

Mediadaten

2022

BIP

Best in Procurement

Das Magazin für Manager:innen in Einkauf und Logistik



Preisliste gültig ab 1. Januar 2022

Inklusive aller
Print- und
Online-Formate

*Erreichen Sie die
Einkaufsentscheider:innen
der deutschen Wirtschaft!*



BIP ist das Fachmagazin für Manager:innen in Einkauf und Logistik

Herausgeber ist der Bundesverband Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik e.V. Der BME kennt die besten Konzepte und die Macher. BIP bereitet das Wissen der Besten auf – in Fachbeiträgen, Case Studies, Interviews, Analysen und Best Practices, nutzwertig und neutral für alle Beteiligten der Supply Chain.

BIP erscheint in 2022 5 x im Jahr mit einer Auflage von je 12.000 Exemplaren. BIP erreicht die 9.120 Mitglieder des BME und weitere 5.750 Entscheider:innen in Einkauf und Logistik.

Rund um Einkauf und Logistik: Das lesen Sie in BIP

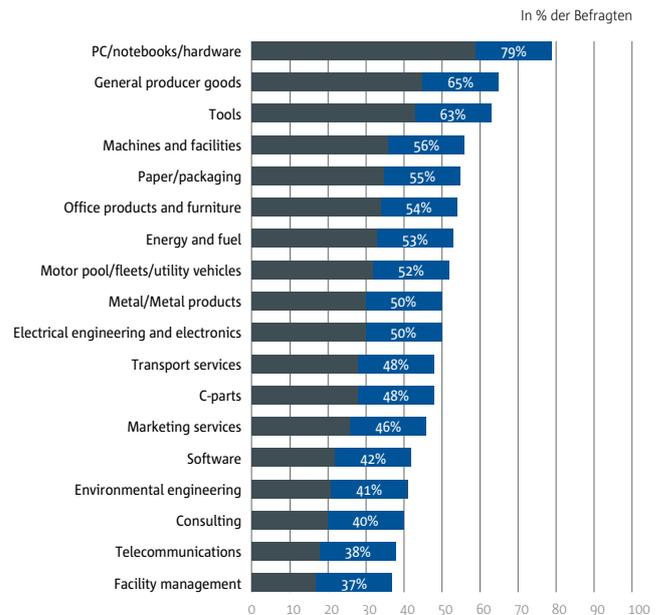
- BIP Barometer:**
- Konjunktur- und Branchenberichte
 - Rohstoffmärkte
- BIP Beschaffung:**
- Strategischer Einkauf
 - Beschaffungsorganisation
 - Supplier Relationship Management
 - E-Procurement
 - Global Sourcing
 - Öffentliche Beschaffung
- BIP Begegnung:**
- Das große Interview mit Persönlichkeiten aus Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und Gesellschaft
- BIP Business Logistics:**
- Logistics and Supply Chain Management
 - Zoll- und Warenverkehr
 - Dienstleistungen
- BIP Brain:**
- Wissenschaft und Praxis
 - Studien, Forschungsberichte
 - Hochschulporträts
- BIP Beruf und Karriere:**
- Weiterbildung
 - Erfolgsporträts
 - Young Professionals
 - Vergütung
- BIP Recht:**
- Aktuelle und relevante Urteile
 - Compliance und Konfliktmanagement
 - Zoll- und Transportrecht



BIP erreicht die interessanteste Fachzielgruppe überhaupt – die Einkaufsentscheider:innen der deutschen Wirtschaft!

- Die vom BME repräsentierten Unternehmen verfügen über ein Einkaufsvolumen von insgesamt 1,25 Billionen Euro im Jahr.
- Das kumulierte Einkaufsvolumen im persönlichen Verantwortungsbereich der Einkäufer:innen in BME-Mitgliedsunternehmen – also der Kernleser:innen von BIP – liegt bei **749 Milliarden Euro**.
- 51 % der BME-Einkäufer:innen entscheiden durchschnittlich über ein persönliches Einkaufsvolumen zwischen 10 und 500 Mio. Euro.
- Mitgliedsunternehmen des BME kommen zu 60 % aus dem Bereich Industrie/verarbeitendes Gewerbe mit Schwerpunkt Maschinenbau, Fahrzeugbau und Metallerzeugung, sowie Pharma, Chemie und Kunststoff. 26 % gehören dem Sektor Dienstleistung an, insbesondere Transport, Verkehr, Logistik, IT, Finanzdienstleistung.
- 80 % sind in Führungspositionen, in der Geschäftsführung, im Vorstand oder als Inhaber:in tätig. (tns infratest 2010)

Das beschafft die Kernleserschaft von BIP (Auszug):



BIP genießt hohes Vertrauen und hohe Zufriedenheit unter den Einkaufsentscheider:innen der deutschen Wirtschaft

- BIP bietet mit einer Nutzungsrate von 98 % Mehrwert für nahezu jeden Lesenden – 53 % nutzen BIP für ihren beruflichen Alltag sogar „häufig“.
- Für 74 % ist BIP „sehr wichtig“ oder „wichtig“.
- 79 % sind mit BIP „sehr zufrieden“ oder „zufrieden“.

Quelle: BME Mitgliederbefragung 2018

Statements zu BIP

„Ich lese BIP gern, weil es **branchenaktuell** ist und mit seinen Themen voll **im Trend** liegt. Mich sprechen insbesondere Best-Practice-Beispiele an.“

„Als Gesamtverantwortlicher für ein **breites Spektrum** an Beschaffungsthemen ist BIP eine **wichtige Informationsquelle**. Besonders gut gefällt mir dabei die **hohe Qualität** im Sinne von Praxistauglichkeit.“

„BIP ist eine **effektive Quelle zu aktuellen Themen** aus zentralen Liefermärkten sowie zu wichtigen Trends im Beschaffungsmanagement.“

„Einzelne Artikel sind immer wieder **Ausgangspunkt für interessante Diskussionen** mit meinen Einkaufskollegen.“

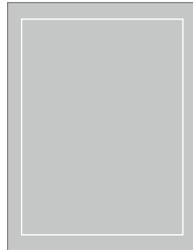
„BIP ist **Informationsmedium, Inspirationsquelle und Identifikationsplattform** für all diejenigen, die sich professionell mit Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik in Unternehmen beschäftigen.“

„BIP gelingt es, die aufgewertete strategische **Bedeutung des Einkaufs adäquat widerzuspiegeln**. Auch Wissens- und Wissenschaftsthemen kommen nicht zu kurz.“

„Besonders schätze ich die **Interviews** mit den Gesprächspartnern aus dem General Management sowie die Durchlässigkeit in andere Verantwortungsbereiche und Funktionen hinein.“



Lasche auf Titel 1/2 Seite
 Front*: 101 × 215 mm
 Rückseite*: 106 × 280 mm
 Preis: 6.900,- €



BIP. 1: ganze Seite
 Satzspiegel: 178 × 252 mm
 Anschnitt*: 212 × 280 mm
 Preis: 5.600,- €



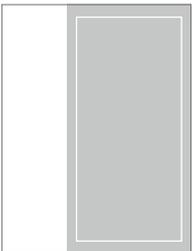
1/1: Advertorial
 4.000-6.000 Zeichen inkl. LZ,
 je nach Layout
 Preis: 6.500,- €



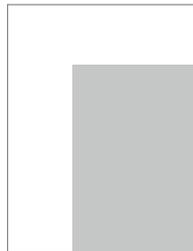
1/1: Market Scope
 3.000-3.800 Zeichen inkl. LZ,
 je nach Layout
 Preis: 3.900,- €



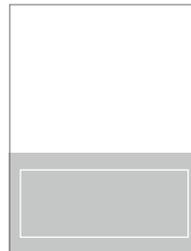
1/3: Drittel, hoch neben Editorial
 Satzspiegel: 56 × 252 mm
 Anschnitt*: 75 × 280 mm
 Preis: 3.300,- €



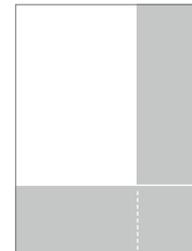
BIP. 2/3: 2-Drittel, hoch
 Satzspiegel: 117 × 252 mm
 Anschnitt*: 136 × 280 mm
 Preis: 4.650,- €



BIP. JP: Juniorpage
 Anschnitt*: 136 × 180 mm
 Preis: 4.400,- €



BIP. 1/2: halbe Seite, quer
 Satzspiegel: 178 × 124 mm
 Anschnitt*: 212 × 138 mm
 Preis: 3.400,- €



BIP. 1/3: Drittel, hoch/quer
 Anschnitt hoch*: 75 × 280 mm
 Anschnitt quer*: 212 × 97 mm
 Preis: 2.300,- €



BIP. 1/4: Viertel, quer
 Satzspiegel: 178 × 60 mm
 Anschnitt*: 212 × 76 mm
 Preis: 1.990,- €

Anzeigenformate und -preise

	Lasche auf Titel	Front: 106 × 215 mm	Rück: 106 × 280 mm	Preis:	€ 6.900,-
1	Ganze Seite	S: 178 × 252mm	A: 212 × 280 mm	Preis:	€ 5.600,-
2/3	Zwei-Drittel-Seite, hoch	S: 117 × 252 mm	A: 136 × 280 mm	Preis:	€ 4.650,-
	Junior Page	S: –	A: 136 × 180 mm	Preis:	€ 4.400,-
1/2	Halbe Seite	S: 178 × 124 mm	A: 212 × 138 mm	Preis:	€ 3.400,-
1/3	Drittelseite, hoch	S: 56 × 252 mm	A: 75 × 280 mm	Preis:	€ 2.300,-
1/3	Drittelseite, quer	S: 178 × 81 mm	A: 212 × 97 mm	Preis:	€ 2.300,-
1/4	Viertelseite, quer	S: 178 × 60 mm	A: 212 × 76 mm	Preis:	€ 1.990,-
U3	nur 1/1 Seite buchbar			Preis:	€ 5.600,-
U2/U4	nur 1/1 Seite buchbar			Preis:	€ 6.700,-

S: Format im Satzspiegel A: Format im Anschnitt*

Verbreitete Auflage: 12.000 Ex.
pro Ausgabe

Formate: ohne
Beschnittzugaben

Druckverfahren: Offset
Farbprofil: ISO Coated v2
Heftformat: 212 × 280 mm
Satzspiegel: 178 × 252 mm

Verarbeitung: Klebebindung
Platzierungswünsche im redaktionellen Teil
werden gerne entgegengenommen, können
aber nicht verbindlich zugesagt werden.

Auf die Nettopreise wird die
gesetzliche Mehrwertsteuer aufgeschlagen.
Buchung über eine Agentur:
15% AE (Agenturprovision)

Sonderwerbeformen
siehe Seite 8

* **Anschnitt:** jeweils **plus 3 mm Beschnitt** an allen Kanten
Datenlieferung: als belichtungsfähiges PDF mit Schnittmarken
(obligatorisch)
Auflösung: 300 dpi
Farbmodus: CMYK (Wichtig: Alle Elemente, Bilder, Grafiken!)

Werbemöglichkeiten auf der Titelseite

Banderole, um das Heft, 4-farbig, Breite 60 mm	€ 9.000,-
Lasche auf Titel, ½ Seite hoch, 4/4-farbig	€ 6.900,-
Umschlagschürze, ½ Seite vorne + U4	€ 13.000,-

Werbemöglichkeiten im Heft

Beihefter, 2-seitig, max. Größe 19 × 26 cm, max. 250g/m ²	€ 5.750,-
Beihefter, 4-seitig, max. Größe 19 × 26 cm, max. 250g/m ²	€ 7.900,-
Beilage, max. Größe 19 × 26 cm, max. 250g/m ²	€ 4.800,-
Advertorial/PR-Anzeige, Format 1/1 (plus Aufschlag je nach red./graf. Aufwand), max. 2 pro Ausgabe	€ 6.500,-
Anzeige 1/3 hoch neben Editorial	€ 3.300,-

Online-Werbung

Formate und Preise siehe Seiten 12 – 19



Strategisch denkende- und handelnde Einkäufer:innen einerseits und leistungs-fähige Anbieter andererseits sind zwei Seiten derselben Medaille. Und der Treibstoff moderner Business-Netzwerke.

Dem möchte BIP regelmäßige Rechnung tragen und den Anbietern die Gelegenheit geben, aus ihrer Sicht Einkaufsleiter:innen über aktuelle Produkte, Services oder Lösungen zu informieren:

BIP Market Scope ist ein Service, der es Einkaufsverantwortlichen ermöglicht, sich kurz und kompakt über

- neue Produkte und Lösungen
- erfolgreiche Projekte oder
- aktuelle Insights wie Studien oder Whitepaper

oder sonstige Dinge, die für Einkauf und Supply Management von Relevanz sind, zu informieren.



Format: Market Scope-Artikel orientieren sich am klassischen „Elevator Pitch“ – 60 sec, um die relevanten Informationen zu vermitteln:

Headline = Einstieg um ins Thema zu ziehen
Situation/Ausgangslage = Welche Aufgaben/Fragestellungen gilt/galt es zu lösen?

Lösung/Ergebnis = Wer hat was wie umgesetzt? Welche Lösungsansätze gibt es?

Informationen/Next steps = Platz für Kontakte, Downloads, weiterführendes Material
WICHTIG: Keine Bewerbung von Schulungen und Events!



BIP Market Scope*
1/1-Seite Artikel mit fachlichem Inhalt, zw. 3.000 und 3.800 Zeichen + Grafik und Headline. Presse-rechtlich ist der Artikel als Advertorial gekennzeichnet. Artikel 6 Mon. online auf www.bme.de
€ 3.900,-

BIP Market Scope+*
Market Scope mit zusätzlicher Integration als Online-Advertorial in den BME-Emailnewsletter BMEweekly (10.000+ Adressaten)
€ 4.790,-
* Deeplinks integrierbar!

Ausgabe 1

Erscheinungstermin 15.03.2022
AZ-/DU-Schluss 18.02.2022

Themen

Einkauf im Mittelstand
Global Sourcing
Logistik & Lieferketten

eSOLUTIONS REPORT

Erscheinungstermin 05.05.2022
Redaktionsschluss für Textbeiträge: 28.02.2022
AZ-/DU-Schluss 15.03.2022

Themen

eProcurement
Softwarelösungen
Digitale Einkaufsorganisation der Zukunft

Ausgabe 2

Erscheinungstermin 15.06.2022
AZ-/DU-Schluss 20.05.2022

Themen

eProcurement
Strategien im Einkauf
Risikomanagement

Ausgabe 3

Erscheinungstermin 15.09.2022
AZ-/DU-Schluss 19.08.2022

Themen

Nachhaltigkeit im Einkauf
Automatisierung & Prozessinnovation
Mensch & Technologie

Ausgabe 4

Erscheinungstermin 15.12.2022
AZ-/DU-Schluss 18.11.2022

Themen

57. Symposium Einkauf & Logistik
Lieferantenmanagement
Karriere im Einkauf

Änderungen bei Terminen und Themen vorbehalten!

eSOLUTIONS REPORT

Procurement > Sourcing > Integration

Erscheinungstermin: 05.05.2022
Redaktionsschluss für Textbeiträge: 28.02.2022
AZ/DU-Schluss: 15.03.2022

Partnerpakete

PARTNER VARIANTE I: 2/1 redaktioneller Beitrag und 1/1-Anzeige	€ 6.250,-
PARTNER VARIANTE II: 1/1 redaktioneller Beitrag und 1/1-Anzeige	€ 4.500,-
PARTNER VARIANTE III: Advertorial/PR-Anzeige, Format 1/1	€ 2.990,-

Marktübersicht

Eintrag in der alph. Marktübersicht inkl. Kontakt (Tel., E-Mail, Domain)	€ 190,-
Aufnahme in der Übersichts-Tabelle + 1/3-Seite Firmenprofil	€ 990,-

Anzeigen/Sonderformate

Flappe auf Titel, ½-Seite, 4/4-farbig	€ 6.500,-
Anzeige Umschlagseite 4	€ 6.000,-

Ausführliche Mediadaten zum Report senden wir Ihnen auf Anfrage gerne zu.



BME weekly ist der wöchentliche Online-Newsletter des BME

	2 Ausgaben	4 Ausgaben	6 Ausgaben	8 Ausgaben	
<ul style="list-style-type: none"> Head Banner exklusiv, oben, ganze Breite 600×100 Pixel, bis 70 KB Content Banner exklusiv, zwischen den Meldungen, ganze Breite 400×100 Pixel, bis 50 KB Skyscraper exklusiv, im Sidebar rechts 160×600 Pixel, bis 60 KB Fullsize Banner exklusiv, entlang der Unterseite, ganze Breite 600×100 Pixel, bis 70 KB Rectangle Banner 160×160 Pixel 					
	Euro 1.250,-	Euro 2.150,-	Euro 3.100,-	Euro 3.850,-	
<ul style="list-style-type: none"> Content-Banner XL Aufmerksamkeitsstarke Kombination von Text- und Bildelementen in redaktionellem Stil möglich, Direktverlinkung auf Wunsch-URL, Format 400×200 px. <p>Zielgruppe: Über 11.000 BME-Mitglieder aus den Bereichen Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik sind die Adressaten des E-Mail-Newsletters.</p> <p>Wichtig: keine Bewerbung von Seminaren, Konferenzen, On- oder Offline-Events!</p>	1 Ausgabe				
<ul style="list-style-type: none"> Online-Advertorial Artikel mit fachlichem Inhalt im relevanten Einkaufsumfeld, Umfang empfohlen ca. 4.000 Zeichen. Presserechtlich als Advertorial gekennzeichnet. Artikel steht nach Erscheinen für 6 Monate im Infocenter auf bme.de. Online-Advertorial+ Artikel steht zusätzlich 1 Woche auf der Homepage und dann weitere 6 Monate im Infocenter. 				1 Ausgabe	
	Euro 1.500,-			Euro 1.450,-	Euro 2.390,-

Preisangaben: alle Angaben zzgl. gesetzlicher MwSt.

Datenanlieferung: bis 5 Werktage vor Schaltbeginn an joachim.lorenz@bme.de

Bannergrößen: Anlieferung im Format jpg oder gif Bannergrößen sind fix.

Zahlungsbedingungen: 14 Tage nach Rechnungserhalt, o. Abzug AGB: siehe Seite 20

bme.de ist das Einkaufs- und Logistikportal des BME

Zielgruppe:

- Annähernd 10.000 BME-Mitglieder aus den Bereichen Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik sind die hochwertige Kernzielgruppe unserer Website.
- Fach- und Führungskräfte aus dem Einkauf und Materialwirtschaft, EDV-Verantwortliche, Logistikbeauftragte sowie Interessierte und Dienstleistungsunternehmen im Umfeld des BME
- Durchschnittlich 10.000 User pro Monat mit ca. 125.000 Seitenaufrufen.

Wichtig: keine Bewerbung von Schulungen und Events!

Bannerformat	Größe in Pixel (B × H)	TKP in € zuzügl. Mwst
Super Banner/Leaderboard	728 × 90	70,-
Skyscraper	120 × 600, 160 × 600	80,-
Medium Rectangle	300 × 250	90,-
Wallpaper	120/160 × 600 + 728 × 90	100,-
Halfpage Ad	300 × 600	110,-
Sitebar	dynamisch	120,-
Double-Sitebar	dynamisch	170,-



Technische Daten:

<http://www.businessad.de/downloads>,

Datenanlieferung: bis 5 Werktage vor Schaltbeginn an hans-albert.klaue@bme.de.

Kerndaten: Anzeigengewicht max. 120 KB, html5 und redirects sind möglich.

Alle Preise verstehen sich zzgl. MwSt. und sind AE-fähig.

BME Webinar

Präsentieren Sie Ihrer Zielgruppe in einer interaktiven Online-Präsentation Ihre Produkte und nutzen Sie dies direkt zur Leadgenerierung. Wir bieten Ihnen eine technische Plattform sowie Unterstützung bei der Vermarktung Ihres Webinars.

Folgende Leistungen sind enthalten:

- Gemeinsame Durchführung eines Webinars in Kooperation mit dem BME
- Thema, Scripts/Präsentation und Zusammenstellung der Referierenden obliegen dem Vertragspartner (in Absprache mit dem BME)
- Der BME stellt die technische Plattform und ist für Handling, Durchführung, etc. verantwortlich
- Der BME stellt die Moderation des Webinars
- Von allen Anmeldungen erhält der Partner Vorname, Nachname, Jobtitel und Unternehmen sofern von den Teilnehmenden komplett bzw. korrekt angegeben.

Euro **12.500,-**

Der BME kommuniziert das Webinar über seine Medien in folgendem Umfang:

- Stand-alone E-Mail-Mailing
- Ankündigung durch einen Fachartikel im BME Online-Newsletter „BME weekly“ (Artikel wird vom Vertragspartner zur Verfügung gestellt)
- Platzierung des Artikels auf der BME-Website in den News

Termine 2022: 20.01, 10.02, 03.03, 24.03, 14.04, 05.05, 02.06, 23.06, 14.07, 11.08, 01.09, 22.09, 13.10, 03.11, 24.11, 15.12

Das vorgenannte Angebot ist freibleibend und unverbindlich. Alle vorgenannten Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer. Der BME garantiert nicht für den Erfolg der Maßnahme oder eine bestimmte Anzahl von Teilnehmenden. Das vorgenannte Angebot bezieht sich auf die Durchführung mit nur einem Partner der Dienstleistungsseite. Ist ein weiterer Dienstleistungspartner aktiv am Webinar beteiligt, erhöht sich die Gebühr für das Webinar um 50%. Die Webinare werden zu fixen Terminen vergeben. Die Verschiebung eines gebuchten Webinars nach hinten ist nicht möglich. Der Partner hat die zeitgerechte Lieferung der Inhalte gemäß des vom BME gestellten Webinar-Zeitplans zur Bewerbung und Durchführung zu gewährleisten. Konkurrenzausschluss ist nicht möglich!

BME Digitale Woche

Präsentieren Sie Ihrer Zielgruppe in einer interaktiven Online-Präsentation Ihre Produkte im Rahmen der „BME Digitalen Woche“ und nutzen Sie dies direkt zur Leadgenerierung. Wir bieten Ihnen eine technische Plattform sowie Unterstützung bei der Vermarktung Ihres Webinars.

Folgende Leistungen sind enthalten:

- Gemeinsame Durchführung eines Webinars in Kooperation mit dem BME im Rahmen der Digitalen Woche (5 Webinare pro Woche)
- Thema, Scripts/Präsentation und Zusammenstellung der Referierenden obliegen dem Vertragspartner (in Absprache mit dem BME)
- Der BME stellt die technische Plattform und ist für Handling, Durchführung, etc. verantwortlich
- Der BME stellt die Moderation des Webinars
- Von allen Anmeldungen erhält der Partner Vorname, Nachname, Jobtitel und Unternehmen sofern von den Teilnehmenden komplett bzw. korrekt angegeben.

Euro **9.500,-**

Der BME kommuniziert die Digitale Woche über seine Medien in folgendem Umfang:

- Stand-alone E-Mail-Mailing mit allen Partnern der Digitalen Woche
- Darstellung der Partner auf der Website der „BME Digitale Woche 2022“ mit Profiltext und Kontaktdaten
- Ankündigung der Digitalen Woche mit allen Partnern im BME Online-Newsletter „BME weekly“

Termine 2022:

KW 04, KW 20, KW 37, KW 48

Pro Kalenderwoche sind maximal 5 Slots verfügbar (pro Tag 1 Webinar)

Das vorgenannte Angebot ist freibleibend und unverbindlich. Alle vorgenannten Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer. Der BME garantiert nicht für den Erfolg der Maßnahme oder eine bestimmte Anzahl von Teilnehmenden. Das vorgenannte Angebot bezieht sich auf die Durchführung mit nur einem Partner der Dienstleistungsseite. Ist ein weiterer Dienstleistungspartner aktiv am Webinar beteiligt, erhöht sich die Gebühr für das Webinar um 50%. Die Webinare werden zu fixen Terminen vergeben. Die Verschiebung eines gebuchten Webinars nach hinten ist nicht möglich. Der Partner hat die zeitgerechte Lieferung der Inhalte gemäß des vom BME gestellten Webinar-Zeitplans zur Bewerbung und Durchführung zu gewährleisten. Konkurrenzausschluss ist nicht möglich!

BME Aktuelle Stunde

Um dringenden Fragestellungen, Trends, Herausforderungen sowie vielversprechenden Ideen eine Diskurs-Bühne zu geben, hat der BME die „Aktuelle Stunde“ ins Leben gerufen. Dabei werden die ausgesuchten Themen aus verschiedenen Perspektiven beleuchtet. In Form eines Webinars haben ausgewählte Partner die Möglichkeit ein spezielles Thema in den Mittelpunkt zu stellen und mit Vertretern der Industrie zu diskutieren.

Folgende Leistungen sind enthalten:

- Gemeinsame Durchführung einer Aktuellen Stunde in Form einer Online Diskussion in Kooperation mit dem BME
- Die Diskutanten:innen stellen Ihre Sichtweisen und Standpunkte zum jeweiligen Thema zu Beginn der Aktuellen Stunde dar
- Thema, Scripts/Präsentation und Zusammenstellung der Referierenden obliegen dem Vertragspartner. 2 Praktiker aus Einkauf/Logistik sind Voraussetzung. (in Absprache mit dem BME)
- Der BME stellt die technische Plattform und ist für Handling, Durchführung, etc. verantwortlich
- Der BME stellt die Moderation des Webinars
- Von allen Anmeldungen erhält der Partner Vorname, Nachname, Jobtitel und Unternehmen sofern von den Teilnehmenden komplett bzw. korrekt angegeben.

Euro **7.600,-**

Der BME kommuniziert das Webinar über seine Medien in folgendem Umfang:

- Stand-alone E-Mail-Mailing
- Ankündigung durch einen Fachartikel im BME Online-Newsletter „BME weekly“ (Artikel wird vom Vertragspartner zur Verfügung gestellt)
- Platzierung des Artikels auf der BME-Website in den News

Termin- und Themenabstimmung individuell möglich

Das vorgenannte Angebot ist freibleibend und unverbindlich. Alle vorgenannten Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer. Der BME garantiert nicht für den Erfolg der Maßnahme oder eine bestimmte Anzahl von Teilnehmenden. Das vorgenannte Angebot bezieht sich auf die Durchführung mit nur einem Partner der Dienstleistungsseite. Ist ein weiterer Dienstleistungspartner aktiv am Webinar beteiligt, erhöht sich die Gebühr für das Webinar um 50%. Die Webinare werden zu fixen Terminen vergeben. Die Verschiebung eines gebuchten Webinars nach hinten ist nicht möglich. Der Partner hat die zeitgerechte Lieferung der Inhalte gemäß des vom BME gestellten Webinar-Zeitplans zur Bewerbung und Durchführung zu gewährleisten. Konkurrenzausschluss ist nicht möglich!

BME Umfrage

Gemeinsame Durchführung einer Umfrage in Kooperation mit dem BME. Die Umfrage wird in Absprache mit dem BME fundiert erstellt und aufbereitet. Die Befragung erfolgt über das BME-Umfragetool. Die Daten der Umfrageteilnehmer:innen werden dem Partner aus rechtlichen Gründen nur anonymisiert übermittelt. Namen und Kontaktdaten verbleiben beim BME.

Benefits		
• Bereitstellung eines Online-Umfrage-Tools	BME	Euro 9.900,-
• Label	BME-Logo	
• Co-Branding	BME und Partner-Logo	
• Exklusivität des Partners	ja	
• Anzahl an BME-Umfragen max. pro Jahr	6	
• Umfang/Anzahl der Fragen	ca. 10-15	
• Auswahl des Themas	Partner	
• Kontakt des BME zum inhaltlichen Austausch	ja	
• Gestaltung des Layouts der Ergebnisse	Partner	
• Produktionskosten Layout/Druck/etc. (wenn gewünscht)	Partner	
• Bewerbung durch Stand-Alone-E-Mailing	1 x Monat	
• Bewerbung im Online Newsletter „BME weekly“	ja	
• Platzierung des Artikels für 4 Wochen auf der BME-Website in den News	ja	
• Veröffentlichungsform	Whitepaper (PDF)	

Termine 2022: KW 6, KW 14, KW 20, KW 26, KW 36, KW 42

Das vorgenannte Angebot ist freibleibend und unverbindlich. Alle vorgenannten Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer. Etwaige Honorare für Mitarbeiter:innen des Partners oder seines Referenzkunden gehen zu Lasten des Partners. Der BME garantiert nicht für den Erfolg der Maßnahme oder eine bestimmte Anzahl von Teilnehmenden.

Social-Media-Kampagne

Auch in den Bereichen Einkauf und Supply Chain Management werden die sozialen Medien zur Kommunikation immer wichtiger. Egal ob zur Wissensvermittlung, bei der Lieferantensuche oder zur Kundenbindung und beim Employer-Branding. Der BME bietet ausgewählten Partner an, hier gemeinsame Aktivitäten durchzuführen. Bei der Social-Media-Kampagne wird über einen Zeitraum von drei Wochen insgesamt je eine Veröffentlichung pro Woche auf LinkedIn, XING und Twitter getätigt.

Benefits

- Eigenen Content über den BME vermarkten
- Schnelle Kontakt- und Leadgenerierung
- Hohe Zielgruppendurchdringung
- Erweiterung der eigenen Social Media Kontakte

Format: Online-Kampagne
Dauer: 3 Wochen mit je einer Versendung
Anzahl der Beiträge: 3 Content Pieces
Kennzeichnung: Werbeanzeige

Level der Empfänger: Fach- und Führungskräfte aus Einkauf und Supply Chain, BME-Mitglieder etc.

Reichweite (Stand 10/2021) der Medien:

- **XING:** BME-XING-Gruppe ca. 18.100 Mitglieder
- **Twitter:** BME e.V.: 1.130 Follower,
- **LinkedIn:** BME e.V.: 7.500 Follower,
ca. 10 persönliche Accounts + 10.000 Follower („Ambassador-Kommunikation“)

Euro **4.500,-**

BME Podcast

Um persönliche Einsichten und Erfahrungen mit der Community zu teilen, bietet der BME ausgewählten Partnern an, einen gemeinsamen Podcast zu erstellen und zu verbreiten. Egal ob über neuste technische Errungenschaften, globale Entwicklungen oder wirtschaftliche Prozesse – das Themenspektrum ist breit gefächert. In 20–30 Min. bringt der BME gemeinsam mit dem Partner das Thema auf den Punkt und gibt tiefe Einblicke in aktuelle Fragestellungen.

Folgende Leistungen sind enthalten:

- Gemeinsame Aufzeichnung einer Podcastfolge (20–30 Min.) in Kooperation mit dem BME
- Thema, Scripts/Präsentation und Zusammenstellung der Referierenden obliegen dem Vertragspartner (in Absprache mit dem BME)
- Der BME stellt die technische Plattform und ist für Handling, Durchführung, etc. verantwortlich
- Der BME stellt nach Bedarf die Moderation der Podcastfolge
- Der/Die Moderator:in steht für eine telefonische Vorbesprechung zur Verfügung

Der BME kommuniziert die Podcastfolge über seine Medien in folgendem Umfang:

- Darstellung der Partner auf der Website „BME-Podcast“ mit Profiltext und Kontaktdaten
- Ankündigung im BME Online-Newsletter „BME weekly“
- Ankündigung auf den BME Social Media Kanlen (XING, LinkedIn, Twitter)
- Platzierung des Podcasts auf Podcast-Plattformen

Euro **4.500,-**

Allgemeine Geschäftsbedingungen

Stand 1. Januar 2013

1. Auftragsauftrag im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag zwischen dem Bundesverband Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik e. V. (im folgenden „BME“) und dem Auftraggeber über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen des Auftraggebers in einer Publikation zum Zweck der Verbreitung.

2. Aufträge für Anzeigen können persönlich, telefonisch, schriftlich, per E-Mail, Telefax oder per Internet aufgegeben werden. BME haftet nicht für Übermittlungsfehler. Der Vertrag kommt erst durch die Auftragsbestätigung des BME zustande, die vorbehaltlich anderer individueller Vereinbarung zwischen dem BME und dem Auftraggeber schriftlich oder per E-Mail erfolgt.

3. Der BME behält sich vor, Anzeigen abzulehnen, wenn
- deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder
 - deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder
 - deren Veröffentlichung für den BME wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder
 - diese Werbung Dritter oder für Dritte enthalten.
 - der Inhalt der Anzeige den berechtigten Geschäftsinteressen des BME oder eines seiner Tochterunternehmen widerspricht.

Die Ablehnung einer Anzeige wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

4. Erfolgt die Bereitstellung einer entsprechenden Druckvorlage nicht, ist der Verlag zur Veröffentlichung einer alten Druckvorlage berechtigt. Die Anzeigenrechnung ist vom Auftraggeber in voller

Höhe zu begleichen. Liegt trotz Auftrag kein Anzeigenmotiv des Auftraggebers fristgerecht vor, ist die Anzeigenrechnung trotzdem vom Auftraggeber in voller Höhe zu begleichen.

5. Für die rechtzeitige Lieferung und die einwandfreie Beschaffenheit geeigneter Druckunterlagen ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Bei der Anlieferung von digitalen Druckunterlagen ist der Auftraggeber verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder den technischen Vorgaben des BME entsprechende Vorlagen für Anzeigen rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern. Kosten des BME für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen. Der Auftraggeber ist verpflichtet, ihm zugestellte Abnahmeversionen seiner Anzeigen innerhalb von drei Werktagen zu prüfen und abzunehmen. Kosten, die dem BME aus einer nicht termingerechten Abnahme entstehen, sind durch den Auftraggeber zu tragen.

Vereinbart ist die für die Publikation nach Maßgabe der Angaben in der Preisliste sowie in der Auftragsbestätigung übliche Beschaffenheit der Anzeigen im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Dies gilt nur für den Fall, dass der Auftraggeber die Vorgaben des BME zur Erstellung und Übermittlung von Druckunterlagen einhält.

6. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung der Druckunterlagen endet sechs Wochen nach der erstmaligen Verbreitung der Anzeige.

7. Entspricht die Veröffentlichung der Anzeige nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit bzw. Leistung, so hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Der BME hat das Recht, eine Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung zu verweigern, wenn

- diese einen Aufwand erfordert, der unter Beachtung des Inhalts des Schuldverhältnisses und der Gebote von Treu und Glauben

in einem groben Missverhältnis zu dem Leistungsinteresse des Auftraggebers steht oder

- diese für den BME nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich wäre.

Lässt der BME eine ihm für die Ersatzanzeige gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige/Ersatzveröffentlichung erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige ist die Rückgängigmachung des Auftrages ausgeschlossen. Reklamationen bei nicht offensichtlichen Mängeln müssen binnen eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn geltend gemacht werden.

8. Der BME 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 BME verursacht wurde.

Bei einfacher Fahrlässigkeit haftet der BME 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 BME nach den gesetzlichen Vorschriften. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Erscheinen geltend gemacht werden.

Alle gegen den BME gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf vorsätzlichem Verhalten beruhen.

9. Proofs werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Proofs. Der BME berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm bis zum Anzeigenschluss oder innerhalb der bei der Übersendung des Proofs gesetzten Frist mitgeteilt werden.

10. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall schriftlich eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

11. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden bankübliche Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der BME 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 BME 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.

12. Der BME 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 BME über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

13. Der Auftraggeber ist für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der Anzeige verantwortlich. Dies umfasst insbesondere die Verantwortlichkeit für Anzeigen, die gegen Vorschriften des Urhebergesetzes, des Gesetzes gegen Unlauteren Wettbewerb oder sonstige einschlägige Gesetze verstoßen. Der Auftraggeber stellt den BME von allen Ansprüchen wegen der Veröffentlichung der Anzeige frei, einschließlich der Kosten einer angemessenen Rechtsverfolgung. Der BME ist nicht zur Prüfung verpflichtet, ob ein Anzeigenauftrag die Rechte Dritter beeinträchtigt. Wird der BME durch gerichtliche Verfügung z.B. zum Abdruck einer Gegen-darstellung aufgrund der geschalteten Anzeige verpflichtet, hat der Auftraggeber dieser Anzeige die Kosten des Abdrucks nach der gültigen Anzeigenpreisliste zu tragen. Der Auftraggeber ist verpflichtet, dem BME nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen.

14. Der Auftraggeber überträgt dem BME die für die Schaltung der Anzeige nach Maßgabe des Anzeigenauftrags erforderlichen Vielfältigungs- und Verbreitungsrechte.

Allgemeine Geschäftsbedingungen Online-Werbung

Allgemeine Geschäftsbedingungen des BME für die Schaltung von Online-Werbung

Stand: 1. Januar 2014

1. Werbeauftrag

(1) „Werbeauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Schaltung eines Werbemittels oder mehrerer Werbemittel in Informations- und Kommunikationsdiensten, insbesondere dem Internet, zum Zwecke der Verbreitung.

(2) Für den Werbeauftrag gelten ausschließlich die Allgemeinen Geschäftsbedingungen sowie die Preisliste des Bundesverbands Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik e.V. (im folgenden „BME“), die einen wesentlichen Vertragsbestandteil bildet. Die Gültigkeit etwaiger Allgemeiner Geschäftsbedingungen des Auftraggebers oder sonstiger Inserenten ist, soweit sie mit diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen nicht übereinstimmen, ausdrücklich ausgeschlossen. Bei Aufträgen für Werbeschaltungen, die sich auf Online-Medien und andere Medien beziehen, gelten die jeweiligen Allgemeinen Geschäftsbedingungen für das betreffende Medium.

2. Werbemittel

(1) Ein Werbemittel im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen kann zum Beispiel aus einem oder mehreren der genannten Elemente bestehen:

- aus einem Bild und/oder Text, aus Tonfolgen und/oder Bewegtbildern (u.a. Banner),

- aus einer sensitiven Fläche, die bei Anklicken die Verbindung mittels einer vom Auftraggeber genannten Online-Adresse zu weiteren Daten herstellt, die im Bereich des Auftraggebers liegen (z.B. Link).

(2) Werbemittel, die aufgrund ihrer Anordnung und/oder Gestaltung nicht als solche erkennbar sind, werden als Werbung deutlich kenntlich gemacht.

3. Vertragsschluss

(1) Vorbehaltlich entgegenstehender individueller Vereinbarungen kommt der Vertrag grundsätzlich durch schriftliche oder durch E-Mail erfolgende Bestätigung des Auftrags zustande. Fehlt diese Bestätigung, so kommt der Auftrag mit der Veröffentlichung der Online-Werbung zustande. Auch bei mündlichen oder fernmündlichen Bestätigungen liegen die Allgemeinen Geschäftsbedingungen zugrunde.

(2) Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag zum Zweifel mit der Werbeagentur zustande, vorbehaltlich anderer schriftlicher Vereinbarungen. Soll ein Werbungtreibender Auftraggeber werden, muss er von der Werbeagentur namentlich benannt werden. Der BME ist berechtigt, von den Werbeagenturen einen Mandatsnachweis zu verlangen.

(3) Werbung für Waren oder Leistungen von mehr als einem Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten innerhalb eines Werbeeintritts (z.B. Banner-, Pop-up-Werbung ...) bedürfen einer zusätzlichen schriftlichen oder durch E-Mail geschlossenen Vereinbarung.

4. Insertionszeitraum

Der Insertionszeitraum der Online-Werbung bestimmt sich individuell nach dem gebuchten Zeitraum. Größe, Format, Platzierung. Häufigkeit der Insertion bestimmen sich individuell nach den bei der Buchung ausgewählten Spezifikationen gemäß der Angebots- und Preisliste in ihrer jeweils gültigen Fassung.

5. Datenanlieferung

(1) Der Auftraggeber ist verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder technischen Vorgaben des BME entsprechende Werbemittel rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Werbemittel-Unterlagen fordert der BME unverzüglich Ersatz an.

(2) Bewahrt der BME die Werbemittel auf, ohne dazu verpflichtet zu sein, so geschieht dies maximal für drei Monate.

(3) Kosten des BME für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen des Werbemittels hat der Auftraggeber zu tragen.

6. Ablehnungsbefugnis

(1) Der BME behält sich vor, Werbeaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – abzulehnen bzw. zu sperren, wenn

- deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder
- deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder
- deren Veröffentlichung für den BME wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist.

- der Inhalt der Werbung den berechtigten Geschäftsinteressen des BME oder eines seiner Tochterunternehmen widerspricht.

(2) Insbesondere kann der BME ein bereits veröffentlichtes Werbemittel zurückziehen, wenn der Auftraggeber nachträglich Änderungen der Inhalte des Werbemittels selbst vornimmt oder die Daten nachträglich verändert werden, auf die durch einen Link verwiesen wird und hierdurch die Voraussetzungen des Absatzes 1 erfüllt werden.

7. Rechtsgewährleistung

(1) Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber stellt den BME im Rahmen des Werbeauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner wird der BME von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den BME nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen.

(2) Der Auftraggeber überträgt dem BME sämtliche für die Nutzung der Werbung in Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen und berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten

Allgemeine Geschäftsbedingungen Online-Werbung

technischen Verfahren sowie aller bekannten Formen der Online-Medien.

8. Gewährleistung des BME

(1) Der BME gewährleistet im Rahmen der vorhersehbaren Anforderungen eine möglichst dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe des Werbemittels. Dem Auftraggeber ist jedoch bekannt, dass es nach dem Stand der Technik wirtschaftlich nicht sinnvoll ist, ein von Fehlern vollkommen freies Programm zu erstellen. Die Gewährleistung gilt nicht für unwesentliche Fehler. Ein unwesentlicher Fehler in der Darstellung der Werbemittel liegt insbesondere vor, wenn er hervorgerufen wird

- durch die Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungssoftware und/oder Hardware (z.B. Browser) oder
- durch Störung der Kommunikationsnetze anderer Betreiber oder
- durch Rechnerausfall aufgrund Systemversagens
- durch unvollständige und/oder nicht aktualisierte Angebote auf sogenannten Proxies (Zwischenspeichern) oder
- durch einen Ausfall des Ad-Servers, der nicht länger als 24 Stunden (fortlaufend oder addiert) innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der vertraglich vereinbarten Schaltung andauert.

Bei einem Ausfall des Ad-Servers über einen erheblichen Zeitraum (mehr als 10 Prozent der gebuchten Zeit) im Rahmen einer zeitgebundenen Festbuchung entfällt die Zahlungspflicht des Auftraggebers für den Zeitraum des Ausfalls. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen.

(2) Bei ungenügender Wiedergabequalität des Werbemittels, die keinen unwesentlichen Fehler darstellt, hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzwerbung, jedoch nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Bei Fehlschlägen oder Unzumutbarkeit der Ersatzwerbung hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rücktritt vom Vertrag.

(3) Sind etwaige Mängel bei den Werbungsunterlagen nicht offenkundig, so hat der Auftraggeber bei darauf beruhender ungenü-

gender Veröffentlichung keine Ansprüche. Das gleiche gilt bei Fehlern in wiederholten Werbeschaltungen, wenn der Auftraggeber nicht vor Veröffentlichung der nächstfolgenden Werbeschaltung auf den Fehler hinweist.

9. Leistungsstörungen

Fällt die Durchführung eines Auftrags aus Gründen aus, die der BME nicht zu vertreten hat (etwa softwarebedingt oder aus anderen technischen Gründen), insbesondere wegen Rechnerausfalls, höherer Gewalt, Streik, aufgrund gesetzlicher Bestimmungen, Störungen aus dem Verantwortungsbereich von Dritten (z.B. anderen Providern), Netzbetreibern oder Leistungsanbietern oder aus vergleichbaren Gründen, so wird die Durchführung des Auftrags nach Möglichkeit nachgeholt. Bei Nachholen in angemessener und für den Auftraggeber zumutbarer Zeit nach Beseitigung der Störung bleibt der Vergütungsanspruch des BME bestehen.

10. Preisliste

(1) Es gilt die im Zeitpunkt der Auftragserteilung im Internet veröffentlichte Preisliste. Ändert sich der Anzeigentarif nach Vertragsabschluss, ist der BME berechtigt, den Preis nach der zum Zeitpunkt der Veröffentlichung gültigen Preisliste zu berechnen; dies gilt nicht im Geschäftsverkehr mit Verbrauchern, sofern zwischen dem Vertragsschluss und dem Zeitpunkt der Veröffentlichung nicht mehr als vier Monate vergangen sind.

(2) Nachlässe bestimmen sich nach der jeweils gültigen Preisliste. Werbeagenturen und sonstige Werbemittler sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preislisten des BME zu halten. Rabattgutschriften und Rabattnachlässe erfolgen grundsätzlich erst zum Ende des Insertionsjahres.

11. Zahlungsverzug

(1) Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen und Einziehungskosten berechnet. Der BME kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Zahlung

zurückstellen und für die restliche Schaltung Vorauszahlung verlangen.

(2) Objektiv begründete Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers berechtigen den BME, auch während der Laufzeit des Vertrages, das Erscheinen weiterer Werbemittel ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

12. Kündigung/Stornierung von Aufträgen

Der BME kann den Vertrag jederzeit mit sofortiger Wirkung kündigen, wenn er sich dafür entscheidet, das Web-Angebot einzustellen oder wesentlich zu verändern. Daraus erwachsen dem Vertragspartner keinerlei Ansprüche. Bereits geleistete Entgelte werden zurückgewährt.

13. Plazierungsbestätigungen

Plazierungsbestätigungen gelten nur unter Vorbehalt und können aus technischen Gründen geändert werden. In solchen Fällen kann der BME nicht haftbar gemacht werden. Der BME informiert den Auftraggeber frühestmöglich über eine Änderung.

14. Datenschutz

Der Werbeauftrag wird unter Berücksichtigung der geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen abgewickelt.

Herausgeber

Bundesverband Materialwirtschaft,
Einkauf und Logistik e.V. (BME)
Frankfurter Straße 27, 65760 Eschborn
Homepage: www.bme.de



Verkauf Anzeigen/Online: Ilka Schaper
Telefon: 06196-5828-152
Fax: 06196-5828-598
E-Mail: ilka.schaper@bme.de
Internet: www.bme.de/marketingplattform

Redaktion: Dr. Tobias Anslinger
Chefredakteur (v.i.S.d.P.)
Telefon: 06196-5828-107
Fax: 06196-5828-189
E-Mail: tobias.anslinger@bme.de

Verkauf Anzeigen/Online: Nicole Kraus
Telefon: 06135-7035-395
E-Mail: nicole.kraus@bme.de
Internet: www.bme.de/marketingplattform

Erscheinungsweise: 5 × jährlich in 2022
ZZK: 18611
Zahlungsbedingungen: Rechnungen werden von der BME Marketing GmbH gestellt und sind am Erscheinungstag der BIP-Ausgabe fällig, in der die Anzeige veröffentlicht wird.
AGB: siehe S. 20
Verbreitete Auflage: 12.000 Exemplare



Das Fachmagazin für Manager:innen in Einkauf und Logistik / Mediadaten, Stand: Oktober 2021