

MEDIADATEN 2018

- Stellenmarkt/Karrierecenter
Print und Online
www.pz-pharmastellen.de
- PZ-Markt



INHALT

Stellenmarkt/Karrierecenter

Print und Online www.pz-pharmastellen.de

PZ-Markt

LA-PHARM Ergebnisse	3
Kurzcharakteristik	6
Verlagsangaben	8
Technische Daten	10
Terminplan	11
Anzeigenpreise Apotheken, Kliniken Krankenhausapotheken, Universitäten, Schulen	12
Anzeigenpreise und Formate Firmen und Behörden	13
Anzeigenpreise und Formate PZ-Markt	14
Rabattierung und Kontaktdaten	15
PZ-online	16
Allgemeine Geschäftsbedingungen	17
Kontakt	21



Setzen auch Sie für Ihre Werbekampagne auf die
der pharmazeutischen Fachzeitschriften

No.1

IA-PHARM 2017

Gesamtreichweite:

56,3% = 65 790 LpA

Reichweite Apothekenleiter/Approbierte Mitarbeiter:

68,1% = 34 270 LpA

Reichweite Apothekenleiter:

71,3% = 12 010 LpA

Reichweite Approbierte MA:

66,5% = 22 270 LpA

Reichweite PTA/Pharmazie-Ing.:

47,3% = 31 510 LpA

Tausend-Kontakt-Preis: 99,91 €

(Basis 1/1-Seite, 4c, 6.440,00 €)

WERBUNG, DIE ANKOMMT!

- Höchste Reichweite aller pharmazeutischen Fachzeitschriften Print und Online*
- Beste Leser-Blatt-Bindung*
- Beste Werte bei aktuellen Berichten und Kommentaren*
- Höchste Fachkompetenz*
- Bietet das breiteste Spektrum an fachlichen Informationen*
- 98,8% nutzen die Apotheken-Fachzeitschriften hauptsächlich als Fach-Informationsquelle*
- Berichtet kommerziell und aktuell
- Zur Fortbildung geeignet
- Vermittelt am besten Infos zu Produkten, Präparaten, Markt
- Bietet am meisten Entscheidungshilfe bei der OTC-Auswahl
- Größter Print-Stellen- und PZ-Markt aller Apothekentitel

*Quelle: LA-PHARM 2017



Die PZ-Redaktion informiert die Offizinapotheker über alles, was sie für ihre Arbeit brauchen. Wir erklären, wie neue Medikamente wirken, wie Politik die Arbeit in der Apotheke beeinflusst und auf welche Ideen Marktpartner kommen. Unser Anspruch ist es, korrekt, umfassend und kompakt zu berichten.

Daniel Rücker, Chefredakteur PZ

Zusammensetzung weitester Leserkreis	sehr vermissen	eher vermissen	eher nicht vermissen	überhaupt nicht vermissen	sehr = 4 überh. nicht = 1	Mittelwert Rangplatz
Total						
PZ Pharmazeutische Zeitung	59%	35%	5%	1%	3,5	1
Apothekenleiter/ approbierte Mitarbeiter						
PZ Pharmazeutische Zeitung	66%	30%	4%	0%	3,6	1
Apothekenleiter						
PZ Pharmazeutische Zeitung	72%	24%	3%	1%	3,7	1
Approbierte angestellte Mitarbeiter						
PZ Pharmazeutische Zeitung	63%	33%	4%	0%	3,6	1
PTA/Pharmazie-Ingenieure						
PZ Pharmazeutische Zeitung	53%	40%	5%	1%	3,5	2

Sie möchten, dass Ihr Stellenangebot bzw. -gesuch die beste Sichtbarkeit für den optimalen Erfolg hat? Dann nutzen Sie den Stellenmarkt der Pharmazeutischen Zeitung (PZ).

Jede Apotheke in Deutschland bekommt wöchentlich die Printausgabe der PZ als offizielle Verbandszeitschrift (Hrsg. ABDA – Bundesvereinigung Deutscher Apothekerverbände e. V.) zugestellt. Ihre Führungsrolle unter den pharmazeutischen Fachpublikationen hat die PZ regelmäßig in Marktumfragen bestätigt (z. B. in der Studie LA-PHARM 2017). Mit einer Gesamtreichweite von 56,3%* wird sie von rund 65 790 Personen* – Apotheker, approbierte Mitarbeiter und PTA – gelesen. Die PZ wird besonders wegen der hohen Fachkompetenz geschätzt.

Ihre **Printanzeige** erscheint in der von Ihnen gewünschten Form (Format- oder rubrizierte Anzeige) in der nächstmöglichen oder in der von Ihnen ausgewählten PZ-Ausgabe. Diese wird mit einer verbreiteten Auflage von über 35 000 Exemplaren** in allen deutschen Apotheken, der pharmazeutischen Industrie und von den wichtigen Entscheidern im Gesundheitswesen gelesen.

Zusätzlich stellen wir Ihre Anzeige zwei Wochen online – kostenlos für Sie.

Im neuen PZ-Karrierecenter unter www.pz-pharmastellen.de sowie www.pharmazeutische-zeitung.de finden Stellensuchende Ihre Stellenanzeige und reichhaltige Informationen rund um das Thema Bewerbung und die Entwicklungen in der pharmazeutischen Berufswelt. PZ online ist das größte Apothekerportal Deutschlands (IVW/Juni 2017**: 2,0 Mio. Pl, 1,2 Mio. Visits pro Monat). Jeden Monat nutzen PZ online 49,8% der Apothekenleiter, 45,8% der approbierten Mitarbeiter und 29,9% der PTA.

Eingebettet in den sorgfältig recherchierten redaktionellen Content der PZ wirkt Ihre Anzeige damit doppelt – in Print und Online!

*Quelle LA-PHARM 2017

**Quelle IVW

Sie möchten für Ihre Produkte oder Dienstleistungen werben? Sie suchen nach einem Nachfolger für Ihre Apotheke (Kauf oder Pacht)? Sie bieten besondere Angebote, wie z. B. Antiquitäten oder Reisen für eine anspruchsvolle Klientel?

Dann sind Sie beim PZ-Markt genau richtig. Profitieren Sie bei der Anzeigen-Gestaltung von der Flexibilität des 4-Spalten-Satzes und einer frei wählbaren Höhe (bis zu 260 mm) zu einem attraktiven Preis.

- Kauf, Pacht
- Kunst, Antiquitäten
- Urlaub, Reisen
- Kurse, Weiterbildung
- Heirat, Bekanntschaften
- Immobilien

Die Pharmazeutische Zeitung als offizielle Verbandszeitschrift der deutschen Apotheker ist mit einer wöchentlich verbreiteten Auflage von 34 885 Exemplare (IVW 02/2017) die führende wöchentlich erscheinende Apotheken-Fachzeitschrift in der Bundesrepublik.

Bestätigt wird dies durch die aktuellen Zahlen der Leserschaftsuntersuchung LA-PHARM 2017. Hierbei wird die PZ sowohl bei quantitativen Ergebnissen wie der Reichweite als auch bei den qualitativen Ergebnissen wie der Leser-Blatt-Bindung ganz klar als Nummer 1* der pharmazeutischen Fachmagazine ausgewiesen.

Wöchentlich berichten Redakteure und anerkannte Fachleute über aktuelle Themen, u. a. aus Pharmazie, Medizin, Politik und Wirtschaft. Die PZ dient Apothekern und Apothekenmitarbeitern als wesentliche Informationsquelle und bietet mit dem umfangreichen Serviceteil eine praktische Hilfe im Apothekenalltag.

1 | Erscheinungsweise wöchentlich, donnerstags

2 | Jahrgang 163. Jahrgang

*Quelle: LA-PHARM 2017

3 | Mitgliedschaften LA-PHARM / IVW / SZV

4 | Organ Zentralorgan für die Apotheken der Bundesrepublik Deutschland

5 | Herausgeber ABDA – Bundesvereinigung Deutscher Apothekerverbände e.V.

6 | Verlag Avoxa – Mediengruppe Deutscher Apotheker GmbH
Apothekerhaus Eschborn
Carl-Mannich-Straße 26
65760 Eschborn
Telefon +49 6196 928-0
E-Mail anzeigen@avoxa.de
Internet www.avoxa.de
www.pharmazeutische-zeitung.de

Geschäftsführung Metin Ergül, Peter Steinke

7 | Redaktionsleitung Daniel Rucker
Telefon +49 6196 928-272
Telefax +49 6196 928-275
E-Mail redaktion@avoxa.de



8 Anzeigenleitung	Ramona Luft Telefon +49 6196 928-221 E-Mail ramona.luff@avoxa.de	10 Bezugspreis Inland Jahresabonnement Einzelverkauf Kontakt	177,84 € inkl. MwSt./inkl.Porto, inkl. PTA-Forum 3,42 € inkl. MwSt./inkl.Porto Tena Fast Telefon +49 6196 928-246 E-Mail t.fast@avoxa.de
Anzeigenverkaufsleiter	Achim Heinemann (Nord) Telefon +49 6196 928-231 E-Mail a.heinemann@avoxa.de	11 ISSN	0031-7136
Assistenz	Saasan Seifi (Süd) Telefon +49 6196 928-225 E-Mail s.seifi@avoxa.de	12 Umfangsanalyse 2016 Format der Zeitschrift Gesamtumfang Redaktioneller Teil Anzeigenteil Beilagen	50 Ausgaben DIN A4 5 808,00 Seiten = 100,00% 3 820,17 Seiten = 65,77% 1 987,83 Seiten = 34,23% 75
Medienberaterin Anzeigendisposition PZ-Markt Stellenmarkt	Ute Schäfer Telefon +49 6196 928-222 Telefax +49 6196 928-223 E-Mail u.schaefer@avoxa.de	13 Inhaltsanalyse Redaktion	–
9 Vertriebsleitung	Astrid Kühn Telefon +49 6196 928-228 Telefax +49 6196 928-233 E-Mail a.kuehn@avoxa.de	14 Aufgabendkontrolle	
	Andrea Peterson Telefon +49 6196 928-226 Telefax +49 6196 928-233 E-Mail a.peterson@avoxa.de	15 Auflagenanalyse	Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt (1. Juli 2016 bis 30. Juni 2017) 35 143
	Maria Scholz Telefon +49 6196 928-242 E-Mail m.scholz@avoxa.de	Druckauflage tatsächlich verbreitete Auflage Verkaufte Auflage davon Abonnements	34 885 34 060 29 518 (IVW 02/2017)

TECHNISCHE DATEN

- | | | | |
|--|---|--|--|
| 1 Zeitschriftenformat
Satzspiegel | 210 mm breit x 297 mm hoch
176 mm breit x 260 mm hoch
4-spaltiger Umbruch | 4 Rücktrittsrecht | zum Anzeigenschluss,
dienstags bis 12:00 Uhr |
| 2 Termine
Erscheinungsweise | wöchentlich, jeweils donnerstags | 5 Druckverfahren
Farbmodell
Druckunterlagen | Offset, 60er Raster
Eurokala (CMYK)
Elektronische Daten
(PDF, im Originalformat)
per E-Mail an: anzeigen@avoxa.de |
| 3 Anzeigenschluss
Aufträge an | 2 Tage vor Erscheinen,
dienstags bis 12:00 Uhr
anzeigen@avoxa.de | | |

STELLEN- UND PZ-MARKT TERMINPLAN | RUBRIZIERTE ANZEIGEN

Hef	Erscheinungstag	Anzeigenschluss dienstags 12:00 Uhr
1/2	11.01.2018	09.01.2018
3	18.01.2018	16.01.2018
4	25.01.2018	23.01.2018
5	01.02.2018	30.01.2018
6	08.02.2018	06.02.2018
7	15.02.2018	13.02.2018
8	22.02.2018	20.02.2018
9	01.03.2018	27.02.2018
10	08.03.2018	06.03.2018
11	15.03.2018	13.03.2018
12	22.03.2018	20.03.2018
13	29.03.2018	27.03.2018
14	05.04.2018	03.04.2018
15	12.04.2018	10.04.2018
16	19.04.2018	17.04.2018
17	26.04.2018	24.04.2018
18	03.05.2018	30.04.2018***
19	10.05.2018	08.05.2018
20	17.05.2018	15.05.2018
21	24.05.2018	22.05.2018
22	31.05.2018*	28.05.2018***
23	07.06.2018	05.06.2018
24	14.06.2018	12.06.2018
25	21.06.2018	19.06.2018
26	28.06.2018	26.06.2018

Hef	Erscheinungstag	Anzeigenschluss dienstags 12:00 Uhr
27	05.07.2018	03.07.2018
28	12.07.2018	10.07.2018
29	19.07.2018	17.07.2018
30	26.07.2018	24.07.2018
31	02.08.2018	31.07.2018
32	09.08.2018	07.08.2018
33	16.08.2018	14.08.2018
34	23.08.2018	21.08.2018
35	30.08.2018	28.08.2018
36	06.09.2018	04.09.2018
37	13.09.2018	11.09.2018
38	20.09.2018	18.09.2018
39	27.09.2018	25.09.2018
40	04.10.2018	02.10.2018
41	11.10.2018**	08.10.2018 ***
42	18.10.2018	16.10.2018
43	25.10.2018	23.10.2018
44	01.11.2018	30.10.2018
45	08.11.2018	06.11.2018
46	15.11.2018	13.11.2018
47	22.11.2018	20.11.2018
48	29.11.2018	27.11.2018
49	06.12.2018	04.12.2018
50	13.12.2018	11.12.2018
51/52	20.12.2018	18.12.2018

*Ausgabe: Pharmacon Meran

**expopharm-Ausgabe: erhöhte Auflage plus 2 000 Exemplare (PZ + PTA-Forum)
***vorgezogener Anzeigenschluss

ANZEIGENPREISE UND FORMATE

gültig ab 01.01.2018

Stellenmarkt von Apotheken, Kliniken, Krankenhaus-Apotheken, Schulen

Anzeigenformate und Preise (nicht rabattfähig)

Millimeter-Anzeigen, Preis je mm Höhe in € (max. Höhe 260 mm)		1-spaltig 41 mm Breite	2-spaltig 86 mm Breite	3-spaltig 131 mm Breite	4-spaltig 176 mm Breite
Stellenangebote von öffentlichen Apotheken, Kliniken, Krankenhaus-Apotheken, Universitäten, Schulen	s/w	2,00 €	4,00 €	6,00 €	8,00 €
	farbig	2,40 €	4,80 €	7,20 €	9,60 €
Stellengesuche privat (1 Woche kostenlos online)	s/w	1,50 €	3,00 €	4,50 €	6,00 €
	farbig	1,70 €	3,40 €	5,10 €	6,80 €

Sortierung der Stellenangebote in der Printausgabe nach PLZ-Gebieten.

Online = Ihr gebuchtes Stellenangebot (Print) erscheint automatisch 2 Wochen kostenlos in unserem PZ Karrierecenter www.pz-pharmastellen.de

Kombinationsrabatt PTA-Forum

Bei gleichzeitiger Anzeigenschaltung im PTA-Forum bieten wir auf die PTA-Forum Anzeige einen Kombirabatt in Höhe von 30% an. Die Anzeige erscheint in der nächstmöglichen PTA-Forum Ausgabe.

Gerne sind wir Ihnen bei der Gestaltung Ihrer Anzeige behilflich.

Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt.

ANZEIGENPREISE UND FORMATE

gültig ab 01.01.2018

Stellenmarkt von Firmen und Behörden

Anzeigenformate und Preise (rabattfähig)

Format	Breite x Höhe in mm	Preis s/w	Preis farbig Euroskala
1/1 Seite	176 x 260	2.600,00 €	3.395,00 €
1/2 Seite hoch	86 x 260	1.400,00 €	1.750,00 €
1/2 Seite quer	176 x 130	1.400,00 €	1.750,00 €
1/4 Seite hoch	86 x 130	750,00 €	890,00 €
1/4 Seite quer	176 x 65	750,00 €	890,00 €

Millimeter-Anzeigen, Preis je mm Höhe in € (max. Höhe 260 mm)

	1-spaltig 41 mm Breite	2-spaltig 86 mm Breite	3-spaltig 131 mm Breite	4-spaltig 176 mm Breite
Stellenangebote	s/w 3,20 €	6,40 €	9,60 €	12,80 €
	farbig 3,80 €	7,60 €	11,40 €	15,20 €

Sortierung der Stellenangebote in der Printausgabe nach PLZ-Gebieten.

Online = Ihr gebuchtes Stellenangebot (Print) erscheint automatisch 2 Wochen kostenlos in unserem PZ Karrierecenter www.pz-pharmastellen.de

Kombinationsrabatt PTA-Forum

Bei gleichzeitiger Anzeigenschaltung im PTA-Forum bieten wir auf die PTA-Forum Anzeige einen Kombirabatt in Höhe von 30% an. Die Anzeige erscheint in der nächstmöglichen PTA-Forum Ausgabe.

Online-Verlängerung = Ihre Anzeige erscheint nach Ablauf der kostenlosen 2-wöchigen Online-Präsenz 3 weitere Wochen online. 150,00 €

Online-Premium Platzierung = Ihre Anzeige erscheint innerhalb des gebuchten PLZ-Gebietes im oberen Bereich der Ergebnisliste. Buchbar nur innerhalb der ersten 5 Wochen. 250,00 €/Woche

Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt.

ANZEIGENPREISE UND FORMATE

gültig ab 01.01.2018

PZ-Markt

Anzeigenformate und Preise (rabattfähig)

Millimeter-Anzeigen, Preis je mm Höhe in € (max. Höhe 260 mm)	1-spaltig 41 mm Breite	2-spaltig 86 mm Breite	3-spaltig 131 mm Breite	4-spaltig 176 mm Breite	
Produktwerbung Firmen, Kauf, Pacht, Verschiedenes, Kunst, Antiquitäten, Freizeit, Reisen, Kurse,	s/w	3,10 €	6,20 €	9,30 €	12,40 €
Weiterbildung, Heirat, Bekanntschaften	4c Euroskala	3,50 €	7,00 €	10,50 €	14,00 €
Traueranzeigen, Immobilien, Ausschreibungen					

Online = Print-Anzeige aus dem PZ-Markt, außer Traueranzeigen, erscheinen auf www.pharmazeutische-zeitung.de 1 Woche kostenlos

Kombinationsrabatt PTA-Forum

Bei gleichzeitiger Anzeigenschaltung im PTA-Forum bieten wir auf die PTA-Forum Anzeige einen Kombirabatt in Höhe von 30% an. Die Anzeige erscheint in der kommenden PTA-Forum Ausgabe.

Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt.

ANZEIGENPREISLISTE

gültig ab 01.01.2018

Rabattierung und Kontaktdaten

Chiffregebühr: 10,00 € – die Veröffentlichung einer Chiffreanzeige für gewerbliche Kunden ist nur mit dem Hinweis »gewerblich« oder »im Mandantenauftrag« o. ä. zulässig und wird ggf. von uns ergänzt.

Rücktrittsrecht: zum Anzeigenschluss, dienstags 12:00 Uhr

Anzeigenschluss: 2 Tage vor Erscheinen, dienstags um 12:00 Uhr

Anzeigenannahme

telefonisch: +49 6196 928-220 (Sammel-Nummer) oder
+49 6196 928-228 und -226

per E-Mail: anzeigen@avoxa.de

im Internet: www.pz-pharmastellen.de
www.pharmazeutische-zeitung.de

per Post: Avoxa – Mediengruppe Deutscher Apotheker GmbH
Anzeigenabteilung
Carl-Mannich-Straße 26, 65760 Eschborn

Rabattstaffel:

6 Anzeigen	5%
12 Anzeigen	10%
18 Anzeigen	15%
26 Anzeigen	20%
50 Anzeigen	25%

Agenturprovision: 10%

Hinweis: Anzeigenkosten errechnen sich aus der Spaltenanzahl x Kosten je mm x Anzeighöhe; die Anzeighöhe ergibt sich aus der Textmenge. Stellenangebote werden mindestens 2-spaltig abgedruckt, es sei denn bei Auftragserteilung werden andere Absprachen getroffen. Für telefonisch übermittelte Anzeigentexte kann keine Gewähr übernommen werden. Um Abdruckfehler zu vermeiden bitten wir Sie, Ihre Anzeigenwünsche möglichst elektronisch aufzugeben. Chiffregebühren werden auch dann als Verwaltungspauschale berechnet, wenn keine Zuschriften eingehen.

www.pharmazeutische-zeitung.de | www.pta-forum.de

IVW/Juni 2017: 2,0 Mio. Pl und 1,2 Mio. Visits pro Monat

Größtes Apothekerportal in Deutschland¹

Informiert umfassend, verständlich und prägnant über alle Themen, die für Apothekerinnen und Apotheker relevant sind.

Zielgruppe: Apothekerinnen und Apotheker, PTA, PKA

- offizielles Medium der ABDA (Bundesvereinigung Deutscher Apothekerverbände) – hohes Vertrauen
- qualitativ hochwertige, relevante Inhalte
- crossmediale und interaktive Kampagnen
- IVW- und AGOF-gelistet

Newsletter

- Themen des Tages
- Themen der Woche
- DAC/NRF
- AMK-Nachrichten

Eine Gesamtübersicht inkl. Preise unserer Online-Werbeformen

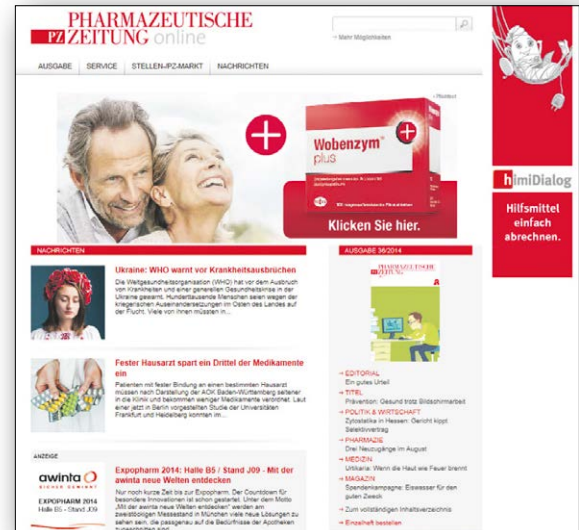
finden Sie unter www.avoxa.de

Ansprechpartner:

Anne Thürmer
Telefon +49 6196 928-237
E-Mail a.thuermer@avoxa.de

Kirsten Zschätzsch
Telefon +49 6196 928-106
E-Mail k.zschaetzsch@avoxa.de

Quelle: ¹nach IVW höchste Bruttoreichweite in der Zielgruppe Apotheker



LA-Pharm 2017:
Platz 1 unter den Online-Apotheken-Fachzeitschriften
PZ-online Reichweiten-Nutzung pro Monat:

Gesamt:	37,3 % NpM
Apothekenleiter:	49,8 % NpM
Approbierte Mitarbeiter:	45,8 % NpM
PTA:	29,9 % NpM

Detaillierte Informationen zu den Ergebnissen der aktuellen LA-PHARM-Studie erhalten Sie gerne auf Anfrage.

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN der Avoxa – Mediengruppe Deutscher Apotheker GmbH

für Print- und Online-Werbung

(Stand 05/2018)

1. Geltungsbereich der AGB

- 1.1. Für sämtliche Verträge über die Veröffentlichung von Werbemitteln in gedruckten und elektronischen Medien von Avoxa gelten ausschließlich die jeweils aktuellen AGB von Avoxa für Print- und Online-Werbung. Abweichende Geschäftsbedingungen des Kunden werden nur dann Vertragsinhalt, soweit Avoxa ihnen ausdrücklich zustimmt.
- 1.2. Diese AGB gelten nur gegenüber Unternehmern im Sinne von § 14 BGB. Avoxa schließt keine Verträge über Print- oder Online-Werbung mit Verbrauchern im Sinne von § 13 BGB.
- 1.3. Die in den Mediadaten für das jeweilige Medium (Fachmedien, Publikationsmedien und Online-Medien) enthaltenen besonderen Bedingungen gehen diesen AGB vor.

2. Begriffsbestimmungen

- 2.1. „Werbeauftrag“ im Sinne der AGB ist der Vertrag über die Veröffentlichung eines oder mehrerer Werbemittel in Druckerzeugnissen, Onlinemedien und anderen Informations- und Kommunikationsdiensten von Avoxa. Ein Werbeauftrag kann auf einzelne Werbemittel oder für eine festgelegte Anzahl von Werbemitteln bezogen sein. Zudem können feste Termine für einzelne Schaltungen oder eine bestimmte Laufzeit der Werbemittel vereinbart werden.
- 2.2. „Werbemittel“ im Sinne dieser AGB können Bilder, Texte, Tonfolgen, Videos, Hyperlinks und Kombinationen aus den genannten Elementen sein. Form und Inhalt des einzelnen Werbemittels werden durch den Auftrag und die Auftragsbestätigung definiert.

3. Vertragsschluss

- 3.1. Der Vertrag zwischen Avoxa und dem Kunden kommt zustande, indem Avoxa den vom Kunden erteilten Auftrag schriftlich oder per E-Mail bestätigt.
- 3.2. Werbung für Waren oder Leistungen von mehr als einem Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten innerhalb eines Werbemittels bedürfen einer gesonderten, ausdrücklichen Zustimmung von Avoxa.
- 3.3. Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag mit der Werbeagentur zustande, wenn nicht die Werbeagentur den Kunden vor Vertragsschluss ausdrücklich benennt und auf Verlangen von Avoxa die Bevollmächtigung nachweist.

4. Rechte und Pflichten des Kunden

- 4.1. Bereitstellen der Werbemittel
 - 4.1.1. Der Kunde ist verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format und den technischen Vorgaben von Avoxa entsprechende Werbemittel rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern. Die technischen Vorgaben und Anzeigenschlusstermine bzw. Lieferfristen können den auf unserer Internetseite veröffentlichten Mediadaten für das jeweilige Medium entnommen werden.
 - 4.1.2. Avoxa kann die vom Kunden gelieferten Vorlagen bearbeiten, soweit dies zur Schaltung des Werbemittels im jeweiligen Medium erforderlich oder ratsam ist.
 - 4.1.3. Die Kosten für eine vom Kunden nach Datenanlieferung gewünschte oder zu vertretende inhaltliche Änderung des Werbemittels trägt der Kunde. Hat Avoxa die Gestaltung des Werbemittels für den Kunden ausgeführt, so ist eine Verwendung dieser Vorlage zum Zweck anderweitiger Veröffentlichungen nur mit ausdrücklicher Zustimmung von Avoxa gestattet.
 - 4.1.4. Werbemittel, aus deren Gestaltung und Inhalt sich nicht unmittelbar ihre Eigenschaft als Werbung ergibt, können von Avoxa nach eigenem Ermessen in angemessener Form ausdrücklich als Werbung kenntlich gemacht, ohne dass dies einer Zustimmung des Auftraggebers bedarf. Zu einer Überprüfung der Werbemittel ist Avoxa jedoch nicht verpflichtet.
 - 4.1.5. Bei Werbemitteln zur Veröffentlichung in Online-Medien, hat der Kunde sicherzustellen, dass über die Werbemittel nicht auf Websites oder Daten zugegriffen werden kann, die gegen geltendes Recht oder Rechte Dritter verstoßen oder unzumutbare Inhalte, insbesondere rassistischer, gewaltverherrlichender oder pornografischer Natur, aufweisen. Dasselbe gilt für die Werbemittel selbst.
 - 4.1.6. Bei nicht ordnungsgemäßer, insbesondere unvollständiger, fehlerhafter oder ungeeigneter, insbesondere nicht den technischen Vorgaben entsprechender sowie bei verspäteter Anlieferung des Werbemittels ist Avoxa nicht zur Schaltung des Werbemittels verpflichtet. Werden erkennbar ungeeignete oder beschädigte Vorlagen rechtzeitig angeliefert, so fordert Avoxa Ersatz an.
 - 4.1.7. Die Pflicht von Avoxa zur Aufbewahrung des Werbemittels endet drei Monate nach dessen letztmaliger Veröffentlichung. Datenträger, Fotos oder sonstige Materialien/Unterlagen des Auftraggebers werden diesem nur auf Verlangen und auf seine Kosten und Gefahr zurückgesandt.

- 4.2. Rechteeinräumung durch den Kunden
- 4.2.1. Der Kunde hat sicherzustellen, dass er alle zur Schaltung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt und keine Rechte Dritter oder sonstige gesetzliche Bestimmungen verletzt.
- 4.2.2. Der Kunde räumt Avoxa sämtliche für die Vertragsdurchführung erforderlichen Rechte ein.
- 4.3. Abwicklungsfrist
- 4.3.1. Ist im Rahmen eines Werbeauftrags das Recht des Kunden zum Abruf einzelner Werbemittel eingeräumt, sind diese innerhalb des laufenden Kalenderjahres ab Vertragsschluss abzurufen, sofern zwischen den Parteien nicht anders vereinbart.
- 4.3.2. Wird das Recht zum Abruf innerhalb dieser Zeit nicht ausgeübt, verfällt der Anspruch ersatzlos. Die nicht abgerufenen Werbemittel gelten in diesem Fall dennoch als erbracht. Der Vergütungsanspruch von Avoxa bleibt hiervon unberührt.
- 4.4. Stornierung
Die Bedingungen und Fristen für die Stornierung von Werbeaufträgen oder Teile derselben ergeben sich aus den Metadaten für das jeweilige Medium.

5. Leistungen von Avoxa

- 5.1. Schaltung des Werbemittels
Avoxa veröffentlicht das Werbemittel zum vereinbarten Zeitpunkt bzw. im vereinbarten Zeitraum in den vereinbarten Druckerzeugnissen und/oder Online-Medien.
- 5.2. Chiffrewerbung
- 5.2.1. Im Fall von Chiffrewerbung werden die Eingänge vier Wochen aufbewahrt oder gespeichert. Zuschriften, die in dieser Zeit nicht abgeholt oder abgerufen wurden, werden vernichtet bzw. gelöscht.
- 5.2.2. Briefe, die das zulässige Format DIN A 4 (Gewicht 50 g) überschreiten, sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen werden nicht entgegengenommen. Eingehende E-Mails werden nur bis zu einer Datenmenge von 3 Megabyte pro E-Mail weitergeleitet.
- 5.3. Ablehnungsbefugnis
- 5.3.1. Avoxa behält sich ohne Anerkennung einer entsprechenden Prüfpflicht vor, auch angenommene Werbeaufträge – und auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Werbeauftrags – abzulehnen bzw. zu entfernen, wenn
 - deren Inhalt gegen Gesetze, behördliche Bestimmungen oder Rechte Dritter verstößt oder
 - deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder
 - deren Veröffentlichung für Avoxa wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form

unzumutbar ist. Unzumutbar für Avoxa ist insbesondere die Veröffentlichung von Werbemitteln deren Inhalt den Interessen der deutschen Apothekerschaft zuwiderläuft.

Gleiches gilt für den Fall, dass die in dem Werbemittel verwendete bzw. beworbene Ziel-URL einen der oben genannten Ablehnungsgründe erfüllt.

- 5.3.2. Die Ablehnung bzw. Entfernung wird dem Kunden von Avoxa unverzüglich mitgeteilt. Der Kunde ist in diesem Fall berechtigt, Avoxa eine geänderte Version des zu schaltenden Werbemittels und/oder der Ziel-URL, auf die verlinkt werden soll, zu übermitteln. Die für den Austausch bzw. die Änderung entstehenden Mehrkosten können dem Kunden nach Nachweis durch Avoxa in Rechnung gestellt werden.
- 5.3.3. Geht dieser Ersatz bzw. die neue URL, nicht mehr rechtzeitig für die Einhaltung des ursprünglich vereinbarten Veröffentlichungstermins bei Avoxa ein, hat Avoxa einen Anspruch auf Entschädigung in Höhe des vollen Auftragswerts. Dies gilt nicht, wenn Avoxa das Vorliegen eines Ausschlussgrundes zu Unrecht angenommen hat. Dem Kunden bleibt es unbenommen, nachzuweisen, dass kein oder ein wesentlich geringerer Schaden entstanden ist.
- 5.3.4. Hat Avoxa ein bereits veröffentlichtes Werbemittel aus den oben genannten Gründen aus Online-Medien entfernt, bleibt der Vergütungsanspruch von der Entfernung des Werbemittels unberührt. Dies gilt nicht, wenn Avoxa das Vorliegen eines Ausschlussgrundes zu Unrecht angenommen hat.
- 5.3.5. Avoxa ist berechtigt, die Veröffentlichung eines Werbemittels, insbesondere bezüglich Arznei- oder Heilmitteln, von einer vorherigen schriftlichen Zusicherung des Kunden über die rechtliche Zulässigkeit der Werbung bzw. von der Abgabe einer Freistellungserklärung abhängig zu machen und/oder die Werbemittel auf Kosten des Kunden von einer sachverständigen Stelle auf rechtliche Zulässigkeit prüfen zu lassen. Eine Prüfpflicht von Avoxa bezüglich der Rechtmäßigkeit der Werbemittel besteht jedoch nicht.
- 5.4. Gewährleistung
- 5.4.1. Bei fehlerhafter Veröffentlichung des Werbemittels ist Avoxa zur Nacherfüllung durch Berichtigung oder fehlerfreie Wiederholung der Schaltung des Werbemittels verpflichtet, sofern der Zweck des Werbemittels noch erreichbar ist.
- 5.4.2. Ist der Zweck des Werbemittels nicht mehr erreichbar oder ist die Ersatzwerbung fehlergeschlagen oder unzumutbar, kann der Kunde vom Vertrag zurücktreten oder Minderung verlangen, jedoch nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde.
- 5.4.3. Sollen gleichartige Werbemittel wiederholt geschaltet werden, obliegt es dem Kunden, die Darstellung des Werbemittels unverzüglich nach der ersten Schaltung zu überprüfen. Mangelhafte Darstellungen hat er daraufhin unverzüglich zu rügen. Unterlässt er dies, hat der Kunde keine Ansprüche wegen einer fehlerhaften Darstellung der Werbemittel in den nachfolgenden Schaltungen.

- 5.4.4. Dem Kunden ist bekannt, dass es auch im Rahmen eines ordnungsgemäßen Geschäftsbetriebs zum Ausfall von Servern kommen kann. Bei einem Ausfall des von Avoxa für die Schaltung des Werbemittels genutzten Servers über einen erheblichen Zeitraum im Rahmen einer zeitgebundenen Schaltung eines Werbemittels, entfällt die Zahlungspflicht des Kunden anteilig für den Zeitraum des Ausfalls. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen. Als nicht erheblich gilt insbesondere ein Ausfall des Servers von insgesamt nicht mehr als fünf Prozent des gebuchten Zeitraums.
- 5.4.5. Die Gewährleistungsansprüche sind nicht abtretbar und verjähren abweichend von den gesetzlichen Regelungen bereits nach einem Jahr.
- 5.5. Ausfall oder Verschiebung des Werbeauftrages
- 5.5.1. Fällt die Durchführung eines Werbeauftrages aus redaktionellen oder technischen Gründen, wegen höherer Gewalt, Streik, aufgrund gesetzlicher Bestimmungen oder sonstigen Gründen aus, so wird die Durchführung des Werbeauftrages nach Möglichkeit entweder vorverlegt oder nachgeholt. Sofern es sich nicht um eine unerhebliche Verschiebung handelt, wird der Kunde hiervon informiert. Die Information erfolgt vor der Verschiebung, sofern dies zeitlich vernünftigerweise möglich ist. Unter den gleichen Voraussetzungen wird der Kunde informiert, wenn der Werbeauftrag in ein anderes als das vorgesehene Umfeld eingebettet wird. Sofern der Kunde der Verschiebung der Durchführung des Werbeauftrages bzw. der Einbettung in ein anderes Umfeld nicht binnen einer Frist von fünf Arbeitstagen nach entsprechender Information in Textform widerspricht, gilt dies als Einverständnis des Kunden.
- 5.5.2. Bei Vorverlegung oder bei Nachholung in angemessener und für den Kunden zumutbarer Zeit bleibt der Vergütungsanspruch von Avoxa bestehen.
- 5.5.3. Im Fall, dass der Werbeauftrag weder vorverlegt noch nachgeholt werden kann oder im Fall, dass der Kunde der vorgeschlagenen Vorverlegung, Nachholung oder Einbettung in ein anderes Umfeld widerspricht, entfällt der Vergütungsanspruch von Avoxa für die betroffene Schaltung des Werbemittels. Hat der Kunde hierfür bereits Zahlungen geleistet, hat er einen entsprechenden Anspruch auf Rückzahlung. Weitere Ansprüche des Kunden sind ausgeschlossen.
- 5.6. Informationspflichten von Avoxa bei Online-Werbung
- 5.6.1. Soweit nichts anderes vereinbart ist, stellt Avoxa dem Kunden innerhalb von 14 Tagen nach Schaltung der Online-Werbung auf Anfrage folgende Informationen zur Verfügung:
- die Zahl der Ansichten und Zugriffe auf das Werbemittel;
 - die Ausfallzeit des Servers, soweit sie eine zusammenhängende Stunde überschreitet.

5.7. Haftung

- 5.7.1. Die Haftung von Avoxa auf Schadens- und Aufwendungsersatz für leichte Fahrlässigkeit ist, insbesondere wegen Verletzung von Pflichten aus dem Schuldverhältnis und aus unerlaubter Handlung, ausgeschlossen, es sei denn, Avoxa hat eine wesentliche Vertragspflicht verletzt, also eine Pflicht, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrags überhaupt erst ermöglicht oder auf deren Einhaltung der Kunde regelmäßig vertrauen darf. In diesem Falle ist die Haftung von Avoxa auf den vertragstypischen Schaden begrenzt, mit dessen Eintritt Avoxa bei Vertragsabschluss aufgrund der bekannten Umstände rechnen musste.
- 5.7.2. Die Haftung von Avoxa für Schäden aus der Verletzung von Körper, Leben oder Gesundheit, für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit, für das Fehlen einer garantierten Beschaffenheit und nach dem Produkthaftungsgesetz ist jedoch unbeschränkt.

6. Preise

- 6.1. Die Vergütung für den jeweiligen Werbeauftrag bestimmt sich nach der zum Zeitpunkt des Abschlusses des jeweiligen Werbeauftrags gültigen Preisliste von Avoxa.
- 6.2. Rabatte für Mehrfachaufträge innerhalb eines bestimmten Zeitraums richten sich ebenfalls nach der jeweils gültigen Preisliste von Avoxa.
- 6.3. Rabatte werden nicht gewährt für Unternehmen, deren Geschäftszweck unter anderem darin besteht, für verschiedene Werbetreibende Werbeaufträge zu erteilen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen.
- 6.4. Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung beansprucht, ist der schriftliche Nachweis des Konzernstatus des Werbekunden erforderlich. Konzernverbundene Unternehmen im Sinne dieser Bestimmung sind Unternehmen, zwischen denen eine kapitalmäßige Beteiligung von mindestens 50 Prozent besteht. Konzernrabatte bedürfen der ausdrücklichen, schriftlichen Bestätigung durch Avoxa und werden nur für die Dauer der Konzernzugehörigkeit gewährt. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzuzeigen.
- 6.5. Der Kunde hat rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Werbemitteln innerhalb des laufenden Kalenderjahres entsprechenden Nachlass, sofern zwischen den Parteien nicht anders vereinbart. Der Anspruch auf den Nachlass erlischt, wenn er nicht innerhalb von drei Monaten nach Ablauf des Kalenderjahres bzw. des anderweitig vereinbarten Zeitraums geltend gemacht wird.
- 6.6. Kann ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt werden, die Avoxa nicht zu vertreten hat, so hat der Kunde den Unterschiedsbetrag zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass an Avoxa zu erstatten. Dies gilt nicht, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich von Avoxa beruht.

7. Zahlungsbedingungen, Zahlungsverzug

- 7.1. Die Rechnungsstellung erfolgt nach Vertragsschluss, jedoch frühestens sechs Wochen vor einem vereinbarten Erscheinungstermin. Avoxa ist berechtigt, bei zeitlich länger laufenden Schaltungen Zwischenrechnungen zu stellen. Alle Forderungen von Avoxa sind fällig 14 Tage ab Rechnungsdatum; bei Bankeinzug gewährt Avoxa 3% Skonto.
- 7.2. Dem Kunden steht das Recht zur Aufrechnung nur zu, soweit sein Gegenanspruch rechtskräftig festgestellt oder unbestritten ist. Dieses Aufrechnungsverbot gilt nicht für Gegenforderungen wegen eines Mangels, die auf demselben Vertragsverhältnis wie die Forderung von Avoxa beruhen. Die Ausübung eines Zurückbehaltungsrechtes steht dem Kunden nur insoweit zu, als sein Gegenanspruch auf dem gleichen Vertragsverhältnis beruht.
- 7.3. Avoxa kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Werbeauftrags bis zur vollständigen Zahlung zurückstellen und für die restliche Schaltung Vorauszahlung verlangen.

8. Außerordentliche Kündigung

- 8.1. Das Recht zu einer außerordentlichen Kündigung bleibt beiden Parteien vorbehalten. Kündigungen bedürfen der Textform.
- 8.2. Avoxa ist zur außerordentlichen Kündigung insbesondere dann berechtigt, wenn der Kunde seiner Zahlungspflicht trotz zweimaliger Mahnung nicht nachgekommen ist, der Kunde zum wiederholten Mal das Werbemittel bzw. die Ziel-URL eigenmächtig geändert hat, der Kunde trotz Abmahnung fortgesetzt gegen wesentliche Bestimmungen dieser AGB verstößt oder der Kunde ein gegen Dritte gerichtetes Fehlverhalten begeht, indem er das Angebot von Avoxa zu rechtswidrigen oder für Dritte belästigenden Zwecken einsetzt.
- 8.3. Im Falle der außerordentlichen Kündigung kann Avoxa mit sofortiger Wirkung die Schaltung des oder der Werbemittel beenden. Für dem Kunden gewährte Rabatte gilt Ziff. 6.6.

9. Vertraulichkeit und Datenschutz

Informationen zu unserer Datenschutzverordnung finden Sie auf der Avoxa Website unter folgendem Link: <http://avoxa.de/datenschutzerklaerung/#mediadaten>

10. Anwendbares Recht, Gerichtsstand, salvatorische Klausel

- 10.1. Es gilt deutsches Recht.
- 10.2. Hat der Kunde keinen inländischen allgemeinen Gerichtsstand, seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthaltsort nach Vertragsschluss ins Ausland verlegt, sind zum Zeitpunkt der Klageerhebung weder Wohnsitz noch gewöhnlicher Aufenthaltsort des Kunden bekannt oder ist er Kaufmann, juristische Person des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliches Sondervermögen, ist der Sitz von Avoxa als Gerichtsstand vereinbart; Avoxa ist aber auch berechtigt, am allgemeinen Gerichtsstand des Kunden zu klagen.
- 10.3. Sollten eine oder mehrere dieser Bedingungen unwirksam sein oder werden, wird die Wirksamkeit der übrigen Bedingungen hiervon nicht berührt.

EIN STARKES TEAM FÜR STARKE MARKEN



Ramona Luft
Leiterin Anzeigenabteilung

Telefon +49 6196 928-221
E-Mail ramona.luft@avoxa.de



Ute Schäfer
Assistentin der Anzeigenleitung

Telefon +49 6196 928-222
E-Mail u.schaefer@avoxa.de



Astrid Kühn
Medienberaterin
PTA-Forum

Stellen-/PZ-Markt
Telefon +49 6196 928-228
E-Mail a.kuehn@avoxa.de



Andrea Peterson
Medienberaterin
PTA-Forum

Stellen-/PZ-Markt
Telefon +49 6196 928-226
E-Mail a.peterson@avoxa.de