

# OFFIXX

Die praktischen Themenhefte

## Mediadaten 2017

Erscheint 2017 zwei Mal als  
Vollbeilage zu Das Büro.



Stand: 12.10.2016

- 1 Kurzcharakteristik/USP:**
- OFFIXX heißen die praktischen Themenhefte für das Büro, die ab 2017 als Beilagen mit hoher Auflage erscheinen. Unterhaltsam, informativ, anspruchsvoll. Im praktischen Pocketformat.
- Zielgruppe:**
- OFFIXX richtet sich an Entscheider und Entscheidende im Bürobereich, dazu zählen vor allem:
- Führungskräfte in Unternehmen aller Größenordnungen
  - gewerbliche Einkäufer
  - Office-Professionals: Office-Manager und -Assistenten, Sachbearbeiter, Verwaltungsangestellte, Travel-Manager, Veranstaltungsplaner u. v. m.
  - Selbstständige und Freiberufler (Small Office, Home-Office)
- 2 Erscheinungsweise:** 2x jährlich
- 3 Jahrgang:** 7. Jahrgang
- 4 Web-Adresse:** [www.OfficeABC.DE](http://www.OfficeABC.DE)  
[www.fb.com/Office.Forum](http://www.fb.com/Office.Forum)
- 5 Mitgliedschaften:** –  
**Partnerschaften:** Medienpartner von OFFICE ROXX und DIMBA Deutsches Institut für moderne Büroarbeit
- 6 Organ:** –
- 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)
- 11 Bezugspreise:** OFFIXX ist nur in Kombination mit dem Magazin Das Büro abonnierbar.  
Abonnementpreis Kombi Inland: 49 € inkl. Versand und MwSt.  
Abonnementpreis Kombi Ausland: 49 € exkl. Versand und MwSt.
- 12 ISSN:** 2194-0673

## 13 Auflagen und Verbreitungsanalyse

Auflage:	jeweils 31.000 Exemplare
Druckauflage:	jeweils 26.000 Exemplare
Digitalauflage*:	jeweils mindestens 5.000 Exemplare
Freistücke:	300
Auslage Messen/Ausstellungen:	500
Rest-, Archiv- und Belegexemplare:	200
Tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt (lt. AMF-Schema 2, Ziffer 17):	jeweils mindestens 30.800 Exemplare

Die genaue Verbreitung der Printexemplare hängt vom jeweiligen Trägermedium ab. Gern informieren wir Sie zeitnah.

\* OFFiXX wird auch in digitaler Form verbreitet, zum Beispiel via E-Mail und diverse Websites. Nähere Informationen auf Anfrage.

### 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.

## 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



## OFFIXX 1/17

### Die Büropause

Eine Vollbeilage zu Das Büro 3/17 am 14. Juli

**Auflage: 31.000 Exemplare**

AS: 31.05.2017 DS: 23.06.2017

RS: 07.06.2017 ET: 10.07.2017

Pausen machen die Büroarbeit lebenswert. Hier wird sich erholt, sich zerstreut und Energie getankt. Hier werden Freundschaften geschlossen und kreative Ideen entwickelt. Wir widmen der Büropause ein ganzes Themenheft.

- Schwerpunkte:**
- gesunde Ernährung: Powerfoods & Co.
  - Pausenmöbel, Kantinenbestuhlung ...
  - Lieferdienste: Lieferando, Deliveroo & Co.
  - Wasserversorgung (Spender, Filter ...)
  - Kaffeevollautomaten, Kapsel-, Pad- und Filtermaschinen
  - Kaffee- und Teesorten, Konferenzkekse, Lebkuchen, Snacks
  - Messehighlights von der Internorga
  - WLAN-Entertainment
  - Apps und Gadgets
  - u. v. m.

Ergänzendes Datenblatt erhältlich.

## OFFIXX 2/17

### Der Büroratergeber

Eine Vollbeilage zu Das Büro 6/17 am 15. Dezember

**Auflage: 31.000 Exemplare**

AS: 01.11.2017 DS: 24.11.2017

RS: 08.11.2017 ET: 11.12.2017

Wichtige Themen gibt es im Büroumfeld viele – und noch viel mehr zu jedem einzelnen zu sagen. Diese Ausgabe präsentiert zu den großen Officethemen dieser Zeit die besten Tipps und Lösungen.

- Schwerpunkte:**
- Gesundheit und Nachhaltigkeit
  - Präsentation und Organisation
  - Kommunikation und Kollaboration (Büro 4.0)
  - Design und Sicherheit
  - Travelmanagement und Karriere/HR
  - Die besten Büromöbel (Stühle, Tische ...)
  - Top IT: Drucker, Scanner, Displays, Computer, Tastatur & Maus, Software
  - Best of Bürobedarf: Schreibgeräte, Papiere, Aktenvernichter, Postbearbeitung, Kaffeevollautomaten ...
  - u. v. m.

Ergänzendes Datenblatt erhältlich.

## Leser- und Redaktionstests – der OFFIXX-HIT

Die Redaktion von OFFIXX organisiert weiterhin Lesertestaktionen – vom Testaufruf über die Auswertung bis hin zur Veröffentlichung der Ergebnisse, ggf. samt Auszeichnung „OFFIXX-HIT“. Zusätzlich werden auch reine Redaktionstests angeboten.



- 1 **Auflage:** 31.000 Exemplare  
  
**Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):** 30.800 Exemplare
- 2 **Zeitschriftenformat:** 160 mm x 230 mm (B x H)  
**Satzspiegel:** 124 mm x 202 mm (B x H)  
**Spaltenzahl:** 2  
**Spaltenbreite:** 65,5 mm
- 3 **Druck- und Bindeverfahren, Druckunterlagen:** Offsetdruck, Klebebindung, druckfähiges PDF
- 4 **Erscheinungsweise:** 2x jährlich  
  
**Erscheinungstermin/Anzeigenmeldeschluss:** siehe Termin- und Themenplan
- 5 **Verlag:** PRIMA VIER Verlag Frank Nehring GmbH  
Gustav-Freytag-Straße 7  
10827 Berlin  
  
**Anzeigenabteilung:** 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: DE 21100500001913002345

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

Format	Satzspiegel	Anschnitt	Preis	AE-Preis*
1/1	136 x 198	160 x 230	3.990 €	4.694 €
1/2 hoch	65,5 x 198	77,5 x 230	2.490 €	2.929 €
1/2 quer	136 x 99	160 x 115	2.490 €	2.929 €

- \* „AE-Preise“ – nur diese sind AE-fähig. D. h., nur von diesen (Brutto-)Preisen können 15 % Agenturprovision (AE) abgezogen werden. Siehe S. 6 (Punkt 11).
- **Advertorial-Preise** entsprechen denen der Anzeigen. Gern unterstützen wir Sie bei der Gestaltung.
- **Anzeigen im Anschnitt** werden in Bezug auf das Layout bevorzugt.
- Anzeigen im Anschnitt benötigen eine **Beschnitzugabe** 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.



1/1 Seite      1/2 Seite

- |           |  |   |           |                                 |   |
|-----------|--|---|-----------|---------------------------------|---|
| <b>8</b>  | <b>Zuschläge für Vorzugsplatzierungen:</b> | <p>Titelseite: auf Anfrage</p> <p>2. u. 3. Umschlagseite: 5 %</p> <p>4. Umschlagseite: 10 %</p> <p>Zuschläge für Sonderfarben: 1.750 € je Sonderfarbe</p>   | <b>12</b> | <b>Beihefter/Beikleber:</b>     | <p>2-seitig (1 Blatt) 3.000 €</p> <p>4-seitig (2 Blätter) 4.650 €</p> <p>8-seitig (4 Blätter) 6.000 €</p> <p>Weitere Beihefter/Beikleber auf Anfrage.</p> <p>Die Preise gelten für ein Papiergewicht bis 150 g. Anlieferung unbeschnitten, Beschnittzugabe auf Anfrage.</p> |
| <b>9</b>  | <b>Kombinationen:</b>                      | <p>Es gilt immer nur eine Rabattstaffel. Sonderpreise werden nicht rabattiert.</p>  | <b>13</b> | <b>Beilagen:</b>                | <p>Es sind keine Beilagen möglich.</p>  |
| <b>10</b> | <b>Sonderwerbformen:</b>                   | <p>auf Anfrage</p>  | <b>14</b> | <b>Aufgeklebte Werbemittel:</b> | <p>Preise (exkl. Postgebühren je Tsd.):</p> <p>140 € für Postkarten</p> <p>180 € für CD/Booklets</p> <p>Größere und schwerere Werbemittel auf Anfrage. Keine Rabattierung.</p>  |
| <b>11</b> | <b>Rabatte:</b>                            | <p>(bei Schaltungen innerhalb von 12 Monaten):</p> <p>Malstaffel:</p> <p>2-maliges Erscheinen 5 %</p> <p>4-maliges Erscheinen 10 %</p> <p>Mengenstaffel:</p> <p>3 Seiten 5 %</p> <p>6 Seiten 10 %</p> <p>Kombirabatte: Bei kombinierter Schaltung mit weiteren Titeln von PRIMA VIER Verlag Frank Nehring wird ein Rabatt gewährt.</p> <p>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. 5 (Punkt 7).</p> | <b>15</b> | <b>Versandanschrift</b>         | <p>für Pos. 12 bis 14: nach Rücksprache</p> <p>Lieferverkehr: für „OFFIXX“ (Ausgabe Nr.)</p>  |

*Änderungen vorbehalten.*

*Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.*

*Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen (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 Masters 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 Werbungsmitter 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.