

# Das Büro

Magazin für moderne Büroarbeit

## Mediadaten 2017



20 Jahre Das Büro:  
**PRIMA VIER**  
geht auf DIN A4!



**BEST PRACTICE:**

Office  
& Objekt



**EINSTELLUNGS-  
SACHE:**

Beamer  
oder Display



**KABEL & CO.:**

Clever elektrifiziert



Stand: 14.02.2017

**1 Kurzcharakteristik/USP:**

Die Fachzeitschrift Das Büro ist das einzige Magazin in Deutschland, das in allen bürorelevanten Bereichen heimisch ist. Das Büro informiert Office-Entscheider kenntnisreich und praxisnah über herausragende Lösungen in den Bereichen Bürokultur, Büroräume, Bürotechnik und Bürobedarf. Im besonderen Fokus steht die Verknüpfung der Aspekte Ergonomie, Design, Qualität, Innovation, Ökonomie und Ökologie als Ausdruck für höchste Office-Excellence. Das Büro ist kompetent, kompakt, komplett.

**Zielgruppen:**

17–19 Millionen Menschen arbeiten in Deutschland derzeit im Büro – das ist fast jeder zweite Beschäftigte. Die Zeitschrift Das Büro richtet sich in diesem Umfeld insbesondere an die Entscheider und Entscheidungsbeteiligten des Mittelstandes.

Das Büro adressiert vor allem folgende Zielgruppen:

- Unternehmer, Inhaber, Geschäftsführer, Vorstände,
- Gewerbliche Einkäufer, IT- und Organisationsverantwortliche aus Unternehmen und öffentlichen Verwaltungen,
- Office-Manager und Office-Assistenten,
- Fachhändler und Berater aus allen büronahen Bereichen,
- Architekten und Einrichter,
- Betriebs- und Personalräte,
- Arbeitsschutzverantwortliche, Sicherheitsingenieure, -beauftragte und -inspektoren,
- Vertreter relevanter Verbände und Genossenschaften sowie
- Arbeitswissenschaftler, Arbeitsmediziner, Betriebs- und Werksärzte.

**2 Erscheinungsweise:** 6x jährlich (zzgl. Sonderhefte)

**3 Jahrgang:** 21. Jahrgang

**4 Web-Adresse:** [www.OfficeABC.DE](http://www.OfficeABC.DE)  
[www.fb.com/Office.Forum](http://www.fb.com/Office.Forum)

**5 Mitgliedschaften/  
Verlag:**

DNB – Mitglied und Medienpartner  
Deutsches Netzwerk Büro e. V.

**Partnerschaften:**

Industrieverband Büro und Arbeitswelt e. V. (IBA), Bundesdeutscher Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management (B.A.U.M.), EU-OSHA-Kampagne „Gesunde Arbeitsplätze – für jedes Alter“

**6 Organ:** DIMBA  
Deutsches Institut für moderne Büroarbeit

**7 Verlag:** PRIMA VIER Verlag Frank Nehring GmbH  
Gustav-Freytag-Straße 7, 10827 Berlin  
Fon: +49 30 479071-0  
Fax: +49 30 479071-20  
E-Mail: [info@OfficeABC.DE](mailto:info@OfficeABC.DE)  
Web: [www.OfficeABC.DE](http://www.OfficeABC.DE)

**8 Redaktion:** Dr. Robert Nehring (Chefredakteur)  
Fon: +49 30 479071-18  
E-Mail: [RN@OfficeABC.DE](mailto:RN@OfficeABC.DE)

Dr. Sebastian Klöß  
Fon: +49 30 479071-13  
E-Mail: [SK@OfficeABC.DE](mailto:SK@OfficeABC.DE)

Hr. Gerrit Krämer  
Fon: +49 30 479071-16  
E-Mail: [GK@OfficeABC.DE](mailto:GK@OfficeABC.DE)

**9/10 Anzeigenverwaltung/  
Vertrieb:** Tobias Meier  
Fon: +49 30 479071-28  
E-Mail: [TM@OfficeABC.DE](mailto:TM@OfficeABC.DE)

<b>11</b>	<b>Bezugspreise:</b>	Einzelpreis: 9,50 € Abonnementpreis Inland: 49 € inkl. Versand und MwSt. Abonnementpreis Ausland: 49 € exkl. Versand und MwSt. (6 Ausgaben Das Büro zzgl. bis zu 4 Sonderhefte und bis zu 4 OFFIXX-Ausgaben)
<b>12</b>	<b>ISSN:</b>	1867-8181
<b>13</b>	<b>Umfangsanalyse:</b>	2015–2016 (Ausgaben 05/15–04/16 = 6 Ausgaben, ohne Sonderausgaben)
	Zeitschriftenformat:	210 x 297 mm (B x H)
	Gesamtumfang:	408 Seiten = 100 %
	Redaktioneller Teil:	357 Seiten = 87,5 %
	Anzeigenteil:	51 Seiten = 12,5 %
	Beilagen:	5 Stück
<b>14</b>	<b>Inhaltsanalyse:</b>	Redaktion 2015/2016 = 357 Seiten (ohne Sonderausgaben)
	Bürokultur:	19 %
	Büroräume:	30 %
	Bürotechnik:	28 %
	Bürobedarf:	12 %
	Sonstiges	11 % (Editorial, Inhalt, Adressen)
<b>15</b>	<b>Auflagenkontrolle:</b>	Publisher's statement

<b>16</b>	<b>Auflagenanalyse:</b>	Exemplare pro Ausgabe im Durchschnitt für die Zeit vom 01.07.2015 bis 30.06.2016
	<b>Auflage</b>	27.120
	<b>Druckauflage:</b>	25.000
	<b>Digitalauflage*:</b>	2.120
	<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):</b>	26.920
	<b>Verkaufte Auflage:</b>	2.261
	– Abonnements:	1.812
	davon digital*:	355
	– Einzelverkauf:	249
	davon digital:	92
	– Sonstiger Verkauf:	200
	<b>Qualifizierter Versand:</b>	21.671
	davon digital*:	1.673
	davon Architekten/Einrichter:	3.878
	<b>Messen/Ausstellungen:</b>	600
	<b>Fachhandel:</b>	2.088
	<b>Freistücke:</b>	300
	<b>Rest-, Archiv- und Belegexemplare:</b>	200

\* Das Büro wird auch in digitaler Form verbreitet, gratis über Webseiten und via E-Mail sowie über Bezahlabonnements bei OnlineKiosk.de. Nähere Informationen auf Anfrage.

**17 Geografische  
Verbreitungsanalyse:**

Wirtschaftsraum	Anteil an tvA
Inland:	26.687 Exemplare
Ausland:	233 Exemplare
tvA:	26.920 Exemplare

**Erhebung:** Die Daten resultieren aus der Das-Büro-Leserbefragung 2016.

**Befragungszeitraum:** 11.07.–05.08.2016

**Größe der Wirtschaftseinheit:**

– 1 bis 10 Beschäftigte:	15 %
– 11 bis 100 Beschäftigte:	43 %
– 101 bis 500 Beschäftigte:	34 %
– 501 und mehr Beschäftigte:	8 %
– Summe:	100 %

**Tätigkeitsmerkmal/  
Stellung im Betrieb:**

– Mitglied der Geschäftsleitung:	27 %
– Leitender Angestellter:	30 %
– Einkäufer:	28 %
– Fachhändler:	9 %
– Office-Professionals/Sonstige:	32 %

Es waren Mehrfachnennungen möglich.

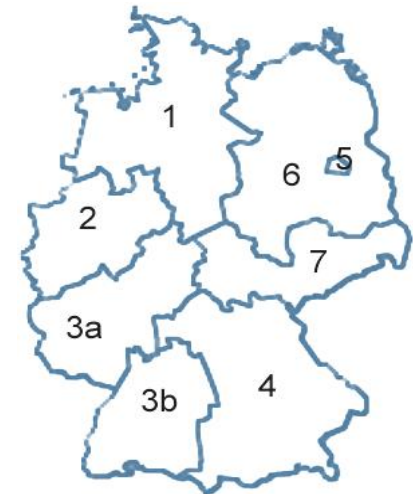
**Entscheidungsvollmacht  
in Bezug auf die Büroausstattung:**

– in vollem Umfang:	52 %
– in eingeschränktem Maße:	34 %
– durch Rat und Recherche:	11 %
– kein Entscheidungsträger:	3 %
– Summe:	100 %

**Verbreitung nach Nielsen-Gebieten:**

- Nielsen 1: Bremen, Hamburg, Niedersachsen, Schleswig-Holstein
- Nielsen 2: Nordrhein-Westfalen
- Nielsen 3a: Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland
- Nielsen 3b: Baden-Württemberg
- Nielsen 4: Bayern
- Nielsen 5+6: Berlin, Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen-Anhalt
- Nielsen 7: Sachsen, Thüringen

– Nielsen 1:	10 %
– Nielsen 2:	23 %
– Nielsen 3a:	19 %
– Nielsen 3b:	22 %
– Nielsen 4:	17 %
– Nielsen 5+6:	4 %
– Nielsen 7:	5 %



Das inhaltliche Konzept von Das Büro basiert auf den Säulen Bürokultur, Büroräume, Bürotechnik und Bürobedarf. Zum Anspruch des Fachmagazins gehört es, viele Brücken zu schlagen – unter anderem zwischen Herstellern und Endkunden sowie zwischen kompetenten Expertenmeinungen und pragmatischen Lösungen.

Rubriken	Inhalte
Bürokultur	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Allgemeine Office-Themen wie Präsentation, Work-Life-Balance, Selbst-, Zeit-, Event- und Travel-Management</li> <li>– Gesundheits-, Sicherheits- und Umweltthemen</li> <li>– Office-Ergonomie mit physischen und psychischen Belastungen, Usability etc.</li> <li>– Das moderne Sekretariat (Karriere, Korrespondenz)</li> <li>– Studien und Praxisbeispiele</li> <li>– News</li> </ul>
Büroräume	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Tische, Stühle, Systemmöbel, z. B. Sitz-Steh-Lösungen, Raumgliederungssysteme, Möbel für Meetings &amp; Konferenzen, Soft Seating, Dritte Ebene, Elektrifizierung</li> <li>– Architektur, Immobilien, Facilitymanagement, Zulieferer</li> <li>– Beleuchtung, Akustik, Klima, Bodenbeläge etc.</li> <li>– News</li> </ul>
Bürotechnik	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Drucker, Kopierer, Scanner</li> <li>– Telekommunikation (Headsets, TK-Anlagen, Kollaborations- und Konferenztechnik etc.)</li> <li>– Displays, Projektoren, Computer, Computerperipherie (Tastaturen, Mäuse etc.)</li> <li>– Server- und WLAN-Technik, Cloud- und Speicherlösungen</li> <li>– Diktiertechnik, Aktenvernichter</li> <li>– Software (Office-Lösungen, Sicherheit, ECM/DMS u. v. m.)</li> <li>– News</li> </ul>

- Bürobedarf
- Papiere und Schreibgeräte, Document-Finishing
  - Präsentation und Organisation
  - Postbearbeitung und -versand
  - Kaffee, Tee, Wasser, Catering
  - Reinigung und Hygiene
  - Kalender, Werbe- und Geschenkartikel
  - E-Procurement
  - News
- Adressen
- nach Bürobranchen geordnete „Top-Adressen für die Büroausstattung: Erstklassige Hersteller & kompetente Händler“

### Folgende Veranstaltungen werden in Das Büro abgebildet:

Messe	Datum	Ort
Domotex	14.01.–17.01.2017	Hannover
imm cologne	16.01.–22.01.2017	Köln
Paperworld	28.01.–31.01.2017	Frankfurt/Main
ISE	07.02.–10.02.2017	Amsterdam
CCW	21.02.–23.02.2017	Berlin
INservFM	21.02.–23.02.2017	Frankfurt/Main
ITB/Business Travel	08.03.–12.03.2017	Berlin
Internorga	17.03.–21.03.2017	Hamburg
CeBIT	20.03.–24.03.2017	Hannover
Corporate Health Convention	09.05.–10.05.2017	Stuttgart
interzum	16.05.–19.05.2017	Köln
Co-REACH	21.06.–22.06.2017	Nürnberg
Bürostuhl-Vergleichstest	26.06.–23.07.2017	Berlin
IFA	01.09.–06.09.2017	Berlin
mbt Meetingplace	20.09.–21.09.2017	Basel
Zukunft Personal	steht noch nicht fest	Köln
Insights-X	05.10.–08.10.2017	Nürnberg
A+A	17.10.–20.10.2017	Düsseldorf

## 2017 WIRD DAS BÜRO 20 JAHRE ALT!

Anfang 1997 ist die erste Ausgabe von Das Büro (damals noch BüroSpezial) erschienen. Das Jubiläum wird in der Ausgabe Das Büro 1/17 gefeiert. Es gibt viele Möglichkeiten zur Mitwirkung.

Ergänzendes Datenblatt erhältlich.



## DER BÜROHIT

Die Redaktion testet regelmäßig neue Produkte auf ihre Büroeignung – in Kategorien wie Ergonomie, Innovation, Design und Ökologie. Auf Wunsch werden auch Lesertestaktionen organisiert.



## Weitere Medien von Deutschlands führendem Fachverlag für den Office-Bereich

### Modern Office

Im Auftrag von DIMBA Deutsches Institut für moderne Büroarbeit erstellt der Verlag Frank Nehring mit der Redaktion von Das Büro auch wieder Sonderbeilagen für renommierte Tageszeitungen und Wirtschaftsmagazine. Die Auflage beträgt jeweils mindestens 100.000 Exemplare.

[www.OfficeABC.DE](http://www.OfficeABC.DE)

### OFFIXX

Das praktische Büromagazin für engagierte Office-Worker richtet sich in Themenheften an Entscheider und Entscheidende im Bereich Büro.

Informativ und unterhaltsam. [www.OfficeABC.DE](http://www.OfficeABC.DE)

### OFFICE-ROXX.DE

Der „amtliche Büroblog“ informiert als erster seiner Art über alle wichtigen Facetten des modernen Büros. In den Rubriken Bürokultur, Büroräume, Bürotechnik und Bürobedarf werden Neuigkeiten, Produktempfehlungen und -vergleiche, Gastbeiträge, Anwender- und Messeberichte, Checklisten, Tipps, Tests, Presseschauen, Rezensionen u. v. m. präsentiert.

[www.OFFICE-ROXX.DE](http://www.OFFICE-ROXX.DE)

### Facebook & Flipboard

Die Redaktion informiert im Internet auch unter [www.fb.com/Office.Forum](http://www.fb.com/Office.Forum) und <http://flip.it/LzZwSq> zum Thema Büro.

## Das Büro 1/17

AS: 07.02.2017 DS: 24.02.2017  
RS: 07.02.2017 ET: 13.03.2017

### Schwerpunkte:

- Special: 20 Jahre Das Büro
- Büro 4.0/Smart Office mit Cebit-Vorschau
- Bodenbelag-Trends mit Messehighlights von der Domotex
- Bürobedarf-Trends mit Messehighlights von der Paperworld
- Papiere & Spezialpapiere (Etiketten etc.)
- Marktübersicht: Office-Displays
- Sicherheit im Büro: Software, Hardware, Service
- Kaffee – Tee – Wasserspender – Cateringanbieter
- Marktübersicht: Kaffeevollautomaten



## Das Büro 2/17

AS: 05.04.2017 DS: 26.04.2017  
RS: 05.04.2017 ET: 12.05.2017

### Schwerpunkte:

- Special: Büroraum-Trends (Mobiliar, Akustik, Klima etc.)
- Bürobeleuchtung (mit Human Centric Lighting)
- Bürotechnik-Trends mit Messehighlights von der Cebit
- Ausgezeichnetes Office-Design (iF, Red Dot etc.)
- Green Office: ökologische Nachhaltigkeit
- Drucker/MPS, DMS/ECM
- Postbearbeitung und -versand, Vorschau Co-Reach
- E-Procurement

## Das Büro 3/17

AS: 12.06.2017 DS: 29.06.2017  
RS: 12.06.2017 ET: 14.07.2017

### Schwerpunkte:

- Special: Perfekt präsentieren (Technik – Bürobedarf – Möbel)
- Computer und -peripherie
- WLAN- und Cloudlösungen
- Diktieren
- Möbelkomponenten und Messehighlights von der interzum
- Elektrifizierung, Dritte Ebene, Monitortragarme
- Document-Finishing: Laminieren, Stempeln etc.
- Kalender, Geschenke, Werbeartikel

## Das Büro 4/17

AS: 08.08.2017 DS: 25.08.2017  
RS: 08.08.2017 ET: 11.09.2017

### Schwerpunkte:

- Special: Gesundheit, Wohlbefinden, Ergonomie (Mit A+A-Vorschau)
- Kommunikation
- Auswertung Bürostuhl-Vergleichstest
- Organisation, Datensicherung
- Dokumentenmanagement, Vorschau IT & Business
- Reinigung/Hygiene
- Geschäftsreise
- Büropause, Lieferdienste
- Marktübersicht: Aktenvernichter

## Das Büro 5/17

AS: 22.09.2017 DS: 12.10.2017  
RS: 22.09.2017 ET: 27.10.2017

### Schwerpunkte:

- Special: Büroraum-Trends: Möbel, Konzepte, Klima, Licht, Boden, Medientechnik etc.
- Akustik: Wände, Kopfhörer und mehr
- Postbearbeitung und -versand
- Scanner und weitere Archivierungslösungen
- Drucker und Verbrauchsmaterialien
- Kaffeeautomaten und Kaffeespezialitäten
- Schreibgeräte

## Das Büro 6/17

AS: 13.11.2017 DS: 30.11.2017  
RS: 13.11.2017 ET: 15.12.2017

### Schwerpunkte:

- Special: Büro to go – neue Arbeitsorte
- German Design Award
- Business-Center, Coworking-Spaces, Home-Office
- Software, Office-Apps
- IT-/Telekommunikation/Kollaborationstechnik
- ISE-Vorschau
- Travel-Management
- Bürobedarf-Trends mit Ausblick auf die Paperworld

## Sonderausgaben 2017

### Das Büro: Büroprodukte des Jahres 2017

AS: 27.01.2017 DS: 20.02.2017  
RS: 03.02.2017 ET: 07.03.2017

Jahr für Jahr prüft die Redaktion von Das Büro eine Vielzahl von Office-Lösungen. Nur was überzeugt, schafft es in eine Ausgabe des Magazins. Seit 2004 werden zu Beginn jedes Jahres zusätzlich die „Büroprodukte des Jahres“ gekürt – branchen- und kategorienübergreifend. Ausgewählt wird aus mehreren Hundert Office-Lösungen, die der Redaktion in den zurückliegenden zwölf Monaten bekannt geworden sind. 2017 wird den Büroprodukten des Jahres wieder eine eigene Ausgabe gewidmet.

### Das Büro: Quality Office 2017

AS: 29.03.2017 DS: 20.04.2017  
RS: 03.04.2017 ET: 08.05.2017

Präsentiert werden Büromöbel, Fachberater und Fachhändler, die mit dem Zeichen „Quality Office“ zertifiziert sind. In Zusammenarbeit mit dem Verband Büro-, Sitz- und Objektmöbel e. V. (bso) entsteht bereits zum neunten Mal ein ganz besonderer Einkaufsführer – mit einer repräsentativen Übersicht aller zertifizierten Produkte und Dienstleistungen bzw. Dienstleister.

### Das Büro: Büromöbel – Hersteller, Händler, Planer 2017

AS: 28.07.2017 DS: 21.08.2017  
RS: 04.08.2017 ET: 05.09.2017

Die Suche nach geeigneten Lösungen für die Büroraumeinrichtung und -ausstattung ist schwer. Ein Blick ins Internet wirft mehr Fragen auf als er Antworten gibt. Deshalb werden in dieser Ausgabe – zum zweiten Mal nach dem großen Erfolg 2016 – die wichtigsten Hersteller, Fachhändler, Planer, Innenarchitekten und Fachberater porträtiert und übersichtlich dargestellt. Mit vielen Beispielen und Trendbeiträgen zu moderner Büroeinrichtung.

### Das Büro: Bürotechnik – Hersteller und Berater 2017

AS: 13.09.2017 DS: 06.10.2017  
RS: 20.09.2017 ET: 23.10.2017

Bürotechnik ist ein weites Feld. Groß ist der Angebotsdschungel, klein sind die Unterschiede, kurz die Produktzyklen und unbeständig die Preise. Die Orientierung fällt angesichts dessen schwer. Deshalb präsentiert diese Ausgabe – nach dem großen Erfolg mit „Büromöbel 2016“ – die wichtigsten Hersteller, Systemhäuser und IT-Berater in Porträts und Tabellen. Mit vielen Beispielen und Trendbeiträgen.

Zu den Sonderausgaben sind ergänzende Datenblätter erhältlich.  
Diese Ausgaben haben das Format: 200 x 255 mm (B x H)  
und eine abweichende Preisliste.



- 1 Auflage:** 27.120 Exemplare
- Tatsächlich verbreitete Auflage**  
im Jahresdurchschnitt  
(lt. AMF-Schema 2,  
Ziffer 17): 26.920 Exemplare
- 2 Zeitschriftenformat:** 210 mm x 297 mm (B x H)  
**Satzspiegel:** 185 mm x 243 mm (B x H)  
**Spaltenzahl:** 3/2  
**Spaltenbreite:** 58/88 mm
- 3 Druck- und Bindeverfahren, Druckunterlagen:** Offsetdruck, Klebebindung, druckfähiges PDF
- 4 Erscheinungsweise:** 6x jährlich (zzgl. Sonderhefte)
- Erscheinungstermin/Anzeigenmelde-schluss:** siehe Termin- und Themenplan
- 5 Verlag:** PRIMA VIER Verlag Frank Nehring GmbH  
Gustav-Freytag-Straße 7  
10827 Berlin
- Anzeigenverwaltung:** Tobias Meier  
E-Mail: [TM@OfficeABC.DE](mailto:TM@OfficeABC.DE)  
Fon: +49 30 479071-28  
Fax: +49 30 479071-20
- 6 Zahlungsbedingungen:** zahlbar sofort ohne Abzug
- Bankverbindung:** Berliner Sparkasse  
BIC: BELADEBEXXX  
IBAN: DE21100500001913002345

- 7 Anzeigenformate (B x H in mm) und Preise:**  
Die Preise gelten einheitlich bis 4c.

Format	Satzspiegel	Anschnitt	Preis	AE-Preis*
1/1	185 x 243	210 x 297	5.990 €	7.047 €
2/3 hoch	122 x 243	132 x 297	4.490 €	5.282 €
2/3 quer	185 x 162	210 x 198	4.490 €	5.282 €
1/2 hoch	90 x 243	100 x 297	3.490 €	4.105 €
1/2 quer	185 x 121,5	210 x 148,5	3.490 €	4.105 €
1/3 hoch	58,5 x 243	68,5 x 297	2.490 €	2.929 €
1/3 quer	185 x 81	210 x 99	2.490 €	2.929 €
1/4 hoch	42,5 x 243	52,5 x 297	1.990 €	2.341 €
1/4 quer	185 x 61	210 x 74,5	1.990 €	2.341 €
1/4	90 x 121,5	100 x 142	1.990 €	2.341 €

Weitere Formate auf Anfrage.

- **Advertorial-Preise** entsprechen denen der Anzeigen. Gern unterstützen wir Sie bei der Gestaltung.
- **Anzeigen im Anschnitt** werden in Bezug auf das Layout von Das Büro bevorzugt.
- **Anzeigen im Anschnitt** benötigen eine Beschnittzugabe von 3 mm zu allen vier Seiten.
- **Abstand zum Bund:** Bitte berücksichtigen Sie bei Anzeigen, die den Bund tangieren, aufgrund der Klebebindung einen Sichtbarkeitsabstand von 8 mm.
- \* „**AE-Preise**“ – nur diese sind AE-fähig. D. h., nur von diesen (Brutto-)Preisen können 15 % Agenturprovision (AE) abgezogen werden. Siehe S. 10 (Punkt 11).

- 8 Zuschläge für Vorzugsplatzierungen:**
- Titelseite: auf Anfrage
2. u. 3. Umschlagseite: 5 %
4. Umschlagseite: 10 %
- Zuschläge für Sonderfarben: 1.990 € je Sonderfarbe

- 9 Kombinationen:** Es gilt immer nur eine Rabattstaffel. Sonderpreise werden nicht rabattiert.
- 10 Sonderwerbformen:** auf Anfrage
- 11 Rabatte:** (bei Schaltungen innerhalb von 12 Monaten)
- Malstaffel:
- |                      |      |
|----------------------|------|
| 3-maliges Erscheinen | 5 %  |
| 6-maliges Erscheinen | 10 % |
- Mengenstaffel:
- |          |      |
|----------|------|
| 3 Seiten | 5 %  |
| 6 Seiten | 10 % |
- Kombirabatt:** Bei kombinierter Schaltung mit weiteren Titeln von PRIMA VIER Verlag Frank Nehring wird ein Rabatt gewährt.
- Agenturrabatt:** Gegenüber Werbeagenturen wird auf Wunsch eine Annoncen-Expedition (AE) von 15 % auf die „AE-Preise“ gewährt. Dies bezieht sich ausschließlich auf Anzeigenschaltungen. Siehe Tabelle S. 9 (Punkt 7).
- 12 Beihefter/Beikleber:**
- |                      |         |
|----------------------|---------|
| 2-seitig (1 Blatt)   | 4.990 € |
| 4-seitig (2 Blätter) | 6.490 € |
| 8-seitig (4 Blätter) | 7.490 € |
- Weitere Beihefter/Beikleber auf Anfrage. Die Preise gelten für ein Papiergewicht bis 150 g. Anlieferung unbeschnitten, Beschnittzugabe auf Anfrage.
- 13 Beilagen (bis 25 g):**
- |                        |                           |
|------------------------|---------------------------|
| Höchstformat:          | 210 mm x 297 mm (B x H)   |
| Gesamtauflage je Tsd.: | 360 €                     |
| Teilbeilagen je Tsd.:  | 410 €, mindestens 3.500 € |
- Preis für schwerere Beilagen auf Anfrage. Keine Rabattierung.

- 14 Aufgeklebte Werbemittel:**
- Preise (exkl. Postgebühren je Tsd.):
- |                       |
|-----------------------|
| 140 € für Postkarten  |
| 180 € für CD/Booklets |
- Größere und schwerere Werbemittel auf Anfrage. Keine Rabattierung.
- 15 Adress-Eintrag:** „Top-Adressen“ in Printausgabe und Internet: 490 €/Jahr (6 Ausgaben/12 Monate, Web-Eintrag und Katalog auf [OFFICE-ROXX.DE](http://OFFICE-ROXX.DE))
- 16 Versandanschrift**
- |                 |                              |
|-----------------|------------------------------|
| für Pos. 12–14: | nach Rücksprache             |
| Lieferverkehr:  | für „Das Büro“ (Ausgabe/Nr.) |

**Nutzen Sie unser Know-how:**

Neben vielen Sonderwerbformen wie etwa Sonderdrucken erstellen wir auch Kunden- und Unternehmenszeitschriften für Sie und organisieren Veranstaltungen zu bürorelevanten Themen.

*Änderungen vorbehalten.*

*Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.*

*Es gelten die AGB.*

## Werbung

1. „Auftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Verlag Frank Nehring GmbH ist der Vertrag über die Veröffentlichung von Werbung (Inserate, Beilagen, Advertorials, Banner etc.) in Print- und Onlinemedien des Verlags Frank Nehring zum Zwecke der Verbreitung. Für die Abwicklung eines Auftrages sind ausschließlich diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen maßgeblich. Abweichende Bedingungen des Auftraggebers finden auch dann keine Anwendung, wenn der Verlag im Einzelfall nicht widerspricht.
2. Für die Aufnahme von Werbung an bestimmten Plätzen wird keine Gewähr geleistet, es sei denn, der Verlag hat eine bestimmte Platzierung schriftlich bestätigt.
3. Werbung, die auf Grund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als solche erkennbar ist, wird mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
4. Der Verlag behält sich vor, Werbung – auch rechtsverbindlich bestätigte Aufträge – abzulehnen (Rücktritt), die gegen Gesetze, behördliche Bestimmungen oder die guten Sitten verstoßen, wegen ihres Inhalts, ihrer Herkunft oder technischen Form den einheitlichen Grundsätzen des Verlages widersprechen oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Vertretern aufgegeben wurden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Modells der Beilage und dessen Billigung bindend.
5. Für die rechtzeitige Lieferung der entsprechenden Unterlagen in einwandfreier Qualität ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Unterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für die betreffenden Medien übliche Qualität im Rahmen der durch die Unterlagen gegebenen Möglichkeiten.
6. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlicher, unrichtiger oder unvollständiger Veröffentlichung der Werbung Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzwerbung, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Werbung beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzwerbung erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen; Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Werbung zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines 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 voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Entgeltes beschränkt. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.
7. Korrekturabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Korrekturabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Korrekturabzugs gesetzten Frist mitgeteilt werden.
8. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort nach Erfüllung der Leistung übersandt. Die Rechnung ist sofort zahlbar ohne Abzug, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Skonti werden nicht gewährt. Ist der Rechnungsbetrag nicht innerhalb von 30 Tagen nach dem Rechnungsdatum eingegangen, ist der Verlag berechtigt, Verzugszinsen und Mahngebühren geltend zu machen. Verzugszinsen werden mit 9 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz der Deutschen Bundesbank berechnet.
9. Rücktrittsrecht vom Anzeigenauftrag besteht bis zum jeweiligen Anzeigenmeldeschluss. Bei nachträglicher Stornierung oder Nichtlieferung der notwendigen Unterlagen wird der Rechnungsbetrag zu 100 Prozent fällig. Ausgenommen davon sind Paketangebote. Für diese gilt eine Rücktrittsfrist von 30 Tagen nach Auftragserteilung. Anschließend werden 25 Prozent des Rechnungsbetrages, nach 8 Wochen 100 Prozent des Betrages fällig.
10. Der Verlag liefert für Printwerbung einen Anzeigenbeleg. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
11. Kosten für die Anfertigung bestellter Unterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
12. 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. So weit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, 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.
13. Alle Auftragsarbeiten beinhalten eine Korrekturphase. Darüber hinausgehende Aufwände werden berechnet.
14. Mehraufwand bei Redaktion und Gestaltung wird mit einem Stundensatz von 80 €, bei Satzkorrekturen mit 55 € berechnet.
15. Weiter werden alle externen Kosten wie Kurierfahrten, Farbausdrucke, Lizenzrechte (Fotos, Schriften) etc. berechnet.
16. Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

## Abonnement

Der Nutzer hat die Möglichkeit, sich für ein Abonnement des Verlages Frank Nehring anzumelden. Der Vertrag erhält auch ohne Unterschrift Gültigkeit. Das Abonnement kann jederzeit zum Ende des Bezugszeitraumes gekündigt werden. Es verlängert sich nur dann um ein weiteres Jahr, wenn nicht spätestens drei Monate vor Ablauf des Lieferjahres schriftlich gekündigt wird. Es gelten die Preise der aktuellen Preisliste.

Die Rechnung für das Abonnement wird zu dessen Beginn versandt. Sie ist sofort zahlbar ohne Abzug, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Ist der Rechnungsbetrag nicht innerhalb von 30 Tagen nach dem Rechnungsdatum eingegangen, ist der Verlag berechtigt, Verzugszinsen und Mahngebühren geltend zu machen. Verzugszinsen werden mit 5 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz der Deutschen Bundesbank berechnet.

## Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

- a) Die Werbemittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden. Aufträge durch eine Agentur werden in deren Namen und auf deren Rechnung angenommen.
- b) Die allgemeinen und die zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages gelten sinngemäß auch für die Aufträge über Beikleber, Beihefter, Postkarten, Advertorials, Newsletter, Banner und andere Sonderwerbformen.
- c) Eine Änderung der Anzeigen-Preisliste gilt ab Inkrafttreten auch für laufende Aufträge.
- d) 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. Erscheinen stornierte Anzeigen, so stehen dem Auftraggeber daraus keinerlei Ansprüche gegen den Verlag zu.

- e) Bei Betriebsstörungen oder Eingriffen durch höhere Gewalt (zum Beispiel Arbeitskämpfe, Beschlagnahme und dergleichen) hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn die Aufträge mit 80 Prozent der garantierten Auflage erfüllt sind. Geringere Leistungen sind nach Tausender-Seitenpreis gemäß der garantierten Auflage zu bezahlen.
- f) Die Pflicht zur Aufbewahrung von Druckunterlagen endet 3 Monate nach Erscheinen der jeweiligen Anzeige, sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen worden ist.
- g) Vor Drucklegung werden ausnahmslos keine Maschinenandrucke versandt.
- h) Die Übersendung von mehr als 2 Farbvorlagen, die nicht termingerechte Lieferung der Druckunterlagen und der Wunsch nach einer von der Vorlage abweichenden Druckwiedergabe können Auswirkungen auf Platzierung und Druckqualität verursachen und schließen spätere Reklamationen aus. Der Verlag muss sich die Berechnung entstehender Mehrkosten vorbehalten.
- i) Der Verlag behält sich vor, in Ausnahmefällen Werbung mit Gutscheinen auch Rücken an Rücken zu platzieren.
- j) Für unverlangt eingesendete Unterlagen und Produkte wird von Verlagsseite keine Garantie übernommen. Sie gehen in Besitz des Verlages über.
- k) Gewinnspielpreise werden in der Regel vom Verlag an die Gewinner versendet. So wird eine pünktliche und korrekte Zustellung gesichert. Die Weitergabe der Adresse eines Gewinners ist nur mit dessen Einverständnis möglich.
- l) Zu Beginn einer neuen Geschäftsverbindung behält sich der Verlag vor, Vorauszahlungen bis zum Anzeigenmeldeschlusstermin zu verlangen.
- m) Werbung, die sich in Bild, Text oder Aufmachung auf eines der Verlagsobjekte bezieht, bedarf der Genehmigung durch den Verlag.
- n) Farbausschluss kann nicht zugesagt werden.
- o) Bei fernmündlich erteilten Aufträgen oder Korrekturen sind Ansprüche gegen den Verlag wegen unrichtiger Wiedergabe ausgeschlossen.