

Das  
Buch zum  
Internet-  
Portal



Der offizielle Studienführer  
für Deutschland 

# MEDIADATEN PRINT

**Top-  
Reichweite**  
rund 400.000  
Exemplare Print

# Die Medien

des **offiziellen** Studienführers  
der Bundesrepublik Deutschland

**D**ie Medienkombination „*Studienwahl*“, bestehend aus dem gleichnamigen Handbuch und dem Internetportal [www.studienwahl.de](http://www.studienwahl.de), informiert die (Vor-)Abschlussklassen an Gymnasien und Oberschulen umfassend und fundiert rund um die Studienwahl und das Studium.

Diese offiziellen Informationsmedien werden im Auftrag der **Bundesagentur für Arbeit** und der **Stiftung für Hochschulzulassung** jährlich in neuer Auflage erstellt.

Das Online-Portal [www.studienwahl.de](http://www.studienwahl.de) gibt einen Überblick über alle Studienmöglichkeiten in Deutschland und ist seit 25 Jahren am Markt etabliert – mit bis zu einer Million Besucherinnen und Besuchern sowie

mehreren Millionen Seitenaufrufen pro Jahr. Es ist sowohl auf Desktop/Laptop als auch auf Handy und Tablet sehr gut nutzbar – und crossmedial eng vernetzt mit dem Buch.

Das **grüne Buch**, das es seit 56 Jahren gibt, erscheint einmal jährlich Mitte August und wird mit einer Auflage von derzeit über 400.000 Exemplaren **bundesweit** an den weiterführenden **Schulen**, die zur Hochschulreife führen sowie in den **Berufs-informationszentren (BiZ)** verteilt.

Insgesamt erhalten jährlich etwa **265.000 Schülerinnen und Schüler** die Buchausgabe direkt von ihren Lehrkräften ausgehändigt – an mehr als 5.000 Schulen im gesamten Bundesgebiet.

**Der  
offizielle  
Studien-  
führer**



### VIER WICHTIGE GRÜNDE FÜR IHRE WERBEPLATZIERUNG:

- ▶ Zugang zu den künftigen Studierenden
- ▶ Zugang zu Abiturientinnen und Abiturienten als künftige Fach- und Führungskräfte
- ▶ Zugang zur Zielgruppe der 16- bis 21-Jährigen mit hoher Bildung
- ▶ Nutzung durch die Beratungsfachkräfte und Berufsorientierungslehrer\*innen der Schülerinnen und Schüler (Multiplikatoren)
- ▶ Das Buch ist auch sehr bekannt bei Eltern und Erziehungsberechtigten, die es zum Teil auch selbst genutzt haben und schätzen – und weiterempfehlen.

Studienwahl ist das **bekannteste** Informationsangebot zur Studienorientierung!



„An meiner Schule gingen die Studienwahl-Bücher weg wie warme Semmeln.“

Viktor R., Student, Nürnberg



Nutzen auch Sie das Buch von „**Studienwahl**“, dem grünen Klassiker der Studien- und Berufsorientierung, für Ihre konkreten **Studien- und Ausbildungsangebote** oder Ihre allgemeinen **Recruiting-, Bildungs- und Employer-Branding-Motive**. So erreichen Sie über das gesamte Jahr punktgenau Ihre Zielgruppe.

„**Studienwahl**“ ermöglicht Ihnen den optimalen Zugang zu den **Abiturientinnen und Abiturienten** als **künftige Studierende** bzw. als künftige engagierte und gefragte **Fach- und Führungskräfte!**

## Inhaltsverzeichnis

„Studienwahl“ im Überblick

2 - 3

Daten & Fakten / Formate & Preise  
Technische Daten

4 - 7

8 - 9

Referenzen

10

AGB

11

Kontakt

12

# Daten & Fakten

Zielgruppe / Nutzen / Fakten



## Studienwahl 2026/2027

**S**tudienwahl informiert umfassend rund um die Themen Orientierung, Studium, Finanzierung und Bewerbung. Der **offizielle Studienführer für Deutschland** wird im Auftrag der Bundesagentur für Arbeit und der Stiftung für Hochschulzulassung kostenlos an die Schülerinnen und Schüler der Abschlussjahrgänge weiterführender Schulen im gesamten Bundesgebiet verteilt.

Mit der kommenden 56. Ausgabe werden **die angehenden Abiturientinnen und Abiturienten** der Jahre 2026 und 2027 angesprochen. Die Verteilung erfolgt in direkter Ausgabe – vielerorts in Klassensatzstärke – durch die Lehrkräfte im August/September 2026.

## Verteilerschlüssel Print Schulen 2025

Nielsen	Länder	Exemplare*
I	Schleswig-Holstein	<b>5.256</b>
	Hamburg	<b>3.581</b>
	Bremen	<b>2.350</b>
	Niedersachsen	<b>14.104</b>
II	Nordrhein-Westfalen	<b>59.664</b>
IIIa	Rheinland-Pfalz	<b>14.034</b>
	Hessen	<b>11.044</b>
	Saarland	<b>4.574</b>
IIIb	Baden-Württemberg	<b>37.352</b>
IV	Bayern	<b>38.710</b>
VI	Mecklenburg-Vorpommern	<b>3.803</b>
	Brandenburg	<b>5.562</b>
	Berlin	<b>13.241</b>
	Sachsen-Anhalt	<b>3.700</b>
VII	Sachsen	<b>12.696</b>
	Thüringen	<b>5.817</b>
	Gesamt Deutschland	<b>235.488</b>

\* Die Zahlen beziehen sich auf die Ausgabe 2025/2026.  
Der Verteilerschlüssel für die Ausgabe 2026/2027 liegt erst im März 2026 vor.

## Der „grüne Klassiker“ bietet Ihnen einzigartige Vorteile:



*„Studienwahl ist ein wiederkehrender Bestandteil, wenn es um die Mediaplanung unserer Aktivitäten im Studierendenmarketing geht. Am Studienführer gefällt uns insbesondere das redaktionelle Umfeld zur Orientierungs- und Entscheidungshilfe.“*

Jan Winters, Pressestelle, Christian-Albrechts-Universität zu Kiel (CAU)

”

- ▶ Vertrauensvorsprung durch sachliche und seriöse Inhalte und öffentliche Herausgeber
- ▶ Direkte Verteilung an den Schulen
- ▶ Intensive und vielfache Nutzung über einen längeren Zeitraum
- ▶ Ganzjährige Präsenz Ihrer Werbung
- ▶ Enorme Auflage von rund 400.000 Exemplaren
- ▶ Sehr hoher Bekanntheitsgrad
- ▶ Ein Nachschlagewerk, das seit 56 Jahren genutzt wird.
- ▶ Früher Kontakt zu künftigen Studierenden
- ▶ Hohe Affinität zur Zielgruppe
- ▶ Hohe Identifikation der Zielgruppe mit dem Medium

Fach- und  
Führungskräfte  
von morgen

### SIE ERREICHEN MIT IHRER ANZEIGE:

- ▶ Alle Schülerinnen und Schüler eines Abiturientenjahrgangs in den Vorabgangsklassen an Gymnasien bzw. Schulen, die die allgemeine oder eine fachgebundene Hochschulreife vermitteln, sowie in den Abschlussklassen an Schulen, die die Fachhochschulreife vermitteln
- ▶ Studieninteressierte
- ▶ Studierende / Studienfachwechsler\*innen
- ▶ junge Zielgruppe der ca. 16-21-Jährigen mit hoher Bildung
- ▶ Eltern / Studienberatungsstellen
- ▶ Wissenschaftsverwaltungen und Wissenschaftsbetriebe
- ▶ Unternehmen und Betriebe

### Fakten

#### GESAMTAUFLAGE 2025/2026:

- ▶ rund 400.000 Exemplare

#### SCHULEN:

- ▶ ca. 236.000 Exemplare

#### BUNDESAGENTUR FÜR ARBEIT, MINISTERIEN USW.:

- ▶ ca. 164.000 Exemplare

#### ERSCHEINUNGSWEISE:

- ▶ Jährlich, Mitte August

#### UMFANG:

- ▶ ca. 350 Seiten
- ▶ Format: 148 x 210 mm (DIN A5)

#### VERTRIEB:

- ▶ Kostenlose Verteilung an Schulen und im BiZ. „Studienwahl“ ist außerdem im Buchhandel und direkt beim Verlag erhältlich. Buchungen sind nur in der Gesamtauflage möglich.

# Formate & Preise

Studienwahl 2026/2027

## Anzeigen mit Kapitel-Platzierung (Breite x Höhe)

### WICHTIGE TERMINE

- Erscheinungstermin: August 2026
- Anzeigenschluss: 01.06.2026
- Druckunterlagen: 08.06.2026



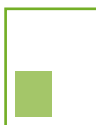
1/1 Seite 120 mm x 184 mm  
4-farbig ..... **15.645,00** EUR



1/4 Seite quer  
120 mm x 46 mm  
4-farbig ..... **5.880,00** EUR  
s/w ..... **3.843,00** EUR



1/1 Seite 148 mm x 210 mm  
(im Anschnitt)  
4-farbig ..... **16.632,00** EUR



1/4 Seite hoch  
58,5 mm x 92 mm  
4-farbig ..... **5.880,00** EUR  
s/w ..... **3.843,00** EUR



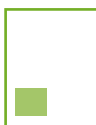
1/2 Seite quer  
120 mm x 92 mm  
4-farbig ..... **8.873,00** EUR



1/8 Seite 2-spaltig  
120 mm x 23 mm  
4-farbig ..... **3.129,00** EUR  
s/w ..... **2.048,00** EUR



1/2 Seite quer  
148 mm x 104 mm  
(im Anschnitt)  
4-farbig ..... **9.440,00** EUR



1/8 Seite 1-spaltig  
58,5 mm x 46 mm  
4-farbig ..... **3.129,00** EUR  
s/w ..... **2.048,00** EUR



1/2 Seite hoch  
58,5 mm x 184 mm  
4-farbig ..... **8.873,00** EUR



1/16 Seite 1-spaltig  
58,5 mm x 23 mm  
4-farbig ..... **1.817,00** EUR  
s/w ..... **1.208,00** EUR

**BITTE BEACHTEN SIE AUCH DIE  
TECHNISCHEN DATEN AUF SEITE 8  
UND SEITE 9!**



## Sonderplatzierungen

### Direkt im Inhaltsverzeichnis, linke Seite



1/1 Seite 120 mm x 184 mm  
4-farbig..... **16.695,00** EUR



1/1 Seite 148 mm x 210 mm  
(im Anschnitt)  
4-farbig..... **18.113,00** EUR

### Im vorderen Teil

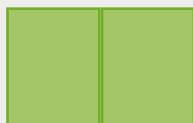


1/1 Seite 120 mm x 184 mm  
4-farbig..... **15.698,00** EUR



1/1 Seite 148 mm x 210 mm  
(im Anschnitt)  
4-farbig..... **16.695,00** EUR

### Panoramaanzeige



2/1 Seite 296 mm x 210 mm (im Anschnitt)  
4-farbig..... **26.145,00** EUR

### Von A bis Z (Sachworte)



1/1 Seite 120 mm x 184 mm  
4-farbig..... **15.645,00** EUR



1/1 Seite 148 mm x 210 mm  
(im Anschnitt)  
4-farbig..... **16.632,00** EUR

## Umschlagseiten

### (U2)



1/1 Seite 142 mm x 210 mm  
(im Anschnitt)  
4-farbig..... **23.573,00** EUR

### (U3)



1/1 Seite 142 mm x 210 mm  
(im Anschnitt)  
4-farbig..... **18.323,00** EUR

### (U4)



1/1 Seite 148 mm x 210 mm  
(im Anschnitt)  
4-farbig..... **23.573,00** EUR



**Einhefter**  
(1/1 Vorder- und Rückseite)  
auf ca. 150g-Papier inkl.  
Perforation

Grundpreis  
ohne Herstellung..... **17.514,00** EUR  
Einhefter werden günstig bei Druck-  
legung des Handbuches mitproduziert.  
Meramo übermittelt Ihnen dazu gerne ein  
Angebot! Die Platzierung von Einheftern  
ist von besonderen technischen Vorga-  
ben abhängig.  
Fragen dazu beantwortet Ihnen gerne  
Andreas Brehm: +49 (0)911/937739-31

### MENGEN- STAFFEL:

- 2 Seiten 5%
- 3 Seiten 7%

### MALSTAFFEL:

- 3 Anzeigen 3%
- 6 Anzeigen 6%
- 9 Anzeigen 9%

Rabattierungen gelten pro Auftrag! Agenturprovision 15%, Zahlungsbedingungen: Zahlung rein netto, sofort nach Rechnungserhalt. Alle Preise zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer.

# Technische Daten

Studienwahl 2026/2027

## PRINT

### Druckverfahren:

Rollenoffset, 4c

### Format, Satzspiegel, Raster:

Buchformat: 148 x 210 mm (DIN A5)

Satzspiegel: 120 x 184 mm

### Dateiformate/-anforderungen, generell:

- ▶ Druckfähiges HiRes-PDF (300 dpi, Euroskala)
- ▶ Ohne Beschnittzeichen
- ▶ keine Beschriftungen/Druckermarken im PDF (z.B. Datum, Dateiname, Positionsmarken usw.)
- ▶ kein zusätzlicher Weißraum um die Anzeige
- ▶ Empfehlung: schwarze Schrift in 100 % schwarz anlegen, ins PDF eingebettet oder als Pfade, QR-Codes in s/w
- ▶ EPS (Schriften eingebettet oder in Pfade konvertiert)
- ▶ TIFF/JPG (mind. 300 dpi, optimal 600 dpi)

### Druckprofile:

- ▶ Umschlagseiten und Einhefter: (Fogra 51) PSoc coated\_v3.icc
- ▶ Innenseiten: (Fogra 45) PSO\_LWC\_Improved\_eci.icc

### Anzeigen im Satzspiegel

- ▶ ohne Beschnitt und Positionsmarken

### Anzeigen im Anschnitt

- ▶ mit 3 mm Beschnitt umlaufend, ohne Positionsmarken
- ▶ wichtige Inhalte mit mind. 5 mm Abstand zum Anzeigenrand anlegen
- ▶ keinen Rahmen um das Motiv

### Umschlagseiten 2 und 3 (siehe rechts Formate)

- ▶ am Bund 6 mm Sicherheitsabstand beachten

### Umschlagseite 4 (siehe rechts Formate)

- ▶ Rillung bei 6 mm beachten (Der Sicherheitsabstand dient zur Vermeidung von Motivstörungen und Einschränkung der Lesbarkeit.)

### Farbformate:

s/w-Anzeigen: Graustufen

Farbanzeigen: CMYK (Euroskala), Farbauftrag max. 300 %

### Datenübermittlung:

Per E-Mail an: [a.brehm@meramo.de](mailto:a.brehm@meramo.de)  
Bei Rückfragen ist Andreas Brehm für Sie da unter Telefon: +49 (0)911/937739-31

Die Farbverbindlichkeit von Anzeigen kann nur sichergestellt werden, wenn mit den Druckdaten ein Proof geliefert wird.





## 1/1 Anzeige im Innenteil

### 1/1 Seite im Anschnitt

**Format Netto:**  
Breite 148 mm x Höhe 210 mm

**Format Brutto:**  
Breite 154 mm x Höhe 216 mm

**Sicherheitsabstand 5 mm**  
**Beschnittzugabe 3 mm**

### 1/1 Seite im Satzspiegel

**Format:**  
Breite 120 mm x Höhe 184 mm

— Anzeigenformat Netto —  
— Anzeigenformat Brutto —

## Umschlagseite 4

### 1/1 Seite im Anschnitt

**Format Netto:**  
Breite 148 mm x Höhe 210 mm

**Format Brutto:**  
Breite 154 mm x Höhe 216 mm

**U4**

**Sicherheitsabstand 6 mm** ----  
**Beschnittzugabe 3 mm**

## Umschlagseiten 2/3

### 1/1 Seite im Anschnitt

**Format Netto:**  
Breite 142 mm x Höhe 210 mm

**Format Brutto:**  
Breite 148 mm x Höhe 216 mm

**U2/3**

**Sicherheitsabstand 6 mm** ----  
**Beschnittzugabe 3 mm**

Umschlagseite 3: Rillung links  
Umschlagseite 2: Rillung rechts

Rillung rechts

— Anzeigenformat Netto —  
— Anzeigenformat Brutto —

— Anzeigenformat Netto —  
— Anzeigenformat Brutto —

# Referenzen

Eine Auswahl unserer Kunden

 <b>Bundesagentur für Arbeit</b> bringt weiter.	<b>Peek &amp; Cloppenburg</b>	<b>SDU</b>  Faculty of Engineering	 Studieren mit Meerwert STUDIERN IN >  MV.
 <b>BUNDESWEHR</b>	 <b>Volksbanken Raiffeisenbanken</b>		<b>b.tu</b> Brandenburgische Technische Universität Cottbus - Senftenberg
 <b>no design new thinking</b>  <b>eufom</b> BUSINESS SCHOOL	 <b>IST</b> HOCHSCHULE für Management	<b>SIEMENS</b> Ingenuity for life	 <b>DFS Deutsche Flugsicherung</b>
 <b>LEUPHANA</b> UNIVERSITÄT LÜNEBURG	 <b>UNIVERSITÄT WÜRZBURG</b>	 <b>BAUHAUS</b>	<b>MV</b>  Mecklenburg-Vorpommern Ministerium für Bildung und Kindertagesförderung
 <b>Bundesamt für Verfassungsschutz</b>	 <b>unibz</b> Freie Universität Bozen Libera Università di Bolzano Università Ledia de Bultsan	 <b>FOM</b> Die Hochschule. Für Berufstätige.	 <b>Salem Kolleg</b> Erleben. Verstehen. Entscheiden.
 <b>CAU</b> Christian-Albrechts-Universität zu Kiel	 <b>Ostfalia</b> Hochschule für angewandte Wissenschaften	 <b>HOCHSCHULE ANHALT</b> University of Applied Sciences	<b>fielmann</b>
 <b>JADE HOCHSCHULE</b> Wilhelmshaven Oldenburg Emsfleth	 <b>MHB</b> MEDIZINISCHE HOCHSCHULE BRANDENBURG	 <b>eh</b> Evangelische Hochschule Ludwigsburg	<b>HNU</b> Hochschule Neu-Ulm University of Applied Sciences
<b>DIPLOMA</b> Private staatlich anerkannte Hochschule University of Applied Sciences	 <b>HOCHSCHULE ANSBACH</b>	 <b>Media University</b>	 <b>FAU</b> Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg
<b>ISM</b> INTERNATIONAL SCHOOL OF MANAGEMENT University of Applied Sciences	<b>zeppelin universität</b> zwischen Wirtschaft Kultur Politik	 <b>KATHOLISCHE UNIVERSITÄT EICHSTÄTT-INGOLSTADT</b>	 <b>POLIZEI HESSEN</b>

# Allg. Geschäftsbedingungen

## für Werbekunden

1. Der Werbeauftrag wird erst durch schriftliche Bestätigung der Anzeigenleitung für den Verlag bindend, immer unter dem Vorbehalt der Auftragsvergabe durch die öffentliche Hand für die aktuelle Ausgabe/Laufzeit und Buchung. Für die richtige Ausführung fernmündlich erteilter Aufträge wird keine Verantwortung übernommen. Mündliche Absprachen sind stets erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag bzw. die Anzeigenleitung gültig.
2. Aufträge für Anzeigen müssen so rechtzeitig bei der Anzeigenleitung eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Grundsätzlich ist eine Stornierung von Aufträgen möglich. Sie muss schriftlich oder per E-Mail bei Meramo Verlag eingehen. Bei einer Stornierung mindestens 30 Werktage vor Anzeigenschluss entstehen dem Auftraggeber keine Kosten. Spätere Stornierungen werden bis zum Anzeigenschluss pauschal mit einer Bearbeitungsgebühr von 25% des Bruttobuchungsvolumens des jeweiligen Auftrages berechnet. Ab Anzeigenschluss erhöht sich die Pauschale auf 100% des Bruttobuchungsvolumens. Bei Teilstornierungen ist die vorstehende Regelung entsprechend anzuwenden.
3. Die Anzeigenleitung behält sich vor, Werbeaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages oder wenn der Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen, z.B. auch Schulgesetze der Länder, verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar wäre, abzulehnen. Werben Bildungseinrichtungen mit Sitz in Deutschland mit akademischen Titeln, die nicht als Hochschulen anerkannt sind, dann ist anzugeben, welche (ausländische) Hochschule den Titel verleiht. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
4. Anzeigen, die aufgrund ihrer Gestaltung evtl. nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ kenntlich gemacht.
5. Für die Aufnahme von Anzeigen an bestimmten Plätzen wird keine Gewähr übernommen, Ausnahmen sind gebuchte Platzierungen.
6. Der Umfang der Printausgabe sowie die Auflagenhöhe unterliegen vorbehaltlich der Entscheidung der öffentlichen Hand. Der Ausschluss von Mitbewerbern des Auftraggebers ist nicht möglich.
7. Für die rechtzeitige Lieferung einwandfreier Daten und Druckunterlagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen und Daten fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden diese erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Werbungtreibende bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche. Treffen beschädigte Druckunterlagen erst unmittelbar vor Drucklegung der Printausgabe bei der Anzeigenverwaltung ein, so hat der Werbungtreibende die aus den erforderlichen Sonderbemühungen entstehenden Kosten zu tragen.
8. Druckunterlagen und Datenträger werden nur auf besonderen Wunsch auf dem normalen Postweg an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.
9. Sind die erforderlichen Unterlagen des Auftraggebers nicht rechtzeitig eingegangen, so ist der Verlag berechtigt, den bestellten Anzeigen- und Werberaum nach den Bedingungen des Auftrages zu berechnen.
10. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf eine Zahlungsminderung, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde und ein Verschulden des Verlages vorliegt. Der Schadensersatz beschränkt sich in jedem Falle jedoch auf das Recht, die kostenlose Wiederholung der Anzeige im nächsten Jahr zu verlangen. Geringe Abweichungen in der Abdruckhöhe oder im Farbton berechtigen nicht zu Ersatzansprüchen oder Preisnachlässen.
11. Reklamationen müssen innerhalb von zwei Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden. Weitergehende Haftungen des Verlages sind ausgeschlossen.
12. Die Kosten für gewünschte und zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen und für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen hat der Auftraggeber zu tragen.
13. 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. Sendet der Auftraggeber den ihm rechtzeitig übermittelten Probeabzug nicht fristgemäß zurück, so gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt.
14. Die Anzeigenleitung liefert zusammen mit der Rechnung kostenlos einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Auftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belege geliefert.
15. Die Rechnung wird sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige (August des Erscheinungsjahres) übersandt und ist sofort nach Erhalt der Rechnung netto zahlbar. Beanstandungen sind innerhalb von 7 Tagen nach Erhalt der Rechnung geltend zu machen.
16. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden die aktuell marktüblichen Zinsen sowie Einziehungskosten berechnet.
17. Bei gerichtlicher Betreuung der Insertionskosten entfällt der gewährte Nachlass.
18. 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 Nichtkaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nichtkaufleuten, zum Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.



## Ihre Ansprechpartner:

**meramo**  **content  
media  
people**

Meramo Verlag GmbH  
Gutenstetter Straße 2a  
90449 Nürnberg  
www.meramo.de  
info@meramo.de

Geschäftsführer: Andreas Bund  
Prokuristin: Kristina Ansorge

Chefredaktion: Carmen Freyas  
Redaktion: Christoph Bortolotti  
stuwa-redaktion@meramo.de

Titel-Illustration: Marie Demme  
Fotos: Hans-Martin Issler, Martina  
Striegl-Klehn

Tel.: +49 (0)911 937739-0  
Fax: +49 (0)911 93 77 39-99

## Media Sales Print:

### Verkaufsmanager:

Herr Andreas Brehm  
anzeigen@meramo.de  
Tel.: +49 (0)911 937739-31

### Bankverbindung:

Castell Bank Nürnberg  
IBAN: DE77 7903 0001 0004 0012 26  
BIC: FUCEDE77XXX

Herausgeber:

**hochschul  
start.de**  
Stiftung für Hochschulzulassung



**Bundesagentur  
für Arbeit**