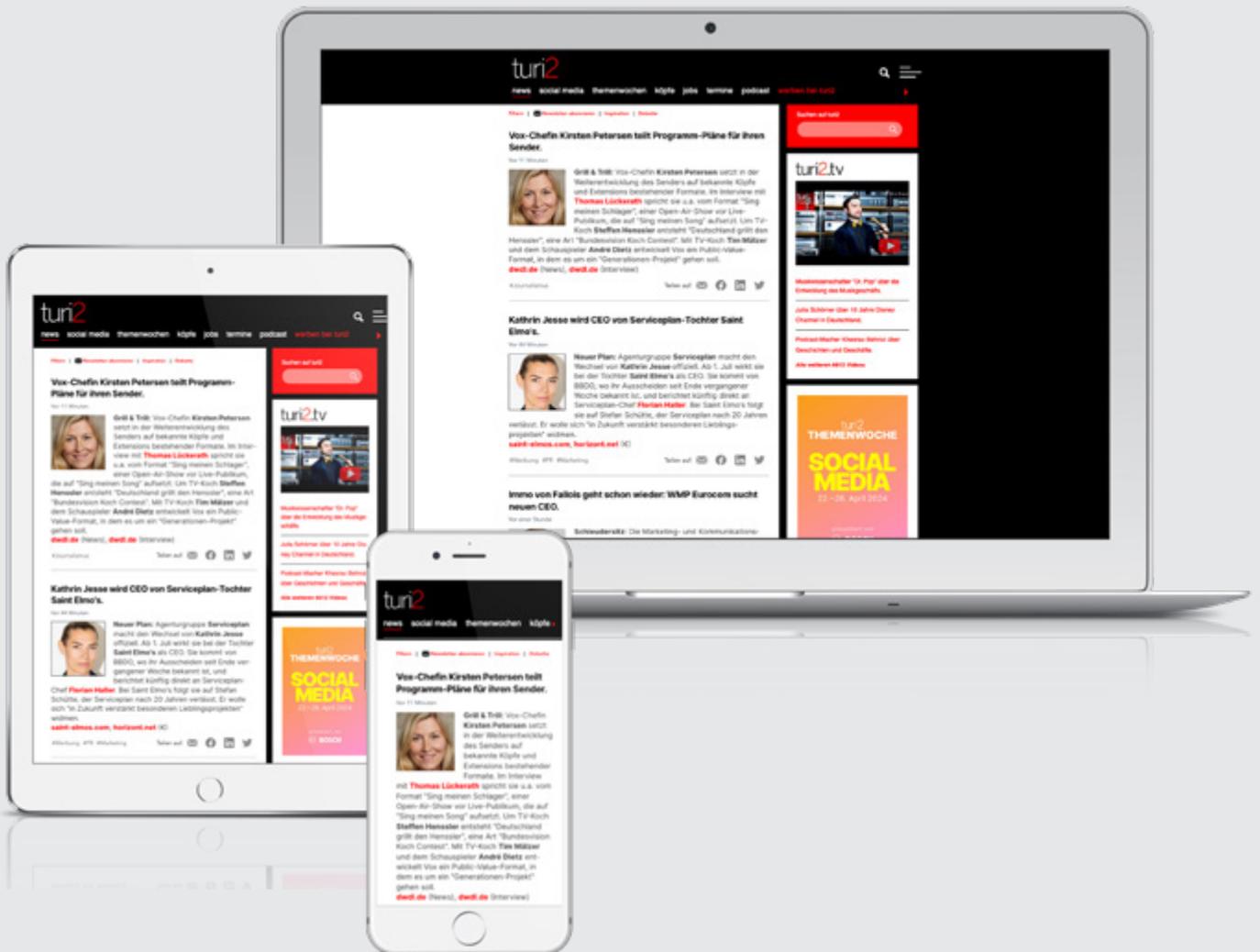


# turi2

## Mediadaten 2024



### turi2.de

turi2 ist der Newsdienst der Branche. Führende Köpfe der Kommunikation informieren sich im Newsletter von turi2 oder auf der Website turi2.de darüber, was die Branche bewegt. Themen sind Medien, Journalismus, PR und Marketing und ihre Schnittstellen zu Politik und Wirtschaft. turi2 setzt das relevante Geschehen der Branche kompakt und unterhaltsam um in echte Intensiv-Information. Denn es gilt: In zwei mal drei Minuten bei turi2 jeden Tag perfekt informiert. Die Leserinnen und Leser sind ausgesprochen treu und zum Teil seit dem Start 2007 dabei. Die turi2 edition und die turi2 Themenwochen bieten gedruckt und online monothematisch vertiefte Informationen und zugleich der Branche eine Bühne. Die Datenbank turi2 köpfe ist eine Art VIP-Verzeichnis der Branche mit täglich neuen Rankings. Realisiert wird turi2.de von einem fünfköpfigen Team um Chefredakteur Markus Trantow. Gründer und Herausgeber Peter Turi kümmert sich gemeinsam mit seiner Frau Heike Turi vor allem um die turi2 Themenwochen.

Auf der Website und im Newsletter - Peter Turi startete ihn 2007 übrigens als ersten Morgennewsletter in Deutschland - bietet das turi2-Team ein hochwertiges journalistisches Umfeld für Ihre Werbebotschaften. Wie Sie dieses Top-Umfeld nutzen können, sagt Ihnen Bojan Djurasinovic. Sie verantwortet den Werbeverkauf bei turi2.

### Leistungswerte Online

**Homepage:** turi2.de berichtet über Medien, Journalismus, PR und Marketing. Tagesaktuell im Web und in unseren zahlreichen Newslettern.

**Jobs & Karriere:** Hier können die Nutzer Jobangebote nach Regionen oder Schwerpunkten recherchieren. Der Stellenmarkt wird crossmedial auf der Website, im täglichen Newsletter und Social Media beworben.

**Newsletter:** Mit turi2.de erreichen Sie Ihre Zielgruppe ohne Streuverluste in einem hochwertigen journalistischen Umfeld.

### turi2.de

**Visits \*\*** 192.361

**Page Impressions \*\*** 259.236

**Unique Visitors \*\*** 123.575

**Newsletter \*\*** 20.000

**Buchungsschluss** Per E-Mail 3 Werktage vor Schaltbeginn:  
bojan.djurasinovic@oberauer.com

**Datenanlieferung** Drei Arbeitstage vor Schaltbeginn an  
media@turi2.de

**Technische Formate** Die Dateien können in den gängigen Formaten GIF, JPG, PNG oder HTML5\* angeliefert werden.  
Die Darstellung von animierten Bannern ist in Newslettern nicht möglich.

**Maximale Dateigröße** HTML5: Polite 60 KB, max. bis 199 KB nachladen; GIF/JPG/PNG: max. 500 KB

**Stornierungen** Siehe AGB

\* Anforderungsprofil für HTML5:  
[support.google.com/dfp\\_premium/answer/7046799?hl=de](https://support.google.com/dfp_premium/answer/7046799?hl=de)

\*\* Daten: Januar 2024

### Website Banner Spezifikationen

Werbemittel	Desktop	Preis in €/Woche
Topbanner	940 x 400	3.450,-



### Paket Topbanner Plus

1 Woche Website-Banner 940x400 plus 10x Ausspielung Newsletter (1 Woche) 400x170	Preis in €/Paket
	9.500,-

### Newsletter

Tagesbuchung	Infos	Aussendung	Preise pro Ausspielung
TB Anzeige	20.000 Empfänger	Montag bis Freitag 07:00 und 17:00 Uhr	1.000,-
TB Kombianzeige	20.000 Empfänger	Montag bis Freitag 07:00 und 17:00 Uhr	1.200,-
TB Maxianzeige	20.000 Empfänger	Montag bis Freitag 07:00 und 17:00 Uhr	1.500,-
Headbanner	20.000 Empfänger	Montag bis Freitag 07:00 und 17:00 Uhr	1.500,-

Die Anzeige erscheint im Newsstream auf turi2.de und im turi2-Newsletter.

#### Wichtig zu animierten Werbemitteln:

Die Ausspielung kann nicht in allen Apps und Browsern garantiert werden, daher sollten alle relevanten Informationen bereits im ersten Frame verbaut sein.

Sämtliche Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen Steuern.  
Alle Angaben in Pixel

### Headbanner

Datenanlieferung	min. 3 Werktage vor Erscheinen an <a href="mailto:media@turi2.de">media@turi2.de</a>
B x H in Pixel	400 x 170 px
Max. Dateigröße	100 KB
Dateityp	PNG, GIF oder JPG; 72 dpi
Link	ggf. mit CTA

### Text-Bild-Ad

Anlieferung Material	min. 3 Werktage vor Erscheinen an <a href="mailto:media@turi2.de">media@turi2.de</a>
Bild (B x H in Pixel)	150 x 150 px TB Anzeige 600 x 400 px TB Kombianzeige 600 x 900 px TB Maxianzeige
Max. Dateigröße	100 KB
Text	ca. 300 Zeichen
Dateityp	PNG, GIF oder JPG; 72 dpi
Link	ggf. mit CTA

### Wichtig zu animierten Werbemitteln in Newslettern:

Die Auspielung kann nicht in allen Apps und Browsern garantiert werden, daher sollten alle relevanten Informationen bereits im ersten Frame verbaut sein.

### Bojan Djurasinovic

Mediaberatung/Projektleitung  
[bojan.djurasinovic@oberauer.com](mailto:bojan.djurasinovic@oberauer.com)  
 Tel: 0043 6225 2700 0



### Die größte Bühne der Branche – und Ihr Thema im Mittelpunkt

Mit dem Format „turi2 Themenwoche“ erreichen wir mehr als 50.000 interessante Persönlichkeiten unserer Branche, die übrigens selbst wiederum spannende Multiplikatoren sind. In der neuen Verlagskonzeption wird die Themenwoche zum einen bei turi2.de, aber auch bei meedia.de, kress.de und prreport.de ausgespielt – eine Woche lang die größte Bühne der Branche für Ihr Thema!

### Themenwochen-Sponsoring

Paket	Ausspielung	Paketpreis
Exklusiv-Sponsoring	turi2.de, meedia.de, kress.de, prreport.de	€ 19.500,-
Co-Sponsoring (2-3 Sponsoren)	turi2.de, meedia.de, kress.de, prreport.de	€ 12.000,-
Format	Kundenlogo in verschiedenen Variationen	
Reichweite	ca. 400.000 bis 500.000 Views	
Option	redaktioneller Beitrag des Sponsors	
Laufzeit	eine Woche auf turi2.de, in drei Vorabanzeigen, auf den Social-Media-Kanälen von turi2 und dauerhaft auf turi2.de/themenwochen	

### Top Banner

Preis	€ 12.000,- /Woche
Reichweite	bis zu 300.000 Views auf turi2.de, kress.de, meedia.de, prreport.de
Laufzeit	1 Woche bei den Themenwochen Website (Mo-So) plus 10 Ausspielungen im Newsletter turi2.de
Format	940 x 400 px (Website), 400 x 170 px (Newsletter)
nach Verfügbarkeit	kress.de, prreport.de, meedia.de Newsletterformat: 590 x 400 px Websiteformat: 970 x 250 px, 300 x 100 px, 300 x 250 px

### Die nächsten Themenwochen 2024

Monat	Datum	Themenwoche
August	12.08. – 18.08.	Themenwoche <b>Gesundheits-Kommunikation</b>
September	09.09. – 15.09.	Themenwoche <b>Zeitungen</b>
Oktober	14.10. – 20.10.	Themenwoche <b>Finanz-Kommunikation</b>
November	11.11. – 17.11.	Themenwoche <b>Zeitschriften</b>
Dezember	09.12. – 15.12.	Themenwoche <b>Agenda 2025</b>



**Peter Turi**  
Herausgeber  
peter.turi@turi2.de  
Tel: 0049 151 11197427



**Heike Turi**  
heike.turi@turi2.de  
Tel: 0049 172 4541999

**Verlag**

MEDIENFACHVERLAG OBERAUER  
Johann Oberauer GmbH  
Fliederweg 4  
5301 Eugendorf, Salzburg  
Österreich

**Zahlungsbedingungen**

Zahlung: 30 Tage nach Erhalt der Rechnung ohne Abzug.  
Ust-Ident-Nr.: ATU 349 15 900

**Bankverbindung**

Volksbank Freilassing  
IBAN: DE91 7109 0000 0100 2515 85  
BIC: GENODEF1BGL

**Internet**

[www.turi2.de](http://www.turi2.de)

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zwecke der Verbreitung.

2. Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten für alle von der Johann Oberauer GmbH (im Folgenden: „Verlag“) entgegengenommenen Anzeigenaufträge. Abweichende Geschäftsbedingungen des Auftraggebers gelten nicht, auch wenn der Verlag ihnen nicht ausdrücklich widerspricht.

3. Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb des laufenden Kalenderjahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb des laufenden Kalenderjahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.

4. 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 innerhalb des laufenden Kalenderjahres abzurufen.

5. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, kann sich der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, nicht auf einen mit dem Verlag vereinbarten (Mengen-)Nachlass berufen, sondern nur auf denjenigen Nachlass, der entsprechend der tatsächlichen Abnahme gewährt worden wäre.

6. Für die Aufnahme von Anzeigen und Fremdbeilagen in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift wird keine Gewähr geleistet, es sei denn, dass der Auftraggeber die Gültigkeit des Auftrags ausdrücklich davon abhängig gemacht hat. Bei rubrizierten Anzeigen gewährleistet der Verlag den Abdruck in der jeweiligen Rubrik, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.

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

8. Der Auftraggeber versichert, dass die von ihm übermittelten und zu veröffentlichenden Anzeigen nicht gegen Gesetze, behördliche Bestimmungen oder sonstige Vorschriften verstoßen.

9. Der Verlag behält sich vor, rechtsverbindlich bestätigte Aufträge sowie einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn begründeter Anlass für die Annahme besteht, dass 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 dessen Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

10. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.

11. Der Auftraggeber wird dem Verlag festgestellte Mängel der veröffentlichten Anzeigen unverzüglich nach Feststellung anzeigen.

11.1. Soweit im Folgenden nichts Abweichendes bestimmt ist, leistet der Verlag für die von ihm veröffentlichten Anzeigen in der Weise Gewähr, dass diejenigen Anzeigen, die Mängel aufweisen, durch unentgeltliche Veröffentlichung einer einwandfreien Ersatzanzeige nachgebessert werden, sofern der Zweck der Anzeige durch den Mangel beeinträchtigt wurde.

11.2. Bei fehlgeschlagener Nachbesserung kann der Auftraggeber nach seiner Wahl entweder verlangen, dass der Preis herabgesetzt wird, oder vom Vertrag zurücktreten. Der Auftraggeber kann stattdessen auch Schadensersatz nach Maßgabe der folgenden Ziffer geltend machen, wenn der Verlag den Mangel zu vertreten hat.

11.3. Weitergehende Gewährleistungsansprüche des Auftraggebers sind ausgeschlossen, soweit nicht wegen des Fehlens einer garantierten Beschaffenheit oder des arglistigen Verschweigens eines Mangels zwingend gehaftet wird.

11.4. Die Gewährleistungsfrist beträgt drei Monate ab Veröffentlichung der Anzeige.

12. Der Verlag haftet für sämtliche Schäden, die von ihm, seinen gesetzlichen Vertretern

oder Erfüllungsgehilfen vorsätzlich verursacht werden, maximal in Höhe des Auftragswertes. Der Verlag haftet auch für solche Schäden, die von ihm, seinen gesetzlichen Vertretern oder leitenden Angestellten grob fahrlässig verursacht werden. Weiterhin haftet der Verlag für Schäden aus der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit, die von ihm, seinen gesetzlichen Vertretern oder seinen Erfüllungsgehilfen verschuldet sind.

12.1. Für andere als unter 12 Satz 3 bezeichnete Schäden, die vom Verlag, seinen gesetzlichen Vertretern oder leitenden Angestellten lediglich leicht fahrlässig verursacht werden, haftet der Verlag nur bei der Verletzung vertragswesentlicher Pflichten (Kardinalpflichten). Die Haftung des Verlages ist in diesem Fall auf den vertragstypischen vorhersehbaren Schaden beschränkt.

12.2. Vorbehaltlich der Regelungen in 12 Satz 1 und 3 haftet der Verlag für Erfüllungsgehilfen, die nicht zu seinen gesetzlichen Vertretern oder leitenden Angestellten zählen, nur, wenn diese eine vertragswesentliche Pflicht (Kardinalpflicht) schuldhaft verletzen. Die Haftung des Verlages ist auch in diesem Fall auf den vertragstypischen vorhersehbaren Schaden beschränkt.

12.3. Im Übrigen ist die Haftung des Verlages – gleich aus welchem Rechtsgrund – ausgeschlossen. Unberührt hiervon bleibt die Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz und nach sonstigen zwingenden gesetzlichen Vorschriften.

13. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Sämtliche hierdurch entstehende Kosten hat der Auftraggeber zu tragen. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzugs gesetzten Frist mitgeteilt werden.

14. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

15. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Dem Auftraggeber bleibt der Nachweis eines geringeren Verzugschadens vorbehalten. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags 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 Betrags von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

16. Angenommene und damit rechtsverbindliche Aufträge unterliegen folgenden Stornofristen und Stornogeühren:

Print:

Ab Auftragserteilung bis Anzeigenschluss 25% der Auftragssumme  
Ab Anzeigenschluss bis DU Schluss 50% der Auftragssumme  
Ab DU Schluss bis zum Druck des Mediums 75% der Auftragssumme  
Ab Druck des Mediums 100% der Auftragssumme

Online:

Nach Buchungsbestätigung und ab zwei Wochen vor dem Schaltertermin 100% des Auftragswertes.

17. Der Verlag liefert mit 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.

18. Druckunterlagen werden nur auf besondere Aufforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrags.

19. Erfüllungsort ist Salzburg. Gerichtsstand für sämtliche Streitigkeiten und Verfahrensarten aus oder im Zusammenhang mit dem Anzeigenauftrag einschließlich seiner Wirksamkeit ist Salzburg.

20. Änderungen und/oder Ergänzungen des Anzeigenauftrages bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform. Dies gilt auch für eine Änderung dieses Schriftformerfordernisses.

20.1. Sollten einzelne Bestimmungen des Anzeigenauftrages unwirksam sein, so bleibt die Wirksamkeit der sonstigen Bestimmungen davon unberührt.