

balostark DIE KÖPFE UND THEMEN UNSERER GENERATION

INJEKTION CAMPUSMAGAZIN

INJEKTION

■ Zielgruppe
Studenten in Hamburg

Durchdringung

Mit einer Auflage von 10.000 Exemplaren erreicht INJEKTION einen Großteil der Hamburger Studenten

■ Kaufkraft

Die Leser von INJEKTION sind jung, gut gebildet und kaufkräftig: Trendsetter innerhalb ihrer Altersgruppe

Bildungsgrad

INJEKTION erreicht hoch qualifizierte Hochschulabsolventen: High Potentials, die Besten ihres Fachs

■ Werbewirkung

Jede Ausgabe ist ein halbes Jahr lang ständig präsent: in zahlreichen Top-Locations der Hamburger Ausgehviertel sowie in auffälligen Displays am gesamten Campus

Umfeld

Hochwertig in der Aufmachung, innovativ im Design, attraktiv im Inhalt: ein hervorragendes Werbe-Umfeld

Attraktive Anzeigenpreise Gemessen an Auflage, Aufma

Gemessen an Auflage, Aufmachung und Reichweite sind unsere Anzeigenpreise konkurrenzlos

INJEKTION: DAS HAMBURGER CAMPUSMAGAZIN

INJEKTION ist einzigartig in der Hamburger Hochschullandschaft: Ein Leseheft, das durch Glaubwürdigkeit überzeugt und hohe Qualitätsmaßstäbe setzt. Ein Leitthema, eine Vielzahl von Interpretationen – jedes Semester neu. In Wort und Bild. Information und Unterhaltung, Reportage und Hintergrund. Wir verkaufen nicht studentisches Lebensgefühl, vielmehr ist studentisches Lebensgefühl unsere Triebfeder. Dadurch unterscheidet sich INJEKTION deutlich von anderen Campuspublikationen.

- hohe Glaubwürdigkeit: Junge Themen, gemacht von jungen Journalisten
- anhaltende Werbewirkung: INJEKTION ist ein Leseheft, ein Sammlerstück kein Wegwerfprodukt. Über ein halbes Jahr lang ist die aktuelle Ausgabe ständig in Hamburgs Szene- und Gastro-Locations sowie am gesamten Campus präsent.
- einmaliges Konzept: INJEKTION ist eine Hochschulzeitschrift jenseits von Uni-News und Mensa-Rankings. Themenauswahl und -umsetzung sorgen für eine hohe Akzeptanz und Glaubwürdigkeit in der Zielgruppe.











½albstark

Zielgruppe

20- bis 35-Jährige mit hohem Bildungsgrad

Durchdringung

Auflage: 80.262 Exemplare in der taz-Bundesauflage, Reichweite: 270.000 Leser (MA 2008), davon 115.000 unter 39 Jahren. Zusätzlich 10.000 Exemplare am Hamburger Uni-Campus

■ Kaufkraft

Die taz-Leser sind kaufkräftig und überdurchschnittlich stark an Kultur, Reisen, Kommunikation, Konsum interessiert (MA 2009)

■ Bildungsgrad

39 Prozent der taz-Leser haben Abitur/ Studium – ein Wert, der nur mit der Leserschaft der Süddeutschen Zeitung vergleichbar ist

Authentizität

Junge Journalisten, junge Themen: ein Magazin nah an der Zielgruppe

Attraktive Anzeigenpreise

Gemessen an Auflage, Aufmachung und Reichweite sind unsere Anzeigenpreise konkurrenzlos: Sie zahlen weniger als den halben Preis einer regulären Anzeige in der taz

HALBSTARK: DAS JUNGE GESELLSCHAFTSMAGAZIN IN DER TAZ

HALBSTARK – DIE KÖPFE UND THEMEN UNSERER GENERATION. Vier Mal jährlich bundesweit in der »tageszeitung« (taz). Ein Magazin für die Generation NEON: junge, hoch gebildete Menschen zwischen 20 und 35 Jahren.

Erwachsen, aber nicht angekommen

In HALBSTARK schreiben junge Autoren über junge Themen. Jede Ausgabe präsentiert Köpfe und Themen einer Generation zwischen Schulabschluss, Ausbildung, erstem Job und Karriereplanung. HALBSTARK stellt vielfältige Lebensentwürfe dar und zeigt Gemeinsamkeiten auf, wo keine erwartet werden. Erwachsen, aber nicht angekommen: Halbstark eben.

■ Die Köpfe und Themen der jungen Generation

Jede Ausgabe setzt sich mit einem spezifischen Lebensgefühl auseinander. Das Gesellschaftsmagazin porträtiert Menschen, die uns bewegen – und zeigt Trends, Konfliktlinien und Perspektiven auf. HALBSTARK: authentischer Journalismus für eine Premium-Zielgruppe.

■ Überregional und regional

Zusätzlich zur bundesweiten Verbreitung in der taz ist HALBSTARK in der Auflage von 10.000 Exemplaren auf dem Campus der Uni Hamburg präsent – über mehrere Wochen hinweg. Sie erreichen damit also einmalig 270.000 taz-Leser sowie zusätzlich einen Großteil der studentischen Leserschaft in der Metropolregion Hamburg.





ANZEIGENFORMATE UND -PREISE

HALBSTARK

Die Köpfe und Themen unserer Generation



Berliner Format:

315 x 470 mm

12 Seiten, Auflage: >90.000

Anzeigen nur im Satzspiegel:

282 x 427 mm

Zeitungsdruck (Cold-Offset)



1/1 Seite 282x427 mm

3.869 Euro (s/w)

4.688 Euro (2c/3c) 5.507 Euro (4c)



1/2 Seite

282x210 mm (quer)

141x420 mm (hoch)

1.935 Euro (s/w) 2.345 Euro (2c/3c)

2.754 Euro (4c)



1/4 Seite

282x105 mm (quer)

70.5x420 mm (hoch)

968 Euro (s/w)

1.173 Euro (2c/3c)

1.378 Euro (4c)



Staffelrabatte

2 Anzeigen: 3%

3 Anzeigen: 8%

INJEKTION Campusmagazin



DIN A 5:

148 x 210 mm

132 Seiten, Auflage: 10.000

Anzeigen im Anschnitt möglich

Offset-Druck, Klebebindung



1/1 Seite

148x210 mm

1/2 Seite

148x105 mm

Innenteil: 700 Euro

Innenteil: 400 Euro

Umschlag innen: 1.200 Euro Umschlag außen: 1.700 Euro



1/4 Seite

148x52,5 mm

Innenteil: 200 Euro

2 Anzeigen: 3%

Staffelrabatte

3 Anzeigen: 8%

Weitere Formate, Beileger, Beikleber etc. und Preise auf Anfrage. Alle Preise verstehen sich zuzüglich Mehrwertsteuer.

NEU: DAS ATTRAKTIVE ANZEIGENDOPPEL

Durch unser attraktives Anzeigendoppel erhalten Sie bei einer Anzeigenbuchung in HALBSTARK eine zusätzliche Anzeige im Campusmagazin INJEKTION – gratis. Damit erreichen Sie deutschlandweit 270.000 Leser sowie zusätzlich einen Großteil der Hamburger Studenten.

HALBSTARK

Die Köpfe und Themen unserer Generation



Berliner Format:

315 x 470 mm

282 x 427mm

12 Seiten, Auflage: >90.000

Anzeigen nur im Satzspiegel:

Zeitungsdruck (Cold-Offset)



1/1 Seite 282x420 mm

3.969 Euro (s/w) 4.788 Euro (2c/3c)

5.607 Euro (4c)



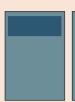
1/2 Seite

282x210 mm (quer)

141x420 mm (hoch)

1.985 Euro (s/w)

2.395 Euro (2c/3c) 2.804 Euro (4c)



1/4 Seite

282x105 mm (quer)

70,5x420 mm (hoch)

993 Euro (s/w)

1.198 Euro (2c/3c)

1.403 Euro (4c)



Staffelrabatte

2 Anzeigen: 3%

3 Anzeigen: 8%

'laut MA 2008. Preisänderungen der taz haben keinen Einfluss auf die hier genannten Preise.

INJEKTION Campusmagazin



DIN A 5:

148 x 210 mm

132 Seiten, Auflage: 10.000

Anzeigen im Anschnitt möglich

Offset-Druck, Klebebindung



1/1 Seite

148x210 mm

GRATIS

bei Buchung 1/1
in HALBSTARK



1/2 Seite

148x105 mm

GRATIS

bei Buchung 1/2

in HALBSTARK

1/4 Seite

148x52,5 mm

GRATIS

bei Buchung 1/4

in HALBSTARK

Weitere Formate, Beileger, Beikleber etc. und Preise auf Anfrage. Alle Preise verstehen sich zuzüglich Mehrwertsteuer.

INJEKTION UND HALBSTARK: JUNG, AUTHENTISCH, KREATIV

Information und Unterhaltung, Reportage und Interview, Kunst und Kultur, Lifestyle und Karriere – gemacht von jungen Journalisten. Zwei Magazine, die sich Platz nehmen: für gut recherchierte Hintergrundberichterstattung, für opulente Fotostrecken, für eine Berichterstattung ganz nah an der jungen Zielgruppe.











TECHNISCHE DETAILS UND ANSPRECHPARTNER

BISHERIGE KUNDEN

Datenformate

TIF, PDF, EPS (weitere Formate auf Anfrage).

Bitte ggf. Schriften einbinden bzw. Pfade umwandeln.

Bilddaten müssen im CMYK-Farbmodus vorliegen und eine Auflösung von mindestens 300 dpi haben. Zur Kontrolle ist ein farbverbindlicher Proof beizulegen. Eine Rücksendung von Datenträgern erfolgt nur bei entsprechendem Vermerk und eindeutiger Kennzeichnung des Datenträgers.

Datenlieferung

per Mail (bis zu 10 MB): daten@injektion-online.de

per Post: INJEKTION. Campusmagazin z.H. Mirko Marquardt Allende-Platz 1, 20146 Hamburg

Bankverbindung

proJournal e.V., Konto-Nr. 1238 122 848, Hamburger Sparkasse (BLZ 200 505 50)

Beschnittzugabe

Anzeigen für das Campusmagazin INJEKTION benötigen eine Beschnittzugabe von 3 mm je Seite. Anzeigen für das Magazin HALBSTARK benötigen keine Beschnittzugabe.

Ansprechpartner Anzeigenbetreuung

Florian Diekmann (040) 414 298 81 · (0179) 230 222 1 diekmann@injektion-online.de

Ansprechpartner Druckunterlagen/Grafik

Mirko Marquardt (040) 414 298 81 · (0179) 390 365 2 marquardt@injektion-online.de

Allgemeiner Kontakt

INJEKTION. Campusmagazin

Allende-Platz 1 20146 Hamburg Tel. (040) 414 298 81

anzeigen@injektion-online.de

Bisherige Kunden

Zu den Anzeigenkunden von INJEKTION und HALBSTARK zählen unter anderem:

BMW
Dresdner Bank
O₂
Gravis
Germanwings
Holsten-Brauerei
ver.di
Greenpeace

Volksfürsorge DAK HanseMerkur Versicherungsgruppe CITY BKK

Focus Campus ZEIT Campus Hamburger Morgenpost

Staatsoper Hamburg Schauspielhaus Hamburg Thalia Theater Hamburg Museumsdienst Hamburg

European Business College Hamburg SAE Institute Berufsakademie Hamburg

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

- "Anzeigenauftrag" im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungstreibenden oder sonstigen Interessenten in einem Druckwerk zum Zwecke der Verbreitung.
- 2. Anzeigenaufträge sind im Zweifel innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.
- 3. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Nr. 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.
- 4. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höhere Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht oder wenn der Auftraggeber im Falle von Preiserhöhungen, statt ein ihm vorbehaltenes oder später eingeräumtes Rücktrittsrecht auszuüben, den Vertag zu den neuen Preisen bis zur Erreichung des ursprünglich vereinbarten Auftragswertes fortsetzt.
- 5. 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.
- 6. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort "Anzeige" deutlich kenntlich gemacht.
- 7. Der Verlag behält sich vor, Anzeigen und Beilagenaufträge auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses wegen des Inhalts, der Herkunft oder 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 in der Geschäftsstelle, bei Abnahmestellen oder bei Vertretern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Vertrag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachungen beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftragqeber unverzüglich mitgeteilt.
- 8. Für die rechzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche/vereinbarte Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.

- 9. 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. Reklamationen müssen innerhalb vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden. Für Fehler jeder Art aus telefonischen Übermittlungen übernimmt der Verlad keine Haftung.
- 10. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurück gesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzugs gesetzten Frist mitgeteilt werden.
- 11. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die tatsächliche Abdruckhöhe der Preisberechnung zu Grunde gelegt.
- 12. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, werden Rechnung und Beleg sofort, spätestens aber vierzehn Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung anlaufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine kürzere Zahlungsfrist oder Vorrauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.
- 13. Bei Žahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in Höhe von 5 v. H. für Endverbraucher nach dem VerbrSchG und von 8 v. H für Unternehmer nach dem HGB über den jeweils gültigen Basiszinssatz gem. § 247 Abs. 1 BGB sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen, ohne dass hieraus dem Auftraggeber irgendwelche Ansprüche gegen den Verlag erwachsen.
- 14. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
- 15. Kosten für erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen und für die Lieferung bestellter Druckstöcke, Matern und Zeichnungen hat der Auftraggeber zu bezahlen.
- 16. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte

- durchschnittliche Auflage oder wenn eine Auflage nicht genannt ist die durchschnittliche gedruckte Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird.
- 17. Nicht mehr benötigte Vorlagen, Druckstöcke oder Matern werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages. Für die Aufbewahrung der Vorlagen usw. übernimmt der Verlag keine Gewähr.
- 18. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Gerichtsstand ist, soweit das Gesetz zwingend nichts anderes vorsieht, der Sitz des Verlages; auch für das Mahnverfahren sowie für den Fall, dass der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt ist, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

- a) Die allgemeinen und die zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages, die Auftragsbestätigung und die jeweils gültige Preisliste sind für jeden Auftrag maßgebend. Der erteilte Anzeigenauftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich.
- b) Bei Änderung der Anzeigenpreise treten die neuen Bedingungen auch für laufende Aufträge –sofern keine anders lautende, schriftliche Vereinbarung getroffen wurde– mit dem Einführungsdatum des neuen Tarifs in Kraft.
- c) Sind etwaige M\u00e4ngel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden dieselben erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Werbungstreibende bei ungen\u00fcgendem Abdruck keine Anspr\u00fcche.
- d) Im Falle höherer Gewalt erlischt jede Verpflichtung des Verlages auf Erfüllung von Aufträgen und Leistung von Schadenersatz. Insbesondere wird auch kein Schadensersatz für nicht veröffentlichte oder nicht rechtzeitig veröffentlichte Anzeigen geleistet.
- e) Die Übersendung von mehreren Farbvorlagen für eine Anzeige, die nicht termingerechte Lieferung der Druckvorlagen und der Wunsch nach einer von der Vorlage abweichenden Druckwiedergabe können Auswirkungen auf Platzierung und Druckqualität verursachen und schließen spätere Reklamationen aus. Der Verlag muss sich die Berechnung entstehender Mehrkosten vorbehalten.
- f) Bei Erteilung des Auftrages getroffene mündliche Absprachen werden erst durch ausdrückliche schriftliche Bestätigung des Verlages rechtsverbindlich.
- g) Der Auftraggeber haftet dafür, dass der Inhalt seiner Anzeige nicht gegen gesetzliche Bestimmungen oder Verordnungen verstößt.
- h) Nach dem Rücktrittstermin sind Sistierungen, nach dem Anzeigenschluss Änderungen von Größen und Formaten nicht mehr möglich.
 Bei fernmündlich erteilten Korrekturen haftet der Verlag nicht für die Richtigkeit der Wiedergabe.

Titelbild: © gordon bussiek | photocase.com