

GETRÄNKE

FACHGROSSHANDEL

ORGAN DES
BUNDESVERBANDES DES DEUTSCHEN GETRÄNKEFACHGROSSHANDELS E. V.

 VERLAG W. SACHON · D-87719 SCHLOSS MINDELBURG · Media-Informationen

Inhalt

Titelporträt	Seite 3
Auflagen- und Verbreitungsanalyse	Seite 4
Empfänger-Struktur-Analyse	Seite 5
Anzeigenpreise	Seite 6 – 8
Formate und technische Angaben	Seite 9 – 11
Termin- und Themenplan	Seite 12 – 15
Website/Internetinformationen	Seite 16 – 18
Service-Informationen	Seite 19
IVW-EDA-Informationen	Seite 20 – 21
Geschäftsbedingungen	Seite 22 – 23

2012



EDA

Innovative Magazine für professionelle Entscheider



Verlag W. Sachon GmbH + Co. · Schloss Mindelburg · 87719 Mindelheim
Telefon 082 61/999-0 · Telefax 082 61/999-391 · info@sachon.de · www.sachon.de

Wir schaffen Kontakte!

GETRÄNKEFACHGROSSHANDEL

„Das innovative Magazin für professionelle Entscheider“

IHRE ANSPRECHPARTNER



Verlagsleitung

Wolfgang Burkart

Telefon: 08261/999-310

Telefax: 08261/999-395

E-Mail: burkart@sachon.de



Media-Beratung

Helga Reiß

Telefon: 08261/999-332

Telefax: 08261/999-391

E-Mail: ress@sachon.de



Redaktion

Thomas Eisler

Telefon: 08261/999-313

Telefax: 08261/999-395

E-Mail: eisler@sachon.de



Media-Disposition

Stephan Keller

Telefon: 08261/999-362

Telefax: 08261/999-391

E-Mail: keller@sachon.de

- 2 -

GETRÄNKE FACHGROSSHANDEL

ORGAN DES
BUNDESVERBANDES DES DEUTSCHEN GETRÄNKEFACHGROSSHANDELS E.V.

VERLAG W. SACHON · D 87719 SCHLOSS MINDELBURG

Fachzeitschrift

1

Titelporträt



- 1 Titel:** GETRÄNKEFACHGROSSHANDEL
- 2 Kurzcharakteristik:**
Der **GETRÄNKEFACHGROSSHANDEL** greift bedeutende Branchenentwicklungen und sich abzeichnende Konsumtrends auf. Gründliche Recherche und journalistische Aufbereitung von Nachrichten stehen dabei im Vordergrund. Dem Leser werden Geschehnisse nicht nur wiedergegeben, sondern ihm werden durch Kommentare und Vergleiche echte Entscheidungsgrundlagen geliefert. Berichte von Verbands- und Kooperationstagungen sowie Messeberichte runden die Brancheninformationen ab. Der **GETRÄNKEFACHGROSSHANDEL** ist seit 01.01.1998 offizielles Organ des Bundesverbandes des Deutschen Getränkefachgroßhandels e.V.
- Bei über 80 Prozent aller Biere, über 45 Prozent aller Mineralwässer, über 30 Prozent aller Softdrinks und 20 Prozent aller Fruchtsaftgetränke sorgen Deutschlands Getränkefachgroßhändler dafür, dass sie beim Konsumenten ankommen: mit ihrem Vertrieb, ihrer Logistik und ihren rund 7.000 Getränkefachmärkten. Von den insgesamt rund 22,2 Milliarden Euro Jahresumsatz aller Betriebe erwirtschaften die rund 40.000 Mitarbeiter der 680 Mitgliedsunternehmen des Bundesverbandes etwa 17,94 Milliarden Euro, davon alleine 2,5 Milliarden in den Fachmärkten. Die Präsenz der Redaktion auf allen Verbandstagungen und allen weiteren wichtigen Branchenveranstaltungen sichert den Kontakt zur Praxis und fördert die Leser-Blatt-Bindung.
- 3 Zielgruppe:** Fachmagazin für Führungskräfte des Getränkefachgroßhandels und des Getränkehandels.
- 4 Erscheinungsweise:** monatlich
- 5 Heftformat:** DIN A4
- 6 Jahrgang:** 31. Jahrgang 2012
- 7 Bezugspreis:**
Jahresabonnement Inland € 58,- (+ MwSt incl. Porto)
Ausland € 58,- (zzgl. Porto)
(Mehrfachbezug gem. Abo-Preisliste)
Einzelverkaufspreis: € 6,00
- 8 Organ:** Offizielles Organ des Bundesverbandes des Deutschen Getränkefachgroßhandels e.V.
Offizielles Organ des Verbandes des Deutschen Getränke-Einzelhandels e.V.
- 9 Mitgliedschaften/ Teilnahme:** Deutsche Fachpresse, IVW, AMF

- 10 Verlag:** Verlag W. Sachon GmbH + Co
Postanschrift: Postfach, D-87714 Mindelheim
Hausanschrift: Schloss Mindelburg, D-87719 Mindelheim
Telefon: (08261) 999-0
Telefax: (08261) 999-391
Internet: www.sachon.de
E-Mail: ress@sachon.de
- 11 Herausgeber:** Ernestine Sachon
- 12 Anzeigen:** Helga Reiß
Telefon: (08261) 999-332
E-Mail: ress@sachon.de
- 13 Redaktion:** Thomas Eisler, Dipl.-Ing. für Lebensmitteltechnologie
Telefon: (08261) 999-313
E-Mail: eisler@sachon.de
- 14 Umfangs-Analyse 2010 = 12 Ausgaben**
- | Gesamtumfang: | 768 Seiten = 100,0 % |
|-----------------------------------|----------------------|
| Redaktionsteil: | 613 Seiten = 79,8 % |
| Anzeigenteil: | 155 Seiten = 20,2 % |
| davon: | |
| Stellen- und Gelegenheitsanzeigen | 8,75 Seiten = 5,6 % |
| Verlagsseigene Anzeigen | 15,25 Seiten |
| Einhefter | - |
| Beilagen | 14 Stück |
| Poster | 4 Stück |
- 15 Inhalts-Analyse des Redaktionsteils**
- | | 613 Seiten = 100,0 % |
|--|----------------------|
| nach Sachgebieten: | |
| Marktanalyse für Getränke | 219 Seiten = 35,7 % |
| Aktuelle Branchenberichte | 162 Seiten = 26,4 % |
| Verbandsnachrichten | 71 Seiten = 11,6 % |
| Messen und Tagungen | 54 Seiten = 8,8 % |
| Getränkefachgroßhändler- und Markenartikler-Porträts | 44 Seiten = 7,2 % |
| Marketing, Vertrieb, Verkaufsförderung | 37 Seiten = 6,0 % |
| Betriebsorganisation, Logistik und EDV | 17 Seiten = 2,8 % |
| Management | 9 Seiten = 1,5 % |

- 3 -

1 Auflagenkontrolle:

2 **Auflagen-Analyse:** Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt
(1. Juli 2010 bis 30. Juni 2011)

Druckauflage:	15.150		
Tatsächlich verbreitete Auflage (TvA):	15.007	davon Ausland:	357
Verkaufte Auflage:	6.957	davon Ausland:	42
– Abonnierte Exemplare:	5.097	davon Mitgliederstücke:	820
– Einzelverkauf:	–		
– Sonstiger Verkauf:	1.860		
Freistücke	8.050		
Rest-, Archiv- und Belegexemplare	143		

3 Geografische Verbreitungs-Analyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	97,6	14.650
Ausland	2,4	357
tatsächl. verbr. Auflage	100,0	15.007

3.1 Verbreitung nach Nielsegebieten (Inland):

Nielsen-Gebiet	%	Expl.
Nielsen-Gebiet I Schleswig-Holstein, Hamburg, Bremen, Niedersachsen	10,1	1.480
Nielsen-Gebiet II Nordrhein-Westfalen	16,5	2.414
Nielsen-Gebiet IIIa Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland	14,3	2.090
Nielsen-Gebiet IIIb Baden-Württemberg	15,7	2.298
Nielsen-Gebiet IV Bayern	21,8	3.201
Nielsen-Gebiet V Berlin	1,5	217
Nielsen-Gebiet VI Brandenburg, Sachsen-Anhalt, Mecklenburg-Vorpommern	7,7	1.127
Nielsen-Gebiet VII Sachsen, Thüringen	10,5	1.546
Sonstige (z. B. Messen) nicht analysiert	1,9	277
Tatsächlich verbreitete Inlandsauflage	100,0	14.650

Kurzfassung der Erhebungsmethode

- Methode:** Empfänger-Struktur-Analyse durch Dateiauswertung – Totalerhebung gemäß IVW-EDA-Richtlinien
 - Grundgesamtheit:** TvA Inland 14.650 = 100 %, in der Untersuchung nicht erfasst: 277 = 1,9%
 - Stichprobe:** Totalerhebung
 - Zielpersonen der Untersuchung:** entfällt
 - Zeitraum der Untersuchung:** 1. 7. 2010 bis 30. 6. 2011
 - Durchführung der Untersuchung:** Verlag
- Die detaillierte Erhebungsmethode kann unter www.sachon.de/gfgh-erhebungsmethode eingesehen werden.

– 4 –

1.1 Branchen / Wirtschaftszweige / Unternehmenstypen

Journalistisch gemachtes Fachmagazin für Führungskräfte des Getränke-Handels. Berichte zu den Themenkomplexen „Management, Branchenpolitik, Konsumtrends, Logistik, Technik + EDV sowie Marketing“ bilden Schwerpunkte in der Berichterstattung

Abteilung / Gruppe / Klasse	Empfängergruppen (lt. Klassifikation der Wirtschaftszweige)	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
		%	Exemplare
51.34	Getränkefachgroßhandel	55,8	8.379
52.25	Unabhängige Getränkeabholmärkte sowie GAM im Franchise	9,0	1.354
51.34.2, 52.25.1	Getränkefachhandel mit Schwerpunkt Wein und Spirituosen	5,2	789
15.98	AfG-Hersteller	5,2	779
15.96	Brauereien	5,6	836
52.2	LEH (einschl. der Einkaufszentralen) und deren angeschlossene Getränkeabholmärkte	8,3	1.246
15.91, 15.95	Wein-, Sekt- und Spirituosenindustrie	2,2	330
55.1, 55.3	Großbetriebe der Hotellerie, Gastronomieketten, Diskotheken Verbände, Institute, Fach- und Berufsschulen Übrige qualifizierte Branchen ohne sep. Ausweisung (z.B. Bibliotheken, Werbeagenturen, Zulieferindustrie)	1,8 0,9 3,5	270 133 515
	Branche noch nicht nach EDA-Kriterien erhoben/nicht bekannt	0,7	101
	Sonstige (z.B. Messen) nicht analysiert	1,8	275
	Tatsächlich verbreitete Auflage	100,0	15.007

Kurzfassung der Erhebungsmethode

- Methode:** Empfänger-Struktur-Analyse durch Dateiauswertung Totalerhebung gemäß IVW-EDA-Richtlinien
 - Grundgesamtheit:** Grundgesamtheit (TvA): 15.007 = 100 %
In der Untersuchung nicht erfasst: 275 = 1,8 %
 - Stichprobe:** Totalerhebung
 - Zielperson der Untersuchung:** entfällt
 - Zeitraum der Untersuchung:** 1. 7. 2010 bis 30. 6. 2011
 - Durchführung der Untersuchung:** Verlag
- Die detaillierte Erhebungsmethode kann unter www.sachon.de/gfgh-erhebungsmethode eingesehen werden.



1. Anzeigenpreise und Formate:

Allen Preisen ist der jeweils gültige gesetzliche Mehrwertsteuersatz hinzuzurechnen.

Format	Satzspiegel B x H in mm	Anschnitt* B x H in mm	s/w	2-c	3-c	4-c
			Anzeigenpreise in Euro			
Titelseite	–	210 x 209	6.765,-	7.325,-	7.885,-	8.445,-
Umschlagseiten	185 x 270	210 x 297	5.976,-	6.536,-	7.096,-	7.656,-
2/1 Seite	395 x 270	420 x 297	10.636,-	11.196,-	11.756,-	12.316,-
1/1 Seite	185 x 270	210 x 297	5.502,-	6.062,-	6.622,-	7.182,-
2/3 Seite hoch	120 x 270	130 x 297	3.828,-	4.388,-	4.948,-	5.508,-
2/3 Seite quer	185 x 180	210 x 200	3.828,-	4.388,-	4.948,-	5.508,-
1/2 Seite hoch	90 x 270	101 x 297	2.953,-	3.513,-	4.073,-	4.633,-
1/2 Seite quer	185 x 127	210 x 143	2.953,-	3.513,-	4.073,-	4.633,-
1/3 Seite hoch	56 x 270	67 x 297	2.079,-	2.639,-	3.199,-	3.759,-
1/3 Seite quer	185 x 90	210 x 106	2.079,-	2.639,-	3.199,-	3.759,-
1/4 Seite hoch	90 x 127	101 x 143	1.537,-	2.097,-	2.657,-	3.217,-
1/4 Seite quer	185 x 60	210 x 77	1.537,-	2.097,-	2.657,-	3.217,-
1/8 Seite hoch	90 x 60	101 x 77	770,-	1.050,-	1.330,-	1.610,-
1/8 Seite quer	185 x 30	210 x 46	770,-	1.050,-	1.330,-	1.610,-

* Beschnittzugabe an allen Seiten je 3 mm

Weitere Formate auf Anfrage

TVA: 15.007 Exemplare

– 6 –

2. Zuschläge:

Farbe:

je Euroskalifarbe € 560,-

je Sonderfarbe € 800,-

Zuschlag 4-c (Euroskalifarbe) € 1.680,-

Format:

Anschnittzuschlag 10 % auf s/w-Preis

Bunddurchdruck 5 % auf s/w-Preis

3. Rabatte:

Malstaffel		Mengenstaffel	
ab 3 Einschaltungen	5 %	2 Seiten	5 %
ab 6 Einschaltungen	10 %	3 Seiten	10 %
ab 12 Einschaltungen	15 %	6 Seiten	15 %
		12 Seiten	20 %

Beilagen und technische Zusatzkosten werden nicht rabattiert.

4. Rubriken:

Stellen- und Gelegenheitsanzeigen: siehe Seite 8

Bezugsquellenverzeichnis:

Eintragung: 1 mm Höhe / 41 mm Breite € 5,-

1 Zeile = 3 mm Höhe / 41 mm Breite € 15,-

Stichworte und zusätzliche Veröffentlichung

im Internet kostenlos. Mindestabnahme 6 Veröffentlichungen

je Stichwort fortlaufend. Der Bezugsquellenteil ist vierspaltig.

Linkschaltung pro Monat € 8,-

5. Sonderwerbformen:

Einhefter:

2-seitig € 4.923,-

Format unbeschnitten: 216 mm breit, 305 mm hoch
Beschnitt: 5 mm oben, 3 mm unten, 3 mm links (im Bund),
3 mm rechts

4-seitig € 7.207,-

Format unbeschnitten: 432 mm breit, 305 mm hoch
Beschnitt: 5 mm oben, 3 mm unten, 3 mm links,
6 mm im Bund, 3 mm rechts

Anlieferung ungefalzt – Muster erforderlich

Beilagen:

Bis zu 295 mm hoch, 200 mm breit und bis zu 25 Gramm
pro Tsd. € 220,- zuzgl. technische Kosten nach Gewicht
(auf Anfrage) Muster erforderlich!

Aufgeklebte Werbemittel: auf Anfrage

6. Kontakt:

Verlag W. Sachon GmbH + Co
Schloss Mindelburg
87719 Mindelheim
www.sachon.de
Internet:
Telefon: 08261/999-0
Telefax: 08261/999-391
E-Mail: res@ sachon.de

7. Zahlungsbedingungen:

Zahlung innerhalb von 8 Tagen nach Rechnungsdatum
mit 2 % Skonto. Innerhalb von 30 Tagen netto.

Bankverbindung:

Sparkasse Memmingen – Lindau – Mindelheim BLZ 731 50000
Kto.-Nr. 810008201

– 7 –

Anzeigensplitting:

		1/1 S. 4 fbg.	1/2 S. 4 fbg.
<input type="checkbox"/> Nielsen 1	1.480 Expl. +2.890 Expl. 4.370 Expl.	€ 3.050,-	€ 1.950,-
<input type="checkbox"/> Nielsen 2	2.414 Expl. +2.890 Expl. 5.304 Expl.	€ 3.850,-	€ 2.150,-
<input type="checkbox"/> Nielsen 3a	2.090 Expl. +2.890 Expl. 4.980 Expl.	€ 3.650,-	€ 2.100,-
<input type="checkbox"/> Nielsen 3b	2.298 Expl. +2.890 Expl. 5.188 Expl.	€ 3.650,-	€ 2.100,-
<input type="checkbox"/> Nielsen 4	3.201 Expl. +2.890 Expl. 6.091 Expl.	€ 3.850,-	€ 2.150,-

Zuschläge: Für angeschnittene Anzeigen 10 %, für Bunddurchdruck 5 %.

Bei der jeweiligen Anzeigen-Teilbelegung sind die Nielsen-Gebiete 5, 6 und 7 – TVA 2.890 Expl. – immer mit enthalten.

Beihefter-Splitting: auf Anfrage möglich.

Teilbeilage: ab 1000 Expl. auf Anfrage möglich.

Anzeigenpreise für Stellenangebote und Gelegenheitsanzeigen:

Format	Breite x Höhe in mm	Stellenangebote	Gelegenheitsanzeigen
1/1	185 x 270	1.296,-	2.538,-
1/2 hoch	90 x 270	648,-	1.269,-
1/2 quer	185 x 120	576,-	1.128,-
1/4 hoch	90 x 120	288,-	564,-
1/4 quer	185 x 60	288,-	564,-
1/8 hoch	90 x 60	144,-	282,-
1/8 quer	185 x 30	144,-	282,-
1/16 quer	90 x 30	72,-	141,-

Der mm-Preis (90 mm breit) beträgt:

für Stellenangebote: € 2,40

für Gelegenheitsanzeigen: € 4,70

für Stellengesuche: € 1,82

(Preise zzgl. MWSt)



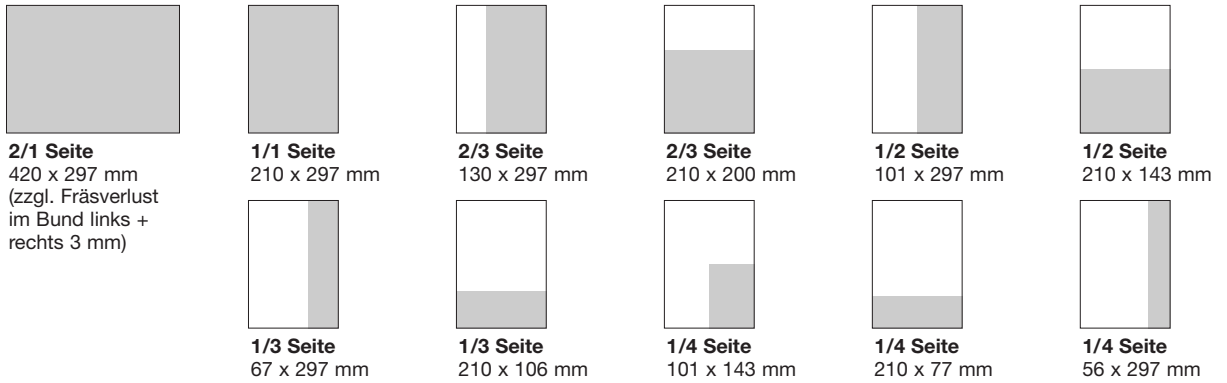
- 1 Zeitschriftenformat:** 210 mm breit x 297 mm hoch. DIN A4
unbeschnitten: 216 mm breit x 303 mm hoch
- Satzspiegel:** 185 mm breit x 270 mm hoch
3 Spalten à 59 mm Breite
- 2 Druck- und Bindeverfahren:** Offsetdruck (Bogen), Rückstichheftung oder Klebebindung
- 3 Datenübermittlung:** E-Mail-Übertragung an ress@sachon.de.
FTP-Server-Übertragung auf Anfrage
Bitte im Dateinamen das Objekt angeben
(Firma-Zeitschrift-Ausgabe.pdf)
- 4 Datenformate:** Bitte liefern Sie die **Druckdaten als PDF-Datei nach folgenden Kriterien:**
- die **PDF** sollte druckoptimiert sein; aus Acrobat-Distiller erzeugt (PDFX3 : 2002, Acrobat4/PDF1.3)
 - Bilder:** CMYK-Farbmodus (**nicht RGB!**), Auflösung Halbtonbilder mind. 300 dpi (bei Bitmap/Strichvorlagen mind. 800 dpi), **keine** (ICC-)Profile hinterlegt!
 - Schriften:** müssen eingebettet sein
 - Lieferung von **offenen Daten nur nach Absprache**
 - **Anschnittanzeigen:** ringsum **3 mm Beschnitt!**
Text- und Bildelemente mindestens **5 mm Abstand zum Seitenrand**

- 5 Farben:** Druckfarben (Euroscala **CMYK**) nach DIN ISO 12647-2 (PSO), Sonderfarben sind nach Absprache möglich. (Bitte keine RGB-Bilder mit ICC-Profilen liefern!).
- 6 Proof:** Bitte legen Sie einen **farb- und textverbindlichen Proof** (nach „Medienstandard Druck/bvdm“ mit FOGRA-Medienkeil/www.fogra.org) bei. Andernfalls haftet der Verlag nicht für die Richtigkeit der Anzeige.
Andrucke müssen einen offiziellen Druckkontrollstreifen aufweisen.
Bitte beachten Sie, dass Ausdrücke über einen Farbdrucker nicht als farbverbindlich gelten.
Bei mehrfarbigen Anzeigen geben Sie bitte alle zu druckenden Farben an (Eurokala oder HKS/Pantone).
- 7 Datenarchivierung:** Daten werden archiviert. Unveränderte Wiederholungen sind deshalb in der Regel möglich, eine Datengarantie wird jedoch nicht übernommen. Auf Anfrage erhalten Sie zur Druckfreigabe einen Korrekturabzug.
- 8 Gewährleistung:** Für Anzeigen, die nicht nach diesen Vorgaben digital angeliefert werden, übernimmt der Verlag keine Haftung für die Richtigkeit der Wiedergabe.
- 9 Kontakt:** Helga Reiß
Telefon: 082 61/999-332
E-Mail: ress@sachon.de

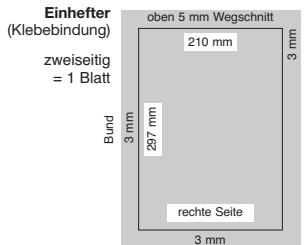
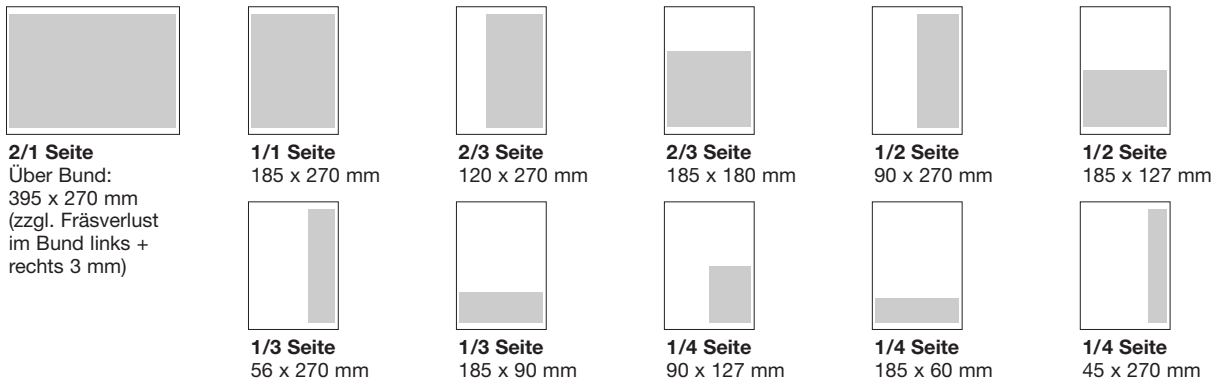
Formate und technische Angaben

Anschnitt-Format (Breite x Höhe in mm)

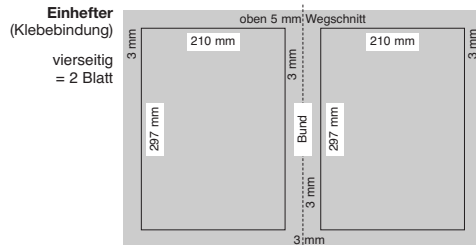
zzg. 3 mm
Beschnitt
pro Kante



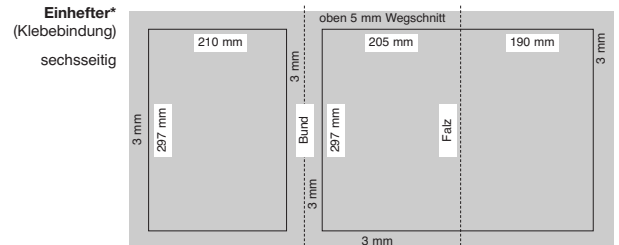
Satzspiegel-Format (Breite x Höhe in mm)



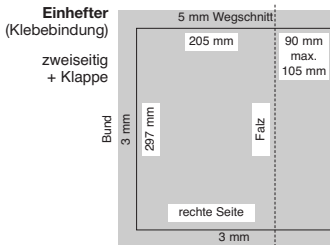
216 mm breit, 305 mm hoch



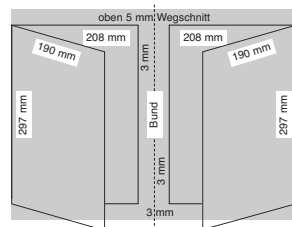
432 mm breit, 305 mm hoch



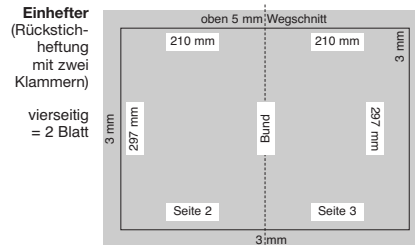
Max. 617 mm breit, 305 mm hoch



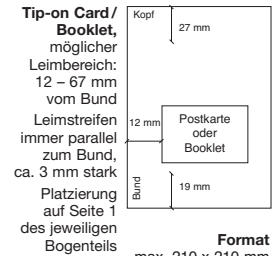
298-313 mm breit, 305 mm hoch



Bei Altarfalz* Anlieferung der gefalzten,
unbeschnittenen Beihefter



426 mm breit, 305 mm hoch



Format
max. 210 x 210 mm
min. 52 x 74 mm





*Bei 3 Blatt und beim Altarfalz muss sich der ausklappbare Teil oben befinden. Ausklappbarer Teil unten nur gegen Anfrage.



Tatsächlich verbreitete Auflage:
im Jahresdurchschnitt 15.007 Exemplare

Der GETRÄNKEFACHGROSSHANDEL ist Organ des Bundesverbandes des Deutschen Getränkefachgroßhandels e.V. und Organ des Verbandes des Deutschen Getränke-Einzelhandels e.V. Die Redaktion des GETRÄNKEFACHGROSSHANDEL ist auf allen Regional-Versammlungen präsent; Sonderauflagen werden dort verteilt.

Wir stellen aus: **Brau Beviale, Nürnberg, 14. – 16. 11. 2012**

Ausgaben Nr. Monat	Themen-Schwerpunkte	Berichte zu Messen und Tagungen ◆ Messen ◇ Tagungen	Redaktions-schluss	Anzeigen-schluss	Druck-unterlagen-termin	Erschei-nungs-termin
1 Januar	<ul style="list-style-type: none"> ○ Keine Fastenzeit ohne Bockbier: Stark Eingebrautes im Fokus ○ Limos mit Malzextrakt: Der Markt der Fassbrausen ○ Närrische Getränke: Spirituosen speziell für Karneval und Fasching 🍷 Trollinger & Co. – Rote aus Württemberg 🍷 Weinland des Jahres: Italien – Pinot Grigio 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ IGW, Internationale Grüne Woche Berlin, 20. – 29. 1. 2012 ◇ GETRÄNKE IMPULS TAGE Going/Kitzbühel, 22. – 25. 1. 2012 	5. 12. 2011	15. 12. 2011	20. 12. 2011	17. 1. 2012
 2 Februar 	<ul style="list-style-type: none"> ○ INTERGASTRA-Messeausgabe mit Special: Spezialitäten aus Baden Württemberg ○ Trendig und kompakt: Biere in der Steinie-Flasche ○ Bio weiter im Trend, auch bei Getränken ○ Gastronomie im Freien: Equipment für das Geschäft draußen 🍷 Globale Nachhaltigkeit: Bio-Weine aus aller Welt 🍷 Weinland des Jahres: Italien – Autochthone Weißweinsorten 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ INTERGASTRA Stuttgart, 11. – 15. 2. 2012 ◆ Ambiente Frankfurt, 10. – 14. 2. 2012 ◆ BioFach Nürnberg, 15. – 18. 2. 2012 ◇ Delegiertentagung des Bundesverbandes des Deutschen Getränkefachgroßhandels e.V. Dresden, 23. – 24. 2. 2012 	22. 12. 2011	12. 1. 2012	18. 1. 2012	7. 2. 2012
 3 März	<ul style="list-style-type: none"> ○ Hopfiger Genuss: Pils erfreut das ganze Land ○ Frisch ausgepresst: Säfte sind gesund ○ Massiv und hochwertig: Glas als geeignete Verpackung für kostbares Nass 🍷 ProWein-Messeausgabe: Weltmarkt der Weine und Spirituosen 🍷 Weinland des Jahres: Italien – Prosecco & Co. 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ ProWein Düsseldorf, 4. – 6. 3. 2012 ◆ INTERNORGA Hamburg, 9. – 14. 3. 2012 ◆ HOTEL & GAST Salzburg, 18. – 20. 3. 2012 ◇ VLB-Logistikkongress Oberursel, 19. – 21. 3. 2012 ◆ VINITALY Verona, 25. – 28. 3. 2012 	25. 1. 2012	6. 2. 2012	10. 2. 2012	1. 3. 2012
4 April	<ul style="list-style-type: none"> ○ Fußball-Europameisterschaft: Aktionen, Fanartikel und die richtigen Getränke ○ Alkoholfreie Weißbiere: Sportliche Erfrischung trifft spritzigen Genuss ohne Promille ○ Spiel mit Formen, Farben und Licht: Ladenbau im Getränkefachmarkt ○ Ohne geht's nicht: Schorlen als beliebte Durstlöcher 🍷 Weinland des Jahres: Italien – Grappa 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ HANNOVER MESSE Hannover, 23. – 27. 4. 2012 ◆ Badische Weinmesse Offenburg, 5. – 6. 5. 2012 ◇ GEVA-Jahrestagung Frankfurt, 11. 5. 2012 ◇ VdF-Jahrestagung Nürnberg, 14. – 15. 5. 2012 	9. 3. 2012	21. 3. 2012	27. 3. 2012	18. 4. 2012
5 Mai	<ul style="list-style-type: none"> ○ Supplement Mineralwasser ○ Obergärig, spritzig und beliebt: Weißbier erfrischt ganz Deutschland ○ Aufgewacht! Neue Getränke für den richtigen Energiekick ○ Bunt, spannend und anregend: Sommercocktails haben viele Freunde 🍷 Roséweine aus aller Welt 🍷 Weinland des Jahres: Italien – Toskana 		3. 4. 2012	18. 4. 2012	23. 4. 2012	15. 5. 2012
6 Juni 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Köln, Köbes, Konvention: Kölsch – ein besonderer Gerstensaft ○ Kunterbunte Welt der Brausen: Limonaden – von klassisch bis innovativ ○ Rum: ein purer Genuss und für Cocktails essentiell 🍷 Deutsche Sommerweine 🍷 Weinland des Jahres: Italien – Weißweine aus dem Norden 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ transfairlog 2012 Hamburg, 12. – 14. 6. 2012 ◇ Deutscher Brauertag Berlin, 13. 6. 2012 	27. 4. 2012	10. 5. 2012	15. 5. 2012	8. 6. 2012



Tatsächlich verbreitete Auflage:
im Jahresdurchschnitt 15.007 Exemplare

Der GETRÄNKEFACHGROSSHANDEL ist Organ des Bundesverbandes des Deutschen Getränkefachgroßhandels e.V. und Organ des Verbandes des Deutschen Getränke-Einzelhandels e.V. Die Redaktion des GETRÄNKEFACHGROSSHANDEL ist auf allen Regional-Versammlungen präsent; Sonderausgaben werden dort verteilt.

Wir stellen aus: **Brau Beviale**, Nürnberg, 14. – 16. 11. 2012

Ausgaben Nr. Monat	Themen-Schwerpunkte	Berichte zu Messen und Tagungen		Redaktions- schluss	Anzeigen- schluss	Druck- unter- lagen- termin	Erschei- nungs- termin
		◆ Messen	◇ Tagungen				
7 Juli	<ul style="list-style-type: none"> ○ Verstärkte Nachfrage: Kleingebinde bei Bier und Biermix ○ Coffeinhaltig, schwarz und beliebt: Cola- und Colamixgetränke im Fokus ○ Klar und rein: Wodka 🍷 Weißweine aus Österreich 🍷 Weinland des Jahres: Italien – Autochthone Rotweinsorten 			12. 6. 2012	22. 6. 2012	28. 6. 2012	18. 7. 2012
8 August	<ul style="list-style-type: none"> ○ Unternehmenspräsentation im Wandel: Der Auftritt für Smartphone & Co. ○ Bayerisch Hell im Fokus ○ Apfelwein, Cider und Most: Ein Schoppen Natur 🍷 Deutsche Burgunder 🍷 Weinland des Jahres: Italien – Sangiovese 			11. 7. 2012	23. 7. 2012	27. 7. 2012	17. 8. 2012
9 September	<ul style="list-style-type: none"> ○ IAA-Messevorbericht: Schwere Lkw für den Streckenverkehr ○ Saisonbiere: Gebraut für besondere Anlässe und Jahreszeiten ○ Präsentverpackungen ○ Fein rausgeputzt: Hygiene in GFGH und Getränkefachmarkt 🍷 SPECIAL: Wer braucht was – Weinsortimentserweiterung 🍷 Weinland des Jahres: Italien – Rote Cuvées 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ IAA Nutzfahrzeuge Hannover, 20. – 27. 9. 2012 ◆ ProFachhandel Nürnberg, 21. – 22. 9. 2012 ◆ hogatec Düsseldorf, 23. – 26. 9. 2012 		13. 8. 2012	24. 8. 2012	30. 8. 2012	19. 9. 2012
10 Oktober	<ul style="list-style-type: none"> ○ Special Importgetränke: – Internationale Wässer – Internationale Biere ○ EDV: Geeignete Kassensoftware für Getränkefachmärkte 🍷 Deutsche Festtagsweine & Sekt 🍷 Weinland des Jahres: Italien – Spumante 	<ul style="list-style-type: none"> ◇ VLB Oktobertagung Berlin, 8. – 9. 10. 2012 ◆ Alles für den Gast Salzburg, 10. – 14. 11. 2012 ◆ Brau Beviale 2012 Nürnberg, 14. – 16. 11. 2012 		7. 9. 2012	18. 9. 2012	21. 9. 2012	15. 10. 2012
11 November	<ul style="list-style-type: none"> ○ Hochpreisig und nobel verpackt: Edel-Biere auf dem deutschen Biermarkt ○ Special GFGH-Lagerverwaltung – Schwere Lasten leicht gehoben: Gabelstapler im Einsatz – Wertvolle Helfer für die Kommissionierung: Handhelds und Co. im Einsatz – Software für die Lagerverwaltung ○ Heißgetränke im GFGH: Fokus Kaffee 🍷 Internationale Festtagsweine 🍷 Weinland des Jahres: Italien – Rotweine aus dem Süden 			10. 10. 2012	22. 10. 2012	26. 10. 2012	19. 11. 2012
12 Dezember	<ul style="list-style-type: none"> ○ Jahresrückblick 2012 – Querschnitt Produktinnovationen – Markttrends und -entwicklungen 2012 ○ Edle Digestifs: Obstbrände für Genießer 🍷 Weinland des Jahres: Italien – Die besten Weintipps von Importeuren und Agenturen 			9. 11. 2012	21. 11. 2012	27. 11. 2012	17. 12. 2012

Preisliste

Platzierung	Werbeform	Größe	Euro/mtl. netto
Startseite Fachzeitschriften	Superbanner	728 x 90	420,-
	Fullbanner	468 x 60	370,-
	Navigation	185 x 185	320,-
	Button	150 x 60	180,-
Je Fachzeitschrift inkl. Unterseiten	Superbanner	728 x 90	315,-
	Fullbanner	468 x 60	277,-
	Navigation	185 x 185	240,-
	Button	150 x 60	135,-
Startseite Fachzeitschriften und eine Fachzeitschrift	Superbanner	728 x 90	515,-
	Fullbanner	468 x 60	453,-
	Navigation	185 x 185	392,-
	Button	150 x 60	221,-
Produktvideos	auf Anfrage		

Datenanlieferung:

Per E-Mail mindestens 1 Woche vor Schaltbeginn an ress@sachon.de

Banner:

GIF, JPG, PNG
Andere Dateiformate auf Anfrage
Grafiken in den angegebenen Größen mit 72 dpi
Maximale Dateigröße 50 KB

Rabattstafel:

3 Monate: 5 %
6 Monate: 10 %
12 Monate: 15 %

Ansprechpartner Online-Werbung:

Helga Reß
Telefon: (0 82 61) 9 99 - 3 32
ress@sachon.de

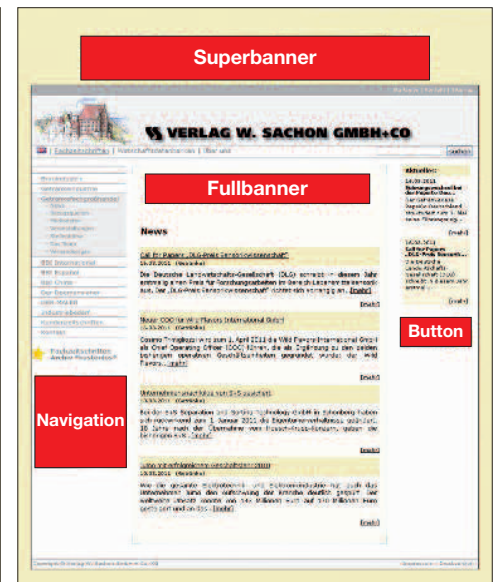
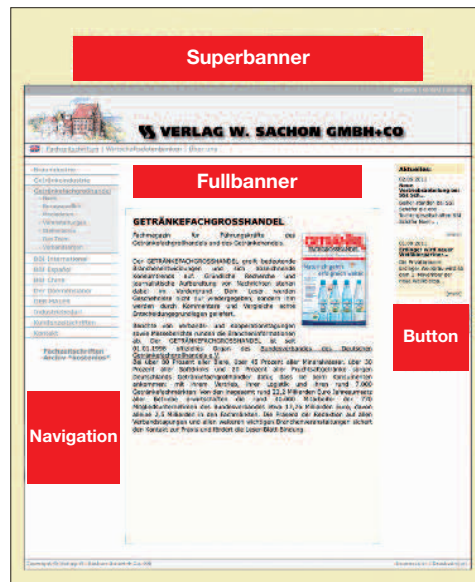
- 16 -

Platzierungsbeispiele

Startseite Fachzeitschriften

Fachzeitschrift

inkl. Unterseiten



Unter www.sachon.de finden Sie die Online-Ergänzung der Sachon Printmedien.

Nutzen Sie insbesondere die **kostenlose** Suchmaschine des GETRÄNKEFACHGROSSHANDEL (fzarchiv.sachon.de).

Stichwort eingeben und schon erhalten Sie alle dazu passenden Beiträge, die im GETRÄNKEFACHGROSSHANDEL seit 1998 erschienen sind.

Die **Artikel** werden im Originallayout angezeigt, können abgespeichert oder auch ausgedruckt werden. Und all das **zum Nulltarif!**

Ein GETRÄNKEFACHGROSSHANDEL-Service für die Optimierung Ihrer Geschäftsprozesse!

Noch Fragen?

Wir informieren Sie gerne!

Helga Reß 082 61/9 99-3 32
Stephan Keller 082 61/9 99-3 62



Brauindustrie
Getränkeindustrie
Getränkefachgroßhandel
BBI International
BBI Español
BBI China
Der Doemensianer
DER MALER
Industriebedarf
Kundenzeitschriften
Kontakt

 **Fachzeitschriften Archiv *kostenlos***



FZ-Archiv

Service-Informationen für Getränkiefachgroßhändler

GFH-Centerfold



Die zentralen Branchendaten 2012 auf einen Blick

(Marktdaten zu Getränkiefachmärkten und dem Getränkiefachgroßhandel, Absatz- und Umsatzentwicklungen u.v.m.)

Erscheinungstermin: Juni 2012

(Preis: auf Anfrage)

Weitere Poster im Jahresverlauf:

Infoposter: Die Branche auf einen Blick

Ranking-Poster: Die größten Getränkiefachgroßhändler Deutschlands (nach Umsatz)

(Preis: auf Anfrage)

GFH-Jahresplaner 2013



Die ultimative Planungshilfe für Ihr Getränke-Jahr 2012

(Kalendarium, Schulferienübersicht, und Feiertage 2013)

Erscheinungstermin: Dezember 2012

(Preis: auf Anfrage)

Dieses Zeichen steht für Qualität:



GETRÄNKEFACHGROSSHANDEL: Seit 1985 IVW geprüft; seit 2000 EDA geprüft

Was ist eigentlich die IVW-EDA-Prüfung?

EDA bedeutet **E**mpfänger**D**atei **A**nalyse.

Geprüft wird hierbei als Ergänzung zur Auflagenhöhe („normale“ IVW-Prüfung) die Struktur des Adressatenkreises nach Branchen und Regionen (Pflicht!) und optional nach Betriebsgrößen-, Funktions- und Positionsmerkmalen.

Es bedarf einer zusätzlichen Anmeldung bei der IVW (**I**nformationsgemeinschaft zur Feststellung der **V**erbreitung von **W**erbeträgern), die diese Prüfung auch durchführt.

Grundvoraussetzung zum Erhalt des IVW-EDA-Prüfsiegels ist, dass die Adressen die oben angeführten Merkmale enthalten. Pflicht ist darüber hinaus eine aufwendige, sogenannte Versand- und Änderungshistorie. (siehe www.ivw.de/eda/index.html).

Welche Vorteile ergeben sich für Werbungtreibende bei IVW-EDA-geprüften Titeln?

- Titeltransparenz durch neutrale Datenüberprüfung
- Planungssicherheit durch nachgewiesene Empfängerschaft
- Vermeidung von Streuverlusten
- Seriositätsnachweis der Zeitschrift und des Verlages
- Qualifizierte Daten und deshalb auch Media-Informationen durch das Prüfsiegel

Was hat dies mit dem Verlag Sachon zu tun?

Wir haben, trotz des enormen Aufwandes und der Kosten einer IVW-EDA-Prüfung, diese zur obersten Priorität erklärt, um unseren Geschäftspartnern mit unserer Zeitschrift GETRÄNKEFACHGROSSHANDEL ein Medium zu bieten, das absolute Zielgruppen-transparenz bietet!

Nicht nur der GETRÄNKEFACHGROSSHANDEL, sondern alle großen Zeitschriften in unserem Verlag sind IVW-EDA-geprüft!

Unser Service für die Optimierung Ihrer Planungsprozesse!

GESCHÄFTSBEDINGUNGEN für die Zeitschrift GETRÄNKEFACHGROSSHANDEL

1. Jeder Auftrag wird erst durch schriftliche Bestätigung des Verlages an den Auftraggeber rechtsverbindlich. Zusätzliche mündliche Vereinbarungen sind erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag gültig.
2. Anzeigenaufträge sind innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzuwickeln.
3. Die in der Anzeigenpreisliste bezeichneten Preise sind fest und bis zum Erscheinen einer neuen Preisliste für beide Teile bindend. Nachlässe werden nur für die innerhalb eines Jahres in dieser Zeitschrift erscheinenden Anzeigen eines Werbungtreibenden gewährt. Die Frist beginnt mit dem Erscheinen der ersten Anzeige.
4. Der Werbungtreibende hat rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb Jahresfrist entsprechenden Nachlass, wenn er zu Beginn der Frist einen Auftrag abgeschlossen hat, der auf Grund der Preisliste zu einem Nachlass von vornherein berechtigt.
5. Wird der Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zurückzuerstatten.
6. Für die Abnahme von Anzeigen in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Zeitschrift wird keine Gewähr übernommen bzw. im Nichteinhaltungsfalle kein Schadenersatz geleistet. Das Gleiche gilt auch für nicht veröffentlichte Anzeigen. Ebenso kann keine Gewähr für die Einhaltung eines bestimmten Redaktionsprogrammes übernommen werden. Können Platzierungs- oder Farbvorschriften nicht eingehalten werden, so behält sich der Verlag das Recht auf Abänderungen entsprechend der gegebenen Möglichkeiten über Veröffentlichungen der Anzeige in einem späteren Heft vor.
7. Der Verlag behält sich vor, Anzeigen- und Beilagenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen Grundsätzen des Verlages abzulehnen. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
8. Bei bindenden und bestätigten Platzierungsvorschriften ist der Aufschlag gemäß Preisliste zu zahlen.

Es werden nur genormte Seitenteile gemäß Preisliste veröffentlicht. Abweichende Druckunterlagen werden ohne besondere Benachrichtigung des Auftraggebers durch Bestoßen etc. oder Umrandung auf das entsprechende Format gebracht. Geht ein bestellter Text nicht in das bestellte Format, so ist der Verlag automatisch berechtigt, das nächstgrößere Format zu wählen und zu berechnen. Sind bei der Auftragserteilung keine besonderen Größenvorschriften gegeben, setzt der Verlag ein dem Charakter der Anzeige entsprechendes Format der Preisliste von sich aus fest. Kleinanzeigen werden einheitlich veröffentlicht; die Rechnung der Höhe erfolgt von Linie zu Linie.
9. Anzeigen, die auf Grund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag deutlich kenntlich gemacht. Für den Auftraggeber besteht kein Anspruch auf Konkurrenzausschluss; Farbausschluss für Farbanzeigen ist ebenfalls nicht möglich.
10. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Bei nicht rechtzeitigem Eintreffen des Anzeigentextes und der Druckunterlagen ist der Verlag berechtigt, den bestellten Raum freizuhalten oder lediglich darin den Firmennamen abzudrucken und dem Auftraggeber den Raum in Rechnung zu stellen. Der Verlag gewährleistet die drucktechnisch einwandfreie Wiedergabe der Anzeige; Grundlage hierfür ist die durchschnittliche Druckleistung auf der verwendeten Papierqualität. Bei telefonisch aufgegebenen Anzeigen und so veranlassten Änderungen übernimmt der Verlag keine Haftung für die Richtigkeit der Wiedergabe. Für erkannte ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Sind etwaige Mängel an den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden diese erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Werbungtreibende auch bei ungenügendem Abdruck keinerlei Ansprüche.

Der Auftraggeber ist auch dafür verantwortlich, dass Beihefter und Beilagen den Vorschriften der AGB Presse-Distribution entsprechen. Ist dies nicht der Fall und fallen dadurch zusätzliche Postgebühren an, so hat der Auftraggeber diese dem Verlag zu erstatten.
11. Der Auftraggeber hat bei schuldhaft unrichtigem oder sinnenstimmendem unvollständigen Abdruck der Anzeige nur das Recht auf eine Ersatzanzeige; aber nur, wenn der Zweck der Anzeige erheblich beeinträchtigt wurde. Fehlende oder fehlerhaft gedruckte Kontrollangaben ergeben keinen Anspruch für den Auftraggeber. Reklamationen müssen innerhalb 8 Tagen nach Eingang von Rechnung und Beleg schriftlich geltend gemacht werden und triftig begründet sein; sie schieben die Zahlungsverpflichtung aber nicht auf.
12. Korrekturabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Korrekturabzüge. Sendet der Auftraggeber den ihm übermittelten Probeabzug nicht fristgemäß bis zum Anzeigenschluss zurück, so gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt.
13. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Datum der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Verzugszinsen in Höhe von 4 1/2 % über dem jeweiligen Diskontsatz der Deutschen Bundesbank und Spesen sowie die Einziehungskosten berechnet; der Verlag kann die weitere Ausführung des Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen, ohne dass hieraus dem Auftraggeber irgendwelche Ansprüche gegen den Verlag erwachsen. Bei Konkursen und Zwangsvergleichen entfällt jeglicher Nachlass.
14. Der Verlag verpflichtet sich, die in seinen Mediaunterlagen (insbesondere dem AMF-Schema) veröffentlichte Verbreitung nach Empfängergruppen und regionaler Aufgliederung entsprechend durchzuführen. Von dem vom Anzeigenkunden bezahlten Nettopreis werden ca. fünfundzwanzig Prozent einem Förderungsfonds für Getränkewirtschaftliches Schrifttum zugeführt, der von einem neutralen, amtlich zugelassenen Wirtschaftsprüfer überwacht wird. Der Fond wird ausschließlich im Interesse der Anzeigenkunden im Sinne des Satzes 1 und zur redaktionellen und sonstigen Förderung der Zeitschrift GETRÄNKEFACHGROSSHANDEL verwendet.
15. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenausschnitt. Wenn Art und Umfang des Auftrages es rechtfertigen, werden bis zu zwei Kopfbelege oder vollständige Belegexemplare geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Aufnahmebescheinigung des Verlages.
16. Auftragsänderung oder Umstellung des ursprünglichen Auftrages gelten nur als anerkannt, wenn der Verlag diese ausdrücklich schriftlich bestätigt. Kosten für erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu bezahlen. Im Falle höherer Gewalt erlischt jede Verpflichtung auf Erfüllung von Aufträgen und auf Leistung von Schadenersatz, insbesondere wird auch kein Schadenersatz für nicht rechtzeitig veröffentlichte Anzeigen oder Beilagen geleistet.
17. Bei Ziffernanzeigen stellt der Verlag nur seine Einrichtung zur Weiterleitung eingehender Angebote zur Verfügung. Ansprüche auf Wandlung, Minderung oder Schadenersatz wegen Verlust oder Verzögerung sind ausgeschlossen. Einschreiben und Eilbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Alle eingehenden Zuschriften werden in angemessener Frist, mindestens jedoch wöchentlich einmal, zugestellt. Nicht zustellbare Einsendungen werden höchstens 4 Wochen aufbewahrt, danach vernichtet und evtl. wertvolle Unterlagen, wie Originalzeugnisse, zurückgesandt, ohne dazu verpflichtet zu sein. Eine Gewähr für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Zuschriften wird vom Verlag nicht übernommen.

Der Verlag behält sich im Interesse und zum Schutz des Auftraggebers das Recht vor, die eingehenden Zuschriften zur Ausschaltung von Missbrauch des Zifferndienstes zu Prüfzwecken zu öffnen. Zur Weitergabe von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet. Bei Ziffernanzeigen haftet der Auftraggeber dafür, dass Unterlagen, die den Zuschriften beigelegt sind, spätestens innerhalb 4 Wochen an die Einsender zurückgegeben werden. Geschieht dies nicht, so ist der Verlag berechtigt, den Einsendern auf Reklamationen die Anschrift des Auftraggebers bekanntzugeben.
18. Druckunterlagen werden nur auf besondere Aufforderung zu Lasten des Auftraggebers zurückgesandt. Sie werden höchstens 8 Wochen nach Erscheinen der Anzeige aufbewahrt; irgendeine Haftung übernimmt der Verlag jedoch dafür nicht.
19. Bei Änderung der Anzeigenpreise oder Geschäftsbedingungen treten die neuen Preise und Bedingungen auch für laufende oder erst später beginnende Aufträge sofort in Kraft.
20. Für die Veröffentlichung von Anzeigen- oder Beilagenaufträgen in dieser Zeitschrift gelten nur die vorstehenden Bedingungen und nicht etwaige allgemeine oder besondere Einkaufsbedingungen des Auftraggebers. Dies gilt insbesondere auch durch die Annahme der Auftragsbestätigung als vereinbart.
21. Erfüllungsort ist Mindelheim. Gerichtsstand für beide Teile ist nach Wahl des Verlages Mindelheim oder München.