



2020 Mediainformationen

POS-LADENBAU
Retail Solution
Planung Design Einrichtung Ausstattung Digitalisierung Management IT-Trends

BAUVE MEDIEN

Bahnhofstr. 57 • 86807 Buchloe

Telefon: (0 82 41) 99 88 4-0 • Telefax: (0 82 41) 99 88 4-100

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



2020

Mediainformationen

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: 4-mal jährlich
Anzeigenschluss/Erscheinungstermine:
Siehe Termin- und Themenplan Seite 6/7**5. Verlag:**

BAUVE Medien GmbH & Co. KG

Geschäftsführerin: Ines te Heesen
Verlagsleitung: Hannelore SyptrothHausanschrift: Bahnhofstr. 57
86807 Buchloe
Telefon: +49 (0) 82 41 99 88 4-0
Telefax: +49 (0) 82 41 99 88 4-100
Internet: www.bauve.de
E-Mail: info@bauve.deLeitung: Tamara Syptroth
Telefon +49 (0) 82 41 99 88 4-120
E-Mail ts@bauve.deRedaktion: Daniela Rohe
Telefon +49 (0) 82 41 99 88 4-160
Telefon +49 (0) 173 35 979 12
E-Mail redaktion-lb@bauve.deMedienberatung: Kamilla Pusch
Telefon +49 (0) 82 41 99 88 4-180
E-Mail pos-ladenbau@bauve.de

Format	Anzahl Spalten	Breite x Höhe in mm	Grundpreis €	2-maliges Erscheinen 3 % €	3-maliges Erscheinen 5 % €	4-maliges Erscheinen 10 % €
1/1 4c	3	185 x 260	4070,00*	3.948,00*	3.866,50*	3.663,00*
1/1 Firmen-/Produkt- präsentation	3	185 x 260	2.100,00	-	-	-
1/2 4c	3	185 x 128 oder 90 x 260	2.450,00*	2.376,50*	2.327,50*	2.205,00*
1/3 4c	1/2/3	57 x 260 oder 185 x 84	1.790,00*	1.736,00*	1.700,50*	1.611,00*
1/4 4c	1 1/2/3	90 x 128 185 x 62,5	1.470,00*	1.425,90*	1.396,50*	1.323,00*
1/6 4c	1/3	57 x 128 oder 185 x 40	1.130,00*	1.096,10*	1.073,50*	1.017,00*
1/8 4c	3	185 x 31	880,00*	853,60*	836,00*	792,00*
Kleinanzeige im Einkaufsführer	2	90 x 40	295,00	-	-	265,50

*Unsere Preise sind Nettopreise und AE-fähig

6. Zahlungsbedingungen:

Zahlbar ohne Abzug nach Erhalt der Rechnung.
Bankverbindung: Siehe Rechnung

7. Anzeigenformate und Preise (siehe Seite 2):

Allen Preisen ist der jeweils gültige gesetzliche Umsatzsteuersatz hinzuzurechnen.

Millimeterpreis:

€ 5,20 bis € 5,90, 1 Spalte = 57 mm

8. Geschäftsbedingungen (S. 11/12)

Format 1 1/1 Seite 	Format 2 1/2 Seite quer 	Format 3 1/2 Seite hoch 	Format 4 1/3 Seite hoch 	Format 5 1/3 Seite quer
185 x 260 mm	185 x 128 mm	90 x 260 mm	57 x 260 mm	185 x 84 mm
210 x 297 mm	210 x 147 mm	104 x 297 mm	71 x 297 mm	210 x 104 mm
216 x 303 mm	216 x 150 mm	107 x 303 mm	74 x 303 mm	216 x 107 mm
Format 6 1/4 Seite hoch 	Format 7 1/4 Seite quer 	Format 8 1/6 Seite hoch 	Format 9 1/6 Seite quer 	Format 10 1/8 Seite quer
90 x 128 mm	185 x 62,5 mm	57 x 128 mm	185 x 40 mm	185 x 31 mm
104 x 147 mm	210 x 81,5 mm	71 x 147 mm	210 x 58 mm	210 x 47 mm
107 x 150 mm	216 x 84,5 mm	74 x 150 mm	216 x 61 mm	216 x 50 mm

Grundformate

Anschnittformate (beschnittenes Endformat)

Anschnittzugabe je Blattkante 3 mm

9. Vorzugsplatzierungszuschläge:

Titelseite:	€ 900,-
2. Umschlagseite	€ 650,-
3. Umschlagseite	€ 650,-
4. Umschlagseite	€ 850,-
Bindende Platzierungsvorschriften auf Anfrage:	
Mindestens jedoch jeweils 10 % vom Grundpreis.	

10. Farbzuschläge:

Entfallen, da alle Preise 4c berechnet werden

11. Formatzuschläge: ohne Berechnung

Inselanzeigen: nicht möglich

12. Stellen- und Gelegenheitsanzeigen/Advertorials:

50 % vom Grundpreis

13. Rabatte:

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

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

Technische Zusatzkosten werden nicht rabattiert.

14. 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

15. 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.

16. Aufgeklebte Postkarten, Warenmuster u. Ä.:

Postkartenpapiergewicht 170 g. 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 fünffacher 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).

17. Versandanschrift für Einhefter, Beilagen und Postkarten:

Bitte beim zuständigen Kundenberater erfragen.

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

- E-Mail
- Dropbox/WeTransfer etc.

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 umgewandelten 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 CC
- Illustrator CC
- Photoshop CC

Wichtige Hinweise zu PC-Dateiformaten und PC-Software

- MAC-kompatible Daten erzeugen oder exportieren
- Druck-PDF im CMYK-Modus mit in Kurven umgewandelten 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:

pos-ladenbau@bauve.de

► Bei technischen Fragen:

Telefon +49 (0) 82 41 99 88 4-120

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

Termine:		Schwerpunktthemen:	Messen und Veranstaltungen
Ausgabe	1/2020	EuroShop Messe-Special: Vorschau/Produktneuheiten Einrichtung und Ausstattung für den Shop, Innenarchitektur, Koordination und Planung aus einer Hand, Licht & Beleuchtungskonzepte, Decke, Wand und Boden, Ambiente am POS, Oberflächen, Schaufensterdekoration und Figuren, Kühlmöbel am POS, Lounges- und Sitzmöbel, Digital Signage, Außenbeleuchtung/Leuchtwerbung, Beschallung und Akustik, Multichannel Retailing, Warenwirtschaft in Echtzeit, Mobil Payment, POS-systeme Messehauptausgabe zur EuroShop Beilage mit Hallenplänen und Logoplatzierung unserer Kunden IT-Trend: Connected Retail Regelmäßige Themenbereiche: Realisierte Store-Konzepte (Um- und Neubauten) Trends zu Warenpräsentation, Licht, Boden, Planung und Design, Management und Digitalisierung, Nachhaltigkeit	Maison&Objet, Paris 17.01 - 21.01.2020 viscom, Düsseldorf 07.01. - 09.01.2020 POS-Masters, Stuttgart 31.01. - 01.02.2020 ZOW, Bad Salzflufen 04.02 - 06.02.2020 EuroShop 2020, Düsseldorf 16.02 - 20.02.2020 Light + Building, Frankfurt a. M. 08.03. - 13.03.2020 Internet World Expo, München 10.03. - 11.03.2020 TradeWorld auf der LogiMAT, Stuttgart 10.03. - 12.03.2020 Internorga, Hamburg 13.03. - 17.03.2020 FESPA 2020, Madrid 24.03. - 27.03.2020 Prolight + Sound, Frankfurt a. M. 31.03. - 03.04.2020 dIv-Ladenbautagung, Linz 14.05. - 15.05.2020 World Retail Congress, Rom 28.04. - 30.04.2020 Retail Expo 2020, London 29.04. - 30.04.2020 GlobalShop, Chicago 09.06. - 11.06.2020 SicherheitsExpo, München 24.06. - 26.06.2020
Ausgabe	2/2020	Special: Digitalisierung im Einzelhandel Interaktive Schaufenster, Licht & Digitalisierung, Connected Retail, Digitale Transformation, Warenwirtschaft in Echtzeit, Analyse und Optimierung interner und externer Prozesse, Automatisierter Check-out, Smarte Einkaufswagen, Indoor Navigation, Virtueller Serviceassistent, Digitale Kundenkarte, Virtuelle Planung, Virtueller Einkaufsassistent, Smart Mirror & smarte Umkleidekabine, Digitale Customer Touchpoints, Digital Signage, Mobil Payment, POS-systeme Rückblick zur EuroShop: neue Trends für den Retail Produktneuheiten: Light & Building Fachbeitrag: Beleuchtungskonzepte IT-Trend: E-Commerce Regelmäßige Themenbereiche: Realisierte Store-Konzepte (Um- und Neubauten) Trends zu Warenpräsentation, Licht, Boden, Planung und Design, Management und Digitalisierung, Nachhaltigkeit	Messevorschau AMB und EuroShop 2020 Store Design



Termine:

Ausgabe 3+4/2020

Redaktionsschluss: 18.05.2020

Anzeigenschluss: 27.05.2020

Druckunterlagenschluss: 29.05.2020

Erscheinungstermin: 17.06.2020

Schwerpunktthemen:

Special: Verkaufsförderung & visuelles Marketing
Schaufensterdekoration, Storytelling, Mannequins, POS-Displays, Regalbeleuchtung mit LED, POS-Regale, Spot an für gezielte Kontraste, Boden als Werbefläche, SB-Kühlregale, Marketing Innovationen, Kassentische, Digital Signage, Digitale Verkaufshelfer, Kundenstopper, Kiosksysteme, Inszenierte Erlebniswelten

Produktneuheiten: Security Essen (Zutrittskontrolle, Sicherheit, Videoüberwachung)

Interview: Nachhaltiger Ladenbau

Regelmäßige Themenbereiche:

Realisierte Store-Konzepte (Um- und Neubauten)
Trends zu Warenpräsentation, Licht, Boden, Planung und Design, Management und Digitalisierung, Nachhaltigkeit

Messen und Veranstaltungen

Maison&Objet, Paris
04.09. - 08.09.2020

Tag des Norddeutschen Handels, noch nicht bekannt
im September 2020

vmm, noch nicht bekannt
im September 2020

dmexco 2020, Köln
23.09. - 24.09.2020

Paris Retail Week, Paris
14.09. - 16.09.2020

Zukunft Personal Europe, Köln
15.09. - 17.09.2020

Middle East Design & Hospitality Week, Dubai
15.09. - 17.09.2020

Security, Essen
22.09. - 25.09.2020

Orgatec, Köln
27.10. - 31.10.2020

Internet World Congress, München
Im Oktober 2020

Retail World / Deutscher Handelskongress, Berlin
November 2020

RetailShow, Warschau
im November 2020

viscom, Düsseldorf
im Januar 2021

BAU, München,
11.01. - 16.01.2021

ISE, Barcelona
02.02. - 05.02.2021

EuroCis, Düsseldorf
im Februar 2021

Ausgabe 5+6/2020

Redaktionsschluss: 28.09.2020

Anzeigenschluss: 07.10.2020

Druckunterlagenschluss: 14.10.2020

Erscheinungstermin: 28.10.2020

Special: der moderne Shop - Ladenbau der Zukunft
Möblierung, Lounge-Sessel/-Bänke, Shop-in-Shop- und Regalsysteme, Akustik, Beleuchtung, SB-Kiosk, Self-Checkout, Kassentische, Kundenzufriedenheit durch Innovation, Customer Experience & Journey

Statements und Interviews: Wohin geht der Trend im Ladenbau?

Marktübersicht: Bodenbeläge für den Ladenbau

Regelmäßige Themenbereiche:

Realisierte Store-Konzepte (Um- und Neubauten)
Trends zu Warenpräsentation, Licht, Boden, Planung und Design, Management und Digitalisierung, Nachhaltigkeit



2020

Mediainformationen

1. Kurzcharakteristik:

POS-LADENBAU ist ein unabhängiges, zweisprachiges (deutsch/englisch) Fachmagazin im Bereich Retail-Solution, Design, Einrichtung, Ausstattung, Management und Digitalisierung.

Neue Rubrik: IT-Trends

Seit 16 Jahren informiert **POS-LADENBAU** über hochsegmentierte Shop-Konzepte aus der ganzen Welt und Lösungen für den Um- und Neubau. Hier finden Sie neue Trends und Ideen für die Shop-Planung, aber auch ein großes Angebot an Materialien und Herstellern für die Ladeneinrichtung und Ausstattung sowie digitale Strategien am Point of Sale.

Interviews mit Innenarchitekten, Managern, Eigentümern, Investoren, Verbänden und Ladenbauern gestalten die Berichterstattung persönlicher.

Specials zu Neuheiten und Produkten aus den relevanten Bereichen ergänzen die Informationspalette.

Unsere **Leserschaft** sind Entscheider aus Groß- und Einzelhandelsketten, privaten Einzelhandelsgeschäften, Architekten, Innenarchitekten, Projektentwickler, Planer und Berater sowie ein hochwertiger Abonnentenkreis.

Der **Zielgruppe** entsprechend verfügt **POS-LADENBAU** über ein fachkompetentes Redaktions-Team, ein anspruchsvolles Layout sowie einen qualitativ hochwertigen Druck mit edler Prägung.

POS-LADENBAU ist als hochwertige Printausgabe sowie als Online-Version verfügbar.

2. Mitgliedschaften:

-

3. Organ:

-

4. Herausgeber:

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

5. Leitung:

Tamara Syptroth Telefon +49 (0) 82 41 99 88 4-120
 Telefax +49 (0) 82 41 99 88 4-100
 E-Mail ts@bauve.de

6. Redaktion:

Telefon Tamara Syptroth, Daniela Rohe +49 (0) 82 41 99 88 4-120/-160
 Telefax +49 (0) 82 41 99 88 4-100
 E-Mail redaktion-lb@bauve.de

7. Medienberatung:

Telefon +49 (0) 82 41 99 88 4-160/-180
 E-Mail pos-ladenbau@bauve.de

8. Jahrgang/Jahr:

16. Jahrgang/2020

Erscheinungsweise

4 mal jährlich

9. Verlag:

BAUVE Medien GmbH & Co. KG

10. Hausanschrift:

Bahnhofstr. 57
 86807 Buchloe

11. Telefon:

+49 (0) 82 41 99 88 4-0

Telefax:

+49 (0) 82 41 99 88 4-100

12. Internet:

www.bauve.de

E-Mail (Verlag):

info@bauve.de

E-Mail (Anzeigen):

pos-ladenbau@bauve.de

E-Mail (Redaktion):

redaktion-lb@bauve.de

E-Mail (Leitung):

ts@bauve.de

E-Mail (Produktion):

mm@bauve.de

E-Mail (Abo):

abo@bauve.de

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

14. Abonnementpreise:

Inland:

€ 50,- inkl. 7 % USt. und Versandkosten (Einzelverkauf)
 € 12,50 inkl. 7 % USt. zzgl. Versandkosten)

Ausland:

€ 50,- exkl. USt. zzgl. € 18,50 Versandkosten und € 12,50 Bankspesen für nicht EU-Länder
 (Einzelverkauf € 12,50 exkl. USt. zzgl. Versandkosten und Bankspesen)

*in Nicht-Euro-Ländern

15. Umfangs-Analyse: 06/2017 - 05/2018 = 6 Ausgaben

Format der Zeitschrift	DIN A4
Gesamtumfang	368 Seiten = 100,00 %
Redaktioneller Teil	271,36 Seiten = 73,74 %
Anzeigenteil	72,64 Seiten = 19,74 %
Sonstiges/Titel/Editorial/Impressum	24,00 Seiten = 6,52 %

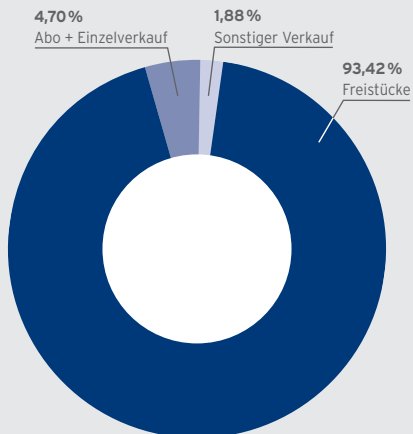
16. Inhalts-Analyse des Redaktionsteils:

06/2017 - 05/2018 = 6 Ausgaben

Titel/Editorial/Inhalt/Impressum	18,00 Seiten = 4,89 %
Pinnwand	36,84 Seiten = 60,55 %
Objektberichte	44,95 Seiten = 12,22 %
Special	72,41 Seiten = 19,68 %
Case Studies/IT-Trends	56,67 Seiten = 15,40 %
Fachbeiträge/Interviews	26,00 Seiten = 7,07 %
Messen/Veranstaltungen	34,49 Seiten = 9,37 %
Einkaufsführer/Anzeigen	72,64 Seiten = 19,74 %
Sonstiges	6,00 Seiten = 1,63 %
Gesamtumfang Redaktion	368 Seiten = 100,00 %

17. Druckauflage: 12.100

18. Auflagen-Analyse 05/2017 - 05/2018:



19. Geografische Verbreitungsanalyse:

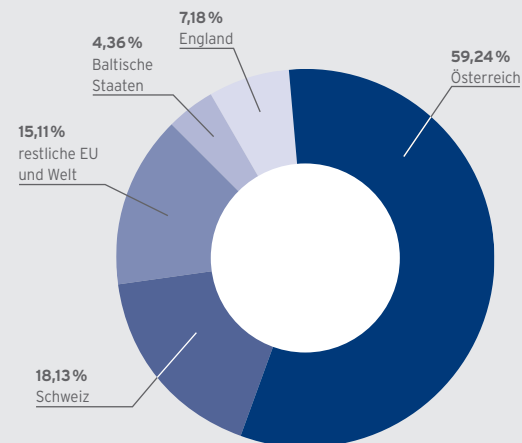
Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage		
Wirtschaftsraum	%	Exemplare
Deutschland (TvA)	83,28	10.056
Ausland (TvA)	16,72	2.019
Tatsächlich verbreitete Auflage (TvA)	100,00	12.075

Gliederung der Inlands-Auflage nach Nielsen-Gebieten	in %	Exemplare
Nielsen-Gebiet I	16,18	1.627
Schleswig-Holstein Hamburg Niedersachsen/Bremen		
Nielsen-Gebiet II	29,20	2.936
Nordrhein-Westfalen		
Nielsen-Gebiet III a	14,90	1.498
Hessen Rheinland-Pfalz Saarland		
Nielsen-Gebiet III b	15,05	1.513
Baden-Württemberg		
Nielsen-Gebiet IV	17,95	1.805
Bayern		
Nielsen-Gebiet V	4,55	458
Berlin		
Nielsen-Gebiet VI	1,06	107
Mecklenburg-Vorpommern Brandenburg Sachsen-Anhalt		
Nielsen-Gebiet VII	1,11	112
Thüringen Sachsen		
Tatsächlich verbreitete Auflage Inland	100,00	10.056

20. Empfänger Branchen/Wirtschaftszweige/Fachrichtungen/Berufsgruppen:

Empfängergruppen	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage von 2017/2018	
	Insgesamt	
	%	Exemplare
Architekten/Innenarchitekten/Projektentwickler/ Fachplaner/Berater (Adressen personalisiert)	10,47	1267
Entscheider im Großhandel (Adressen personalisiert)	3,26	394
Entscheider in Kaufhäusern und Einzelhandelsketten (Adressen personalisiert)	23,11	2796
Entscheider privater Einzelhandelsgeschäfte (Adressen personalisiert)	41,07	4969
Hersteller/Industrie/Agenturen/Verbände/ wichtige Institutionen (Adressen personalisiert)	3,36	407
sonstige Verbreitung (Adresse nicht personalisiert)	1,84	223
TvA	83,11	10.056
Ausland (siehe 19, Verbreitung der Auslands-Analyse)	16,69	2.019
Rest/Archiv	0,20	25
Gesamt	100,00	12.100

21. Verbreitung der Auslands-Analyse:



1. Ein „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Geschäftsbedingungen ist der Vertrag zwischen der BAUVE Medien GmbH & Co. KG 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 Vertragschluss 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 beanstan-

det 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 schrift-

lich 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 Anzeigenauftrages 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 Auflagendurchschnitt 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 Rechnungstellung 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 Werbtreibenden 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 nicht, weder ganz noch teilweise, 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.

25. 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 einer Buchung nach Anzeigenschluss entfällt die Stornofrist automatisch.



Leitung



Tamara Syptroth

Tel.: +49 (0) 82 41 99 88 4-120
E-Mail: ts@bauve.de

Redaktion



Daniela Rohe

Tel.: +49 (0) 82 41 99 88 4-160
Mobil: +49 (0) 173 35 979 12
E-Mail: redaktion-lb@bauve.de

Medienberatung

Kamilla Pusch

Tel.: +49 (0) 82 41 99 88 4-180
E-Mail: pos-ladenbau@bauve.de