

POSMANAGER
TECHNOLOGY

POSMANAGER
TECHNOLOGY

POSMANAGER
TECHNOLOGY

2019

Mediainformationen



POSMANAGER TECHNOLOGY

Fachmagazin für IT-Lösungen im Einzelhandel

POSMANAGER TECHNOLOGY

POSMANAGER TECHNOLOGY

BAUVE MEDIEN

Bahnhofstraße 57 • 86807 Buchloe

Tel.: +49 (0 82 41) 99 884-0 • Fax: +49 (0 82 41) 99 884-100

E-Mail: info@bauve.de • Internet: www.bauve.de



1. Zeitschriftenformat:

210 mm breit, 297 mm hoch, DIN A4

2. Satzspiegel:

185 mm breit, 260 mm hoch,
Spaltenanzahl: 3, Spaltenbreite: 57 mm

**3. Datenanlieferung, Druckunterlagen,
Druck- und Bindeverfahren:**

Siehe Seite 5

4. Termine:

Erscheinungsweise: 6mal jährlich
Erscheinungstermine:
siehe Termin- und Themenplan Seite 6/7
Anzeigenschluss:
siehe Termin- und Themenplan Seite 6/7

5. Verlag:

BAUVE Medien GmbH & Co. KG
Hausanschrift: Bahnhofstraße 57,
86807 Buchloe
Geschäftsführerin: Ines te Heesen
Verlagsleitung: Hannelore Syptroth

Telefon: +49 (0) 8241 99 884-0
Telefax: +49 (0) 8241 99 884-100
Internet: www.bauve.de
E-Mail: info@bauve.de

Redaktion:
Carolin Kober Telefon +49 (0) 8241 99 884-150
Telefax +49 (0) 8241 99 884-100
E-Mail ck@bauve.de

Medienberatung:
Angelika Eigner Telefon +49 (0) 8241 99 884-150
Telefax +49 (0) 8241 99 884-100
E-Mail ae@bauve.de

Format	Anzahl Spalten	Breite x Höhe in mm	Grundpreis €	2maliges Erscheinen 3 % €	3maliges Erscheinen 5 % €	4maliges Erscheinen 10 % €	5maliges Erscheinen 15 % €	6maliges Erscheinen 20 % €
1/1 4c	3	185 x 260	4.070,00	3.948,00	3.866,50	3.663,00	3.459,50	3.256,00
1/2 4c	3 oder 1 1/2	185 x 128 oder 90 x 260	2.450,00	2.376,00	2.327,50	2.205,00	2.082,50	1.960,00
1/3 4c	1 oder 3 oder 2	57 x 260 oder 185 x 84	1.790,00	1.736,00	1.700,50	1.611,00	1.521,50	1.432,00
1/4 4c	1 1/2 oder 3	90 x 128 oder 185 x 62,5	1.470,00	1.425,90	1.396,50	1.323,00	1.249,50	1.176,00
1/6 4c	1 oder 3	185 x 40	1.130,00	1.096,10	1.073,50	1.017,00	960,50	904,00

6. Zahlungsbedingungen:

Zahlbar ohne Abzug nach Erhalt der Rechnung.
Bankverbindung:
Siehe Rechnung
USt-Ident-Nr.: DE 258 218 141
Steuernr.: 140/152/03308

7. Anzeigenformate und Preise (siehe Seite 2):

Allen Preisen ist der jeweils gültige gesetzliche Umsatzsteuersatz hinzuzurechnen.

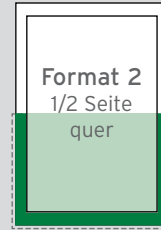


Format 1
1/1 Seite

185 x 260 mm

210 x 297 mm

216 x 303 mm

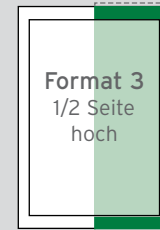


Format 2
1/2 Seite
quer

185 x 128 mm

210 x 147 mm

216 x 150 mm



Format 3
1/2 Seite
hoch

90 x 260 mm

104 x 297 mm

107 x 303 mm



Format 4
1/3 Seite
hoch

57 x 260 mm

71 x 297 mm

74 x 303 mm

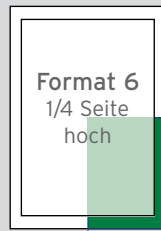


Format 5
1/3 Seite
quer

185 x 84 mm

210 x 104 mm

216 x 107 mm

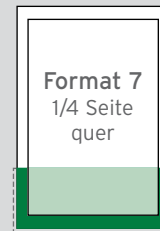


Format 6
1/4 Seite
hoch

90 x 128 mm

104 x 147 mm

107 x 150 mm

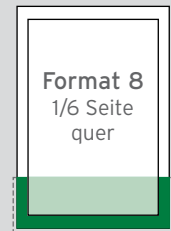


Format 7
1/4 Seite
quer

185 x 62,5 mm

210 x 81,5 mm

216 x 84,5 mm



Format 8
1/6 Seite
quer

185 x 40 mm

210 x 58 mm

216 x 61 mm

Grundformate

Anschnittformate (beschnittenes Endformat)

Anschnittzugabe je Blattkante 3mm

8. Vorzugsplatzierungszuschläge:

1. Titelbild	€ 700,-
2. Umschlagseite	€ 550,-
3. Umschlagseite	€ 550,-
4. Umschlagseite	€ 550,-
Bindende Platzierungsvorschriften auf Anfrage: Mindestens jedoch jeweils 10 % vom Grundpreis.	

9. Farbzuschläge

je Farbe	€ 150,-
----------	---------

10. Formatzuschläge: ohne Berechnung

Inselanzeigen: nicht möglich

11. Stellen-/Gelegenheitsanzeigen/Advertorials:

50% vom Grundpreis

12. Rabatte:

Bei Abnahme innerhalb eines Insertionsjahres
(Beginn mit dem Erscheinen der ersten Anzeige)

Malstaffel		
2maliges Erscheinen	3 %	
3maliges Erscheinen	5 %	
4maliges Erscheinen	10 %	
5maliges Erscheinen	15 %	
6maliges Erscheinen	20 %	
Mengenstaffel		
2 Seiten	5 %	
4 Seiten	15 %	
6 Seiten	20 %	

Technische Zusatzkosten werden nicht rabattiert.

13. Einhefter:

Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist die Vorlage eines verbindlichen Musters, notfalls eines Blindmusters mit Größen- und Gewichtsangabe erforderlich. Sie müssen den Postbestimmungen entsprechend so gestaltet sein, dass sie nicht mit dem Redaktionsteil verwechselt werden können. Die Platzierung von Einheftern ist abhängig von den technischen Möglichkeiten.

Formate: 1 Blatt (= 2 Seiten)	216 x 303 mm
2 Blatt (= 4 Seiten)	432 x 303 mm
3 Blatt (= 6 Seiten)	620 x 303 mm

eine Seite wird eingeklappt,	
4 Blatt (= 8 Seiten)	2 x 2 Blatt
Weitere Umfänge auf Anfrage.	

Preise: 2 seitig	€ 4.070,-
4 seitig	€ 4.220,-
6 seitig	€ 4.370,-
8 seitig	€ 4.520,-

Teilformatige Einhefter auf Anfrage.

Einhefter sind unbeschnitten anzuliefern, mehrblättrige Einhefter müssen gefalzt angeliefert werden. Die Vorderseite des Einhefters ist zu kennzeichnen. Einhefter müssen in der Art und Ausführung so beschaffen sein, dass eine zusätzliche Aufbereitung und Bearbeitung entfällt. Erschwernisse und zusätzliche Falz- und Klebearbeiten werden gesondert berechnet.

Anlieferungstermin: Spätestens 8 Tage vor Erscheinen

14. Beilagen:

Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist die Vorlage eines verbindlichen Musters, notfalls eines Blindmusters mit Größen- und Gewichtsangaben erforderlich. Sie müssen den Postbedingungen entsprechend so gestaltet sein, dass sie nicht mit dem Redaktionsteil verwechselt werden können. Die Platzierung von Beilagen erfolgt den technischen Möglichkeiten entsprechend.

Technische Daten: Beilagen werden lose eingelegt. Maximale Größe 200 x 290 mm. Sie müssen so beschaffen sein, dass eine zusätzliche Bearbeitung entfällt. Erschwernisse und zusätzliche Arbeiten (z.B. Falzen) werden gesondert in Rechnung gestellt. Beilagen, die auf einem anderen Werkstoff als Papier gedruckt sind, können nur nach Vorlage eines verbindlichen Musters und vorheriger Zustimmung des Verlages und der Post angenommen werden.

Preise: Beilagengebühren bis 25g Gesamtgewicht, Gesamtauflage: € 4.070,- netto, über 25g auf Anfrage. Berechnete Auflage: 11.900 Exemplare zzgl. Sonderauflage

Benötigte Liefermenge: 12.100 Exemplare
Anlieferungstermin: Spätestens 8 Tage vor Erscheinen
Beilagenhinweis wird vom Verlag erstellt.

15. Aufgeklebte Postkarten, Warenmuster u.ä.:

Postkartenpapiergewicht 170g. Aufgeklebte Postkarten, Warenmuster auf Einheftern oder ganzseitigen Anzeigen müssen zusätzlich wie Beilagen berechnet werden. Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist die Vorlage des Anzeigenmotivs mit aufgeklebter Postkarte (Standmuster, notfalls Blindmuster) in fünfacher Ausführung erforderlich. Warenmuster können nur nach Vorlage eines verbindlichen Musters und vorheriger vom Verlag bei der Post einzuholender Zustimmung angenommen werden. Formate: Es gelten die Vorschriften für Postkarten
Mindestformat: 90 x 140 mm (Breite x Länge)
Maximalformat: 105 x 148 mm (Breite x Länge)
Anlieferungstermin: Spätestens 8 Tage vor Erscheinen
Preis: Mitnahmegebühr (nur Vollbelegung möglich)
€ 1.590,- netto zzgl. der Klebekosten € 530,-.

Bei aufgeklebten Postkarten oder Warenmustern sollten die Klebekanten in Bundrichtung liegen.

Bitte beachten:

Gedruckte Beilagen, Gegenstände, Warenproben, elektronische Datenträger etc. werden einheitlich berechnet. (Daher Muster vorab dringend erforderlich)

16. Versandanschrift für Einhefter,

Beilagen und Postkarten:

Bitte beim zuständigen Kundenberater erfragen.

Datenanlieferung für MAC und CTP (Computer-to-Plate)

- E-Mail
- Wetransfer
- Dropbox

Für jede Weiterverarbeitung bzw. Zusendung von Datenträgern werden technische Kosten in Höhe von bis zu € 100,- zuzüglich USt. in Rechnung gestellt, wenn dem Verlag bei der Eingangskontrolle der gelieferten Daten durch unvollständige oder fehlerhafte Anzeigendaten ein Mehraufwand entsteht. Sonder- und Schmuckfarben sind nicht vorgesehen.

- Bindeart: Klebebindung

Folgende Kriterien beschreiben verwendbare Daten:

- High-End PDF (plattformunabhängig)
- MAC-kompatible Daten
- **Wichtig: Druck-PDF im CMYK-Modus mit in Kurven umgewandelte Schriften.**
- Bildformate (.tif, .jpg) mit einer Auflösung von 240 dpi bis 300 dpi.
- Rasterweite 54er bis 60er Raster
- Für alle Daten und Formate muss die entsprechende Beschnittzugabe (je Beschnittkante 3 mm) berücksichtigt sein. Ein druckverbindlicher Proof als Kontrollinstanz ist unbedingt erforderlich und mitzuliefern.

Verwendbare MAC-Dateiformate

- High-End PDF (plattformunabhängig)
- InDESIGN CS2, CS3, CS4
- Illustrator CS2, CS3, CS4
- Photoshop CS2, CS3, CS4
- InDesign CS2, CS3, CS4

Wichtige Hinweise zu PC Dateiformaten und PC-Software

- MAC-kompatible Daten erzeugen oder exportieren
- Druck-PDF im CMYK-Modus mit in Kurven umgewandelte Schriften speichern
- Bildformate (.tif, .jpg) mit einer Auflösung von 240 dpi bis 300 dpi, Modus CMYK
- Für alle Daten und Formate muss die entsprechende Beschnittzugabe (je Beschnittkante 3 mm) berücksichtigt sein
- Ein druckverbindlicher Proof als Kontrollinstanz ist unbedingt erforderlich und mitzuliefern

Hinweise zum CTP-Verfahren und zur Filmanlieferung

Die Übernahme digitaler Anzeigen- und Druckunterlagen entspricht dem CTP-Produktionsprinzip. Druckfilme werden für -dieses Verfahren nicht mehr benötigt und -können daher nicht mehr angenommen werden.

Druckverfahren:
Offsetdruck nach Euro-Scala (CMYK)

► E-Mail:

ae@bauve.de

► Bei technischen Fragen:

Telefon +49 (0) 8241 99 884-150



2019 Mediainformationen

Änderung der Frequenzen und
Erscheinungstermine behalten wir
uns aus Aktualitätsgründen vor.

6

Termine:	Themen/Marktübersichten:	Messen:	Branchen:
<p>Ausgabe 1/2019</p> <p>Redaktionsschluss: 02.01.2019</p> <p>Anzeigenschluss: 16.01.2019</p> <p>Druckunterlagenschluss: 18.01.2019</p> <p>Erscheinungstermin: 06.02.2019</p>	<ul style="list-style-type: none"> • EuroCIS-Messeheft mit Ausstellerverzeichnis und großer Produktvorschau zu • Omnichannel • Künstliche Intelligenz im Handel • Beacons / Electronic Shelf Label • Der digitale POS • Virtual Reality • Click & Collect • Kundenbindung • Geräte am POS (Kassen, Drucker, Waagen) • Payment Trends 2019 • Self-Service • RFID / Instore Analytics • Artikelsicherung • Personalmanagement • E-Commerce 	<p>EuroCIS 19.02.-21.02.2019</p> <p>TradeWorld auf der LogiMAT 19.02.-21.02.2019</p> <p>Internet World Expo 12.03.-13.03.2019</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Accessoires-Shops • Antiquitätenläden • Apotheken • Augenoptiker • Autohäuser • Babyausstattung • Bäckereien • Banken • Baumärkte • Bekleidungsäden • Beleuchtungshäuser • Blumenläden • Buchhandlungen • CDs und Schallplattenläden • Computerläden • Dekorationsläden • Delikatess- /Feinkostläden • Drogerien • Elektrodiscounter • Elektrogerätläden/ Fernseh- und Radiogeschäfte • Fahrradbedarf • Fischläden • Fotogeschäfte • Freizeitsportbedarf • Friseure • Geschenkartikelläden • Glas- und Porzellanwaren/ Haushaltswarenläden/ Kurzwarenläden • Handarbeitsläden/ Heimtextilshops • Heimtierbedarf • Herrenmodenläden • Kaufhäuser • Kindermoden • Konditoreien • Kosmetikdiscounter • Kunsthandlungen
<p>Ausgabe 2/2019</p> <p>Redaktionsschluss: 06.03.2019</p> <p>Anzeigenschluss: 13.03.2019</p> <p>Druckunterlagenschluss: 15.03.2019</p> <p>Erscheinungstermin: 03.04.2019</p>	<ul style="list-style-type: none"> • EuroCIS-Nachlese • Digitalisierung • Chatbots • Bargeldloses Bezahlen am POS • Cash Management • Kiosksysteme / Digital Signage • E-Commerce • Mobile Computer am POS • Business Intelligence • Kundenbindungssysteme • Instore Kommunikation • POS Marketing • Online Couponing • Emotional Shopping <p>Marktübersicht: Digital Signage</p>	<p>Retail Business Technology Expo 01.05.-02.05.2019</p> <p>FESPA European Sign Expo 14.05.-17.05.2019</p>	
<p>Ausgabe 3/2019</p> <p>Redaktionsschluss: 02.05.2019</p> <p>Anzeigenschluss: 15.05.2019</p> <p>Druckunterlagenschluss: 17.05.2019</p> <p>Erscheinungstermin: 05.06.2019</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Drucker • Kundenkarten & Couponing • Künstliche Intelligenz • Digitalisierung • WLAN im Handel • Self-Checkout-Systeme / Waagen • Zahlungssysteme • Mobile Payment • Cross Selling • IT-Sicherheit • Personaleinsatzplanung • Onlineshop • Omnichannel • Online und E-Mail Marketing <p>Marktübersicht: Kassensysteme</p>	<p>CeBIT 24.06.-28.06.2019</p>	

Änderung der Frequenzen und Erscheinungstermine behalten wir uns aus Aktualitätsgründen vor.



Termine:	Themen/Marktübersichten:	Messen:	Branchen:
<p>Ausgabe 4/2019</p> <p>Redaktionsschluss: 03.07.2019 Anzeigenschluss: 17.07.2019 Druckunterlagenschluss: 19.07.2019 Erscheinungstermin: 07.08.2019</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mobile Computer • Vernetzte Technologien • Digitalisierung • Loyalty Programme / CRM • Filialkommunikation • Inventurmanagement • Warenwirtschaft • Cloud Computing • Outsourcing • Omnichannel • Social Marketing • Betrugsprävention • Bezahlen im Internet • Mobile Shopping <p>Marktübersicht: Sicherheitstechnik</p>	<p>Paris Retail Week 24.09.-26.09.2019</p> <p>dmexo 11.09.-12.09.2019</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Lebensmitteldiscounter • Lederbekleidungshops • Metzgereien • Miederwaren • Möbelhäuser • Motorradshops • Musikgeschäfte • Musikhäuser • Optiker • Papier- und Schreibwaren • Parfümerien • Reformhäuser • Reisebüros • Reitsportgeschäfte • Sanitätshäuser • Schmuckwaren • Schreibwaren • Schuhgeschäfte • Second Hand Shops • Spielwaren • Spirituosenhandel • Sportgeschäfte • Süßwaren • Tabakwaren • Tankstellen • Telekommunikation/ Multimedia-Shops • Textilhandel • Tierbedarf • Uhrmacher • Videotheken • Warenhäuser • Zeitungs- und Zeitschriftenläden
<p>Ausgabe 5/2019</p> <p>Redaktionsschluss: 04.09.2019 Anzeigenschluss: 18.09.2019 Druckunterlagenschluss: 20.09.2019 Erscheinungstermin: 09.10.2019</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Digitalisierung • IoT • Chatbots • Mobile Shopping • Tablets und iPads am POS • Bon- und Coupondrucker für POS und Kiosksysteme • Digital Signage • Business Intelligence • Cloud Computing • Self Service / Waagen, Kassen • Mobile Marketing • Internationaler E-Commerce • Omnichannel • Barcode-Scanner <p>Marktübersicht: Idententechnik</p>	<p>RetailShow Warschau November</p>	
<p>Ausgabe 6/2019</p> <p>Redaktionsschluss: 30.10.2019 Anzeigenschluss: 13.11.2019 Druckunterlagenschluss: 15.11.2019 Erscheinungstermin: 04.12.2019</p>	<ul style="list-style-type: none"> • EuroShop-Vorschau 2020 • Online vs. Stationär • Mobile solutions • Emotional Shopping • Kassensysteme am POS • Zahlungssysteme • Mobile Payment • Cash Management • Preisauszeichnung / Etikettierung • Ware wiegen und erfassen • Cross Selling • Personalmanagement • Omnichannel • Digitalisierung <p>Marktübersicht: Drucker</p>	<p>Viscom Januar 2020</p> <p>ISE Februar 2020</p> <p>EuroShop 16.02.-20.02.2020</p>	

Definition der Marktübersicht:
Einträge der Anbieter mit Produktfoto und Produktinformationen - die Einträge sind kostenlos.

**1. Kurzcharakteristik:**

Der „POS-Manager Technology“ ist eine zweisprachige (Deutsch/Englisch) IT-Fachzeitschrift, die sich mit Technologie im stationären sowie Online-Handel beschäftigt. Die Verknüpfung von Online und Offline gewinnt im Handel eine immer größere Bedeutung, deshalb vertieft der „POS-Manager Technology“ den Multichannel-Ansatz und bietet damit sowohl dem stationären Einzelhandel wie auch den Onlineshops aktuelle Lösungen. Die Empfänger der Zeitschrift sind überwiegend in den Zentralen der Handelsketten sowie im größeren Einzelhandel und den Onlineshops angesiedelt. Zahlungsverkehr, Kassensysteme, E-Commerce, CRM, Digital Signage, ERP und Mobile Devices sind nur einige Themen der Berichterstattung. Der „POS-Manager Technology“ ist völlig unabhängig und sieht sich als Aufklärer und Vermittler von neuesten Technologien für den gesamten europäischen Handel.

2. Mitgliedschaften: -**3. Organ:** -

4. Herausgeber: BAUVE Medien GmbH & Co. KG
 Geschäftsführerin: Ines te Heesen
 Verlagsleitung: Hannelore Syptroth

5. Redaktion:

Carolin Kober	Telefon	+49(0)8241 99 884-150
	Telefax	+49(0)8241 99 884-100
	E-Mail	ck@bauve.de

6. Medienberatung:

Angelika Eigner	Telefon	+49(0)8241 99 884-150
	Telefax	+49(0)8241 99 884-100
	E-Mail	ae@bauve.de

7. Jahrgang/Jahr: 21. Jahrgang / 2019
Erscheinungsweise 6 mal jährlich

8. Verlag: BAUVE Medien GmbH & Co. KG

9. Hausanschrift: Bahnhofstraße 57,
86807 Buchloe

10. Telefon: +49(0)8241 99 884-0
Telefax: +49(0)8241 99 884-100

11. Internet: www.bauve.de
E-Mail (Verlag): info@bauve.de
E-Mail (Anzeigen): ae@bauve.de
E-Mail (Redaktion): ck@bauve.de
E-Mail (Produktion): produktion@bauve.de

12. Termin- und Themenplan: siehe Seite 6/7

13. Abonnementpreise:**Inland:**

€ 44,- inkl. 7% USt. und Versandkosten (Einzelverkauf
 € 9,90 inkl. 7% USt. zzgl. Versandkosten)

Ausland:

€ 44,- exkl. USt. zzgl. € 22,20 Versandkosten und
 € 12,50 Bankspesen* (Einzelverkauf € 9,90 exkl. USt.
 zzgl. Versandkosten und Bankspesen*).

*in Nicht-Euro-Ländern

14. Auflage: 12.100

15. Umfangs-Analyse: 6/17 - 5/18 = 6 Ausgaben

Format der Zeitschrift	DIN A4
Gesamtumfang	336,00 Seiten = 100,00 %
Redaktioneller Teil	258,20 Seiten = 76,84 %
Anzeigenteil	77,80 Seiten = 23,16 %

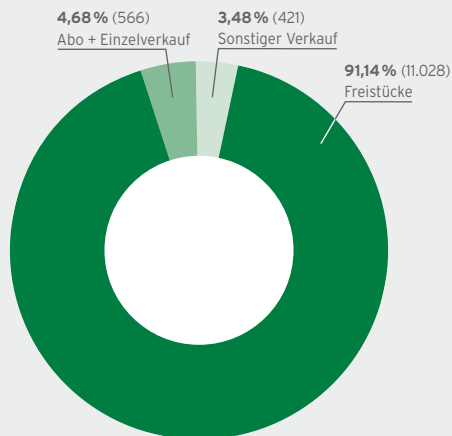
16. Inhalts-Analyse des Redaktionsteils 6/17 - 5/18 = 6 Ausgaben:

Titel/Editorial/Inhalt	18,00 Seiten = 6,97 %
News	13,70 Seiten = 5,31 %
Produktneuheiten	34,60 Seiten = 13,40 %
Marktübersicht	32,70 Seiten = 12,66 %
Messe / Veranstaltungen	42,00 Seiten = 16,27 %
Technik	39,30 Seiten = 15,22 %
Trend	39,20 Seiten = 15,18 %
Projektmanagement	5,70 Seiten = 2,20 %
Marketing	13,70 Seiten = 5,31 %
Studie	7,70 Seiten = 2,98 %
Sonstiges	11,60 Seiten = 4,50 %

Gesamtumfang Redaktion 258,20 Seiten = 100,00 %

16. Auflagen-Kontrolle:

17. Auflagen-Analyse:



18. Geografische Verbreitungsanalyse:

Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage		
Wirtschaftsraum	%	Exemplare
Deutschland (TvA)	78,00	9.372
Ausland (TvA)	22,00	2.643
Tatsächlich verbreitete Auflage (TvA)	100,00	12.015

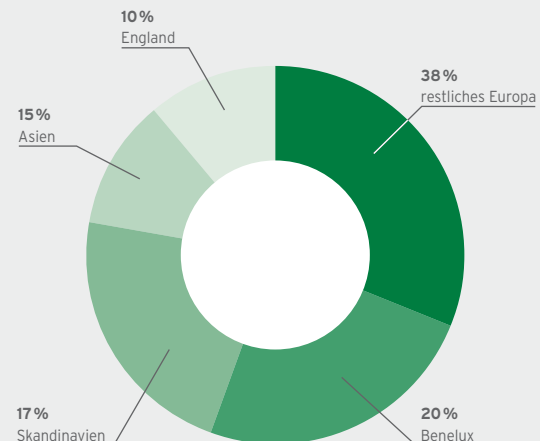
Gliederung der Inlands-Auflage nach Nielsen-Gebieten	in %	Exemplare
Nielsen-Gebiet I	13,95	1.307
Schleswig-Holstein Hamburg Niedersachsen/Bremen		
Nielsen-Gebiet II	35,34	3.312
Nordrhein-Westfalen		
Nielsen-Gebiet III a	17,11	1.604
Hessen Rheinland-Pfalz Saarland		
Nielsen-Gebiet III b	12,81	1.201
Baden-Württemberg		
Nielsen-Gebiet IV	15,94	1.494
Bayern		
Nielsen-Gebiet V	2,81	263
Berlin		
Nielsen-Gebiet VI	1,11	104
Mecklenburg-Vorpommern Brandenburg Sachsen-Anhalt		
Nielsen-Gebiet VII	0,93	87
Thüringen Sachsen		
Tatsächlich verbreitete Auflage Inland	100,00	9.372

19. Empfänger Branchen / Wirtschaftszweige / Fachrichtungen / Berufsgruppen:

Empfängergruppen	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	Insgesamt	
	%	Exemplare
Großhandel*	3,83	464
Zentralen von Supermärkten / Discountern*	6,49	785
Privater Einzelhandel o. Lebensmittelmärkte	73,67	8.914
Zentralen von Einzelhandelsketten*	9,90	1.198
Agenturen / Sonstige	6,11	739
Tausend TvA	100	12.015
davon Ausland	22,00	2.643
Rest/Archiv	0,93	112
Druckauflage	100,00	12.100

*incl. Mehrfachnennungen und Ausland

20. Verbreitung der Auslands-Analyse:
Empfängergruppen





1. Ein „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Geschäftsbedingungen ist der Vertrag zwischen der BAUVE Medien und Auftraggebern über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel von Werbungtreibenden in einer Zeitung oder Zeitschrift zum Zweck der Verbreitung.

2. Ein „Abschluss“ ist ein Vertrag über die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen unter Beachtung der dem Werbungtreibenden gemäß Preisliste zu gewährenden Rabatte, wobei die jeweiligen Veröffentlichungen auf Abruf des Auftraggebers erfolgen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb eines Jahres nach Vertragsschluss abgerufen und veröffentlicht wird.

3. Werden einzelne oder mehrere Abrufe eines Abschlusses aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Der Auftraggeber hat, wenn keine Zusatzleistungen in Verbindung mit den veröffentlichten Anzeigen erbracht wurden, rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb eines Jahres entsprechenden Nachlass.

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

5. Der Verlag behält sich vor, Anzeigen im Rahmen eines Abschlusses abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt, oder deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde, oder deren Veröffentlichung für den

Verlag wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist und Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten. Aufträge für andere Werbemittel sind für den Verlag erst nach Vorlage des Musters und dessen Billigung bindend. Die Ablehnung einer Anzeige oder eines anderen Werbemittels wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

6. Für die rechtzeitige Lieferung und die einwandfreie Beschaffenheit geeigneter Druckunterlagen oder anderer Werbemittel ist alleine der Auftraggeber verantwortlich. Bei der Anlieferung von digitalen Druckunterlagen ist der Auftraggeber verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder den technischen Vorgaben des Verlages entsprechende Vorlagen für Anzeigen rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern. Kosten des Verlages für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen. Vereinbart ist die für den belegten Titel nach Maßgabe der Angaben in der Preisliste sowie in der Auftragsbestätigung übliche Beschaffenheit der Anzeigen oder anderen Werbemittel im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Dies gilt nur für den Fall, dass der Auftraggeber die Vorgaben des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von Druckunterlagen einhält.

7. Entspricht die Veröffentlichung der Anzeige nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit bzw. Leistung, so hat der Auftraggeber nur Anspruch auf eine einwandfreie Ersatzveröffentlichung des anderen Werbemittels, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige oder des anderen Werbemittels beeinträchtigt wurde. Der Verlag hat das Recht, bei sonstigen Werbemitteln eine Ersatzveröffentlichung zu verweigern, wenn diese einen Aufwand erfordert, der in einem groben Missverhältnis zu dem Leistungsinteresse des Auftraggebers steht, oder diese für den Verlag nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich wäre. Lässt der Verlag eine ihm für die Ersatzveröffentlichung des anderen Werbemittels gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzveröffentlichung erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf

Zahlungsminderung des Auftrages. Eine Rückgängigmachung des Auftrags aber ist ausgeschlossen. Reklamationen bei nicht offensichtlichen Mängeln müssen innerhalb von drei Monaten nach Veröffentlichung geltend gemacht werden. Der Verlag haftet für sämtliche Schäden, gleich ob aus vertraglicher Pflichtverletzung oder aus unerlaubter Handlung nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen: Bei grober Fahrlässigkeit beschränkt sich die Haftung im kaufmännischen Verkehr auf den Ersatz des typischen vorhersehbaren Schadens; diese Beschränkung gilt nicht, soweit der Schaden durch gesetzliche Vertreter oder leitende Angestellte des Verlages verursacht wurde. Bei einfacher Fahrlässigkeit haftet der Verlag nur, wenn eine wesentliche Vertragspflicht verletzt wurde. In solchen Fällen ist die Haftung auf den typischen vorhersehbaren Schaden beschränkt. Bei Ansprüchen nach dem Produkthaftungsgesetz sowie bei einer Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit haftet der Verlag nach den gesetzlichen Vorschriften. Reklamationen müssen - außer bei nicht offensichtlichen Mängeln - innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden. Alle gegen den Verlag gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf vorsätzlichem Verhalten beruhen.

8. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. In Datenform ist die Anlieferung kostenfrei, als Print übernimmt der Auftraggeber sämtliche anfallenden Kosten. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm bis zum Anzeigenschluss oder innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

9. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Rechnung ersichtlichen Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall schriftlich eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Zahlungen per Scheck sind nicht mehr möglich.



10. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden bankübliche Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages zum Anzeigenschlusstermin und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

11. Der Verlag liefert auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Auftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

12. Als Garantieauflage gilt die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage. Sie errechnet sich für das Insertionsjahr aus dem Auflagedurchschnitt von vier Quartalen vor dem Insertionsjahr.

13. Erfüllungsort ist Buchloe. Gerichtsstand ist Memmingen. Soweit 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, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand Memmingen vereinbart.

14. Bei Anzeigen (Beilagen) aus dem Ausland erfolgt die Rechnungsstellung ohne Mehrwertsteuerberechnung unter der Voraussetzung, dass Steuerbefreiung besteht und anerkannt

wird. Der Verlag behält sich die Berechnung der Mehrwertsteuer in der gesetzlich geschuldeten Höhe für den Fall vor, dass die Finanzverwaltung die Steuerpflicht der Anzeige (Beilage) bejaht.

15. Der Verlag haftet nicht für Schäden und Leistungsminderungen infolge höherer Gewalt (z. B. verspätetes Erscheinen oder Nichterscheinen durch Streik, Abwehraussperrung u. ä.).

16. Nach Anzeigenschluss sind Sistierungen, Änderungen von Größen, Formaten und der Wechsel von Farben nicht mehr möglich.

17. Media- und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die in diesen Mediadaten ausgewiesenen Preise für Anzeigen und alle weiteren Werbemittel sind nicht vergütungsfähig. Besteht eine Media- oder Werbeagentur auf Zahlung einer Mittlervergütung, muss diese auf die ausgewiesenen Preise aufgeschlagen werden. Gewährte Mittlervergütung darf weder ganz noch teilweise nicht an die Auftraggeber weitergegeben werden.

18. Wenn für konzernangehörige Firmen die gemeinsame Rabattierung beansprucht wird, ist die schriftliche Bestätigung einer Kapitalbeteiligung von mehr als 50 % erforderlich.

19. Mittlervergütung wird nur an nachgewiesene Werbeagenturen gewährt. Bei verspäteter Feststellung, dass es sich um keine nachgewiesene Werbeagentur handelt, behält sich der Verlag die Rückforderung der geleisteten Mittlervergütung vor.

20. Auftragsbestätigungen per E-Mail sind auch ohne Unterschrift rechtsverbindlich.

21. Die Geschäftsbedingungen des Verlages gelten sinngemäß auch für Aufträge über Beikleber, Beihefter oder

technische Sonderausführungen. Jeder Auftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich.

22. Bei Neuaufnahme einer Geschäftsverbindung behält sich der Verlag vor, Vorauszahlung zum Anzeigenschlusstermin zu verlangen.

23. 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.

24. Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, Arbeitskampf, Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen – sowohl im Betrieb des Verlages als auch in fremden Betrieben, derer sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient – hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit 80 % der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften oder auf andere Weise zugesicherten Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte verkaufte oder zugesicherte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht.

Bitte bei Ihrer Auftragsvergabe unbedingt beachten:
Sollte sich eine Forderung bei einer Media- oder Werbeagentur nicht einfordern lassen, egal aus welchem Grund, geht diese automatisch auf den Auftraggeber über. Stornierungen sind innerhalb 7 Tagen nach Erhalt der schriftlichen Auftragsbestätigung ohne Rechnungslegung möglich, danach wird der volle Rechnungsbetrag fällig. Bei Anzeigenbuchung nach Anzeigenschluss entfällt die Stornofrist.

Ihre Ansprechpartner beim
„POS-Manager Technology“



Redaktion



Carolin Kober
„POS-Manager Technology“
Tel.: +49 (0) 8241 99 884-150
E-Mail: ck@bauve.de

Medienberatung



Angelika Eigner
„POS-Manager Technology“
Tel.: +49 (0) 8241 99 884-150
E-Mail: ae@bauve.de