

# OEMUS

## MEDIAAdaten

**PRINT EDITION 2022**

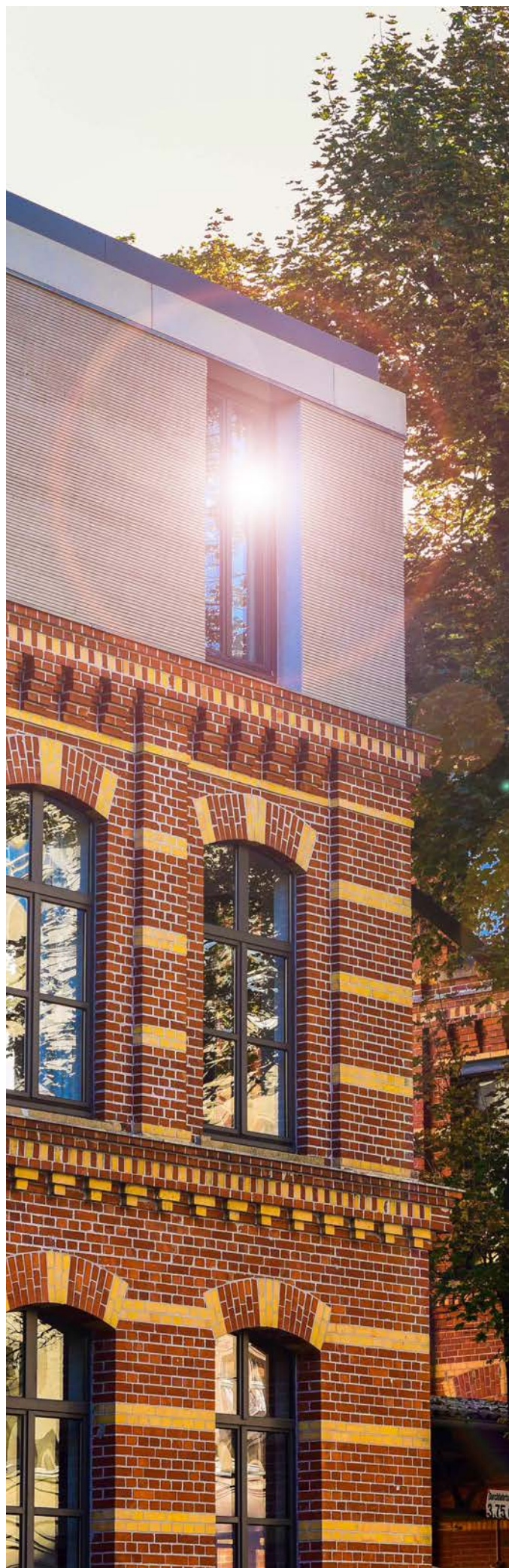


---

## Willkommen im Leipziger Westen

Die OEMUS MEDIA AG, Leipzig, hat sich seit 1994 im D-A-CH-Raum als einer der führenden Fachverlage der Zahnmedizin und Zahntechnik etabliert. Das Printportfolio umfasst über 20 dentale Fachtitel für Spezialisten und Generalisten, zudem Jahrbücher für verschiedene Fachbereiche sowie Magazine für jüngere Zielgruppen wie Studierende sowie Zahnärztinnen und Zahnärzte in der Niederlassungsphase, aber auch für das gesamte Praxisteam. Von der *ZWP Zahnarzt Wirtschaft Praxis* über das *Implantologie Journal* bis hin zur interdisziplinären *face and body* oder der international erscheinenden *implants* – die Publikationen des Verlagshauses decken die Informationsbedürfnisse in allen Bereichen ab.

Neben den Fachzeitschriften ist das Verlagshaus auch einer der größten Kongress- und Seminaranbieter innerhalb der hiesigen Dentalbranche und betreibt seit 2008 mit [www.zwp-online.info](http://www.zwp-online.info) das erfolgreichste Nachrichten- und Informationsportal für den deutschsprachigen Dentalmarkt. Monatlich verzeichnet das Portal derzeit durchschnittlich 350.000 Besuche und rund 600.000 Seitenaufrufe. Den allgemeinen Trend in der digitalen Fortbildung mit der ZWP online CME-Community prägend, gründete die OEMUS MEDIA AG 2021 die eigenständige E-Learning-Plattform ZWP Study Club mit über 26.000 Mitgliedern. Damit avanciert der ZWP Study Club zum größten dentalen Online-Fortbildungsanbieter im deutschsprachigen Raum bei gleichzeitig größter User-Reichweite.







Das Firmengebäude der OEMUS MEDIA AG kann auf eine 150-jährige Geschichte zurückblicken. Mittlerweile ist es DAS mediale Powerhouse der Dentalbranche.



# OEMUS

## MEDIAdaten

PRINT EDITION 2022



**INGOLF DÖBBECKE**  
VORSTAND (VORSITZ)  
OEMUS MEDIA AG

---

**LUTZ HILLER**  
VORSTAND  
OEMUS MEDIA AG

---

**DR. TORSTEN HARTMANN**  
MTGL. DER FIRMLEITUNG  
OEMUS MEDIA AG

---



# ALLES AUF ANFANG

Wieder einmal werden die Karten neu gemischt, ein neues Medienjahr steht in den Startlöchern. Neben bekannten Parametern mischen weiterhin viele Unbekannte mit, doch diese scheinen beherrschbar – Licht am Ende des Tunnels ist zu sehen. Konnten auch Sie das helle Funkeln bereits vernehmen?

## **... und es hat Boom gemacht!**

Vor genau einem Jahr sprachen wir an dieser Stelle von einem Digitalisierungsboom: bezogen auf die Verlags- und Medienlandschaft im Allgemeinen und mit Blick auf das Angebot der OEMUS MEDIA AG im Speziellen. Und was sollen wir sagen? Es hat sich deutlich gezeigt, dass viele Medienunternehmen im Zuge der Pandemie zu wenig innovativ waren, um tragfähige Geschäftsmodelle zu haben bzw. diese kurzfristig zu entwickeln. Stillstand hat sich gerächt. Bezogen auf die Verlags- und Medienlandschaft und auch im dentalen Sektor. Umso mehr freut es uns, dass Sie unsere digitalen Produkte, Plattformen und Lösungen so konsequent für Ihre Werbemaßnahmen genutzt haben und auch mutig waren, in einigen Bereichen ganz neue Wege mit uns zu gehen.

## **Rolle der Fachmedien bestätigt**

Im Print kamen unsere Titel besser durch das letzte Jahr als gedacht – bei einigen Titeln ließen sich sogar kräftige Wachstumsimpulse verzeichnen. Es zeigt sich, dass Fachmedien gerade in anspruchsvollen Zeiten unverzichtbar sind, da sie Qualität garantieren, Know-how strukturieren und damit natürlich auch den Austausch und die Wertschöpfung am Markt intensivieren. Auch die neue Art der Häuslichkeit in Form von Kontaktbeschränkungen und Homeoffice hat ihren

Teil dazu beigetragen, dass das Segment der Fachzeitschriften positiv stimuliert wurde – davon sind wir überzeugt. Wir möchten Sie daher ausdrücklich dazu einladen, sich auch in 2022 von Ihrer besten Seite auf unseren besten Seiten zu zeigen!

## **Herbst 2021 stimmt zuversichtlich**

Auch im Veranstaltungssektor hat uns die Pandemie deutlich gezeigt, wie wichtig Kongresse und Co. als zentrale Plattformen für Diskussion und Austausch sind. Die Nachfrage war und ist enorm. Planen, Verschieben, Umlanzen und wieder von vorn – unsere Lieblingsdisziplin während der Pandemie. Und danach? Geht es genauso dynamisch weiter. Im Rahmen der rechtlichen Möglichkeiten setzen wir alles daran, Veranstaltungen auf jeden Fall stattfinden zu lassen, um auch hier Planungssicherheit zu bieten.

Marke. Message. Machen. Print, Multi-Channel, Event und Online. Das bieten wir, idealerweise in Kombination. Denn das können wir am besten: kreative Individualkonzepte nach Bedürfnis, Kunde und Zielgruppe. Der Markt wirkt unzuverlässig – umso mehr setzen wir auf die Verlässlichkeit und Stabilität unserer Medien. Denn diese haben wir in der Hand.

Wir blicken optimistisch in unser 28. Geschäftsjahr und wünschen Ihnen Freude, gute Anregungen und viele erste Ideen bei der Sichtung unserer neuen Mediadaten. Für alles Weitere sind unser Team und wir immer für Sie da.

Die Geschäftsleitung  
der OEMUS MEDIA AG

A portrait of Jürgen Isbaner, a middle-aged man with dark hair, wearing glasses, a dark suit, a white shirt, and a dark tie. He is smiling slightly and looking towards the camera. The background is a solid light blue color.

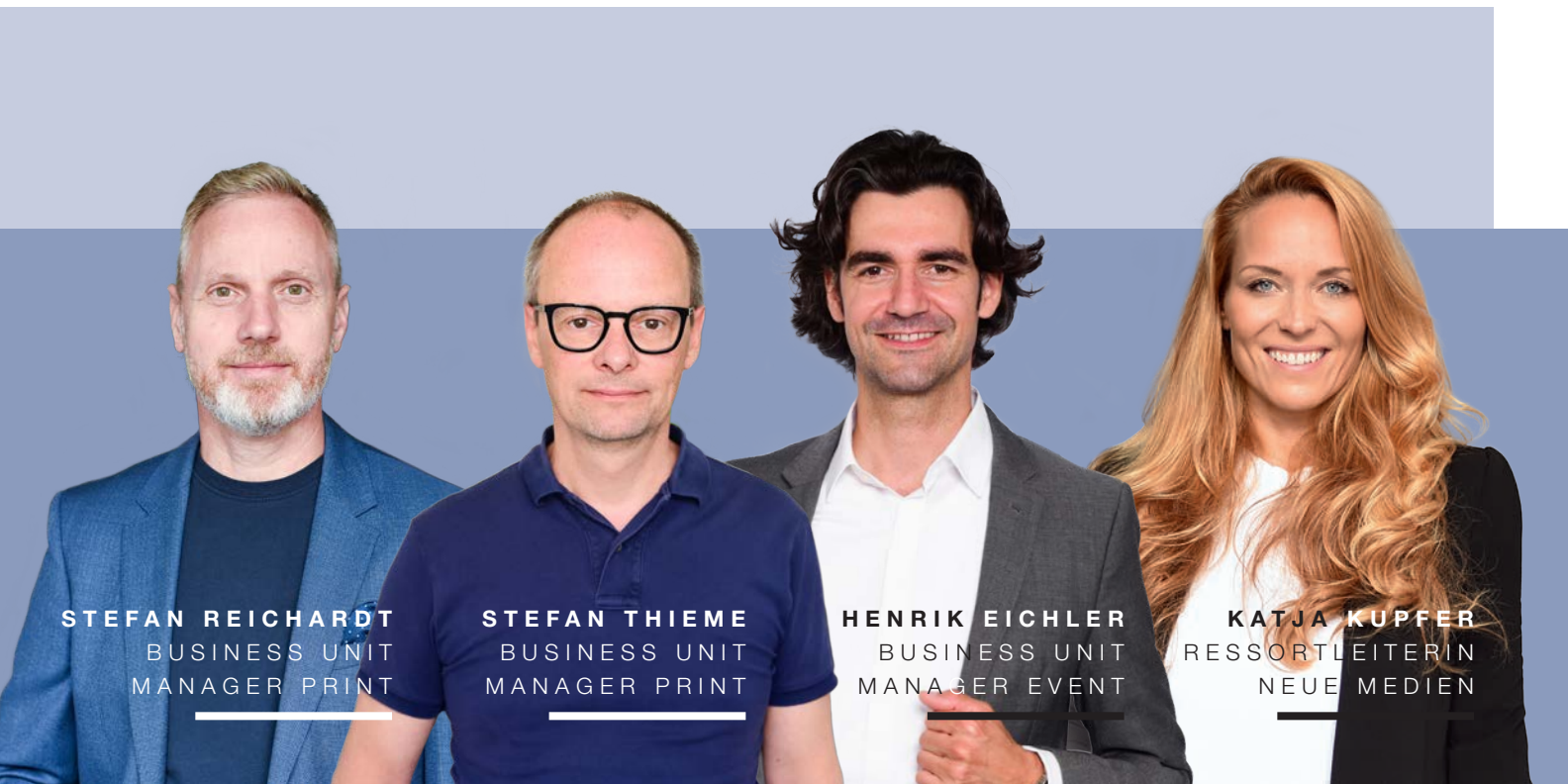
**JÜRGEN ISBANER**

CHAIRMAN OF THE BOARD  
SCIENCE & BUSINESS DEVELOPMENT  
OEMUS MEDIA AG

---

Nach mehr als 26 Jahren intensiver Arbeit für die OEMUS MEDIA AG, davon drei Jahre zunächst als Geschäftsführer der MediColleg GmbH und 21 Jahre als Vorstand für die Bereiche Redaktion und Events, hat Jürgen Isbaner zum Jahresende 2020 den Vorstand der OEMUS MEDIA AG verlassen. In seiner neuen Funktion als Chairman of the Board Science & Business Development ist er aber weiterhin für unser Unternehmen aktiv, wenn es darum geht, die Kontakte zu den Universitäten, zu Key Opinion Leadern, Fachgesellschaften und der Industrie im Sinne der Adaptierung aktuellster Entwicklungen in das Produktportfolio der OEMUS MEDIA AG zu halten und neue Netzwerke aufzubauen. Unter anderem auf der Basis dieses intensiven Austauschs mit Experten aus den unterschiedlichsten Bereichen sollen strategische Entscheidungen des Unternehmens künftig noch besser getroffen und die Zukunftsfähigkeit in einem sich rasant verändernden Markt gesichert werden. Jürgen Isbaner wird auf den Veranstaltungen der OEMUS MEDIA AG, aber auch Kongressen der Fachgesellschaften oder der Industrie weiterhin zu sehen und mit vielen Marktteilnehmern im regelmäßigen Austausch sein.





**STEFAN REICHARDT**  
BUSINESS UNIT  
MANAGER PRINT

**STEFAN THIEME**  
BUSINESS UNIT  
MANAGER PRINT

**HENRIK EICHLER**  
BUSINESS UNIT  
MANAGER EVENT

**KATJA KUPFER**  
RESSORTLEITERIN  
NEUE MEDIEN

**Stefan Reichardt:** Neben dem allgemeinen Informationsbedürfnis der Mitarbeiter\*innen von Zahnarztpraxen und zahntechnischen Betrieben nimmt die forschungsgemäße Aufarbeitung marktrelevanter Themen für unsere Leser einen hohen Stellenwert ein. Die eigens für die jeweilige Fachrichtung aufbereiteten Themen machen die Spezialtitel unseres Hauses zum geeigneten Impulsgeber für die tägliche Arbeit in Praxis und Labor. Die enorme Wirkung unserer Printtitel wird durch die aktuelle, moderne und leserfreundliche Gestaltung nochmals unterstrichen. Insofern – Print wirkt!

**Stefan Thieme:** In unserem breit aufgestellten Verlagsportfolio spielt der Printbereich mit mehr als 20 Titeln nach wie vor eine herausragende Rolle. Die verschiedenen Publikationen für den allgemeinen Bereich der Zahnmedizin, aber auch für die absoluten Spezialisten aus unterschiedlichen Fachgebieten, ergänzt durch die Titel für Praxisteam und Assistenz sowie Studierende, bieten ein einzigartiges Spektrum an gedruckter Information. Alle unsere Printpublikationen werden frei zugänglich auch als E-Paper auf unserem Fachportal ZWPonline veröffentlicht. Ergänzend dazu stellen wir unseren Lesern zusätzlich unterschiedliche Onlineformate, vom E-Newsletter bis hin zu den gängigen Social-Media-Kanälen, zur Verfügung.

**Henrik Eichler:** Unser Eventteam betreut pro Jahr über 6.000 Teilnehmer\*innen, zahlreiche Ausstellungen, Fachgesellschaften, Zahnärztekammern sowie Firmenveranstaltungen und ist für seinen persönlichen Auftritt mit einem Lächeln im deutschsprachigen Raum bekannt. Darauf sind wir stolz und freuen uns auf die Präsenzveranstaltungen mit Ihnen, welche wir in den letzten Jahren mit gestreamten Live-Elementen wie z. B. Operationen, Behandlungen und Vorträgen in die Podien noch interessanter gestaltet haben. Die regionalen Foren mit ihren Opinion Leadern bieten für Sie die idealen Plattformen, um eigene Elemente, wie Symposien oder Workshops, effizient anzugliedern und über umfangreiche Marketingmaßnahmen eine neue Zielgruppe zu erreichen.

**Katja Kupfer:** Das Leipziger Verlagshaus betreibt seit 2008 mit [www.zwp-online.info](http://www.zwp-online.info) das größte Nachrichten- und Informationsportal für den gesamten deutschsprachigen Dentalmarkt. Mit monatlich rund 600.000 Aufrufen zählt ZWP online zu einer der wichtigsten Informationsquellen im zahnmedizinischen Alltag. Der Leser erhält täglich aktuelle Nachrichten aus Berufspolitik, Fortbildung und Wissenschaft sowie Markt- und Produktinformationen. 2021 erfolgte die Zusammenlegung des Dental Tribune Study Clubs mit dem E-Learning-Segment von ZWP online. Die zwei etablierten und erfolgreichen dentalen E-Learning-Plattformen bündeln mit dieser Kooperation ihre Kräfte und starten unter [www.zwpstudyclub.de](http://www.zwpstudyclub.de) neu durch. Mit dem ZWP Study Club wurde eine Plattform geschaffen, die alle Varianten der fortbildungsorientierten Online-Präsentation abdeckt. Mit den Optionen Live-OP/-Behandlung, Webinar, Studiotutorial, Web-Interview und digitale Symposien ist der Study Club derzeit konkurrenzlos und besitzt eine mediale Bandbreite, die ihresgleichen sucht.



# UNSER FLAGGSCHIFF

## ZWP Zahnarzt Wirtschaft Praxis

Der Zahnarzt als Unternehmer – ein Ansatz und eine Vision, die Mitte der Neunzigerjahre des letzten Jahrhunderts mitnichten Mainstream war, wurde Grundlage für den Erfolg nicht nur unseres Wirtschaftsmagazins, sondern auch der OEMUS MEDIA AG insgesamt. Alle weiteren Entwicklungen bei Publikationen, den Veranstaltungen oder im Bereich der digitalen Medien basieren auf dieser Grundidee und ergeben so bis heute ein stringentes Konzept mit allen Optionen zur Weiterentwicklung.



/21



E-Paper lesen





**2022 =  
28. ZWP  
JAHR-  
GANG**

Die ZWP Zahnarzt Wirtschaft Praxis ist das Wirtschaftsmagazin für Zahnärztinnen und Zahnärzte und trifft dabei nicht nur inhaltlich den Zahn der Zeit. Durch ein stetiges Redesign ergeben sich auf der Grundlage aktueller Trends eine klare und moderne Struktur und Farbsprache, gepaart mit aussagekräftigem Bildmaterial und erstklassigen Inhalten.

Die ZWP Zahnarzt Wirtschaft Praxis feierte im Jahr 2020 ihr 25-jähriges Bestehen. Gestartet als Das COLLEGMagazin, entwickelte sich das Format fortwährend weiter.



1995



1998



2001



2002



2006



2016



2020



2021



**Gut zu wissen:**

Das COLLEGMagazin, der Vorgänger der heutigen ZWP Zahnarzt Wirtschaft Praxis, erschien erstmals 1995. Ab 1997 zunächst mit dem Untertitel „Zahnarzt Wirtschaft Praxis“, der später zum Titel und damit zu der heutigen erfolgreichen übergreifenden Marke wurde.



## ZWP Zahnarzt Wirtschaft Praxis

Als General-Interest-Titel deckt die ZWP das gesamte Spektrum der zahnärztlichen Praxisführung ab. Sie zählt zu den frequenz- und auflagenstärksten Titeln und gehört zu den am meisten beachteten Informationsquellen am deutschen Dentalmarkt.

Zielgruppe:	Zahnarztpraxen
Auflage:	40.800 Exemplare (IWW 3/2021)
Erscheinung:	10 Ausgaben
Format:	210 x 297 mm
Besonderheit:	führendes Wirtschaftsmagazin für Zahnärzte



Ausgabe	Redaktionsschluss	Anzeigenschluss	Erscheinungstermin	Schwerpunktthema
1+2/2022	10. Januar	21. Januar	11. Februar	Implantologie
3/2022	07. Februar	18. Februar	11. März	Parodontologie   Prophylaxe
4/2022	07. März	25. März	14. April	Digitaler Workflow – Schnittstelle zwischen Praxis und Labor
5/2022	11. April	22. April	13. Mai	Restaurative Zahnheilkunde
6/2022	09. Mai	27. Mai	17. Juni	Kinderzahnheilkunde   Prävention
7+8/2022	04. Juli	22. Juli	12. August	Zahnerhaltung   Endodontie
9/2022	08. August	26. August	16. September	Alterszahnmedizin
10/2022	12. September	23. September	14. Oktober	Prothetik – Zusammenarbeit von Praxis & Labor
11/2022	10. Oktober	21. Oktober	11. November	Diagnostik
12/2022	07. November	18. November	09. Dezember	Praxishygiene   Qualitätsmanagement

Format	1/1	1/2	1/3	1/4
Maße	210 x 297	210 x 148 (quer) 105 x 297 (hoch)	210 x 99 (quer) 70 x 297 (hoch)	105 x 148
Preis	5.450 EUR	3.250 EUR	2.650 EUR	2.250 EUR
Beilage	ab 89 EUR (zzgl. Postgebühren) pro 1.000 Exemplare			

E-Paper lesen



Termine unter Vorbehalt. Alle Preisangaben gelten für 4c-Anzeigen. Preise in EUR zzgl. der gesetzlichen MwSt. Alle Maße in Millimeter.  
Weitere Formate, Werbeformen und Preise auf Anfrage. Die ausführlichen Mediadaten finden Sie unter [www.oemus.com/mediadaten](http://www.oemus.com/mediadaten)



## ZWP spezial

Jede Ausgabe der *ZWP Zahnarzt Wirtschaft Praxis* enthält ein monothematisches Supplement, das die aktuellen Trends der Zahnheilkunde umfassend aufarbeitet und dem Inserenten ein ideales redaktionelles Umfeld für die Platzierung themenspezifischer Werbebotschaften bietet.

Zielgruppe:	Zahnarztpraxen
Auflage:	40.800 Exemplare
Erscheinung:	10 Ausgaben
Format:	200 x 280 mm
Besonderheit:	monothematisches Supplement der <i>ZWP Zahnarzt Wirtschaft Praxis</i>

Ausgabe	Redaktionsschluss	Anzeigenschluss	Erscheinungstermin	Schwerpunktthema
1+2/2022	10. Januar	21. Januar	<b>11. Februar</b>	Praxisgründung – Ein Update
3/2022	07. Februar	18. Februar	<b>11. März</b>	Zahnärztliche Fortbildung 2022
4/2022	07. März	25. März	<b>14. April</b>	Finanzen & Abrechnung   Basis des Praxiserfolges
5/2022	11. April	22. April	<b>13. Mai</b>	Praxiseinrichtung und Praxisorganisation
6/2022	09. Mai	27. Mai	<b>17. Juni</b>	Hygiene und Infektionsschutz
7+8/2022	04. Juli	22. Juli	<b>12. August</b>	Implantologie und digitaler Workflow
9/2022	08. August	26. August	<b>16. September</b>	Designpreis 2022
10/2022	12. September	23. September	<b>14. Oktober</b>	Biologisierung in der Regenerativen Zahnmedizin
11/2022	10. Oktober	21. Oktober	<b>11. November</b>	Prophylaxe
12/2022	07. November	18. November	<b>09. Dezember</b>	Endodontie

Format	1/1	1/2	1/3	1/4
<b>Maße</b>	200 x 280	200 x 140 (quer) 100 x 280 (hoch)	200 x 94 (quer) 68 x 280 (hoch)	100 x 140
<b>Preis</b>	5.450 EUR	3.250 EUR	2.650 EUR	2.250 EUR
<b>Beilage</b>	ab 89 EUR (zzgl. Postgebühren) pro 1.000 Exemplare			



© Pixeden



Einmal jährlich sucht die OEMUS MEDIA AG Deutschlands schönste Zahnarztpraxis. Das ZWP *spezial* ZWP Designpreis zeigt z. B. neben der Gewinnerpraxis auch alle weiteren Einreichungen und schafft einen umfassenden Überblick über aktuelle Strömungen im Interior-Design von Zahnarztpraxen.



**Praxiskonzept**

## Neugründung trotz Pandemie: Mit der richtigen Strategie geht's hoch hinaus

Die Gründung einer eigenen Praxis ist immer eine Herausforderung. Insbesondere, wenn man sich neu niederlassen möchte, fängt man praktisch bei null an. Dann heißt es nicht nur, die geeigneten Räumlichkeiten zu finden, sondern auch einen Patientenstamm aufzubauen. Im Idealfall mit einem schlüssigen Marketingkonzept. Zusätzlich kommt aktuell auch noch die Corona-Pandemie als weitere Hürde hinzu. Die zahnärztliche Gemeinschaftspraxis BEHRENS | SCHWÄRZ in Itzehoe ist ein Beispiel, wie Niederlassung auch unter außergewöhnlichen Bedingungen erfolgreich gelingen kann. Die Neugründung zeigt, dass es sich lohnt, an seinen Zielen festzuhalten.

Dr. Carola Behrens  
Dr. Pirmin Schwarz

© Dr. Carola Behrens

Im November 2020 gründeten **Carola Behrens und Pirmin Schwarz** in Itzehoe ihre eigene Praxis.

Bevor sich die Türen der zahnärztlichen Gemeinschaftspraxis BEHRENS | SCHWÄRZ am 16. November 2020 öffneten, lag noch jede Menge Arbeit vor den beiden Zahnärzten. Die erste Frage, die sich schon vor der Gründung stellte, war die Immobilie. Gefragt vom Konzept der Patientengewinnung, was bereits für die Einleitung des Businessplans relevant war. Anders als bei einer Praxisübernahme kann man bei einer Neugründung schließlich nicht auf vorhandene Räumlichkeiten inklusive festem Patientenstamm zurückgreifen.

Ein Ausblick, der sich sehen lassen kann

Und die beiden hatten Glück mit der Immobilie: Nicht gefast, gilt einmühsam im Zentrum von Itzehoe gelegen und mit einem sagenhaften Panoramablick über die Stadt – das sind die Räume der neuen Gemeinschaftspraxis. Der Claim der Praxis war daher schnell entwickelt: „Zahnmedizin über den Dächern von Itzehoe“.

Praxismarketing mit Strategie

Die Räumlichkeiten waren gefunden und die erste Etappe gemeinert. Das Ziel Neugründung riefte ein großes Stück näher. Im nächsten Schritt musste ein passendes Marketingkonzept entwickelt werden. Hierfür holten sich die beiden Zahnärzte professionelle Agentur-Unterstützung. Den Anfang machte die Festlegung der generellen Marketingstrategie, um die grundlegende Frage der Positionierung zu klären, die Zielgruppe zu definieren und natürlich auch die Maßnahmen festzulegen. Wo legen die Schwerpunkte der Praxis, wer soll erreicht werden? Darauf aufbauend folgte ein klarer Zeitplan bis zur Eröffnung, von der Entwicklung des Corporate Brandings über die Beschreibung der Praxis bis hin zum Gelingen der vollständigen Webpräsenz wurden alle nötigen Steps entsprechend festgelegt.

Ein stringentes Corporate Branding

Bevor es mit der Umsetzung konkreter Maßnahmen losgehen konnte, wurde zunächst ein individuelles Corporate Design entwickelt, inklusive Farbgebung und Logo der Praxis. Das neu entwickelte Branding zielt sich wie ein roter Faden durch alle Marketingmaßnahmen – in Print wie online – und kommt auch im Interior Design der Praxis stark zum Tragen. Beispielsweise in den Wandfarben, dem Leitsystem an den

© McLittle Stock – stock.adobe.com

**Hören Sie noch oder podcasten Sie schon?**

Podcasts gehören schon länger zum Standardrepertoire von Podcast-Kunden. Doch in den letzten Jahren haben sich die Podcasts als neue Form der Audio- und Video-Kommunikation etabliert. Sie sind leicht zugänglich, können jederzeit und überall konsumiert werden und sind eine hervorragende Möglichkeit, um sich über die neuesten Entwicklungen in der Zahnmedizin zu informieren. In diesem Artikel erfahren Sie, wie Sie Ihre Praxis durch Podcasting erfolgreich promoten können.

**Dental starter**

Die Zahnärztin Carola Behrens hat sich für den Podcasting als Marketingstrategie entschieden. Sie hat einen Podcast erstellt, der sich mit den neuesten Entwicklungen in der Zahnmedizin beschäftigt. Der Podcast ist ein hervorragendes Mittel, um sich mit den Patienten zu verbinden und ihnen wertvolle Informationen zu bieten.

Wie geht es zum Podcast?

Die Zahnärztin Carola Behrens hat sich für den Podcasting als Marketingstrategie entschieden. Sie hat einen Podcast erstellt, der sich mit den neuesten Entwicklungen in der Zahnmedizin beschäftigt. Der Podcast ist ein hervorragendes Mittel, um sich mit den Patienten zu verbinden und ihnen wertvolle Informationen zu bieten.

© Janalfredbarley.com

**Moderne Endo-Behandlung: zuverlässig und reproduzierbar**

Die Endodontik ist ein zentraler Bestandteil der Zahnmedizin. Die moderne Endodontik bietet eine Vielzahl von Möglichkeiten, um die Endodontik zu verbessern. In diesem Artikel erfahren Sie, wie Sie Ihre Praxis durch moderne Endodontik erfolgreich promoten können.

Die Endodontik ist ein zentraler Bestandteil der Zahnmedizin. Die moderne Endodontik bietet eine Vielzahl von Möglichkeiten, um die Endodontik zu verbessern. In diesem Artikel erfahren Sie, wie Sie Ihre Praxis durch moderne Endodontik erfolgreich promoten können.

© Janalfredbarley.com





# ZWP – UNSER ZIEL IST WIRTSCHAFTLICHER ERFOLG FÜR JEDE PRAXIS

Im Jahr 2020 feierte die *ZWP Zahnarzt Wirtschaft Praxis* ihr 25. Jubiläum – eine lange Zeit mit vielen Veränderungen und Wandlungen, aber einer Konstante, unserem Anspruch, das führende Wirtschaftsmagazin für die Dentalbranche in Deutschland zu sein. Die Entstehung der *ZWP* entsprang der persönlichen Überzeugung des Verlagsgründers Torsten Oemus, dass in Zukunft ein erfolgreicher Zahnarzt nicht mehr nur ein gut ausgebildeter Mediziner, sondern auch ein strategisch denkender und handelnder Unternehmer sein muss.

Die Grundidee der inhaltlichen Ausrichtung der *ZWP* war und ist die Tatsache, dass die Zahnmediziner in Deutschland an den Universitäten fachlich sehr gut ausgebildet werden. Woran es allerdings einen großen Mangel gab und leider noch immer gibt, ist die Vorbereitung auf den über die reine medizinische Behandlung hinausgehenden „wirtschaftlichen“ Aspekt im Praxisalltag. Fragen der Personalführung, betriebswirtschaftliches Wissen, Marketing oder Abrechnungsmöglichkeiten – alle diese Dinge kamen in der universitären Ausbildung in Deutschland nicht vor. Hieraus entstand 1995 und basierend auf der zukunftsweisenden Idee des „Zahnarztes als Unternehmer“ das Wirtschaftsmagazin *ZWP Zahnarzt Wirtschaft Praxis*. Mit der *ZWP* wurde von Beginn an der Grundsatz: „Erfolgreich wird nur der sein, der wirtschaftlich denkt und handelt“, kompromisslos gegen vielerlei Widerstände und Unkenrufe durchgesetzt und etabliert. Heute sind diese Erkenntnisse eine Selbstverständlichkeit im gesamten Dentalmarkt und natürlich auch weiterhin die Basis unseres erfolgreichen Verlagsportfolios.

Die Akzeptanz der *ZWP* am Markt ist inzwischen überdurchschnittlich, dies zeigt sich u. a. an den zahlreichen Rückmeldungen von Leserinnen und Lesern bei jeder Ausgabe, die von Kommentaren und Anregungen bis hin zur Anforderung von Literaturlisten reichen. Ein weiterer Beleg für die Akzeptanz dieses Titels ist die jetzt regelmäßige Beteiligung der Präsidenten aller wichtigen Kammern und Verbände über Editorials oder Statements, was zeigt, dass die *ZWP* damit auch in diesen Gremien anerkannt und geschätzt wird.

Ganz entscheidend ist aber nach wie vor der inhaltliche Ansatz, dass die *ZWP* klinische Themen immer auch im Kontext der wirtschaftlichen Chancen betrachtet und darüber hinaus mit zahlreichen Tipps und praxiserprobten Abrechnungsbeispielen jedem Praxisinhaber einen echten finanziellen Mehrwert bietet. Ebenfalls achten wir regelmäßig darauf, dass die *ZWP* auch gestalterisch immer auf dem modernsten Stand ist und sich auch mit einem besonderen Layout vom Rest der Medienlandschaft abhebt.

„GANZ ENTSCHEIDEND IST ABER NACH  
WIE VOR DER INHALTLICHE ANSATZ, DASS  
DIE ZWP KLINISCHE THEMEN IMMER AUCH  
IM KONTEXT DER WIRTSCHAFTLICHEN  
CHANCEN BETRACHTET.“



Das monothematische Supplement ergänzt zudem jede ZWP-Ausgabe, hier werden die klinischen Themen aber stärker im Verhältnis zu den verwendeten Produkten präsentiert. Damit ergibt sich eine großartige Möglichkeit, ganz gezielt Produkte, Dienstleistungen und Konzepte aus einzelnen Indikationsgebieten der interessierten Leserschaft vorzustellen. Durch den einjährigen Rhythmus der Themenausgaben ergibt sich außerdem ein praktisches und stetig aktualisiertes Kompendium.

Aufgrund der monatlichen Erscheinungsweise, der hohen Reichweite sowie der inhaltlichen Alleinstellung wird die ZWP in den Zahnarztpraxen überdurchschnittlich gut wahrgenommen. Dies wird außerdem durch eine konsequente Covergestaltung mit einem einheitlichen Design über zwölf Monate hinweg unterstützt. Damit ist es gelungen, eine große Markenbekanntheit herzustellen, gerade in der für unsere Werbekunden sehr attraktiven Zielgruppe der Zahnmediziner zwischen 30 und 50 Jahren. Seit vielen Jahre

können die ZWP und das Supplement ZWP *spezial* eine außergewöhnlich hohe Responserate auf Anzeigen, Beilagen und PR-Beiträge vorweisen. Gleichzeitig zeigen die Vielzahl und große Bandbreite der Werbekunden, große und kleine, nationale und internationale, bekannte und eher unbekannt, dass die ZWP zu den erfolgreichsten und attraktivsten Fachzeitschriften am Markt gehört. Interessant für unsere Werbekunden ist aber auch, dass die ZWP parallel zur Printausgabe auch immer kostenlos als E-Paper zur Verfügung steht, auch hier steigen die Zugriffszahlen permanent. Überhaupt war es ohne Zweifel richtig, unser Fachportal in Anlehnung an das Magazin, ZWP online zu nennen. Davon haben beide Bereiche profitiert; Bekanntheit, Reputation und Reichweite wurden noch einmal kräftig gesteigert und die schon starke Marke ZWP hat hier noch einmal gewaltig Aufschwung genommen. Dies wird noch dadurch unterstützt, dass der wöchentliche Gesamt-Newsletter an ca. 35.000 Empfänger ebenfalls unter der Dachmarke ZWP versandt wird.



**STEFAN THIEME**  
BUSINESS UNIT MANAGER

# ZT UND ZWL

Ein Dreamteam nicht nur auf dem Papier.

Warum veröffentlichen wir seit über 20 Jahren zwei zahntechnische Publikationen? Eine häufig gestellte Frage, wenn es um die ZT und die ZWL geht, denn beide Ausgaben positionieren sich als verlässliche Informationsquellen rund um den beruflichen Alltag im Dentallabor. Worin liegt also der Unterschied? Der springende Punkt zeigt sich direkt hier: Denn so, wie das Dentallabor in Teamarbeit von Führungskraft und Belegschaft profitiert, gelingt es auch der ZT und der ZWL in einer fein abgewogenen Balance, gemeinsam die Zahntechnik aus all ihren Perspektiven zu beleuchten. Zeitlich aktuell, fachlich präzise und wirtschaftlich anregend. Die Unterschiede sind als nicht der Grund für beide Publikationen – sondern ihr Zusammenspiel.



## ZT Zahntechnik Zeitung

Einzigartig nah am Geschehen

Die *ZT Zahntechnik Zeitung* ist als unabhängiges informatives Medium in der Zahntechnikbranche etabliert. Inhaltlich auf das gesamte Laborteam ausgerichtet, bieten wir der Zielgruppe die komplette Bandbreite an berufsrelevanten Informationen in Form von News, Artikeln, Interviews, Porträts, Event- und Produktmeldungen. Unser entscheidender Vorteil: Aktualität. Denn mit elf Ausgaben im Jahr kann die Zeitung schneller auf aktuelles Geschehen in der Branche und Politik reagieren als alle anderen gedruckten fachlichen Publikationen. So garantieren wir ein monatliches Leseerlebnis, das gerade im Kontext des Branchenwandels aktive Impulse für das ganze Laborteam setzt. Was gestern geschah, erscheint heute in der *ZT* und ist morgen bereits Thema.

## ZWL Zahnarzt Wirtschaft Labor

Einzigartig nah an der Laborführung

Mit der *ZWL Zahntechnik Wirtschaft Labor* sprechen wir speziell Laborinhaberinnen und Laborinhaber sowie Führungskräfte in Dentallaboren an – und sind damit einzigartig in unserer Ausrichtung. Den inhaltlichen Fokus legen wir somit auf geschäftsentcheidende Themen, die wirtschaftliche, Marketing-relevante und fachliche Expertise vermitteln. Die grafische Umsetzung spiegelt das moderne Wesen des Magazins dabei perfekt wider. Jede unserer sechs jährlichen Ausgaben beschäftigt sich mit einem Schwerpunktthema, das wir umfassend und abwechslungsreich durch Fachbeiträge, Statements, Anwenderberichte und Interviews beleuchten. Dabei bleibt stets konstant: der wirtschaftliche Mehrwert für zahntechnische Führungskräfte. Die *ZWL*: moderne Ratgeberin und Impulsmotor für Laborinhaberinnen und Laborinhaber und alle, die es werden möchten.



**STEFAN REICHARDT**  
BUSINESS UNIT MANAGER

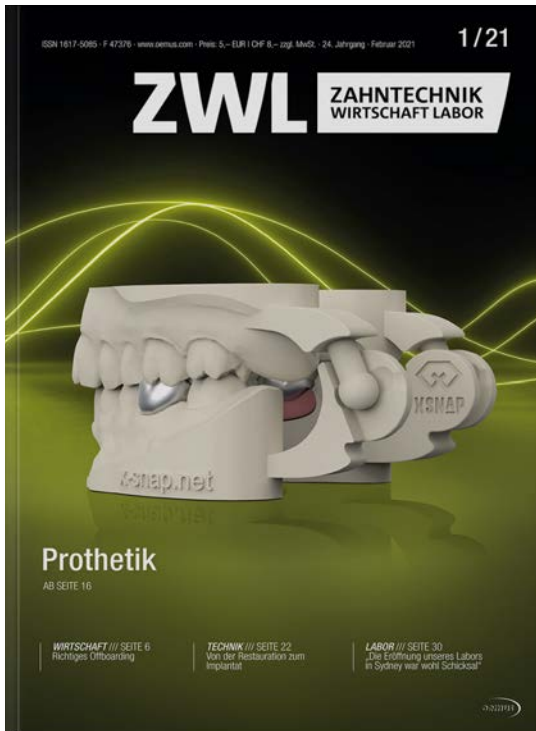
**REBECCA  
LUDWIG**  
REDAKTEURIN  
ZT UND ZWL

© Kaija Kupfer

## Gemeinsam vernetzt

Sowohl *ZT* als auch *ZWL* sind crossmedial exzellent vernetzt. Die aktuellen Inhalte werden parallel in unserem Onlinenetzwerk bespielt und erreichen somit die Dentallabore auch am PC und Smartphone. Ob im monatlichen *ZT*-Newsletter, auf unserem dentalen Informations- und Nachrichtenportal *ZWP* online und/oder auf unseren einschlägigen Social-Media-Kanälen: Wir generieren zahntechnische Reichweite sowohl analog als auch digital – und treffen damit den Kern des modernen Handwerks.





## ZWL Zahntechnik Wirtschaft Labor

Seit 24 Jahren ist die *ZWL Zahntechnik Wirtschaft Labor* eine der bevorzugten Informationsquellen des zahntechnischen Laborinhabers und Ratgeber für Praxislabore zu allen fachlichen und wirtschaftlichen Aspekten der modernen Laborführung.

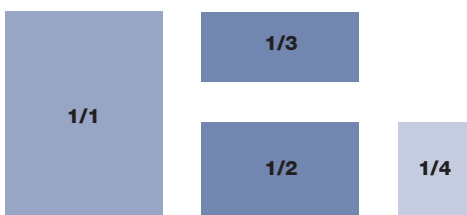
Zielgruppen: gewerbliche Dentallabore, zahnärztliche Praxislabore

Auflage: 10.000 Exemplare

Erscheinung: 6 Ausgaben

Format: 210 x 297 mm

Ausgabe	Redaktionsschluss	Anzeigenschluss	Erscheinungstermin	Schwerpunktthema
1/2022	28. Januar	11. Februar	25. Februar	Prothetik
2/2022	25. März	08. April	22. April	Materialien
3/2022	20. Mai	03. Juni	17. Juni	Ästhetik
4/2022	15. Juli	29. Juli	12. August	Digitale Zahntechnik
5/2022	16. September	30. September	14. Oktober	Laboreinrichtung
6/2022	11. November	25. November	09. Dezember	Funktion



Format	1/1	1/2	1/3	1/4
<b>Maße</b>	210 x 297	210 x 148 (quer) 105 x 297 (hoch)	210 x 99 (quer) 70 x 297 (hoch)	105 x 148
<b>Preis</b>	2.950 EUR	2.150 EUR	1.750 EUR	1.550 EUR
<b>Beilage</b>	ab 200 EUR (zzgl. Postgebühren) pro 1.000 Exemplare			

E-Paper lesen



Termine unter Vorbehalt. Alle Preisangaben gelten für 4c-Anzeigen. Preise in EUR zzgl. der gesetzlichen MwSt. Alle Maße in Millimeter.

# ZT Zahntechnik Zeitung

Die *ZT Zahntechnik Zeitung* ist das einzige unabhängige Zeitungsformat mit den Schwerpunkten aktuelle Berufspolitik und Laborführung in der Zahntechnik. Das Nachrichtenformat erscheint elf Mal pro Jahr und orientiert sich am Informationsbedürfnis zahntechnischer Labore.

- Zielgruppe: gewerbliche Dentallabore
- Auflage: 8.000 Exemplare
- Erscheinung: 11 Ausgaben
- Format: 280 x 400 mm



Ausgabe	Redaktionsschluss	Anzeigenschluss	Erscheinungstermin	Schwerpunktthema
1/2022	17. Dezember 2021	07. Januar	21. Januar	
2/2022	21. Januar	04. Februar	18. Februar	
3/2022	18. Februar	04. März	18. März	
4/2022	18. März	01. April	14. April	
5/2022	14. April	29. April	13. Mai	
6/2022	13. Mai	27. Mai	10. Juni	
7+8/2022	15. Juli	29. Juli	12. August	
9/2022	12. August	26. August	09. September	
10/2022	09. September	23. September	07. Oktober	
11/2022	07. Oktober	21. Oktober	04. November	
12/2022	04. November	18. November	02. Dezember	

Format	1/1			
	1/3	1/2	1/3	1/4
Maße	280 x 400	280 x 200 (quer) 162 x 400 (hoch)	280 x 135 (quer) 112 x 400 (hoch)	162 x 166
Preis	2.950 EUR	2.150 EUR	1.950 EUR	1.150 EUR
Beilage	ab 180 EUR (zzgl. Postgebühren) pro 1.000 Exemplare			



Weitere Formate, Werbeformen und Preise auf Anfrage. Die ausführlichen Mediadaten finden Sie unter [www.oemus.com/mediadaten](http://www.oemus.com/mediadaten)



# Dental Tribune (deutsche, österreichische und schweizerische Ausgabe)

Die *Dental Tribune* liefert auf den Gebieten Aktuelles, Politik, Wissenschaft, Veranstaltungen und Praxis relevante berufs- und gesundheitspolitische Neuigkeiten, informative Fachbeiträge und Produktinformationen der Dentalindustrie. Im ersten Teil der Ausgabe steht die nationale Komponente im Vordergrund, während im zweiten Teil der zunehmenden Vernetzung des dentalen Wirtschafts- und Informationsraums D-A-CH Rechnung getragen wird.



- Zielgruppe: Zahnärzte in Deutschland, Österreich und der Schweiz
- Auflage: 20.000 Exemplare (IWW 2/2021) German Edition  
6.000 Exemplare Austrian Edition  
6.000 Exemplare Swiss Edition
- Erscheinung: je 8 Ausgaben
- Format: 280 x 400 mm
- Besonderheit: Teil des weltweit erscheinenden *Dental Tribune*-Netzwerks aus 32 Ausgaben in 90 Ländern



Die *Dental Tribune German Edition* ist Teil des weltweit jeweils in Landessprache erscheinenden Fachzeitschriften-Formats *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.



**?** **Gut zu wissen:** All unsere bisher veröffentlichten Publikationen bestehen insgesamt aus über 1,5 Millionen Einzeldateien.

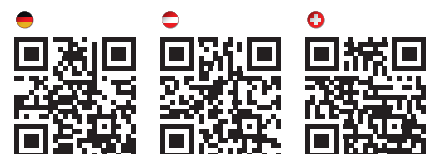


Ausgabe	Redaktionsschluss	Anzeigenschluss	Erscheinungstermin	Schwerpunktthema	Supplement
1/2022	12. Januar	14. Januar	02. Februar	Digitale Zahnheilkunde	
2/2022	11. Februar	18. Februar	09. März	Praxishygiene	
3/2022	08. April	11. April	27. April	Prothetik   Zahntechnik	🇨🇭 WID today
4/2022	06. Mai	09. Mai	25. Mai	Restaurative Zahnheilkunde   Alterszahnheilkunde	🇩🇪 Zahnärztliche Assistenz 🇨🇭 Dental Bern today
5/2022	17. Juni	20. Juni	06. Juli	Endodontie	
6/2022	02. September	05. September	21. September	Prophylaxe	
7/2022	07. Oktober	10. Oktober	26. Oktober	Implantologie	
8/2022	11. November	14. November	30. November	Parodontologie	🇩🇪 Zahnärztliche Assistenz

Format	1/1			
	1/1	1/2	1/3	1/4
Maße	280 x 400	280 x 200 (quer) 162 x 400 (hoch)	280 x 135 (quer) 112 x 400 (hoch)	162 x 166
Preis	🇩🇪 3.450 EUR	2.450 EUR	1.850 EUR	1.550 EUR
	🇨🇭 1.950 EUR	1.650 EUR	1.350 EUR	1.150 EUR
	🇨🇭 2.950 EUR	2.150 EUR	1.650 EUR	1.350 EUR
	🇩🇪 🇨🇭 6.700 EUR	5.000 EUR	3.900 EUR	3.240 EUR
Beilage	🇩🇪 ab 109 EUR (zzgl. Postgebühren) pro 1.000 Exemplare			
Beilage	🇨🇭 ab 220 EUR (zzgl. Postgebühren) pro 1.000 Exemplare			
Beilage	🇨🇭 ab 390 EUR (zzgl. Postgebühren) pro 1.000 Exemplare			

Termine unter Vorbehalt. Alle Preisangaben gelten für 4c-Anzeigen. Preise in EUR zzgl. der gesetzlichen MwSt.  
Alle Maße in Millimeter. Weitere Formate, Werbeformen und Preise auf Anfrage. Die ausführlichen Mediadaten finden Sie unter [www.oemus.com/mediadaten](http://www.oemus.com/mediadaten)

E-Paper lesen





## Zahnärztliche Assistenz

Zwei Mal pro Jahr – im Mai und November – erscheint die themenspezifische Fachzeitschrift *Zahnärztliche Assistenz*.

Seit ihrer Markteinführung präsentiert sich die *Zahnärztliche Assistenz*, das Supplement der *Dental Tribune Deutschland*, in einem besonders innovativen Layout und mit zeitgemäßen Inhalten. Im Fokus steht das Praxisteam. Eigens für diese Zielgruppe widmet sich die Publikation nicht nur Fachthemen und Informationen rund um das Arbeitsgebiet, sondern schafft zudem eine Verbindung zwischen Print und Online. Es werden Brennpunktthemen aus dem Praxisalltag aufgegriffen und online mit den Lesern diskutiert. Gleichzeitig bekommen auch die im Netz stark nachgefragten Themen ihren Platz im Heft. Die *Zahnärztliche Assistenz* widmet sich den Aufgaben von ZFA, ZMF, ZMP und DH, informiert über Änderungen, liefert Vorschläge für optimale Praxisabläufe und gibt Erläuterungen zu rechtlichen Themen und Abrechnungsfragen. Nicht zuletzt wird über Fortbildungsmöglichkeiten und die Bewältigung von Problemen im Praxisalltag informiert.



Ausgabe	Redaktionsschluss	Anzeigenschluss	Erscheinungstermin
1/2022	06. Mai	09. Mai	25. Mai
2/2022	11. November	14. November	30. November

Format	1/1	1/2	1/3	1/4
	Maße	280 x 400	280 x 200 (quer) 162 x 400 (hoch)	280 x 135 (quer) 112 x 400 (hoch)
Preis	3.450 EUR	2.450 EUR	1.850 EUR	1.550 EUR
Beilage	ab 109 EUR (zzgl. Postgebühren) pro 1.000 Exemplare			

## Dank Crossmedia-Marketing geschickt vernetzt

Die Welt wird digitaler – Ihre Kunden auch. Um Ihre Zielgruppe auf allen Kanälen zu erreichen, erfordert es eine inhaltlich kreative und ganzheitlich vernetzte Kommunikation. Das klassische Marketinginstrument „Anzeige“ wird durch die Verbreitung von Nachrichten und Produktpräsentationen im Onlinesegment sinnvoll ergänzt.

Pakete	Platin 5.350 EUR	Gold 4.450 EUR	Silber 3.750 EUR
1/1 Anzeige Zahnärztliche Assistenz	YES	YES	YES
Redaktionelle Veröffentlichung Zahnärztliche Assistenz	YES	YES	YES
Posting Facebook – ZWP online	YES	YES	YES
Posting Facebook – Zahnärztliche Assistenz	YES	YES	YES
Posting Twitter* – ZWP online	YES	YES	
Posting Instagram* – ZWP online	YES	YES	
Story Instagram* – ZWP online	YES	YES	
Veröffentlichung auf Startseite ZWP online (Slider News)	YES		
Newsletterveröffentlichung Zahnärztliche Assistenz	YES		

\* Nach Absprache mit der Redaktion.



**We can**

Die *Zahnärztliche Assistenz* ist daher die geeignete Plattform für die zielgruppengenaue Präsentation von Produkt- und Dienstleistungskampagnen. Die hohe Kontaktintensität durch die Online-Offline-Kommunikation ermöglicht es Händlern und Herstellern, neue Produkte optimal am Markt zu positionieren sowie die Markenbindung zu stärken. Durch die Platzierung von Gewinnspielen, Umfragen, Anwenderberichten und Produkttests kann die *Zahnärztliche Assistenz* mit den zugehörigen reichweitenstarken Onlinekanälen einen zusätzlichen Werbeeffect erreichen und bietet so eine direkte Responsemöglichkeit.

	Zahnärztliche Assistenz facebook.com/ZahnaerztlicheAssistenz		20.000 Fans **
	ZWP online bei Facebook facebook.com/ZWPonline		10.700 Fans **
	ZWP online bei Twitter twitter.com/ZWPonline		1.200 Follower **
	ZWP online bei Instagram www.instagram.com/zwponline		2.900 Follower **
	Newsletter Zahnärztliche Assistenz		3.000 Empfänger **

\*\* homogen gewachsen

E-Paper lesen



Termine unter Vorbehalt. Alle Preisangaben gelten für 4c-Anzeigen. Preise in EUR zzgl. der gesetzlichen MwSt. Alle Maße in Millimeter.  
Weitere Formate, Werbeformen und Preise auf Anfrage. Die ausführlichen Mediadaten finden Sie unter [www.oemus.com/mediadaten](http://www.oemus.com/mediadaten)



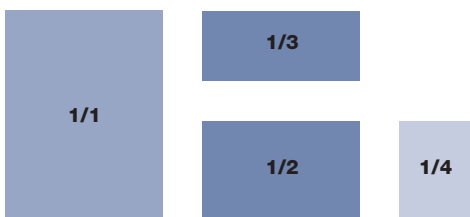


## dentalfresh

*dentalfresh* – das Magazin für Studenten, Assistenten und junge Zahnärzte in der Niederlassungsphase, greift die relevanten Themen auf, die für junge Zahnärztinnen und Zahnärzte in der Ausbildung und am Beginn einer erfolgreichen beruflichen Karriere wichtig sind.

- Zielgruppen: junge Zahnmediziner, Berufseinsteiger, Studenten  
 Auflage: 6.000 Exemplare  
 Erscheinung: 4 Ausgaben  
 Format: 210 x 297 mm  
 Besonderheit: Trendmagazin für junge Zahnmediziner

Ausgabe	Redaktionsschluss	Anzeigenschluss	Erscheinungstermin
1/2022	28. Januar	11. Februar	<b>März</b>
2/2022	29. April	13. Mai	<b>Juni</b>
3/2022	29. Juli	12. August	<b>September</b>
4/2022	30. September	14. Oktober	<b>November</b>



Format	1/1	1/2	1/3	1/4
<b>Maße</b>	210 x 297	210 x 148 (quer) 105 x 297 (hoch)	210 x 99 (quer) 70 x 297 (hoch)	105 x 148
<b>Preis</b>	<b>2.650 EUR</b>	<b>1.950 EUR</b>	<b>1.750 EUR</b>	<b>1.650 EUR</b>
<b>Beilage</b>	ab 400 EUR (zzgl. Postgebühren) pro 1.000 Exemplare			

E-Paper lesen



*dentalfresh E-Book Assistentenhandbuch*  
 Das Nachschlagewerk für Assistenten in der Niederlassung:  
 · kompakter Leitfaden für junge Zahnmediziner in der Niederlassung  
 · Tipps, Beispiele, Erfahrungsberichte

Bei Buchung von 4 Ausgaben der *dentalfresh* erhalten Sie eine ganzseitige Anzeige in dem E-Book *Assistentenhandbuch* für den gleichen Zeitraum.



Format	1/1
<b>Maße</b>	210 x 297
<b>Preis</b>	<b>950 EUR</b>

**# dentalfresh: 100 Prozent Erfahrung**

Die *dentalfresh* zeigt anhand von spannenden Beiträgen und Interviews mit jungen Zahnärztinnen und Zahnärzten am Beginn ihrer Laufbahn, was es heißt, heute im Beruf und in die eigene Praxis durchzustarten. Sie bietet frische und exklusive Inhalte rund um eine immer komplexer werdende Zahnmedizin, die oftmals in der Lehre nur am Rande erwähnt werden: von der Patientenkommunikation, über die Abrechnung bis hin zu Marketing-, Führungs- und Praxismanagementfragen. Kurz: Sie zeigt, wie die junge Zahnmedizin aussieht und tickt, gibt wertvolle Tipps und Anregungen für einen sinnstiftenden und langfristig erfolgreichen Berufsweg und blickt zudem über den fachlichen Tellerrand hinaus auf Trends und Phänomene unserer Zeit.

**# Viermal geballte Inhalte**

Das Magazin bietet vier Rubriken: Praxis, Wirtschaft, Studium und Leben. Während die Praxis die vielseitigsten Erfahrungen und Learnings junger Zahnärztinnen und Zahnärzte abbildet, lässt die Wirtschaft Industriepartner mit ihren Angeboten für die junge zahnärztliche Praxis zu Wort kommen. Die Rubrik Studium wirft einen Blick auf die aktuelle Hochschullandschaft und stellt ausgewählte Studierende der Zahnmedizin und ihr besonderes Engagement vor. Last, but not least bewegt sich die Rubrik Leben thematisch ganz frei und ist damit ein Potpourri aus Lifestyle-News und Ideen für ein ausgeglichenes und erfülltes Leben.

**# Das Layout gibt den Ton an**

Die *dentalfresh* kreiert, gekoppelt mit kompakt-informativen Texten, eine locker-moderne Bildsprache mit großzügigen Farb- und Formelementen und bedient so die Lesegewohnheiten junger Berufstätiger heute, die sich mit wenig Zeit und einem intensiven Wissensdurst, punktuell informieren, kurzweilig unterhalten und gezielt anregen lassen möchten. Damit bietet sie das ideale Umfeld für eine grafisch neue, weil von bisherigen Bild- und Textformaten abweichende Präsentation von Produkten und Services.

**# Offline, Online, Crossmedial**

Die *dentalfresh* tanzt mit ihrem einmaligen Mix aus Menschen, Know-how, Services und Produkten natürlich auf mehreren Bühnen: sie erscheint viermal im Jahr als Printheft für ein bewusstes Offline-Lesen und postet darüber hinaus – fleißig, humorvoll und bunt – auf Facebook & Co. Inhalte der jungen Zahnmedizin. Damit ist sie ein einzigartiges Tool zur Markenbildung und Reichweitenerweiterung und gleichzeitig, als locker, leichte und ansprechende Lektüre verpackt, zur Präsentation von fachlichen und industrieseitigen Inhalten für die Zielgruppe der „Durchstarter“ in der Zahnmedizin.



Termine unter Vorbehalt. Alle Preisangaben gelten für 4c-Anzeigen. Preise in EUR zzgl. der gesetzlichen MwSt. Alle Maße in Millimeter.

Weitere Formate, Werbeformen und Preise auf Anfrage. Die ausführlichen Mediadaten finden Sie unter [www.oemus.com/mediadaten](http://www.oemus.com/mediadaten)





© Radachynskyi Semih/Shutterstock.com

# WIR MACHEN'S PASSEND!

**Corporate Publishing** ist das, was Sie und Ihre Produkte zum Ziel bringt: Kurz erklärt, ist das die journalistische und regelmäßige Unternehmenskommunikation über eigene Medien. Dafür stehen Ihnen mit der OEMUS MEDIA AG ganz verschiedene Kommunikationskanäle und -bausteine zur Verfügung: Ob im **Print** über unsere mehr als 30 Fachzeitschriften allein in Europa oder besondere Kundenzeitschriften, in den **neuen Medien** über unsere fast 20 nationalen und internationalen Newsletter, über spezifische Kundennews-letters, Websites, Blogs oder unsere zahlreichen Social-Media-Accounts – von Facebook bis hin zu Instagram und Twitter – machen wir für Ihre Zielgruppe alles passend. Klar, dass auch **Audio- und Video-Formate** wie beispielsweise Radiobeiträge, Podcasts, Imagefilme oder Event-Videos im zielgenauen **Medienmix** nicht fehlen dürfen. Mit Ihren Wünschen und unserer Kreativität füllen wir jede (Markt-)Lücke.

kombination für treffsichere Texte, vermitteln auch komplexe Themen spielerisch und liefern passgenaue (Bewegt-) Bilder, O-Töne und Videos dazu. Wir arbeiten eng mit unseren hausinternen Grafikern, Programmierern, Online-, Audio- und Video-Redakteuren zusammen, analysieren gemeinsam, fokussieren, organisieren und koordinieren, behalten die Deadlines im Blick, den Markt, Ihre Wettbewerber, die neuesten Trends und – ganz wichtig – zu jeder Zeit die Nerven. Denn wir wissen zwar, wann unser Arbeitstag beginnt, aber tatsächlich nie, mit welchem Projekt er endet. Für Sie drehen wir alle uns zur Verfügung stehenden Tools, damit es statt „Game over“ vielmehr **„Welcome to the next level“** heißt!

**Sie profitieren** von einem etablierten, optimal vernetzten und breit aufgestellten Verlagshaus: Denn die OEMUS MEDIA AG gehört zu den weltweit führenden Fachverlagen auf dem Gebiet der Zahnmedizin und bietet **für jede Zielgruppe das richtige Format**. Wir wissen, was bei Ihrer Zielgruppe ankommt und auf welchem Weg, denken crossmedial und garantiert um die Ecke, damit es am Schluss für Sie lückenlos passt.

**Wir machen** die Dinge nicht einfach nur gut, sondern unverwechselbar zugeschnitten für Sie, Ihr Unternehmen und Ihr Produkt: Wir sind Ihr **Gamechanger**, Ihr wichtigster Ansprechpartner, Controller und kreativer Kopf in Personalunion. Wir entwerfen Ihre Kampagne vom ersten bis zum letzten Baustein. Wir beherrschen die richtige Tasten-



**KATJA MANNTEUFEL**  
REDAKTEURIN  
CORPORATE PUBLISHING

**KERSTIN OESTERREICH**  
REDAKTEURIN  
CORPORATE PUBLISHING

© Katja Kupfer





# DENTALZEITUNG & DZ *today*

## Die Welt des dentalen Fachhandels

Die DENTALZEITUNG fungiert seit über zwanzig Jahren als offizielles Mitteilungsorgan des BVD (Bundesverband Dentalhandel e.V.) und stellt damit die überregionale Informationsquelle des deutschen Dentalfachhandels für und über den Dentalmarkt dar. Mit einer Auflage von 35.000 Exemplaren gehört sie zu den bekanntesten zahnmedizinischen Fachzeitschriften mit einem breiten Leserkreis in Zahnarztpraxis, Labor und Dentaldepot.

Zweimonatlich setzt sich das Magazin in jeder Ausgabe mit einem aktuellen Schwerpunktthema unter Berücksichtigung unterschiedlicher Aspekte auseinander. Dazu gehören Themen wie Praxiseinrichtung, Praxishygiene, CAD/CAM, Endodontie, KONS, Diagnostik, Parodontologie und Prophylaxe. Die DENTALZEITUNG ist damit der Ratgeber für Produktkaufentscheidungen in Praxis und Labor. Alle neuen und innovativen Produkte, die in das Sortiment des Fachhandels aufgenommen werden, präsentiert die DENTALZEITUNG in einer ausführlichen Besprechung. Mit der Veröffentlichung von Statements führender Vertreter des Dentalmarktes werden die Leserinnen und Leser in die Lage versetzt, Trends und Entwicklungen schneller zu erkennen und in der täglichen Arbeit gewinnbringend umzusetzen.

Ein Beirat aus Mitgliedern des BVD berät die Redaktion zu allen aktuellen Fragen und Entwicklungen des Dentalmarktes und übermittelt zudem aktuelle Verbandsthemen und Kundeninformationen. Die Messezeitung DENTALZEITUNG *today* erscheint im praktischen Zeitungsformat zu jeder der jährlich stattfindenden regionalen Dentalfachmessen (id infotage dental sowie Fachdental) und stellt hier die Messeneuheiten sowie alles Wissenswerte rund um die jeweilige Messe vor.

DENTALZEITUNG und DENTALZEITUNG *today* – diese leistungsfähige Medienplattform darf in keinem Mediaplan handels-treuer Unternehmen fehlen, um den Zahnärztinnen und Zahnärzten, den Zahntechnikerinnen und Zahn Technikern sowie den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des Dentalhandels aus erster Hand die neusten Behandlungs- und Produktrends aufzuzeigen.



**STEFAN THIEME**  
BUSINESS UNIT MANAGER

© Katja Kupter



### Gut zu wissen:

Durchschnittlich 183.000 Dokumente bearbeitet unsere Redaktion in einem Jahr.

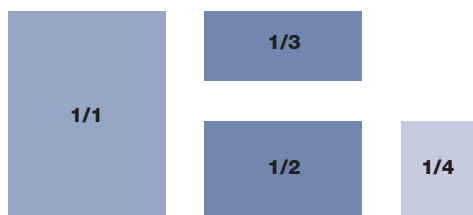


## DENTALZEITUNG

Die *DENTALZEITUNG* ist seit 23 Jahren das offizielle Mitteilungsorgan des Fachhandels und setzt als überregionale Informationsquelle Maßstäbe in Sachen Inhalt und Qualität. Mit einer Auflage von 35.000 Exemplaren gehört die *DENTALZEITUNG* zu den auflagenstärksten zahnmedizinischen Fachzeitschriften und hat einen breiten Leserkreis in der Zahnarztpraxis sowie bei den Fachberatern des Dentalhandels.

- Zielgruppen: Zahnarztpraxen, Dentalfachhandel
- Auflage: 35.000 Exemplare (IVW 3/2021)
- Erscheinung: 6 Ausgaben
- Format: 210 x 297 mm
- Besonderheit: offizielles Mitteilungsorgan des Bundesverbandes Dentalhandel e.V.

Ausgabe	Redaktionsschluss	Anzeigenschluss	Erscheinungstermin	Schwerpunktthema
1/2022	17. Januar	04. Februar	25. Februar	Endodontie   KONS
2/2022	14. März	01. April	22. April	Diagnostik
3/2022	16. Mai	03. Juni	24. Juni	Parodontologie   Prophylaxe
4/2022	01. August	19. August	09. September	Praxishygiene
5/2022	12. September	30. September	21. Oktober	Praxiskonzepte
6/2022	24. Oktober	11. November	02. Dezember	Zukunft digitale Praxis



Format	1/1	1/2	1/3	1/4
<b>Maße</b>	210 x 297	210 x 148 (quer) 105 x 297 (hoch)	210 x 99 (quer) 70 x 297 (hoch)	105 x 148
<b>Preis</b>	5.850 EUR	4.150 EUR	3.350 EUR	2.850 EUR
<b>Beilage</b>	ab 87 EUR (zzgl. Postgebühren) pro 1.000 Exemplare			

E-Paper lesen



Termine unter Vorbehalt. Alle Preisangaben gelten für 4c-Anzeigen. Preise in EUR zzgl. der gesetzlichen MwSt. Alle Maße in Millimeter.



# DZ today

DZ today heißt die vom Fachhandel autorisierte Messezeitung für Praxis und Dentallabor im regionalen Einzugsgebiet der Dentalfachmessen Deutschlands. Durch den größtenteils kostenfreien Versand im Vorfeld der Dentalfachmessen sowie der Verbreitung vor Ort bietet dieses aktuelle Medium in einer übersichtlichen Form eine schnelle Orientierung über Produktneuheiten, Sonderangebote und Messeaktionen.

- Zielgruppe: Zahnarztpraxen, Labore, Messebesucher
- Auflage: 8.000 Exemplare
- Erscheinung: begleitend zu den Dentalmessen 2022
- Format: 280 x 400 mm
- Besonderheit: etablierteste Messezeitschrift der Dentalbranche weltweit (bei über 80 internationalen Messen)



Ausgabe	Anzeigenschluss	Erscheinungstermin	Messetermin	Fachmesse
Leipzig	19. August	16. September	23./24. September	Fachdental Leipzig/ id infotage dental
Stuttgart	05. September	07. Oktober	14./15. Oktober	Fachdental Südwest/ id infotage dental Stuttgart
München	09. September	14. Oktober	21./22. Oktober	id infotage dental München
Frankfurt am Main	07. Oktober	04. November	11./12. November	id infotage dental Frankfurt am Main

Format	1/1			
	1/1	1/2	1/3	1/4
Maße	280 x 400	280 x 200 (quer) 162 x 400 (hoch)	280 x 135 (quer) 112 x 400 (hoch)	162 x 166
Preis	2.650 EUR	2.150 EUR	1.750 EUR	1.450 EUR
Beilage	ab 290 EUR (zzgl. Postgebühren) pro 1.000 Exemplare			



Weitere Formate, Werbeformen und Preise auf Anfrage. Die ausführlichen Mediadaten finden Sie unter [www.oemus.com/mediadaten](http://www.oemus.com/mediadaten)

# ZWP ONLINE

zwp-online.info

Das Internet stellt innerhalb der Zielgruppe der Zahnärzte den am stärksten gewachsenen Informationskanal der letzten zehn Jahre dar. Auf dem dentalen News- und Fachportal zwp-online.info erhält der Leser seit mehr als 13 Jahren täglich aktuelle Nachrichten aus Berufspolitik, Fortbildung und Wissenschaft sowie Markt- und Produktinformationen.

„Vor wenigen Jahren galt noch ‚Print ist Pflicht, Online ist Kür‘. Heute ist die crossmediale Vernetzung zwischen diesen beiden Säulen neben der modernen Onlinefortbildung eines der Erfolgsrezepte unseres Portals.“

Um die zahnärztliche Leserschaft nicht nur anzusprechen, sondern auch zu begeistern, müssen Inhalte informativ aufbereitet und in einer Form zur Verfügung gestellt werden, welche jederzeit und von jedem Gerät abrufbar ist. Auf ZWP online profitieren sowohl Nutzer als auch Unternehmen von einer beispiellos strukturierten Vernetzung der Print- und interaktiven Onlinemedien. ZWP online verzeichnet derzeit monatlich durchschnittlich 350.000 Besuche und rund **600.000 Seitenaufrufe**. Somit erreicht das Portal nahezu die gesamte Zielgruppe. Die Nachrichtenplattform weist dabei alle Features auf, die die moderne Medientechnologie derzeit zu bieten hat. Sei es die responsive Darstellung auf allen mobilen Endgeräten, die uneingeschränkte Lesbarkeit auf allen gängigen Tablets inkl. ePaper-Funktion für alle OEMUS MEDIA-Publikationen oder des neuen **ZWP Study Club**.

Über [www.zwp-online.ch](http://www.zwp-online.ch) und [www.zwp-online.at](http://www.zwp-online.at) werden die Leser in der Schweiz und in Österreich erreicht. Somit können unter der Dachmarke ZWP online die zahnmedizinischen und zahntechnischen Fachkreise in **Deutschland, Österreich und der Schweiz** tagesaktuelle und relevante Nachrichten, Branchenmeldungen, Fachbeiträge, Anwenderberichte zu neuesten Therapieansätzen, Livestreams, Terminen sowie Informationen zu Kongressen und Messen abrufen.

**Neue Lesergruppen** werden mit kostenlosen wöchentlichen und monatlichen Newslettern für Generalisten und Spezialisten zu Topthemen mit derzeit bis zu **60.000 Empfängern** erschlossen.

Darüber hinaus werden alle Informationen für die zahnärztliche Praxis und ihre Spezialisierungen bis hin zu Praxismanagement, Personalführung und Recht abgedeckt.



**KATJA KUPFER**  
RESSORTLEITUNG  
NEUE MEDIEN

© Katja Kupfer

zwp-online.info



# MODERN & NUTZERORIENTIERT



**ZWP ONLINE**

News Themen Fachgebiete Produkte Dentalmarkt Events CME Jobs Mediacenter

NEWS

→ Alle News Wissenschaft und Forschung Wirtschaft und Recht Dental Life & Style Autoren

**TICKER**

**So lehrreich war der Mobile Word Congress mit Oral-B**  
BRANCHENMELDUNGEN

**Euronda: Mehr Komfort bei der Sterilgutverwendung**  
BRANCHENMELDUNGEN

**Dreve goes Tokyo mit neuer Mundschutzrevolution!**  
BRANCHENMELDUNGEN

**FOKUS**



**Im Check: Mythen und Fakten über zahnärztliche Berufe**  
BRANCHENMELDUNGEN

Zum Artikel →



**WÖCHENTLICHES NEWS UPDATE**

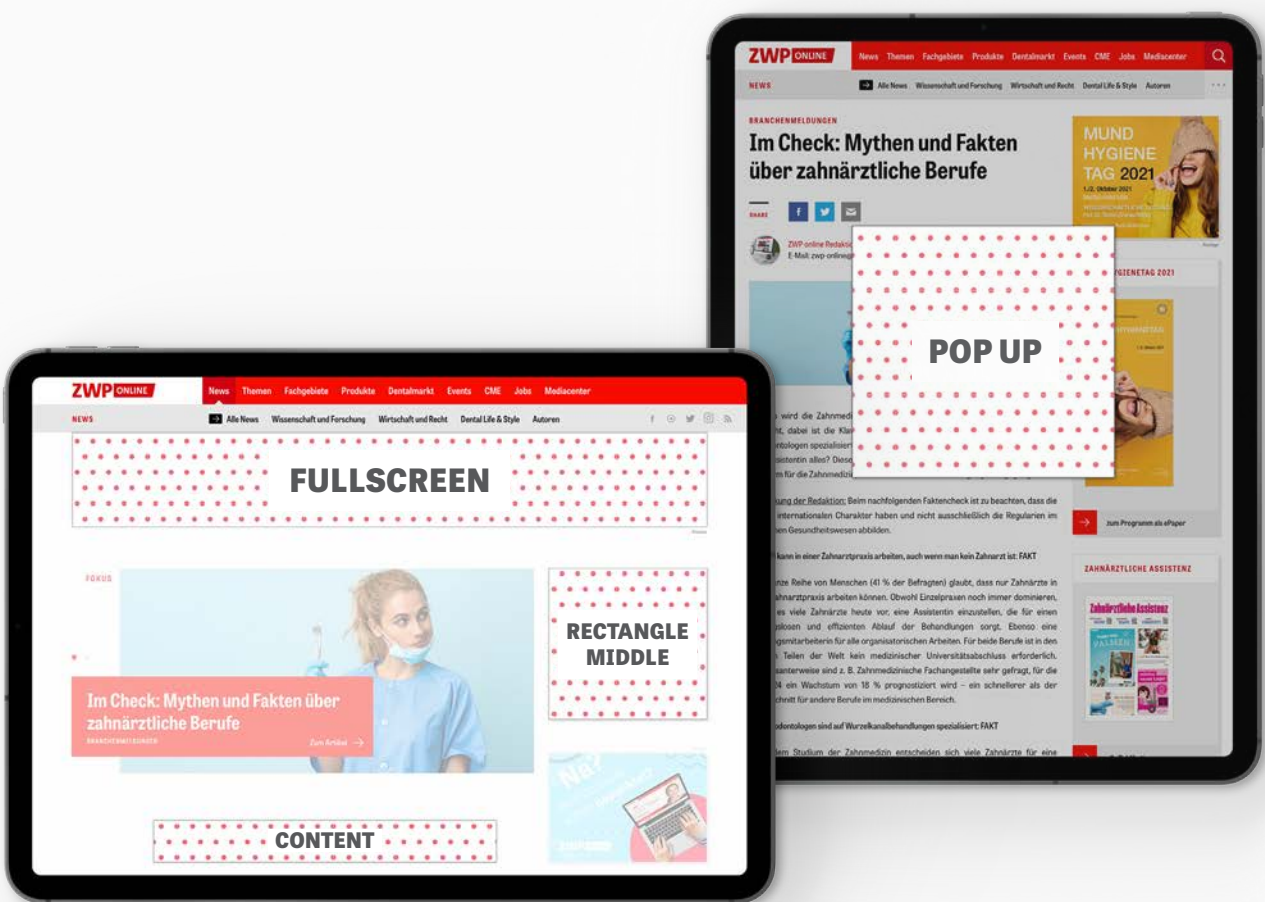
© Perig Template – stock.adobe.com



# Möglichkeiten voll ausschöpfen

Digitales Marketing macht's möglich.

Jedes unserer Banner ist im oberen Drittel der Website angesiedelt, sodass sie von allen Nutzern gesehen werden. Vor allem das Fullscreen-Banner scheut das Rampenlicht nicht. Es kann nicht nur bis zum Browserand aufgefüllt werden, sondern wird sowohl im Header- als auch im Footer-Bereich dargestellt. Darüber hinaus erzielt das bei Werbetreibenden beliebte Pop-up Banner eine hohe Aufmerksamkeit.



© Anthony Boyd Graphics



Mediadaten  
als ePaper



Bannerformat	10.000 Impressionen	20.000 Impressionen	50.000 Impressionen
Fullscreen* **	1.950 EUR	2.950 EUR	5.450 EUR
Content-Banner* **	950 EUR	1.850 EUR	3.250 EUR
Rectangle middle* **	1.250 EUR	2.450 EUR	4.250 EUR
Autorun Pop-up	-	5.950 EUR	-
Pop-up normal	-	4.950 EUR	-

\* Auf Wunsch erstellt das ZWP online-Team Ihr Banner (Preis auf Anfrage). \*\* Banner Dateiformate: JPG, PNG, GIF; Dateigröße: max. 1 MB.

# Eine Plattform, unzählige Optionen – Begeben Sie sich auf die digitale Poleposition!

Digitales Lernen.  
**Neu gedacht.**

**ZWP** STUDY CLUB  
zwpstudyclub.de



2021 erfolgte die Zusammenlegung des E-Learning-Segments von ZWP online mit dem Dental Tribune Study Club. Die zwei etablierten und erfolgreichen dentalen E-Learning-Plattformen bündeln mit dieser Kooperation ihre Kräfte und starten unter **www.zwpstudyclub.de** neu durch. Mit dem ZWP Study Club wurde eine Plattform geschaffen, die alle Varianten der fortbildungsorientierten Online-Präsentation abdeckt. Mit den Optionen Live-OP/-Behandlung, Webinar, Studio Tutorial, Web-Interview und Digitale Symposien ist der Study Club derzeit **konkurrenzlos** und besitzt eine mediale Bandbreite, die ihresgleichen sucht. Die Fortbildungsplattform ermöglicht, fördert und vereinfacht den **globalen Know-how-Transfer** zwischen Wissenschaft und Praxis und bietet seinen Mitgliedern die Möglichkeit, Fortbildungspunkte orts- und zeitunabhängig zu erwerben. Die Zahlen sprechen für sich: Bisher nutzen mehr als **26.000 registrierte Mitglieder** das weitläufige Angebot im deutschsprachigen Raum.

Mediadaten  
als ePaper



© Peir - stockadobe.com



# #welovewhatwedo

Wir. Die OEMUS MEDIA AG.

Alle unsere Kolleginnen und Kollegen tragen mit ihrer Persönlichkeit zum steten Erfolg der OEMUS MEDIA AG bei. Dabei gilt für UNS alle, täglich vieles NEU zu denken sowie innovativ und zielführend zu arbeiten. Die Menschen sind die unverzichtbare Basis für das gemeinsame unternehmerische Wachstum.

Zusammenhalt, Unterstützung, Aufmunterung und konstruktive Kritik – all das gehört zu unseren gelebten Werten im Verlagsalltag. Eines ist für uns aber noch viel wichtiger: der **Erfolg unserer Kunden**. Denn wir lieben, was wir tun.

Die Zahnmedizin ist relevanter denn je. Mundgesundheit ist Voraussetzung und Indikator für ein gesundes Leben. Unser Ziel ist es, die dentalen Themen redaktionell so breit wie möglich darzustellen. Dabei treffen wir täglich auf mitreißende und kluge Menschen aus Praxis, Labor, Universität und Industrie – mit ihnen zusammenarbeiten zu dürfen, ist Privileg und Freude zugleich. **Antje Isbaner** und **Georg Isbaner** (Redaktionsleitung Print, OEMUS MEDIA AG)





Ein Blick in die Dispo:  
Die OEMUS-Anzeigenprofis  
**Lysann Reichardt** und  
**Marius Mezger**. Damit jede  
Anzeige genau dort steht, wo  
sie stehen soll, wird hier doppelt  
geprüft und abgeglichen.



© Katja Kupter



© Katja Kupter

Das Dream-Team der Zahntechnik: ZF- und  
ZWL-Redakteurin **Rebecca Ludwig** und  
Business Unit Manager **Stefan Reichardt**  
sind Themen, Trends und Innovationen der  
modernen Zahntechnik auf der Spur.

Keine Frage zu klein, kein Thema  
zu groß: Die Print-Redaktion  
recherchiert in alle Richtungen der  
Zahnmedizin bzw. Zahntechnik und  
informiert – fundiert und aktuell – die  
Leserinnen und Leser der OEMUS  
MEDIA AG Printprodukte.



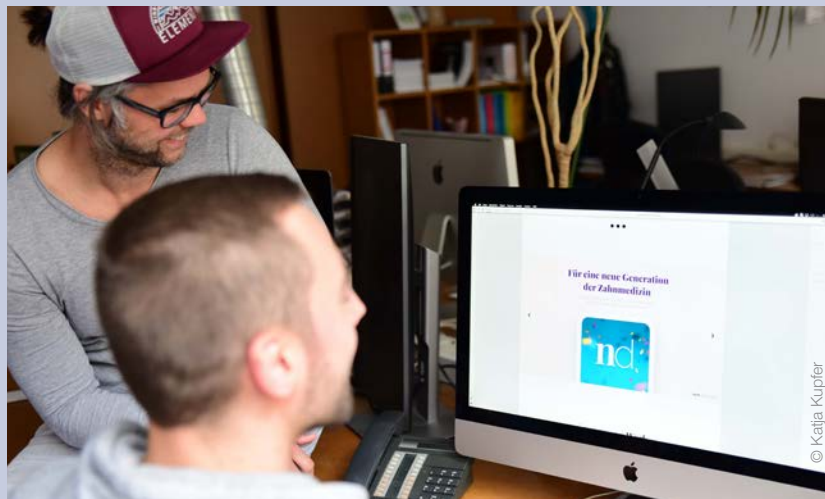
© Katja Kupter



Mit Akribie und geschultem Auge finden unser Lektor **Frank Sperling** und seine Kolleginnen auch die kleinsten Fehler.

© Katja Kupfner

Die Männer mit den visuellen Ideen: **Alexander Jahn**, Art Director und Abteilungsleiter der Grafik (links), und **Max Böhme**, Junior Art Director.



© Katja Kupfner



© Katja Kupfner

Reaktion in Action: Ob per Telefon, Mail oder (mit Abstand) in Person – die OEMUS-Redaktion, hier vertreten durch ZWP- und *dentalfresh*-Redakteurin **Marlene Hartinger**, ist immer am Ball, offen für Fragen, Hinweise und Recherche-Tipps.





© Katja Kuppler

Dass Sie in den Genuss unserer Fortbildungen und Kongresse kommen, dafür sorgen u. a. **Andreas Grasse**, Event-Administrator, **Sandra Otto**, Eventmanagerin, und **Henrik Eichler**, Business Unit Manager Event (v. l. n. r.).



© Katja Kuppler

Die Männer hinter der Kamera und verantwortlich für die Eventlogistik: Unsere Veranstaltungstechniker **Maximilian Wolf** (links) und **Simon Sachs**.

Die Zahlzentrale des Unternehmens: die Buchhaltung und ihre Expertinnen Yuseon Lee (links) und Victoria Lässig.



© Katja Kuppler



# KN Kieferorthopädie Nachrichten

Die *KN Kieferorthopädie Nachrichten* sind das monatlich erscheinende Nachrichtenformat für Fachzahnärzte für Kieferorthopädie. Im Vordergrund der aktuellen Berichterstattung stehen neben standespolitischen Themen die Fachinformation sowie die Information über kieferorthopädische Fortbildung auf hohem internationalen Niveau.

**KN WISSENSCHAFT & PRAXIS** Nr. 6 | Juni 2021

### Therapiedurchführung in vier Phasen

**Präoperative Maßnahmen und orthodontische Vorbereitung**  
Zur Ermittlung der physiologischen Autorotation des Unterkiefers wurde die Distalgie korrigiert, so dass eine operative Unterkieferverlagerung nicht mehr notwendig war. Eine Oberkieferverlagerung um 1,5 mm sollte erfolgen (Abb. 8a und b).

**Orthodontie zur FeinEinstellung der Okklusion**  
Dieses ist der frühestmögliche Einsatz der orthodontischen Kräfte, entscheidend für deren Wirkung, die angestrebten orthodontischen Zahnbewegungen einfacher durchzuführen sind. Entsprechend beginnt nur wenige Tage nach der Operation die postoperative orthodontische Behandlung. Es wurden im Ober- und Unterkiefer Gummizüge eingesetzt.

**Retention zur Sicherung des erreichten Ergebnisses**  
Sechs Monate nach der Operation wurde die MB-Apparatur entfernt. Zusätzlich zum fixen Retainer (B-3) wurde ein herausnehmbares Retentionsgerät eingesetzt.

**Ergebnisse und Diskussion**  
Die Abbildungen 9a bis e zeigen die Endsituation in Okklusion. Die extraoralen Aufnahmen lassen eine harmonische Gesichtsbildung in der vertikalen Verkürzung des Unterkiefers erreicht wurde. Zudem zeigte sich ein harmonisches Profil im Sagittalen. Auch das Mundprofil erschien ausgeglichen. Die periorale Muskulatur war entspannt und der Lippenchluss ohne Anstrengung möglich (Abb. 10a-c). Das frontale OPG zeigt eine gute parodontale Situation ohne Wurzelresorptionen (Abb. 11). Die FHS-Aufnahme (Abb. 12) verdeutlicht die Änderungen der Parameter aufgrund der operativen Impaktion und posterioren Schenkung der Maxilla. Impaktion des Oberkiefers und Autorotation des Unterkiefers führen zu einer Verkleinerung der anterioren Gesichtshöhe, sodass ein offener Biss, der kieferorthopädisch-kieferchirurgisch gelöst wurde.

**Wissenschaft & Praxis** Seite 14

**Digitale Planung**  
Kieferorthopäde Prof. Dr. Nikolaus Gerstorff und ZIM Matthias Papper stellen anhand eines Falls detailliert das Planungsprotokoll einer Allgiertherapie vor.

**Wissenschaft & Praxis** Seite 19

**Patientenservice**  
Wird dieser wachdrückt auf digitale Fülle gestellt, ergeben sich völlig neue Möglichkeiten von denen Patient und Praxis profitieren.

**Wirtschaft & Recht** Seite 26

**KN Kurznotiert**  
2.463 Studentinnen erlangten 2019 im Fachbereich Zahnmedizin ihre Approbation – so viele wie nie zuvor. (Quelle: KZD/Ärzte, Statistik)

**65 Prozent**  
Laut einer Studie suchen lediglich zwei Drittel der Deutschen bei akuten Zahnschmerzen einen Arzt auf. 33 Prozent nehmen Schmerzmittel, 9 Prozent sitzen es aus, 7 Prozent greifen auf Hausmittel zurück. (Quelle: CLAP)

**kontakt**

**Prof. Dr. med. dent. Nezar Watted**  
Universitätsklinikum Würzburg  
Klinik und Polikliniken für Zahn-, Mund- und Kieferkrankheiten des Julius-Maximilians-Universität Würzburg  
Heinestraße 2  
97070 Würzburg  
nezar.watted@ukw.net

**KN KIEFERORTHOPÄDIE NACHRICHTEN** Die Zeitung von Kieferorthopädie

www.kn-aktuell.de Nr. 6 | Juni 2021 | 19. Jahrgang

## MOLA FAC

Weltweit wird die F-Ziel dieser ist die orthopädisch statt Behandelungsan

**FA Point**  
**WALA Ridge**  
**Basal Bone**  
**Center of Resistance**

Abb. 1a und 1b: WALA-Ridge-Methode nach Andrews und Andrews.

**Enormes Informationsdefizit beim E-Rezept**  
Aktuelle Patientenfragebogen zeigen, dass viele Patienten ein Defizit haben, nach dem sie einen Informationsbedarf haben.

**Supershop**  
sationell günstig

**Ihre 1. Wahl**

**datapuls 2021**

**KFO-Honorar bereits vor Behandlungsbeginn?**  
Ein Beitrag von Wolfgang J. Lühl, Geschäftsführer der dent.apart Einfach bessere Zähne GmbH.

**Berufsrechtliche Vorschriften**  
Die Coronakrise führt mehr und mehr zu wirtschaftlichen Problemen, die sich in ihrer vollen Breite erst in den Folgemonaten zeigen werden. Umso mehr entsteht bei Praxisinhabern der Wunsch, unnötige „Zweckentwässerung“ einzuparen und finanzielle Risiken zu minimieren. Neue Finanzierungslösungen wie etwa der dort sogenannte „Zweckentwässerung“ sind willkommen zu sein, weil der im HKP genannte Geldbetrag bereits vor Behandlungsbeginn an die Praxis ausbezahlt wird und bei voller Vorab-Liquidität ist und somit das zeitraubende, kostenintensive Mahnwesen komplett entfällt. Für Kieferorthopäden ist dieser finanzielle Sicherheitsaspekt besonders interessant, weil eine Behandlung nicht selten ein Jahr und länger dauert. Nur: Ist ein solcher Honorarvorschuss berufsethisch zu beanstanden?

**Die Corona-bedingte Wirtschaftslage**  
Der renommierte Gegenwartsorthodontiker Professor Timothy Garton Ash (University of Oxford) fürchtet

**Ormico**  
LAUNCH EVENT  
**DAMON ULTIMA SYSTEM**  
05. - 06. November 2021  
Sofitel Bayerpost München

Dr. Ewald Dammann, Dr. Michael Becknell, Dr. Elizabeth Penzel

Programmdetails folgen  
Gala-Dinner Freitag 05.11.2021

Für weitere Informationen und Anmeldung kontaktieren Sie bitte [ormico-dent-event.com](mailto:ormico-dent-event.com) oder [Telefon: +49 81 2461357](tel:+49812461357)

**das selbstligierende passive Bracket SLV PLUS**  
NEU

Drop-In-Haken für alle Größen von Unterkiefer  
bessere Bracketskontrolle  
innovative Selbstligierung

www.dentalline.de Tel. 07231 9781-0



Das *KN Kompendium* (5.000 Exemplare) erscheint ein Mal pro Jahr als monothematisches Supplement der *KN Kieferorthopädie Nachrichten*.

Zielgruppe: Fachzahnärzte für Kieferorthopädie  
 Auflage: 4.000 Exemplare  
 Erscheinung: 10 Ausgaben  
 Format: 280 x 400 mm

Ausgabe	Redaktionsschluss	Anzeigenschluss	Erscheinungstermin	Schwerpunktthema
1+2/2022	07. Januar	28. Januar	11. Februar	
3/2022	04. Februar	04. März	18. März	
4/2022	04. März	01. April	14. April	Vorschau AAO-Kongress Honolulu (Hawaii) 29. April–3. Mai 2022
5/2022	08. April	06. Mai	20. Mai	Vorschau EOS-Kongress Limassol (Zypern), Juni 2022
6/2022	13. Mai	10. Juni	24. Juni	Nachlese AAO-Kongress Honolulu (Hawaii)
7+8/2022	17. Juni	15. Juli	29. Juli	Nachlese EOS-Kongress Limassol (Zypern)
9/2022	05. August	02. September	16. September	Vorschau DGKFO-Kongress Berlin, 21.–24. September 2022
10/2022	09. September	07. Oktober	21. Oktober	Nachlese DGKFO-Kongress Berlin
11/2022	07. Oktober	04. November	18. November	
12/2022	04. November	02. Dezember	16. Dezember	<i>KN Kompendium</i>
Kompendium	04. November	25. November	16. Dezember	Lückenmanagement

1/1

1/3

1/2

1/4

Format	1/1	1/2	1/3	1/4
Maße	280 x 400	280 x 200 (quer) 162 x 400 (hoch)	280 x 135 (quer) 112 x 400 (hoch)	162 x 166
Preis (KN)	2.950 EUR	2.150 EUR	1.950 EUR	1.150 EUR
Preis (KNK)	3.150 EUR	2.450 EUR	1.950 EUR	
Beilage	ab 280 EUR (zzgl. Postgebühren) pro 1.000 Exemplare			



Termine unter Vorbehalt. Alle Preisangaben gelten für 4c-Anzeigen. Preise in EUR zzgl. der gesetzlichen MwSt. Alle Maße in Millimeter. Weitere Formate, Werbeformen und Preise auf Anfrage. Die ausführlichen Mediadaten finden Sie unter [www.oemus.com/mediadaten](http://www.oemus.com/mediadaten)



# SPEZIALWISSEN AUF DEN PUNKT GEBRACHT

Fachjournale, interdisziplinäre und internationale Magazine

Die Fachjournale, die interdisziplinären und die internationalen Magazine sind das Rückgrat der Fachkommunikation der OEMUS MEDIA AG. Renommierte Autoren, Experten und Anwender berichten hier über die aktuellsten Entwicklungen in dem jeweiligen Therapiegebiet. Darüber hinaus gibt es Veranstaltungshinweise und Berichte sowie Beiträge über die Aktivitäten der Fachgesellschaften. Für die Industrie sind diese Publikationen die ideale Plattform zur Vorstellung der neuesten Produkte und Dienstleistungen im jeweiligen Therapieangebot. Für die Journale werden sogenannte CME Online in der jeweiligen Ausgabe erhält.

**Gut zu wissen:**



Auf unseren Servern lagern 1.600.000 Bilder. Das entspricht einer Datenmenge von 7,5 Terrabyte oder 10.714 CDs.



Fachbeitrag  
Speichel: Wichtig für die Erhaltung von Zähnen und Leberqualität  
Seite 6

Doctob  
Mit dig  
im P  
- ei

Recht  
Läsion des Nervus Lingualis bei Extraktion aus rechtlicher Sicht  
Seite 36

Anwenderbericht  
WSN mit Kronenverstellbar im Unterkiefer  
Seite 20

Fachbeitrag  
Augmentation mit bihämischen phylogenen ZAM  
Seite 14

Fachbeitrag  
Diagnose verschiedener Zystenarten bei symptomatischem Weichzahn  
Seite 6



20. Jahrgang | € 19,00 zzgl. MwSt. | ISSN 1611-8870 | P-01-F-50177

ENF

2 2021

Fachbeitrag  
Anpassung in der  
-Technologie



Optimalem Terminmanagement  
Praxisablauf Entlastung schaffen  
in Bericht aus der Praxis

2021

**Fachbeitrag**  
Komplexe Revision eines  
Ultraschallmodars mit fünf Kanülen  
Seite 6

Wia  
Lohn der  
Seite 12

Zeitschrift für Implantologie, Parodontologie und Prothetik

# IMPLANTOLOGIE Journal

75. Jahrgang | € 18,00 zzgl. MwSt. | ISSN 1439-4799 | Pp. 1-4200

6 2021

**inkl. CME-Artikel  
CME-Tutorial**

**CME | DGZJ Peer-reviewed**  
Interproximale Wurzelabspreizung  
für eine Implantation  
Seite 6

**DGZJ intern**  
Zukunftskongress der DGZJ  
im Oktober in Köln  
Seite 26

**Market | Interview**  
Der kurze Weg  
zum Erfolg  
Seite 52

75. Jahrgang | € 18,00 zzgl. MwSt. | ISSN 1439-4799 | Pp. 1-2400

# ORAL

1 2021

**inklusive  
CME-A**



Zeitschrift für moderne Endodontie

# ENDODONTIE Journal

75. Jahrgang | € 18,00 zzgl. MwSt. | ISSN 1439-4799 | Pp. 1-4200

**Anwenderbericht**  
Moderne Endo-Behandlung:  
zuverlässig und reproduzierbar  
Seite 14

**Praxismanagement**  
Offene Fehlerkultur im Praxisalltag –  
Tipps für einen wichtigen Weg  
Seite 18

**Interview**  
„Kronenversorgung darf  
kein Automatismus sein“  
Seite 34

Zeitschrift für Parodontologie und präventive Zahnheilkunde

# PROPHYLAXIE Journal

75. Jahrgang | € 18,00 zzgl. MwSt. | ISSN 1439-4799 | Pp. 1-4200

**Interview:**  
Wann Mundspüllösungen  
sinnvoll sind ...  
Seite 40

**management:**  
Führungsstil



# PRAXISNAH, ÜBER LANDESGRENZEN HINWEG

CME-Artikel, Anwenderberichte, das Neuste aus Wissenschaft und Industrie sowie eine breite digitale Vernetzung über die ePaper – mit den Spezialistentiteln der OEMUS MEDIA werden Zahnmedizinerinnen und Zahnmediziner zu ihrem Fachgebiet schnell und umfassend informiert.



**NADJA REICHERT**  
REDAKTEURIN  
JOURNALE/JAHRBÜCHER

**JOHANNES LIEBSCH**  
REDAKTEUR  
INTERNATIONALE MAGAZINE

© Katja Kupfer

**Auf dem Markt wird eine große Bandbreite verschiedener Fachjournale für die Zahnmedizin angeboten. Was zeichnet die Magazine der OEMUS MEDIA AG aus?**

Unsere Fachjournale bilden die Spezialdisziplinen der Zahnmedizin – Implantologie, Oralchirurgie, Prophylaxe/Parodontologie und Endodontie – ab. Sie richten sich gezielt an den Praktiker und stellen die wissenschaftlichen und industriellen Inhalte so dar, dass die Leserschaft einen Nutzen für ihre tägliche Arbeit in der Praxis hat. Die Fachartikel enthalten z. B. fast immer einen oder mehrere konkrete Patientenfälle, anhand derer eine Technik oder eine Methode konkret erklärt werden kann. Damit sprechen die Autorinnen und Auto-

ren nicht nur Behandlungsempfehlungen für Kolleginnen und Kollegen aus, sondern können auch besonders bei komplexen oder komplizierteren Fällen einen Lösungsvorschlag oder eine alternative Therapie präsentieren. Weiterhin profitiert unsere Leserschaft stark von den Anwenderberichten, da hier spezielle Produkte von verschiedenen Herstellern in der Praxis getestet werden. Der Dentalmarkt bietet immer mehr Instrumente, Geräte und Materialien für die Zahnmedizinerinnen und Zahnmediziner sowie das Praxisteam an, sodass es nicht immer so einfach ist, den Überblick zu behalten. Produkte in der konkreten Anwendung zu sehen, hilft enorm bei der Entscheidung in der eignen Praxis.

Besonders aufmerksam machen möchte ich auf unsere CME-Artikel (Continuing Medical Education). Vor allem im *Implantologie-* und *Prophylaxe Journal* erscheinen Fortbildungsartikel, mit denen Zahnmedizinerinnen und Zahnmediziner zwei CME-Punkte erwerben können. Dafür stehen zehn Multiple-Choice-Fragen auf unserem Portal ZWP online zur Verfügung, die nach kostenfreier Registrierung beantwortet werden können. So steht über das gesamte Jahr ein Fortbildungsangebot zur Verfügung, das zeitlich völlig flexibel genutzt werden kann.

**Das bedeutet also, die Fachjournale stehen in enger Kombination mit dem Portal ZWP online? Wie genau funktioniert diese Verknüpfung?**

Selbstverständlich sind die Fachjournale in erster Linie Printprodukte, die unabhängig von unserem Onlinedienst alle wichtigen Informationen aktuell für die Leserschaft bereitstellen. Allerdings lohnt sich der Klick auf die ePaper der jeweiligen Ausgaben. Über diese findet eine starke Vernetzung zu allen Inhalten von ZWPonline und der OEMUS MEDIA AG statt.

Zahnmedizinerinnen und Zahnmediziner können über die verschiedenen Verknüpfungen neben den eben erwähnten Fragebögen der CME-Artikel auch auf die Profile der Autoren für weiterführende Informationen sowie auf die Literaturlisten der Fachartikel zugreifen. Gleichzeitig kommen sie über die ePaper auch zur Übersicht über alle Ausgaben des jeweiligen Journals. Weiterhin werden auch hier direkt Anmeldeöglichkeiten und Onlineprogramme für unsere Fortbildungen, Kongresse sowie das komplette Onlineweiterbildungsangebot in Form von Webinaren, Live-OPs und Tutorials verlinkt. Für Dentalunternehmen hat die Vernetzung über die ePaper-Ausgaben ähnliche Vorteile. Zum einen wird die Reichweite für die im Print platzierten Inhalte noch einmal erhöht. Firmenprofilseiten oder Anwendervideos auf unserem Portal sowie Einträge zum konkret abgebildeten Produkt werden hier verlinkt und unterstützen damit die Aussagekraft der PR-Mitteilung. Damit steht ihnen die Möglichkeit offen, ergänzend zum Print, das Unternehmen und weitere Produkte vorzustellen. Zum anderen gibt es die Möglichkeit, sich über die reine Werbung hinaus zu präsentieren. In den Fachjournalen können auch CME-Pakete platziert werden, die neben einer Anzeige auch den bereits erwähnten CME-Artikel und die Titelseite umfassen, sowie weiterführend ein CME-Webinar oder Tutorial. Im ePaper können dann Artikel und Webinar/Tutorial verknüpft werden. Damit entsteht eine enorme Außenwirkung sowie Positionierung nicht nur im Bereich Marketing, sondern auch Wissenschaft und Innovation.

**Mit Titeln wie *implants* oder *ceramic implants* ist die OEMUS MEDIA AG auch auf dem internationalen Markt gut aufgestellt. Warum lohnt sich für Leserinnen und Leser der Blick über den „Tellerrand“ hinaus?**

Da die Entwicklungen in der Industrie sowie das Treiben innerhalb der dentalen Fortbildungslandschaft längst global stattfinden und international zunehmend vernetztere Strukturen vonseiten der Hersteller und Veranstalter geschaffen werden, ist es für uns als Verlagshaus eine *conditio sine qua non*, auch über Landesgrenzen hinauszublicken, wenn wir unserem Anspruch gerecht werden wollen, das dentale Geschehen umfassend abzubilden. Forschung und Innovation hört jenseits

des D-A-CH-Raumes nicht auf und transnationale Brücken werden durch Industrie- oder Fachgesellschaftskooperationen ständig ausgebaut. So berichtet unsere *implants* beispielsweise über Events in Nahost und informiert in derselben Ausgabe über Produktneuheiten jenseits des großen Teichs. Der grundlegende Gedanke bei all dem ist immer die Anwendbarkeit für Praktiker in ihrem klinischen Alltag. Die Fallbeschreibungen von Implantologen aus aller Welt bilden das Herzstück unserer internationalen Magazine. Der Gedanke dahinter ist simpel: Zum einen möchte der Mensch erstmal sehen, wie etwas funktioniert, bevor sie oder er auf „Check out“ klickt, und zum anderen inspiriert die Darstellung der verschiedensten Behandlungstechniken zum Umdenken bezüglich des eigenen Handelns. Sofortimplantation? Augmentieren? Wann prothetisch versorgen? Unsere Printtitel geben essenzielle Denkanstöße für die tägliche Praxis. Am Ende entwickelt sich die Zahnheilkunde mit all ihren Spezialdisziplinen, wie der Implantologie beispielsweise, nicht nur durch Forschung und Produktinnovation, sondern gleichsam durch die Kühnheit der Anwender und deren Offenheit gegenüber Neuem. Auf dieser Idee fußend hat die *implants* mit einer Auflagenstärke von 10.000 Exemplaren, die in nahezu einhundert Ländern vertrieben werden, mittlerweile ein Standing erreicht, das auf dem internationalen Verlagsspielfeld seinesgleichen sucht.

**Keramikimplantate machen nach wie vor einen eher geringeren Marktanteil aus. Warum lohnt sich ein eigenes Magazin für die Keramikimplantologie?**

Die *ceramic implants* wurde 2017 als Ableger der *implants* ins Leben gerufen. Allerdings hat der Titel schnell ein dynamisches Eigenleben entwickelt, was nicht unlängst dem wachsenden Wunsch von Implantologen und Patienten nach verträglicheren Implantatmaterialien sowie dem damit einhergehenden Forschungsinteresse an dem Material Zirkoniumdioxid geschuldet ist. Keramik ist längst kein reiner Trend mehr und aufgrund seiner klaren Vorteile, in puncto Biokompatibilität oder Ästhetik beispielsweise, zu einer echten Alternative zum konventionellen Titan avanciert. Dieser Entwicklung tragen wir mit *ceramic implants* Rechnung und informieren im zweimal jährlich erscheinenden Printmagazin sowie auf der neuen Website *ceramicimplants.info* umfassend über die derzeit besonders aufregenden Entwicklungen. Dabei haben wir den redaktionellen Anspruch, Anwendern und Herstellern aus aller Welt ein unabhängiges Medium zur Verfügung zu stellen, in dem jeder Therapieansatz – egal, ob holistisch oder eher konventionell – Gehör findet. Diese Idee ging so gut auf, dass sich das Magazin in seinen nunmehr vier Jahren am Markt zu einem der international führenden Printmedien im Bereich der Keramikimplantologie etabliert hat. Das rege Interesse vonseiten der Industrie und der Vielzahl an renommierten Persönlichkeiten, die ihre Fälle und Events bei uns vorstellen, gibt dem Erfolg der *ceramic implants* Recht – man könnte sagen, es ist en vogue, dabei zu sein. Natürlich steckt die Keramikimplantologie im Vergleich zum Titan noch in den Kinderschuhen, was beispielsweise die Verfügbarkeit von Langzeitdaten angeht. Um Entwicklungen im Bereich der Forschung und Wissenschaft voranzutreiben und die Datenlage auszubauen, braucht es allerdings immer Vorreiter, „Umdenker“ und Menschen mit einer Vision, wo die Reise einmal hingehen kann. Wir bei der OEMUS MEDIA AG greifen uns mit *ceramic implants* als Teil dieser Initiative.





## Implantologie Journal

Mit fortbildungsrelevanten Inhalten wie Fachartikeln, CME-Web-Tutorials, Live-OPs und Web-Interviews bietet das *Implantologie Journal* seinen Lesern u. a. die Möglichkeit, mit jeder Ausgabe auch CME-Punkte zu erlangen.

Zielgruppen: Implantologen, Parodontologen, Zahntechniker  
 Auflage: 15.000 Exemplare  
 Erscheinung: 10 Ausgaben  
 Format: 210 x 297 mm  
 Besonderheit: offizielle Mitgliederzeitschrift der Deutschen Gesellschaft für Zahnärztliche Implantologie e.V.

Ausgabe	Redaktionsschluss	Anzeigenschluss	Erscheinungstermin	Schwerpunktthema
1+2/2022	07. Januar	14. Januar	<b>04. Februar</b>	Implantologie – State of the Art   Marktübersicht: Anbieter & Produkte
3/2022	31. Januar	11. Februar	<b>04. März</b>	Das gesunde Implantat: Prävention, Gewebestabilität und Risikomanagement
4/2022	28. Februar	11. März	<b>08. April</b>	Implantatprothetik
5/2022	28. März	11. April	<b>06. Mai</b>	GBR & GTR in der Implantologie – Teil 1   Marktübersicht: Knochenersatzmaterialien
6/2022	02. Mai	13. Mai	<b>03. Juni</b>	GBR & GTR in der Implantologie – Teil 2   Marktübersicht: Membranen
7+8/2022	04. Juli	15. Juli	<b>05. August</b>	Metallfreie Implantologie – Keramik, Kunststoffe & Co.   Marktübersicht: Keramik-/Kunststoffimplantate
9/2022	01. August	12. August	<b>02. September</b>	Der alternde Patient   Autologe Blutkonzentrate DGZI-Jahreskongress 2022 Vorschau
10/2022	29. August	16. September	<b>07. Oktober</b>	Digitale Implantologie
11/2022	26. September	14. Oktober	<b>04. November</b>	Minimalinvasive Implantattherapie   DGZI-Jahreskongress 2022 Nachlese
12/2022	31. Oktober	11. November	<b>02. Dezember</b>	Implantologische Konzepte bei stark reduziertem Knochenangebot

Format	1/1	1/2	1/3	1/4
<b>Maße</b>	210 x 297	210 x 148 (quer) 105 x 297 (hoch)	210 x 99 (quer) 70 x 297 (hoch)	105 x 148
<b>Preis</b>	<b>2.950 EUR</b>	<b>2.220 EUR</b>	<b>2.040 EUR</b>	<b>1.860 EUR</b>
<b>Beilage</b>	ab 205 EUR (zzgl. Postgebühren) pro 1.000 Exemplare			

E-Paper lesen



Termine unter Vorbehalt. Alle Preisangaben gelten für 4c-Anzeigen. Preise in EUR zzgl. der gesetzlichen MwSt. Alle Maße in Millimeter. Weitere Formate, Werbeformen und Preise auf Anfrage. Die ausführlichen Mediadaten finden Sie unter [www.oemus.com/mediadaten](http://www.oemus.com/mediadaten)

## Oralchirurgie Journal

Das *Oralchirurgie Journal* richtet sich an alle Fachzahnärzte für Oralchirurgie sowie chirurgisch tätige Zahnärzte im deutschsprachigen Raum. Das Mitgliederorgan des Berufsverbandes Deutscher Oralchirurgen e.V. (BDO) ist das Fachmedium für den Berufsstand und eine der führenden Zeitschriften in diesem Fachbereich. 4.000 spezialisierte Leser erhalten quartalsweise durch anwenderorientierte Fallberichte, Studien, fortbildungsrelevante CME-Artikel, Marktübersichten und komprimierte Produktinformationen ein regelmäßiges medizinisches Update aus der Welt der Oralchirurgie.

- Zielgruppe: Oralchirurgen  
 Auflage: 4.000 Exemplare  
 Erscheinung: 4 Ausgaben  
 Format: 210 x 297 mm  
 Besonderheit: Mitgliederorgan des Berufsverbandes Deutscher Oralchirurgen e.V.



Ausgabe	Redaktionsschluss	Anzeigenschluss	Erscheinungstermin
1/2022	10. Januar	21. Januar	11. Februar
2/2022	11. März	25. März	14. April
3/2022	04. Juli	22. Juli	12. August
4/2022	05. September	23. September	14. Oktober

Format	1/1	1/2	1/3	1/4
Maße	210 x 297	210 x 148 (quer) 105 x 297 (hoch)	210 x 99 (quer) 70 x 297 (hoch)	105 x 148
Preis	2.450 EUR	1.800 EUR	1.650 EUR	1.485 EUR
Beilage	ab 400 EUR (zzgl. Postgebühren) pro 1.000 Exemplare			

E-Paper lesen



Termine unter Vorbehalt. Alle Preisangaben gelten für 4c-Anzeigen. Preise in EUR zzgl. der gesetzlichen MwSt. Alle Maße in Millimeter.  
 Weitere Formate, Werbeformen und Preise auf Anfrage. Die ausführlichen Mediadaten finden Sie unter [www.oemus.com/mediadaten](http://www.oemus.com/mediadaten)



## Endodontie Journal

Das *Endodontie Journal* richtet sich an alle auf die Endodontie spezialisierten Zahnärzte im deutschsprachigen Raum und ist eine der führenden Zeitschriften in diesem Fachbereich. 4.000 Leser erhalten durch Fachbeiträge, anwenderorientierte Fallberichte, Studien, Marktübersichten und komprimierte Produktinformationen ein regelmäßiges Update aus der Welt der Endodontie. Gleichzeitig geben aktuelle Berichte über das Veranstaltungs- und Fortbildungsgeschehen Einblicke in die neuesten Aktivitäten der am Endodontiemarkt beteiligten Zahnärzte, Fachgesellschaften und Institutionen. Das *Endodontie Journal* ist somit ein wichtiger Werbeträger in diesem Segment.

- Zielgruppe: Endodontologen
- Auflage: 4.000 Exemplare
- Erscheinung: 4 Ausgaben
- Format: 210 x 297 mm
- Besonderheit: erreicht alle Zahnärzte und Spezialisten des Fachgebietes

Ausgabe	Redaktionsschluss	Anzeigenschluss	Erscheinungstermin
1/2022	21. Januar	04. Februar	28. Februar
2/2022	08. April	29. April	30. Mai
3/2022	12. August	06. September	19. September
4/2022	04. November	22. November	12. Dezember

	1/1	1/2	1/3	1/4
<b>Format</b>				
<b>Maße</b>	210 x 297	210 x 148 (quer) 105 x 297 (hoch)	210 x 99 (quer) 70 x 297 (hoch)	105 x 148
<b>Preis</b>	2.450 EUR	1.800 EUR	1.650 EUR	1.485 EUR
<b>Beilage</b>	ab 400 EUR (zzgl. Postgebühren) pro 1.000 Exemplare			

E-Paper lesen



Termine unter Vorbehalt. Alle Preisangaben gelten für 4c-Anzeigen. Preise in EUR zzgl. der gesetzlichen MwSt. Alle Maße in Millimeter. Weitere Formate, Werbeformen und Preise auf Anfrage. Die ausführlichen Mediadaten finden Sie unter [www.oemus.com/mediadaten](http://www.oemus.com/mediadaten)





## CME Online Print Package

Das exklusive Paket steht dem alleinigen Premiumpartner der gebuchten Journalausgabe zur Verfügung und erweitert die Werbemöglichkeiten um ein Vielfaches.

Zielgruppen: Implantologen, Parodontologen, Endodontologen, Oralchirurgen, Zahntechniker

Paket beinhaltet: Titelmotiv

Produkt- oder Image-Anzeige 1/1, A4, 4c

Ankündigungsanzeige 1/1, A4, 4c

Firmenporträt/-interview (ca. 2 Seiten)

CME-Fachartikel (ca. 2–3 Seiten)

CME-Web-Tutorial/Web-Interview (inkl. Produktion)

Alternativ: Live-OP und Studio-Tutorial möglich

(inkl. Produktion, Preis auf Anfrage)

Newsletter-Veröffentlichung

Archivierung auf ZWP online

Besonderheit: CME-Artikel und Web-Tutorial/Web-Interview sowie die alternativen Produkte werden auf ZWP online platziert und sind auch im Nachgang jederzeit abrufbar. Darüber hinaus werden sie auch über den allgemeinen ZWP online- (35.000 Abonnenten) sowie den CME-Community-Newsletter angekündigt.



Titelbild Beispiel  
Implantologie  
Journal

1/1  
Anzeige

**CME Online Print Package Basis für Oralchirurgie Journal, Endodontie Journal und Prophylaxe Journal**

Preis 7.900 EUR

**CME Online Print Package Implantologie Journal inkl. CME-Web-Tutorial/ Web-Interview**

Preis 9.900 EUR

**CME Online Print Package inkl. Live-OP/CME-Studio-Tutorial**

Preis ab 13.900 EUR



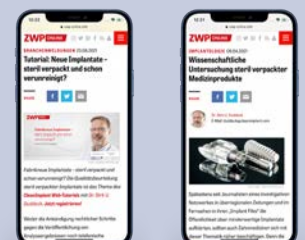
Firmenporträt/-interview  
(ca. 2 Seiten)



CME-Fachartikel  
(mehrsseitig)

CME-Webinar  
(einseitig)

Newsletter-  
Veröffentlichung



Archivierung auf  
ZWP online

## Prophylaxe Journal

Das *Prophylaxe Journal* richtet sich an präventionsorientierte und parodontologisch tätige Zahnärztinnen und Zahnärzte sowie an deren Teams. Als zielgruppenfokussiertes Fachmedium hat sich das Journal seit mehr als 20 Jahren bei 5.000 regelmäßigen Lesern etabliert und fördert vor dem Hintergrund der zunehmenden Präventionsorientierung der Zahnheilkunde u. a. die Entwicklung der entsprechenden Berufsbilder wie DH, ZMF oder ZMP. Die spezialisierten Leser erhalten durch fortbildungsrelevante CME-Artikel, anwenderorientierte Fallberichte, Studien, Marktübersichten, Produktinformationen und Nachrichten ein regelmäßiges Update aus der Welt der Parodontologie und der Prophylaxe.

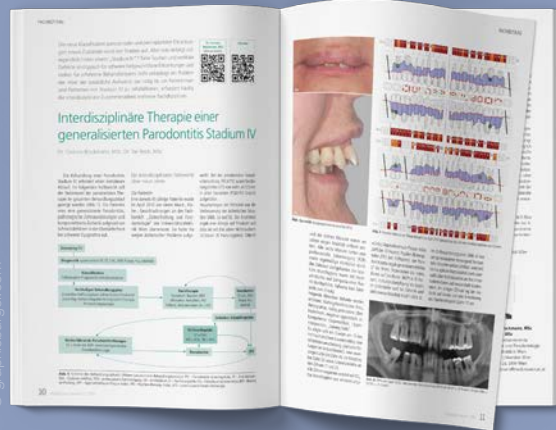
- Zielgruppen: präventionsorientierte, parodontologisch tätige Zahnärztinnen und Zahnärzte, DentalhygienikerInnen, Zahnmedizinische Fachangestellte, Zahnmedizinische Prophylaxeassistentinnen
- Auflage: 5.000 Exemplare
- Erscheinung: 6 Ausgaben
- Format: 210 x 297 mm
- Besonderheit: fortbildungsrelevante Inhalte (CME-Punkte)



Ausgabe	Redaktionsschluss	Anzeigenschluss	Erscheinungstermin
1/2022	17. Januar	28. Januar	21. Februar
2/2022	11. März	22. März	18. April
3/2022	15. April	04. Mai	23. Mai
4/2022	15. Juli	27. Juli	22. August
5/2022	09. September	28. September	17. Oktober
6/2022	05. November	22. November	12. Dezember

	1/1	1/3	1/2	1/4
<b>Format</b>				
<b>Maße</b>	210 x 297	210 x 148 (quer)	210 x 99 (quer) 105 x 297 (hoch)	210 x 99 (quer) 70 x 297 (hoch)
<b>Preis</b>	2.950 EUR	2.220 EUR	1.750 EUR	1.550 EUR
<b>Beilage</b>	ab 400 EUR (zzgl. Postgebühren) pro 1.000 Exemplare			

Termine unter Vorbehalt. Alle Preisangaben gelten für 4c-Anzeigen. Preise in EUR zzgl. der gesetzlichen MwSt. Alle Maße in Millimeter.





# INTERDISZIPLINÄRE MAGAZINE DER OEMUS MEDIA AG

Neben dem auf die allgemeinen Fachgebiete der Zahnmedizin und Zahntechnik sowie Wirtschaft und Berufspolitik ausgerichteten Titel haben die interdisziplinären Magazine eine besondere, über den normalen Tellerrand hinausreichende Ausrichtung.

Die seit vielen Jahren in Fachkreisen etablierte interdisziplinäre Printpublikation *face and body* wird ab sofort durch eine neue Webpräsenz unter [www.faceandbody.online](http://www.faceandbody.online) ergänzt.

**JETZT MIT  
EIGENER  
WEBSITE!**



## face and body\_magazin für ästhetik

*face and body* ist das interdisziplinäre Magazin für alle relevanten Fachrichtungen im Bereich der Ästhetischen Medizin. Mit dem Brückenschlag zwischen invasiven und nichtinvasiven Therapieverfahren bis hin zum kosmetisch-pflegenden Bereich ist *face and body* die ideale Media-Plattform für Produkte, Verfahren und Konzepte auf dem Gebiet der Ästhetischen Medizin. Indem der Schönheitsbegriff hier als interdisziplinäres Gesamtkonzept verstanden wird, stellt das Fachmagazin einzigartige Synergien her.

Zielgruppen: Ästhetisch-Plastische Chirurgen, ausgewählte Dermatologen  
 Auflage: 5.000 Exemplare  
 Erscheinung: 4 Ausgaben  
 Format: 210 x 297 mm



Ausgabe	Redaktionsschluss	Anzeigenschluss	Erscheinungstermin
1/2022	21. Januar	11. Februar	04. März
2/2022	29. April	20. Mai	10. Juni
3/2022	12. August	26. August	16. September
4/2022	21. Oktober	11. November	02. Dezember

Format	1/1	1/2	1/3	1/4
Maße	210 x 297	210 x 148 (quer) 105 x 297 (hoch)	210 x 99 (quer) 70 x 297 (hoch)	105 x 148
Preis	2.950 EUR	2.220 EUR	2.040 EUR	1.850 EUR
Beilage	ab 400 EUR (zzgl. Postgebühren) pro 1.000 Exemplare			

E-Paper lesen



### Gut zu wissen:

Der meistgelesene Newsbeitrag „Weisheitszahn-OP – die Zeit danach“ erreichte bis heute eine Million Aufrufe.

Newsbeitrag



## cosmetic dentistry\_practice & science (dt.)

*cosmetic dentistry* ist das interdisziplinäre Fachmagazin für High-End-Zahnmedizin und zugleich das Mitgliederorgan der Deutschen Gesellschaft für Kosmetische Zahnmedizin e.V. (DGKZ). Im Fokus des Magazins steht die „moderne Zahnmedizin“ im weitesten Sinne. Neben kontemporären, funktionell und ästhetisch anspruchsvollen Behandlungskonzepten geht es auch um innovative Technologien oder Praxiskonzepte. Fragen der modernen Praxisführung werden genauso beleuchtet wie neue Produkte.



Zielgruppe: High-End-Zahnmediziner  
 Auflage: 4.000 Exemplare  
 Erscheinung: 4 Ausgaben  
 Format: 210 x 297 mm  
 Besonderheit: Mitgliederorgan der Deutschen Gesellschaft für Kosmetische Zahnmedizin e.V.

Ausgabe	Redaktionsschluss	Anzeigenschluss	Erscheinungstermin
1/2022	28. Januar	11. Februar	März
2/2022	25. März	14. April	Mai
3/2022	24. Juni	08. Juli	August
4/2022	26. August	09. September	Oktober

	1/1	1/2	1/3	1/4
<b>Format</b>	1/1	1/2	1/3	1/4
<b>Maße</b>	210 x 297	210 x 148 (quer) 105 x 297 (hoch)	210 x 99 (quer) 70 x 297 (hoch)	105 x 148
<b>Preis</b>	2.950 EUR	2.220 EUR	2.040 EUR	1.850 EUR
<b>Beilage</b>	ab 400 EUR (zzgl. Postgebühren) pro 1.000 Exemplare			

E-Paper lesen



Termine unter Vorbehalt. Alle Preisangaben gelten für 4c-Anzeigen. Preise in EUR zzgl. der gesetzlichen MwSt. Alle Maße in Millimeter.  
 Weitere Formate, Werbeformen und Preise auf Anfrage. Die ausführlichen Mediadaten finden Sie unter [www.oemus.com/mediadaten](http://www.oemus.com/mediadaten)



# OEMUS MEDIA AG INTERNATIONAL

Neben den deutschsprachigen zahnmedizinischen Fachtiteln werden auch internationale Magazine publiziert. Die in englischer Sprache in rund 100 Ländern erscheinenden Titel *implants* und *ceramic implants* haben in diesem Segment eine der weltweit höchsten Marktdurchdringungen. Neben den an Zahntechnik sowie Wirtschaft und Berufspolitik ausgerichteten Titeln haben die interdisziplinären Magazine eine besondere, über den normalen Tellerrand hinausreichende Ausrichtung.



## implants – international magazine of oral implantology (engl.)

Mit Lesern in rund 100 Ländern ist *implants* heute eine der weltweit meistverbreiteten dentalen Fachpublikationen. Das in Kooperation mit der Deutschen Gesellschaft für Zahnärztliche Implantologie e.V. (DGZI), der ältesten europäischen implantologischen Fachgesellschaft, herausgegebene Magazin stellt sich in den Dienst des internationalen Know-how-Transfers auf dem Gebiet der dentalen Implantologie.

Zielgruppe: Implantologen (international)  
 Auflage: 10.000 Exemplare  
 Erscheinung: 4 Ausgaben  
 Format: 210 x 297 mm  
 Besonderheit: internationaler Versand



Ausgabe	Redaktionsschluss	Anzeigenschluss	Erscheinungstermin
1/2022	14. Januar	07. Februar	März
2/2022	14. März	04. April	Mai
3/2022	11. Juli	08. August	September
4/2022	12. September	04. Oktober	November

	1/1	1/2	1/3	1/4
<b>Format</b>	1/1	1/2	1/3	1/4
<b>Maße</b>	210 x 297	210 x 148 (quer) 105 x 297 (hoch)	210 x 99 (quer) 70 x 297 (hoch)	105 x 148
<b>Preis</b>	3.450 EUR	2.950 EUR	2.450 EUR	2.150 EUR
<b>Beilage</b>	ab 205 EUR (zzgl. Postgebühren) pro 1.000 Exemplare			

E-Paper lesen



Termine unter Vorbehalt. Alle Preisangaben gelten für 4c-Anzeigen. Preise in EUR zzgl. der gesetzlichen MwSt. Alle Maße in Millimeter. Weitere Formate, Werbeformen und Preise auf Anfrage. Die ausführlichen Mediadaten finden Sie unter [www.oemus.com/mediadaten](http://www.oemus.com/mediadaten)

Das internationale Fachmagazin *implants* inspiriert seine Leserschaft vierteljährlich mit einer Vielzahl an klinischen Fallberichten von Implantologen aus aller Welt und liefert relevante Denkanstöße für die tägliche Praxis. Einen besonderen Stellenwert haben zudem Berichte über internationale Fachkongresse sowie über die internationalen Aktivitäten der DGZI, die mit ihren eigenen und assoziierten Mitgliedern Bestandteil eines 11.000 Implantologiespezialisten umfassenden Netzwerks ist. Über 80 Prozent der Auflage des Magazins werden im Direktversand an Mitglieder und Abonnenten verbreitet. Darüber hinaus ist *implants* auf mehr als 50 internationalen Messen und Kongressen als Belegexemplar erhältlich. *implants – international magazine of oral implantology* erscheint in englischer Sprache.



case report

## Successful immediate implant loading—According to the **Socket Shield** Technique

Dr Ramon Gómez Meda, Spain



**Figs. 1a & b:** Initial situation before partial extraction of the fractured tooth and immediate implant placement. The epigeval fracture made a horizontal reduction of the root unnecessary.

### Introduction

In 2010 a novel approach to preserve the soft and hard tissues following tooth extraction was reported.<sup>1</sup> Clinical studies had suggested that retaining roots of hopeless teeth may avoid tissue alterations or prevent alveolar bone loss following tooth extraction. The proof-of-concept study in beagle dogs showed that retaining the buccal aspect of the root during implant placement does not appear to interfere with

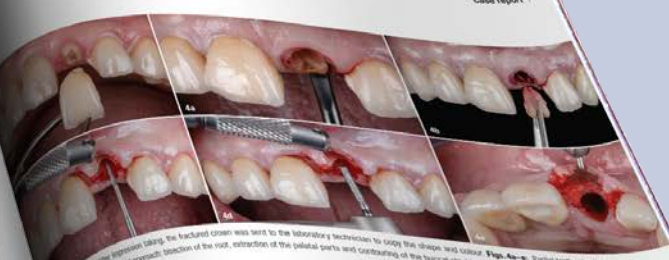


**Figs. 2a & b:** The DICOM files as well as the intra-oral STL files were imported into a software (Blue Sky Bio) to plan the ideal implant position. Finally, a surgical guide was printed.

osseointegration and may be beneficial in preserving the buccal bone plate. Since then, the Socket Shield Technique has been further evaluated clinically in its application as originally described by Hürzeler et al. or in complex situations, such as multiple adjacent implants, with pleasing aesthetic results.<sup>2-4</sup> The latest critical literature review by Hürzeler et al. about the clinical data support on the Socket Shield Technique summarized promising outcomes with the Socket Shield Technique, its high potential to reduce the need for invasive bone grafts around implants in the aesthetic zone, but also concluded that clinical data to support it is very limited.<sup>5</sup> Nevertheless, this technique cannot be implemented in routine dental practice without caution as it is quite technique-sensitive and thus, should be reserved for the experienced surgeon. The following case report describes an enhanced Socket Shield Technique as an efficient treatment concept, with a favourable cost-benefit ratio and highly aesthetic outcomes.

### Clinical case

In the following case a 69-year-old male with good health condition (ASA II) presented in the office with a fracture of a central incisor. The full mouth had been previously restored with lithium disilicate crowns due to the severe attrition; the teeth suffered as a consequence of the intense bruxism and clenching the patient reported. Anterior crowns were



**Fig. 3:** After impression taking, the fractured crown was sent to the laboratory technician to copy the shape and colour. **Figs. 4a-e:** Partial tooth extraction and Socket Shield approach: section of the root, extraction of the palatal parts and contrasting of the horizontal shield.

applied but even to the crown of the tooth broke horizontally at gingival level. The pulp sensibility test of the fractured tooth with CO<sub>2</sub> snow was negative, the peri-coronal tissues were inflamed, but showed absence of active purulent infection. Hard and soft tissue showed no signs of bone loss or suppuration. In comparison of the soft tissue and bone support of the two maxillary quadrants there was no difference observed, in comparison to the other, radiologically the root remnant of the two quadrants showed no signs of fracture (Figs. 1a & b), nor one quadrant to the other. Tooth conservation was assessed and showed no alterations or signs of fracture (Figs. 1a & b). Oral hygiene was good. Tooth conservation was assessed to be feasible but seemed rather unpredictable due to the

lack of enough dentine to predictably support a crown in the long term. Another alternative was to extract the root and to restore the adjacent teeth with a fixed bridge. After a discussion of the treatment options and the respective risks and benefits, the patient agreed to substitute the tooth by an implant. The crown of the fractured tooth was temporarily positioned in place with the help of flowable composite.

An intra-oral scan of both maxillary and mandibular jaw (3Shape, TRIOS) to produce the guide template was taken. For planning of the implant position a CBCT scan was done



**Figs. 5a-e:** Fully guided placement of the implant into the exact 3D prosthetic position, in distance to the root shield. Care was given to root chair position of the buccal root shield. **Figs. 6a & b:** The interim restoration had been designed based on the intra-oral scan; it could be screwed onto the immediately after the surgery to close the extraction wound and preserve the soft tissue.



# CERAMIC IMPLANTS

international magazine of ceramic implant technology (engl.)

JETZT MIT  
EIGENER  
WEBSITE!

## Der Trend zur Biologisierung in der Zahnmedizin

Keramikimplantate im Kontext moderner Therapieverfahren –  
*ceramic implants* ab 2022 mit drei Ausgaben pro Jahr und ausgebauter  
Onlinepräsenz unter **ceramic-implants.info**

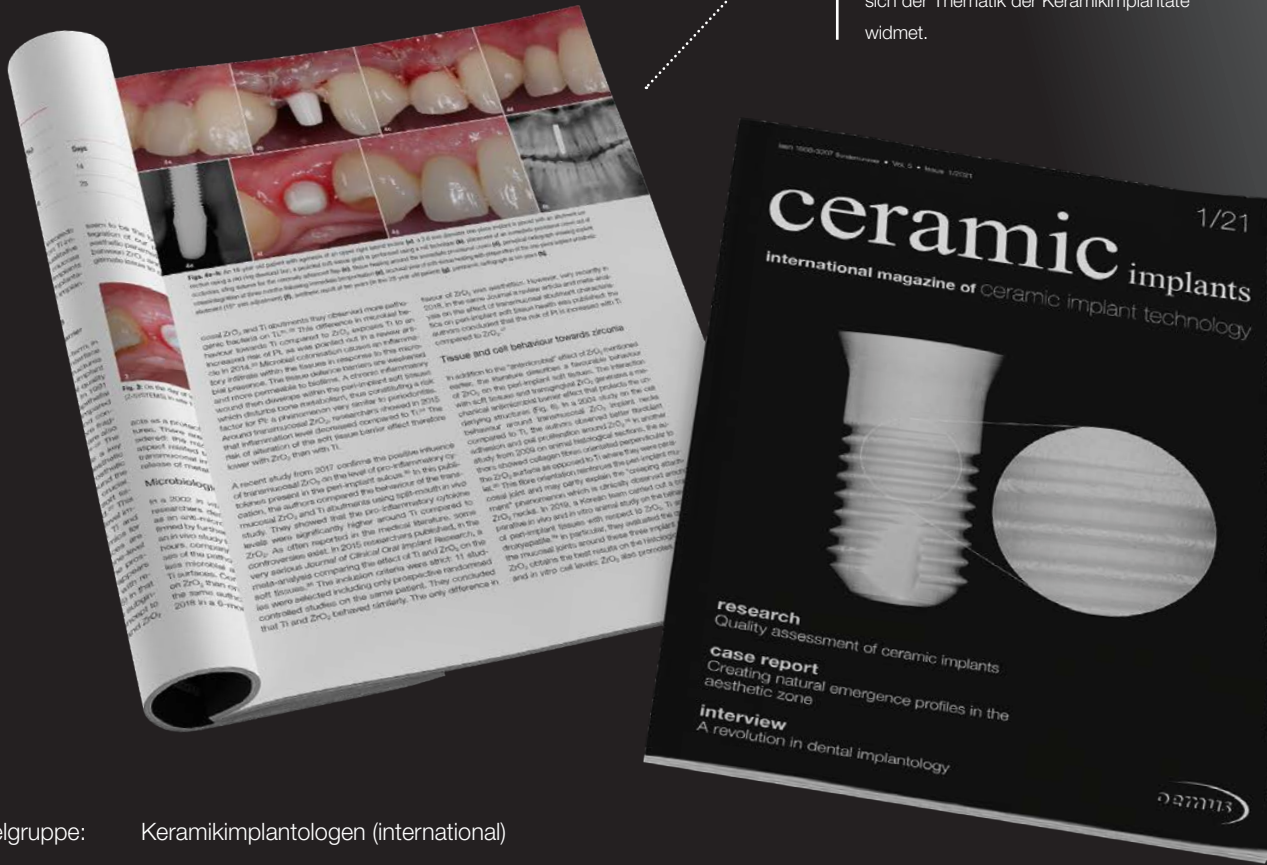
Durch den wachsenden Wunsch von Implantologen und Patienten nach verträglicheren Implantatmaterialien sowie dem damit einhergehenden Forschungsinteresse an dem Material Zirkondioxid haben Keramikimplantate längst einen festen Platz neben konventionellen Titan-Systemen für die Versorgung von zahnlosen Patienten eingenommen. Es stellt sich nicht länger die Frage, ob Keramikimplantate, sondern vielmehr: Welches System? Keramik steht Titan in puncto Einheilungserfolg und Langzeitstabilität in nichts nach und überzeugt durch eine hervorragende Ästhetik. In der klinischen Praxis sind Keramikimplantate vielerorts integraler Bestandteil einer Biologischen Zahnheilkunde.

Um dem großen Informationsbedürfnis und den dynamischen Entwicklungen rund um die Keramikimplantologie Rechnung zu tragen, wurde 2017 die *ceramic implants* ins Leben gerufen. Das in englischer Sprache erscheinende Fachmagazin ist in seinen nunmehr vier Jahren am Markt zu einem der international führenden Printmedien im Bereich der Keramikimplan-

tologie avanciert. Durch die besondere thematische Fokussierung konnte in kürzester Zeit eine große internationale Community aus renommierten Autoren aus dem universitären Umfeld und der Praxis gebildet werden. Zudem wird die breite Leserschaft zukünftig nicht mehr nur durch den Printtitel erreicht werden: Mit dem Ziel, die Marke *ceramic implants* weiter auszubauen und stärker online zu platzieren, trägt die OEMUS MEDIA AG mit einer eigenen Website und einem regelmäßigen Newsletter (beides mit Möglichkeit der Banner-Anzeigenschaltung) zu den rasanten Entwicklungen und dem Know-how-Transfer innerhalb dieser implantologischen Disziplin bei. Zusätzlich wurde ein LinkedIn-Auftritt ins Leben gerufen, um einen noch persönlicheren Draht zu den Leserinnen und Lesern sowie den verschiedenen Akteuren der Branche zu schaffen. *ceramic implants* versteht sich als unabhängiges und nach allen Seiten offenes Medium, in dem Anwender, Fachgesellschaften und Hersteller aus aller Welt Gehör finden. Ab 2022 wird das Magazin um eine Ausgabe erweitert werden und dreimal pro Jahr erscheinen und somit eine noch breitere Leserschaft erreichen.



Mit *ceramic implants* wird Anwendern in der ganzen Welt regelmäßig ein in dieser Art einzigartiges Magazin geboten, welches sich der Thematik der Keramikimplantate widmet.



- Zielgruppe: Keramikimplantologen (international)
- Auflage: 10.000 Exemplare
- Erscheinung: 2 Ausgaben
- Format: 210 x 297 mm
- Besonderheit: erste internationale Fachpublikation für Keramikimplantologie

Ausgabe	Redaktionsschluss	Anzeigenschluss	Erscheinungstermin
1/2022	25. Februar	11. März	April
2/2022	15. Juli	05. August	September
3/2022	23. September	14. Oktober	November

	1/3	1/2	1/3	1/4
<b>1/1</b>				
<b>Format</b>	1/1	1/2	1/3	1/4
<b>Maße</b>	210 x 297	210 x 148 (quer) 105 x 297 (hoch)	210 x 99 (quer) 70 x 297 (hoch)	105 x 148
<b>Preis</b>	3.450 EUR	2.950 EUR	2.450 EUR	2.150 EUR
<b>Beilage</b>	ab 205 EUR (zzgl. Postgebühren) pro 1.000 Exemplare			

# KOMPENDIEN FÜR EIN- STEIGER UND ERFAHRENE

Die umfassende Jahrbuchreihe der OEMUS MEDIA AG

Mit der Jahrbuchreihe bietet die OEMUS MEDIA AG Zahnärzten und Zahntechnikern sowie dem gesamten Praxisteam Fachkompendien für die Bereiche Implantologie, Digitale Zahnmedizin/Zahntechnik, Endodontie und Prophylaxe an. Renommierete Autoren aus Wissenschaft, Praxis und Industrie informieren über die Grundlagen und aktuellen Trends der jeweiligen Fachgebiete. Die Jahrbücher können direkt beim Verlag bestellt werden, sind aber darüber hinaus auch Bestandteil der Kongressaktivitäten der OEMUS MEDIA AG. Die Teilnehmer der Kongresse, Symposien und Seminare erhalten im Rahmen der Veranstaltung das Jahrbuch für das jeweilige Fachgebiet ausgehändigt.





## Jahrbuch Implantologie '22



Zielgruppen: Implantologen, Zahnärzte  
Auflage: 5.000 Exemplare  
Erscheinung: 1 Ausgabe  
Format: 210 x 297 mm

Ausgabe	Redaktionsschluss	Anzeigenschluss	Erscheinungstermin
2021	01. März	15. März	<b>Mai</b>

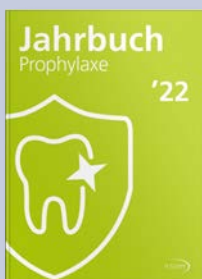
## Jahrbuch Digitale Dentale Technologien '22



Zielgruppen: Zahnärzte, Zahntechniker  
Auflage: 1.000 Exemplare  
Erscheinung: 1 Ausgabe  
Format: 210 x 297 mm

Ausgabe	Redaktionsschluss	Anzeigenschluss	Erscheinungstermin
2022	16. Dezember 2021	21. Januar	<b>März</b>

## Jahrbuch Prophylaxe '22



Zielgruppe: präventionsorientierte, parodontologisch tätige Zahnärzte  
Auflage: 1.500 Exemplare  
Erscheinung: 1 Ausgabe  
Format: 210 x 297 mm

Ausgabe	Redaktionsschluss	Anzeigenschluss	Erscheinungstermin
2022	22. Juli	12. August	<b>September</b>

## Jahrbuch Endodontie '23



Zielgruppe: Endodontologen  
Auflage: 1.500 Exemplare  
Erscheinung: 1 Ausgabe  
Format: 210 x 297 mm

Ausgabe	Redaktionsschluss	Anzeigenschluss	Erscheinungstermin
2023	23. September	07. Oktober	<b>November</b>

1/1

1/3

1/2

1/4

<b>Format</b>	<b>1/1 + PR-Profil</b>	<b>1/1</b>	<b>1/2</b>	<b>1/3</b>
<b>Maße</b>	210 x 297	210 x 297	210 x 148 (quer) 105 x 297 (hoch)	210 x 99 (quer) 70 x 297 (hoch)
<b>Preis</b>	<b>2.250 EUR</b>	<b>1.500 EUR</b>	<b>1.250 EUR</b>	<b>950 EUR</b>

Die Preise sind für alle Jahrbücher identisch.

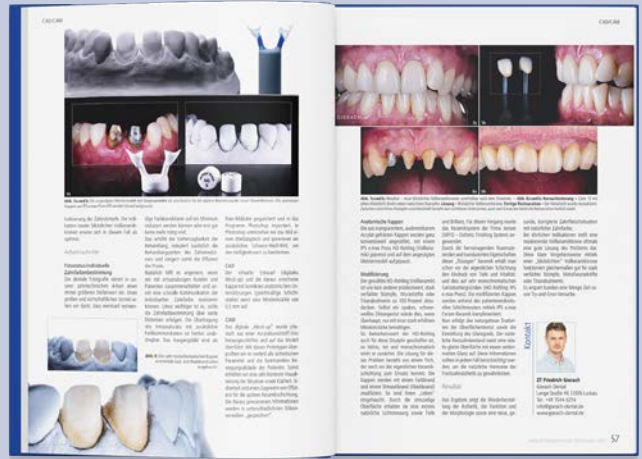
Marktübersicht

E-Paper lesen



Fachartikel

E-Paper lesen



Marktübersicht

E-Paper lesen



Firmenprofil mit Anzeige

E-Paper lesen





## 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 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 beruht. Anzeigenbuchungen sind mit Annahme durch den Verlag bindend. Bei Stornierung nach Anzeigenannahme fallen 30% pauschalisierte Stornokosten an. 3 Wochen vor Erscheinungstermin fallen bei Stornierung 50% pauschalisierte Kosten an. Bei Stornierung zum Druckunterlagenschluss (2 Wochen vor Erscheinen) fallen pauschalisierte Stornokosten von 100% an, kein Storno möglich bei Beilagen, Sonderplatzierungen und Sonderwerbformen.

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 Inhaltes, 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 Bestandteiles 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 beliebigen 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 4 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 keine Vorauszahlung leistet, werden Rechnung und Beleg sofort, spätestens aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung an laufenden den Rechnung zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

14. Bei Zahlungsverzug werden Verzugszinsen lt. Preisliste 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 vom Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

15. Der Verlag liefert mit Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern ge-

liefert. 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, Matern 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 von 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 Kaufmannes an. Er übernimmt darüber hinaus keine Haftung. Einschreibbriefe und Eilbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf normalem Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden 4 Wochen aufbewahrt. Zeitschriften, 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 Missbrauch des Zifferdienstes zu Prüfzwecken zu öffnen. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.

19. Matern werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet 3 Monate nach Ablauf des Auftrages.

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

21. Erfüllungsort ist 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.

## Zusätzliche Geschäftsbedingungen

a) Mit der Erteilung eines Anzeigenauftrages 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 Werbemittler ist, dass der Auftrag unmittelbar vom Werbemittler erteilt wird und Text bzw. Druckunterlagen auch von ihm geliefert werden. Die Werbemittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungstreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlerprovision 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 Werbungstreibenden gewährt. Die Frist beginnt mit dem Erscheinen der ersten Anzeige. Die Belegung von Bezirks- bzw. Teilausgaben oder sonstigen Verlagsdruckschriften mit eigenen Preisen gilt als gesonderter Auftrag, für die betreffende Ausgabe oder Kombination ist ein gesonderter Abschluss zu tätigen.

e) Der Werbungstreibende 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 3 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 Abdruckes.

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.

## Druckvorlagen

**Digitale Daten:** Daten für den Offsetdruck (PDF- und EPS-Daten)  
**Datenübertragung:** Für FTP-Server:  
ftp://ftp.stecklayout.info  
(Zugangsdaten auf Anfrage)

Für E-Mail-Zusendungen (bis 20 MB) an:  
dispo@oemus-media.de

**Druckverfahren:** Offset (Bogen und Rolle)  
**Bildauflösung:** 300 dpi  
**Text-/Grafikauflösung:** 1.200 dpi  
**Schriften:** OpenType-, TrueType-Fontformate

Die Publikationen orientieren sich an den Eckdaten der FOGRA-Standardisierung. Um Fortdruckprobleme zu vermeiden, müssen bei der Herstellung von Reproduktionen folgende Parameter eingehalten werden: Papierklasse 2, alle mattgestrichenen Papiere ab 70 g/m<sup>2</sup> sowie alle gestrichenen Papiere unter 70 g/m<sup>2</sup>.

### 1. Lieferung digitaler Daten

- PDF mit Standard PDF/X-1a oder PDF/X-3
- 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

## 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.

## 3. Proof

Anstelle eines Andrucks 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.

## 5. Anlieferung von fertig konfektionierten Druckerzeugnissen

Beilagen, Einhefter und Beikleber müssen einwandfrei verpackt und maschinell verarbeitungsfähig sowie eindeutig für Objekt und Ausgabe gekennzeichnet, mit einem Zuschuss von 5 %, bis spätestens 14 Tage vor Erscheinungstermin frei an die Druckerei geliefert werden. Die jeweilige Adresse erfragen Sie bitte bei der Anzeigendisposition der OEMUS MEDIA AG. Ein Belegexemplar der Beilagen, Einhefter und Beikleber mit Publikationskennung ist vorab an den Verlag, Abteilung Anzeigendisposition, zu senden.

## Impressum

**Verleger:** Torsten R. Oemus

### Verlags- und Redaktionsanschrift:

OEMUS MEDIA AG Tel.: +49 341 48474-0  
Holbeinstraße 29 Fax: +49 341 48474-290  
04229 Leipzig E-Mail: info@oemus-media.de  
Web: www.oemus.com

### Verlagsleitung:

Ingolf Döbbbecke +49 341 48474-0 doebbecke@oemus-media.de  
Lutz V. Hiller +49 341 48474-0 hiller@oemus-media.de

### Anzeigenvertrieb:

Henrik Eichler +49 341 48474-307 h.eichler@oemus-media.de  
Simon Guse +49 341 48474-225 s.guse@oemus-media.de  
Timo Krause +49 341 48474-220 t.krause@oemus-media.de  
Nadine Naumann +49 341 48474-402 n.naumann@oemus-media.de  
Stefan Reichardt +49 341 48474-222 reichardt@oemus-media.de  
Stefan Thieme +49 341 48474-224 s.thieme@oemus-media.de

### Sitz,

**Registergericht:** Leipzig, AG Leipzig

**Handelsregister:** HRB-Nr. 20609

**USt-IdNr.:** DE 198530194

**St.-Nr.:** 232/100/00437 Lpz III

**Aufsichtsrat:** RA Jörg Warschat, LL.M. (Vorsitzender)

**Vorstand:** Ingolf Döbbbecke (Vorsitzender)  
Lutz V. Hiller

**Bankverbindung:** Deutsche Bank AG  
IBAN: DE20 8607 0000 0150 1501 00  
BIC: DEUTDE8L

Mitarbeiterfotos: soweit nicht anders angegeben © Katja Kupfer

Art Direction/Gestaltung: Alexander Jahn

Korrektur: Marion Herner

Die Publikation sowie die enthaltenen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung ist ohne Zustimmung des Verlegers und Herausgebers unzulässig und strafbar. Dies gilt besonders für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmung sowie die Einspeicherung und Bearbeitung in elektronischen Systemen.

 facebook.com/oemus

 linkedin.com/in/oemus-media-ag

 instagram.com/oemusmediaag

 xing.com/companies/oemusmediaag

Stand: 14.09.2021



# IHRE PLANUNGSHILFE 2022

## Januar



01.01.

## Februar



02.02.



02.02.



02.02.



04.02.



11.02



März



März



21.01.



11.02.



11.02.



11.02.



18.02.



21.02.



09.03.



09.03.



25.02.



25.02.



28.02.



11./12.03.



18.03.

## Juli



Juli

## August



August



05.08.



12.08.



September



September



September



September



29.07.



12.08.



12.08.



12.08.



16.09.



16.09.



16.09.



16.09.



12.08.



22.08.



21.09.



21.09.



21.09.



23./24.09.



# April



März



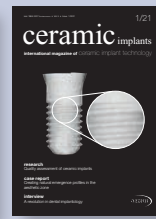
März



04.03.



04.03.



April



01./02.04.

Event



08.04.



14.04.



09.03.



11.03.



11.03.



11./12.03.

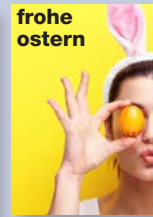
Event



14.04.



14.04.



15.-18.04.



18.04.



18.03.



18.03.



27.04.



27.04.



27.04.



27.04.

# Oktober



02.09.



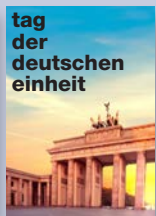
09.09.



09.09.



Oktober



03.10.



07.10.



07.10.

Event



07.10.



16.09.



16./17.09.



19.09.



14.10.



14.10.



14.10.



14./15.10.



17.10.



23./24.09.



30.09./01.10.



30.09./01.10.



21.10.



21./22.10.



26.10.



26.10.



26.10.

# Mai



14.04.



14.04.



Mai



Mai



Mai



06.05.



13.05.



22.04.



22.04.



13./14.05.



13./14.05.



13./14.05.



20.05.



20./21.05.



29./30.04.

Event



25.05.



25.05.



25.05.



27./28.05.

Event



30.05.

# November



14.10.

Event



14.10.



November



November



November



November



04.11.



21.10.



20.-22.10.

Event



11.11.



11.11.



11.11.

Event



11./12.11.



18.11.



28./29.10.

Event



30.11.



30.11.



30.11.



30.11.



## Juni



13.05.



13.05.



Juni



03.06.



10.06.



10.06.



06.07.



23.05.



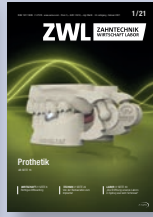
25.05.



17.06.



17.06.



17.06.



24.06.



06.07.



24.06.



24./25.06.

Event



06.07.

## Dezember



04.11.



02.12.



02.12.



02.12.



02.12.



09.12.



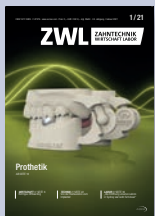
09.12.



24.-26.11.



09./10.12.



09.12.



12.12.



12.12.



16.12.



16.12.



25./26.12.



31.12.

Sie wollen wissen, wie Sie Ihr Produkt, Ihre Firma, Ihre Dienstleistung kombiniert in unseren Druckerzeugnissen und unseren Events vermarkten können? Unser Vertrieb findet für Sie die passende Lösung.  
+49 341 48474-0



## Ihr Kontakt zu uns

Sie haben Fragen, Wünsche oder Anregungen?  
Kontaktieren Sie uns.

### Isabell Schumann

Vorstandsassistentin  
+49 341 48474-450  
schumann@oemus-media.de

### Jürgen Isbaner

Chairman of the Board –  
Science & Business Development  
+49 341 48474-0  
isbaner@oemus-media.de

### Ingolf Döbbecke

Vorsitzender des Vorstandes  
+49 341 48474-0  
doebbecke@oemus-media.de

### Stefan Thieme

Business Unit Manager  
+49 341 48474-224  
s.thieme@oemus-media.de

### Timo Krause

Produktmanagement  
+49 341 48474-220  
t.krause@oemus-media.de

### Lutz Hiller

Mitglied des Vorstandes  
+49 341 48474-0  
hiller@oemus-media.de

### Katja Kupfer

Neue Medien  
Ressortleitung  
+49 341 48474-327  
kupfer@oemus-media.de



# #welovewhatwedo

## Antje Isbaner

Print  
Ressortleitung General Interest Media  
+49 341 48474-120  
a.isbaner@oemus-media.de

## Claudia Huch

Vertrieb/Marketing/Projektmanagement  
+49 341 48474-221  
c.huch@oemus-media.de

## Georg Isbaner

Print  
Ressortleitung Special Interest Media  
+49 341 48474-123  
g.isbaner@oemus-media.de

## Nadine Naumann

Produktmanagement  
+49 341 48474-402  
n.naumann@oemus-media.de

## Simon Guse

Produktmanagement  
+49 341 48474-225  
s.guse@oemus-media.de

## Stefan Reichardt

Business Unit Manager  
+49 341 48474-222  
reichardt@oemus-media.de

## Henrik Eichler

Business Unit Manager  
+49 341 48474-307  
h.eichler@oemus-media.de



