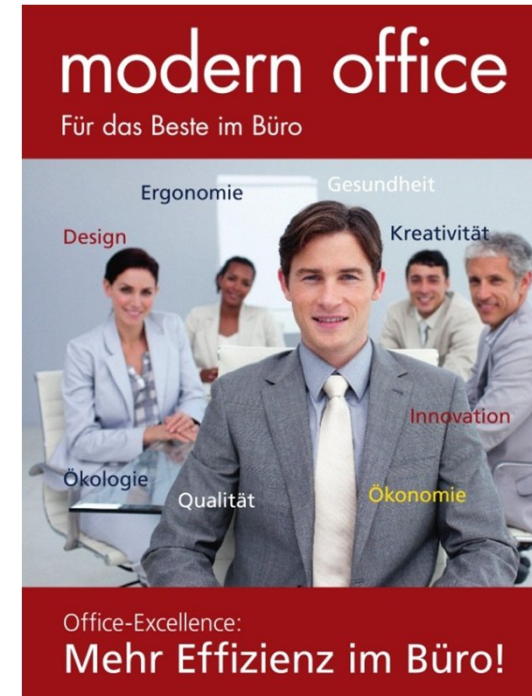


modern office
Für das Beste im Büro

Modern Office
Für das Beste im Büro

Mediadaten 2012



Süddeutsche Zeitung

Stand: 10.10.2011

1 Kurzcharakteristik/USP:

Modern Office – so heißen die Qualitätsbeilagen aus dem Verlag Frank Nehring. Die einzelnen Ausgaben werden renommierten Tageszeitungen und Wirtschaftsmagazinen wie Frankfurter Allgemeine Zeitung, Süddeutsche Zeitung und WirtschaftsWoche als Sonderveröffentlichung beigelegt, jeweils mit einer hohen Auflage von 100.000 Exemplaren. Mit den Beilagen sollen vor allem die Führungskräfte in Wirtschaft und Verwaltung für das Thema Büro sensibilisiert werden. Als Office-Entscheider sollen diese dazu angeregt werden, für bessere Büroarbeit mit besseren Büroarbeitsmitteln zu sorgen. Herausgeber von Modern Office ist die I.O.E. Initiative Office-Excellence.

Zielgruppen:

- Unternehmer, Inhaber, Geschäftsführer, Vorstände,
- Führungskräfte/Office-Entscheider,
- Gewerbliche Einkäufer, Facility Manager, IT- und Organisationsverantwortliche aus Unternehmen und öffentlichen Verwaltungen,
- Office-Manager und Office-Assistenten.

2 Erscheinungsweise: 2–4x jährlich

3 Jahrgang: 3. Jahrgang

4 Web-Adresse: www.modern-office.info

7 Herausgeber: I.O.E. Initiative Office-Excellence

8 Verlag: Verlag Frank Nehring GmbH
Zimmerstraße 56, 10117 Berlin
Fon: +49 30 479071-0
Fax: +49 30 479071-20
E-Mail: info@NehringVerlag.de
Web: www.NehringVerlag.de

9 Redaktion: Dr. Robert Nehring (Gesamtleitung)
Fon: +49 30 479071-18
E-Mail: RN@OfficeABC.DE

Anke Templiner
Fon: +49 30 479071-26
E-Mail: AT@OfficeABC.DE

Thore Prokoph
Fon: +49 30 479071-13
E-Mail: TP@OfficeABC.DE

**10/11 Anzeigenverwaltung/
Vertrieb:** Tina Stegath
Fon: +49 30 479071-28
E-Mail: TS@OfficeABC.DE

Auflagen und Verbreitungsanalyse

Druckauflage 100.000 Exemplare

Tatsächlich verbreitete Auflage 99.600 Exemplare

Aufgrund der Verbreitung über verschiedene Titel gibt es leichte Unterschiede in Bezug auf die Verbreitungszahlen.

WirtschaftsWoche: 100.000 Exemplare gehen an alle Abonnenten.

LAE 2009 – WirtschaftsWoche 296 Tsd. Entscheider

Unternehmens- und Geschäftsführung	19 %
Finanzwesen	13 %
Personal/Human Resources	12 %
Marketing/Werbung	12 %
IT/EDV	9 %
Einkauf/Beschaffung	9 %

Frankfurter Allgemeine Zeitung: Die Auslieferung von 100.000 Exemplaren erfolgt in ausgewählten Nielsen-Gebieten – dort dann komplett.

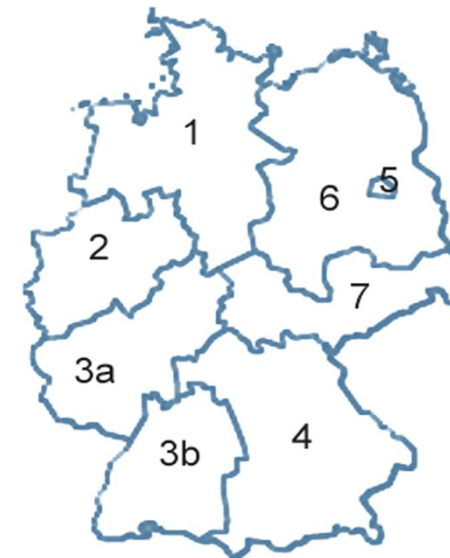
Süddeutsche Zeitung: Hier besteht die Möglichkeit, 100.000 Exemplare gezielt oder prozentual zu streuen.

Über die Beilagen-Exemplare hinaus bestehen weitere Versand- und Vertriebswege, beispielsweise:

- gezielter Zusatzversand über Medien des Verlages Frank Nehring, wie Das Büro oder Alex,
- gezielter Versand über Partner, Auslagen auf Messen oder zu Veranstaltungen ...

Verbreitung nach Nielsen-Gebieten:

Nielsen 1:	Bremen, Hamburg, Niedersachsen, Schleswig-Holstein
Nielsen 2:	Nordrhein-Westfalen
Nielsen 3a:	Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland
Nielsen 3b:	Baden-Württemberg
Nielsen 4:	Bayern
Nielsen 5+6:	Berlin, Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen-Anhalt
Nielsen 7:	Sachsen, Thüringen



Die einzelnen Ausgaben von Modern Office folgen dem Anspruch, Möglichkeiten einer besseren Büroarbeit aufzuzeigen. Präsentiert wird „das Beste fürs Büro“ in Bezug auf Produktivität, Gesundheit, Wohlbefinden und Nachhaltigkeit. In diesem Rahmen werden interessante Themen und praktische Lösungen aus den großen Office-Bereichen Bürokultur, Büroräume, Bürotechnik und Bürobedarf vorgestellt.

Bisher erschienen sind die Sonderbeilagen:

Office-Excellence: Mehr Effizienz im Büro!

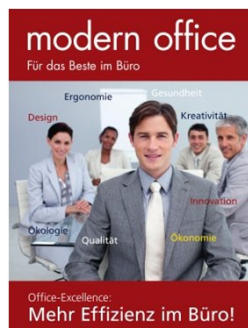
Am 6. September 2010 in der WirtschaftsWoche

Office-Excellence: Umweltbewusste Büroarbeit

Am 27. Juni 2011 in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung

Starke Marken für das Büro

Am 31. Oktober 2011 in der WirtschaftsWoche



AS: Anzeigenmeldeschluss RS: Redaktionsschluss
DS: Druckunterlagenschluss ET: Erscheinungstermin

Modern Office 1/12

Office Brands: Bürobedarf mit Qualität Der Office Gold Club

AS: 16.12.2011 DS: 26.01.2012

RS: 09.01.2012 ET: 02.03.2012

Auflage: 100.000 Exemplare

**Erscheint am 2. März in der WirtschaftsWoche
Verteilung an alle Abonnenten**



Präsentiert werden die am Office Gold Club teilnehmenden Markenhersteller mit ihren Topprodukten. Der Office Gold Club verfolgt seit 2005 das Ziel der Förderung einer qualitätsorientierten Bürowelt – als kompetenter Partner der Einkäufer und Meinungsbildner für den gewerblichen Bürobedarf. Vor allem die jährlich im Frühjahr stattfindende Roadshow ermöglicht eine direkte Kommunikation dieser mit den Markenherstellern.

Vorgestellt werden Hersteller und Produkte aus den Bereichen:

- Organisation
- Präsentation
- Schreibgeräte
- Papiere
- Reinigungsprodukte
- u. v. m.

Modern Office 2/12

Office-Excellence: Gesundheit und Umwelt

AS: 19.03.2012 DS: 16.04.2012
RS: 26.03.2012 ET: 21.05.2012

Süddeutsche Zeitung

Auflage: 100.000 Exemplare

Erscheint am 21. Mai in der Süddeutschen Zeitung

Gesundheit und Nachhaltigkeit zählen derzeit für Office-Professionals und -Entscheider zu den wichtigsten Bürothemen. In dieser Ausgabe werden für diese Aspekte interessante Hintergründe und pragmatische Lösungen vorgestellt.

- Bewegung, Ernährung, Stress, Burnout, Work-Life-Balance, Betriebliches Gesundheitsmanagement
- Ergonomische Steh- und Sitzlösungen (insbesondere Steh-/Sitztische), Beleuchtungs- und Akustiklösungen, Displays, Computerperipherie, Software, Schreibgeräte, Organisationsmittel u. v. m.
- Ökologische Nachhaltigkeit: verarbeitete Materialien, Recycling, Energieeffizienz, Zertifikate etc.
- Green IT, Bürobedarf, Büromöbel, Beleuchtung u. v. m.

Modern Office 3/12

Office-Excellence: Arbeitswelt & Ausstattung

AS: 06.08.2012 DS: 30.08.2012
RS: 13.08.2012 ET: 05.10.2012

Frankfurter Allgemeine
ZEITUNG FÜR DEUTSCHLAND

Auflage: 100.000 Exemplare

Erscheint am 5. Oktober in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung

Zweieinhalb Wochen vor der alle zwei Jahre stattfindenden Orgatec, der Messe für Office & Object in Köln, widmet sich diese Ausgabe modernen Arbeitswelten und exzellenter Büroausstattung. Präsentiert werden neben interessanten Büroformen, neuen Arbeitszeitmodellen und schlummernden Produktivitätsreserven viele Ausstattungslösungen für das Büro von heute und morgen.

- Büroformen: von Zellenbüro bis Open Space, von Flexible bis Mobile Office
- Arbeitszeitmodelle: flexibel unterwegs, zu Hause und im Büro
- Ausstattungslösungen: von Möbeln und Beleuchtungslösungen über Bürotechnik bis Bürobedarf
- Ökonomie, Ökologie, Design, Ergonomie, Qualität
- Vorschau Orgatec: Worauf Besucher gespannt sein dürfen (von Stühlen und Tischen über Akustik und Bodenbeläge bis hin zu Luftreinigung, -befeuchtung und Medientechnik)

Nutzen Sie unser Know-how:

Neben vielen Sonderwerbformen wie z. B. Sonderdrucken erstellen wir auch Kunden- und Unternehmenszeitschriften für Sie und organisieren Veranstaltungen zu bürorelevanten Themen.

- 1 Druckauflage:** 100.000 Exemplare
- Tatsächlich verbreitete Auflage** im Jahresdurchschnitt (lt. AMF-Schema 2, Ziffer 17): 99.600 Exemplare
- 2 Zeitschriftenformat:** 189 mm x 252 mm (B x H)
Satzspiegel: 161 mm x 218 mm (B x H)
Spaltenzahl: 3
Spaltenbreite: 51 mm
- 3 Druck- und Bindeverfahren, Druckunterlagen:** Offsetdruck, Rückdrahtheftung, druckfähiges PDF
- 4 Erscheinungsweise:** 2–4x jährlich
- Erscheinungstermin/Anzeigenmeldeschluss:** siehe Termin- und Themenplan
- 5 Verlag:** Verlag Frank Nehring GmbH
Zimmerstraße 56
10117 Berlin
- Anzeigenverwaltung:** Tina Stegath
E-Mail: TS@OfficeABC.DE
Fon: +49 30 479071-28
Fax: +49 30 479071-20
- 6 Zahlungsbedingungen:** zahlbar sofort ohne Abzug
- Bankverbindung:** Berliner Sparkasse
Kto.-Nr.: 19 13 002 345
BLZ: 100 500 00
IBAN: DE 21 10050000
1913002345
BIC: BELADEBEXX

- 7 Anzeigenformate (B x H in mm) und Preise:**
Die Preise gelten einheitlich bis 4c.

Format	Satzspiegel	Anschnitt	Preis	AE-Preis*
1/1	161 x 218	189 x 252	9.900 €	11.385 €
1/2 hoch	79 x 218	93 x 252	5.900 €	6.785 €
1/2 quer	161 x 107	189 x 125	5.900 €	6.785 €
1/3 hoch	52 x 218	65 x 252	4.100 €	4.715 €
1/3 quer	161 x 71	189 x 89	4.100 €	4.715 €

Weitere Formate auf Anfrage.

- **Advertorial-Preise** entsprechen denen der Anzeigen. Gern unterstützen wir Sie bei der Gestaltung.
- **Anzeigen im Anschnitt** werden in Bezug auf das Layout von Das Büro bevorzugt.
- **Anzeigen im Anschnitt** benötigen eine Beschnittzugabe von 3 mm zu allen vier Seiten.
- * „**AE-Preise**“ – nur diese sind AE-fähig. D. h., nur von diesen (Brutto-)Preisen können 15 % Agenturprovision (AE) abgezogen werden. Siehe S. 9 (Punkt 11).

- 8 Zuschläge für Vorzugsplatzierungen:**
- Titelseite: auf Anfrage
2. u. 3. Umschlagseite: 5 %
4. Umschlagseite: 10 %
- Zuschläge für Sonderfarben: 1.750 € je Sonderfarbe

- 9 Kombinationen:** Es gilt immer nur eine Rabattstaffel. Sonderpreise werden nicht rabattiert.
- 10 Sonderwerbformen:** auf Anfrage
- 11 Rabatte:** (bei Schaltungen innerhalb von 12 Monaten)
- Malstaffel:
- | | |
|----------------------|------|
| 3-maliges Erscheinen | 5 % |
| 6-maliges Erscheinen | 10 % |
- Mengenstaffel:
- | | |
|----------|------|
| 3 Seiten | 5 % |
| 6 Seiten | 10 % |
- Kombirabatt: Bei kombinierter Schaltung mit weiteren Titeln des Verlags Frank Nehring wird ein Rabatt gewährt.
- Agenturrabatt: Gegenüber Werbeagenturen wird auf Wunsch eine Annoncen-Expedition (AE) von 15 % gewährt. Dies bezieht sich ausschließlich auf Anzeigenschaltungen. Die Provision wird zum nachträglichen Abzug auf die Listenpreise aufgeschlagen. Siehe Tabelle S. 8 (Punkt 7).
- 12 Versandanschrift**
für Pos. 12–14: nach Rücksprache
Lieferverkehr: für „Modern Office“ (Ausgabe/Nr.)

Änderungen vorbehalten.

Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

Es gelten die AGB.

Weitere Publikationen aus dem Verlag Frank Nehring

Das Büro

Magazin für Office-Excellence

Die Fachzeitschrift Das Büro ist das einzige Magazin in Deutschland, das in allen bürorelevanten Bereichen heimisch ist. Das Büro informiert Office-Entscheider kenntnisreich und praxisnah über herausragende Lösungen in den Bereichen Bürokultur, Büroräume, Bürotechnik und Bürobedarf.

www.das-buero-magazin.de

Alex

Das Magazin für Office-Professionals

Die Zeitschrift für engagierte Office-Worker erscheint 2012 vier Mal. Zur Zielgruppe zählen in erster Linie Sekretärinnen, Office-Manager, Führungskräfte und Selbstständige.

www.alex-magazin.de

Mehr Informationen in den betreffenden Mediadaten auf www.OfficeABC.DE und auf Anfrage.