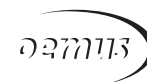


Dental Tribune D-A-CH ■ Zahnärztliche Assistenz

MEDIADATEN 2017

Preisliste gültig ab 01.01.2017



Verlag

Verleger: Torsten R. Oemus

Jahrgang: 14. Jahrgang

Verlags- und Redaktionsanschrift: OEMUS MEDIA AG
Holbeinstraße 29
04229 Leipzig

Tel.: +49 341 48474-0
Fax: +49 341 48474-290
E-Mail: kontakt@oemus-media.de

Verlagsleitung:

Ingolf Döbbbecke
Jürgen Isbaner
Lutz V. Hiller

+49 341 48474-0
+49 341 48474-0
+49 341 48474-0

doebbecke@oemus-media.de
isbaner@oemus-media.de
hiller@oemus-media.de

Projektleitung:

Nadine Naumann

+49 341 48474-402

n.naumann@oemus-media.de

Anzeigenvertrieb:

Albina Birsan
Simon Guse
Linda Just
Nancy Lezius
Nadine Naumann
Stefan Reichardt
Henrik Schröder
Stefan Thieme

+49 341 48474-451
+49 341 48474-225
+49 341 48474-310
+49 341 48474-226
+49 341 48474-402
+49 341 48474-222
+49 341 48474-307
+49 341 48474-224

a.birsan@oemus-media.de
s.guse@oemus-media.de
l.just@oemus-media.de
n.lezius@oemus-media.de
n.naumann@oemus-media.de
reichardt@oemus-media.de
h.schroeder@oemus-media.de
s.thieme@oemus-media.de

Produktionsleitung:

Gernot Meyer

+49 341 48474-520

meyer@oemus-media.de

Anzeigenendisposition:

Marius Mezger
Lysann Reichardt
Bob Schliebe

+49 341 48474-127
+49 341 48474-208
+49 341 48474-124

m.mezger@oemus-media.de
l.reichardt@oemus-media.de
b.schliebe@oemus-media.de



Nadine Naumann
Projektleitung



Majang Hartwig-Kramer
Redaktionsleitung

Vertrieb/Abonnement:	Andreas Grasse	+49 341 48474-201	grasse@oemus-media.de
Layout:	Matthias Abicht	+49 341 48474-116	abicht@oemus-media.de
	Alexander Jahn	+49 341 48474-139	a.jahn@oemus-media.de

Redaktion

Chefredaktion:	Dipl.-Päd. Jürgen Isbaner (V.i.S.d.P.)	+49 341 48474-0	isbaner@oemus-media.de
Redaktionsleitung:	Majang Hartwig-Kramer	+49 341 48474-113	m.hartwig-kramer@oemus-media.de

Erscheinungsweise:	8 x jährlich (2 Doppelausgaben) siehe Erscheinungs- und Themenplan
Erscheinungsort:	Leipzig, Wien
Bezugspreis:	Jahresabonnement jeweils 35,00 € inkl. MwSt. und Versandkosten
Einzelverkaufspreis:	DTG 3,50 €, DTA 3,00 €, DTCH 3,00 €, zzgl. MwSt. und Versandkosten
Verbreitungsgebiet:	Deutschland, Österreich, Schweiz (siehe Verbreitungsanalyse)
Heftformat:	Breite 280 mm, Höhe 400 mm
Satzspiegel:	Breite 249 mm, Höhe 368 mm
Umbruch:	5 Spalten, je 46 mm breit
Satzspiegelüberschreitung/Anschnitt:	Sowohl bei Schwarz-Weiß- als auch bei Farbinsertionen möglich (ohne Mehrkosten)

DT German Edition

Druckauflage:	20.000 Exemplare (IVW 2/2016)
verbreitete Auflage:	19.697 Exemplare (IVW 2/2016)

DT Austrian Edition

Druckauflage:	6.000 Exemplare
---------------	-----------------

DT Swiss Edition

Druckauflage:	6.000 Exemplare
---------------	-----------------

DentContacts

Mitglied der Informationsgemeinschaft
zur Feststellung der Verbreitung von
Werbeträgern e.V.



Die Titelcharakteristik der Dental Tribune

DENTAL TRIBUNE GERMAN EDITION | DENTAL TRIBUNE AUSTRIAN EDITION | DENTAL TRIBUNE SWISS EDITION



Die Dental Tribune Deutschland, Österreich und Schweiz sind Teile des weltweit jeweils in Landessprache erscheinenden Fachzeitschriften-Formates Dental Tribune. In diesem Kontext legt die Berichterstattung besonderen Fokus u. a. auf den internationalen Know-how-Transfer sowie die Information über aktuellste Entwicklungen in Wissenschaft und Praxis. Die Zielgruppen sind neben Meinungsbildnern in erster Linie fortbildungsaktive Zahnärzte sowie die aktiven Mitglieder von Fachgesellschaften und Berufsverbänden der Implantologie, Oral- und MKG-Chirurgie, Endodontie, Parodontologie, der Laserzahnmedizin sowie der Ästhetischen/Kosmetischen Zahnmedizin. In Österreich und in der deutschsprachigen Schweiz erhalten alle Zahnärzte und Zahntechniker die Dental Tribune.

Im Zusammenhang mit besonderen Veranstaltungen (z. B. IDS, WID Dental Bern) erscheint das Supplement DT *today* und als Spezial zwei Mal pro Jahr die Zahnärztliche Assistenz.

Die Dental Tribune Deutschland, Österreich und Schweiz sind direkt mit dem internationalen Informationsportal www.dental-tribune.com sowie mit dem größten deutschsprachigen Fach- und Informationsportal www.zwp-online.info verbunden und bieten so zahlreiche weiterführende Informationen und Vernetzungen bis hin zu zahnmedizinischem Video-Content, Bildergalerien sowie Anwenderberichten und Informationen zu Messen und Kongressen.

POSITIONIERUNG 2017

Dental Tribune trägt der zunehmenden Vernetzung des dentalen Wirtschafts- und Informationsraumes D-A-CH durch eine noch engere inhaltliche Verbindung der Ausgaben (Book D-A-CH) auf den Gebieten Science, Market und News Rechnung. Gleichzeitig wird auch die spezifisch nationale Komponente einer jeden Ausgabe z. B. über verstärkte berufspolitische Berichterstattung noch weiter profiliert und fokussiert (National Book).

Ständige Redaktionsthemen und Rubriken mit Schwerpunktthemen

National Book

Politics (Berufs- & Gesundheitspolitik/Marketing und Praxisführung)
Science (Wissenschaftsnachrichten, Fachgesellschaften, Fortbildung)
Market (Firmenporträt, Interview, Produktinformationen, Nachrichten)

Book D-A-CH

Science-Thema (Studien, Fachartikel, Anwenderbericht, Fachinterview, Nachrichten)
Market (Firmenporträt, Interview, Produktinformationen, Nachrichten)
CME (Artikel, Webinar)



Die Titelcharakteristik der Zahnärztlichen Assistenz

BEILAGE DER DENTAL TRIBUNE GERMAN EDITION



Zweimal jährlich – im Juni und November – erscheint in der Dental Tribune das themenspezifische Fachblatt „Zahnärztliche Assistenz“. Hier wird der gewachsenen Bedeutung von Dentalhygienikerin, Zahnmedizinischer Fachassistentin und Helferin innerhalb der Zahnarztpraxis Rechnung getragen. Ohne qualifizierte Mitarbeiter kann heute und auch zukünftig kein Zahnarzt mehr erfolgreich seine Praxis betreiben!

Patient und Schreibtisch: Die anspruchsvolle Arbeit der zahnärztlichen Assistenten umfasst neben Dokumentation und Hygiene auch die Abrechnung sowie neue Techniken in Diagnose und Therapie. Während der Zahnbehandlung assistiert eine ZFA dem Zahnarzt, sie führt aber auch

eigenständig die ihr übertragenen und ihrer Qualifikation entsprechenden Tätigkeiten durch. Das gesamte Spektrum der Praxisorganisation – von der Anmeldung über die Warenbeschaffung bis hin zur Gerätwartung – sowie kleine Laborarbeiten und Röntgenaufnahmen gehören ebenso zu ihrem Aufgabenrepertoire.

Alle diese Themenbereiche werden in der neuen Publikation aufgegriffen. Weiterhin gibt es Beiträge zu Messen und Veranstaltungen sowie Einblicke in den Berufsalltag von DH, ZMF und ZMP.

Aktuelle Informationen gepaart mit Fachbeiträgen aus Wissenschaft und Arbeitsalltag – die „Zahnärztliche Assistenz“ hat gezielt das Praxisteam im Blick.

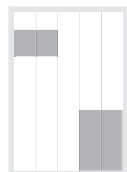
Auflage: 20.000 Exemplare

AUSGABE	REDAKTIONSSCHLUSS	ANZEIGENSCHLUSS	ERSCHEINUNGSTERMIN
1/2017	08. Mai	19. Mai	07. Juni
2/2017	30. Oktober	10. November	29. November

Erscheinungstermine Dental Tribune German Edition, Dental Tribune Austrian Edition und Dental Tribune Swiss Edition

AUSGABE	REDAKTIONSSCHLUSS	ANZEIGENSCHLUSS	ERSCHEINUNGSTERMIN	SCHWERPUNKT	SUPPLEMENT	ERSCHEINUNGS- LAND SUPPLEMENT
1/2017	04. Januar	13. Januar	01. Februar	Parodontologie		
2/2017	06. Februar	13. Februar	08. März	Digitale ZHK	Preview at IDS 2017	
3/2017	06. März	20. März	12. April	Knochen- und Geweberegeneration	Review at IDS 2017 WID <i>today</i>	 
4/2017	08. Mai	19. Mai	07. Juni	Kons/Ästhetik	Zahnärztliche Assistenz	
5/2017	10. Juli	14. Juli	02. August	Prophylaxe		
6/2017	07. August	18. August	06. September	Endodontie	BayZäT <i>today</i> , Bayerischer Zahnärztetag ÖZK, Österreichischer Zahnärztekongress	 
7/2017	18. September	29. September	18. Oktober	Implantologie		
8/2017	30. Oktober	10. November	29. November	Prothetik	Zahnärztliche Assistenz	

Anzeigenformate Dental Tribune (B x H)

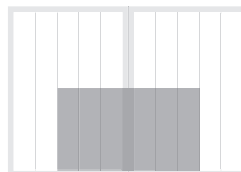


Titel

2-spaltig

Stopper: 97 x 55

Stopper: 97 x 147



Economy²

6-spaltig

Satzspiegel: 326 x 208

Anschnitt: 326 x 227



Economy

3-spaltig

Satzspiegel: 147 x 208

Anschnitt: 162 x 227



2/1

10-spaltig

Satzspiegel: 529 x 368

Anschnitt: 560 x 400



1/1

5-spaltig

Satzspiegel: 249 x 368

Anschnitt: 280 x 400

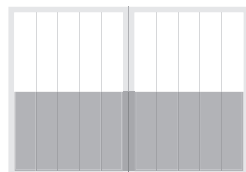


1/4

3-spaltig

Satzspiegel: 147 x 147

Anschnitt: 162 x 166



2 x 1/2

10-spaltig

Satzspiegel: 529 x 170

Anschnitt: 560 x 200



1/2 quer

5-spaltig

Satzspiegel: 249 x 170

Anschnitt: 280 x 200

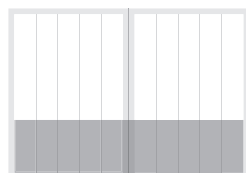


1/2 hoch

3-spaltig

Satzspiegel: 147 x 338

Anschnitt: 162 x 400



2 x 1/3

10-spaltig

Satzspiegel: 529 x 115

Anschnitt: 560 x 135

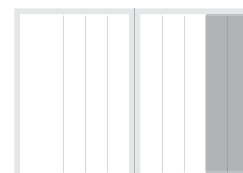


1/3 quer

5-spaltig

Satzspiegel: 249 x 115

Anschnitt: 280 x 135



1/3 hoch

2-spaltig

Satzspiegel: 97 x 338

Anschnitt: 112 x 400

Anzeigenpreise

GRÖSSE		DRUCKFORMAT (BXH) = REPROFORMAT*		PREISE IN € (4c)		
in Seitenteilen	Satzspiegel in mm	Anschnitt in mm				Kombi-Preise
1/1	249 x 368	280 x 400	3.450,–	1.950,–	2.950,–	6.700,–
2/1	529 x 368	560 x 400	5.450,–	2.950,–	4.500,–	10.300,–
2 x 1/2 quer	529 x 170	560 x 200	3.900,–	2.100,–	3.200,–	7.350,–
1/2 quer	249 x 170	280 x 200	2.450,–	1.650,–	2.150,–	5.000,–
1/2 hoch	147 x 338	162 x 400	2.450,–	1.650,–	2.150,–	5.000,–
Economy ²	326 x 208	326 x 227	3.400,–	2.100,–	2.800,–	6.600,–
Economy	147 x 208	162 x 227	2.150,–	1.450,–	1.850,–	4.350,–
2 x 1/3 quer	529 x 115	560 x 135	3.200,–	2.000,–	2.550,–	6.200,–
1/3 quer	249 x 115	280 x 135	1.850,–	1.350,–	1.650,–	3.900,–
1/3 hoch	97 x 338	112 x 400	1.850,–	1.350,–	1.650,–	3.900,–
1/4	147 x 147	162 x 166	1.550,–	1.150,–	1.350,–	3.240,–
Titelstopper	97 x 147		1.250,–	1.000,–	1.150,–	2.700,–
Titelstopper klein	97 x 55		650,–	450,–	550,–	1.350,–

* Titelbelegung und weitere Formate auf Anfrage. Vorzugsplatzierung Titelseite auf Anfrage. Reproformate für Datenanlieferung + 3 mm Beschnitt, wenn Format im Anschnitt. Anschnittgefährdete Text- oder Bildelemente sollten wegen möglicher Beschnitttoleranzen jeweils mindestens 7 mm vom beschnittenen Endformat nach innen gelegt werden. Die gesetzliche Mehrwertsteuer wird auf den Netto-Rechnungsbetrag aufgeschlagen.

Verbreitungsanalyse



- 1** Hamburg, Bremen,
Schleswig-Holstein, Niedersachsen
- 2** Nordrhein-Westfalen
- 3a** Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland
- 3b** Baden-Württemberg
- 4** Bayern
- 5–7** Berlin und neue Bundesländer

WIRTSCHAFTSRAUM	ANTEIL AN VERBREITETER AUFLAGE	
	%	Exemplare
Bundesrepublik Deutschland	100	8.000
Verbreitete Auflage (D)	98,5	19.697 (TvA)

GESAMTVERBREITUNG INLAND	ANTEIL AN VERBREITETER AUFLAGE	
	%	Exemplare
Nielsen-Gebiet 1	14,9	2.981
Nielsen-Gebiet 2	22,8	4.558
Nielsen-Gebiet 3a	12,7	2.549
Nielsen-Gebiet 3b	12,6	2.516
Nielsen-Gebiet 4	15,0	2.995
Nielsen-Gebiet 5–7	20,5	4.098
Verbreitete Auflage	98,5	19.697

Beilagen

Beilagen sind der Zeitschrift lose beigelegte Blätter, Karten oder Prospekte, die auch zum Bund angeklebte Postkarten oder Warenproben enthalten können. Inhalt und Gestaltung der Beilagen müssen vor Drucklegung mit dem Verlag abgestimmt werden. Der Auftraggeber kann die Beilage bei der OEMUS MEDIA AG produzieren lassen oder verarbeitungsfertig anliefern. Preise für die Herstellung von Beilagen durch den Verlag erhalten Sie auf Anfrage.

PREIS	FORMAT	ANLIEFERUNG
Preis bis 25 g		
 109,— €	Höchstformat 190 x 270 mm	Kalkulationsauflage 20.000 (DTG), 6.000 (DTA) und 6.000 (DTCH) zzgl. 5 %. Druckereiadressen auf Anfrage.
 220,— €	Mindestformat 90 x 145 mm	Beilagen müssen einwandfrei verpackt und maschinell verarbeitungsfähig sowie eindeutig für Objekt und Ausgabe gekennzeichnet, bis spätestens 14 Tage vor Erscheinungstermin frei geliefert werden.
 390,— €		
pro Tsd. zzgl. Postgebühren*		
Preis über 25 g	auf Anfrage	
Teilbeilagen nach Nielsen-Gebieten ab 10.000 Exemplaren und Mehrgewichte auf Anfrage. Die gesetzliche Mehrwertsteuer wird auf den Netto-Rechnungsbetrag aufgeschlagen.		
Ein Belegexemplar der Einhefter, Beilagen und Beikleber mit Publikationskennung ist an den Verlag, Abteilung Anzeigendisposition, zu senden!		

2-seitige Beilagen müssen ein Papiergewicht von mindestens 150 g/m² aufweisen.

* Abhängig vom Buchungsstand und dem Gesamtgewicht der Ausgabe (Kosten auf Anfrage).

Beikleber/Postkarten

Beikleber sind auf Trägeranzeigen aufgeklebte Postkarten, Broschüren, Briefumschläge (auch gefüllt), Warenmuster u.a. Inhalt und Gestaltung der Beikleber müssen vor Drucklegung mit dem Verlag abgestimmt werden. Voraussetzung für eine Beiklebung ist eine Trägeranzeige. Der Auftraggeber kann den Beikleber (Postkarten, Prospekte) beim Verlag produzieren lassen oder verarbeitungsfertig anliefern. Preise für die Herstellung von Beiklebern durch den Verlag erhalten Sie auf Anfrage.

PREIS	FORMAT	ANLIEFERUNG
Preis bis 25 g		
 auf Trägeranzeige: 79,– € auf Titelseite: 130,– €	Höchstformat 170 x 210 mm	Postkarten müssen der DIN 6732 entsprechen.
 auf Trägeranzeige: 170,– € auf Titelseite: 350,– €	Mindestformat 60 x 75 mm	Beikleber müssen in Kartons sortiert, in einer Richtung liegend, durch Pappen abgeteilt angeliefert werden.
 auf Trägeranzeige: 250,– € auf Titelseite: 430,– €		
pro Tsd. zzgl. Postgebühren*		
Preis über 25 g	auf Anfrage	

Warenmuster und gestanzte Beikleber auf Anfrage. Abweichungen auf Anfrage. Runde bzw. gestanzte Beikleber auf Anfrage.

Der Gesamtpreis der Beikleber errechnet sich aus den technischen Kosten. Die gesetzliche Mehrwertsteuer wird auf den Netto-Rechnungsbetrag aufgeschlagen. Zusätzlich fallen Postgebühren an. Die Postgebühren sind abhängig vom Buchungsstand und dem Gesamtgewicht der Ausgabe.

Rabatte, Aufschläge

MALSTAFFEL	MENGENSTAFFEL	
bei Abnahme innerhalb von 12 Monaten (Insertionsjahr)		
Veröffentlichung in einheitlicher Größe bei mindestens:	3 Anzeigen	5 %
	6 Anzeigen	10 %
	9 Anzeigen	15 %
	12 Anzeigen	20 %
Individualvereinbarungen auf Anfrage. Keine Rabatte auf Beilagen und technische Kosten.		
AGENTURPROVISION		
10% vom Kundennetto		
Auf Beilagen und Beikleber sowie Aufschläge gewähren wir keine Agenturprovision.		
AUFSCHLÄGE		
Sonderfarben (sonstige Schmuckfarben, HKS, Pantone) zusätzlich zum Standardfarbzuschlag je Sonderfarbe: 1.450.– €		

Druckvorlagen

Aufsicht/Dia:	Scannerfähig ohne Raster
Digitale Daten:	Daten für den Offsetdruck (.pdf, .eps und .ps Daten) Für FTP-Server ftp://ftp.stecklayout.info Zugangsdaten auf Anfrage Für E-Mail Zusendungen (bis 10 MB) an: dispo@oemus-media.de
DFÜ:	
Druckverfahren:	Rollenoffsetdruck 60er Raster
Datenanlieferung:	PDF-Daten für Offsetdruck
Reproformat 1/1 Seite:	Anschnitt 280 x 400 + 3 mm Beschnitt Satzspiegel 249 x 368 mm
Datenkennzeichnung:	Ausdruck Inhaltsverzeichnis
DTP-Datenformate:	Mac/PC-gängige DTP-Programme
Bildauflösung:	60 Lin./cm EPS oder TIFF
Text-/Grafikauflösung:	1.000 Lin./cm
Datenträger:	CD-ROM, DVD etc.
Schriften:	Printer- und Bildschirmfonts
	Bemerkung: Vermeiden Sie die Verwendung von True-Type-Fonts

Lieferadresse für Druckvorlagen:

Dental Tribune German,
Austrian and Swiss Edition
c/o OEMUS MEDIA AG
Holbeinstraße 29 | 04229 Leipzig

Richtlinien für Druckvorlagenerstellung (CTP)

Dental Tribune German, Austrian und Swiss Edition orientiert sich an den Eckdaten der FOGRA-Standardisierung. Um Fortdruckprobleme zu vermeiden, müssen bei der Herstellung von Reproduktionen folgende Parameter eingehalten werden: Papierklasse 2, alle mattgestr. Papiere ab 70 g/m² + alle gestr. Papiere unter 70 g/m².

1. Lieferung digitaler Daten

- druckoptimiertes PDF, Auflösung mind. 2.400 dpi
- EPS- oder TIFF-Formate mit mind. 350 dpi (für 70er Raster)
- Daten aus gängigen DTP-Programmen inkl. Schriften, Grafiken, Logos und Bilddaten
- um Farbschwankungen zu vermeiden, sollten Farbraum- und Druckerprofile vermieden und Dokumentenfarben in CMYK separiert werden
- Anzeige muss zu 100 % im Endformat angelegt oder skalierbar sein
- bei randabfallenden Motiven 3 mm Beschnittzugabe
- Anschnittgefährdete Text- oder Bildelemente sollten wegen möglicher Beschnitttoleranzen jeweils mindestens 7 mm vom beschnittenen Endformat nach innen gelegt werden

1.1. Überfüllungen, Unterfüllungen

Bei der Kombination von Bild- und Strichelementen muss über- bzw. unterfüllt werden.

2. Andruck

2.1. Druckfarben

Für den Andruck sind Farben der Europäischen Farbskala nach DIN 16539 zu verwenden. Kommen Sonderfarben hinzu, sind diese eindeutig zu kennzeichnen.

2.2. Papier

Der Andruck soll auf Fortdruckpapier erfolgen. Ist das nicht möglich, so muss dann annähernde Übereinstimmung mindestens hinsichtlich Tönung und Oberfläche bestehen.

2.3. Tonwertzunahme

Folgende Tonwertzunahmen sind einzuhalten (Positivkopie, Papierklasse 2):

Buntfarben	40 %-Feld 19 %	80 %-Feld 14 %
Schwarz	22 %	16 %

Folgende Toleranzen für die Tonwertzunahmen sind einzuhalten:

- im 40 %-Feld: 63 %
- im 80 %-Feld: 62 %
- bei den Buntfarben höchstens 4 % Unterschied zueinander im 40 %-Feld

2.4. Farbführung, Volltondichten

Die Richtwerte für die Farbdichten, gemessen mit Densitometern mit Polarisations-einrichtung und Farbfiltereinsatz 47 B nach DIN 16536 (z.B. Gerätetyp GRETAG d 186), sind:

- Schwarz D = 1,75 • Cyan D = 1,35 • Magenta D = 1,30 • Gelb D = 1,30 (Papierklasse 2)

3. Proof

Anstelle eines Andruckes kann ein Analog-Proof geliefert werden. Die Bewertungskriterien ändern sich dabei nicht.

4. Endkontrolle

Unterziehen Sie bitte Ihre an den Verlag abzuliefernden Daten und Andrucke einer Ausgangskontrolle.

Digitale Daten sind bis zum angegebenen Anzeigenschluss an die Anzeigendisposition der Leipziger Verlagsadresse zu senden.

- auf CD-ROM, DVD etc.
- oder per FTP-Server <ftp://ftp.stecklayout.info>
E-Mail-Zusendungen (bis 10 MB) an: dispo@oemus-media.de

Das Medienportfolio der OEMUS MEDIA AG

G.I.M. [General Interest Media]	P.I.M. [Product Interest Media]	S.I.M. [Special Interest Media]		
Zeitschriften	Zeitschriften	Spezialistenthemen	Berufspolitische Themen	Interdisziplinäre Themen
ZWP Zahnarzt Wirtschaft Praxis ZWP spezial, ZWP extra ZWL Zahntechnik Wirtschaft Labor DT Dental Tribune German Edition DT Dental Tribune Austrian Edition DT Dental Tribune Swiss Edition DT German, Austrian & Swiss Edition Supplements (Endo Tribune, Implant Tribune, Special Tribune, Perio Tribune) ZA Zahnärztliche Assistenz DT today dentalfresh (Zahnmedizinstudent u. Assistent) Studentenhandbuch Zahnmedizin dental success	DENTALZEITUNG DENTALZEITUNG <i>today</i> <i>today zur IDS</i>	Implantologie Journal Prophylaxe Journal Endodontie Journal Oralchirurgie Journal	ZT Zahntechnik Zeitung KN Kieferorthopädie Nachrichten PN Parodontologie Nachrichten	cosmetic dentistry face digital dentistry
G.I.M. [General Interest Media]	P.I.M. [Product Interest Media]	S.I.M. [Special Interest Media]		
Veranstaltungen	Veranstaltungen	Spezialistenthemen international		Interdisziplinäre Themen international
		IMPLANTOLOGY START UP LASER START UP Digitale Dentale Technologien Experten-Symposien Wissenschaftliche Tagungen Hygienekongress und Hygieneseminare		Jahrbücher Implantologie Lasierzahnmedizin Digitale Dentale Technologien Endodontie Prävention & Mundhygiene Hygiene

ZWP online Firmenprofil



Digitales Lesen gewinnt bei der Zahnärzteschaft immer mehr an Bedeutung. Konsumierten Zahnärzte vor wenigen Jahren ihre Fachinformationen fast ausschließlich über Printpublikationen, so werden heute verstärkt ePaper zu Informationszwecken genutzt. Schon seit mehreren Jahren bietet die OEMUS MEDIA AG seinen Lesern die Möglichkeit, am heimischen PC, auf dem Tablet-Computer oder dem Smartphone die verlageigenen Publikationen als ePaper online, schnell und unkompliziert abzurufen.



Firmenprofil Inhalte

- 1 Firmeninformationen
- 2 Videos
- 3 Bildergalerien

weitere Bestandteile:

Produkte und Service
360grad-Tour
Fokus
Produkte
Eventkalender
Webarchiv
Literatur
Anzeigen

Über Infoboxen, die sich seitlich des Textes befinden, können zusätzliche Informationen wie Videos, Bildergalerien, Autorenprofile, Literaturlisten und Produktinformationen abgerufen werden. ZWP online-Kunden profitieren hier von einer beispiellosen, crossmedialen Vernetzung. So werden gebuchte Anzeigen aus den Publikationen in den ePapern direkt mit den Firmenprofileinträgen auf ZWP online verlinkt. Der Leser erhält somit zusätzlich die Möglichkeit, sich über das Produktportfolio des jeweiligen Unternehmens eingehend zu informieren.

Notizen

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

Notizen

This image shows a blank sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

Allgemeine Geschäftsbedingungen

für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungstreibenden in einer Druckschrift zum Zwecke der Verbreitung.

2. Anzeigenaufträge sind im Zweifel innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzuwickeln. 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.

3. 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.

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 bewährten 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.

Anzeigenbuchungen sind mit Annahme durch den Verlag bindend. Bei Stornierungen nach Anzeigenannahme fallen 30 % pauschalisierte Stornogebühren an. In der Zeit von 4 Wochen bis Anzeigenschluss fallen bei Stornierung 50 % pauschalisierte Stornokosten an. Bei Stornierungen nach Anzeigenschluss fallen pauschalisierte Stornokosten von 75 % an.

5. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.

6. Für die Aufnahme von Anzeigen und Fremdbeilagen in bestimmten Nummern, 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. Bei rubrizierten Anzeigen gewährleistet der Verlag den Abdruck in der jeweiligen Rubrik, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.

7. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen.

Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

8. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder technischen Form nach einheitlichen Grundsätzen des Verlages abzulehnen. Auch bei rechtsverbindlich bestätigten Aufträgen können Anzeigen und Beilagen zurückgewiesen werden, wenn deren Inhalt nach pflichtgemäßem Ermessen des Verlages gegen Gesetze, behördliche Bestimmungen oder die guten Sitten verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden.

Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters 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 nur nach Absprache mit dem Verlag angenommen.

Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

9. 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.

10. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Nachfrist verstreichen, so hat der Auftraggeber ein Rücktrittsrecht.

Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung, aus Verzug, aus positiver Forderungsverletzung, aus Verschulden bei Vertragsabschluss und aus unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen, es sei denn, sie beruhen auf Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters oder eines Erfüllungsgehilfen. Weitergehende Haftungen für den Verlag sind ausgeschlossen.

Reklamationen müssen innerhalb vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

11. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Sendet der Auftraggeber den ihm rechtzeitig übermittelten Probeabzug nicht innerhalb der gesetzlichen Frist zurück, so gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt.

12. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

13. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, werden Rechnung und Beleg sofort, möglichst aber vierzehn Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preislise ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preislise gewährt.

14. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Verzugszinsen lt. Preislise sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag 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 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.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen

15. Der Verlag liefert mit Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Auftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

16. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckstöcke, Matrern und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

17. Aus einer Auflagenminderung kann ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise zugesicherte durchschnittliche Auflage oder – wenn eine Auflage nicht zugesichert ist – die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigter Mangel, wenn sie

bei einer Auflage bis zu 50.000 Exemplaren 20 v.H.

bei einer Auflage bis zu 100.000 Exemplaren 15 v.H.

bei einer Auflage bis zu 500.000 Exemplaren 10 v.H.

bei einer Auflage über 500.000 Exemplaren 5 v.H.

beträgt.

Darüber hinaus sind etwaige Preisminderungs- und Schadensersatzansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber vom dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten könnte.

18. Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Er übernimmt darüber hinaus keine Haftung. Einschreibbriefe und Eilbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf normalem Postweg weitergeleitet.

Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Der Verlag behält sich im Interesse und zum Schutz des Auftraggebers das Recht vor, die eingehenden Angebote zur Ausschaltung von Missgebrauch des Zifferndienstes zu Prüfzwecken zu öffnen. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.

19. Matrern werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.

20. Bei Nichtigkeit einer Klausel bleibt die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen unberührt.

21. Erfüllungsort ist Gerichtsstand Leipzig, soweit das Gesetz zwingend nichts anderes vorsieht, das Hauptbüro des Verlages. Auch für das Mahnverfahren sowie für den Fall, dass der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt ist, ist als Gerichtsstand Leipzig vereinbart.

a) Mit der Erteilung eines Auftrages erkennt der Auftraggeber die Allgemeinen und die Zusätzlichen Geschäftsbedingungen sowie die Preisliste des Verlages an.

b) Der Verlag wendet bei Entgegennahme und Prüfung der Anzeigentexte die geschäftsübliche Sorgfalt an, haftet jedoch nicht, wenn er von den Auftraggebern irreführt wird.

c) Voraussetzung für eine Provisionszahlung an Werbemittel ist, dass der Auftrag unmittelbar vom Werbemittel erteilt wird und Text bzw. Druckunterlagen auch von ihm geliefert werden. Die Werbemittel und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbemitteln an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittelprovision darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

d) Die in der Anzeigenpreisliste bezeichneten Nachlässe werden nur für die innerhalb eines Jahres erscheinenden Anzeigen eines Werbemittels gewährt. Die Frist beginnt mit dem Erscheinen der ersten Anzeige. Die Belegung von Bezirks- bzw. Teilausgaben oder sonstigen Verlagsdrucken mit eigenen Preisen gilt als gesonderter Auftrag, für die betreffende Ausgabe oder Kombination ist ein gesonderter Abschluss zu tätigen.

e) Der Werbemittel hat rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb Jahresfrist entsprechenden Nachlass, wenn er zu Beginn der Frist einen Abschluss getätigt hat, der aufgrund der Preisliste zu einem Nachlass von vornherein berechtigt. Die Ansprüche auf Nachvergütung oder Nachbelastung entfallen, wenn sie nicht binnen drei Monaten nach Ablauf des Abschlussjahres geltend gemacht werden.

f) Der Verlag behält sich vor, bei vollständiger oder teilweiser Stornierung von rabattierten Mediapaketen die dem Kunden gewährten Rabatte nachzuberechnen.

g) Nicht sofort erkennbare Mängel der Druckunterlagen, die erst beim Druckvorgang deutlich werden, begründen für die Auftraggeber keinen Anspruch auf Zahlungsminderung oder Ersatz wegen ungenügenden Abdrucks.

h) Unterläuft bei der Wiederholung einer Anzeige der gleiche Fehler wie in der ersten Veröffentlichung, so sind Ansprüche auf Zahlungsminderung oder Ersatz ausgeschlossen, wenn der Auftraggeber nach der ersten Veröffentlichung nicht sofort reklamiert hat.

i) Platzierungswünsche werden nach den gegebenen Möglichkeiten berücksichtigt. Die Auswahl bestimmter Textseiten und ein Ausschluss von Wettbewerbsanzeigen können nicht verbindlich vereinbart werden.

j) Für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit von Text und Bild der Anzeige übernimmt der Auftraggeber die Haftung; er hat den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen. Der Auftraggeber ist verpflichtet, die Kosten der Veröffentlichung einer Gegendarstellung, die sich auf tatsächliche Behauptungen der veröffentlichten Anzeige bezieht, zu erstatten, und zwar nach Maßgabe der jeweils gültigen Preisliste.

k) Bei Fließsatzanzeigen besteht kein Anspruch auf Belegausschnitt. Bei Wiederholungsanzeigen erhält der Auftraggeber einen Anzeigenausschnitt nur von der ersten Anzeige.

l) Änderungen der Anzeigenpreisliste werden mit dem Zeitpunkt des Inkrafttretens auch für laufende Aufträge wirksam, sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen ist.

OEMUS MEDIA AG

Holbeinstraße 29

04229 Leipzig, Germany

Telefon: +49 341 48474-0

Fax: +49 341 48474-290

E-Mail: kontakt@oemus-media.de

Web: www.oemus.com