

MEDIA  
DATEN  
2021



# FILM & TV KAMERA

*die abostärkste deutschsprachige  
Fachzeitschrift der Film- und TV-Branche*

Mit uns  
auf allen  
Kanälen  
werben!

↗ [www.filmundtvkamera.de](http://www.filmundtvkamera.de)

Anzeigenpreisliste gültig ab 1.1.2021

## Der Bewegtbildmarkt wächst.

Historisch ist Deutschland Filmzionier. In den Anfängen des Films hieß die Filmschmiede internationaler Blockbuster Babelsberg, nicht Hollywood. Murnaus „Nosferatu“ und Langs „Metropolis“ setzten für Jahrzehnte Maßstäbe im Film.

Heute ist die Bewegtbildproduktion so wichtig wie nie zuvor. Schon in den klassischen Feldern Film und Fernsehen ist die Tendenz steigend. Im Film & TV Bereich wurden 2014 8,08 Mrd. Euro umgesetzt. Der Anteil deutscher Filme im Kino ist konstant hoch. „Fack ju Göthe 2“ lockte 2015 stolze 7,7 Mio. Zuschauer in die Kinos und musste sich nur dem neuen Star-Wars-Film geschlagen geben. Mit 8,1 Mrd. Euro staatlicher Finanzierung aus dem Rundfunkbeitrag ist der öffentlich-rechtliche Sektor hierzulande einer der größten in Europa, was zu konstant hoher Auftragslage im Broadcastbereich führt.

Das wahre Wachstum findet jedoch im Netz statt. Das Bewegtbild wird laut einer aktuellen Studie des US-Medien-Unternehmens Cisco im Jahr 2020 weltweit für 82 Prozent des Internettraffics verantwortlich sein. Durch qualitativ hochwertige Eigenproduktionen von YouTube und anderen Portalen steigt die Qualität. Auch private Unternehmen entdecken mehr und mehr die Netzplattformen als Marketingmittel und geben Filme und Clips in Auftrag.

Die Digitalisierung der 2000er brachte zudem eine ungeahnte Welle an neuen Produkten in den Markt. Kameras, Rekordereinheiten, Monitore, Mikrofone. Mittlerweile wandern nicht nur Profi-Technologien in Consumerprodukte, auch Consumertechnik ist in Profi-Geräten zu finden. Wo vor Jahren das professionelle Marktsegment und der Consumerbereich noch klar voneinander getrennt waren, hat sich diese Lücke inzwischen geschlossen. Die Märkte nähern sich an. Neben den offensichtlichen Gefahren, birgt das auch Chancen. Mehr Leute denn je können auf die Technik zugreifen, Bewegtbilder zu produzieren.



## Fortschreitende Qualifikation.

Mit einem wachsenden Markt steigt der Bedarf an qualifizierten Mitarbeitern. Die Ausbildungswege sind dabei so unterschiedlich wie die Arbeitsfelder. Die Ausbildung zum „Mediengestalter Bild und Ton“ gilt als solide Grundlage für einen erfolgreichen Start in die Branche. Im Sommer 2016 bestanden 570 Auszubildende von 607 Zugelassenen die Abschlussprüfung. Ein deutlicher Anstieg zum Vorjahr, wo 493 von 553 Geprüften bestanden. Die Ausbildung erfolgt auf Dualem Weg an der Gewerbeschule und in einem Unternehmen der Medienbranche. Allein aus den Kamerastudiengängen der Film- und Medienhochschulen kommen jährlich zwischen 50 und 100 Absolventen in den Markt. Es entstehen neue Berufsbilder wie der Digital Image Technician (DIT) oder der Data Wrangler, alte Berufsbilder wandeln sich, wie der des Coloristen.

Die Branche zählt rund 35.800 Beschäftigte in produzierender Rolle (Gesamtheit der 2014 Selbständigen und abhängig Beschäftigten laut Agentur für Arbeit, Berufsgruppen 5911 und 5912). Eine fortlaufende Qualifikation durch Fachmedien, Lehrgänge und Workshops ist nicht nur in der Welt kürzerer Produktzyklen und des schnellen Medienwandels wichtig. Sie ist besonders elementar in einem Segment, das stark von Quereinsteigern geprägt ist. Laut einer Umfrage der Filmschaffenden e.V. von 2015 sind das immerhin 35 Prozent.

## Präzise Zielgruppen

Die Beschäftigten der Branche sind keine anonyme Masse. Wir haben uns mit der Struktur unserer Leserschaft beschäftigt und klare Zielgruppen herausgearbeitet. Die so genannten Personas sind nach Branchensegment, bevorzugtem Informationskanal und weiteren, wichtigen Spezifika aufgeschlüsselt.

Dieses Wissen lässt eine gezielte Produktion von Inhalten zu und ermöglicht damit eine direkte Ansprache der einzelnen Gruppen. In Kenntnis dieser Daten werden auch kommende Angebote entwickelt und präzise auf die Personas ausgerichtet. Auch potentielle Zielgruppen, zum Beispiel Nutzer unserer Online-Dienste, können so entwickelt und ausgebaut werden.

Die primären Berufsbilder, die Film & TV Kamera anspricht, lauten wie folgt:

- Lichtsetzender Kameramann TV
- Lichtsetzender Kameramann Kino
- Kameramann (EB)
- Kameramann (Studio)
- Steadicam Operator
- Kameraassistent
- Materialassistent
- Digital Image Technician
- Data Wrangler
- Oberbeleuchter
- Beleuchter
- Kamerabühnenmeister /-assistenten
- Coloring Artist
- VFX Supervisor
- Editor
- Tonmeister /-assistenten
- Tonmischmeister /-assistenten
- Sounddesigner

Hinzu kommen sekundäre Zielgruppen:

- Produzent
- Producer
- Redakteure (Sender)
- Aufnahmeleiter
- Herstellungsleiter
- Produktionsleiter
- Entscheider Filmförderung
- Postproduction Supervisor
- Dozenten (Hochschule)
- Dozenten (Berufsschule)
- Mitarbeiter Verleih & Rental
- Mitarbeiter Handel & Vertrieb



## Film & TV Kamera: Beständigkeit im Wandel

Seit 70 Jahren ist Film & TV Kamera das Medium Nummer 1 in der Film- und Fernsehbranche. Er ist das Printmagazin mit der stärksten verkauften Auflage in diesem Segment. Wer Informationen aus der Filmproduktion, Filmtechnik, Licht, Tonausstattung, Broadcast, Doku, Postproduktion und Schnitt sowie kompakte Brancheninformationen will, abonniert Film & TV Kamera.

Der Film- & TV-Hardwaremarkt hat sich in den letzten zehn Jahren grundlegend gewandelt, vom Ort weniger großer Player zu einem Tummelplatz vieler kleiner und flexibler Unternehmen. Hier ist Film & TV Kamera eine wichtige Instanz, um aktuell, umfassend und zielgruppengenau über Aktuelles zu informieren. Unsere Autoren und Redakteure teilen ihr Fachwissen über neue

Technologien, Grundlagen, Businessgeschehen und ihre Einschätzung aktueller Trends und Entwicklungen mit den Lesern.

Das Printmagazin steht dabei im Mittelpunkt. Doch Film & TV Kamera ist auch online für seine Leser da. Neben der Homepage unter [www.filmundtvkamera.de](http://www.filmundtvkamera.de) informiert ein Newsletter zeitnah über die aktuellsten Entwicklungen, zudem sind wir in den für unsere Zielgruppe wichtigsten sozialen Netzwerken präsent, darunter Facebook, Twitter, Instagram und Xing. Das zunehmend jünger werdende Publikum spricht Film & TV Kamera gezielt im Netz mit neuen Angeboten an, wie einem Bereich für Grundlagen auf der Homepage. Zudem treten wir mit unserer Zielgruppe auf unseren eigenen Veranstaltungen in den direkten Kontakt.

### Ihre Ansprechpartner:

**Carola Frommer****Leitung Sales + Services**

Tel.: 07 31-88005-7193

Fax: 07 31-88005-5201

E-Mail: [frommer@filmundtvkamera.de](mailto:frommer@filmundtvkamera.de)**Uwe Agnes****Chefredakteur**

Tel.: 07 31-88005-2063

Fax: 07 31-88005-5203

E-Mail: [agnes@filmundtvkamera.de](mailto:agnes@filmundtvkamera.de)

**Online**

filmundtvkamera.de



promedianews.de

**Newsletter**

Film & TV Kamera  
Community Newsletter  
  
promedianews.de  
Wöchentlicher Newsletter

**Social Media****Print****Mobil****Reichweite\***

- 9.582 Facebook Fans
- 474 Twitter Follower
- 1.539 Instagram Fans
- 7.393 Xing Follower
- 16.278 Unique Users
- 21.738 Online Visits
- 29.653 Page Impressions
- 3.980 Newsletter-Abonnenten
- 5.000 Printauflage
- 1.224 Digital Abonnenten
- 58.845 Gesamtreichweite

\* Status 9/2020 Kontakte pro Monat

360°

Formate in mm (Breite x Höhe), Anschnitt: plus 3 mm Beschnittzugabe rundherum bei angeschnittenen Anzeigen.

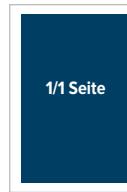
Allen Preisen ist der jeweils gültige gesetzliche Mehrwertsteuersatz hinzuzurechnen.

Format	Breite x Höhe (ohne Beschnittzugaben)	Anschnittformate Euro	Grundpreis s/w Euro	2farbig Euro	3farbig Euro	4farbig
<b>1/1 Seite</b>	144 x 223 mm	176 x 250 mm	<b>1.800,-</b>	<b>2.180,-</b>	<b>2.560,-</b>	<b>2.940,-</b>
<b>2/1 Seite</b>	327 x 223 mm	352 x 250 mm	<b>3.600,-</b>	<b>4.360,-</b>	<b>5.120,-</b>	<b>5.880,-</b>
<b>2/3 Seite quer</b>	144 x 147 mm	176 x 164 mm	<b>1.380,-</b>	<b>1.760,-</b>	<b>2.140,-</b>	<b>2.520,-</b>
<b>2/3 Seite hoch</b>	96 x 223 mm	108 x 250 mm				
<b>1/2 Seite quer</b>	144 x 109 mm	176 x 126 mm	<b>1.150,-</b>	<b>1.540,-</b>	<b>1.910,-</b>	<b>2.290,-</b>
<b>1/2 Seite hoch</b>	71 x 223 mm	84 x 250 mm				
<b>1/3 Seite quer</b>	144 x 71 mm	176 x 88 mm	<b>830,-</b>	<b>1.210,-</b>	<b>1.590,-</b>	<b>1.970,-</b>
<b>1/3 Seite hoch</b>	47 x 223 mm	60 x 250 mm				
<b>1/3 Seite hoch</b>	71 x 143 mm	84 x 160 mm				
<b>1/4 Seite quer</b>	144 x 52 mm	176 x 69 mm	<b>650,-</b>	<b>1030,-</b>	<b>1.410,-</b>	<b>1.810,-</b>
<b>1/4 Seite hoch</b>	71 x 109 mm	84 x 126 mm				
<b>1/6 Seite quer</b>	144 x 33 mm		<b>490,-</b>	<b>870,-</b>	<b>1.250,-</b>	<b>1.630,-</b>
<b>1/6 Seite hoch</b>	71 x 68 mm					
<b>1/8 Seite quer</b>	144 x 23 mm		<b>430,-</b>	<b>810,-</b>	<b>1.190,-</b>	<b>1.570,-</b>
<b>1/8 Seite quer</b>	71 x 50 mm					

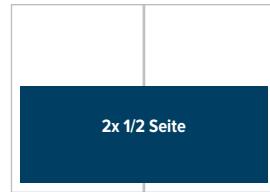
Formate in mm (Breite x Höhe), Anschnitt: plus 3 mm Beschnittzugabe rundherum bei angeschnittenen Anzeigen.



Satzspiegel: 327 x 223  
Anschnitt: 352 x 250

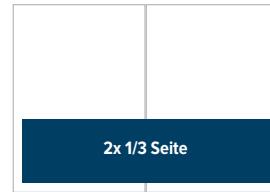


144 x 223  
176 x 250



2x 1/2 Seite

327 x 127  
352 x 142



2x 1/3 Seite

327 x 84  
352 x 99



2/3 Seite  
quer

144 x 147  
176 x 164



2/3 Seite  
hoch

96 x 223  
108 x 250



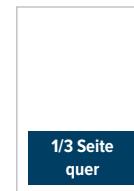
1/2 Seite  
quer

144 x 109  
176 x 126



1/2 Seite  
hoch

71 x 223  
84 x 250



1/3 Seite  
quer

144 x 71  
176 x 88



1/3 Seite  
hoch

47 x 223  
60 x 250



1/3  
Seite  
hoch

71 x 143  
84 x 160



1/4 Seite  
quer

144 x 52  
176 x 69



1/4  
Seite  
hoch

71 x 109  
84 x 126



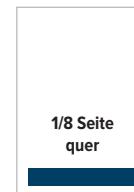
1/6 Seite  
quer

144 x 33



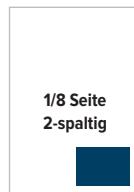
1/6 Seite  
hoch

71 x 68



1/8 Seite  
quer

144 x 23



1/8 Seite  
2-spaltig

71 x 50

**Preise für Rubrikanzeigen:****(Maximumgröße nach Millimetern bei Gelegenheitsanzeigen:****1sp./90 mm oder 2sp./45 mm, sonst Berechnung nach Formatpreisen!)**

**Stellenangebote, Weiterbildung, Verkäufe,  
Geschäftsempfehlungen** pro mm (1sp., 71 mm breit,  
2 sp., 147 mm breit, Mindestgröße 1sp., 20 mm hoch)

**€ 2,50****Preise/Zuschläge für Vorzugsplätze:**

- 2. Umschlagseite 4c
  - 3. Umschlagseite 4c
  - 4. Umschlagseite 4c
- Für sonstige bindende Platzvorschriften:

€ **3.400,-**€ **3.300,-**€ **3.500,-**

10% Zuschlag

**Farbzuschläge:**

je Farbe  
Sonderfarben (HKS oder Pantone)

€ **380,-**€ **520,-****Zuschläge für Anzeigen im Sonderformat:**

Anzeigen über Satzspiegel, angeschnittene Anzeigen:  
(sofern die Anzeige kleiner als 1/1 Seite ist)

€ **70,-****Rabatte:**

bei Abnahme innerhalb von 12 Monaten (Insertionsjahr)

<b>Malstaffel:</b>	3maliges Erscheinen	3%
	5maliges Erscheinen	5%
	10maliges Erscheinen	10%

**Farbzuschläge werden nicht rabattiert und sind nicht provisionsfähig.****Agentur-Provision:** 15% (nur aus s/w-Grundpreis)**Beihefter:**

Ab Mitte des Heftes können 2-, 4- und 6-seitige Beihefter mitgeheftet werden.

Preis €: 2 Seiten **2.600,-**, 4 Seiten **3.700,-**, 6 Seiten **4.200,-**(zzgl. Buchbindergebühren von € 205,- und gesetzl. Mehrwertsteuer,  
Beschnittzugabe: oben, unten und außen jeweils 5 mm).**Beilagen:****Maximalgewicht: 50 g**

Maximalgröße: DIN A5 (155 mm breit x 225 mm hoch)

bis 15g: 2.000,- €

bis 25g: 2.600,- €

bis 50g: 3.800,- €

(zzgl. der jeweils anfallenden Postgebühren und gesetzlicher Mehrwertsteuer. Nachlässe und Provisionen entfallen bei Postgebühren.)

**Anlieferung:**

12 Tage vor Erscheinungstermin. Die Anlieferung erfolgt frei Haus. Die einzelnen Pakete und Lieferungen müssen deutlich mit Mengenangaben und Vermerk: »Einhefter/Beilagen in FILM & TV KAMERA, Ausgabe Nr....« versehen sein. Lieferanschrift: F&W Druck- und Mediencenter GmbH, Holzhauser Feld 2, 83361 Kienberg

**Muster:**

von Beilagen und Einheftern (auch Dummies) haben dem Verlag 5 Tage vor Anzeigenschluß der jeweiligen Ausgabe vorzuliegen. Erst nach der Vorlage eines Musters und dessen Billigung ist der Auftrag für den Verlag bindend.

**Beigeklebte Postkarten:**

werden auf eine zu disponierende Anzeige geklebt. Größe: DIN-Norm.

Für die zu veröffentlichte Anzeige (Mindestabnahme 1/1 Seite) gilt die gültige Anzeigenpreisliste.

Preis: 2.000,- €

**Technische Kosten:**

Maschinelles Beikleben ist bereits im Preis inbegriffen, Preis für Aufkleben in Handarbeit auf Anfrage (zzgl. Postgebühren und Mehrwertsteuer, diese Sonderkosten sind nicht rabattfähig).

**Plazierung:**

Letzte Seite eines Druckbogens auf einer Anzeigenseite.

Aufklebetoleranz 5 bis 8 mm nach jeder Seite.

Ausgabe		Redaktionsschluss	Anzeigenschluss	Druckunterlagschluss	Erscheinungstermin	
<b>03/21</b>	19. Februar 2021	11.01.2021	20.01.2021	03.02.2021	19.02.2021	
<b>04/21</b>	19. März 2021	15.02.2021	24.02.2021	03.03.2021	19.03.2021	
<b>05/21</b>	23. April 2021	15.03.2021	25.03.2021	07.04.2021	23.04.2021	
<b>06/21</b>	21. Mai 2021	12.04.2021	27.04.2021	05.05.2021	21.05.2021	
<b>07-08/21</b>	18. Juni 2021	17.05.2021	26.05.2021	02.06.2021	18.06.2021	
<b>09/21</b>	13. August 2021	 <b>cinec</b>	14.07.2021	21.07.2021	28.07.2021	13.08.2021
<b>10/21</b>	10. September 2021	 <b>cinec</b>	16.08.2021	18.08.2021	25.08.2021	10.09.2021
<b>11/21</b>	22. Oktober 2021	 <b>cinec</b>	13.09.2021	29.09.2021	06.10.2021	22.10.2021
<b>12/21</b>	19. November 2021		18.10.2021	27.10.2021	03.11.2021	19.11.2021
<b>01-02/22</b>	17. Dezember 2021		15.11.2021	24.11.2021	01.12.2021	17.12.2021

**Die wichtigsten Messetermine:**

	Termin	Messeheft	Messenachbericht in Ausgabe
IBC, Amsterdam	10.-13. September 2021	10. September 2021	22. Oktober 2021
Cinec, München	September 2021	10. September 2021	22. Oktober 2021
NAB, Las Vegas	09.-13. Oktober 2021	10. September 2021	19. November 2021

**Verlag:**

**Verlag:** Ebner Media Group GmbH + Co.KG  
89073 Ulm, Karlstraße 3

**Geschäftsleitung:** Marco Parrillo

**Anzeigenabteilung:** 89073 Ulm, Karlstraße 3

**Redaktion:** 50825 Köln, Helmholtzstraße 29-31

**Gesamtherstellung:** F&W Mediencenter GmbH  
Holzhauser Feld 2  
83361 Kienberg

**Objektdaten:**

**Zeitschriftenformat:** 176 mm breit, 250 mm hoch  
**Satzspiegel:** 144 mm breit, 223 mm hoch  
 Spaltenzahl: 2 Spalten, Spaltenbreite: 71 mm  
 Beschnittzugabe: 3 mm je Kante

**Druck- und Bindeverfahren, Druckunterlagen:**  
 Offsetdruck, Klebebindung.  
 Druckunterlagen: siehe Checkliste  
 Datenanlieferung.

**Termine:** Erscheinungsweise: 10 Ausgaben  
 außer im Januar und Juli

**Zahlungsbedingungen:**

Nach Erhalt der Rechnung innerhalb von  
 14 Tagen ohne jeden Abzug.  
 USt-Ident-Nr. DE 147041097

**Bankverbindung:**

Sparkasse Ulm  
 BIC: SOLADES1ULM  
 IBAN: DE56 6305 0000 0000 0909 17

**Druckunterlagen:**

Um eine optimale Qualität Ihrer Anzeigen zu gewährleisten, benötigen wir von Ihnen möglichst einfach zu bearbeitende Daten.  
 Senden Sie uns bitte nur die zu verwendende Anzeige, alle verwendeten Schriften, alle im Dokument verwendeten Dateien (Bilder, Logos usw.). Die Anzeige sollte in einem Ordner liegen, der eine eindeutige Objekt-Zuordnung erlaubt (Ausgabe 2/2021 Anzeigenkunde). Datenträger sollten Sie eindeutig beschriften. Bei Anlieferung über ISDN informieren Sie uns bitte zur Sicherheit mit einem Fax über Ihre Sendung. Liefern Sie bitte ein farbverbindliches Proof.  
**Bitte senden Sie immer Anzeigenauftrag und Ausdruck des Anzeigenmotives an die Anzeigenabteilung: [frommer@filmundtvkamera.de](mailto:frommer@filmundtvkamera.de)**

**Anlieferung:**

E-Mail: [frommer@filmundtvkamera.de](mailto:frommer@filmundtvkamera.de)

**Dateiformate der Anzeigen:**

Dokumente: QuarkXPress, Photoshop,  
 Illustrator, InDesign, Acrobat  
 Bilder / Anzeigen: pdf, tiff, eps

**F&W Druck- und Mediencenter GmbH**

Holzhauser Feld 2  
 83361 Kienberg

## Native Advertising

Wer heute die Aufmerksamkeit seines Kunden gewinnen möchte, braucht einen Mix aus redaktionellem Content und Werbe- oder Markenbotschaft, kurz: Native Advertising!

### Wie funktioniert Native Advertising?

Native Advertising ist Storytelling. Ihre Werbe-/Markenbotschaft wird mithilfe einer redaktionellen Handlung(Story) im redaktionellen Umfeld unserer Plattformen veröffentlicht. Oder Ihr Unternehmen (Angebot) ist integrierter Teil eines redaktionellen Themas, ohne direkte Produktwerbung zu betreiben, denn Native Advertising unterstützt Sie nachhaltig dabei, die Deutungshoheit Ihres Unternehmens und Ihrer Angebote in der für Sie relevanten Zielgruppe auf- und auszubauen.

### Was leistet Native Advertising bei Film & TV Kamera?

- ⇒ Hohe Aufmerksamkeit und Engagement unserer Community auf Ihrem Content durch die hohe Glaubwürdigkeit und Reichweite unserer Medienmarke
- ⇒ Veröffentlichung Ihres Contents im Look&Feel unseres redaktionellen Umfeldes. Gerne übernehmen wir für Sie die Contenterstellung
- ⇒ Führt zu längerer Verweildauer und höherem Involvement mit Ihrer Marke sowie Ihrer Botschaft und erzielt langfristige Effekte
- ⇒ Ist der einzige Weg Ihre Zielgruppe über alle relevanten Kommunikationskanäle (Print, Online, Social Media) hinweg zu erreichen und dabei Ad Blocker zu umgehen

- ⇒ Hilft, die weiße Zielgruppe Ihres Unternehmens und Ihrer Produkte zu erschließen, indem mehr Menschen für Ihr Thema gewonnen werden
- ⇒ Ermöglicht maßgeschneiderte Kommunikation in die für Sie relevante Zielgruppe durch klare Persona-Definition und Positionierung von Film & TV Kamera
- ⇒ Unterstützt Ihr Unternehmen, sich als Meinungsbildner in den Zielgruppenrelevanten Themen zu etablieren
- ⇒ Verbessert die Sichtbarkeit Ihrer Marke in den Suchmaschinen und Social Media-Kanälen durch SEO-optimiertes multimediales Storytelling (Text, Bild, Grafik, Video)

### Content ist King und wir sind die Themenchampions

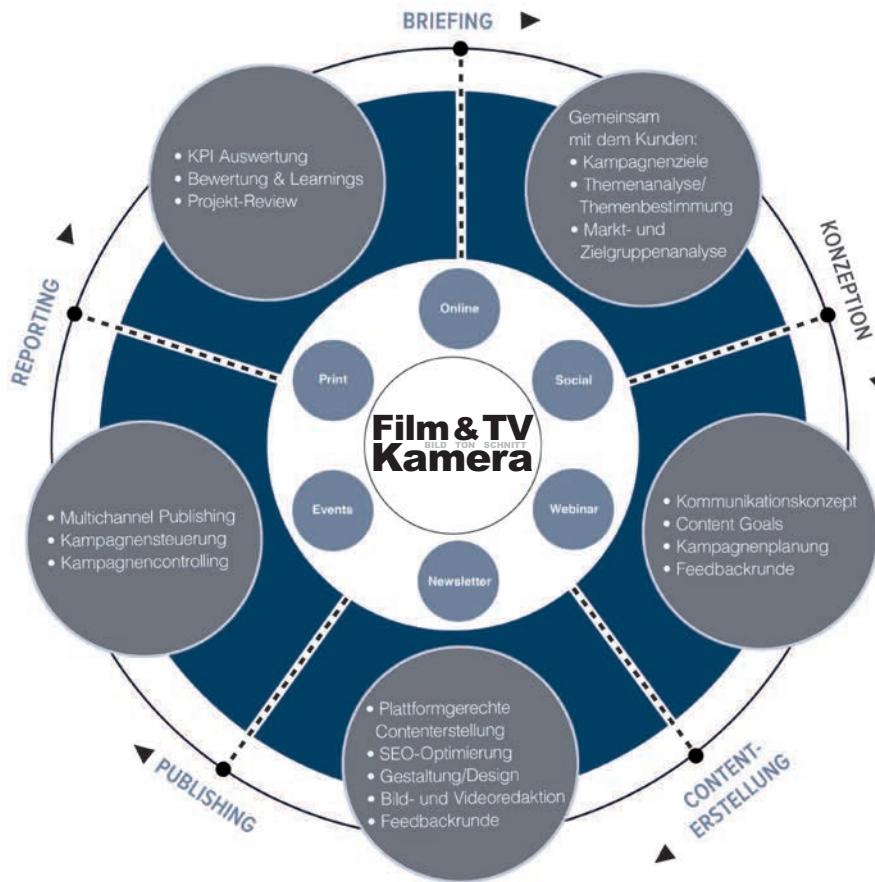
Wir sind Content-Spezialisten für unsere Zielgruppen und wissen genau, welche Themen unsere Community interessiert. Überlassen Sie einfach uns das Storytelling Ihrer Botschaft. Wir sorgen dafür, dass Ihre Themen unsere Community wirksam erreichen.

Wir übernehmen für Sie die Kampagnenkonzeption, die Contenterstellung, das Multichannel-Publishing, die Kampagnensteuerung und das Reporting. Full Service aus einer Hand – von den Content-Spezialisten Ihrer Zielgruppe.

Wir unterstützen Sie dabei Ihre Kommunikation auf die Community abzustimmen, die Inhalte in den relevanten Kontext zu bringen, Ihre Kampagne über alle geeigneten Kanäle auszuspielen und damit entsprechend Ihrer Kommunikationsziele und KPIs die bestmögliche Performance zu erreichen. Dafür steht Ihnen das Team aus der Media Vermarktung, Content Marketing, Social Media und SEO als auch die Redaktion zur Verfügung.

**Let's talk**

Team Media  
Sales & Services  
Carola Frommer



## Auslieferung

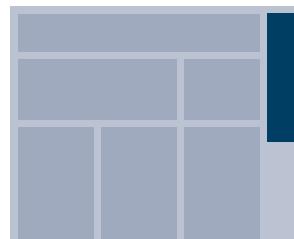
Alle Werbemittel werden in Rotation ausgeliefert. Auf Wunsch auch exklusiv möglich.

## Datenanlieferung, Werbemittel

- Alle Bannerformate bis max. 100 KB
- Datenformate: JPEG, GIF, HTML 5, Flash (bei Flash bitte Ausfall-GIF mitliefern)
- Anlieferung bis spätestens 5 Tage vor Ersteinschaltung der Kampagne

Kombipreise für die gesamte Community (Run of Network) auf Anfrage.

[www.filmundtvkamera.de](http://www.filmundtvkamera.de)

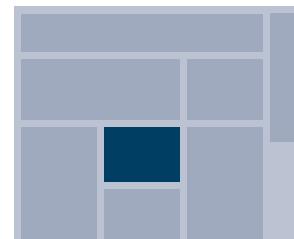


### Wide-, Skyscraper

Desktop 160 x 600 Pixel oder  
300 x 600 Pixel

Mobile 320 x 100 Pixel

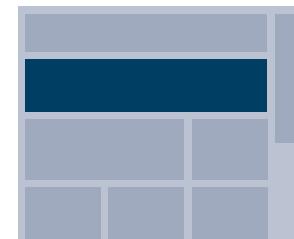
Preis **€ 500,- pro Monat**



### Content Ad

(Medium Rectangle)  
300 x 250 Pixel

Preis **€ 600,- pro Monat**



### Billboard

Desktop 980 x 250 Pixel  
Mobile 320 x 100 Pixel

Preis **€ 700,- pro Monat**

Die Film und TV Kamera Newsletter Abonnenten erhalten einen wöchentlichen Newsletter.  
Wir stellen der Branche redaktionelle Beiträge, News, eDossiers und relevante Informationen zum kostenlosen Download für die tägliche Praxis bereit.

**Weekly Newsletter** - jeweils Dienstag

**Werbeformate**      **Formate**

**Billboard**                580 x 250 Pixel für Desktop

**Preise Billboard**

- |                    |                  |
|--------------------|------------------|
| <b>1. Position</b> | 250 Euro / Woche |
| <b>2. Position</b> | 230 Euro / Woche |
| <b>3. Position</b> | 200 Euro / Woche |

**Dateiformat**                JPEG oder GIF-Banner (keine animierten GIF-Dateien)

**Dateigrösse**                max. 100 KB



## Stand Alone Newsletter ( Business Information )

Einen Stand Alone Newsletter im „look and feel“ des redaktionellen Newsletters exklusiv mit Ihren Inhalten und Verlinkungen.

Der Stand Alone Newsletter adressiert alle registrierten Abonnenten und wird in unserem Namen verschickt.

Der Stand Alone Newsletter enthält ausschliesslich Kundeninformationen (Texte, Photos, Video, Displaywerbung), kann auf weiterführende Informationen der Kunden Website verlinken oder auch auf eine Kundeninformation innerhalb unserer Websites.

Der Stand Alone Newsletter erreicht ca. 4.000 Abonnenten und wird max. 1x pro Woche verschickt

**Preis: 1.500,- Euro**



## Lead Generation Kampagne

Leistungen: u. a. Erstellung eines eDossier, begleitende Werbekampagne über alle relevanten Medien, Newsletter, SEO, Hosting, Lieferung der Leads. Gerne erläutern wir Ihnen diese Kampagne im Detail.

### Erstellung eines eDossiers über

Ein Produkt, Technologie  
oder ein besonderes Projekt

### Kommunikationskanäle:

Kameramann  
kameramann.de  
Production Partner  
production-partner.de  
Professional System  
professional-system.de  
Event Partner  
event-partner.de  
promedianews.de

### Zielgruppe:

potentielle  
Kunden

### Registrierung

Filterung  
über unser CRM

### Lead

#### Beispiel



## Allgemeine Geschäftsbedingungen

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungstreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.
2. Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung 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 Ziffer 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 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. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
6. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeila-

gen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift 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. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.

7. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

8. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem

Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

9. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigenwertes 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 Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.
10. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.
11. Der Verlag haftet im Rahmen dieses Vertrags dem Grunde nach für Schäden des Kunden, die (1) der Verlag oder seine gesetzlichen Vertreter oder Erfüllungsgehilfen vorsätzlich oder grob fahrlässig herbeigeführt haben, die (2) durch die Verletzung einer Pflicht durch den Verlag, die für die Errichtung des Vertragszwecks von wesentlicher Bedeutung ist (Kardinalpflicht), entstanden sind, wenn (3) wenn diese Ansprüche aus dem Produkthaftungsgesetz resultieren,

wenn (4) bei Kauf- oder Werkverträgen von dem Verlag eine Garantie für die Beschaffenheit der Sache übernommen wurde oder arglistig getäuscht wurde oder aus der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit, die auf einer Pflichtverletzung des Verlags oder eines seiner gesetzlichen Vertreter oder Erfüllungsgehilfen beruhen.

Der Verlag haftet in voller Höhe bei Schäden, die vorsätzlich oder grob fahrlässig verursacht wurden oder bei der Verletzung des Körpers, des Lebens oder der Gesundheit. Im Übrigen wird der Schadensersatzanspruch auf den vorhersehbaren, vertragstypischen Schaden begrenzt, im Falle des Verzugs auf 5% des Auftragswerts. Die Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz bleibt hierdurch unberührt.

In anderen als den in dieser Ziffer 10 genannten Fällen ist die Haftung des Verlags unabhängig vom Rechtsgrund ausgeschlossen.

12. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

13. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist in-

nerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

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

15. 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.

16. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckstücke, Matern und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

17. Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. „Dem Verlag kann einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A 4 (Gewicht 250 g) überschreiten, sowie Waren, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann jedoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.“
18. Matern werden nur auf besonderer Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.
19. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. 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, im 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.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

- a) Der Auftraggeber verpflichtet sich, die Kosten der Veröffentlichung einer Gendarstellung, die sich auf tatsächliche Behauptungen der veröffentlichten Anzeige bezieht, zu tragen und zwar nach Maßgabe des jeweils gültigen Anzeigen tarifs. Dies gilt nur für den Fall, dass der Verlag verpflichtet ist, die Gendarstellung abzudrucken.
- b) Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen. Dem Auftraggeber obliegt es, den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen, die diesen aus der Ausführung des Auftrags gegen den Verlag erwachsen. Der Verlag überprüft Aufträge und Anzeigen lediglich im Hinblick auf offenkundige Rechtsverstöße, nicht aber daraufhin, ob durch sie sonst Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Der Auftraggeber hält den Verlag auch von allen Ansprüchen aus Verstößen gegen das Urheberrecht frei.
- c) Abbestellungen müssen schriftlich erfolgen. Bei Abbestellung einer Anzeige kann der Verlag die entstandenen Satzkosten berechnen.
- d) Bei ferner mündlich erteilten Anzeigenaufträgen, Termin- und Ausgabeänderungen, Textkorrekturen und Abbestellungen übernimmt der Verlag für Übermittlungsfehler keine Haftung.
- e) Ansprüche bei fehlerhaften Wiederholungsanzeigen sind dann ausgeschlossen, wenn der Auftraggeber die Möglichkeit hatte, vor Drucklegung der nächstfolgenden Anzeige auf den Fehler hinzuweisen. Der Vergütungsanspruch des Verlages bleibt unberührt.
- f) Hat der Auftraggeber innerhalb Jahresfrist weniger Anzeigen abgerufen als ihm nach seiner Vorauszahlung zuständen, so hat er Anspruch auf eine Reduzierung des Entgeltes in dem Maße, der dem Wert der nicht abgerufenen Anzeigen entspricht, wenn dies zuvor vereinbart war. Der Anspruch auf Reduzierung des Entgeltes erlischt, wenn er nicht innerhalb eines Monats nach Ablauf der Jahresfrist geltend gemacht wird.
- g) Ein Kollegenrabatt von zehn Prozent auf den Grundpreis wird nur bei Direkt-Anzeigenaufträgen gewährt.
- h) Der Verlag behält sich das Recht vor, für Anzeigen in Verlagsbeilagen, Sonderveröffentlichungen und Specials/Sonderheften Sonderpreise festzulegen.
- i) Die Werbungsmittel und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Auftraggeber an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.