im Anschnitt: 105 × 145,8 mm
im Satzspiegel: 90 × 133 mm

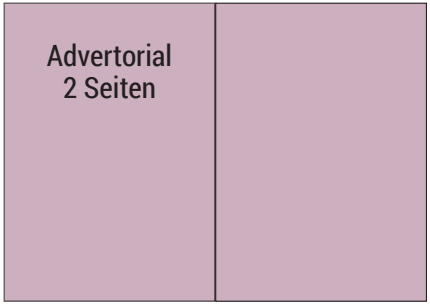
* Alle Preise verstehen sich zzgl. MwSt.

Hinweis: Die Anzeigenformate für die Newsletter-Ausgaben werden entsprechend angepasst.

PA
PRÄVENTION AKTUELL

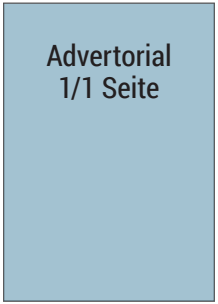
ADVERTORIALFORMATE UND PREISE

IHR ADVERTORIAL ERSCHEINT IN: PRINT, NEWSLETTER, E-MAGAZIN



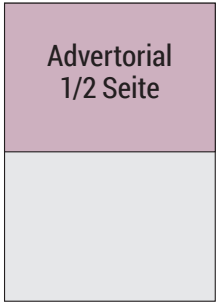
2.685,– €*

Advertorial:
- doppelseitig
- ca. 2.500 bis 3.000 Zeichen
- 3–4 Produktabbildungen oder Fotos



1.790,– €*

Advertorial:
- 1-seitig:
- ca. 1.500 Zeichen
- 1–2 Produktabbildungen oder Fotos



980,– €*

Advertorial:
- 1/2-seitig
- 900 Zeichen
- evt. 1 Produktabbildung oder Foto

Beileger:
- Gewicht bis 30g: 120,– € pro Tausend
- Format: maximal 200 x 290 mm
- Anlieferungsdatum in der Druckerei

* Alle Preise verstehen sich zzgl. MwSt.

PA
PRÄVENTION AKTUELL

SEITENPLAN

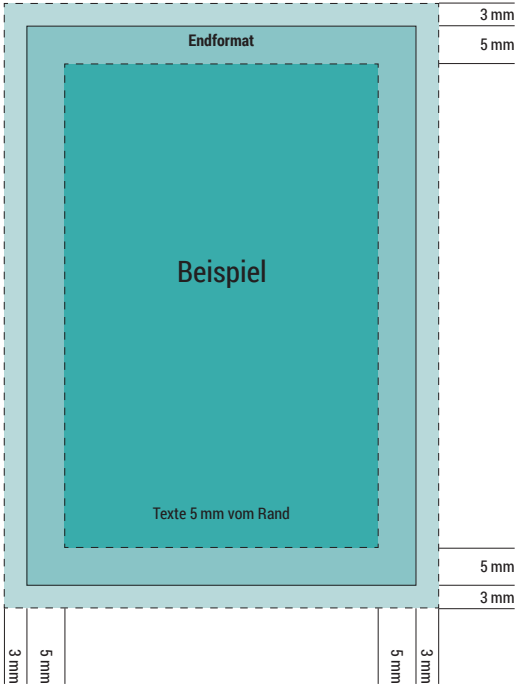
Titel Titelbild BEREITS GEBUCHT!	Anzeige 1 Seite BEREITS GEBUCHT!	Editorial	Inhalt-verzeichnis	Inhalt-verzeichnis	Advertorial 1 Seite	Advertorial 1 Seite	Advertorial 1 Seite	Anzeige 1/2 Seite	
								Advertorial 1/2 Seite	
Gatefolder inkl. U1 + U2		Seite 3	Seite 4	Seite 5	Seite 6	Seite 7	Seite 8	Seite 9	
Advertorial 1 Seite	Anzeige 1/2 Seite	Advertorial 2 Seiten		Advertorial 1 Seite	Anzeige 1 Seite	Advertorial 1 Seite	Anzeige 1/2 Seite	Advertorial 1 Seite	Anzeige 1 Seite
	Advertorial 1/2 Seite						Advertorial 1/2 Seite		
Seite 10	Seite 11	Seite 12	Seite 13	Seite 14	Seite 15	Seite 16	Seite 17	Seite 18	Seite 19
Advertorial 2 Seiten		Advertorial 1 Seite	Advertorial 1 Seite	Advertorial 1 Seite	Advertorial 1/2 Seite	Advertorial 2 Seiten		Advertorial 1 Seite	Anzeige 1 Seite
					Anzeige 1/2 Seite				
Seite 20	Seite 21	Seite 22	Seite 23	Seite 24	Seite 25	Seite 26	Seite 27	Seite 28	Seite 29
Advertorial 2 Seiten		Advertorial 1 Seite	Advertorial 1 Seite	Advertorial 2 Seiten		Advertorial 1 Seiten	Anzeige 1/2 Seite	Advertorial 2 Seiten	
Seite 30	Seite 31	Seite 32	Seite 33	Seite 34	Seite 35	Seite 36	Seite 37	Seite 38	Seite 39

PRÄVENTION AKTUELL

SEITENPLAN (Fortsetzung)

Advertorial 1 Seite	Advertorial 1/2 Seite Anzeige 1/2 Seite
Seite 40	Seite 41
Advertorial 1 Seite	Advertorial 1 Seite
Seite 42	Seite 43
Advertorial 1 Seite	Anzeige 1/2 Seite Advertorial 1/2 Seite
Seite 44	Seite 45
Advertorial 3/2 Seiten	Anzeige 1/2 Seite
Seite 46	Seite 47
Advertorial 1 Seite	Advertorial 1 Seite
Seite 48	Seite 49
Advertorial 1 Seite	Anzeige 1/2 Seite Advertorial 1/2 Seite
Seite 50	Seite 51
Advertorial 2 Seiten	
Seite 52	Seite 53
Advertorial 1 Seite	Advertorial 1/2 Seite Anzeige 1/2 Seite
Seite 54	Seite 55
Advertorial 2 Seiten	
Seite 56	Seite 57
Advertorial 1 Seite	Advertorial 1/2 Seite Anzeige 1/2 Seite
Seite 58	Seite 59
Advertorial 1 Seite	Advertorial 1 Seite
Seite 60	Seite 61
Advertorial 2 Seiten	
Seite 62	Seite 63
Advertorial 2 Seiten	
Seite 64	Seite 65
Impressum	Anzeige 1 Seite
Seite 66	**U3**
Anzeige 1 Seite	
U4	

DRUCKVORGABEN



Technische Vorgaben für die Anlieferung der Druckdaten

Dateiformate
Geschlossene Dateien
» Bevorzugtes Dateiformat PDF/X3
» Alle im Dokument verwendeten Schriften sind einzubinden oder in Pfade umzuwandeln.
» Eingebundene Bilder müssen eine Auflösung von mind. 300 dpi aufweisen.

Dateiaufbau
Format:
Die Beschnittmaße für eine angeschnittene Anzeige betragen an Kopf, Fuß und Seiten 3 mm.

Farbauswahl:
Vierfarbseparation nach Euroskala-Standard. Schmuckfarben sind in CMYK umzuwandeln. Gesamtfarbauftrag nicht über 300 %.

Belegausdrucke
Bitte liefern Sie zu jeder Anzeige einen verbindlichen Farbausdruck. Bei 4c-Anzeigen benötigen wir für die Farbabstimmung beim Druck einen farbverbindlichen Digitalproof nach Prozess Standard Offset ISO 12647-2.

Datenübergabe
Per E-Mail an redaktion@praevention-aktuell.de mit folgenden Angaben:
Titel, Ausgabe, Telefonnummer und Name des datenerstellenden Unternehmens, Datenprotokoll.

Gewährleistung
Es kann nur belichtet werden, was auf den Datenträgern vorhanden ist. Für Abweichungen in Texten, Abbildungen und insbesondere Farben können wir keinerlei Haftung übernehmen. Der Druck von 2c-, 3c- und 4c-Anzeigen ohne farbverbindlichen Proof erfolgt ohne Gewährleistung.

PA PRÄVENTION AKTUELL

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN FÜR WERBEFORMATE

1. Geltungsbereich

1.1 Die nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen (im Folgenden »AGB« genannt) gelten für alle Verträge des Verlages mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts und öffentlich-rechtlichen Sondervermögen über die Veröffentlichung von Werbeformaten in Printmedien und im Internet.

1.2 AGBs des Auftraggebers werden nicht anerkannt, es sei denn, der Verlag stimmt ihrer Gültigkeit ausdrücklich zu.

2. Werbeformatauftrag

2.1 »Werbeformatauftrag« im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung eines oder mehrerer Werbeformate zu festen Terminen oder zum Abruf durch den Auftraggeber innerhalb eines vereinbarten Zeitraums zum Zweck der Verbreitung in einer Druckschrift oder im Internet.

2.2 Der Vertrag kommt zustande mit der schriftlichen Auftragsbestätigung durch den Verlag.

3. Werbeformatabruf

Werbeformate, für die die Anzahl der Veröffentlichungen, nicht jedoch der Zeitpunkt der Veröffentlichung, festgelegt ist (Werbeformate auf Abruf), sind, sofern nichts anderes vereinbart worden ist, zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist in einem Auftrag das Recht zum Abruf einzelner Werbeformate eingeräumt, so ist der Auftrag insgesamt innerhalb eines Jahres seit Erscheinen des ersten Werbeformates abzuwickeln, sofern das erste Werbeformat innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.

4. Erstattung von Nachlässen und Rabatten

Werden einzelne oder mehrere in einem Auftrag vereinbarte Abrufe aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.

5. Ablieferung von Werbeformatvorlagen

Vorlagen für Werbeformate, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift oder zu einem bestimmten Zeitpunkt oder an bestimmten Plätzen im Internet veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Bei Nichteintreffen der Druckdaten bis zum in der Auftragsbestätigung genannten Druckunterlagenschluss berechnet der Verlag einen pauschalen Aufpreis von 100 €.

6. Redaktionell gestaltete Werbeformate

Werbeformate werden als solche, vom Verlag mit dem Wort »Advertorial« deutlich kenntlich gemacht. Der Verlag behält sich außerdem vor, Werbeformate, die nicht eindeutig als solche erkennbar sind, durch einen Rahmen grafisch vom redaktionellen Umfeld abzugrenzen.

7. Ablehnung der Werbeformatveröffentlichung

7.1 Der Verlag behält sich – ohne Anerkennung einer entsprechenden Überprüfungspflicht – vor, die Veröffentlichung von Werbeformaten wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden.

7.2 Die Ablehnung der Veröffentlichung wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

8. Werbeformatvorlagen und Proofs

8.1 Für die rechtzeitige Lieferung der Werbeformatdaten und die einwandfreie Beschaffenheit geeigneter Vorlagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Sie müssen den technischen Vorgaben des Verlages entsprechen. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Bei Verzögerung der Datenanlieferung für Banner durch den Auftraggeber kann eine rechtzeitige Veröffentlichung seitens des Verlags nicht garantiert werden.

8.2 Der Verlag berücksichtigt alle Korrekturen, die ihm innerhalb der bei Übersendung der Proofs genannten Frist mitgeteilt werden. Proofs werden vom Verlag nicht geliefert.

8.3 Die Kosten für Änderungen der Werbeformate, die der Verlag auf Wunsch des Auftraggebers vornimmt, trägt der Auftraggeber.

9. Mängelhaftung, Haftung

9.1 Der Auftraggeber hat das Werbeformat unverzüglich nach seiner Veröffentlichung auf etwaige Mängel hin zu überprüfen. Offensichtliche Mängel sind dem Verlag innerhalb von einer Woche ab Veröffentlichung schriftlich mitzuteilen, andernfalls gilt das veröffentlichte Werbeformat als genehmigt.

9.2 Entspricht das veröffentlichte Werbeformat ganz oder teilweise nicht der vertraglich vereinbarten Beschaffenheit, hat der Auftraggeber Anspruch auf Vergütungsminderung oder Veröffentlichung eines einwandfreien Ersatzwerbeformates, soweit der Zweck des Werbeformates beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gesetzte angemessene Frist verstreichen oder ist das Ersatzwerbeformat erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Vergütungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages.

PA
PRÄVENTION AKTUELL

9.3 Der Verlag haftet unbeschränkt nur für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit. Für einfache Fahrlässigkeit haftet der Verlag – außer bei Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit – nur, sofern vertragstypische Pflichten verletzt worden sind. In diesem Fall ist die Haftung des Verlages beschränkt auf den vorhersehbaren und vertragstypischen Schaden.

9.4 Im Übrigen sind Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung ausgeschlossen. Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für das betreffende Werbeformat oder Beilage zu zahlende Entgelt. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt.

10. Zahlungsbedingungen

10.1 Die Rechnungstellung durch den Verlag erfolgt jeweils nach Veröffentlichung eines Werbeformates; zahlbar innerhalb 14 Tagen netto.

10.2 Rechnungen sind innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist vereinbart ist. Es besteht keine Möglichkeit der Vorauszahlung.

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

11. Anzeigenbeleg

Der Verlag liefert auf ausdrücklichen schriftlichen Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Werbeformatauftrages werden Werbeformatausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung des Werbeformates.

12. Garantie und Nutzungsrechtseinräumung

12.1 Der Auftraggeber steht dafür ein, dass er alle für die Veröffentlichung des Werbeformates erforderlichen Rechte besitzt. Er alleine trägt die Verantwortung für die rechtliche Zulässigkeit des Inhalts und der Ausgestaltung der für die Veröffentlichung vorgesehenen Text- und Bildmaterialien sowie eventuell mitgelieferter Werbemittel. Insofern stellt er den Verlag von allen eventuellen Ansprüchen Dritter frei, die diese im Zusammenhang mit der Veröffentlichung des Werbeformates gegen den Verlag erheben werden.

12.2 Der Auftraggeber ist zudem verpflichtet, den Verlag über jegliche Beanstandung der veröffentlichten Werbeformate durch Dritte (Abmahnungen, einstweilige Verfügungen, Klagen) unverzüglich zu unterrichten und den Verlag, soweit diese gegen ihn gerichtet sind, mit Informationen und zur Verfügung zu stellenden Unterlagen zu unterstützen.

12.3 Der Auftraggeber räumt dem Verlag darüber hinaus an den Werbeformatinhalten und -ausgestaltungen alle für die Veröffentlichung in dem vertraglich vereinbarten Umfang erforderlichen Nutzungsrechte ein, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Veröffentlichung, öffentlichen Zugänglichmachung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf aus einer solchen und Bearbeitung.

13. Allgemeines

13.1 Der Werbeformatauftrag unterliegt dem Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechts (CSIG).

13.2 Erfüllungsort für alle Pflichten des Verkäufers ist der Sitz des Verlages.

13.3 Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, zum Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

14. Technische Vorgaben für die Anlieferung der Daten

14.1 Dateiformate Print: Geschlossene Dateien
- » Bevorzugtes Dateiformat PDF/X3
- » Alle im Dokument verwendeten Schriften sind einzubinden.
- » Eingebundene Bilder müssen eine Auflösung von mindestens 300 dpi aufweisen.

14.2 Dateiaufbau Print: Format
Die Beschnittmaße für eine angeschnittene Anzeige betragen an Kopf, Fuß und Seiten 3 mm. Farbauswahl durch Vierfarbseparation nach Euroskala-Standard. Schmuckfarben sind in CMYK zu wandeln.

14.3 Dateiformate Digitale Werbeformate
Die Datenanlieferung bitte an: wpfaff@universum.de.
Für Inhalt, Produktion und rechtzeitige Anlieferung der Daten ist der Auftraggeber verantwortlich.
- » Dateiformate für Bilder: JPG-, PSD-Datei
- » Format für Titelbild in 1200 x 650 px
- » Textformat in .doc

Foto: Messe Düsseldorf / ctillmann

V22-1-S1