

Das Büro

Magazin für moderne Büroarbeit

Mediadaten 2018



Stand: 15.03.2018

- 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, Büroeinrichtung, Bürotechnik und Bürobedarf. Im besonderen Fokus des Magazins für moderne Büroarbeit stehen die Aspekte Ergonomie, Gesundheit, Design, Qualität, Innovation, Nachhaltigkeit und Wirtschaftlichkeit. Das Büro ist kompetent, kompakt, komplett.
- Zielgruppen:**
Etwa 21 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:** 22. Jahrgang
- 4 Web-Adresse:** OFFICE-ROXX.DE
fb.com/officeroxx, twitter.com/officeroxx
officeroxx@flipboard

- 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@OFFICE-ROXX.DE
Web: OFFICE-ROXX.DE
- 8 Redaktion:** Dr. Robert Nehring (Chefredakteur)
Fon: +49 30 479071-18
E-Mail: RN@OFFICE-ROXX.DE
- Dr. Sebastian Klöß
Fon: +49 30 479071-13
E-Mail: SK@OFFICE-ROXX.DE
- Hr. Gerrit Krämer
Fon: +49 30 479071-16
E-Mail: GK@OFFICE-ROXX.DE
- 9/10 Anzeigenverwaltung/
Vertrieb:** Tobias Meier
Fon: +49 30 479071-28
E-Mail: TM@OFFICE-ROXX.DE

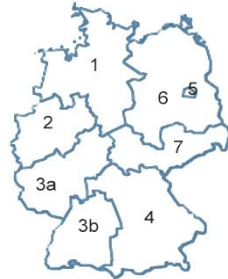
11	Bezugspreise:	Einzelpreis: 9,50 € Abonnementpreis Inland: 49 € inkl. Versand und MwSt. Abonnementpreis Ausland: 49 € exkl. Versand und MwSt. (6 Ausgaben zzgl. bis zu 4 Sonderhefte)
12	ISSN:	1867-8181
13	Umfangsanalyse:	2016–2017 (Ausgaben 05/16–04/17 = 6 Ausgaben, ohne Sonderausgaben)
	Zeitschriftenformat:	210 x 297 mm (B x H)
	Gesamtumfang:	432 Seiten = 100 %
	Redaktioneller Teil:	362 Seiten = 83,8 %
	Anzeigenteil:	70 Seiten = 16,2 %
	Beilagen:	11 Stück
14	Inhaltsanalyse:	Redaktion 2016/2017 = 362 Seiten (ohne Sonderausgaben)
	Bürokultur:	26 %
	Büroeinrichtung:	22 %
	Bürotechnik:	21 %
	Bürobedarf:	13 %
	Sonstiges	18 % (Editorial, Inhalt, Adressen; Jubiläum)
15	Auflagenkontrolle:	Publisher's statement

16	Auflagenanalyse:	Exemplare pro Ausgabe im Durchschnitt für die Zeit vom 01.07.2016 bis 30.06.2017
	Auflage	30.098
	Druckauflage:	24.000
	Digitalversand*:	6.098
	Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):	29.898
	Verkaufte Auflage:	2.949
	– Abonnements:	1.968
	Anteil digital*:	379
	– Einzelverkauf:	261
	Anteil digital:	135
	– Sonstiger Verkauf:	720
	Qualifizierter Versand:	26.049
	Anteil digital*:	5.584
	Messen/Ausstellungen:	600
	Freistücke:	300
	Rest-, Archiv- und Belegexemplare:	200

* Das Büro wird auch in digitaler Form verbreitet, zum Beispiel über Bezahlabonnements bei OnlineKiosk.de. Nähere Informationen auf Anfrage.

17 Geografische Verbreitungsanalyse nach Nielsen-Gebieten:

- Nielsen 1: 10 %
- Nielsen 2: 22 %
- Nielsen 3a: 19 %
- Nielsen 3b: 22 %
- Nielsen 4: 18 %
- Nielsen 5+6: 4 %
- Nielsen 7: 5 %



Leser-Struktur-Erhebung: Die Daten resultieren aus der Leserbefragung vom 14. Juli bis 4. August 2017.

Größe der Wirtschaftseinheit:

- 1 bis 10 Beschäftigte: 16 %
- 11 bis 100 Beschäftigte: 41 %
- 101 bis 500 Beschäftigte: 35 %
- 501 und mehr Beschäftigte: 8 %
- Summe: 100 %

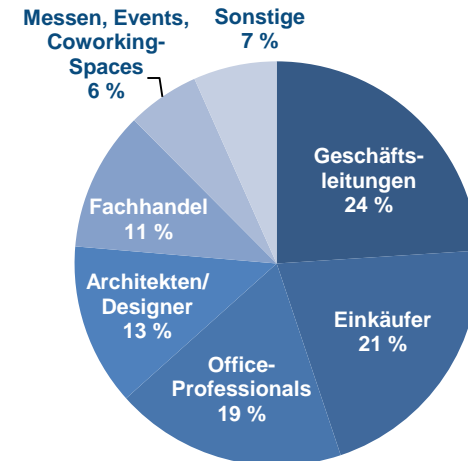
Entscheidungsvollmacht in Bezug auf die Büroausstattung:

- in vollem Umfang: 50 %
- in eingeschränktem Maße: 34 %
- durch Rat und Recherche: 13 %
- kein Entscheidungsträger: 3 %
- Summe: 100 %

Empfängerstruktur:

	Prozent	entsprechende Exemplare	Bemerkung
– Geschäftsleitungen:	24,0 %	7.225	
– Einkäufer:	20,9 %	6.292	
– Office-Professionals:	18,5 %	5.575	
– Architekten/Designer:	13,0 %	3.909	
– Büromöbelfachhandel:	5,1 %	1.535	mit Planern und Beratern
– Messen/Events:	4,0 %	1.210	
– Bürotechnikfachhandel:	3,1 %	920	Systemhäuser
– Bürobedarfhandel:	3,0 %	891	PBS
– Coworking-Spaces:	1,8 %	533	
– Sonstige*:	6,7 %	2.009	
– Summe	100 %	30.098	

* (Arbeitsmediziner, Facility-Manager, Sicherheitsingenieure u. v. m. sowie unbekannt)



Das inhaltliche Konzept von Das Büro basiert auf den Säulen Bürokultur, Büroeinrichtung, 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"> – Allgemeine Office-Themen wie Büro 4.0/Smart Office, Wellbeing, Coworking, Präsentation, Organisation, Nachhaltigkeit, Travel- und Event-Management (MICE) – Gesundheits-, Sicherheits- und Umweltthemen – Office-Ergonomie mit physischen und psychischen Belastungen, Usability etc. – Das moderne Sekretariat (Karriere, Korrespondenz) – Studien, Praxisbeispiele, News
Büroeinrichtung	<ul style="list-style-type: none"> – Tische, Stühle, Systemmöbel, z. B. Sitz-Steh-Lösungen, Raumgliederungssysteme, Möbel für Meetings & Konferenzen, Soft Seating, Dritte Ebene, Elektrifizierung – Architektur, Immobilien, Facilitymanagement, Zulieferer – Beleuchtung, Akustik, Klima, Bodenbeläge etc. – News
Bürotechnik	<ul style="list-style-type: none"> – Drucker, Kopierer, Scanner – Telekommunikation (Headsets, TK-Anlagen, Kollaborations- und Konferenztechnik etc.) – Displays, Projektoren, Computer, Computerperipherie (Tastaturen, Mäuse etc.) – Server- und WLAN-Technik, Cloud- und Speicherlösungen – Aktenvernichter, Diktieretechnik – Software (Office-Lösungen, Sicherheit, ECM/DMS u. v. m.) – News

Bürobedarf	<ul style="list-style-type: none"> – Präsentation und Organisation – Postbearbeitung und -versand – Kaffee, Tee, Wasser, Catering – Reinigung und Hygiene – Papiere und Schreibgeräte, Document-Finishing – Kalender, Werbe- und Geschenkartikel – E-Procurement – News
Adressen	– nach Bürobranchen geordnete „Top-Adressen für die Büroausstattung: Erstklassige Hersteller & kompetente Händler“

Unter anderem folgende Veranstaltungen werden in Das Büro abgebildet:

Messe	Datum	Ort
Domotex	12.01.–15.01.2018	Hannover
imm cologne	15.01.–21.01.2018	Köln
Paperworld	27.01.–30.01.2018	Frankfurt/Main
ISE	06.02.–09.02.2018	Amsterdam
CCW	27.02.–01.03.2018	Berlin
INservFM	27.02.–01.03.2018	Frankfurt/Main
ITB/Business Travel Days	07.03.–11.03.2018	Berlin
Internorga	09.03.–13.03.2018	Hamburg
Light + Building	18.03.–23.03.2018	Frankfurt/Main
Corporate Health Convention	24.04.–25.04.2018	Stuttgart
Cebit	11.06.–15.06.2018	Hannover
Bürostuhl-Vergleichstest	25.06.–22.07.2018	Berlin
IFA	31.08.–05.09.2018	Berlin
Zukunft Personal	01.09.–30.09.2018	Köln
Insights-X	04.10.–07.10.2018	Nürnberg
Arbeitsschutz Aktuell	23.10.–25.10.2018	Stuttgart
Orgatec	23.10.–27.10.2018	Köln
mbt Meetingplace	25.10.–25.10.2018	Basel

Das Büro 1/18

AS: 30.01.2018 DS: 16.02.2018
RS: 30.01.2018 ET: 05.03.2018

- Schwerpunkte:**
- Special: Bürobeleuchtung mit Light+Building-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: Kaffeefullautomaten

Das Büro 2/18

AS: 29.03.2018 DS: 19.04.2018
RS: 29.03.2018 ET: 07.05.2018

- Schwerpunkte:**
- Special: Bürotechnik-Trends mit Cebit-Vorschau
 - Büroeinrichtungs-Trends (Möbel, Akustik etc.)
 - Bürobeleuchtung mit Messehighlights von der Light+Building
 - Design: iF, Red Dot etc.
 - Green Office: ökologische Nachhaltigkeit
 - Drucker/MFG/MPS
 - DMS/ECM
 - Postbearbeitung und -versand
 - E-Procurement

Das Büro 3/18

AS: 05.06.2018 DS: 22.06.2018
RS: 05.06.2018 ET: 09.07.2018

- Schwerpunkte:**
- Special: Gesundheit (Bewegungsförderung, Ergonomie etc.)
 - Präsentieren und konferieren (Technik – Bürobedarf – Möbel)
 - Computer und -peripherie
 - WLAN- und Cloudlösungen
 - Elektrifizierung, Dritte Ebene, Monitortragarme
 - Kalender, Geschenke, Werbeartikel

Das Büro 4/18

AS: 02.08.2018 DS: 21.08.2018
RS: 02.08.2018 ET: 05.09.2018

- Schwerpunkte:**
- Special: Büropause mit Kaffeeautomaten, Lieferdiensten, Catering, Bewegungsangeboten, Loungemöbeln etc.
 - Kommunikation (Software, Hardware, Services, Möbel)
 - Auswertung Bürostuhl-Vergleichstest
 - Organisation, Datensicherung
 - Dokumentenmanagement
 - Document-Finishing: Laminieren, Stempeln etc.
 - Reinigung/Hygiene
 - Travel-Management, Business-Hotels, MICE
 - Marktübersicht: Aktenvernichter

Das Büro 5/18

AS: 11.09.2018 DS: 28.09.2018
RS: 11.09.2018 ET: 16.10.2018

- Schwerpunkte:**
- Special: Büroeinrichtungs-Trends mit großer Orgatec-Vorschau: Möbel, Konzepte, Klima, Beleuchtung, Boden, Medientechnik etc.
 - Akustik: Wände, Kopfhörer und mehr
 - Scanner, Drucker, Verbrauchsmaterialien
 - Postbearbeitung und -versand
 - Kaffeeautomaten und Kaffeespezialitäten
 - Schreibgeräte

Das Büro 6/18

AS: 09.11.2018 DS: 28.11.2018
RS: 09.11.2018 ET: 13.12.2018

- Schwerpunkte:**
- Special: New Work mit Coworking-Spaces, Business-Centern, Home-Office, Start-ups etc.
 - Messehighlights von der Orgatec
 - Design: German Design Award & Co.
 - Software, Office-Apps
 - IT/Telekommunikation/Kollaborationstechnik
 - Monitore und Projektoren mit ISE-Vorschau
 - Travel- und Event-Management (MICE)
 - Bürobedarf-Trends mit Paperworld-Vorschau

Sonderausgaben 2018

Das Büro: Büroprodukte des Jahres 2018

AS: 30.01.2018 DS: 16.02.2018
RS: 30.01.2018 ET: 05.03.2018

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. 2018 wird den Büroprodukten des Jahres wieder eine eigene Ausgabe gewidmet.

Das Büro: Quality Office 2018

AS: 20.03.2018 DS: 13.04.2018
RS: 27.03.2018 ET: 30.04.2018

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

Das Büro: Office Brands 2018

AS: 24.07.2018 DS: 15.08.2018
RS: 31.07.2018 ET: 30.08.2018

Gute Büroarbeit benötigt nachweislich gute Büroarbeitsmittel. Die Suche nach geeigneten Lösungen fällt aber mitunter schwer. Ein Blick ins Internet wirft oft mehr Fragen auf als er Antworten gibt. Deshalb werden in dieser Ausgabe die wichtigsten Hersteller in den Bereichen Büroeinrichtung (Mobiliar, Licht, Luft, Lärm etc.), Bürotechnik (Computer, Drucker, Projektoren, Software/Apps etc.), Bürobedarf (Aktenvernichter, Postbearbeitung, Organisation etc.) und Bürokultur (Travel-Management & MICE, Gesundheit, Karriere etc.) porträtiert.



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:** 30.098 Exemplare
- Tatsächlich verbreitete Auflage**
im Jahresdurchschnitt
(lt. AMF-Schema 2,
Ziffer 17): 29.898 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/Anzeigenmeldeschluss:** siehe Termin- und Themenplan
- 5 Verlag:** PRIMA VIER
Verlag Frank Nehring GmbH
Gustav-Freytag-Straße 7
10827 Berlin
- Anzeigenverwaltung:** Tobias Meier
E-Mail: TM@OFFICE-ROXX.DE
Fon: +49 30 479071-28
Fax: +49 30 479071-20
- 6 Zahlungsbedingungen:** zahlbar sofort ohne Abzug
- Bankverbindung:** Berliner Sparkasse
BIC: BELADEV3333
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 258	210 x 297	5.990 €	7.047 €
2/3 hoch	122 x 258	132 x 297	4.490 €	5.282 €
2/3 quer	185 x 181,5	210 x 198	4.490 €	5.282 €
1/2 hoch	90 x 258	100 x 297	3.490 €	4.105 €
1/2 quer	185 x 129	210 x 148,5	3.490 €	4.105 €
1/3 hoch	58,5 x 258	68,5 x 297	2.490 €	2.929 €
1/3 quer	185 x 82,5	210 x 99	2.490 €	2.929 €
1/4 hoch	42,5 x 258	52,5 x 297	1.990 €	2.341 €
1/4 quer	185 x 58	210 x 74,5	1.990 €	2.341 €
1/4	90 x 129	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. 9 (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 auf Anfrage 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. 8 (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)
- 16 Versandanschrift**
- | | |
|-----------------|------------------------------|
| für Pos. 12–14: | nach Rücksprache |
| Lieferverkehr: | für „Das Büro“ (Ausgabe/Nr.) |

*Änderungen vorbehalten.
Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.
Es gelten die AGB.*

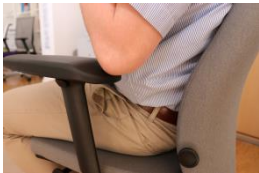
Tests und Auszeichnungen

Die Redaktion testet regelmäßig neue Produkte auf ihre Büroeignung – in Kategorien wie Ergonomie, Innovation, Design und Ökologie.

Was ihr besonders gefällt, erhält die Empfehlung büroHIT.

Seit 2005 findet jährlich im Sommer ihr großer Vergleichstest von aktuellen, im deutschen Handel erhältlichen Büroarbeitsstühlen statt.

Auf Wunsch werden für Büroprodukte auch Lesertestaktionen organisiert.



Sonderwerbformen

Das Büro bietet nahezu das gesamte Spektrum an Sonderwerbformen. Neben Beiheftern,

Beiklebern und Adress-Einträgen (siehe S. 9)

gehören dazu unter anderem auch

- Advertorials (textlastige Anzeigen),
- Druckkostenzuschüsse,
- Banderolen,
- Umhefter,
- Sonderdrucke.

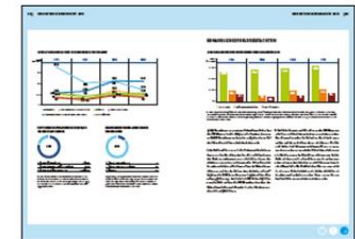


Auf Anfrage erhalten Sie unsere Zusatzpreisliste.

Corporate Publishing

Wir erstellen auch Kunden- und Unternehmenszeitschriften sowie Geschäfts-/Jahres-/Lage-/Vorstandsberichte für Sie.

Nutzen Sie unser Know-how.



20 Jahre Das Büro

Der Weg zum Magazin für moderne Büroarbeit.

[Ein Beitrag aus Das Büro 1/17](#)



Events und Aktionen vom DIMBA: Deutsches Institut für moderne Büroarbeit

In Zusammenarbeit mit dem Deutschen Institut für moderne Büroarbeit DIMBA organisiert Das Büro auch Veranstaltungen. Seit vielen Jahren finden zum Beispiel regelmäßig sogenannte [Bürotrendforen](#) statt, außerdem Kongresse, Messeführungen und Seminare.



Das Büro ist auch Initiator und Gründungsmitglied der Aktionen „[Aufstand im Büro](#)“ für mehr Sitz-Steh-Lösungen, „[Bewegung im Büro](#)“ für mehr Bewegungsitzen und [Quiet please!](#) für bessere Raumakustik.

Was können wir
für Sie tun?



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 seit 2010 Sonderbeilagen für renommierte Tageszeitungen und Wirtschaftsmagazine.

OFFICE-ROXX.DE

OFFICE-ROXX.DE

Der „amtliche Büroblog“ informiert als einziger seiner Art über alle wichtigen Facetten des modernen Büros. In den Rubriken Bürokultur, Büroeinrichtung, Bürotechnik und Bürobedarf werden Neuigkeiten, Produktempfehlungen und -vergleiche, Tipps, Tests u. v. m. präsentiert.

OFFICE-ROXX.DE

OFFICE ROXX
★DER AMTLICHE BÜRO-BLOG★



Facebook, Twitter & Flipboard

Die Redaktion informiert auch unter fb.com/officeroxx, twitter.com/officeroxx und [@officeroxx@flipboard](https://flipboard.com/officeroxx) zum Thema Büro.

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.