

ABITURIENTEN, STUDIERENDE, ABSOLVENTEN UND YOUNG PROFESSIONALS GEWINNEN

Für alle Zielgruppen gilt m/w/d



ABITURIENTEN

academicworld

Seite 12



INFORMATIKER

HI:TECH CAMPUS **it**

Seite 16



INGENIEURE & NATURWISSENSCHAFTLER

HI:TECH CAMPUS **MINT**

Seite 20



NACHWUCHSBERATER

junior //consultant

Seite 24



HIGH POTENTIALS

high potential

Seite 28



NACHWUCHSMEDIZINER & ÄRZTE

arzt & karriere

Seite 32



EMPLOYER BRANDING „ON CAMPUS“ IN FACHMAGAZINEN UND DIGITAL AUF DEN ONLINEPORTALEN

Intelligentes Employer Branding ist so wichtig wie noch nie

Storytelling & Employer Branding in 2024 Seite 03

Ablauf einer Themenpartnerschaft Seite 09

Digitale Premiumprofile mit Content & Jobs Seite 10

Netzwerk-Distribution der Printmagazine Seite 44

Erscheinungstermine Seite 38

Preisliste Fachmagazine Seite 39

Preisliste Onlineportale Seite 41

Formate, Technik und Kontakt Seite 46

Der Wandel vom Arbeitgeber- zum Arbeitnehmermarkt ist vollzogen – die Unternehmen müssen sich bei ihren zukünftigen Mitarbeitenden bewerben. Drei entscheidende Trends sorgen dafür, dass Investitionen in die Arbeitgebermarke so wichtig wie noch nie sind:

DEMOGRAFIE

Die Babyboomer gehen in Rente und die **demografische Entwicklung** wird dem Arbeitsmarkt in den kommenden Jahren rund 5 Millionen Menschen entziehen. Damit wird die Anziehungskraft für Talente zu **dem** erfolgskritischen Faktor für Unternehmen!

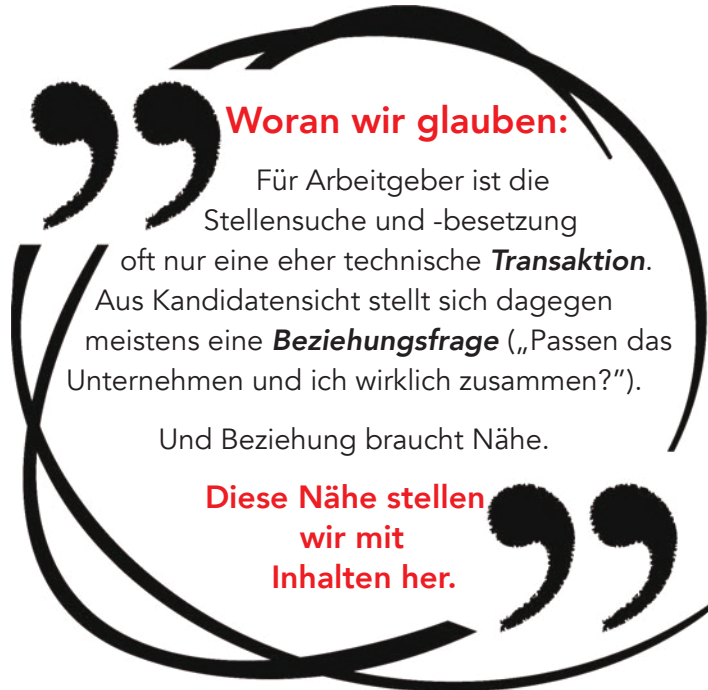
DIGITALISIERUNG

Die **Digitalisierung** sorgt für einen stark ansteigenden Bedarf an sehr gut ausgebildeten, oft jungen Digital Talents. Klassische Instrumente des Performance-Marketings („Brauche nur genügend Klicks auf meine Jobangebote“) reichen nicht mehr aus, um die Stellen mit diesen Talenten zu besetzen.

SINNSTIFTUNG

Junge Generationen lassen sich immer weniger mit den klassischen, materiellen Karriere-Insignien locken. Sie **hinterfragen Sinnstiftung, Purpose und Nachhaltigkeit** und wollen genau wissen, für welche Unternehmensziele sie arbeiten würden.

Aus Kandidatensicht eine Beziehungsfrage



UNSERE UNTERSTÜTZUNG

Wie wir Ihr Employer Branding
effizient unterstützen

06



Mit uns finden
Sie den Zugang
zur Zielgruppe

UNSERE UNTERSTÜTZUNG

Wir sind Content-Produzent,
Multiplikator und Dienstleister

NUTZEN SIE UNSER NETZWERK AUS MEHR ALS 3.000 LEHRSTÜHLEN



Für diejenigen, die genau wissen, was sie wollen – für Ihre Insertionen und Advertorials bieten wir Ihnen aufeinander abgestimmte, effiziente Kommunikationskanäle:

- Fachmagazine für die jeweiligen Studienfächer, die über ein Netzwerk aus über 3.000 Lehrstühlen und Fachschaften die Absolventen erreichen sowie
- Onlineportale mit den für die Zielgruppe wichtigsten Arbeitgebern im ausführlichen Content-Profil.

WARUM WIR UNS UNSERE KUNDEN GERNE AUSSUCHEN



Im Interesse der Absolvent:innen sind wir auf der Suche nach den Arbeitgebern, die noch nicht so transparent sind, wie sie es verdient hätten. Und die wir mit intelligentem Content dabei unterstützen können, ihre Attraktion für Talente zu erhöhen – zum Nutzen aller. Haben wir Ihr Unternehmen als einen solchen Arbeitgeber identifiziert, ist dies eine exzellente Ausgangsbasis für eine gewinnbringende Zusammenarbeit.

STORYTELLING ALS SCHLÜSSEL FÜR IHRE ARBEITGEBERMARKE



Es sind die Menschen und Geschichten Ihres Unternehmens, die Sie auf den Radar der angehenden Absolvent:innen bringen. Konkrete Stellenanzeigen und Performance-Marketing sind wichtig für die akute Stellenbesetzung, aber das Employer Branding schafft die Grundlagen dafür, dass Ihr Haus in der Masse der Arbeitgeber ein klares Profil bekommt und ergänzt die Maßnahme „Stellenanzeigen“. Dieses Ziel gelingt über Storytelling am besten.

CANDIDATE JOURNEY 2024

Nachhaltiges Employer Branding
beginnt vor der Matching-Phase

08

Tim befindet sich in der **Assoziations-Phase**

In der Mitte des Studiums ist man noch nicht aktiv auf der Suche nach Arbeitgebern. Das vom Lehrstuhl bezogene Fachmagazin stellt deshalb frühzeitig Bindungen her: „**Interessant! Das wusste ich ja gar nicht, was die machen ...**
Da wäre ein Praktikum sicher interessant!“

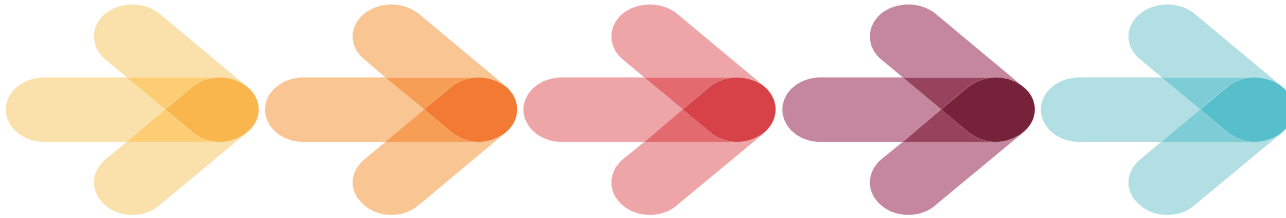
Marie befindet sich in der **Orientierungs-Phase**

Über die Hälfte des Studiums ist geschafft, es wird bewusst nach attraktiven Arbeitgebern Ausschau gehalten: „**Welchen Karriere-Event sollte ich besuchen? Welche Firma könnte in Frage kommen?**
Und was erwartet man von mir?“

Jacob befindet sich in der **Matching-Phase**

Der Abschluss ist ganz nah oder bereits geschafft. Jetzt wird aktiv gesucht und jeder Erfahrungsbericht verschlungen: „**Bei welchem Arbeitgeber kann ich meine Kenntnisse am besten einbringen? Welches Unternehmen passt am besten zu mir?**“

EXEMPLARISCH: ABLAUF EINER THEMENPARTNERSCHAFT



Welche **Botschaften** möchten Sie kommunizieren? Wir unterstützen Sie dabei, die Storys zu definieren, die am besten zeigen, was Sie als Arbeitgeber ausmacht.

Festlegen der Gattung und des Formats: Interview, Erfahrungsbericht oder Praxisbeispiel sind bewährt für das **Storytelling**.

Umsetzung: Die Contentproduktion liegt in unseren Händen und **entlastet Sie** zeitlich. Sie erhalten die Story zur Korrektur und finalen Absegnung. Nur das, was **Sie freigeben**, wird publiziert!

Rollout in unseren Medien: Print und/oder Online (inkl. SEO). Die Zielgruppe sucht ihre Arbeitgeber übrigens nach Inhalten, und nicht nach Mediengattungen (Print oder Online) aus.

Den **Unique Content** können Sie nach Rücksprache für eigene Kanäle nutzen (interne Kommunikation, Social Media Postings etc.)

DIE DIGITALEN PREMIUMPROFILE

Womit wir Sie unterstützen und
Ihnen Arbeit abnehmen

STÄRKUNG IHRER REPUTATION MIT UNIQUE CONTENT



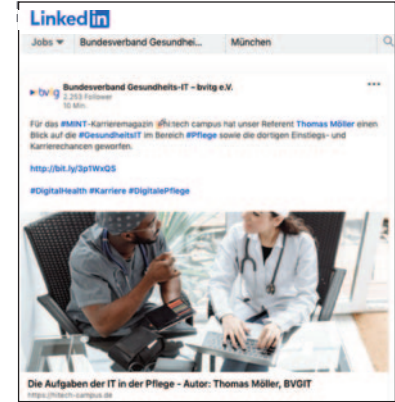
Wir erstellen in Absprache mit Ihnen einzigartige Beiträge, die es woanders nicht gibt. Beispiel: Wer überlegt, sich bei Amazon als „Area Manager“ zu bewerben, sucht nach Erfahrungsberichten. **User finden das Interview, das wir dazu telefonisch geführt haben.** Probieren Sie den Suchbegriff selbst aus!

ORGANISCHER CONTENT WIRD ZUR KÖNIGSDISZIPLIN



Qualitativ hochwertige Backlinks und organischer Content sind elementar für Arbeitgeber. Das Ende der Third Party-Cookies und Apples App Tracking-Transparency erschweren das User-Tracking erheblich. Nach unserem Privacy-Credo gewinnen wir unsere User ausschließlich über den intelligenten Content.

PARALLEL ENTLASTUNG IHRER SOCIAL MEDIA-TEAMS

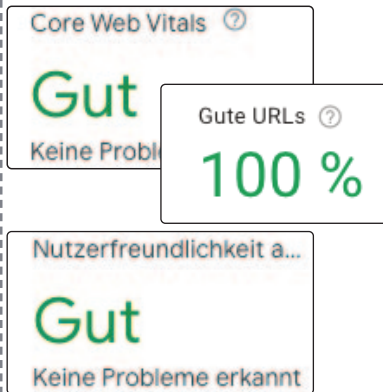


Die Medienkooperation mit uns bringt Ihnen auf zwei Ebenen Traffic. Auf der einen Seite verlinken wir auf Ihre Seiten und Aktivitäten. Auf der anderen Seite produzieren wir Unique Content für Sie, den Sie wiederum auf Ihren eigenen Kanälen ausspielen können und der Sie in der eigenen Inhalteerstellung entlastet.

DIE DIGITALEN PREMIUMPROFILE

Womit wir Sie unterstützen und
Ihnen Arbeit abnehmen

NEUE TRAFFIC-REKORDE FÜR DIE PREMIUMPROFILE



Das Premiumprofil beinhaltet von uns produzierten Unique Content, Eventankündigungen, Stellenanzeigen und vieles mehr. Dank unserer SEO und kontinuierlichen, technischen Hintergrundarbeiten finden Kandidat:innen Sie genau in dem für Sie relevantem Kontext – und Google ist zufrieden.

ENTLASTENDE UMSETZUNG UND TECHNISCHE QUALITÄT



Technische Neuentwicklungen, Theme-Updates, aktuelle php-Versionen und der richtige Fit für Google Update sind genauso selbstverständlich wie neue Tools wie „Google for Jobs“ zu integrieren. **Wichtig für Sie ist, dass wir Ihr Profil kontinuierlich pflegen** und Sie keine eigene Arbeitszeit einzusetzen müssen.

JAHRESPARTNERSCHAFT FÜR KONTINUIERLICHES STORYTELLING



Viele unserer Medienpartner kommen zu der Erkenntnis, dass der „One Shot“ als Maßnahme zur nachhaltigen Stärkung der Arbeitgebermarke nicht ausreicht. **Deshalb bieten wir Medienübergreifendes Storytelling in Online und Print über eine (preisattraktive) Jahrespartnerschaft an.** Sprechen Sie uns an!

- **FOKUSTHEMEN:** Für Ihr Employer Branding ist academicworld besonders geeignet, wenn Sie Botschaften im Kontext folgender Themen kommunizieren möchten:
 - Dein Einstieg: Das bietet unser duales Studium
 - Die Ausbildung für Abiturienten als Karrierestart einem Studium vorgelagert
 - Berufsbegleitende Aus- und Weiterbildungskonzepte der Top-Arbeitgeber
- **ZIELGRUPPE:** Abiturienten, die vor der Frage stehen, welchen Beruf sie einmal ausüben möchten – und welches der richtige Weg dazu ist. Und zusätzlich die Gruppe der Studienabbrecher (in MINT-Fächern 40 - 50%!), die sich praxisnäher neu orientieren möchten.
- **BRANCHEN - UND DISZIPLINENFOKUS:** academicworld konzentriert sich bei der Vorstellung von Karrieremöglichkeiten ausschließlich auf Ausbildungen und Studiengänge in MINT und WIRTSCHAFT. Dieser Fokus hilft, sich gezielt an diejenigen zu wenden, die bereits eine Vorauswahl aufgrund ihrer Neigungen und Interessen getroffen haben.
- **VERBREITUNG:** Ihre Insertion erscheint in **22.000** Exemplaren, die über rund 350 ausgezeichnete MINT-Gymnasien an die angehenden Abiturienten gehen sowie eine Beilage in HI:TECH CAMPUS, über welche gezielt die potentiellen Studienfachwechsler oder -abbrecher angesprochen werden.



Printmagazin: Zwei Ausgaben für den Ausbildungs-und Studienstart 2024 und 2025

Ausgabe
08.04.

Karrierestart 2024: Diese Chancen bieten sich Abiturient:innen
Top-Arbeitgeber und ihre **dualen Studiengänge in MINT**
Top-Arbeitgeber und ihre **dualen Studiengänge in Wirtschaft**

Attraktive Alternative: Erstmal eine duale **Ausbildung** absolvieren
Diese **Hochschulen bieten exzellente duale Studiengänge**
An diesen **Hochschulen** studieren die High Potentials MINT & WiWi

Ausgabe
02.12.

Karrierestart 2025: Diese Chancen bieten sich Abiturient:innen
Top-Arbeitgeber und ihre **dualen Studiengänge in MINT**
Top-Arbeitgeber und ihre **dualen Studiengänge in Wirtschaft**

Attraktive Alternative: Erstmal eine duale **Ausbildung** absolvieren
Diese **Hochschulen bieten exzellente duale Studiengänge**
An diesen **Hochschulen** studieren die High Potentials MINT & WiWi

Online first: Kontinuierliches Storytelling über Ihr Premium- oder Basisprofil (Laufzeit 12 Monate).

PREMIUM-
PROFIL

- Ihr Profil besteht aus mind. **vier Pages mit eigener URL**
- Storytelling: **Unique Content** Produktion für zwei Storys
- **SEO** für jeden Artikel
- **Vollwertige Unternehmens-Sidebar** mit Backlinks zu Ihren Seiten

- Verlinkung auf **bis zu 5 Einstiegsstellen** Ihrer Karrierewebseite
- Ankündigung Ihrer **Events** und Einbindung Ihrer **Videos**
- **Kontinuierliche, proaktive Pflege** Ihres Profils durch unsere Redaktion
- Für Updates **genügt eine E-Mail**

BASIS-
PROFIL

- Ihr Profil besteht aus mind. **zwei Pages mit eigener URL**
- Storytelling: **Unique Content** Produktion für eine Story
- **SEO** für jeden Artikel
- **Unternehmens-Sidebar** mit Basisfunktionen

- **Verlinkung** auf Ihre Karrierewebseite
- **Pflege** durch unsere Redaktion, für Updates genügt eine E-Mail

• Ihr duales Studium oder Aus- bildung im Portrait

Zeigen Sie, was Sie
wirklich ausmacht.

• Interview für mehr Transparenz

Junge Menschen, die bei
Ihnen Studium oder Aus-
bildung begonnen
haben, berichten davon.

• Diese Hochschule überzeugt

Studierende berich-
ten, warum sie das
Studium an Ihrer
Hochschule so über-
zeugt.

• Ihre Insertion

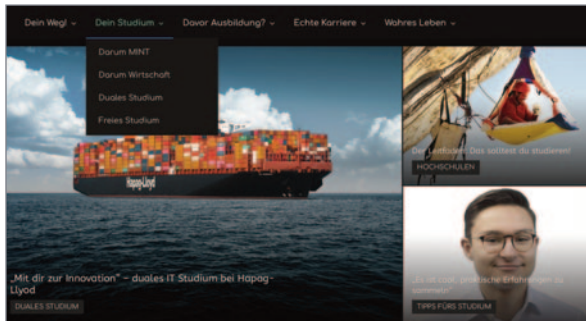
Mit Ihrer Insertion in
einem perfekten The-
menumfeld zeigen Sie:
„Wir wollen Euch!“



Preise

Das Onlineprofil sorgt für hohe Rabattierungen im Printmagazin

academicworld kombiniert die Reichweite von Online mit der Glaubwürdigkeit von Print.



- Das Onlineportal academicworld.net profitiert von der Glaubwürdigkeit des Printmagazins academicworld.
- Print wiederum inspiriert, sich mit Berufschancen zu beschäftigen, die man noch nicht auf dem Radar hatte und nach denen man deshalb online nicht suchen würde.
- Online first: Unsere Medienpartner profitieren von rabattierten Print-Preisen, wenn sie ein Onlineprofil buchen.

Onlineportal

Onlineprofil	Premiumprofil (Leistungen S. 13)	Basisprofil (Leistungen S. 13)	Hochschulprofil für Medienpartner**
12 Monate	4.990,-	2.990,-	1.990,-

* Vergünstigte Preise im Magazin gelten bei Buchung eines Basis- und Premiumprofils.

** Medienpartner-Status bitte beim Verlag erfragen. Bei Nicht-Medienpartnern gelten für das Onlineprofil der Preis des Unternehmens-Basisprofils mit den Leistungen eines Premiumprofils, im Magazin die Preise der Spalte 1.

Alle Preise zzgl. der gesetzl. MwSt.

Die Preise für das Premium- und Basisprofil sind ebenso wie ersten beiden Spalten der Magazinpreise inkl. AE von 15%, alle Hochschulpreise sind ohne abzugsfähige Agenturprovision. Ein Teil der Auflage kann auch als E-Paper an Gymnasien o.ä. Einrichtungen ausgeliefert werden. Die redaktionelle Hoheit liegt beim Verlag, es gilt die gesetzliche Kennzeichnungspflicht für Advertorials. Es gelten die AGB des Verlages.

Magazin

Seite	Preis für Onlinepartner*	Preis ohne Online- partnerschaft	Hochschulpreis für Medienpartner**
1/1	2.990,-	5.490,-	1.990,-
1/2	1.690,-	2.990,-	1.190,-
1/3	1.190,-	2.190,-	890,-
1/4	990,-	1.790,-	690,-



- **ZIELGRUPPE:** Informatiker, Coder, Developer – die IT-Absolvent:innen unserer Hochschulen, die heute für fast jedes Unternehmen so wichtig sind.
- **FACHRICHTUNGEN:** Insbesondere **Software Architecture, Angewandte Informatik, Software Engineering, Industrial Applications, Visual Computing, E-Commerce, Cyber Security** oder auch **Data Analytics**.
- **DIREKTMARKETING:** Ihre Insertion erscheint in 19.000 Exemplaren, die derzeit über **1.087 Lehrstühle**, Fachbereiche, studentische Gruppen und ausgewählte Messen vertrieben werden und ohne Streuverluste die Zielgruppe erreichen. Sie sind die perfekte „On Campus“-Maßnahme, um sich auf den Radar von IT-Absolventen zu bringen. Persönliche E-Paper-Abonnements und die wachsende Verbreitung des E-Papers runden die Zielgruppenansprache ab.
- **OPTION JAHRESPARTNERSCHAFT:** Sie suchen sich mindestens ein „Ankerthema“ aus, in dem Ihre umfangreichere Hauptpräsenz liegt. Für die dauerhafte Sichtbarkeit liefern die weiteren drei Ausgaben zusätzlichen Content.



Die Kontrolle der Auflage und Verbreitung unterliegt der IVW.

01/24

April/Mai

Toparbeitgeber: Karriere für **Wirtschaftsinformatiker:innen**
Spannende Jobs in **AI Development und Machine Learning**
Gesucht: Informatiker:innen in der **Energiebranche**

Karrierepfade bei **IT-Dienstleistern und IT-Beratungen**
Einstiegschancen im **Software Engineering**
Gründerinitiativen gezielt für Informatiker:innen

02/24

Juni/Juli

Chancen für Informatiker:innen in **Audit und Advisory**
Top-IT-Karriere in **Logistik und Supply Chain**
IT-Architekt:innen zwischen Infrastruktur und Workflows

Female IT-Engineering: **Top-Arbeitgeber für Frauen**
Einstieg als Spezialist:in für die **SAP-Beratung**
Ganz besondere **Traineeprogramme für Informatiker:innen**

03/24

Okt/Nov

Arbeitgeber, die Karriere in der **Cyber Security** bieten
Application Manager & Data Analysts in der **Baubranche**
Karrierepfade für Informatiker:innen in der **Chipindustrie**

Deep Tech: Anspruchsvolle Aufgaben für Digital Talents
Gemeinwohl: Digitalisierung bei **kommunalen Arbeitgebern**
Diese Unternehmen aus **Chemie & Pharma** bieten IT-Jobs

04/24

Dez/Jan

IT-Arbeitgeber im **Kompodium Familienunternehmen**
Attraktive Stellen für **IT-Absolvent:innen beim Staat**
Gesucht: Informatiker:innen für das **Gesundheitswesen**

Exzellente Karrieremöglichkeiten in **Cloud Technology**
IT-Einstieg `25: Digitalisierung bei den **Hidden Champions**
Chancen für IT-Studienabbrecher: Einstieg mit Perspektive

Haben Sie inhaltliche Themenvorschläge für HI:TECH CAMPUS? redaktion@hitech-campus.de
ERSCHEINUNGSDATEN, PREISE UND FORMATE FINDEN SIE IN DER ÜBERSICHT AB SEITE 38.

Exemplarisch: Storys, die Arbeitgeber näher bringen

• Arbeitgeber im Portrait

Unternehmen zeigen, was sie wirklich ausmacht.



• Interview für mehr Transparenz

Persönlichkeiten aus Ihrem Haus über ihre Aufgaben und Erfahrungen.

• Geheimtipps für IT-Absolventen

Wir stellen Unternehmen vor, die unbedingt auf den Radar der Leserschaft gehören.



• Recruiter im Profil

Welche Unternehmenskultur und Flexibilität in der Arbeit wird bei Ihnen gepflegt?



Über hitech-campus.de Informatiker:innen erreichen:

- SEO-Artikel für aktiv recherchierende Studierende und Absolvent:innen, die Ihr Unternehmen und die potenziellen Kolleg:innen besser kennenlernen wollen.
- Relevante Informationen zu Events, Bewerbungsfristen und offenen Stellen in der Sidebar
- Autor:innen und Netzwerkpartner teilen Beiträge auf Social Media (siehe Beispiel LinkedIn, links)
- Ihr Profil umfasst Storys, Events und Einstiegsmöglichkeiten.
- Unser Service: Wir erstellen mit Ihnen zusammen Unique Content und pflegen Ihr Profil. Änderungen und Aktualisierungen setzen wir innerhalb weniger Tage um.
- Individueller Laufzeitstart frei wählbar.

Sie können das 12-monatige Profil auch einzeln (ohne Print) buchen.

MÖGLICHKEITEN UND KUNDENKONDITIONEN FINDEN SIE AUF DEN SEITEN 40/41.

- **ZIELGRUPPE:** Bachelor- und Masterabsolvent:innen der Ingenieursstudiengänge sowie der Naturwissenschaften, insbesondere der TU9 und anderen herausragenden Fakultäten.
- **FACHRICHTUNGEN:** Insbesondere **Maschinenbau, Elektrotechnik, Fahrzeugtechnik, Luft-/Raumfahrt, Werkstofftechnik, Automation, Verfahrenstechnik, Informatik, Physik, Mathematik, Chemie** und weitere naturwissenschaftliche Fächer.
- **DIREKTMARKETING:** Ihre Insertion erscheint in 22.500 Exemplaren, die über **1.452 Lehrstühle**, Fachbereichsbibliotheken, studentische Gruppen und Career Center vertrieben werden und ohne Streuverluste die jeweiligen Zielgruppen erreichen. Da die Schnittmengen in den ingenieur- und naturwissenschaftlichen Disziplinen zum IT-Bereich immer stärker ansteigen, beinhaltet die Belegung von HI:TECH CAMPUS *MINT* immer auch die Präsenz in HI:TECH CAMPUS *it* (für Informatiker), sodass Kunden von HI:TECH CAMPUS *MINT* immer die gesamte MINT-Zielgruppe erreichen.



01/24
April/Mai

- **Automotive-Karriere** der Spezialisten für Leistungselektronik, automatisiertes Fahren, Batterie und Softwareintegration: Diese Arbeitgeber sorgen für nachhaltige Mobilität.
- Energiewende: **Karriere in Solarbranche oder Windkraft**
- Standortfrage: **Gründerinitiativen für MINT'ler**
- **Qualifizierung**: Duales Studium & berufsbegleitender Master

02/24
Juni/Juli

- „**Female Engineering**“: Ingenieurinnen, Naturwissenschaftlerinnen & Informatikerinnen berichten aus ihren Projekten
- Top-Arbeitgeber für **Elektrotechnik-Spezialist:innen**
- Exzellente **Traineeprogramme** für MINT-Absolvent:innen
- Diese **Wirtschaftsprüfer** suchen auch nicht-BWLer

03/24
Okt/Nov

- **Kommunale Arbeitgeber**: MINT'ler im Einsatz für die öffentliche Infrastruktur und das Gemeinwohl vor Ort
- **Chemiker:innen** entwickeln Hightech-Batterietechnologien
- Interessante Karrierechancen in der **Halbleiterindustrie**
- Defence: Jobs in **Sicherheits- und Verteidigungsindustrie**
- **Naturwissenschaftler:innen in der Beratung**

04/24
Dez/Jan

- **Das große „Kompendium Familienunternehmen“**: Diese Arbeitgeber im Familienbesitz pflegen eine besondere Verantwortung für Mitarbeitende und Gesellschaft
- Karrierecheck **Maschinenbau**: Diese Arbeitgeber suchen!
- Unternehmenskultur: „**Diversity** gehört zu unserer DNA!“
- Firmen mit tollen **Chancen für MINT-Studienabbrecher**

Haben Sie inhaltliche Themenvorschläge für HI:TECH CAMPUS? redaktion@hitech-campus.de
ERSCHEINUNGSDATEN, PREISE UND FORMATE FINDEN SIE IN DER ÜBERSICHT AB SEITE 38.

Exemplarisch: Stories, die Arbeitgeber näher bringen



• Purpose

Gerade für MINT-Absolvent:innen ist wichtig, wofür sie arbeiten.



• Unternehmens- einblicke

Es gibt Arbeitgeber, die MINT'ler noch nicht so intensiv auf dem Radar haben – das ändern wir.



• Profitieren Sie von unserer Vernetzung

Wir sind eng vernetzt mit der Hochschul- scene und öffnen Ihnen Türen über un- sere Kooperationen.



• Top-Arbeitgeber

Wir zeigen unserer Leserschaft, wie sie genau Ihr Unternehmen finden kann.

Über hitech-campus.de Ingenieur:innen erreichen:

- SEO-Artikel für aktiv recherchierende Studierende und Absolvent:innen, die Ihr Unternehmen und die potenziellen Kolleg:innen besser kennenlernen wollen.
- Relevante Informationen zu Events, Bewerbungsfristen und offenen Stellen in der Sidebar
- Autoren und Netzwerkpartner teilen Beiträge auf Social Media
- Ihr Profil umfasst Storys, Events und Einstiegsmöglichkeiten. Events und Stellenausschreibungen werden sowohl automatisch als auch manuell auf Aktualität geprüft.
- Unser Service: Wir erstellen mit Ihnen zusammen Unique Content und pflegen Ihr Profil. Änderungen und Aktualisierungen setzen wir innerhalb weniger Tage um.
- Individueller Laufzeitstart frei wählbar.

Sie können das 12-monatige Profil auch einzeln (ohne Print) buchen.
MÖGLICHKEITEN UND KONDITIONEN FINDEN SIE AB SEITE 40.



Das Print-Fachmagazin erreicht die Studierenden und angehenden Absolventen direkt über die Lehrstühle, Hochschulen, Career Center und studentischen Gruppen. Als Lean-Back-Medium eignet es sich besonders dazu, die nicht-aktiv Suchenden mit gutem Storytelling über Ihr Unternehmen zu erreichen: **Genau diejenigen, die Sie als Arbeitgeber noch nicht entdeckt haben und demzufolge online gar nicht suchen können, werden über die zielgruppenspezifischen Fachmagazine frühzeitig auf Sie aufmerksam!**

- **ZIELGRUPPE:** junior //consultant richtet sich an (potenzielle) Berufseinsteiger im Consulting – kommende und aktuelle Junior Consultants, also Studenten, Absolventen und Young Professionals, die ihre Karriere in der Beratung planen oder begonnen haben.
- **FACHRICHTUNGEN:** Wirtschaftswissenschaftler, Wirtschaftsinformatiker sowie Ingenieure, Natur- und Geisteswissenschaftler.
- **DIREKTMARKETING:** Die aktuell 19.000 Exemplare werden über etwa 1.000 Auslagestellen bei Lehrstühlen, Fachbereichsbibliotheken und Career Centern sowie bei rund 100 studentischen Unternehmensberatungen vertrieben. Zusätzlich erfolgt die gezielte Eventauslage bei Veranstaltungen wie der Hohenheim Consulting Week, dem Consulting Cup, den JCNetwork Days und den BDSU-Kongressen.



01/24
April-Juni

Die besten **Inhouse-Consulting**-Adressen
Einstieg via **Duaem Studium & Trainee**
Beratungen für **Digitalisierung + Innovation**

Purpose und Nachhaltigkeit
Karrieresprungbrett **Praktikum**
Frauen in der Arbeitswelt **IT-Beratung**

02/24
Juli-Sep

Beratung für den Mittelstand
Praxisbericht: **International** arbeiten
Beratung für **Controlling, Banking & Finance**

MINT: **NaWis+ Ingenieure im Consulting**
Aus - und Weiterbildung im Consulting
Hidden Champions & Boutiquen

03/24
Okt-Dez

Special „Female Consulting“: Die Ausgabe, in der ausschließlich weibliche Consultants von ihren Projekten berichten

04/24
Jan-März

Arbeitgeber 2025: Beratungen im Profil
Restrukturierungsberatung
Beratung im **Public Sector**

Mobility Consulting
Diversity im Consulting
Beratung mit **Wertschöpfung für die Gesellschaft**

Ein Netzwerk lebt vom Austausch! Bitte melden Sie sich mit „Ihrem Thema“, wenn Sie interessante redaktionelle Ideen haben! redaktion@juniorconsultant.net

ERSCHEINUNGSDATEN, PREISE UND FORMATE FINDEN SIE IN DER ÜBERSICHT AB SEITE 38.

Exemplarisch: Storys, die Arbeitgeber näher bringen

• Interview

beispielsweise
Anna Ohlsen-Mangold
(Roland Berger)
oder
Aloys Garmann
(Atruvia)

• Arbeitgeber-Profile

Unternehmen
präsentieren sich als
Top-Arbeitgeber



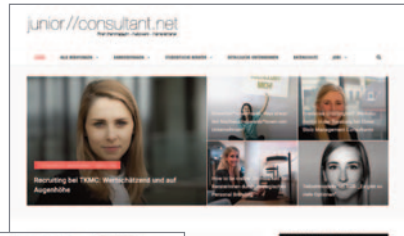
• Erfahrungsbericht

beispielsweise
Diversity bei
BwConsulting
oder
Unternehmenskultur
bei Simon-Kucher



• Praxisreport

Onboarding bei
thyssenkrupp
Management
Consulting



Über juniorconsultant.net den beratungsaffinen Nachwuchs (Studenten/Absolventen) sowie Young Professionals erreichen

- SEO-Artikel für recherchierende Studierende und Absolventen, die Ihr Unternehmen besser kennenlernen wollen.
- Ihr Profil umfasst Stories, Events und Einstiegsmöglichkeiten.
- Unser Service: Wir erstellen mit Ihnen zusammen Unique Content und pflegen Ihr Profil. Änderungen und Aktualisierungen setzen wir innerhalb weniger Tage um.
- Individueller Laufzeitstart frei wählbar.

Sie können das 12-monatige Profil auch einzeln (ohne Print) buchen.
MÖGLICHKEITEN UND KONDITIONEN FINDEN SIE AB SEITE 40.

- **ZIELGRUPPE:** Der besonders qualifizierte Nachwuchs an exzellenten deutschen Hochschulen mit Wirtschafts-Know-how und Management-Skills.
- **FACHRICHTUNGEN:** Insbesondere **Wirtschaftswissenschaftler, Wirtschaftsinformatiker** und Digital Business Talents (Lehrstühle für digitale Transformation).
- **DIREKTMARKETING:** Die jeweils 19.000 Exemplare, die an über **1.300 Lehrstühlen**, Fachbereichsbibliotheken, studentische Gruppen und Career Center vertrieben werden und ohne Streuverluste die Zielgruppe erreichen, erreichen die High Potentials unter den wirtschaftswissenschaftlichen Absolventen und haben einen Gültigkeitszeitraum von sechs Monaten. Ausgewählte Messekooperationen und E-Paper-Abonnements runden den Vertrieb ab.

Haben Sie redaktionelle Ideen für Themen? redaktion@high-potential.com

ERSCHEINUNGSDATEN, PREISE UND FORMATE FINDEN SIE IN DER ÜBERSICHT AB SEITE 38.

Starke Umfeldler, in die Storys
über Ihr Unternehmen passen



01/24
Sommer-
semester

Schwerpunktausgabe FEMALE LEADERSHIP: *Weibliche Role Models zeigen ihren Weg in Führungspositionen und stellen die Gender Diversity-Kultur ihrer Arbeitgeber vor. Weitere Themen:*

- Einstieg, Mentoring und Karriere für Absolventinnen
- Für alle: Flexible Arbeitszeiten, flache Hierarchien
- Für alle: Unternehmen mit starkem Nachhaltigkeitsansatz

Schwerpunktausgabe WP-ABSOLVENTENRADAR: *Top-Karriere in der Wirtschaftsprüfung und Einstieg in Audit, Advisory oder Tax. Die interessantesten Arbeitgeber im Portrait. Zusätzlich folgende Themen:*

- Vergleich: Start bei Big4, Next10 oder Mittelstand
- Karriere in der Prüfung bei Genossenschaftsverbänden
- Unternehmen mit starkem Nachhaltigkeitsansatz
- Arbeitgeber, denen Female Empowerment am Herzen liegt

02/24
Winter-
semester



high potential

Exemplarisch: Stories, die Arbeitgeber näher bringen

30



• Nachhaltigkeit

Henkel-Vorständin Sylvie Nicol über Verantwortung für den Planeten.



• Female Leadership

Role Models, die sichtbar sind und uns an ihrem Weg teilhaben lassen.



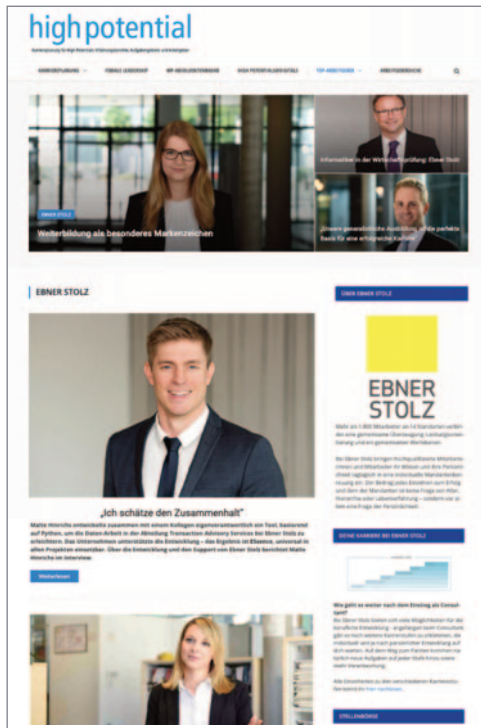
• Expertenbeitrag

Professor Dietmar Fink und Bianka Knoblach über die WP-Branche.



• Interview

Ioannis Tsavlakidis, Head of Advisory KPMG, im Interview mit high potential.



Über high-potential.com die wirtschaftswissenschaftlichen Disziplinen erreichen

- SEO-Artikel für recherchierende Studierende und Absolventen, die Ihr Unternehmen besser kennenlernen wollen.
- Ihr Profil umfasst Storys, Events und Einstiegsmöglichkeiten.
- Unser Service: Wir erstellen mit Ihnen zusammen Unique Content und pflegen Ihr Profil. Änderungen und Aktualisierungen setzen wir innerhalb weniger Tage um.
- Individueller Laufzeitstart frei wählbar.

Sie können das 12-monatige Profil auch einzeln (ohne Print) buchen.

MÖGLICHKEITEN UND KUNDENKONDITIONEN FINDEN SIE AB SEITE 40.

- **ZIELGRUPPE:** Angehende und bereits approbierte Ärzte, die sich am Anfang oder mitten in ihrer Karriereplanung befinden. Die Leser sind Studierende der Medizin, PJ'ler und Assistenzärzte, die sich in der Entscheidungsfindung über ihre fachärztliche Weiterbildung befinden oder diese bereits begonnen haben.

Im Gegensatz zu anderen Medien für Ärzte wendet sich arzt & karriere gezielt und explizit an den jungen Medizinnachwuchs, der offen für die Wahl seiner Weiterbildung, dem ersten Arbeitgeber oder speziellen Akzenten in seiner Weiterbildung ist.

- **DIREKTMARKETING:** arzt & karriere erscheint an Unikliniken, zugehörigen Lehrkrankenhäusern und weiteren Kliniken in einer Auflage von 18.500 Exemplaren.



01/24

bereits
erschienen

arzt & karriere konzentriert sich auf die Zielgruppe des Mediziner Nachwuchses zwischen Studium und Beendigung der Weiterbildung und bietet folgende **dauerhafte Schwerpunktthemen** (Auszug):

- Welche Krankenhäuser oder Krankenhaus-Verbünde pflegen eine **starke Unternehmenskultur und bieten exzellente Arbeitsbedingungen**?
- **Digitalisierung in der Medizin:** Mit diesen Tools wird Medizin effizienter
- Vor der Entscheidung über die Weiterbildung: Das raten die Fachgesellschaften zur Frage „Welche **Fachrichtung** bietet besonders interessante Perspektiven?“
- Aushängerschilder der Krankenhäuser: An welchen Häusern arbeiten **herausragende Weiterbilder** mit Persönlichkeit und Fachkompetenz? Ein Wegweiser für angehende Assistenzärzt:innen.
- Fokus ÖGD '24: In diesen **Gesundheitsämtern** finden Amtsärzt:innen sehr gute Voraussetzungen.
- **Niederlassung planen:** Welche Disziplinen bieten attraktive Chancen? Wie gelingt die Umsetzung?
- **Initiative Land-/Stadtarzt:** Regionen, die in den nächsten Jahren Mediziner:innen willkommen heißen

02/24

Winter

Haben Sie inhaltliche Themenvorschläge für arzt & karriere? redaktion@arztundkarriere.com

ERSCHEINUNGSDATEN, PREISE UND FORMATE FINDEN SIE IN DER ÜBERSICHT AB SEITE 38.

arzt & karriere

Beispiele: Storys, die Sie mit dem Nachwuchs zusammen bringt

• Krankenhäuser als Arbeitgeber

Mit dieser Kultur punkten Arbeitgeber wie Helios (links)



• Fachgesellschaften

Fachgesellschaften zeigen anhand ihrer Nachwuchskampagnen, was ihre Disziplin wirklich ausmacht.



• Weiterbilder

Top-Weiterbilder verpflichten sich zur Evaluierung ihrer Leistung.



• Fokus ÖGD '24

Gesundheitsämter überzeugen die Ärzteschaft von ihren Aufgaben.

arzt & karriere
Zeitschrift für Berufungsplanung, Fortbildung und Weiterbildung in der Medizin

HOME KARRIEREPLANUNG FOCUS 12: ÖGD WEITERBILDUNG MEDTECH & DIGITALISIERUNG MEDICAL LEADERSHIP

„Darum bin ich glücklich als Labormedizinerin“

Fakten LABORMEDIZIN: Die fachärztliche Weiterbildung

Das Arbeitsspektrum in der Labormedizin ist breit gefächert. Dadurch hat nicht nur der fachärztliche Weiterbildung die Möglichkeiten in die vielen Berufsperspektiven eines Labormediziners/iner Labormedizinerin Einblick zu erhalten. Wie genau die Weiterbildung fachlich und zeitlich strukturiert ist erklärt der nachfolgende Artikel.

DGKL
Deutsche Gesellschaft für Klinische Chemie und Labordiagnostik e.V.

UNTER DER HAUT E & K

Die Deutsche Gesellschaft für Klinische Chemie und Labordiagnostik e.V. (DGKL) ist die wissenschaftliche Fachgesellschaft der Labormediziner:innen in Deutschland. Als Mitglied der *„European Federation of Clinical Chemistry and Laboratory Medicine (EFLC)“* und der *„International Federation of Clinical Chemistry and Laboratory Medicine (IFCC)“* vertritt die Deutschland in der Labormedizin in Europa und weltweit. Sie ist im Jahre 2003 durch die Fusion der Deutschen Gesellschaft für Klinische Chemie (DGKC) und der Deutschen Gesellschaft für Labordiagnostik (DGLM) entstanden und hat derzeit mehr als 1200 Mitglieder.

Erfahrungsbericht: Exzellente Berufsperspektiven für Labormediziner

Drei 12 Monate alte berufliche Entscheidungen beruhen heute auf labormedizinischer Diagnostik. Grund genug, sich bei der Wahl der fachärztlichen Weiterbildung mit dieser Disziplin zu beschäftigen. Im Beitrag von Dr. Lutz von Lützow und Dr. Ralf R. Ramm, Sprecher der Sektion Labordiagnostik (SGL),

FOCUS 12

Dieses F12 steht besser und da steht doch in der Labormedizin!

Über arztundkarriere.com Ärzt:innen und Nachwuchsmediziner erreichen

- SEO-Artikel für den Medizernachwuchs, die Ihr Haus besser kennenlernen wollen.
- Ihr Profil umfasst Storys, Events und Einstiegsmöglichkeiten.
- Unser Service: Wir erstellen mit Ihnen zusammen Unique Content und pflegen Ihr Profil. Änderungen und Aktualisierungen setzen wir innerhalb weniger Tage um.
- Individueller Laufzeitstart frei wählbar.

Sie können das 12-monatige Profil auch einzeln (ohne Print) buchen.
MÖGLICHKEITEN UND KUNDENFINDEN SIE AB SEITE 40.

Die Frage nach der Sinnstiftung von Arbeit wird immer wichtiger. Berufseinsteiger überlegen sich, welchen Beitrag sie über ihre Arbeit leisten können, um Gutes für die Welt zu bewirken. Wir möchten Hochschulabsolventen dabei Hilfestellung und Orientierung geben und haben deswegen eine Befragung von gut 500 ausgewiesenen Experten aus den Bereichen der Wissenschaft an deutschen Hochschulen, Forschungseinrichtungen wie den Fraunhofer-Instituten oder Think

Tanks wie dem Club of Rome durchgeführt.

Wir haben ungestützt danach gefragt, welche Unternehmen für nachhaltiges Wirtschaften stehen,

- **natürliche Grundlagen erhalten,**
- **ein gutes Leben auf dem Planeten ermöglichen und**
- **positive Einflüsse auf die Gesellschaft haben.**

Ergebnis ist eine Liste von 100 Unternehmen, die wir unseren Leser:innen als besonders nachhaltige Arbeitgeber empfehlen möchten. Eine Einbuchung in diese Liste ist nicht möglich.



Gesellschaftlich



Ökologisch

WATCHLIST

Interessante Unternehmen
und ihr starker Ansatz
für Nachhaltigkeit

In die Liste der 100
Unternehmen, wel-
che die Welt ein

Stück besser machen, kann man sich nicht einbuchen.

Sollte Ihr Unternehmen nicht platziert sein, steht Ihnen die sehr attraktive und sichtbare Rubrik „WATCHLIST“ zur Verfügung, in der Sie Ihren besonderen Nachhaltigkeitsansatz in Form eines vollwertigen Premiumprofils präsentieren können.

Dazu sind Sie auf der Startseite von 100toparbeitgeber.de mit einem auf Ihr Profil verweisendes Logo präsent und können zum einen die Strahlkraft des Portals für Ihr Employer Branding nutzen und zum anderen den unabhängigen Experten für die nächste Befragung zeigen, welche Anstrengungen Ihr Unternehmen für mehr Nachhaltigkeit zeigt und welche Erfolge Sie dabei erzielen konnten.

Entnehmen Sie bitte den Leistungskatalog und den Preis eines WATCHLIST-Premiumprofils den Seiten 40 und 41, welche äquivalent den auf dieser Seite beschriebenen anderen Portale ist.



Ihr WATCHLIST-Profil

Leitartikel: Interview zu Ihrem Nachhaltigkeitsansatz

Ihre Stellen, Events u.a.

ERSCHEINUNGSTERMINE

Zweimonatlich während
des Semesters

Ausgabe	Erscheinungstag	Anzeigenschluss	Druckunterlagenschluss
01/24 April/Mai	08.04.24	13.03.24	20.03.24
02/24 Juni/Juli	19.06.24	27.05.24	03.06.24
03/24 Okt/Nov	09.10.24	17.09.24	23.09.24
04/24 Dez/Jan	02.12.24	08.11.24	15.11.24

OBEN: **Vier Erscheinungstermine** für die Fachmagazine **HI:TECH CAMPUS MINT**, **HI:TECH CAMPUS it** und **junior //consultant**. Die Erscheinungstermine 01/24 und 03/24 gelten für **high potential**, der Erscheinungstermin 04/24 für **arzt & karriere** und die Termine 01/24 und 04/24 für **academicworld**.

PREISLISTE PRINT

Direktmarketing ohne
Streuverluste am Lehrstuhl

	INFORMATIKER:INNEN	INGENIEUR- & NATUR- WISSENSCHAFTLER:INNEN	WIRTSCHAFTSWISSEN- SCHAFTLER:INNEN	NACHWUCHS- BERATER:INNEN	ÄRZT:INNEN & NACHWUCHS- MEDIZINER:INNEN
					
Ausgabe	HI:TECH CAMPUS it	HI:TECH CAMPUS <i>MINT</i>	high potential	junior //consultant	arzt & karriere
Auflage	19.000 Ex.	22.500 Ex.	21.500 Ex.	19.000 Ex.	18.500 Ex.
1/1	6.990,-	7.490,-	7.490,-	6.990,-	6.990,-
1/2	3.990,-	4.390,-	4.390,-	3.990,-	3.990,-
1/3	2.890,-	3.290,-	3.290,-	2.890,-	2.890,-
1/4	2.290,-	2.390,-	2.390,-	2.290,-	2.290,-
1/1 Feature*	2.490,-	2.490,-	2.490,-	2.490,-	2.490,-

Andere Formate auf Anfrage. Alle Preise inkl. AE von 15 % und zzgl. der gesetzl. MwSt. *Ein Feature kann nur zusätzlich zu einer Insertion veranlasst werden. Es muss äquivalent dem Umfang der jeweiligen Insertion sein. In der Gesamtauflage von HI:TECH CAMPUS *MINT* ist das Magazin HI:TECH CAMPUS **it** und die jeweilige Einbuchung enthalten, da Lehrstühle selbst festlegen können, welchen Titel sie beziehen möchten. high potential ist in einer Teilaufgabe der HI:TECH CAMPUS-Titel beigelegt, um auch Lehrstühle aus Schnittstellen-Disziplinen zwischen Wirtschaft und Technik zu erreichen. Ein Teil der o.a. Auflage kann auch als E-Paper an Hochschulen oder andere studentische Vereinigungen ausgeliefert werden. Die redaktionelle Hoheit liegt beim Verlag, die gesetzliche Kennzeichnungspflicht wird eingehalten. Advertorials etwa müssen als solche gekennzeichnet werden. Es gelten die AGB des Verlages.

ONLINE-LEISTUNGEN

Leistungen des Premiumprofils
auf den Zielgruppen-Portalen

Im Mittelpunkt: Ihr Arbeitgeberprofil, über das wir gemeinsam Studierende und Absolventen überzeugen.

Möglich je nach Ihrer Zielgruppenpräferenz auf:

hitech-campus.de (für Informatiker, ING, NaWi)

juniorconsultant.net (Absolventen mit Ziel Consulting)

high-potential.com (für Wirtschaft & Management)

arztundkarriere.com (für Ärzte und Nachwuchsmediziner)

McKINSEY & COMPANY

Top-Managementberatung

Gründungszeitpunkt: 1925

Büros: über 100 Büros in 60 Ländern

Mitarbeiter: 28.000 weltweit davon 17.000 in Deutschland

Beschäftigung: Zu unseren Klienten gehören die meisten der 100 weltweit größten industriellen und Dienstleistungsunternehmen, der wichtigsten Mittelstands- und Startups sowie auch die Branchen – sowie Regierungsinstitutionen und öffentliche Institutionen.

EVENT MCKINSEY 17.11.2018

McKinsey: Karrieresitzung, Donnerstag / Berlin / Frankfurt am Main / München / Wien / Zürich / 17. bis 12. Oktober 2018

Einzigartiger Skills- und Talentscheck für Studierende und Absolventen der Wirtschaftswissenschaften in Deutschland und Österreich. Einzigartiges Tool zur Unternehmensbewertung und mehr: mehr zeigt die Anwendung allgemeiner Problemlösungstechniken im Vorstellungsgespräch.

Bewerbungstermin ist der 15. September. Alles andere ist nur Vorstudium!

McKINSEY 17. SEPTEMBER 14.10.2018

McKinsey Workshop (Donnerstag) für MINTlerinnen am 28. und 29. Oktober 2018 in Frankfurt am Main.

Berater bei Digital McKinsey: „Ausprobieren und die eigene Leidenschaft finden“

Bewerbung nach bis 1. Oktober via [Bewerbungsmöglichkeit](#)

IHR NUTZEN	DURCH DIESE LEISTUNGEN
Höhere Bekanntheit, was sie als Arbeitgeber ausmacht	- Jedes Profil besteht aus mind. vier Pages mit eigener URL - Eigene Unternehmens-Sidebar - SEO für jeden Artikel - Einbindung Ihrer Videos
Höheres Interesse an Ihren Events, Jobs und Praktika	- Ankündigung Ihrer Events im Profil und auf der Startseite - Verlinkung auf bis zu 5 Einstiegsstellen direkt auf Ihre Karrierewebsite
Erhöhter Traffic für Ihre Digitalkanäle (Website, Social Media)	- Backlink-Aufbau - Social Media-Verbreitung - Der Content ist auch für Ihre eigenen Kanäle nutzbar
Stärkung der Reputation Ihres Unternehmens bei gezieltem Research	- Interviews „echter Menschen“ statt anonymen Arbeitgeberbewertung - Referenzen-Tool in Sidebar - Abstrahleffekte des HQ-Umfeldes
Entlastende Umsetzung und technische Qualität	- Kontinuierliche, proaktive Pflege Ihres Profils durch unsere Redaktion - Für Updates genügt eine E-Mail - Optimiert für Desktop und Mobil

PREISLISTE ONLINE

Berichte auf Fachportalen machen
aus Interessierten Bewerber

WIRTSCHAFTS-
WISSENSCHAFTLER



INFORMATIKER,
INGENIEURE, NAWI U.A.



NACHWUCHS-
BERATER



ÄRZTE & NACHWUCHS-
MEDIZINER



Website	high-potential.com	hitech-campus.de	juniorconsultant.net	arztundkarriere.com	Laufzeit
Premium- profil	9.990,-	9.990,-	9.990,-	9.990,-	12 Monate
Feature*	2.990,-	2.990,-	2.990,-	2.990,-	12 Monate
Zweite Präsenz**	2.490,-	2.490,-	2.490,-	2.490,-	12 Monate

Andere Werbeformen auf Anfrage. Sofern nicht anders gekennzeichnet, sind alle Preise inkl. AE von 15 % und zzgl. der gesetzl. MwSt.

*Ein Feature ist eine schmaschinenoptimierte Reportage oder Interview, welche parallel auch in einem der Fachmagazine erschienen ist und für 12 Monate auch digital und SEO-optimiert sichtbar ist.

** Die zweite Präsenz bietet Ihnen die Möglichkeit, neben der „Homebase“ - also ihrem Arbeitgeberprofil - als Top-Arbeitgeber mit Logo in einem weiteren Karrierenetzwerk auf hitech-campus.de, high-potential.com oder arztundkarriere.com oder in der Arbeitgebersuche auf juniorconsultant.net gelistet zu sein. In dieser zweiten Präsenz steht Ihnen ein zusätzliches, zielgruppenspezifisches Online-Feature zur Verfügung, in welchem direkt auf Ihr Arbeitgeberprofil verlinkt wird.

Beispiel: Eine Wirtschaftsprüfungsgesellschaft hat ein eigenes Arbeitgeberprofil im Karrierenetzwerk Wirtschaftsprüfung auf high-potential.com. Dieses Profil stellt die „Homebase“ dar, auf der Events, Storytelling, Stellenanzeigen etc. veröffentlicht werden. Gleichzeitig interessiert sich diese Wirtschaftsprüfungsgesellschaft aber auch für Informatiker und bucht sich als zweite Präsenz in das Karrierenetzwerk „Informatiker in Beratung und WP“ auf hitech-campus.de ein. Es wird nun mit einem Logo in der Top-Arbeitgeber-Rubrik dieses IT-Karrierenetzwerkes geführt und ist mit einem exemplarischen Interview „Eine Informatikerin macht Karriere in der WP“ vertreten. Von diesem Interview aus wird auf die „Homebase“ auf high-potential.com verlinkt. **Effekt: Mehr Reichweite in unterschiedlichen Zielgruppen!**

VERTRIEBSKONZEPT

Vertrieb an einzeln adressierte
Lehrstühle und Hochschulen

42

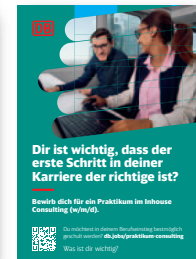
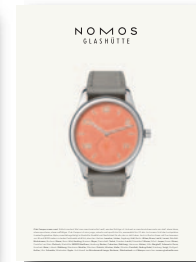
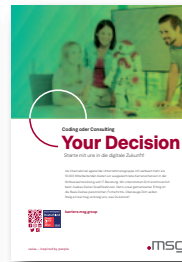
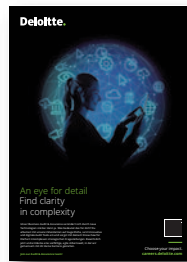
Unser Vertriebskonzept: Immer ein Exemplar weniger ausliefern als nachgefragt wird

Die Lehrstühle und Hochschulen als unsere Partner bestimmen selbst, welches Fachmagazin sie in welcher Stückzahl abonnieren möchten. So sorgen wir dafür, dass die Auflage ohne Streuverluste bei den angehenden Absolventen ankommt.



REFERENZEN

Ein Auszug der Kunden, die uns
2023 ihr Vertrauen schenken



Hocheffizienter Vertrieb, der die jeweilige Zielgruppe erreicht

„Wer sucht eigentlich online nach uns, wenn man uns nicht kennt oder die Studierenden nicht wissen, wofür wir stehen?“ Logischerweise zu wenige. Und deshalb ist Ihre Präsenz in den Fachmagazinen so wichtig, weil Sie damit Kandidat:innen erreichen, für welche die Storys über Ihr Unternehmen oft die ersten Berührungspunkte mit Ihrem Unternehmen darstellen.

Dabei können Sie sich auf einen Vertrieb verlassen, dem exakt die von Ihnen adressierte Zielgruppe die Fachmagazine erhält:

- **Kern ist die exklusive Lehrstuhl-Distribution:** Die jeweiligen Institute bestimmen, wie viele Exemplare sie für ihre Studierenden und Absolvent:innen benötigen und können dies laufend anpassen.
- **Studentische Gruppen und Fachschaften** beziehen die für sie passenden Fachmagazine ebenfalls direkt.
- **Zusätzliche Verbreitung** dank digitalem E-Paper.
- **Hochwertiger Briefkastenvertrieb** über die Zustellung über Studentenwohnheime an speziellen Standorten.

INDIVIDUELLE ANPASSUNG DER BEZUGSMENGE

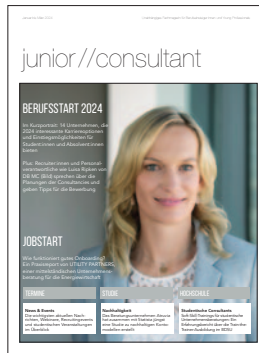
Die kurze, direkte Kommunikation zwischen den Lehrstühlen und unserem Verlag haben sich während der Pandemie als sehr belastbar dargestellt: Da die Voraussetzungen nicht nur von Hochschule zu Hochschule unterschiedlich sind, sondern sogar innerhalb eines Fachbereichs differieren können, sind es die Lehrstuhlinhaber, die maßgeblich entscheiden, welche Exemplarmenge von ihren Studierenden nachgefragt wird.

„Wegen der Nachfrage nach dem Print-Magazin habe ich 100 Exemplare von high potential beim Verlag nachbestellt.“



Prof. Dr. Mario Schmidt leitet das Institut für Industrial Ecology an der Hochschule Pforzheim.

ZUNEHMENDE VERBREITUNG DER E-PAPER

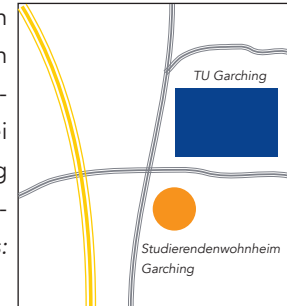


Über 6.000 Bezieher des E-Papers von junior//consultant werden alleine über die studentischen Beratungsnetzwerke vom BDSU und JCNNetwork adressiert.

Wann immer Studierende nicht mehr über ihren Lehstuhl die Fachmagazine in Printform beziehen können, greift die E-Paper-Option: Ob während eines Auslands- oder Praxissemesters oder weil die Hochschule temporär den Digitalunterricht verstärkt, bedeutet die E-Paper-Verbreitung eine besonders spannende Reichweite, da die Publikationen zeit- und ortsunabhängig konsumiert werden können.

GEZIELTER BRIEFKASTENVERTRIEB ÜBER STUDENTENWOHNHEIME

Die Auflage wird zudem an speziellen Standorten auch über unseren Wohnheimverteiler verbreitet, bei dem wir dank Targeting genau wissen, welche Zielgruppe dort wohnt (rechts: Beispiel TU Garching)



FORMATE

Technische Informationen zu Druckdaten und Formaten

Format und Druck: 210 mm x 297 mm; Rollen-
offset (4-farbig Euroskala). Technische Infos:

- Jeweilige Anzeigengröße + 3 mm Beschnitt
an jeder Seite; Anschnittmarken bitte nicht
vergessen, Satzspiegelanzeige ohne Beschnitt
- PDF X3 oder X4, unsepariert
- Auflösung von Halbtönen: 300 dpi
- Vektorgrafiken in CMYK anlegen
- Sonderfarben in CMYK umwandeln
- Bilddateien unter Verwendung von ISO Coated
v2 300% (ECI) Profilen in CMYK konvertieren.
- Bitte alle benutzten Schriften (wenn möglich
Type 1 PostScript-Format statt True Type)
sowie alle eingesetzten Grafiken in die
PDF/EPS-Dateien einbinden.
- Keine Schriftenuntergruppen verwenden

Bitte übersenden Sie die Daten per E-Mail an:
grafik@evoluzione.de. Betiteln Sie das Doku-
ment bitte zur Zuordnung folgendermaßen:
Name Anzeigenkunde_hitechcampus_2-24.pdf

Bei Fragen oder Problemen wenden Sie sich
bitte jederzeit an unsere Grafikabteilung unter
der Rufnummer 089.76 900 3-0.

Seite

Alle Formate: Breite mal Höhe / Anschnitt zzgl. 3 mm Beschnitt und Beschnittmarken

1/1
A4

210 X 297 mm (*Anschnittanzeige*)

1/2
A4

quer: **210 X 145** mm hoch: **102 x 297** mm (*Anschnitt*)

1/3
A4

quer: **210 X 94** mm hoch: **66 x 297** mm (*Anschnitt*)

1/4
A4

hoch: **40 X 250** mm proportional: **86 x 125** mm (*Satzspiegel*)

Verlagsanschrift:	evoluzione GmbH, Ramsauer Str. 11, 81379 München
Telefon (Zentrale):	089.76 900 30
E-Mail:	marketing@evoluzione.de
Geschäftsbedingungen:	Für die Abwicklung von Aufträgen gelten die Geschäftsbedingungen des Verlages.
Zahlungsbedingungen:	Rechnungen sind am Erscheinungstag der Ausgabe fällig, in der die Anzeige veröffentlicht wird.
Rücktritt:	Schriftlich bis 3 Wochen vor Anzeigenschluss.
Fassung:	Dies sind die Mediadaten 2024/1.0 mit Wirkung vom 20.12.2023. Alle vorherigen Mediadaten verlieren ihre Gültigkeit. Bitte informieren Sie sich regelmäßig über mediadaten.evoluzione.de bezüglich etwaiger Änderungen.

Allgemeine Geschäftsbedingungen

1. Der Verlag behält sich vor, solche Auftragsaufträge (im Folgenden beziehen sich alle Aussagen auf Print- und Online-Buchungen) nicht anzunehmen oder einzelne Anzeigen im Rahmen eines Auftragsauftrages abzulehnen (Rücktritt), die gegen Gesetze, behördliche Bestimmungen oder die guten Sitten verstoßen, wegen ihres Inhaltes, ihrer Herkunft oder technischen Form den einheitlichen Grundsätzen des Verlages widersprechen oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist.

2. Dem Auftrag liegen die Bedingungen der jeweils gültigen Anzeigenpreisliste und die Geschäftsbedingungen zugrunde. Bei Änderung der Anzeigenpreise treten die neuen Bedingungen auch bei laufenden Aufträgen sofort in Kraft. Der Auftraggeber ist grundsätzlich verpflichtet, sich in regelmäßigen Abständen selbst unter der öffentlich zugänglichen Internetseite mediadaten.evoluzione.de über mögliche modifizierte Mediadaten des Verlages zu informieren. Der Verlag ist nicht verpflichtet, dem Auftraggeber nachzuweisen, diesen über modifizierte Mediadaten informiert zu haben.

3. Platzvorstellungen werden nicht als Auftragsbestandteil angesehen. Sie gelten für den Verlag lediglich als Platzwünsche und werden nach Möglichkeit erfüllt. Etwaige redaktionelle Kooperationen werden ebenfalls nicht als Auftragsbestandteil gesehen, sondern lediglich als Optionen, die sich immer im Rahmen des Pressegesetzes zu bewegen haben und jederzeit aufgrund aktueller Themenanpassungen ersatzlos gestrichen werden können. Spätere Reklamationen wegen Nichteinhaltung solcher Vorschriften können daher nicht als Vertragsbestandteil geltend gemacht werden.

4. Für die rechtzeitige Lieferung einwandfreier Druckvorlagen, Advertorials/Features (Online und Print), Banner oder Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Ebenso trägt er die Verantwortung für Copyright-freie Werbemittel (inklusive Bildmaterials oder Logos, welche zur Content-Bebildung überlassen werden) und stellt bei Unterlassung den Verlag frei von Ansprüchen Dritter. Sind Copyrights zu berücksichtigen, hat der Auftraggeber den Verlag aufgefordert vor einer etwaigen Veröffentlichung darüber zu unterrichten und trägt Sorge dafür, dass dies insbesondere bei Print rechtzeitig vor Druckabgabe geschieht. Bei fermündlich aufgegebenen Änderungen wird keine Haftung für die Richtigkeit von Werbeweröffentlichungen, Advertorials oder Features übernommen.

5. 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. Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung und unerlaubter Handlung sind ausgeschlossen. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seiner Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den

vorhersehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts beschränkt. Reklamationen müssen innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg gemacht werden.

6. Im Falle einer telefonischen Auftragserteilung kommt das Vertragsverhältnis mit der schriftlichen Bestätigung des Verlages zustande.

7. Die Rechnung ist innerhalb von 7 Tagen ab Rechnungsdatum zu bezahlen.

8. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in Höhe von 10,25% sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die weiteren Anzeigen Vorauszahlung verlangen.

9. Die Pflicht zur Aufbewahrung von Druckunterlagen endet zwei Monate nach Erscheinen der letzten Anzeige, sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen worden ist.

10. Kosten für die Anfertigung von Lithos sowie vom Kunden gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Kunde zu tragen. Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar und werden dieselben erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Kunde bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche. Treffen beschädigte Druckunterlagen erst unmittelbar vor Drucklegung des Blattes bei dem Verlag ein, so hat der Kunde die aus der erforderlichen Sonderbemühung des Verlages entstehenden Kosten zu tragen.

11. Ein Auflagenrückgang ist nur dann von Einfluss auf das Vertragsverhältnis, wenn eine Auflagenhöhe zugesichert ist und diese um mehr als 25 % sinkt. Sollte die Auflage um mehr als 25% absinken, 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 von dem Vertrag zurücktreten kann. Andernfalls hat der Auftraggeber solange ein Anrecht auf eine Wiederholung seiner Anzeige, bis die ursprünglich vereinbarte Auflagenhöhe erreicht ist.

12. In Fällen höherer Gewalt erlischt jede Verpflichtung auf Erfüllung von Aufträgen und Leistung von Schadensersatz. Insbesondere wird auch kein Schadensersatz für nicht veröffentlichte oder nicht rechtzeitig veröffentlichte Anzeigen geleistet. Bei Betriebsstörungen, Werbe- oder Auslageverboten an Hochschulen oder in Fällen höherer Gewalt, Pandemie, Arbeitskampf, Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen – sowohl im Betrieb des Verlages als auch in fremden Betrieben, derer sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient – hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Medialeistungen, sofern die Verbreitung der Auflage spätestens 28 Tage nach dem ursprünglichen Veröffentlichungsdatum beginnt und zum Ende der Distribution mindestens 50% der ursprünglich vereinbarten Auflage verbreitet wird.

13. Die Verbreitung der Auflage als E-Paper kann Bestandteil der Auflage sein und wäre im Falle einer solchen Verbreitung vollwertig in der Gesamtauflage inkludiert, auch wenn sie nicht separat ausgewiesen ist.

14. Der Auftraggeber trägt allein 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 Auftrages, auch wenn er storniert sein sollte, gegen den Verlag erwachsen. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden.

15. Im Falle von Stornierungen von mindestens einer Anzeige, der ein Sondertarif zugrunde liegt, tritt automatisch die normale Mengen- und Malstaffel auch rückwirkend für alle anderen im Grundabschluss betroffenen Anzeigen in Kraft.

16. Im Falle der Annahme eines Abonnement-Angebotes verlängert sich dieses automatisch um weitere 12 Monate, sofern es nicht mindestens 3 Monate vor Ablauf gekündigt wird. Etwaige, mit dem Abonnement verbundene Sonderleistungen werden vom Auftraggeber nur erbracht, wenn der Vertrag nicht bereits gekündigt ist, selbst wenn die Sonderleistungen noch im Zeitraum des aktuell noch laufenden Abonnements liegen.

17. Im Falle der eintretenden Zahlungsunfähigkeit oder Zahlungsverzögerung einer im Auftrag eines Unternehmens handelnden Mediaagentur haftet das Unternehmen als Nutznießer der Insertion für die Forderungserfüllung gegenüber dem Verlag.

18. Das alleinige Urheber- und Nutzungsrecht bei gemeinsam mit Unternehmen entwickelten, redaktionellen Storys liegt alleine beim Verlag. Die Unternehmen garantieren, zeitlich unbefristete Einverständniserklärungen seitens etwaiger, in diesen Storys erwähnten Mitarbeiter eingeholt zu haben, so dass sie vom Verlag für alle Medien dauerhaft und uneingeschränkt nutzbar sind.

19. Für alle in den Medien des Verlages publizierten Inhalte gilt: Der Nachdruck oder die Übernahme in Print-, Online- oder andere Mediengattungen ist nur nach vorheriger Zustimmung des Verlages gestattet. Die Nutzung dieser Storys - etwa für eigene Kanäle auf Seiten des Auftraggebers - bedarf deshalb immer der schriftlichen Zustimmung des Verlages und wird maximal zeitlich befristet für die Dauer der kostenpflichtigen Zusammenarbeit zwischen Auftraggeber und Verlag gewährt. Sie kann vom Verlag jederzeit widerrufen werden. Der Auftraggeber ist nicht berechtigt, sie in anderen als den unternehmenseigenen Kanälen zu verbreiten, etwa in Produkten anderer Medienunternehmen.

20. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Der Gerichtsstand ist der gesetzliche.

21. Selbst wenn eine der hier verwendeten Klauseln unwirksam sein sollte, wird die Wirksamkeit der übrigen Klauseln nicht berührt.