

# MEDIA-INFORMATIONEN | 2012

DM | DENTAL MAGAZIN





Inhaltsangabe und Ansprechpartner	2	<b>Key Account Managerin Dental</b> Andrea Nikuta-Meerloo Telefon: +49 2234 7011-308 Telefax: +49 2234 7011-6308 Mobil: +49 162 2720522 E-Mail: nikuta-meerloo@aerzteverlag.de	<b>Verlagsrepräsentanten Industrieanzeigen</b>
Titelportrait	3		<b>Verkaufsgebiete Nord/Ost</b> Götz Kneiseler Uhlandstraße 161, 10719 Berlin Telefon: +49 30 88682873 Telefax: +49 30 88682874 Mobil: +49 172 3103383 E-Mail: kneiseler@aerzteverlag.de
Auflagen- und Verbreitungsanalyse	4	<b>Leiterin Anzeigenmanagement Industrie</b> Marga Pinsdorf Telefon: +49 2234 7011-243 E-Mail: pinsdorf@aerzteverlag.de	<b>Verkaufsgebiet Mitte</b> Dieter Tenter Schanzenberg 8 a, 65388 Schlangenbad Telefon: +49 6129 1414 Telefax: +49 6129 1775 Mobil: +49 170 5457343 E-Mail: tenter@aerzteverlag.de
Reichweitenanalyse	5	<b>Vertrieb/Abonnement</b> Telefon: +49 2234 7011-467 E-Mail: vertrieb@aerzteverlag.de	<b>Verkaufsgebiet Süd</b> Ratko Gavran Racine-Weg 4, 76532 Baden-Baden Telefon: +49 7221 996412 Telefax: +49 7221 996414 Mobil: +49 179 2413276 E-Mail: gavran@aerzteverlag.de
Preisliste	6-7		
Informationsblatt: Formate	8		
Informationsblatt: Einhefter	9		
Informationsblatt: Beilagen und aufgeklebte Werbemittel	10		
Informationsblatt: Digitale Druckunterlagen	11		
Terminplan	12		
Allgemeine Geschäftsbedingungen	14-15		



### 1 | Kurzcharakteristik

Das Dental Magazin ist die praxisorientierte, verbandsunabhängige Fachzeitschrift für die solventen Fachzahnarztgruppen. Das Dental Magazin vermittelt "best practice"-Wissen aus Praxis, Hochschule und Industrie zu zahnmedizinischen Top-Themen. Alle Beiträge haben einen deutlichen Bezug zum erfolgsorientierten Fachzahnarzt und zeigen direkte praxisrelevante Erfolgsfaktoren auf: Wesentliches Merkmal des Redaktionskonzeptes ist es, Vertretern aus allen Bereichen der Zahnmedizin – aus Praxis, Hochschule und Industrie – das Wort zu geben. Mit der Rubrik „Ein Thema, drei Meinungen“ transportiert das Dental Magazin als einziges Fachmedium aktuelles Know-how und Hintergrundwissen in einem moderierten Expertenzirkel. Der Leser soll sich eine qualifizierte Meinung zu Innovationen und Konzepten bilden und daraus Handlungsoptionen für den Praxisalltag ableiten.

### 2 | Erscheinungsweise

6 x jährlich  
(siehe Terminplan Seite 12)

### 3 | Jahrgang

30. Jahrgang 2012

### 4 | Web-Adresse (URL)

[www.dentalmagazin.de](http://www.dentalmagazin.de)

### 5 | Mitgliedschaften

LA-DENT, IVW

### 6 | Herausgeber

Deutscher Ärzte-Verlag GmbH

### 7 | Verlag

Deutscher Ärzte-Verlag GmbH  
Dieselstraße 2, 50859 Köln  
Postfach 40 02 54, 50832 Köln  
[www.aerzteverlag.de](http://www.aerzteverlag.de)  
[www.zahnheilkunde.de](http://www.zahnheilkunde.de)

### 8 | Redaktion

Anne Barfuß  
Telefon: +49 2234 7011-517  
Telefax: +49 2234 7011-6517

### 9 | Produktmanagement

Christina Hofmeister  
Telefon: +49 2234 7011-355  
Telefax: +49 2234 7011-6355  
E-Mail: [hofmeister@aerzteverlag.de](mailto:hofmeister@aerzteverlag.de)

### 10 | Druck

L.N. Schaffrath GmbH & Co. KG  
DruckMedien  
Marktweg 42-50, 47608 Geldern/Ndrh.

### 11 | Bezugspreis

Jahresabonnement inkl. Inlandsporto & MwSt.  
Jahresabonnement € 60,-  
Studentenpreis € 30,-  
Einzelverkaufspreis € 10,-

### 12 | ISSN (Print) ISSN (Online)

0176-7291  
2190-8001



### 16 | Auflagenkontrolle



### 17 | Auflagen-Analyse

Exemplare im Durchschnitt (II. Quartal 2011)

<b>Druckauflage</b>	20.000
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)</b>	19.121
davon Ausland	54
<b>Freistücke</b>	19.121
davon Ausland	54
<b>Rest- und Archivexemplare</b>	879

### 18 | Geographische Verbreitungs-Analyse

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Bundesrepublik	99,7	19.067
Ausland	0,3	54
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage</b>	<b>100,0</b>	<b>19.121</b>

Quelle: Heftanalyse, Deutscher Ärzte-Verlag GmbH, Stand: 27.07.11

### 18.1 | Gliederung der Inlandsauflage nach Postleitzonen

	%	Stück
Postleitzone 0	6,8	1.300
Postleitzone 1	6,8	1.300
Postleitzone 2	10,5	2.000
Postleitzone 3	10,5	2.000
Postleitzone 4	12,3	2.350
Postleitzone 5	12,9	2.450
Postleitzone 6	10,8	2.050
Postleitzone 7	11,0	2.100
Postleitzone 8	10,2	1.950
Postleitzone 9	8,2	1.550
<b>Gesamt</b>	<b>100%</b>	<b>19.050</b>

Quelle: Heftanalyse (nur Postvertriebsstücke), Deutscher Ärzte-Verlag GmbH, Stand: 27.07.11



## 19 | Reichweiten LA-DENT 2011

	Grundgesamtheit = 54.930 niederge- lassene Zahnärzte	
	%	absolut
Bekanntheit	85,1	46.745
Weitester Leserkreis (WLK) mindestens eine Ausgabe von 6 gelesen	41,3	22.686
LpA-Wert Leser pro Ausgabe	27,5	15.106

Zusammensetzung des WLK	%
5 bis 6 von 6 Ausgaben gelesen (= Kernleser)	58
3 bis 4 von 6 Ausgaben gelesen	32
1 bis 2 von 6 Ausgaben gelesen	10
Fallzahl	220

## Reichweitenwachstum

Reichweite nach Belegung von 1 bis 6 Ausgaben	LpA-Wert
1	27,5 %
2	31,1 %
3	33,3 %
4	34,7 %
5	35,8 %
6	36,6 %

## Nutzungsintensität

Aufgeschlagene Seiten in der letzten Ausgabe des DENTAL MAGAZINS	Zusammensetzung
alle Seiten	10
etwa 3/4 der Seiten	29
etwa die Hälfte der Seiten	33
etwa 1/4 der Seiten	20
nur wenige Seiten	9
keine	1
Fallzahl	220

Quelle: Leseranalyse zahnmedizinischer Fachzeitschriften LA-DENT 2011, Befragung unter niedergelassenen Zahnärzten



- 1 | Auflage**  
Druckauflage 20.000  
Tats. verbreitete Auflage 19.121
- 2 | Zeitschriftenformat**  
Anzeigensatzspiegel 207 mm breit, 280 mm hoch (Magazinformat)  
178 mm breit, 255 mm hoch =  
4 Spalten je 40,5 mm breit
- 3 | Druck- und Bindeverfahren, Druckunterlagen**  
Offsetdruck, 60er Raster. Bei Übersendung von belichtungsfähigen Dateien für den Offsetdruck entstehen keine gesonderten Kosten. Näheres dazu siehe Infoblatt Digitale Druckunterlagen Seite 11.1. Vierfarbdruck: Nach DIN 16539 aus der Europa-Skala, Farbfolge: Schwarz, Blau, Rot, Gelb
- 4 | Termine**  
6 x jährlich; Erscheinungs- und Anzeigenschlusstermine siehe Terminplan Seite 12
- 5 | Verlag**  
Deutscher Ärzte-Verlag GmbH  
Dieselstraße 2, 50859 Köln  
Postfach 40 02 54, 50832 Köln  
www.aerzteverlag.de  
www.zahnheilkunde.de
- Anzeigenverkauf: Telefon: +49 2234 7011-308  
Telefax: +49 2234 7011-6308
- Anzeigenmanagement: Telefon: +49 2234 7011-243/-379  
Telefax: +49 2234 7011-6243/-6379
- 6 | Zahlungsbedingungen**  
Zahlbar netto sofort nach Rechnungserhalt, 2 % Skonto bei Vorauszahlung und Bankeinzug.
- Bankverbindung: Deutsche Apotheker- und Ärztebank Köln  
Konto: 0 101 107 410, BLZ 370 606 15;  
Postbank Köln Konto : 192 50-506, BLZ 370 100 50

## 7 | Anzeigenformate, -preise und Rabatte

Format	Satzspiegelformate	
	Breite x Höhe in mm	s/w
1/1 Seite	178 x 255	€ 3.060,-
1/2 Seite	86 x 255 oder 178 x 127	€ 1.530,-
1/3 Seite	56 x 255 oder 178 x 85	€ 1.020,-
1/4 Seite	86 x 127 oder 178 x 63	€ 765,-
1/8 Seite	86 x 63 oder 178 x 31	€ 385,-
<b>Inselanzeigen im Terminkalender</b>		
1-spaltig	86,5 x 42	€ 480,-
2-spaltig über Bund	211 x 42	€ 960,-

\*(Anschnittformate enthalten bereits die Beschnittzugabe von 3 mm.)

### 7.1 | Rabatte

Malstaffel		Mengenstaffel	
Veröffentlichungen in einheitlicher Größe bei mindestens:		Abschlüsse von mindestens:	
2 Anzeigen	3 %	2 Seiten	3 %
3 Anzeigen	5 %	3 Seiten	7 %
4 Anzeigen	8 %	4 Seiten	12 %
6 Anzeigen	10 %	6 Seiten	15 %

Rabatte werden nur auf den s/w- Grundpreis gewährt.



## 8 | Zuschläge

### Farbe

je Zusatzfarbe  
(HKS 3, HKS 25, HKS 47) € 450,-

bei Insertionen auf gegenüberliegen-  
den Seiten: Zuschlag für 2. Seite € 315,-

Vierfarbzuschlag € 1.170,-

bei Insertionen auf gegenüberliegen-  
den Seiten: Zuschlag für 2. Seite € 820,-

### Platzierung

- 4. Umschlagseite + 25 % auf den s/w-Grundpreis
- 2. Umschlagseite + 20 % auf den s/w-Grundpreis
- 2. Umschlagseite aufklappbar, Preis auf Anfrage
- 3. Umschlagseite + 10 % auf den s/w-Grundpreis
- 3. Umschlagseite aufklappbar, Preis auf Anfrage

### Formate

Anschnittzuschlag für Anzeigen entfällt

## 10 | Sonderwerbformen

auf Anfrage

## 11 | Rabatte

siehe Anzeigenformate, -preise und Rabatte,  
Seite 6

## 12 | Kombinationen

auf Anfrage

## 13 | Einhefter

siehe Informationsblatt Seite 9

## 14 | Beilagen

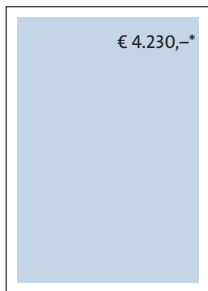
siehe Informationsblatt Seite 10

## 15 | aufgeklebte Werbemittel

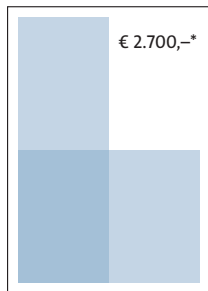
siehe Informationsblatt Seite 10

## 16 | Versandanschrift

L. N. Schaffrath GmbH & Co. KG  
DruckMedien  
Marktweg 42-50  
47608 Geldern/Ndrh.

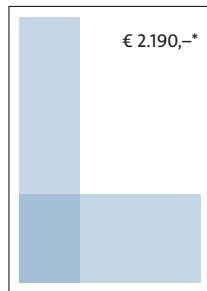


**1/1 Seite**  
178 mm x 255 mm  
*Anschnittformat*  
213 mm x 286 mm



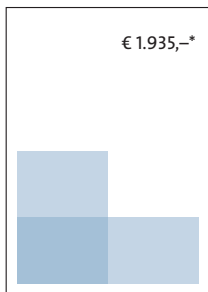
**1/2 Seite**  
86 mm x 255 mm  
*Anschnittformat*  
99 mm x 286 mm

**1/2 Seite**  
178 mm x 127 mm  
*Anschnittformat*  
213 mm x 145 mm



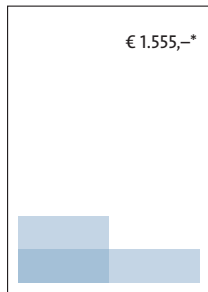
**1/3 Seite**  
56 mm x 255 mm  
*Anschnittformat*  
69 mm x 286 mm

**1/3 Seite**  
178 mm x 85 mm  
*Anschnittformat*  
213 mm x 103 mm



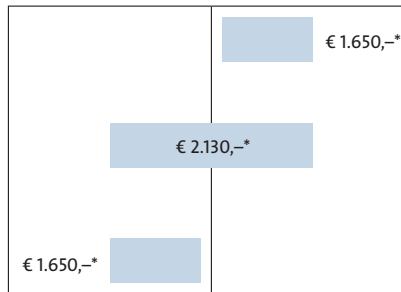
**1/4 Seite**  
86 mm x 127 mm  
*Anschnittformat*  
99 mm x 145 mm

**1/4 Seite**  
178 mm x 63 mm  
*Anschnittformat*  
213 mm x 81 mm



**1/8 Seite**  
86 mm x 63 mm  
*Anschnittformat*  
99 mm x 81 mm

**1/8 Seite**  
178 mm x 31 mm  
*Anschnittformat*  
213 mm x 49 mm



**Inselanzeige im  
Terminkalender**

1-spaltig  
86,5 mm x 42 mm

2-spaltig  
über Bund  
211 mm x 42 mm

**Anschnittformate:** Die Anschnittformate enthalten bereits die Beschnittzugabe von 3 mm.

\*Preise entsprechen einer 4c-Insertion.



## 13 | Einhefter

### Einhefterpreise

Umfang Einhefter

Bruttopreis pro Tsd. nach Papiergewicht  
bis 115 g/m<sup>2</sup> bis 150 g/m<sup>2</sup>

1 Blatt = 2 Seiten	€ 140,-	€ 149,-
2 Blatt = 4 Seiten	€ 180,-	€ 189,-

Koop Einhefter bis 115 g/m<sup>2</sup> bis 150 g/m<sup>2</sup>

1 Blatt = 2 Seiten	€ 210,-	auf Anfrage
2 Blatt = 4 Seiten	€ 370,-	auf Anfrage

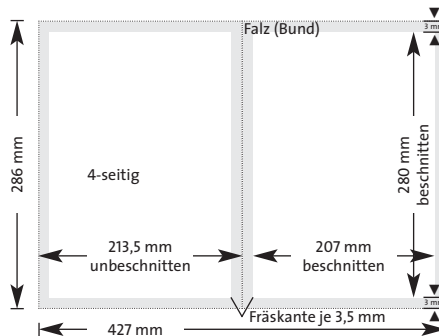
**Rabatte** Einhefter werden nicht rabattiert.

### Formate

1 Blatt = (2 Seiten) unbeschnitten, 213 mm breit x 286 mm hoch  
2 Blatt = (4 Seiten) unbeschnitten, 1x gefalzt auf 213 mm breit x 286 mm hoch

### Beschnittschema

**Benötigte Auflage**  
20.000 Exemplare  
+ 2 % Zuschuss



### Muster

Bedingung für die Auftragsannahme und -bestätigung durch den Verlag ist die Vorlage eines verbindlichen Musters. Einhefter müssen so gestaltet sein, dass sie mit dem Textteil der Zeitschrift nicht verwechselt werden können.

### Technische Angaben

Die Preise gelten für alle Einhefter, die ohne zusätzlichen Zeitaufwand (maschinell) verarbeitet werden können.

a) 2-seitige Einhefter (1 Blatt) ohne aufgeklebte oder anhängende Antwortkarte oder Warenmuster.

b) 4-seitige Einhefter (2 Blatt) ohne aufgeklebte Antwortkarte und Warenmuster. 4-seitige Einhefter müssen zum Bund, also in Einsteckrichtung, geschlossen sein. In allen anderen Fällen muss ein Erschwerniszuschlag berechnet werden. Einhefter, die auf einem anderen Werkstoff als Papier gedruckt sind, können nur nach vorheriger, vom Verlag einzuholender Zustimmung der Post angenommen werden. Einhefter sind unbeschnitten anzuliefern. Mehrblättrige Einhefter müssen entsprechend gefalzt angeliefert werden.

Bei der Gestaltung von Einheftern ist darauf zu achten, dass keine Schriften oder Darstellungen über den Falz laufen, bei denen das Abfräsen der Beschnittzugabe stören würde. Im Bund muss eine Fräzone von 3 mm unbedingt berücksichtigt werden. Beschnittenes Format der Zeitschrift: 207 mm breit x 280 mm hoch. Bei Einheftern ist die „Vorderseite“ genau zu bezeichnen.

### Anlieferung

Die Beilagen müssen einwandfrei verarbeitet und verpackt angeliefert werden. Sie müssen bis spätestens zwei Wochen vor Erscheinungstag des Heftes fracht- und spesenfrei eintreffen: **L. N. Schaffrath GmbH & Co. KG, DruckMedien**

**Marktweg 42-50, 47608 Geldern/Ndrh.**

Die Begleitpapiere müssen Angaben über die Stückzahl der Transporteinheiten, Zeitschriftentitel und Heftnummer enthalten. Außerdem sollte an jeder Verpackungseinheit sichtbar ein Muster angebracht sein.



## 14 | Beilagen

Bedingung für die Auftragsannahme und -bestätigung durch den Verlag ist die Vorlage eines verbindlichen Musters.

Beilagen müssen so gestaltet sein, dass sie sich deutlich von dem Textteil der Zeitschrift unterscheiden.

### Beilagenhinweis

Ein Beilagenhinweis wird kostenlos im Anzeigenteil aufgenommen.

### Benötigte Auflage

20.000 Exemplare + 2% Zuschuss

### Beilagenpreise

	Gewicht der Beilage	Beilagenpreis pro Tsd.
Vollbeilage	bis 25 g	€ 110,-

Preise für Beilagen mit höherem Gewicht auf Anfrage mit Muster.

Die Preise gelten jeweils pro angefangenes Tausend und umfassen das maschinelle Einlegen und die Postmehrgewichtsgebühren. Bei mehrseitigen Beilagen liegt die geschlossene Seite stets parallel zum Rücken der Zeitschrift.

Beilagen werden nicht rabattiert.

### Format

Maximal 195 mm breit x 275 mm hoch  
oder auf dieses Format gefalzt, kein Leporello

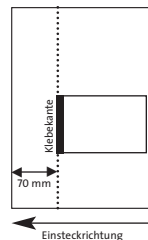
## Anlieferung

Die Beilagen müssen einwandfrei verarbeitet und verpackt angeliefert werden. Sie müssen bis spätestens zwei Wochen vor Erscheinungstag des Heftes fracht- und spesenfrei eintreffen

L. N. Schaffrath GmbH & Co. KG, DruckMedien,  
Marktweg 42-50, 47608 Geldern/Ndrh.

Die Begleitpapiere müssen Angaben über die Stückzahl der Transporteinheiten, Zeitschriftentitel und Hefnummer enthalten. Außerdem sollte an jeder Verpackungseinheit sichtbar ein Muster angebracht sein. Die Beilagen möglichst gering unterverpackt für maschinelle Verarbeitung geeignet anliefern.

## 15 | aufgeklebte Werbemittel



Aufgeklebte Werbemittel, wie z.B. Postkarten auf Einheftern oder Anzeigen, sind nur nach Voranfrage möglich. **Postkarte € 52,-** inkl. Portokostenanteil pro Tausend. Maschinelles Aufkleben ist bei paralleler Klebekante zum Bund und mindestens 2 cm bis max. 7 cm Entfernung vom Bund in variabler Höhe möglich. In allen anderen Fällen, auch bei schräger Platzierung, werden zusätzliche Klebekosten für manuelles Aufkleben berechnet. Auf Anfrage.

Benötigte Auflage:

20.000 Exemplare + 2% Zuschuss

### aufgeklebte Warenmuster

Warenmuster und elektronische Datenträger werden als Beilagen berechnet. Preise und Klebekosten auf Anfrage mit Vorlage eines verbindlichen Musters.

### Lieferanschrift für aufgeklebte Werbemittel

auf Anfrage



## Übernahme digitaler Daten für Anzeigen

Vor einer digitalen Anzeigenübermittlung muss der Anzeigenabteilung ein entsprechender Anzeigenauftrag vorliegen.

Es gelten die allgemeinen Anzeigenschluss-Termine. Zur Kontrolle der übermittelten Anzeige wird ein 1:1 Ausdruck benötigt, bzw. bei Farbanzeigen ein farbverbindliches Proof oder ein Ausdruck.

## Anzeigenübermittlung

Dateinamen müssen den Zeitschriftennamen, die Ausgabe und den Kundennamen enthalten. Sonderzeichen, Leerzeichen und Umlaute sind zu vermeiden.

### 1. E-Mail-Übertragung

Die Daten bitte immer als ZIP komprimieren.  
pinsdorf@aerzteverlag.de;  
metternich@aerzteverlag.de

### 2. FTP-Übertragung

Die Daten bitte immer als ZIP komprimieren.  
Zugangsdaten unter Tel. +49 2234 7011-243 oder  
+49 2234 7011-379.  
ftp://anzeigen.aerzteverlag.de

## Datenarchivierung

Alle Daten werden archiviert, unveränderte Wiederholungen sind deshalb in der Regel möglich. Eine Datengarantie wird jedoch nicht übernommen.

## Datenformate

Es ist eine unseparierte Datei im Format PDF, EPS

## Farbraum

oder TIFF zu liefern. Offene Daten (z.B. InDesign, QuarkXPress usw.) sind zu vermeiden. Mindestens muss die Datei druckfähig sein, d.h. alle verwendeten Schriften sind einzubetten, Halbtönebilder benötigen eine Auflösung von 300 dpi, Strichbilder eine von mindestens 600 dpi.

Die Daten sollten im CMYK-Farbraum angelegt sein. Evtl. Sonderfarben (mit Verlag abzusprechen!) sind korrekt zu benennen (HKS bzw. Pantone). Falls Sie im medienneutralen LAB-Farbraum arbeiten möchten, fordern Sie bitte einen kostenpflichtigen Proof an, um das Druckergebnis vorab begutachten zu können. Da zur Umwandlung in den CMYK-Farbraum massiv in Ihre Daten eingegriffen werden muss, kann ohne Druckfreigabe dieses Proofs weder Verlag noch Druckerei für die korrekte Farbwiedergabe garantieren.

## Gewährleistung/ Zusatzaufwand

Nur was auf dem Datenträger vorhanden ist, kann auch belichtet werden. Für Abweichungen in Texten, Abbildungen und Farben übernimmt der Verlag keine Haftung. Fehlbelichtungen aufgrund von unvollständigen oder fehlerhaften Dateien, falschen Einstellungen oder unvollständigen Angaben werden berechnet. Dies gilt auch für zusätzliche Satz- oder Lithoarbeiten sowie für die Erstellung fehlender Proofs.



Heft	Erscheinungstag	Anzeigenschluss	Themenschwerpunkt
1	01.02.2012	12.01.2012	Aktuelle Trends in der Restaurativen Zahnheilkunde
2	01.04.2012	12.03.2012	Endodontologie – Fortschritte und Diskussionen
3	01.06.2012	11.05.2012	Update Vollkeramik & CAD/CAM
4	01.09.2012	10.08.2012	Perioprothetik im Fokus
5	15.10.2012	24.09.2012	Oralchirurgie in der Praxis
6	01.12.2012	12.11.2012	Herausforderung Alterszahnheilkunde

Themenschwerpunkte DENTAL MAGAZIN 2012 unter: [redaktion@dentalmagazin.de](mailto:redaktion@dentalmagazin.de)



1. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Interessenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung. Sämtliche Anzeigenaufträge werden ausschließlich aufgrund dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen abgewickelt. Im Falle von elektronisch übermittelten Anzeigenaufträgen kann der Text der Allgemeinen Geschäftsbedingungen auf den Computer heruntergeladen und/oder ausgedruckt werden. Von diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen und/oder Vereinbarungen werden, selbst bei Kenntnis, nicht Vertragsbestandteil, es sei denn, ihrer Geltung wird ausdrücklich zugestimmt. Insbesondere führt die Unterlassung eines Widerspruchs bzw. eine unterbliebene Zurückweisung anderer AGB seitens des Verlages nicht dazu, dass die anderweitigen AGB als vereinbart gelten.
2. Verbraucher im Sinne dieser Geschäftsbedingungen sind natürliche Personen, mit denen in Geschäftsbeziehung getreten wird, ohne dass diese eine gewerbliche oder selbstständige berufliche Tätigkeit ausüben. Unternehmer im Sinne dieser Geschäftsbedingungen sind natürliche oder juristische Personen oder rechtsfähige Personengesellschaften, mit denen in Geschäftsbeziehung getreten wird und die in Ausübung einer gewerblichen oder selbstständigen beruflichen Tätigkeit handeln. Kunde im Sinne dieser Geschäftsbedingungen sind sowohl Verbraucher als auch Unternehmer. Der Verlag ist Verwender dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen.
3. Alle Angebote des Verlages sind freibleibend. Mit dem Anzeigenauftrag gibt der Kunde ein Angebot zum Abschluss eines Vertrages ab. Der Vertrag kommt erst zustande, wenn der Verlag die Annahme des Angebotes ausdrücklich schriftlich erklärt. Gibt ein Verbraucher einen Anzeigenauftrag auf elektronischem Wege in Auftrag, wird der Verlag den Zugang des Auftrages bestätigen, allerdings stellt die Zugangsbestätigung noch keine verbindliche Annahme des Auftrages dar. Eine verbindliche Annahme liegt auch bei der Anzeigenaufgabe auf elektronischem Wege erst vor, wenn der Verlag die Annahme des Angebotes ausdrücklich erklärt. Der Verlag ist berechtigt, das in der Beauftragung liegende Vertragsangebot des Kunden innerhalb von zwei Wochen nach Angebotsabgabe anzunehmen. Anzeigen sind im Zweifelsfall zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.
4. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.
5. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
6. Der Auftraggeber hat nur ein Recht zum Rücktritt vom Vertrag aus wichtigem Grund. Die Erklärung des Rücktritts muss spätestens eine Woche vor dem Anzeigenschlusstermin beim Verlag schriftlich oder in Textform eingegangen sein. Bei Ein-/Durchheftern und allen verbindlich zugesagten Vorzugsplätzen einschließlich Umschlagseiten akzeptiert der Verlag keinen Rücktritt aus beim Auftraggeber liegenden wichtigen Gründen.
7. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
8. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
9. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die auf Grund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
10. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Masters der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
11. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder auf eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrags. Der Verlag ist berechtigt, die Art der von dem Auftraggeber gewünschten Nacherfüllung zu verweigern, sofern die gewählte Art der Nacherfüllung nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich ist und die andere Art der Nacherfüllung ohne erhebliche Nachteile für den Verbraucher bleibt. Unternehmer haben dem Verlag etwaige bestehende offensichtliche Mängel innerhalb einer Frist von zwei Wochen ab Abdruck der Anzeige schriftlich oder in Textform anzuzeigen. Zur Fristwahrung genügt die rechtzeitige Absendung der Mängelanzeige. Nach Ablauf der Zwei-Wochen-Frist ist die Geltendmachung von offensichtlichen Mängeln durch den Unternehmer ausgeschlossen. Verbraucher müssen offensichtliche Mängel innerhalb einer Frist von zwei Monaten ab dem Zeitpunkt, zu dem die Mangelhaftigkeit der Anzeige festgestellt wurde, schriftlich oder in Textform gegenüber dem Verlag anzeigen. Maßgeblich für die Wahrung der Frist ist die Absendung der Mängelanzeige. Unterlässt der Verbraucher diese Anzeige, erlöschen die Gewährleistungsrechte für offensichtliche Mängel zwei Monate nach Feststellung des Mangels, es sei denn, der Verlag hat den Mangel verübt verschwiegen. Wählt der Kunde nach gescheiterter Nacherfüllung den Rücktritt vom Vertrag, steht ihm daneben kein Schadensersatzanspruch wegen des Mangels zu. Dies gilt nicht für Personenschäden (Schäden an Leben, Körper und Gesundheit) und Schäden nach dem Produkthaftungsgesetz, für diese Schäden haftet der Verlag unbeschränkt. Der Schadensersatzausschluss gilt auch nicht für sonstige Schäden, die dem Kunden infolge einer vom Verlag vorsätzlich oder grob fahrlässig verübten Pflichtverletzung entstanden sind. Für vertragstypische Schäden, die dem Kunden infolge einer vom Verlag verübten wesentlichen Vertragspflichtverletzung entstanden sind, haftet der Verlag auch dann, wenn ihm oder einem seiner Erfüllungshelfen eine solche, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrages überhaupt erst ermöglicht und auf deren Einhaltung der Vertragspartner regelmäßig vertraut und vertrauen darf. Im Übrigen ist die Haftung des Verlages für leichte Fahrlässigkeit ausgeschlossen.
12. Korrekturabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Korrekturabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Korrekturabzugs gesetzten Frist mitgeteilt werden.
13. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zu Grunde gelegt.

14. Die angebotenen Anzeigenpreise sind bindend und ergeben sich aus unseren Preislisten für Verbraucher und Unternehmer. Ausweislich der im Internet unter der Adresse „www.aerzteverlag.de/anzeigenverbraucherpreise“ verfügbaren Preisliste für Verbraucher verstehen sich die Preise für Verbraucher inklusive der gesetzlichen Mehrwertsteuer. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Zahlung der Rechnung hat ohne Abzug zu erfolgen, sofern nicht auf der Rechnung etwas anderes vermerkt ist. Der Verbraucher ist verpflichtet, nach Ausführung der Leistung die Rechnung innerhalb von drei Wochen zu zahlen, soweit der Vertrag nicht durch den Verbraucher widerrufen wird, gegenüber Unternehmern wird die Rechnung nach Erhalt fällig. Nach Ablauf dieser Frist kommt der Kunde in Verzug. Der Verbraucher hat während des Verzugs die Geldschuld in Höhe von 5%-Punkten über dem Basiszinssatz zu verzinsen, für Unternehmer gilt eine Verzinsungspflicht von 8%-Punkten über dem Basiszinssatz.
15. Anzeigenaufträge durch eine Agentur werden in deren Namen und auf deren Rechnung angenommen. Die Werbemittel und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung eines laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
16. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
17. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckvorlagen und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
18. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preiserminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder – wenn eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zu Preiserminderung berechtigter Mangel, wenn sie
  - 18a bei einer Auflage bis zu 50 000 Exemplaren 20 v.H.,
  - 18b bei einer Auflage bis zu 100 000 Exemplaren 15 v.H.,
  - 18c bei einer Auflage bis zu 500 000 Exemplaren 10 v.H.,
  - 18d bei einer Auflage über 500 000 Exemplaren 5 v.H. beträgt.Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preiserminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.
19. Bei Chiffreanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Chiffreanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Dem Verlag kann einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A 4 überschreiten, sowie Waren, Bücher, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen.
20. Druckvorlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.
21. Erfüllungsort bei Verträgen mit Unternehmern ist der Sitz des Verlages, also Köln.
22. Ist der Auftraggeber ein Kaufmann, eine Person des öffentlichen Rechts oder ein öffentlich-rechtliches Sondervermögen, ist Gerichtsstand bei Klagen der Sitz des Verlages, also Köln. Soweit Ansprüche von dem Verlag nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Verbrauchern nach deren Wohnsitz. Hat der Unternehmer keinen allgemeinen Gerichtsstand in Deutschland, ist ebenfalls Köln Gerichtsstand. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthaltsort des Kunden im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Kunde nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich dieses Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.
23. Sämtliche Rechtsbeziehungen aus diesem Vertrag unterliegen dem Recht der Bundesrepublik Deutschland.
24. Sollten einzelne Bestimmungen dieses Vertrages einschließlich der Regelungen der Allgemeinen Geschäftsbedingungen ganz oder teilweise gegen zwingendes Recht verstoßen oder aus anderen Gründen nichtig oder unwirksam sein, so bleibt die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen unberührt. Etwaige Ergänzungen oder Änderungen dieser AGB haben schriftlich zu erfolgen.
25. Der Auftraggeber wird hiermit gemäß Teledienststedatenschutzgesetz (TDDSG), Mediendienstestaatsvertrag (MDSStV), Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) sowie sonstiger datenschutzrechtlicher Bestimmungen davon unterrichtet, dass die im Rahmen der Vertragsbeziehungen mit dem Verlag angegebene Daten, insbesondere die im Rahmen der Auftragserteilung und –bearbeitung angegebenen personenbezogenen Daten ausschließlich zu dem Zwecke maschinenlesbar gespeichert, verarbeitet und genutzt werden, zu dem der Auftraggeber dies angegeben hat, sofern keine Einwilligung in eine andere Nutzungsart erteilt wurde sowie zum Zwecke der Abrechnung und Vergütung. Der Verlag ist berechtigt, die personenbezogenen Daten des Auftraggebers bzw. eines Interessenten im Rahmen der Auftragserteilung und -bearbeitung sowie der Verfügbarkeitsanfrage zu erheben, zu speichern und zu nutzen, soweit dies erforderlich ist, um den Auftraggeber die Inanspruchnahme der Leistungen des Verlages zu ermöglichen und eine Abrechnung vornehmen zu können. Der Auftraggeber kann jederzeit die zu seiner Person gespeicherten persönlichen Daten unentgeltlich bei dem Verlag einsehen. Der Verlag verpflichtet sich seinerseits, im Rahmen des TDDSG, MDSStV, BDSG sowie der sonstigen Datenschutzbestimmungen, die ihm aus dem Vertragsverhältnis bekannt werdenden Daten des Auftraggebers, vorbehaltlich einer anderweitig erteilten Einwilligung, nur für die Erfüllung der Zwecke der Vertragsanbahnung und Vertragsabwicklung zu verwenden, das Datengeheimnis zu wahren und seine Mitarbeiter entsprechend zu verpflichten, soweit dies gesetzlich erforderlich ist.

# PREISLISTE NR. 29

