

# 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
Newsletter	Seite 16
Website/Bannerpreisliste	Seite 17
Fachzeitschriften-Archiv	Seite 18
Geschäftsbedingungen	Seite 19

# 2017



# 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 Schneider

Telefon: 08261/999-332

Telefax: 08261/999-391

E-Mail:  
schneider@sachon.de



### *Redaktion*

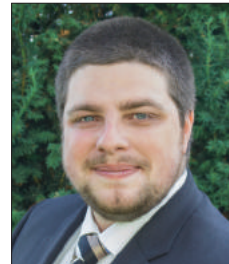
---

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



**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 40 Prozent aller Mineralwässer, über 30 Prozent aller Softdrinks und über 10 Prozent aller Fruchtsaftgetränke sorgen Deutschlands Getränkefachgroßhändler dafür, dass sie beim Konsumenten ankommen: mit ihrem Vertrieb, ihrer Logistik und ihren in Eigenregie betriebenen Getränkefachmärkten. Im Jahr 2014 wurden von den etwa 46000 Mitarbeitern der ca. 4000 deutschen Betriebe rund 20,6 Mrd. Euro Jahresumsatz erwirtschaftet. Die 545 Mitgliedsunternehmen des Bundesverbands haben daran einen Anteil von etwa 80 Prozent. Allein in ihren rund 7000 Getränkefachmärkten wurde ein Jahresumsatz von ca. 2,7 Mrd. Euro erzielt.

Darüber hinaus ist der **GETRÄNKEFACHGROSSHANDEL** seit Januar 2009 auch **offizielles Organ des Verbandes des Deutschen Getränke-Einzelhandels e.V.** Im Vordergrund stehen die Interessen der Getränkefachmärkte und der Schutz des weltweit einmaligen Mehrwegsystems. Die im Einzelhandelsverband organisierten Getränkefachmärkte erzielen einen Jahresumsatz von ca. 2,0 Mrd. Euro.

**3 Zielgruppe:** Fachmagazin für Führungskräfte des Getränkefachgroßhandels und des Getränkeeinzelhandels in Deutschland.

**4 Erscheinungsweise:** monatlich

**5 Heftformat:** DIN A4

**6 Jahrgang:** 36. Jahrgang 2017

**7 Bezugspreis:**

Jahresabonnement  
Inland € 65,- (+ MwSt incl. Porto)  
Ausland € 65,- (zzgl. Porto)  
(Mehrfachbezug gem. Abo-Preisliste)

Einzelverkaufspreis: € 6,-

**8 Organ:** Offizielles Organ des Bundesverbandes des Deutschen Getränkefachgroßhandels e.V. und des Verbandes des Deutschen Getränke-Einzelhandels e.V.

**9 Mitgliedschaften/  
Teilnahme:**

Deutsche Fachpresse, IWW, IWW-EDA, 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:** schneider@sachon.de

**11 Herausgeber:** Ernestine Sachon

**12 Anzeigen:** Helga Schneider  
Telefon: (08261) 999 - 332  
E-Mail: schneider@sachon.de

**13 Redaktion:** Thomas Eisler, Dipl.-Ing.  
für Lebensmitteltechnologie  
Telefon: (08261) 999 - 313  
E-Mail: eisler@sachon.de

**14 Umfangs-Analyse 2015 = 12 Ausgaben**

**Gesamtumfang:** 736 Seiten = 100,0 %

<b>Redaktionsteil:</b>	583 Seiten	=	79,2 %
<b>Anzeigenteil:</b>	153 Seiten	=	20,8 %
davon:			
Stellen- und Gelegenheitsanzeigen	3 Seiten	=	2,0 %
Verlagseigene Anzeigen	25 Seiten	=	16,3 %
Einhefter	-		
Beilagen	10 Stück		
Poster	4 Stück		

**15 Inhalts-Analyse des Redaktionsteils**

583 Seiten = 100,0 %

nach Sachgebieten:			
Marktanalyse für Getränke	82 Seiten	=	14,1 %
Aktuelle Branchenberichte	191 Seiten	=	32,8 %
Verbandsnachrichten	90 Seiten	=	15,4 %
Messen und Tagungen	90 Seiten	=	15,4 %
Getränkefachgroßhändler- und Markenartikler-Porträts	27 Seiten	=	4,6 %
Marketing, Vertrieb, Verkaufsförderung	21 Seiten	=	3,6 %
Betriebsorganisation, Logistik und EDV	45 Seiten	=	7,7 %
Management	9 Seiten	=	1,6 %
Editorial/Inhalt	28 Seiten	=	4,8 %



- 1 **Auflagenkontrolle:** 
- 2 **Auflagen-Analyse:** Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt  
(1. Juli 2015 bis 30. Juni 2016)

<b>Druckauflage:</b>	15.138		
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (TvA):</b>	15.014	davon Ausland:	363
<b>Verkaufte Auflage:</b>	6.512	davon Ausland:	37
– Abonnierte Exemplare:	4.772	davon Mitgliederstücke:	600
– Einzelverkauf:	–		
– Sonstiger Verkauf:	1.740		
<b>Freistücke</b>	8.502		
<b>Rest-, Archiv- und Belegexemplare</b>	124		

### 3 Geografische Verbreitungs-Analyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	97,6	14.651
Ausland	2,4	363
<b>tatsächl. verbr. Auflage</b>	<b>100,0</b>	<b>15.014</b>



### 3.1 Verbreitung nach Nielsengebieten (Inland):

Nielsen-Gebiet	%	Expl.
<b>Nielsen-Gebiet I</b> Schleswig-Holstein, Hamburg, Bremen, Niedersachsen	9,9	1.451
<b>Nielsen-Gebiet II</b> Nordrhein-Westfalen	16,0	2.343
<b>Nielsen-Gebiet IIIa</b> Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland	14,9	2.175
<b>Nielsen-Gebiet IIIb</b> Baden-Württemberg	15,5	2.274
<b>Nielsen-Gebiet IV</b> Bayern	22,3	3.275
<b>Nielsen-Gebiet V</b> Berlin	1,5	226
<b>Nielsen-Gebiet VI</b> Brandenburg, Sachsen-Anhalt, Mecklenburg-Vorpommern	7,6	1.111
<b>Nielsen-Gebiet VII</b> Sachsen, Thüringen	10,4	1.521
<b>Sonstige (z. B. Messen) nicht analysiert</b>	1,9	275
<b>Tatsächlich verbreitete Inlandsauflage</b>	<b>100,0</b>	<b>14.651</b>

#### Kurzfassung der Erhebungsmethode

- 1. Methode:** Empfänger-Struktur-Analyse durch Dateiauswertung – Totalerhebung gemäß IVW-EDA-Richtlinien
- 2. Grundgesamtheit:** TvA Inland 14.651 = 100 %, in der Untersuchung nicht erfasst: 275 = 1,9%
- 3. Stichprobe:** Totalerhebung
- 4. Zielpersonen der Untersuchung:** entfällt
- 5. Zeitraum der Untersuchung:** 1. 7. 2015 bis 30. 6. 2016
- 6. Durchführung der Untersuchung:** Verlag  
Die detaillierte Erhebungsmethode kann unter [www.sachon.de/gfgh-erhebungsmethode](http://www.sachon.de/gfgh-erhebungsmethode) eingesehen werden.

## 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	56,3	8.455
52.25	Unabhängige Getränkeabholmärkte sowie GAM im Franchise	11,3	1.691
51.34.2, 52.25.1	Getränkefachhandel mit Schwerpunkt Wein und Spirituosen	4,6	693
15.98	AfG-Hersteller	4,9	732
15.96	Brauereien	5,3	791
52.2	LEH (einschl. der Einkaufszentralen) und deren angeschlossene Getränkeabholmärkte	7,0	1.059
15.91, 15.95	Wein-, Sekt- und Spirituosenindustrie	1,9	280
55.1, 55.3	Großbetriebe der Hotellerie, Gastronomieketten, Diskotheken	1,9	292
	Verbände, Institute, Fach- und Berufsschulen	0,7	110
	Übrige qualifizierte Branchen ohne sep. Ausweisung (z.B. Bibliotheken, Werbeagenturen, Zulieferindustrie)	3,6	531
	Branche noch nicht nach EDA-Kriterien erhoben/nicht bekannt	0,6	97
	Sonstige (z.B. Messen) nicht analysiert	1,9	283
	<b>Tatsächlich verbreitete Auflage</b>	<b>100,0</b>	<b>15.014</b>

### Kurzfassung der Erhebungsmethode

#### 1. Methode:

Empfänger-Struktur-Analyse  
durch Dateiauswertung  
Totalerhebung gemäß  
IWV-EDA-Richtlinien

#### 2. Grundgesamtheit:

Grundgesamtheit (TvA):  
15.014 = 100 %  
In der Untersuchung  
nicht erfasst: 283 = 1,9 %

#### 3. Stichprobe: Totalerhebung

#### 4. Zielperson der Untersuchung: entfällt

#### 5. Zeitraum der Untersuchung:

1. 7. 2015 bis 30. 6. 2016

#### 6. Durchführung der Untersuchung: Verlag

Die detaillierte Erhebungsmethode kann unter  
[www.sachon.de/](http://www.sachon.de/)  
gfgH-erhebungsmethode  
eingesehen werden.

1.2 Größe der Wirtschaftseinheit

2.1 Tätigkeitsmerkmale

2.2 Sozio-Demografie

2.3 Entscheidungsbereiche bzw. Anschaffungsabsichten

Merkmale wurden nicht erhoben, weil der Nutzungsgrad  
dieser Fachzeitschrift hiervon nicht abhängig ist.



### 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	6.833,–	7.393,–	7.953,–	8.513,–
Umschlagseiten	185 x 270	210 x 297	6.036,–	6.596,–	7.156,–	7.716,–
2/1 Seite	395 x 270	420 x 297	10.752,–	11.312,–	11.872,–	12.432,–
1/1 Seite	185 x 270	210 x 297	5.567,–	6.127,–	6.687,–	7.247,–
2/3 Seite hoch	120 x 270	130 x 297	3.886,–	4.446,–	5.006,–	5.566,–
2/3 Seite quer	185 x 180	210 x 200	3.886,–	4.446,–	5.006,–	5.566,–
1/2 Seite hoch	90 x 270	101 x 297	3.003,–	3.563,–	4.123,–	4.683,–
1/2 Seite quer	185 x 127	210 x 143	3.003,–	3.563,–	4.123,–	4.683,–
1/3 Seite hoch	56 x 270	67 x 297	2.099,–	2.659,–	3.219,–	3.779,–
1/3 Seite quer	185 x 90	210 x 106	2.099,–	2.659,–	3.219,–	3.779,–
1/4 Seite hoch	90 x 127	101 x 143	1.557,–	2.117,–	2.677,–	3.237,–
1/4 Seite quer	185 x 60	210 x 77	1.557,–	2.117,–	2.677,–	3.237,–
1/8 Seite hoch	90 x 60	101 x 77	790,–	1.070,–	1.350,–	1.630,–
1/8 Seite quer	185 x 30	210 x 46	790,–	1.070,–	1.350,–	1.630,–

\* Beschnittzugabe an allen Seiten je 3 mm

Weitere Formate auf Anfrage

TvA: 15.014 Exemplare

## 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. Sonderwerbeformen:

### Einhefter:

2-seitig € 4.410,-

Format unbeschnitten: 218 mm breit, 312 mm hoch  
Beschnitt: 5 mm oben, 10 mm unten, 3 mm links (im Bund),  
5 mm rechts

4-seitig € 6.470,-

Format unbeschnitten: 436 mm breit, 312 mm hoch  
Beschnitt: 5 mm oben, 10 mm unten, 5 mm links,  
6 mm im Bund, 5 mm rechts

Anlieferung gefalzt – Muster erforderlich

### Beilagen:

Bis zu 295 mm hoch, 200 mm breit  
pro Tsd. € 220,- zuzgl. Portokosten nach Gewicht  
(auf Anfrage) Muster erforderlich!

**Aufgeklebte Werbemittel:** auf Anfrage

## 6. Kontakt:

	Verlag W. Sachon GmbH + Co
	Schloss Mindelburg
	87719 Mindelheim
Internet:	www.sachon.de
Telefon:	08261/999-0
Telefax:	08261/999-391
E-Mail:	schneider@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 73150000  
Kto.-Nr. 810008201  
BIC: BYLA DE M1 MLM  
IBAN: DE96 7315 0000 0810 008201



### Anzeigensplitting:

		1/1 S. 4 fbg.	1/2 S. 4 fbg.
<input type="checkbox"/> Nielsen 1	1.451 Expl. +2.858 Expl. <b>4.309 Expl.</b>	€ 3.850,-	€ 2.600,-
<input type="checkbox"/> Nielsen 2	2.343 Expl. +2.858 Expl. <b>5.201 Expl.</b>	€ 4.600,-	€ 2.750,-
<input type="checkbox"/> Nielsen 3a	2.175 Expl. +2.858 Expl. <b>5.033 Expl.</b>	€ 4.500,-	€ 2.700,-
<input type="checkbox"/> Nielsen 3b	2.274 Expl. +2.858 Expl. <b>5.132 Expl.</b>	€ 4.600,-	€ 2.750,-
<input type="checkbox"/> Nielsen 4	3.275 Expl. +2.858 Expl. <b>6.133 Expl.</b>	€ 4.850,-	€ 2.850,-

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

Bei der jeweiligen Anzeigen-Teilbelegung sind die Nielsen-Gebiete 5, 6 und 7 – TvA 2.858 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	Stellen- angebote*	Gelegenheits- anzeigen
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,-

Farbzuschlag 4c:

1/2 Seite und größer	€ 460,-
kleiner als 1/2 Seite	€ 230,-

Der mm-Preis (90 mm breit) beträgt:

für Stellenangebote:	€ 2,40
für Gelegenheitsanzeigen:	€ 4,70
für Stellengesuche:	€ 1,82
(Preise zzgl. MwSt.)	
Chiffre-Gebühr:	€ 7,00

\* Stellenangebote  
erscheinen zusätzlich  
kostenlos auf unserer  
Homepage.



## Formate und technische Angaben



- 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 56 mm Breite
- 2 Druck- und Bindeverfahren:** Offsetdruck (Bogen), Rückstichheftung oder Klebebindung
- 3 Datenübermittlung:** E-Mail-Übertragung an [schneider@sachon.de](mailto:schneider@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 Halbtonebilder 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**
- Gestaltungshinweis:** Um zu vermeiden, dass Schriften verpixelt dargestellt werden, müssen **alle Schriftebenen im Vordergrund** angesiedelt werden. Schriften, die z.B. von einem Schatten überlagert werden, werden unter Umständen nicht richtig wiedergegeben.

- 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](http://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 (Euroscala 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 Schneider  
Telefon: 082 61/9 99-3 32  
E-Mail: [schneider@sachon.de](mailto:schneider@sachon.de)

### Formate und technische Angaben

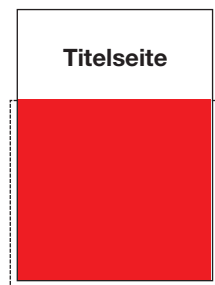


#### Anzeigen

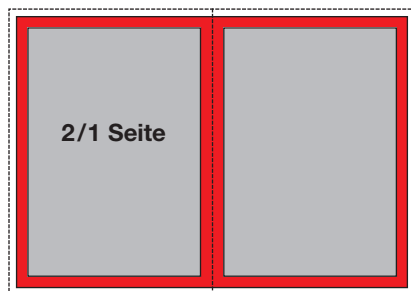
 Satzspiegelformat  
(Breite x Höhe in mm)

 Anschnittformat  
(beschnittenes Endformat,  
Breite x Höhe in mm)

----- Beschnittzugabe  
(je 3 mm)



210 x 209 mm  
216 x 212 mm



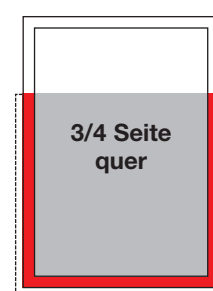
395 x 270 mm  
420 x 297 mm  
432 x 303 mm



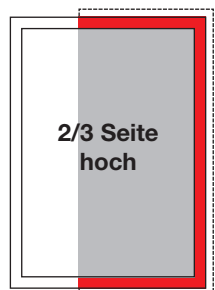
185 x 270 mm  
210 x 297 mm  
216 x 303 mm



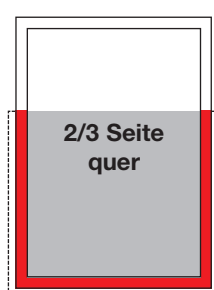
139 x 270 mm  
150 x 297 mm  
153 x 303 mm



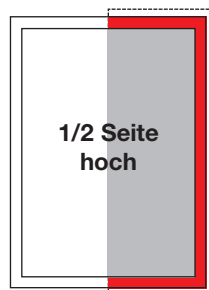
185 x 195 mm  
210 x 211 mm  
216 x 214 mm



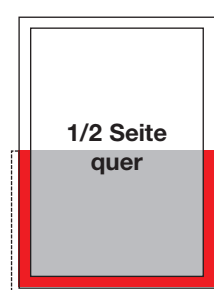
120 x 270 mm  
130 x 297 mm  
133 x 303 mm



185 x 180 mm  
210 x 200 mm  
216 x 203 mm



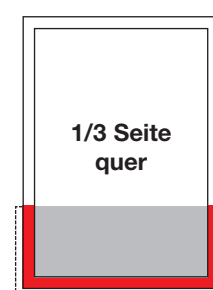
90 x 270 mm  
101 x 297 mm  
104 x 303 mm



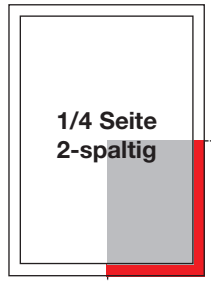
185 x 127 mm  
210 x 143 mm  
216 x 146 mm



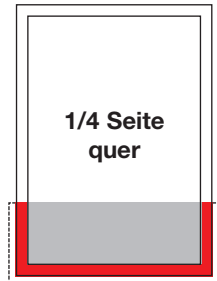
56 x 270 mm  
67 x 297 mm  
70 x 303 mm



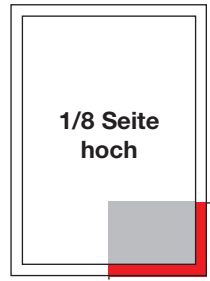
185 x 90 mm  
210 x 106 mm  
216 x 109 mm



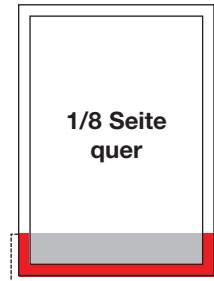
90 x 127 mm  
101 x 143 mm  
104 x 146 mm



185 x 60 mm  
210 x 77 mm  
216 x 80 mm



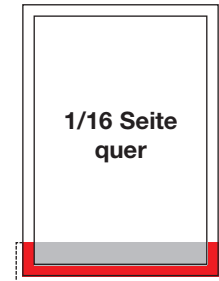
90 x 60 mm  
101 x 77 mm  
104 x 80 mm



185 x 30 mm  
210 x 46 mm  
216 x 49 mm



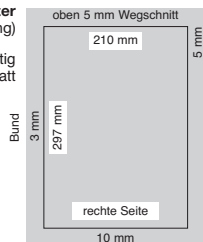
90 x 30 mm  
101 x 46 mm  
104 x 49 mm



185 x 15 mm  
210 x 31 mm  
216 x 34 mm

#### Einhefter (Klebebindung)

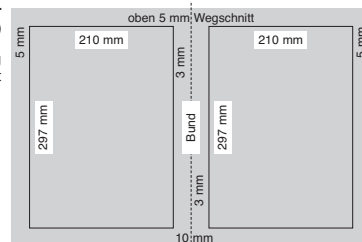
zweiseitig  
= 1 Blatt



218 mm breit, 312 mm hoch

#### Einhefter (Klebebindung)

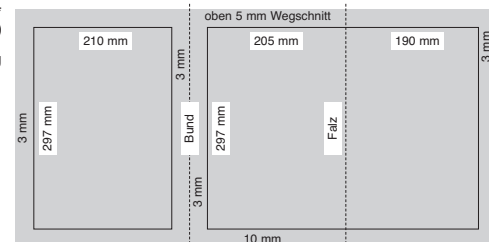
vierseitig  
= 2 Blatt



436 mm breit, 312 mm hoch

#### Einhefter\* (Klebebindung)

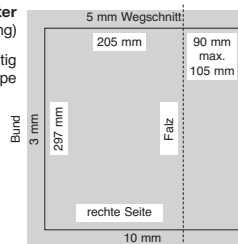
sechsstufig



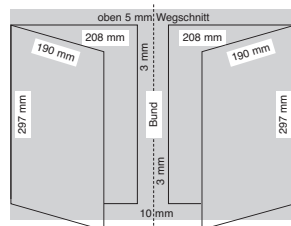
Max. 617 mm breit, 312 mm hoch

#### Einhefter (Klebebindung)

zweiseitig  
+ Klappe



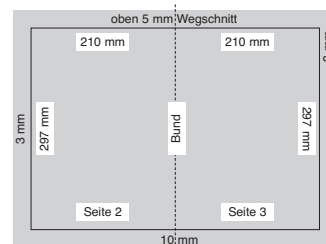
298-313 mm breit, 312 mm hoch



Bei Altarfalz\* Anlieferung der gefalzten,  
unbeschnittenen Beihefter

#### Einhefter (Rückstich- heftung mit zwei Klammern)

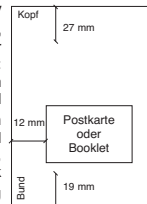
vierseitig  
= 2 Blatt



426 mm breit, 312 mm hoch

#### Tip-on Card / Booklet,

möglicher  
Leimbereich:  
12 – 67 mm  
vom Bund  
Leimstreifen  
immer parallel  
zum Bund,  
ca. 3 mm stark  
Platzierung  
auf Seite 1  
des jeweiligen  
Bogenteils



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

\* Bei 3 Blatt und beim Altarfalz muss sich das ausklappbare Teil oben befinden. Ausklappbares Teil unten nur gegen Anfrage.

Tatsächlich verbreitete Auflage:  
im Jahresdurchschnitt 15.014 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; Sonderauslagen werden dort verteilt.

Wir stellen aus: **drinktec** München, 11. – 15. 09. 2017

Ausgaben Nr. Monat	Themen-Schwerpunkte	Berichte zu Messen und Tagungen ♦ Messen      ◇ Tagungen	Redak- tions- schluss	Anzeigen- schluss	Druck- unter- lagen- termin	Erschei- nungs- termin
<b>1</b> Januar	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Für die Zukunft gerüstet: Online-Vermarktung im Getränkefachgroßhandel</li> <li>○ Bockbiere</li> <li>○ Vegane Getränke im Aufwind</li> <li>○ Neuer Trend: Craft-Spirituosen</li> <li>🍷 <b>Württembergischer Vielfalt</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ <b>GETRÄNKE IMPULS TAGE</b> Saalfelden, Österreich, 15. 1. – 18. 1. 2017</li> <li>♦ <b>HOGA</b> Nürnberg, 15. 1. – 17. 1. 2017</li> <li>♦ <b>IGW, Internationale Grüne Woche</b> Berlin, 20. 1. – 29. 1. 2017</li> <li>♦ <b>FINEST SPIRITS 17</b> München, 3. 2. – 5. 2. 2017</li> </ul>	<b>1. 12. 2016</b>	<b>9. 12. 2016</b>	<b>13. 12. 2016</b>	<b>18. 1. 2017</b>
<b>2</b> Februar Messeausgabe BioFach	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Helle und Exportbiere</li> <li>○ Bio-Getränke</li> <li>○ Limonaden mit Fruchtsaft</li> <li>○ Alles für das Geschäft im Freien</li> <li>🍷 <b>Autochthone Rebsorten</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>♦ <b>Braukunst Live!</b> München, 10. 2. – 12. 2. 2017</li> <li>♦ <b>Nord Gastro</b> Husum, 13. 2. – 14. 2. 2017</li> <li>♦ <b>BioFach</b> Nürnberg, 15. 2. – 18. 2. 2017</li> <li>◇ <b>Delegiertentagung des Bundesverbandes des Deutschen Getränkefachgroßhandels e.V.</b> München, 9. 3. – 10. 3. 2017</li> </ul>	<b>10. 1. 2017</b>	<b>18. 1. 2017</b>	<b>23. 1. 2017</b>	<b>10. 2. 2017</b>
<b>3</b> März	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Pils</li> <li>○ Schorlen</li> <li>○ Gebindevielfalt in der Bierwelt</li> <li>○ Gin: Die neue Trendsprituose</li> <li>🍷 <b>ProWein-Vorschau</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>♦ <b>ProWein</b> Düsseldorf, 17. 3. – 19. 3. 2017</li> <li>♦ <b>INTERNORGA</b> Hamburg, 17. 3. – 21. 3. 2017</li> <li>◇ <b>20. VLB-Logistikfachkongress</b> München, 26. 3. – 28. 3. 2017</li> </ul>	<b>6. 2. 2017</b>	<b>20. 2. 2017</b>	<b>24. 2. 2017</b>	<b>16. 3. 2017</b>
<b>4</b> April	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Kellerbiere: Beliebtes Gebräu</li> <li>○ Fruchtsaft</li> <li>○ Energydrinks</li> <li>○ Hard- und Software für den GFGH</li> <li>🍷 <b>Frühlings- und Sommerweine</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>♦ <b>VINITALY</b> Verona, 9. 4. – 12. 4. 2017</li> <li>♦ <b>Badische Weinmesse</b> Offenburg, 6. 5. – 7. 5. 2017</li> </ul>	<b>7. 3. 2017</b>	<b>21. 3. 2017</b>	<b>24. 3. 2017</b>	<b>18. 4. 2017</b>
<b>5</b> Mai	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>Mineralwasser-Special mit Branchen-Ranking</b></li> <li>○ Weißbiere</li> <li>○ Bittergetränke</li> <li>○ Szenige Longdrinks in der Gastronomie</li> <li>🍷 <b>Schaum- und Perlweine / Prosecco</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ <b>GEVA Jahrestagung</b> Hamburg, 18. 5. – 19. 5. 2017</li> <li>◇ <b>VdF Jahrestagung</b> Dresden, 30. 5. – 31. 5. 2017</li> </ul>	<b>3. 4. 2017</b>	<b>21. 4. 2017</b>	<b>24. 4. 2017</b>	<b>17. 5. 2017</b>
<b>6</b> Juni	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Biermixe</li> <li>○ Sommercocktails</li> <li>○ Ladungssicherung</li> <li>○ Die Welt der Wodkas</li> <li>🍷 <b>Weine aus Italien</b></li> </ul>		<b>3. 5. 2017</b>	<b>18. 5. 2017</b>	<b>23. 5. 2017</b>	<b>16. 6. 2017</b>



Tatsächlich verbreitete Auflage:  
im Jahresdurchschnitt 15.014 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; Sonderauslagen werden dort verteilt.

Wir stellen aus: **drinktec** München, 11. – 15. 09. 2017

Ausgaben Nr. Monat	Themen-Schwerpunkte	Berichte zu Messen und Tagungen ♦ Messen      ◇ Tagungen	Redak- tions- schluss	Anzeigen- schluss	Druck- unter- lagen- termin	Erschei- nungs- termin
<b>7</b> Juli	<input type="radio"/> Importbiere <input type="radio"/> Der Colamarkt <input type="radio"/> Mehr als nur Getränelieferant: Der GFM als Nahversorger <b>Deutscher Burgunder</b>		7. 6. 2017	28. 6. 2017	3. 7. 2017	20. 7. 2017
<b>drinktec</b> <b>8</b> August Messeausgabe drinktec	<b>drinktec-Vorschau</b> <input type="radio"/> Kölsch <input type="radio"/> Internationale Wässer <input type="radio"/> Trinkgläser <b>Internationale Festtagsweine</b>	♦ <b>drinktec</b> München, 11. 9. – 15. 9. 2017	6. 7. 2017	22. 7. 2017	26. 7. 2017	18. 8. 2017
<b>9</b> September	<input type="radio"/> Weihnachts- und Winterbiere <input type="radio"/> Champagner und Schaumweine <input type="radio"/> Präsentverpackungen <input type="radio"/> Ladenbau <b>Glühweine</b> <b>Deutsche Festtagsweine</b>	♦ <b>ProFachhandel</b> München, 14. 9. – 15. 9. 2017 ♦ <b>ANUGA</b> Köln, 7. 10. – 11. 10. 2017 ◇ <b>VLB-Oktober-Tagung</b> Berlin, 9. 10. – 10. 10. 2017	7. 8. 2017	18. 8. 2017	24. 8. 2017	13. 9. 2017
<b>10</b> Oktober	<input type="radio"/> Dunkel- und Schwarzbiere <input type="radio"/> Appelwoi, Cider & Co. <input type="radio"/> Whiskey <input type="radio"/> Aufbauten <b>Weine aus Urlaubsregionen</b>	♦ <b>Alles für den Gast</b> Salzburg, 11. 11. – 15. 11. 2017	4. 9. 2017	19. 9. 2017	22. 9. 2017	17. 10. 2017
<b>11</b> November	<input type="radio"/> Altbier <input type="radio"/> Kindergetränke <input type="radio"/> Kassensysteme <b>Bankett- und Winterweine</b>		9. 10. 2017	20. 10. 2017	25. 10. 2017	16. 11. 2017
<b>12</b> Dezember	<input type="radio"/> Jahresrückblick: – Produkte und Trends <input type="radio"/> Snack- und Getränkeautomaten <b>Der neue 2017er Jahrgang</b>		8. 11. 2017	22. 11. 2017	27. 11. 2017	15. 12. 2017



# GETRÄNKE INDUSTRIE

**GETRÄNKE**  
FACHGROSSHANDEL

## Platzierungsmöglichkeiten

+++ Frisch eingeschenkt +++

doi:10.1017/S0007122614000066

FullBanner - Premium Position

Schwarzen, Mineralwasser als neues Getränk

Redaktionen in der DDR: Grottel/Hilbert

Die KSG GmbH, einer der regionalen führenden Anbieter von  
Möbeln und Verkaufsunterlagen für die Einzel- und Geschäftskunden  
Schweiz 2014: 1.356,2 Mio. Euro, um...

**Sponsored Post:**

Stiller und Stiller wegen Fußball-WM: Verlegen

Der Sprecher der Geschäftsführung der tffburger Brauerei, Dr. Werner Maß,

©2005 Elsevier B.V. All rights reserved.

Manfred Oetzel hat die Spezial- und Bilddruckerei in Ulmen an den deutschen Privatkapitalmarkt Parvus Fund 2 veräußert, die traditionelle Papsterei Ulmen seit dem 18. Februar 2013 als Familienbetrieb weiter. Als ausserordnlicher Unternehmer sind die Folienwerke.

Verz.

Wie ca. 170.000 Jahre bei Krieger

Deutscher Gesundheitspreis 2014 verliehen

Der Deutsche Nachhaltigkeitspreis 'Beverage' ging an Riffraff und Axel Ohm vom Brauereifamilie Jäger. Maßstab: es trinkst du mit der

[Share This Cytoskeleton Protein in Disease](#)

[illegible]

10. *Journal of the American Medical Association*, 2000; 284: 1012-1016.

Wie zur 150. wurde Julia fast immer

... [weiter](#)

**Deutscher Gastrokongress 2014 eröffnet**

produziert werden. Vorher muss die Rohwarengüte und das Konzept für ein 23.000 um großes Grundstück ausgearbeitet werden. Das...

Wang Eine Drei veröffentlicht Psalmsbücher in Indonesien

...noch mehr!

	HalfBanner		HalfBanner
--	------------	--	------------

**Hlx** zu 150 nmol/L bei Krebs

Published online in Wiley InterScience (www.interscience.wiley.com). DOI: 10.1002/for.1011

© 2006 The Authors  
Journal compilation © 2006 Blackwell Publishing Ltd

© 2004 Blackwell Publishing Ltd *Journal of Internal Medicine* 255: 105–112

Abstracts of the Special- and Interdisciplinary Workshops in connection with the Symposium "Private Equity Funds: Past, Present and Future" are published in the following two papers.

Button

Wie viel LSO haben Sie? [Info, bei Krebs](#)

Deutscher Gastronomiepreis 2014 verliehen

Der Deutsche Literaturwissenschaftler Siegfried J. Schmidt ist ein bekannter und beliebter Autor von Büchern und Artikeln über die deutsche Literatur. Er ist auch ein bekannter und beliebter Autor von Büchern und Artikeln über die deutsche Literatur.

Werbeform	Größe (Pixel)	Preis €/pro Aussendung
FullBanner	468 x 60	520,—
FullBanner Premium	468 x 60	625,—
HalfBanner	234 x 60	280,—
Button	150 x 60	195,—
Sponsored Post	max. 300 Zeichen inklusive Link plus 1 Bild	640,—
Veranstaltungshinweis	200 x 80	220,—
<b>Stand Alone</b>	<b>Exklusivversand (Details auf Anfrage)</b>	2100,—

wöchentlich, Donnerstag

ca. 12 800/Woche

Per E-Mail mindestens 1 Woche vor Schaltbeginn an:  
Stephan Keller, [keller@sachon.de](mailto:keller@sachon.de)

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

Helga Schneider, Tel. 082 61/9 99-332, [schneider@sachon.de](mailto:schneider@sachon.de)

## Preisliste

Platzierung	Werbeform	Größe (Pixel)	Preis €/Monat
Startseite Fachzeitschriften	Skyscraper	120 x 600	455,-
	Superbanner	728 x 90	420,-
	Fullbanner	468 x 60	370,-
	Navigation	185 x 185	320,-
	Button	150 x 60	180,-
Je Fachzeitschrift inkl. Unterseiten	Skyscraper	120 x 600	395,-
	Superbanner	728 x 90	315,-
	Fullbanner	468 x 60	277,-
	Navigation	185 x 185	240,-
	Button	150 x 60	135,-
Produkt-/Imagevideos		max. 500 (breit)	620,-

**Datenanlieferung:** Per E-Mail mindestens 1 Woche vor Schaltbeginn an:  
schneider@sachon.de

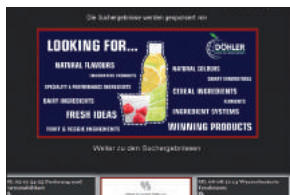
**Banner:** GIF, JPG, PNG  
Andere Dateiformate auf Anfrage  
Grafiken in den angegebenen Größen mit 72 dpi  
Maximale Dateigröße 50 KB

**Ansprechpartner:** Helga Schneider, Tel. 082 61/999-332, schneider@sachon.de

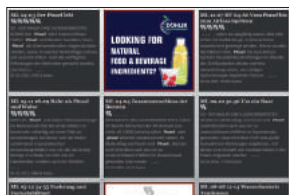


## Platzierungsmöglichkeiten

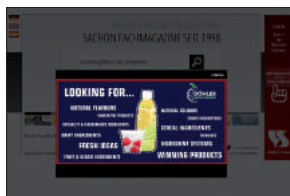
Overlay Suchergebnis



Rectangle Suchergebnis



Overlay Startseite (ohne Keywordbezug)



Skyscraper



### Mengenstaffel:

5 Keywords	5 %
10 Keywords	10 %
15 Keywords	15 %
20 Keywords	20 %

### Malstaffel:

3 Monate	5 %
6 Monate	10 %
9 Monate	15 %
12 Monate	20 %



Keyword  
Suchbegriff

Zeigen Sie in unserem neugestalteten  
Fachzeitschriftenarchiv Präsenz –  
zielgruppenspezifisch und mit Keywords  
gekoppelt!

**Visits: 32.197 monatlich**  
(im Durchschnitt, 1. Juli 2015 bis 30. Juni 2016)

## Preise und Rabatte

Bannerplatzierung (mit Keywordbezug)	Größe in Pixel	Preis pro Keyword und Monat
Overlay Suchergebnis*	700 x 350	149,00 €
Rectangle innerhalb Suchergebnis*	285 x 255	99,00 €
Skyscraper neben Inhalt* (scrollt mit)	120 x 600	99,00 €
Bannerplatzierung (ohne Keywordbezug)	Größe in Pixel	Preis pro Monat
Overlay Startseite	700 x 350	495,00 €

### Ansprechpartner:

Helga Schneider, Tel.: 08261/999-332, schneider@sachon.de



# 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 aufgrund 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 Nicht-einhaltungsfalle 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 abzuhelfen. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Modells der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitschrift erwecken oder Fremdaufträge 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 genommene Seitenteile gemäß Preisliste veröffentlicht. Abweichende Druckunterlagen werden ohne besondere Benachrichtigung des Auftraggebers durch Bestoßen etc. oder Umrundung 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 aufgrund 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 und 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 angegebenen Anzeigen und so veranlassenen 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 Beihelfer 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 sinnentstellendem 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 4,5 % 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 Medienunterlagen (insbesondere dem AMF-Schema) veröffentlichte Verbreitung nach Empfängergruppen und regionaler Aufgliederung entsprechend durchzuführen. Von dem vom Anzeigenkunden bezahlten Nettopreis werden ca. fünfunddreißig 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. Auftragsstellung 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 in seinen Medienunterlagen beigefügt 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.

# Innovative Medien 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](mailto:info@sachon.de) · [www.sachon.de](http://www.sachon.de)