

## Mediadaten 2012

Preisliste Nr. 21 gültig ab 1. Januar 2012

# apotheke + marketing

Magazin für das moderne Apothekenteam



**Verlag** Springer Medizin  
Springer Gesundheits- und  
Pharmazieverlag GmbH

**Postanschrift** Postfach 2131  
63243 Neu-Isenburg

**Hausanschrift** Am Forsthaus Gravenbruch 5–7  
63263 Neu-Isenburg

**Telefon** 06102/506-0  
**Telefax** 06102/506-382

**Herausgeberin** Apothekerin Julia Pffegel

**Redaktion** Telefon: 06102/506-392  
Telefax: 06102/506-394  
E-Mail: am-redaktion@springer.com

Dipl.oec.troph. Gabi Kannamüller, Chefredaktion

Dr. Karin Frese, stv. Chefredaktion

Stefanie Fastnacht, Apothekerin

Petra Schicketanz, Apothekerin

**Objektleitung** Marion Bornemann  
Telefon: 06102/506-380  
Telefax: 06102/506-382  
E-Mail: marion.bornemann@springer.com

**Anzeigenverkauf** **Nielsen Gebiete II, IIIa, III b**  
Christoph Fogel  
Telefon: 06102/506-152  
christoph.fogel@springer.com

**Nielsen Gebiete I, IV, V, VI, VII**  
Sebastian Schmitt  
Telefon: 06102/506-233  
sebastian.schmitt@springer.com

**Anzeigendisposition** Birgit Neumann  
Telefon: 06102/506-189  
Telefax: 06102/506-123  
E-Mail: birgit.neumann@springer.com


**Vertrieb und Leserservice** Telefon: 06102/506-176  
Telefax: 06102/506-44176  
E-Mail: vertriebGuP@springer.com

**Zahlungsbedingungen** Agenturprovision 10 %  
30 Tage nach Rechnungsdatum rein netto  
14 Tage nach Rechnungsdatum 2 % Skonto  
Bankeinzug und Vorauszahlung 3 % Skonto

**Ust-Ident-Nr.** DE 811148398

**Bankverbindung** Springer Gesundheits- und  
Pharmazieverlag GmbH  
Deutsche Bank, Berlin  
BLZ: 100 700 00  
Konto-Nr.: 070204300

IBAN: DE42 1007 0000 0070 2043 00  
BIC: DEUTDEBB

<b>Zeitschriftenportrait</b>	<p>APOTHEKE + MARKETING aus dem Springer Gesundheits- und Pharmazieverlag (<a href="http://www.springer.com">www.springer.com</a>) wendet sich an das Fachpersonal in der öffentlichen Apotheke, wobei die Zeitschrift insbesondere auf das berufliche Informationsbedürfnis des Apothekenleiters eingeht. APOTHEKE + MARKETING hilft ihm, mit einer stark serviceorientierten Mischung aus zielgruppenadäquat aufbereiteten Beiträgen zu den Themenbereichen Marketing, Management und Betriebswirtschaft, seine Apotheke als Gesundheits- und Beratungszentrum zu etablieren und damit zukunftsfähig zu machen. Darüber hinaus bietet APOTHEKE + MARKETING dem Apotheker die Möglichkeit, sich durch die Teilnahme an zertifizierter Fortbildung in den Bereichen Marketing und Pharmazie, die sowohl im Heft, aber insbesondere auf dem Springer-Fortbildungsportal <a href="http://cme.springer.de">cme.springer.de</a> bzw. <a href="http://www.apotheke-und-marketing.de">www.apotheke-und-marketing.de</a> stattfindet, fachlich weiter zu qualifizieren.</p>	<b>Auflage</b>	<p>Druckauflage: 23.155 Exemplare Verbreitung: 22.938 Exemplare (Quelle: IVW, Durchschnitt der Quartale 3/2010 bis 2/2011)</p>	
		<b>Zeitschriftenformat</b>	210 mm breit, 297 mm hoch (DIN A4) plus 3 mm Beschnitt an allen Kanten	
		<b>Satzspiegel</b>	176 mm breit, 242 mm hoch 2-spaltig, 86 mm je Spalte Weitere Angaben siehe Blatt „Anzeigenformate und -preise“	
		<b>Druck- und Bindeverfahren</b>	Rollenoffsetdruck, Umschlag Bogenoffsetdruck, Klebebindung	
		<b>Druckunterlagen</b>	Vorzugsweise digitale Druckunterlagen, siehe Blatt „Digitale Druckunterlagen“ oder Offsetfilme (positiv) bis 54-er Raster	
		<b>Termine</b>	Siehe Blatt „Themen- und Terminplan“	
		<b>Anzeigenformate und -preise:</b>	Siehe Blatt „Anzeigenformate und -preise“	
		<b>Zuschläge</b>	Farbzuschläge: für Sonderfarben auf Anfrage Formatzuschläge: Anzeigen über Bund und angeschnittene Anzeigen ohne Zuschlag	
		<b>Bezugspreis</b>		
		Jahresabonnement	€ 50,00 (incl. Online-Basis-Lizenz, CME-Zugang, MwSt. und Versandkosten)	
		Einzelbezugspreis	€ 7,00 (incl. MwSt. und Versandkosten)	
<b>Reichweiten</b>	<p>Gesamtzielgruppe: 15,2% <b>Apothekenleiter: 48,9%</b> <small>Quelle: LA-PHARM 2011, LpA</small></p>			
<b>Erscheinungsweise</b>	Monatlich, jeweils am 15. des Monats			
<b>Jahrgang</b>	21. Jahrgang			
<b>Homepage</b>	<a href="http://www.apotheke-und-marketing.de">www.apotheke-und-marketing.de</a>			
<b>Mitgliedschaften</b>	IVW, LA – MED			
<b>Organ</b>	./.			

Größe in Seitenteilen	Formate im Satzspiegel Breite x Höhe in mm	Angeschnittene Formate Breite x Höhe in mm*	4-farbig in €
<b>1/1 Seite Innenteil</b> <b>2. Umschlagseite</b> <b>4. Umschlagseite</b>	176 x 242	210 x 297 210 x 297 210 x 297	4.390,00 4.640,00 4.640,00
<b>2/3 Seite</b>	Hochformat 115 x 242 Querformat 176 x 165	Hochformat 135 x 297 Querformat 210 x 186	3.330,00
<b>1/2 Seite</b>	Hochformat 85 x 242 Querformat 176 x 126	Hochformat 105 x 297 Querformat 210 x 147	2.630,00
<b>1/3 Seite</b>	Hochformat 56 x 242 Querformat 176 x 80	Hochformat 75 x 297 Querformat 210 x 101	1.930,00
<b>1/4 Seite</b>	Hochformat 86 x 126 Querformat 176 x 60	./.	1.420,00
<b>Anzeigen auf Doppelseiten</b>			
<b>2 x 1/1 Seite über Bund</b>	./.	2 x 210 x 297	8.780,00
<b>2 x 2/3 Seite über Bund</b>	./.	Hochformat 2 x 135 x 297 Querformat 2 x 210 x 186	6.660,00
<b>2 x 1/2 Seite über Bund</b>	./.	Hochformat 2 x 105 x 297 Querformat 2 x 210 x 147	5.260,00

### Rabatte

bei Abnahme innerhalb von 12 Monaten (Kalender- oder Insertionsjahr); Farbzuschläge rabattfähig

#### Mengenstaffel

1 Seite	3 %	3 Anzeigen	3 %
3 Seiten	5 %	6 Anzeigen	5 %
6 Seiten	10 %	12 Anzeigen	10 %
12 Seiten	15 %	18 Anzeigen	15 %
18 Seiten	20 %	26 Anzeigen	20 %
24 Seiten	25 %	38 Anzeigen	25 %
30 Seiten	30 %	52 Anzeigen	30 %

#### Malstaffel

Kombination mit DAS PTA MAGAZIN möglich  
– Volumina addieren sich.

Kosten für Einhefter, Beilagen, Beikleber, Gelegenheits-, Stellenanzeigen, technische Zusatzkosten sowie Beförderungsentgelte werden nicht rabattiert.

### Ad Specials / Advertorials

Beispiele für Ad Specials:

» Banderole (quer) **€ 240,00 /Tsd.**

» 1/3 Seite hoch 4c, rechts neben Editorial **€ 2.630,00**

weitere Möglichkeiten auf Anfrage

Advertorials, Sonderpublikationen auf Anfrage

### Rubrikanzeigen

#### Stellenangebote

Preise und Formate für Print und Online auf Anfrage, bitte wenden Sie sich direkt an:  
[www.jobcenter-medizin.de](http://www.jobcenter-medizin.de), Tel. 06102/506-164

An-/Verkauf, Unterricht pro mm  
(1-spaltig, 55 mm breit)  
**€ 4,70**

Stellengesuche pro mm  
(1-spaltig, 55 mm breit)  
**€ 3,60**

Chiffregebühr Stellengesuche **€ 4,50**

**Einhefter/  
Durchhefter** Einhefter müssen den Postbestimmungen entsprechend so gestaltet sein, dass sie nicht mit dem Redaktionsteil verwechselt werden können. Die Platzierung ist abhängig von den technischen Möglichkeiten.

**Anliefertermin** siehe Termin- und Themenplan

**Preise** 2-seitig € 3.400,00  
4-seitig € 6.800,00

Einhefter-/ Durchhefterpreise sind nicht rabattfähig.

**Formate** 1 Blatt (= 2 Seiten) unbeschnitten  
216 mm breit x 305 mm hoch,  
Mindestpapiergewicht 100 g/m<sup>2</sup>  
Beschnittzugabe oben, rechts, links 3 mm,  
unten 5 mm

2 Blatt (= 4 Seiten) unbeschnitten  
432 mm breit x 305 mm hoch,  
Mindestpapiergewicht 100 g/m<sup>2</sup>  
Beschnittzugabe oben, rechts, links 3 mm,  
im Bund rechts, links 3 mm, unten 5 mm  
Anlieferung plano (Durchhefter)  
Anlieferung gefalzt (Einhefter)

Erforderliche Konfektionierung erfolgt zum Selbstkostenpreis.

**Benötigte Auflage** 24.000 Exemplare (incl. 3 % Zuschuss)\*

**Versandanschrift** siehe Beikleber

### Beilagen

Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist die Vorlage eines verbindlichen Musters, notfalls eines Blindmusters, mit Größen- und Gewichtsangabe erforderlich.

Die Beilage muss den Postbestimmungen entsprechend so gestaltet sein, dass sie nicht mit dem Redaktionsteil verwechselt werden kann.

**Preise** Bis 25 g Gesamtgewicht pro Tsd. € 120,00  
zzgl. evtl. anfallende Postentgelte

Beilagen über 25 g Gesamtgewicht auf Anfrage

Beilagen- und Versandkosten sind nicht rabattfähig.

**Formate** Maximal 205 mm breit, 285 mm hoch  
Beilagen müssen in der Art und Ausführung so beschaffen sein, dass eine zusätzliche Aufbereitung und Bearbeitung entfällt. Erforderliche Konfektionierung erfolgt zum Selbstkostenpreis.

**Benötigte Auflage** 24.000 Exemplare (incl. 3 % Zuschuss)\*

**Berechnete Auflage** 23.200 Exemplare\*

**Teilbelegung** Möglich

**Anliefertermin** siehe Termin- und Themenplan

**Versandanschrift** siehe Beikleber

**Beikleber** Aufgeklebte Postkarten (Mindestpapiergewicht 150 g), Booklets und Warenproben auf Anzeigen (Mindestanzeigenabnahme 1/1 Seite) werden zusätzlich berechnet.

Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist die Vorlage des Anzeigenmotivs mit aufgeklebter Postkarte, Booklet bzw. Warenprobe (Standmuster), notfalls eines Blindmusters, erforderlich.

**Preise** Postkarten pro Tsd. **€ 79,00**  
Warenproben pro Tsd. **€ 100,00**  
zzgl. eventl. anfallende Postentgelte

Maschinelle Klebung erlaubt nur eingeschränkte Platzierungen.

Technische Kosten und Versandkosten sind nicht rabattfähig.

**Formate**

**Postkarten** Mindestformat: 80 x 60 mm (B x H)  
Maximalformat: 210 x 210 mm (B x H)

**Warenproben, Booklets** auf Anfrage

Bei aufgeklebten Postkarten, Booklets oder Warenproben sollten die Klebekanten parallel zum Bund verlaufen und mindestens 30 mm Abstand zum Bund und 20 mm zu den äußeren Papierrändern haben.  
Toleranz +/- 10 mm

**Benötigte Auflage** 24.000 Exemplare (incl. 3 % Zuschuss)\*

**Berechnete Auflage** 23.200 Exemplare\*

**Anliefertermin** siehe Termin- und Themenplan

**Versandanschrift** Stürtz GmbH  
Alfred-Nobel-Straße 33  
97080 Würzburg

\* Benötigte und berechnete Auflagen Messe- und Kongressausgaben:

Ausgabe 02/2012 (Interpharm)  
Benötigte Auflage: 24.500 Exemplare  
Berechnete Auflage: 23.700 Exemplare

Ausgabe 03/2012 (Pharmaziekongress)  
Benötigte Auflage: 25.000 Exemplare  
Berechnete Auflage: 24.200 Exemplare

Ausgabe 10/2012 (Expopharm)  
Benötigte Auflage: 25.500 Exemplare  
Berechnete Auflage: 24.700 Exemplare

<b>Heft Nr.</b>	<b>Ausgabe Erscheinungs- termin</b>	<b>Anzeigen- schluss- u. Rücktritts- termin</b>	<b>Druckunter- lagenschluss- termin</b>	<b>Letzter Anliefer- termin für Beikleber, Einhefter und Beilagen</b>	<b>Schwerpunkt Aktion des Monats</b> <small>Stand Sept. 2011 – Änderungen vorbehalten</small>	<b>Sortimente</b> <small>Stand Sept. 2011 – Änderungen vorbehalten</small>
<b>01/12</b>	Januar 16.01.2012	15.12.2011	22.12.2011	05.01.2012	Heuschnupfen: Den Pollen ein Schnippchen schlagen	Husten/Erkältung Pfliegende Kosmetik
<b>02/12</b>	Februar 15.02.2012	23.01.2012	30.01.2012	06.02.2012	Reiseapotheke: Gesund durch den Urlaub	Hämorrhoiden Naturarzneimittel/Homöo- pathie/Schüßlersalze
<b>03/12</b>	März 15.03.2012	20.02.2012	24.02.2012	05.03.2012	Raucherentwöhnung: Abschied vom blauen Dunst	Heuschnupfen/Allergien Messgeräte (Blutdruck/ Blutzucker)
<b>04/12</b>	April 16.04.2012	20.03.2012	26.03.2012	03.04.2012	Neurodermitis/Akne/ trockene Haut: Wohlge- fühl für Ihre Haut!	Zeckenschutz Sportverletzungen
<b>05/12</b>	Mai 16.05.2012	23.04.2012	30.04.2012	07.05.2012	Kinder und Gesund- heit: Das Beste für den Nachwuchs	Sonnenschutz Mineralstoffe/ Magnesium
<b>06/12</b>	Juni 15.06.2012	21.05.2012	25.05.2012	04.06.2012	Herpes: Hilfe gegen Lippenbläschen	Fuß- und Nagelpflege Magen/Darm/Durchfall
<b>07/12</b>	Juli 14.07.2012	21.06.2012	28.06.2012	05.07.2012	Mund- und Zahn- pflege: Gesund im Mund	Venöse Erkrankungen Insektenschutz

<b>Heft Nr.</b>	<b>Ausgabe Erscheinungs- termin</b>	<b>Anzeigen- schluss- u. Rücktritts- termin</b>	<b>Druckunter- lagenschluss- termin</b>	<b>Letzter Anliefer- termin für Beikleber, Einhefter und Beilagen</b>	<b>Schwerpunkt Aktion des Monats</b> <small>Stand Sept. 2011 – Änderungen vorbehalten</small>	<b>Sortimente</b> <small>Stand Sept. 2011 – Änderungen vorbehalten</small>
<b>08/12</b>	August 15.08.2012	23.07.2012	30.07.2012	06.08.2012	Stimmungsaufheller: So kommen Sie durch die dunklen Tage	Wundversorgung Trockenes Auge
<b>09/12</b>	September 15.09.2012	20.08.2012	27.08.2012	03.09.2012	Hausapotheke: Gewappnet für den „Fall der Fälle“	Kopfläuse Schmerzmittel
<b>10/12</b>	Oktober 10.10.2012	13.09.2012	19.09.2012	26.09.2012	Gedächtnis stärken: Aktiv für die grauen Zellen	Immunstimulanzien Erkältung
<b>11/12</b>	November 15.11.2012	22.10.2012	29.10.2012	05.11.2012	Wechseljahre: Ausgeglichen statt „wechselhaft“	Verstopfung/Durchfall (Fernreise) Osteoporose
<b>12/12</b>	Dezember 15.12.2012	20.11.2012	27.11.2012	04.12.2012	Sodbrennen/saures Aufstoßen: Was tun bei Magenproblemen?	Vaginale Erkrankungen Pflege trockener Haut
<b>01/13</b>	Januar 16.01.2013	17.12.2012	19.12.2012	07.01.2013	Fasten/Diät: In Form ins neue Jahr	Erkältung Muskeln/Gelenke

Messe- bzw. Kongressausgaben: 02/12 (Interpharm 09.-11.3.12) | 03/12 (Pharmaziekongress 24./25.03.12) | 10/12 (Expopharm 10.-13.10.12)

# Digitale Druckunterlagen

Merkblatt für die Erstellung und Übertragung digitaler Druckunterlagen

Damit bei der Belichtung und dem Druck Ihrer Dateien keine Fehler auftreten, sind die nebenstehenden Punkte bei der Dateierstellung zu beachten. Bitte geben Sie dieses Merkblatt an Ihre Agentur oder Werbeabteilung weiter, die Sie mit der Erstellung der Druckunterlagen beauftragt haben.

Die Telefon- und ISDN-Nummer sowie die E-Mail-Adresse der Druckerei erhalten Sie vom Verlag. Informationen zum Anzeigenauftrag erhalten Sie ebenfalls vom Verlag. Bevor Sie die Druckunterlagen übermitteln, schicken Sie bitte die folgenden Informationen vorab per Telefax oder E-Mail an die Druckerei:

## **Ansprechpartner für Rückfragen**

- Name ■ Telefon ■ Telefax ■ E-Mail

## **Anzeigen-Informationen**

- Auftraggeber ■ Zeitschrift ■ Ausgabe ■ Anzeigenformat

## **Datei-Informationen**

- Dateiname ■ Plattform: Mac oder PC ■ Programmtyp und -version, mit dem die Datei erstellt wurde ■ Welche Farben in der Datei werden für den Druckprozess benötigt: s/w, CMYK, Sonderfarben ■ Welche Schriften werden in der Datei verwendet ■ Liste der Abbildungen, die in die Datei eingebunden sind

**Bitte übermitteln Sie diese Angaben auch zusammen mit den Druckunterlagen in einer einfachen Text-Datei (Read me/Bitte lesen).**

## **Druckerei**

**Stürtz GmbH**, Alfred-Nobel-Straße 33, 97080 Würzburg  
Herr Volkmar Frieb, Telefon (09 31) 385-262, Fax (09 31) 385-383, E-Mail faz-druck@stuertz.de  
ISDN-Verbindung (09 31) 385-415 Mac

## **Bei Fragen zum Anzeigenauftrag wenden Sie sich bitte an den Verlag:**

**Springer Gesundheits- und Pharmazieverlag GmbH**, Frau Monique Begall,  
Am Forsthaus Gravenbruch 5-7, 63263 Neu-Isenburg, Telefon (06 10 2) 506-381,  
Fax (06 10 2) 506-382, E-Mail monique.begall@springer.com

## **Datei**

- Bevorzugtes Dateiformat: PDF/X-3
- Ebenfalls verarbeitet werden kann ein platzierbares EPS (mit Vorschaubild). Andere Dateiformate sind nur in Absprache mit der Druckerei möglich.
- Die Datei muss im Endformat (100%) angelegt sein.
- Bei Formaten, die größer sind als 1/1 Seite, muss jede Seite separat (incl. Beschnittzugabe) angelegt sein, die Montage wird in der Druckerei vorgenommen.

- Berücksichtigen Sie eine Beschnittzugabe von 3 mm bei angeschnittenen Elementen.
- Das Format des Anzeigenmotivs muss mit dem im Anzeigenauftrag genannten Format übereinstimmen.
- Achten Sie darauf, dass alle Farben im Dokument und in allen Abbildungen in CMYK separiert sind. Handelt es sich um ein Motiv mit Sonderfarben, so müssen diese dem Anzeigenauftrag entsprechend angelegt sein.
- Überfüllungen in TIFF- oder EPS-Dateien müssen bereits bei der Erstellung dieser Dateien angelegt werden.
- Grafische Elemente sollten eine Mindeststärke von 0,3 pt haben, Rasterflächen einen Tonwert von mindestens 8%.
- Bitte übermitteln Sie nur die für den Auftrag benötigten Seiten.
- Alle Seiten werden mit einem 60er Raster belichtet.

## **Schriften**

- Verwenden Sie ausschließlich Typ-1-Schriften (keine True Type Schriften). Nur diese garantieren eine fehlerlose Belichtung.
- Bitte übermitteln Sie alle im Dokument verwendeten Schriften (Bildschirm- und Druckerschriften). Alternativ ist die Umwandlung der Schriften in Zeichenwege oder das Einbinden der Schriften in die Datei (Font-Including) möglich.

## **Abbildungen**

- Bitte liefern Sie Abbildungen nur in den Dateiformaten TIFF oder EPS ohne Komprimierung. Nur diese Formate garantieren eine fehlerlose Belichtung. Andere Formate (z.B. JPEG) oder die Komprimierung der Datei können zu Qualitätsverlusten führen.
- Bitte übermitteln Sie für alle im Dokument verwendeten Abbildungen hochauflösende Daten mit einer Auflösung von mindestens 300 dpi. ■ Achten Sie darauf, dass alle Abbildungen in CMYK separiert sind. Abbildungen, in denen RGB-Farben und nicht separierte Sonderfarben angelegt sind, führen zu Belichtungsfehlern. ■ In den Abbildungen darf kein Druckraster angelegt sein.

## **Proof**

- Für Farbanzeigen benötigt die Druckerei unbedingt einen farbverbindlichen Proof, für s/w-Anzeigen einen Laserausdruck. Liegt kein Proof vor, können eventuell auftretende Abweichungen zum Originalmotiv möglicherweise nicht erkannt werden. Nur wenn der Druckerei ein verbindlicher Proof vorliegt, übernehmen Verlag und Druckerei die Verantwortung für eine korrekte Wiedergabe der Anzeigen.

**Weitere Infos: [www.mediadaten.springermedizin.de](http://www.mediadaten.springermedizin.de)**

# Allgemeine Geschäftsbedingungen

für Anzeigen, Beilagen, Beikleber und Einhefter

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen, Beilagen oder Einhefter eines Werbungstreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung. Ein derartiger Auftrag wird für den Verlag erst durch schriftliche Bestätigung an den Auftraggeber rechtsverbindlich. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch Einzelabrufe – und Beilagen- und Einhefteraufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen Grundsätzen des Verlages abzulehnen. Beilagen- und Einhefteraufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters und dessen Billigung bindend. Beilagen und Einhefter, die durch Format und Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
2. Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen.
3. Die in der Anzeigenpreisliste bezeichneten Nachlässe werden nur für die innerhalb eines Jahres in einer Druckschrift erscheinenden Anzeigen eines Werbungstreibenden gewährt. Die Frist beginnt mit dem Erscheinen der ersten Anzeige. Der Werbungstreibende hat rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb Jahresfrist entsprechenden Nachlass.
4. 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.
5. Für die Aufnahme von Anzeigen, Beilagen und Einheftern in bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift wird keine Gewähr geleistet, es sei denn, dass der Auftraggeber die Gültigkeit des Auftrages ausdrücklich davon abhängig gemacht hat. Platzvereinbarungen sind nur dann verbindlich, wenn hierfür der im Anzeigentarif vorgesehene und in der Bestätigung ausdrücklich angegebene Preis anerkannt wird. Bei Überschreitung der genannten Anzeigenschlusstermine sind besondere Platzvereinbarungen nicht mehr verbindlich.
6. Der Ausschluss von Mitbewerbern kann nur für zwei gegenüberliegende Seiten vereinbart werden. Ein Konkurrenzausschluss kann nicht zugesichert werden, wenn für eine Anzeige ein bestimmter Platz als verbindlich zugesagt und bestätigt wurde.
7. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
8. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen und Einhefter ist der Auftraggeber verantwortlich. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch

die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Druckunterlagen werden dem Auftraggeber auf Anforderung zurückgesandt.

9. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Weitergehende Haftungen für den Verlag sind ausgeschlossen. Reklamationen müssen innerhalb vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden. Für Fehler jeder Art aus telefonischen Übermittlungen übernimmt der Verlag keine Haftung.
10. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.
11. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine kürzere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Verzugszinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags 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.
12. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert.
13. Kosten für die Anfertigung bestellter Offsetfilme, Druckstöcke und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
14. Erfüllungsort und Gerichtsstand für beide Teile ist Offenbach.

Springer Medizin  
Springer Gesundheits- und  
Pharmazieverlag GmbH  
Am Forsthaus Gravenbruch 5-7  
63263 Neu-Isenburg

**Ansprechpartner**

**Nielsen Gebiete II, IIIa, IIIb**

Christoph Fogel  
Sales Manager OTC

Telefon: 06102/506-152  
Telefax: 06102/506-44152  
Mobil: 0160/94698843  
E-Mail: christoph.fogel@springer.com

**Nielsen Gebiete I, IV, V, VI, VII**

Sebastian Schmitt  
Sales Manager OTC

Telefon: 06102/506-233  
Telefax: 06102/506-44233  
Mobil: 0151/14235061  
E-Mail: sebastian.schmitt@springer.com

Springer Medizin  
Springer Gesundheits- und Pharmazieverlag GmbH  
Am Forsthaus Gravenbruch 5-7  
63263 Neu-Isenburg